



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL

TRABAJO DE GRADO

TEMA:

**“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN MOTEL
EN LA CIUDAD DE EL ÁNGEL, CANTÓN ESPEJO, PROVINCIA DEL
CARCHI”**

PREVIO A LA OBTENCIÓN DE TÍTULO DE INGENIERÍA COMERCIAL

AUTORA: EMMA VANESSA TULCANAZA MORA

TUTOR: ING. LENIN UBIDIA

Ibarra, octubre 2016

RESUMEN EJECUTIVO

El presente estudio de factibilidad proporciona pautas para la creación de una empresa dedicada a prestar servicios de hospedaje momentáneo para la ciudadanía del Cantón Espejo y sus alrededores, la cual ofrece habitaciones modernas, confort a precios competitivos y lo más importante privacidad al ingresar y salir de las instalaciones. Como primer paso se desarrolla un diagnóstico situacional, basándose en la situación del entorno al que se expondrá la empresa, misma que fue utilizada para determinar el problema y al mismo tiempo aprovechar la oportunidad de inversión. Seguido de esto se desarrolla el marco teórico, donde se citan conceptos básicos acerca del presente proyecto; se realiza un estudio de mercado que deja como evidencia una demanda insatisfecha, la misma que es el potencial mercado a cubrir por la entidad, siendo favorable la construcción del motel. A continuación, se elabora el estudio técnico, donde se realiza y se describe la macro y micro localización del proyecto, así como también se refleja el presupuesto de inversión. Consecuentemente se realizó el estudio financiero en el cual se plasma las proyecciones de ingresos, egresos, estados y la evaluación financiera con sus respectivos indicadores; ya que, éste determina la viabilidad del proyecto brindando garantía de rendimiento durante el período de vida. Posteriormente se presenta la estructura organizacional de la empresa, que facilita determinar ciertos aspectos legales y bases filosóficas para el funcionamiento de la institución. Finalmente se expone impactos económicos, sociales, ambientales y empresariales en los cuales se pretende que la empresa presente un nivel de impacto positivo, lo que apunta a la factibilidad de su implementación.

SUMARY

This current study of feasibility gives us the idea for the creation of a business, which dedicates to host temporarily to citizen in the Canton Espejo and its surroundings, the enterprise offers modern rooms, comfort and competitive prices and the most important feature is that guests have privacy when arriving or leaving the place. The first step is to develop the situational diagnosis, based on the environmental situation in which the business will act, which also helped to determine the problem and at the same time to profit the investment opportunity. After that the theoretical frame is developed, where basic concepts about the current project are listed; a market study is done which leads to an evidence of unsatisfied clients, who are the potential market to be covered by the entity, being favorable the construction of a motel. Later a technical study is done, where the macro and micro location of the project are described and done, as well as the investment budget is presented. Then after the financial study is done in which the projections of income, expenses, financial statements and the financial evaluation with their respective indicators are shown; so that it will determine the viability of the project, giving a guarantee of profitability during a period of existence. Then the organizational structure of the enterprise is presented to determine the legal facts and the philosophical basis for its operation. Finally, economic, social and environmental aspects are exposed in which a level of positive impact is pretended to be presented and to favor the business implementation feasibility.

AUTORÍA

Yo, Emma Vanessa Tulcanaza Mora, portadora de la cédula de ciudadanía número 040161568-7, declaro bajo juramento que el trabajo aquí descrito **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN MOTEL EN LA CIUDAD DE EL ÁNGEL, CANTÓN ESPEJO, PROVINCIA DEL CARCHI”** es de mí autoría que no ha sido previamente presentado para ningún grado ni calificación profesional y que he investigado las referencias bibliográficas que se incluyen en este documento.

En la Ciudad de Ibarra el 09 de Junio del 2017



.....
Emma Vanessa Tulcanaza Mora
C.I 040161568-7

INFORME DEL DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO

En mi calidad de director del Trabajo de Grado presentado por la estudiante Emma Vanessa Tulcanaza Mora, para optar por el título de Ingeniería Comercial, cuyo tema es "**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN MOTEL EN LA CIUDAD DE EL ÁNGEL, CANTÓN ESPEJO, PROVINCIA DEL CARCHI**", considero que el presente trabajo reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se designe.

En la Ciudad de Ibarra 09 de Junio del 2017



Ing. Lenin Ubidia
DIRECTOR DE TESIS

CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR DEL TRABAJO DE GRADO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

Yo, Emma Vanessa Tulcanaza Mora con cédula de ciudadanía número 040161568-7 manifiesto mi voluntad de ceder a la Universidad Técnica del Norte los derechos patrimoniales consagrados en la Ley de Propiedad Intelectual del Ecuador, artículos 4,5 y 6 en calidad de autor del trabajo de grado denominado **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN MOTEL EN LA CIUDAD DE EL ÁNGEL, CANTÓN ESPEJO, PROVINCIA DEL CARCHI”** que ha sido desarrollado para optar por el título de Ingeniería Comercial, en la Universidad Técnica del Norte, quedando la Universidad facultada para ejercer plenamente de los derechos cedidos anteriormente. En mi condición de autor me reservo los derechos morales de la obra antes citada. En concordancia suscribo este documento y en el momento que hago entrega del trabajo final impreso y digital a la Biblioteca de la Universidad Técnica del Norte.

En la Ciudad de Ibarra de 09 de Junio del 2017



Emma Vanessa Tulcanaza Mora

C.I 040161568-7

AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD

IDENTIFICACIÓN DE OBRA

La Universidad Técnica del Norte dentro del proyecto repositorio Digital Institucional, determinó la necesidad de disponer de textos completos en formato digital con la finalidad de apoyar los procesos de investigación, docencia extensión de la Universidad.

Por medio del presente documento dejo sentada mi voluntad de participar en este proyecto, para lo cual pongo a disposición la siguiente información:

DATOS DE CONTACTO			
CÉDULA DE IDENTIDAD	040161568-7		
APELLIDOS Y NOMBRES	Tulcanaza Mora Emma Vanessa		
DIRECCIÓN:	San Isidro – Panamericana Norte		
EMAIL:	emmitatulcanaza@yahoo.es		
TELÉFONO FIJO:	062974102	TEL. MÓVIL	0992094016
DATOS DE LA OBRA			
TÍTULO	ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN MOTEL EN LA CIUDAD DE EL ÁNGEL, CANTÓN ESPEJO, PROVINCIA DEL CARCHI		
AUTORA:	Emma Vanessa Tulcanaza Mora		
FECHA: AAMMDD			
SOLO PPARA TRABAJOS DE GRADO			
PROGRAMA:		PREGRADO	POSGRADO
TÍTULO POR EL QUE OPTA	INGENIERÍA COMERCIAL		
ASESOR/ DIRECTOR:	ING. LENIN UBIDIA		

AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD

Yo, Emma Vanessa Tulcanaza Mora, con cédula de ciudadanía número 040161568-7, en calidad de autora y titular de los derechos patrimoniales de la obra trabajo de grado escrito anteriormente, hago entrega del ejemplar respectivo en forma digital y autorizo a la Universidad Técnica del Norte, la publicación de la obra en el Repositorio Digital en la biblioteca con fines académicos para ampliar la disponibilidad del material y como apoyo a la educación, investigación y extensión en concordancia con la Ley de Educación Superior Artículo 144.

CONSTANCIAS

La autora manifiesta que la obra objeto de la presente autorización es original y se la desarrolló, sin violar derechos del autor de terceros, por lo tanto, la obra es original, por lo que asumen la responsabilidad sobre el contenido de la misma y saldrá en defensa de la Universidad en caso de reclamación por parte de terceros.

LA AUTORA:



Emma Vanessa Tulcanaza Mora

C.I 040161568-7

Facultad por resolución del Consejo Universitario

DEDICATORIA

A mi padre celestial, por haberme guiado por el sendero correcto y darme confianza en mí misma para seguir creciendo como ser humano.

A mi madre, quien, con su ejemplo, apoyo incondicional, amor y consejos me ayudado a culminar mis estudios.

A mi hija que desde mi vientre estuvo dándome aliento para culminar el desarrollo de la presente tesis; ya que, es ella ahora mi inspiración.

Al padre de mi hija que ha sido de gran apoyo, siempre estuvo conmigo dándome fuerzas para culminar mis estudios.

También a mis hermanos que siempre estuvieron al pendiente mío y de una u otra manera contribuyeron al desarrollo del presente proyecto.

Emma Vanessa Tulcanaza Mora

AGRADECIMIENTO

Agradezco primeramente a Dios quien ha sido la luz que guía cada uno de mis pasos.

A mi madre por su constante esfuerzo y por ser uno de los motivos para este logro.

A los docentes de la Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas de la Universidad Técnica del Norte por impartir sus conocimientos científicos y de experiencia, en especial al Ing. Lenin Ubidia quien supo guiar el desarrollo de mi tesis.

A todos quienes contribuyeron con la realización del presente proyecto.

Emma Vanessa Tulcanaza Mora

INTRODUCCIÓN

El Ecuador es un país turístico por excelencia y se ha esforzado por muchos años en dar prioridad al desarrollo del turismo en varias categorías como turismo ecológico, de aventura, entre otros; es por eso que el gobierno actual toma en cuenta estas actividades dentro del presupuesto estatal y por medio de Instituciones Financieras hacen posible el financiamiento para la creación y desarrollo de la actividad turística en todo el país.

Razón por la cual se busca lograr que la Provincia del Carchi y en especial los sectores turísticos, adopten el nuevo sistema de economía para alcanzar el máximo rendimiento de los recursos naturales que posee los alrededores, ya que en la Provincia no consta un solo Cantón en el que no existan hoteles, hosterías, moteles que su propósito es brindar el mejor servicio a sus clientes en todo aspecto conjuntamente con el aprovechamiento de la belleza de sus paisajes hacen más provechosa la actividad de la hotelería en nuestra localidad.

En el Cantón Espejo existe un gran flujo de turistas tanto nacionales como internacionales que visitan este paraje del Ecuador, en especial al balneario la Calera y la más conocida la Reserva Ecológica El Ángel en busca de esparcimiento y por ende en busca de alojamiento con buena atención, excelente espacio y con precios cómodos.

Analizando brevemente el mercado y aprovechando las ventajas turísticas que ofrece la Provincia, se considera la posibilidad de constituir un motel, el mismo que estará ubicado a la entrada de la Ciudad de El Ángel el cual busca brindar un servicio diferente al de la competencia como lo es: la privacidad, atención excelente y discreción con el cliente.

JUSTIFICACIÓN

La importancia que tiene la creación de este tipo de empresa, es la falta de fuentes de trabajo, en tal virtud el presente proyecto proporcionará el sustento para varias personas de la localidad que buscan un trabajo digno, así como fomentar la productividad y el dinamismo de la economía del sector y la Provincia.

El gobierno está impulsando el sector turístico en todas sus áreas, con el fin de generar nuevas fuentes de empleos que mejoren la calidad de vida de las personas; este proyecto es factible porque existen facilidades de financiamiento, recurso humano suficiente en el medio, para la creación de la entidad.

Con la creación del motel, los beneficiarios directos serán los propietarios, inversionistas y en especial la clientela quienes son la principal fuente para dar inicio al negocio y a la vez serán favorecidos por el servicio que se brindará. Los beneficiarios indirectos serán los habitantes del Cantón Espejo, quienes accederán a la fuente de trabajo que generará el local en mención.

También cabe recalcar que existe una gran demanda para hacer uso de las instalaciones que ofrece el motel, ya que en el Cantón no existe un negocio de calidad y sobre todo que este ubicado a las afueras de la Ciudad, solo existen hostales dentro de la misma que no son tan concurridas en comparación al motel vía a la Ciudad de Bolívar.

OBJETIVOS

OBJETIVO GENERAL

Elaborar el estudio de factibilidad, mediante encuestas, entrevista y fichas de observación para la creación de un motel en la Ciudad El ángel, Cantón Espejo, Provincia del Carchi.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Realizar un diagnóstico situacional mediante encuestas que permita el conocimiento de las características económicas, socio-demográficas y culturales del área donde el proyecto será construido, y facilite la detección de riesgos, oportunidades, aliados y oponentes que influyen en la creación del nuevo motel en el sector Tuscuaza vía al balneario la calera.
- Establecer las bases teóricas en el contexto turístico, a través de información obtenida de libros que enmarquen en forma apropiada los conceptos y teorías que sustenten la investigación.
- Realizar una investigación de mercado, con la realización de encuestas, entrevista y fichas de observación que permita la determinación de la demanda potencial, oferta, tarifas, competencias y formas de comercialización del servicio.
- Ejecutar un estudio técnico con la información obtenida de la investigación de mercado para determinar la estructura física del servicio, tamaño, localización y valoración de inversiones fijas, variables y diferidas.

- Desarrollar el estudio económico – financiero, con información de proformas de precios y materiales a utilizar para la construcción que permita realizar la parte contable y financiera que proporcionan los indicadores técnicos de viabilidad económica y la factibilidad del proyecto.
- Diseñar la estructura orgánica y funcional de la microempresa, con datos obtenidos de los anteriores capítulos determinando del nombre o razón social, objetivos, metas, y estrategias filosóficas y administrativas, que aseguren el inicio, operatividad y sustentabilidad a través del tiempo de vida útil del proyecto.
- Analizar los principales impactos que se generen con la implantación del nuevo negocio, en los aspectos tales como: impactos económicos, sociales, ambientales y empresariales.

1.	CAPÍTULO I DIAGNÓSTICO SITUACIONAL	27
1.1	Antecedentes diagnósticos	27
1.1.1	Cantón Espejo	27
1.1.2	Parroquia El Ángel.....	28
1.2	Características diagnósticos	29
1.2.1	Objetivos del diagnóstico	29
1.3	Variables	29
1.4	Indicadores.....	30
1.5	Matriz de relación diagnóstico.....	31
1.6	Análisis de las variables diagnósticas	32
1.6.1	Área geográfica	32
1.6.2	Entorno turístico.....	33
1.6.3	Factores socioeconómicos	36
1.6.4	Factores productivos	38
1.6.5	Ofertas existentes.....	39
1.7	Población	40
1.7.1	Proyección de la Población	40
1.7.2	Muestra.....	41
1.8	Técnicas e instrumentos de investigación.....	42
1.8.1	Técnicas:	42
1.8.2	Instrumentos:.....	42
1.9	Evaluación de resultados de las encuestas	42
1.9.1	Resultados y análisis de muestra	42
1.9.2	Entrevista.....	61

1.10	Análisis AOOR.....	63
1.10.1	Aliados.....	63
1.10.2	Oponentes.....	63
1.10.3	Oportunidades.....	63
1.10.4	Riesgo	64
1.11	Determinación de oportunidades de inversión	64
2.	CAPITULO II MARCO TEÓRICO.....	65
2.1	Estudio de factibilidad	65
2.1.1	Concepto	65
2.1.2	Objetivos del estudio de factibilidad.....	65
2.1.3	Componentes del estudio de factibilidad	66
2.2	La empresa	67
2.2.1	Concepto	67
2.2.2	Clasificación de la empresa	67
2.2.3	El empresario.....	71
2.2.4	Administración de la empresa.....	71
2.2.5	Formalización de la empresa.....	73
2.3	El mercado	74
2.3.1	Mecanismo de mercado	75
2.3.2	Tipos de mercado	75
2.4	Oferta y demanda	78
2.4.1	Demanda	78
2.4.2	Oferta.....	78
2.5	Determinación del precio.....	79
2.5.1	Enfoques generales a la determinación de precios	79

2.6	Competencia	80
2.7	Fundamentos económicos	80
2.7.1	Presupuesto de inversión	80
2.7.2	Costo de oportunidad	81
2.7.3	Aspectos contables.....	81
2.8	Indicadores financieros	83
2.8.1	Valor actual neto.....	83
2.8.2	Tasa interna de retorno	84
2.8.3	Periodo de recuperación de inversión (PRI)	85
2.8.4	Relación beneficio costo (RBC)	85
2.9	Propuesta estratégica	86
2.9.1	Organigrama.....	86
2.9.2	Tipos de organigrama.....	86
2.9.3	Misión	87
2.9.4	Visión.....	87
2.9.5	Objetivos.....	88
2.9.6	Valores	88
2.9.7	Políticas	88
3.	CAPITULO III ESTUDIO DE MERCADO	89
3.1	Introducción.....	89
3.2	Objetivos	89
3.2.1	Objetivo General.....	89
3.2.2	Objetivos Específicos	89
3.3	Identificación del producto o servicio.....	90
3.4	Determinación de la población	90

3.5	Determinación de la muestra	91
3.6	Cálculo de la muestra.....	91
3.7	Tabulación y análisis de datos	92
3.8	Mercado meta	97
3.9	Tipo de segmentación	98
3.10	Análisis de la demanda.....	98
3.10.1	Demanda actual	98
3.10.2	Proyección de la demanda.....	100
3.11	Análisis de la oferta.....	101
3.11.1	Oferta actual.....	101
3.11.2	Proyección de la oferta.....	102
3.12	Demanda insatisfecha	103
3.13	Demanda a captar	103
3.13.1	Análisis de precios y proyección	104
3.14	Estrategias de comercialización.....	106
3.14.1	Servicio.....	106
3.14.2	Precio	106
3.14.3	Plaza	106
3.14.4	Promoción	106
3.15	Conclusiones del estudio de mercado	107
4.	CAPITULO IV ESTUDIO TÉCNICO	108
4.1	Tamaño del proyecto.....	108
4.2	Localización del proyecto.....	108
4.2.1	Macro localización	108
4.2.2	Micro localización	109

4.3	Ingeniería del proyecto.....	110
4.3.1	Flujo grama de proceso	110
4.3.2	Clasificación de las habitaciones	113
4.3.3	Infraestructura física	115
4.4	Inversión.....	116
4.4.1	Inversión fija.....	116
4.4.2	Inversión variable.....	120
4.4.3	Inversión diferida	123
5.	CAPITULO V ESTUDIO FINANCIERO	124
5.1	Determinación del capital de trabajo e inversión diferida	124
5.1.1	Capital de trabajo.....	124
5.1.2	Inversión diferida	126
5.2	Inversión total.....	127
5.3	Financiamiento	127
5.4	Presupuesto de ingresos.....	130
5.5	Presupuesto de gastos.....	131
5.6	Balance de situación inicial	132
5.7	Estados de pérdidas y ganancias proyectadas	132
5.8	Flujo de caja proyectada	133
5.9	Determinación de oportunidad y tasa de rendimiento media	133
5.9.1	Costo de oportunidad y tasa de rendimiento media.....	133
5.10	Valor actual neto VAN.....	134
5.11	Relación beneficio – costo (B/C).....	135
5.12	Tasa interna de retorno TIR	136
5.13	Período de recuperación de la inversión.....	137

6.	CAPITULO VI ESTRUCTURA ORGÁNICA	139
6.1	Nombre o razón social de la empresa.....	139
6.2	Tipo de empresa	139
6.3	Requisitos legales	140
6.3.1	Uso del suelo.....	140
6.3.2	Obtención del RUC.....	141
6.3.3	Patente municipal	141
6.3.4	Permiso de bomberos.....	141
6.3.5	Permiso sanitario	142
6.3.6	Permiso de funcionamiento	142
6.4	Filosofía empresarial.....	142
6.4.1	Misión	143
6.4.2	Visión.....	143
6.4.3	Valores	143
6.4.4	Objetivos.....	143
6.4.5	Políticas	144
6.5	Estructura organizacional.....	144
6.5.1	Organigrama estructural	144
6.6	Estructura funcional.....	145
6.6.1	Identificación de niveles jerárquicos	145
6.6.2	Asignación de funciones.....	145
7.	CAPITULO VII IMPACTOS	149
7.1	Matrices de impactos	150
7.1.1	Impacto social.....	150
7.1.2	Impacto económico.....	151

7.1.3	Impacto ambiental	152
7.1.4	Impacto empresarial	153
7.1.5	Impacto general.....	154
8.	Bibliografía	157

Índice de tablas

Tabla 1.	Matriz de Relación Diagnóstica	31
Tabla 2.	Población según sexo del cantón Espejo	37
Tabla 3.	Nivel de educación	37
Tabla 4.	Población según grupos de edad del cantón.....	37
Tabla 5.	Actividades económicas del cantón Espejo.....	38
Tabla 6.	Actividades que generan mayor ingreso.....	38
Tabla 7.	PROYECCIÓN DE LA POBLACIÓN CANTÓN ESPEJO	40
Tabla 8.	DATOS GENERALES DE LOS ENCUESTADOS	43
Tabla 9.	VISITA A UN MOTEL	45
Tabla 10.	VISITA A UN MOTEL DENTRO O FUERA DE LA CIUDAD	46
Tabla 11.	FRECUENCIA DE VISITA A UN MOTEL	47
Tabla 12.	UBICACIÓN DEL NEGOCIO.....	48
Tabla 13.	UBICACIÓN DEL NEGOCIO.....	48
Tabla 14.	EL SECTOR TUSCUAZA VIA AL BALNEARIO LA CALERA ES UN LUGAR ADECUADO PARA IMPLANTAR UN MOTEL	49
Tabla 15.	DISPOSICIÓN PARA HACER USO DE LAS INSTALACIONES	50
Tabla 16.	INFRAESTRUCTURA DE NUEVO MOTEL	51
Tabla 17.	UBICACIÓN DEL MINI BAR.....	53
Tabla 18.	TIEMPO QUE SE QUEDA EN UN MOTEL	54
Tabla 19.	PRECIO QUE ESTA DISPUESTO A PAGAR	55
Tabla 20.	CARACTERÍSTICAS DEL MOTEL.....	56
Tabla 21.	PUBLICIDAD DEL NEGOCIO	57
Tabla 22.	OFERTAS DEL NEGOCIO.....	58

Tabla 23. SENSORES DE LA HABITACIÓN DEL MOTEL	59
Tabla 24. TARJETA PARA CLIENTES QUE OFRECE EL MOTEL	60
Tabla 25. VISITA A UN MOTEL	92
Tabla 26. FRECUENCIA DE VSITA A UN MOTEL	93
Tabla 27. UBICACIÓN DEL NEGOCIO.....	94
Tabla 28 EL SECTOR TUSCUAZA VIA AL BALNEARIO LA CALERA ES UN LUGAR ADECUADO PARA IMPLANTAR UN MOTEL	95
Tabla 29. INFRAESTRUCTURA DE NUEVO MOTEL	96
Tabla 30. FRECUENCIA DE VISITA A UN MOTEL	99
Tabla 31. Demanda actual	100
Tabla 32. PROYECCIÓN DE LA DEMANDA	100
Tabla 33. SITIOS MOMENTÁNEOS EXISTENTES EN LA CIUDAD DE EL ÁNGEL	101
Tabla 34. OFERTA ACTUAL.....	102
Tabla 35. Oferta proyectada.....	102
Tabla 36. DEMANDA INSATISFECHA	103
Tabla 37.DEMANDA A CAPTAR.....	104
Tabla 38. PRECIO QUE ESTA DISPUESTO A PAGAR	104
Tabla 39.Índice de precios al consumidor	105
Tabla 40. Proyección de precios	105
Tabla 41. Simbología de flujo grama.....	110
Tabla 42. DESCRIPCIÓN DEL TIPO DE HABITACIONES.....	113
Tabla 43. PRESUPUESTO DE INFRAESTRUCTURA E INSTALACIONES	116
Tabla 44. MUEBLES Y EQUIPO DE OFICINA.....	119
Tabla 45. MAQUINARIA Y EQUIPO	119
Tabla 46.Resumen inversión fija	120
Tabla 47. TALENTO HUMANO	120
Tabla 48. SUMINISTROS DE OFICINA Y LIMPIEZA	121
Tabla 49.SERVICIO BÁSICOS	122
Tabla 50. PUBLICIDAD	122
Tabla 51. RESUMEN INVERSIÓN VARIABLE	122

Tabla 52. GASTOS DE CONSTITUCIÓN	123
Tabla 53. Resumen gastos de constitución legal	123
Tabla 54. GASTOS VARIABLES.....	124
Tabla 55. GASTOS ADMINISTRATIVOS.....	124
Tabla 56. GASTO PUBLICIDAD	125
Tabla 57. CAPITAL DE TRABAJO	125
Tabla 58. INVERSIÓN DIFERIDA	126
Tabla 59. BENEFICIOS SOCIALES MENSUALES.....	126
Tabla 60. DEPRECIACIÓN	127
Tabla 61. INVESTIGACIÓN TOTAL.....	127
Tabla 62. ESTRUCTURA DEL FINANCIAMIENTO	127
Tabla 63. Tabla de amortización	128
Tabla 64. Presupuesto de ingresos.....	130
TABLA 65. PRESUPUESTO DE GASTOS	131
Tabla 66. ESTADO DE SITUACIÓN INICIAL.....	132
Tabla 67. ESTADO DE PÉRDIDA DE GANANCIAS.....	132
Tabla 68. FLUJO DE CAJA.....	133
Tabla 69. TASA DE REDESCUENTO.....	134
Tabla 70. VALOR ACTUAL NETO	135
Tabla 71. TASA INTERNA DE RENTABILIDAD	136
Tabla 72. ACUMULACIÓN DE FLUJOS (PRI).....	137
Tabla 73. ESCALA DE VALORACIÓN DE IMPACTOS	149
Tabla 74. VALORACIÓN IMPACTO SOCIAL.....	150
Tabla 75. VALORACIÓN IMPACTO ECONÓMICO	151
Tabla 76. VALORACIÓN IMPACTO ECONÓMICO	152
Tabla 77. VALORACIÓN IMPACTO EMPRESARIAL	153
Tabla 78. VALORACIÓN IMPACTO GENERAL DEL PROYECTO.....	154

Índice de Gráficos

Grafico. 1 EDAD DE LOS ENCUSTADOS.....	43
Grafico. 2 SEXO DE LOS ENCUSTADOS.....	44
Grafico. 3 NIVEL DE INSTRUCCIÓN DE LOS ENCUSTADOS.....	44
Grafico. 4 VISITAS A UN MOTEL.....	45
Grafico. 5 VISITA A UN MOTEL DENTRO O FUERA DE LA CIUDAD.....	46
Grafico. 6 FRECUENCIA DE VISITA A UN MOTEL.....	47
Grafico. 7 EL SECTOR TUSCUAZA VIA AL BALNEARIO LA CALERA ES UN LUGAR ADECUADO PARA IMPLANTAR UN MOTEL.....	49
Grafico. 8 DISPOSICIÓN PARA HACER USO DE LAS INTALACIONES.....	50
Grafico. 9 INFRAESTRUCTURA DEL NUEVO MOTEL.....	51
Grafico. 10 SEVICIOS QUE DESEAN QUE POSEAN EL NUEVO NEGOCIO.....	52
Grafico. 11 UBICACIÓN DEL MINI BAR.....	53
Grafico. 12 TIEMPO QUE SE QUEDAN EN UN MOTEL.....	54
Grafico. 13 PRECIO QUE ESTA DISPUESTO A PAGAR.....	55
Grafico. 14 CARACTERISTICAS DEL MOTEL.....	56
Grafico. 15 PUBLICIDAD DEL NEGOCIO.....	57
Grafico. 16 OFERTAS DEL NEGOCIO.....	58
Grafico. 17 SENSORES DE LA HABITACIÓN DEL MOTEL.....	59
Grafico. 18 TARJETAS PARA CLIENTES QUE OFRECE EL MOTEL.....	60
Grafico. 19 VISITAS A UN MOTEL.....	93
Grafico. 20 FRECUENCIA DE VISITA A UN MOTEL.....	94
Grafico. 21 UBICACIÓN DEL NEGOCIO.....	95
Grafico. 22 EL SECTOR TUSCUAZA VIA AL BALNEARIO LA CALERA ES UN LUGAR ADECUADO PARA IMPLANTAR UN MOTEL.....	96
Grafico. 23 INFRAESTRUCTURA DEL NUEVO MOTEL.....	97
Grafico. 24 FRECUENCIA DE VISITA A UN MOTEL.....	99

Índice de ilustraciones

Ilustración 1. Mapa Cantón Espejo.....	32
Ilustración 2. Mapa Cantón Espejo.....	108
Ilustración 3. Croquis de la ubicación del Motel	109
Ilustración 4. Flujo grama de ingreso al motel	111
Ilustración 5. Flujo grama de limpieza de la habitación	112
Ilustración 6. Diseño del motel	115
Ilustración 7. Organigrama estructural	144

1. CAPÍTULO I DIAGNÓSTICO SITUACIONAL

1.1 Antecedentes diagnósticos

1.1.1 Cantón Espejo

Espejo es un Cantón de la Provincia del Carchi en el Ecuador, cuya cabecera es la Parroquia El Ángel, zona privilegiada por su contraste geográfico de parajes hermosos que dan un toque de misterio al turista que busca aventura, Espejo herencia cultural, tesoro escondido de la Provincia. En su afán de inmortalizar el recuerdo de uno de los hombres más ilustres en la historia del país por su conocimiento científico y prócer de la independencia, Eugenio Espejo, el Consejo estableció al Cantón con el nombre de Espejo. Sus coordenadas son 0° 37' 15.6" N, 77° 56' 24" W, con una extensión: 549,01 km² Altitud: de 2983 msnm, Clima: Es de frío andino 10° - 15°C hasta semitropical 26°C. El cantón Espejo está constituido por dos parroquias urbanas: El Ángel (Cabecera cantonal), 27 de Septiembre y con tres parroquias rurales: El Goaltal, La libertad, San Isidro. Según el VI censo nacional de población realizado en el 2001, la población total del cantón alcanza a 13.256 habitantes, y de acuerdo a las proyecciones del INEC del 2010 la población espejo asciende a 13.634 habitantes. (Carchi, 2013)

Atractivos turísticos del Cantón

- Cascada el pailón
- Cascada Tuscuaza
- Aguas termales Blas Ángel
- Lagunas El Voladero
- Reserva Ecológica El Ángel
- Laguna De Rasococha
- Cerro Crespo
- Bosque de Polylepis

1.1.2 Parroquia El Ángel.

En 1851, El Ángel llegó a pertenecer como parroquia al cantón Tulcán. A partir del siglo veinte, la construcción de infraestructura vial desde El Ángel hacia las ciudades de Tulcán e Ibarra promovió el desarrollo de la ciudad y el cantón. El 27 de septiembre de 1934 se creó el cantón Espejo, siendo su capital El Ángel por la riqueza de su flora y fauna natural le ha permitido desarrollar el turismo ecológico, el volcán Chile es un guardián de los páramos cubiertos de frailejones y se encuentra la mágica presencia de lagunas como el Voladero, El Salado, la Encañada y Lagunas Verde; la Reserva ecológica entre otros son los recursos turísticos; mientras tanto que la Calera del cantón Espejo tradicionalmente ha sido reconocido por su valor turístico de las aguas termales, y la belleza paisajística; sin embargo no se conocen de la implementación de proyectos de desarrollo turístico con enfoque sostenible de incremento, los servicios se mantienen sin innovaciones, por lo que la actividad turística va disminuyendo paulatinamente; a pesar de las vías de comunicación y su cercanía tanto a Tulcán, Imbabura y Colombia.

Las principales actividades económicas de la población son los servicios públicos, privados y el comercio, que se realizan dentro y fuera de la ciudad; y actividades secundarias como la producción agrícola, florícola y ganadera.

Según el último Censo realizado en el Ecuador la parroquia posee 6325 personas clasificados entre mujeres y hombres. Ubicada a 170km de Quito y 60 km desde Ibarra la cabecera parroquial consta con las coordenadas geográficas $0^{\circ} 37' 17''$ de la altitud norte y $77^{\circ} 46' 23''$ de longitud oeste, de acuerdo a su topografía, se encuentra a 3007 msnm (metros sobre el nivel del mar) con una superficie de 5,2Km² en la cual está asentada dicha parroquia." (AME, 2016)

Se toma la decisión de construir un motel debido a la gran demanda existente y a la falta de lugares en los cuales las parejas puedan disfrutar de momentos íntimos en sitios discretos, conlleva a que estas parejas se trasladen a otras ciudades perdiendo tiempo y dinero. También es útil para aquellas personas que han recorrido un largo viaje y desean descansar y continuar con su trayectoria.

1.2 Características diagnósticos

1.2.1 Objetivos del diagnóstico

General

Realizar un diagnóstico situacional, mediante encuestas y entrevista que permita el conocimiento de las características económicas, socio-demográficas y culturales del área donde el proyecto será construido, y facilite la detención de riesgos, oportunidades, aliados y oponentes que influyen en la creación del nuevo motel en el sector Tuscuaza vía al balneario la calera.

Específicos

- Determinar el área geográfica de acuerdo a la información de las encuestas donde será construido el motel
- Determinar la demanda potencial mediante los resultados de las encuestas, entrevista.
- Analizar el entorno turístico mediante información obtenida de la ciudad de El Ángel
- Verificar los factores sociales con ayuda de la encuesta que influyen en el desarrollo del proyecto.
- Conocer los factores económicos del sector.

1.3 Variables

Para desarrollar los objetivos planteados se han determinado por cada variable indicadores que están relacionados con los objetivos del diagnóstico situacional.

- Variable 1: Área geográfica
- Variable 2: Demanda Potencial
- Variable 3: Entorno Turístico
- Variable 4: Factores sociales
- Variable 5: Factores económicos

1.4 Indicadores

Se determina los siguientes indicadores por cada variable:

Variable 1: Área geográfica

- Ubicación
- Clima
- Superficie
- Servicios básicos

Variable 2: Demanda potencial

- Hostales
- Residenciales
- Hostería
- Moteles
- Cabañas

Variable 3: Entorno turístico

- Fiestas populares
- Diversidad cultural
- Atractivos turísticos

Variable 4: Factores sociales

- Población por sexo
- Nivel de educación
- Población por edad

Variable 5: Factores Económicos

- Actividad económica
- Principales fuentes de Ingresos
- Población Económicamente Activa

1.5 Matriz de relación diagnóstico

Tabla 1. MATRIZ DE RELACIÓN DIAGNÓSTICA

Objetivos	VARIABLES	Indicadores	Fuente de información	Técnicas o instrumentos de medición	Sujetos o fuentes a consultar
Realizar un diagnóstico situacional que permita el conocimiento de las características económicas, socio-demográficas y culturales del área donde el proyecto será construido, y facilite la detención de riesgos, oportunidades, aliados y oponentes que influyen en la creación del nuevo motel en el sector Tuscuaza vía al balneario la calera.	Área geográfica	Ubicación	Secundaria y primaria	Documental y encuesta	PDyOT El Ángel
		Clima	Secundaria	Documental	PDyOT El Ángel
		Superficie	Secundaria	Documental	PDyOT El Ángel
		Servicios Básicos	Secundaria y primaria	Documental y encuesta	PDyOT El Ángel
	Demanda potencial	Hostales	Primaria	Observación directa	Lugares de alojamiento
		Residenciales	Primaria	Observación directa	Lugares de alojamiento
		Hostería	Primaria	Observación directa	Lugares de alojamiento
		Moteles	Primaria	Observación directa	Lugares de alojamiento
		Cabañas	Primaria	Observación directa	Lugares de alojamiento
	Entorno turístico	Fiestas populares	Secundaria	Documental	PDyOT El Ángel
		Diversidad cultural	Secundaria	Documental	PDyOT El Ángel
		Atractivos turísticos	Secundaria	Documental	PDyOT El Ángel
	Factores sociales	Población por sexo	Secundaria y primaria	Documental y encuestas	PDyOT El Ángel
		Nivel de educación	Secundaria y primaria	Documental y encuestas	PDyOT El Ángel
		Población por edad	Secundaria y primaria	Documental y encuestas	PDyOT El Ángel
Factores económicos	Actividad económica	Secundaria	Documental	PDyOT El Ángel	
	Principales fuentes de ingreso	Secundaria	Documental	PDyOT El Ángel	
	Población económica activa	Secundaria	Documental	PDyOT El Ángel	

Elaborado por: La autora

1.6 Análisis de las variables diagnósticas

1.6.1 Área geográfica

Ubicación

El Ángel es una ciudad ubicada en la cordillera de los Andes al norte del Ecuador, capital del cantón Espejo, en la provincia del Carchi. Está situada a 78,4 Km de Tulcán y a 60 Km de Ibarra, con una altitud media de 3007 m sobre el nivel del mar.

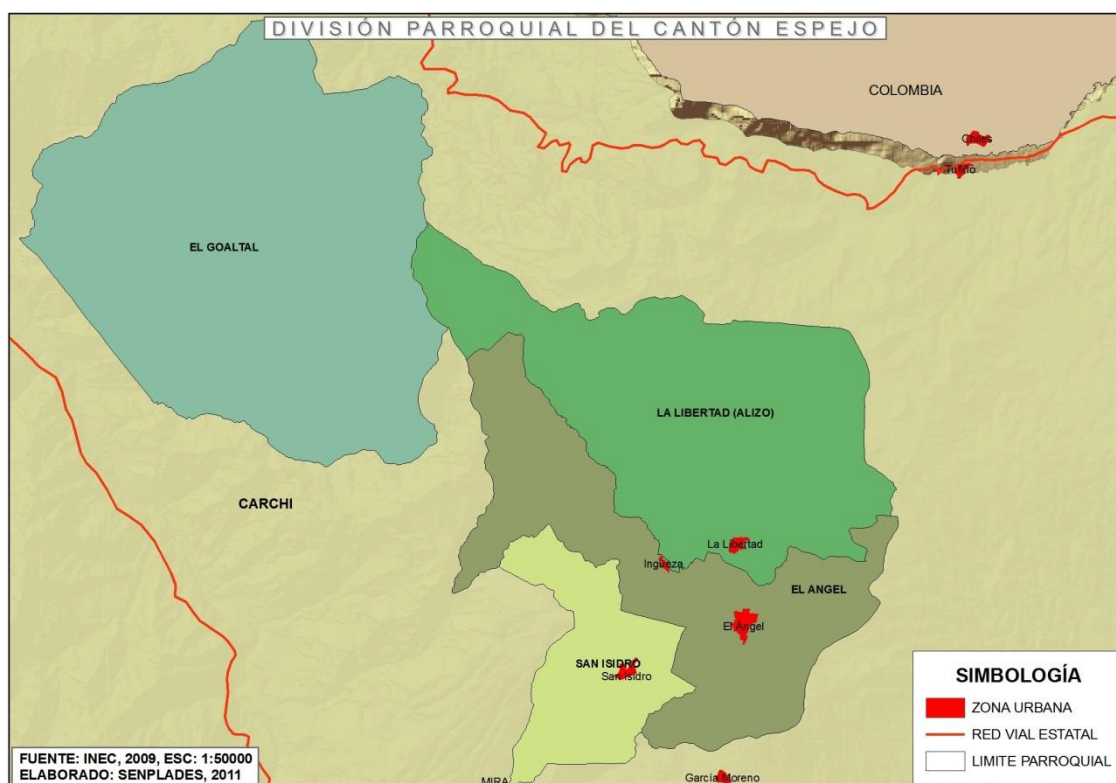


Ilustración 1. MAPA CANTÓN ESPEJO

Fuente: (Dices, 2016)

Clima

A 3100 m. sobre el nivel del mar y una temperatura promedio de 11°C se encuentra la ciudad de El Ángel, Cabecera cantonal, cuya cultura es el resultado de la mezcla de pastos y españoles, conocida por su riqueza agrícola de la región y una Reserva Ecológica única en su género en el mundo. Según datos estadísticos del cantón

espejo la mayoría de la población está asentada en el sector rural y su principal actividad económica es la agricultura y ganadería.

Superficie

El Ángel cuenta con una superficie de 5.2 km², según los datos referenciales en las actas del Municipio del Cantón de Espejo.

Servicios básicos

- **Agua y Alcantarillado.** La cabecera cantonal y sus parroquias poseen, un regular sistema de agua clorada y alcantarillado que beneficia para construcción del nuevo negocio.
- **Electrificación.** El sistema de electrificación cubre todas las zonas urbanas y rurales del cantón. El porcentaje es del 100%.
- **Recolección y Tratamiento de desechos** Es necesario un tratamiento de aguas servidas y desechos que contaminan quebradas y los ríos (Bobo, Guarmaiyacu, Cariyacu e Ingueza que forman el río Ángel)
- **Centros de Salud** El cantón posee con la infraestructura necesaria (hospitales, farmacias, consultorios médicos, clínicas, etc.) para cualquier emergencia médica con la población y los turistas.
- **Telecomunicaciones.** Todo el cantón Espejo cuenta con productos de la Corporación Nacional de Telecomunicaciones. Además, posee señal celular, internet y tv cable de las tres empresas sobresalientes de nuestro país que son claro, cnt y movistar.

1.6.2 Entorno turístico

Fiestas populares

Las fiestas más tradicionales de la ciudad son:

- 27 de septiembre Cantonización - Cacería del Zorro.
- 28-30 de junio Fiestas de San Pedro.
- 16 de julio Fiesta de la Virgen del Carmen.
- 15 de mayo Fiestas de San Isidro Labrador

Estas actividades que se realiza en la ciudad no solo acudan gente del mismo lugar sino también fuera de ella lo que hace que sea más concurrido el turismo y a la vez visitan lugares y gozan de las festividades.

Atractivos turísticos

Los atractivos turísticos más relevantes de la ciudad de El Ángel son:

- **Complejo turístico Chabayán**

Con una temperatura de 10,5 °c se encuentra las aguas subterráneas que afloran de este lugar, actualmente cuenta con juegos recreativos, piscinas, e infraestructura.

- **Iglesia matriz de San Miguel del Ángel**

Este majestuoso templo de oración es de estilo gótico, diseño e inspiración neorománica-europea, fue elaborada con cal, piedra y ladrillos, y pese a temblores su fachada natural no ha sufrido consecuencia alguna. En el interior está dividida por tres naves adornadas de arcos góticos y su cubierta es de teja. Su construcción empezó a inicios del siglo pasado y se termina en la década 60.

- **Santuario San Isidro**

Construida en piedra, en estilo gótico romano, y sus columnas salomónicas que descansan en bases, el retablo mayor en pan de oro, guardan imagen representativa de la fe de un pueblo como: El Calvario, La Inmaculada, San Isidro Labrador.

- **Reserva ecológica El Ángel. Laguna del Voladero**

El mundo se ha visto bendecido por esta majestuosa naturaleza localizada a 11km desde El Ángel. Está ubicada junto al volcán chiles, rodeada por las lagunas del voladero, Potrerillos, Raza cocha, Crespo, lugar donde se origina el Agua para toda la Provincia.

- **Laguna de Potrerillo**

Es otra laguna maravillosa que pueden ser disfrutadas por turistas nacionales y extranjeros.

- **Bosque Polylepis**

Este bosque es calificado como jerárquico primario, milenario, único en el mundo, se encuentra localizado a 13Km de la ciudad del Ángel, a 3300 mnsn localizado en la zona de amortiguamiento que con linda con la Reserva Ecológica del Ángel vía señalizada, en el sector conocido como el cañón del colorado, a este árbol la gente de la zona lo conoce como árbol de papel o colorado debido a su coloración de su corteza

- **Laguna de Rasochocha**

Ubicada a 35 Km. De la ciudad de El Ángel por la vía a Morán, rodeada de miradores naturales, caminos de importancia histórica como es el antiguo camino de los Jesuitas, es el hábitat de especies como el oso de anteojos, venados, y el fascinante cóndor andino. Esta laguna es muy profunda y es utilizada para el cultivo de truchas con excelentes resultados.

- **Quebrada de baños**

A pocos minutos de la Parroquia La Libertad, en un ecosistema natural de páramo a una altura de 3.697m.s.n.m. Sorprendentemente se encuentran estas aguas termales provenientes del Cerro Chiles.

- **Baños Blas Ángel**

A tan solo 1 Km 1/2 de distancia de El Ángel, ubicada a las orillas del río tuscuaza realizando una corta caminata por un sendero interpretativo que conecta a las termas del divino niño, las cascadas el pailón y la cuaza. Estas magníficas aguas termales que antiguamente eran utilizadas por un Cacique llamado Blas Ángel , mientras los indios danzaban y cantaban como pajarillos alegremente alrededor del gran Cacique y posteriormente frecuentada por personas de la localidad, que bajan desde los altos páramos para mejorar la salud quebrantada por el frío los mismos que dicen escuchar notas musicales entonadas por flautas y rondadores mágicos que hace de éste un lugar saludable y místico que atrae a muchos turistas extranjeros, estas aguas

reposan en una pequeña piscina circular natural, y alcanzan una temperatura de 30°C. con altos poderes curativos, donde también se puede disfrutar de su entorno natural como es el hábitat de conejos, armadillos, patos de río, gavilanes, pajarillos y más.

- **Bosque protector Golondrinas**

Es un bosque de transición, ubicado en la parte occidental del Cantón Espejo, con una extensión de 20.000 hras. y una altitud promedio de 2.200m.s.n.m. Existen más de 20.000 especies de plantas y 700 de aves, es un bosque tropical que va desde las orillas de quebradas y ríos hasta las partes altas del Cerro Golondrinas constituyéndose en un gran atractivo por su interés de conservación de su fauna como: la guanta, el cusumbe, la ardilla, mono mangón, mono machín, armadillos, loros, tucanes, gallos de la peña, entre otros. Una gran variedad de plantas como el cedro, el canelo, el yalte, el goalte y muchas más.

- **Balneario La Calera**

Con sus aguas termales y ricas en sales minerales con una temperatura de 28 grados, se ubica a 11 Km del Ángel, enclavado en un valle con un clima agradable al sur de la parroquia San Isidro.

Todos estos sitios turísticos habitualmente son visitados por toda la población del de Carchi siendo así un ingreso bastante fuerte de turistas a la ciudad, también se observa la llegada de turistas internacionales que con gran frecuencia visitan en especial a la Reserva Ecológica El Ángel. (AME, 2016)

1.6.3 Factores socioeconómicos

Población

Según datos estadísticos del último censo del 2010 cuenta con la siguiente población:

Tabla 2. POBLACIÓN SEGÚN SEXO DEL CANTÓN
ESPEJO

Sexo	Cantón Espejo
Hombres	6.527
Mujeres	6.837
Total	13.364

Fuente: (INEC, www.ecuadorencifras.gob.ec, 2010)

Nivel de educación

Tabla 3. NIVEL DE EDUCACIÓN

Analfabetismo	%
1990	10.1%
2001	7.2%
2010	6.2%

Fuente: (INEC, www.ecuadorencifras.gob.ec, 2010)

Como se puede observar en la tabla el nivel de analfabetismo en el cantón de acuerdo a datos del INEC han disminuido, no en una gran cantidad pero es un dato muy importante ya que, esta disminución es resultado de la educación gratuita y la concientización que realiza cada GAD cantonal a sus ciudadanos.

Población por edad

La población por grupos de edad como podemos apreciar en la siguiente tabla dentro del rango de 18 a 60 años existen 10.023 habitantes eso significa que son las tres cuartas partes de la población total.

Tabla 4. POBLACIÓN SEGÚN GRUPOS DE EDAD DEL CANTÓN

Grupos de edad	Cantón Espejo
Niños 0 a 11 años	1614
Adolescentes 12 a 17 años	1727
Jóvenes 18 a 29 años	3116
Adultos 30 a 64 años	4601
Adultos mayores 65 años y más	2306
Total	13364

Fuente: (Inec, 2010)

1.6.4 Factores productivos

Actividad económica

En siguiente cuadro se detalla el tipo de productividad que realiza la cabecera cantonal.

Tabla 5. ACTIVIDADES ECONÓMICAS DEL CANTÓN ESPEJO

Agricultura, ganadería, silvicultura y pesca	53.3%
Comercio al por mayor y menor	8.5%
Enseñanzas	8.1%
Industrias manufactureras	5.7%
Administración pública y defensa	5.4%
Transporte y almacenamiento	3.9%
Construcción	2.3%
Actividades de la atención de la salud humana	2%
Actividades de los hogares como empleados	1.7%
Actividades de alojamiento y servicio de comidas	1.5%
Otros	4.7%

Fuente: (Inec, 2010)

El Ángel su principal actividad productiva es la agricultura y la ganadería debido a que la mayoría de la población está situada en la zona urbana.

Ingreso económico

La actividad que mayor ingreso monetario genera en el cantón es la comercialización al por mayor y al por menor en la siguiente tabla se lo detalla:

Tabla 6. ACTIVIDADES QUE GENERAN MAYO INGRESO

Comercio al por mayor y al por menor - reparación de vehículos automotores y motocicletas	50.2%
Actividades de atención de la salud humana y de asistencia social	15.6%
Enseñanzas	8.4%

Fuente: (INEC, www.ecuadorencifras.gob.ec, 2010)

Población económicamente activa

De acuerdo al Censo 2010, la población económicamente activa en El Ángel fue de 2504 personas que corresponde al 40% de la población total.

La población total de la Parroquia El Ángel de acuerdo al Censo 2010 fue de 6.325 personas (3.281 mujeres y 3.044 hombres). La proyección poblacional al 2016 es de 5.205 personas. Este dato es muy importante debido a que, durante los períodos censales anteriores, la población experimento un decrecimiento, en el inter censal 2001 – 2010 el crecimiento poblacional fue de -1,56%, es decir la población se redujo en un número de 1.120 personas. (SEMPLADES, 2014)

1.6.5 Ofertas existentes

Hostal residencial

En la ciudad de El Ángel se observa tres sitios de hospedaje que son llamados hostal residencial, se encuentran dentro de la ciudad que son pensiones de tercera clase

Hosterías

De igual manera en la misma ciudad cuenta con cuatro hosterías: 2 de primera, 1 de segunda y 1 de tercera clase. Éstas las encontramos especialmente en las zonas rurales de la ciudad.

Motel

Este sitio de hospedaje momentáneo lo encontramos vía a Tulcán a unos 15 min de la ciudad de El Ángel. Aquel lugar es de primera clase debido a su infraestructura y servicios adicionales que ofrece el negocio.

Cabañas

Quienes llegan de turistas ya sean nacionales o internacionales se encuentran con las cabañas escalera al cielo que es un sitio de segunda clase.

La mayor parte de lugares para alojarse en especial las hosterías no se encuentran en la ciudad, sino en sus alrededores o en las zonas rurales, las cabañas y hostales se encuentran en la ciudad.

1.7 Población

La población que se utiliza para este servicio no sólo es de la Ciudad El Ángel o de la Parroquia de San Isidro; se toma en cuenta la población del Cantón Espejo en edades comprendidas entre los 18 a 60 años en adelante, quienes serían clientes potenciales del motel.

La población actual del Cantón Espejo, según el Censo del 2010, es de: 13.364 habitantes, (6.527 hombres y 6.837 mujeres); dentro del rango de las edad 18 a 60 años en adelante hay una población de: 10.023 habitantes dato con el que se calcula la muestra. (INEC, www.inec.gob.ec, 2010)

1.7.1 Proyección de la Población

Tabla 7. PROYECCIÓN DE LA POBLACIÓN CANTÓN ESPEJO

AÑO	TASA DE CRECIMIENTO %	HABITANTES HOMBRES Y MUJERES	HABITANTES DENTRO DEL RANGO 18 A 60 AÑOS DE EDAD
2010	1,67%	13364	10023
2011	1,64%	13583	10187
2012	1,61%	13798	10348
2013	1,58%	14008	10506
2014	1,56%	14218	10663
2015	1,53%	14418	10814
2016	1,56%	14665	10999

Fuente: (countrymeters, 2017)

Para realizar la proyección de la población del Cantón Espejo se tomó en cuenta la tasa de crecimiento del Ecuador dato sustraído del INEC. Ahora con la población que se calcula la muestra es de 10999 habitantes dentro del rango de 18 a 60 años de edad en adelante.

1.7.2 Muestra

Según (Garbiati, 2001, pág. 5) manifiesta que la muestra en la parte de la población que efectivamente se mide, con el objetivo de tener información acerca de toda la población seleccionada. La cual para realizar el cálculo de la muestra se la ejecuta con la siguiente fórmula:

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

N=tamaño de la población 10999

n=tamaño de la muestra

σ =desviación estándar 0,25

Z=nivel de confianza 1,96

e=error 5%

$$n = \frac{10999 \cdot (0,25)^2 \cdot (1,96)^2}{(10999 - 1) \cdot (0,05)^2 + (0,25)^2 \cdot (1,96)^2}$$

$$n = \frac{2640,8599}{27,495 + 0,2401}$$

$$n = \frac{2640,8599}{27,7351}$$

$$n = 95,21 \quad n = 95$$

El tamaño de la encuesta es de 95 habitantes

1.8 Técnicas e instrumentos de investigación

1.8.1 Técnicas:

Encuesta

Se aplicó 95 encuestas a la población del Cantón Espejo que oscila entre 18 a 60 años en adelante, con la finalidad de llegar a un verdadero conocimiento de los aspectos relevantes del negocio, y así determinar la factibilidad del proyecto.

Entrevista

Se aplicó una entrevista al propietario del Motel de Bolívar llamado Les blues quien tiene una demanda bastante favorable, lo que expresa como ha conseguido el éxito de su negocio.

Observación directa

Se observó el espacio físico, infraestructura, confort, la tecnología y el recurso humano con el que cuenta la posible competencia y así constatar con la información obtenida de las otras fuentes.

1.8.2 Instrumentos:

Cuestionario

El cuestionario fue utilizado para redactar las encuestas aplicadas a la población del Cantón Espejo dentro del rango de 18 a 60 años de edad en adelante.

1.9 Evaluación de resultados de las encuestas

1.9.1 Resultados y análisis de muestra

Análisis, tabulación e interpretación de las encuestas aplicadas a la población del Cantón Espejo dentro del rango de 18 – 60 años de edad en adelante.

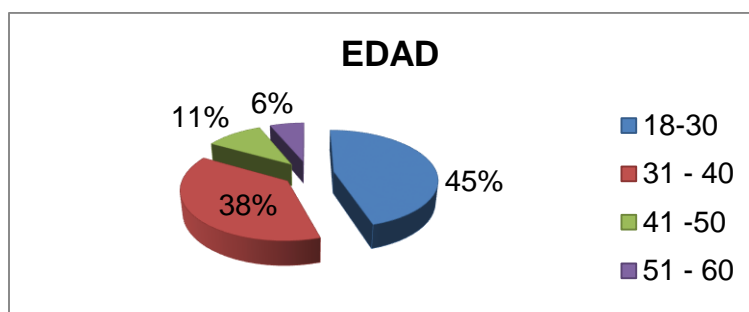
Datos personales

Tabla 8. DATOS GENERALES DE LOS ENCUESTADOS

N°	INDICADORES								
	EDAD			SEXO			NIVEL DE INSTRUCCIÓN		
		F	%		F	%		F	%
1	18 -30	43	45%	FEMENINO	37	39%	SUPERIOR	63	66%
2	31 – 40	36	38%	MASCULINO	58	61%	SECUNDARIA	32	34%
3	41 -50	10	11%						
4	51 – 60 y más	6	6%						
	TOTAL	95	100%		95	100%		95	100%

Fuente: La autora

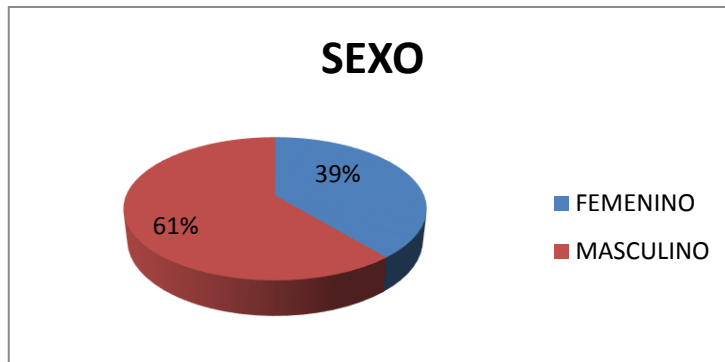
Grafico. 1 EDAD DE LOS ENCUSTADOS



Análisis:

De acuerdo a los resultados de la encuesta realizada a la población del Cantón Espejo la mayoría de las personas están dentro del rango de 18 a 30 años, lo que indica que son personas jóvenes y de fácil adquisición monetaria para acudir a este nuevo negocio.

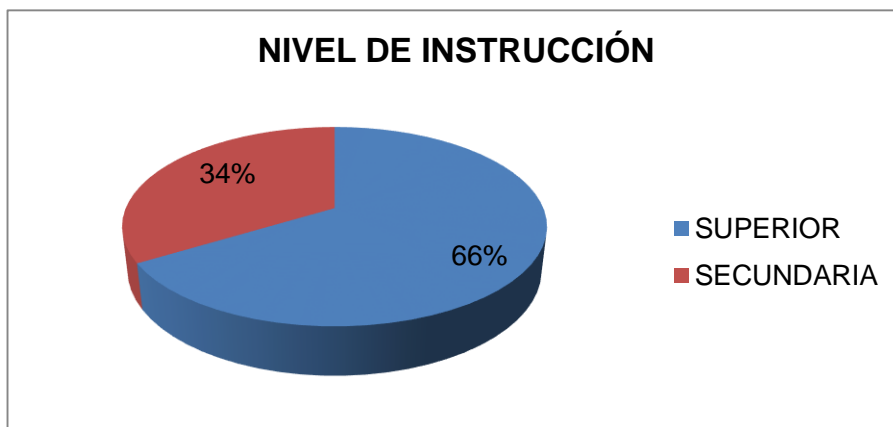
Grafico. 2 SEXO DE LOS ENCUSTADOS



Análisis:

La mayoría de la población encuestada del Cantón Espejo es del género masculino, por lo que fue más fácil que nos generen información concreta y precisa para la construcción del nuevo motel, ya que como mujeres la gran cantidad de ellas mienten o se niegan a contestar tal vez porque no está dentro de su cultura comentar acerca de su intimidad.

Grafico. 3 NIVEL DE INSTRUCCIÓN DE LOS ENCUSTADOS



Análisis:

El nivel de instrucción de la población encuestada fue bastante satisfactorio porque la mayoría de ella tiene una educación superior es decir de tercer nivel, ya que esto

se debe a los avances y gratuidad que genera el gobierno actual para acudir a cualquier institución superior.

¿Usted alguna vez ha visitado un Motel?

Tabla 9. VISITA A UN MOTEL

N°	INDICADORES	F	%
1	SI	85	89%
2	NO	10	11%
	TOTAL	95	100%

Fuente: La Autora

Grafico. 4 VISITAS A UN MOTEL



Análisis:

La mayoría de la población encuestada del Cantón Espejo expresan que si han visitado un motel datos que concuerdan con las estadísticas nacionales del Ecuador que determinan la gran cantidad de personas que visitan estos sitios, debido a diferentes causas como: incomprensión en los hogares, parejas de enamorados y las personas que están de viaje que desean descansar un par de horas.

¿El sitio de hospedaje momentáneo que visitó es dentro o fuera de la ciudad de El Ángel?

Tabla 10. VISITA A UN MOTEL DENTRO O FUERA DE LA CIUDAD

N°	INDICADORES	F	%
1	FUERA	88	93%
2	DENTRO	7	7%
	TOTAL	95	100%

Fuente: La autora

Grafico. 5 VISITA A UN MOTEL DENTRO O FUERA DE LA CIUDAD



Análisis:

La gran parte de la población encuestada menciona que han acudido a sitios de hospedaje momentáneo fuera de la ciudad, lo que se llega a la conclusión de que el tener estos sitios dentro de la ciudad es un conflicto, debido a la normativa municipal y a la vez también porque las personas no lo ven oportuno; de ahí surge la idea de que los moteles se encuentren fuera de la ciudad; todo esto se relaciona con las respuesta de los encuestados; ya que, mencionan que es más favorable implantar un motel fuera de la ciudad.

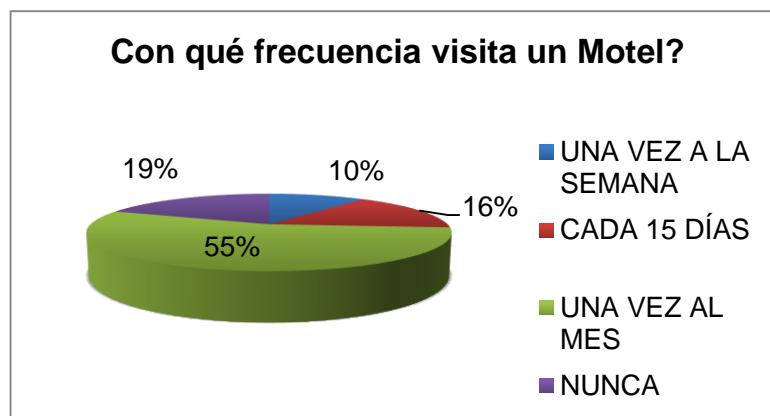
¿Con qué frecuencia visita un Motel?

Tabla 11. FRECUENCIA DE VISITA A UN MOTEL

N°	INDICADORES	F	%
1	UNA VEZ A LA SEMANA	10	11%
2	CADA 15 DÍAS	15	16%
3	UNA VEZ AL MES	52	55%
4	NUNCA	18	19%
	TOTAL	95	100%

Fuente: La autora

Grafico. 6 FRECUENCIA DE VISITA A UN MOTEL



Análisis:

De acuerdo a los datos obtenidos se puede decir que la mayoría de población del Cantón espejo visitan los moteles una vez al mes como promedio pero también se aprecia que un 16% de las personas lo hacen cada quince días y un 11% una vez a la semana dato muy importante para la rentabilidad del nuevo negocio.

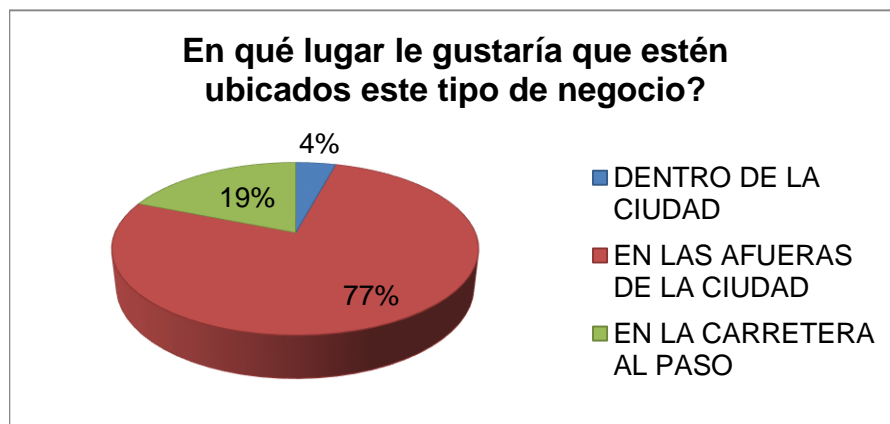
¿En qué lugar le gustaría que esté ubicados este tipo de negocio?

Tabla 12. UBICACIÓN DEL NEGOCIO

N°	INDICADORES	f	%
1	DENTRO DE LA CIUDAD	4	4%
2	EN LAS AFUERAS DE LA CIUDAD	73	77%
3	EN LA CARRETERA AL PASO	18	19%
	TOTAL	95	100%

Fuente: La autora

Grafico. 7 UBICACIÓN DEL NEGOCIO



Análisis:

La mayoría de las personas encuestadas, les gustaría que el nuevo negocio a implantarse esté ubicado en las afueras de la ciudad del Ángel, ya que ellos desean más discreción y privacidad por tal motivo este dato que permite recalcar lo antes mencionado en la pregunta.

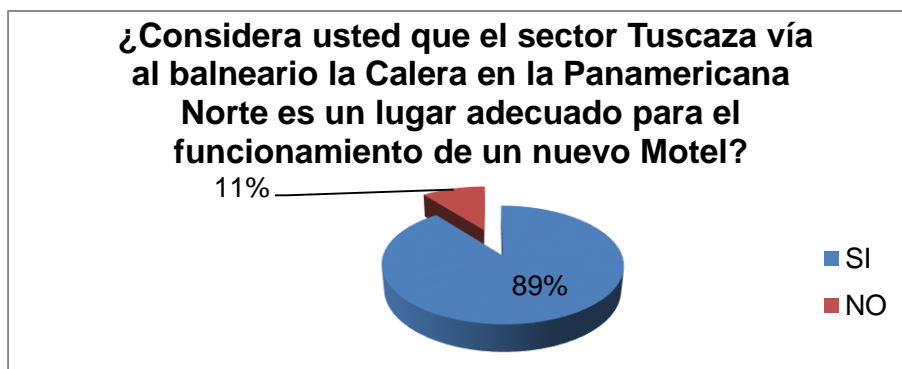
¿Considera usted que el sector Tuscuaza vía al balneario la Calera en la Panamericana Norte es un lugar adecuado para el funcionamiento de un nuevo Motel?

Tabla 13. EL SECTOR TUSCUAZA VIA AL BALNEARIO LA CALERA ES UN LUGAR ADECUADO PARA IMPLANTAR UN MOTEL

N°	INDICADORES	F	%
1	SI	85	89%
2	NO	10	11%
	TOTAL	95	100%

Fuente: La autora

Grafico. 8 EL SECTOR TUSCUAZA VIA AL BALNEARIO LA CALERA ES UN LUGAR ADECUADO PARA IMPLANTAR UN MOTEL



Análisis:

La casi totalidad de las personas encuestadas consideran al sector Tuscuaza un lugar adecuado para implementar un motel, Ya que, la mayoría de moteles se encuentran ubicados vía al norte Tulcán y hacia el sur Ibarra, pero en la pana norte mascarilla – el Ángel no existen este tipo de negocios, por tal motivo se tiene una gran acogida para construir un Motel, debido a que se encuentra en la carretera,

será de fácil acceso y principalmente no estará ni muy lejos ni muy cerca de la ciudad.

¿Usted estaría dispuesto hacer uso de nuestras instalaciones?

Tabla 14. DISPOSICIÓN PARA HACER USO DE LAS INTALACIONES

N°	INDICADORES	f	%
1	SI	76	80%
2	NO	19	20%
	TOTAL	95	100%

Fuente: La autora

Grafico. 9 DISPOSICIÓN PARA HACER USO DE LAS INTALACIONES



Análisis:

De acuerdo a la encuesta aplicada a la población del Cantón Espejo, la gran mayoría de habitantes están dispuestos hacer uso de nuestras instalaciones del nuevo motel. Este resultado se debe a que la ubicación del negocio es la adecuada y aprobada por los mismos; ya que, está situado a las afueras de la ciudad, debido a esta característica tiene una gran acogida por nuestros posibles clientes.

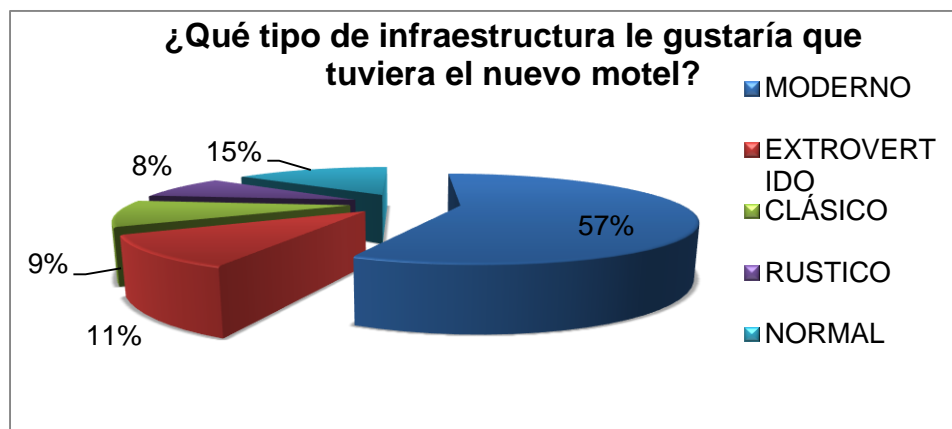
¿Qué tipo de infraestructura le gustaría que tuviera el nuevo motel?

Tabla 15. INFRAESTRUCTURA DE NUEVO MOTEL

N°	INDICADORES	F	%
1	MODERNO	54	57%
2	EXTROVERTIDO	10	11%
3	CLÁSICO	9	9%
4	RUSTICO	8	8%
5	NORMAL	14	15%
	TOTAL	95	100%

Fuente: La autora

Grafico. 10 INFRAESTRUCTURA DEL NUEVO MOTEL



Análisis:

La mayoría de la población encuestada opta que el nuevo motel posea una infraestructura moderna, debido a que estos gustos son de acuerdo a la personalidad, nivel socioeconómico y cultural, es decir que las personas desean sentirse en un ambiente confortable, cómodo para pasar los momentos gratos con su pareja.

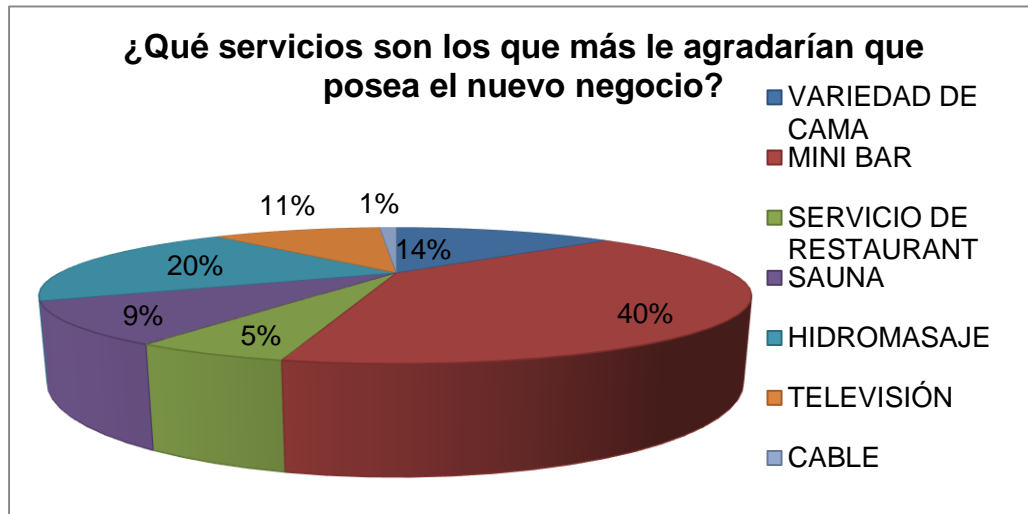
¿Qué servicios son los que más le agradecerían que posea el nuevo negocio?

Tabla 16. SERVICIOS QUE DESEAN QUE POSEA EL NUEVO NEGOCIO

N°	INDICADORES	F	%
1	VARIEDAD DE CAMA	13	14%
2	MINI BAR	38	40%
3	SERVICIO DE RESTAURANT	5	5%
4	SAUNA	9	9%
5	HIDROMASAJE	19	20%
6	TELEVISIÓN	10	11%
7	CABLE	1	1%
	TOTAL	95	100%

Fuente: La autora

Grafico. 11 SEVICIOS QUE DESEAN QUE POSEAN EL NUEVO NEGOCIO



Análisis:

La mayoría de la población desea que el nuevo motel tenga el servicio del mini bar. La problemática de tener todo servicio para la diversidad de clientes se debe a que cada persona tiene gustos y preferencias distintas, y dar gustos a todos los clientes es difícil por los costos; pero podemos definir servicios básicos de acuerdo a los

resultados de la encuesta principalmente en la variedad de cama, mini bar, hidromasaje y televisión.

¿El mini bar le gustaría que este fuera o dentro de la habitación?

Tabla 17. UBICACIÓN DEL MINI BAR

N°	INDICADORES	F	%
1	DENTRO	86	91%
2	FUERA	9	9%
	TOTAL	95	100%

Fuente: La autora

Grafico. 12 UBICACIÓN DEL MINI BAR



Análisis:

La mayoría de las personas encuestadas prefieren que el mini bar este dentro de la habitación, este aspecto es muy importante ya que los clientes potenciales desean privacidad y comodidad al momento de utilizar las instalaciones del nuevo motel a construirse.

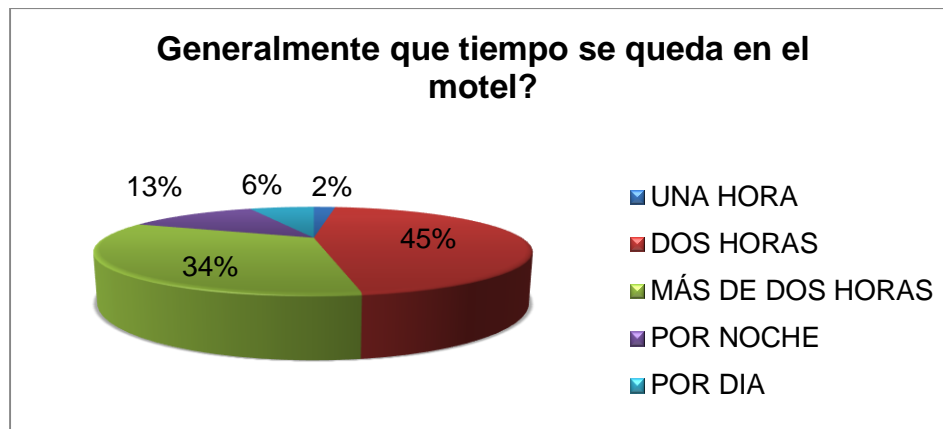
¿Generalmente que tiempo se queda en el motel?

Tabla 18. TIEMPO QUE SE QUEDA EN UN MOTEL

N°	INDICADORES	f	%
1	UNA HORA	2	2%
2	DOS HORAS	43	45%
3	MÁS DE DOS HORAS	32	34%
4	POR NOCHE	12	13%
5	POR DIA	6	6%
	TOTAL	95	100%

Fuente: La autora

Grafico. 13 TIEMPO QUE SE QUEDAN EN UN MOTEL.



Análisis:

Generalmente este hospedaje es momentáneo, no dura mucho tiempo, debido a que las parejas deben regresar a sus trabajos, a sus hogares o continuar con su viaje, la mayoría de personas se quedan entre dos horas y más de dos horas; lo cual es un tiempo relativamente corto en función al servicio que brinda un hotel que es de 24 horas. Por tal motivo los moteles generalmente definen un número máximo de 5 horas; lo que representa un beneficio económico para los propietarios en virtud de que en un día podrían entrar 4 parejas en cada habitación o más.

¿Qué precio está dispuesto a pagar por el hospedaje que le garantiza privacidad y ante todo higiene en sus habitaciones?

Tabla 19. PRECIO QUE ESTA DISPUESTO A PAGAR

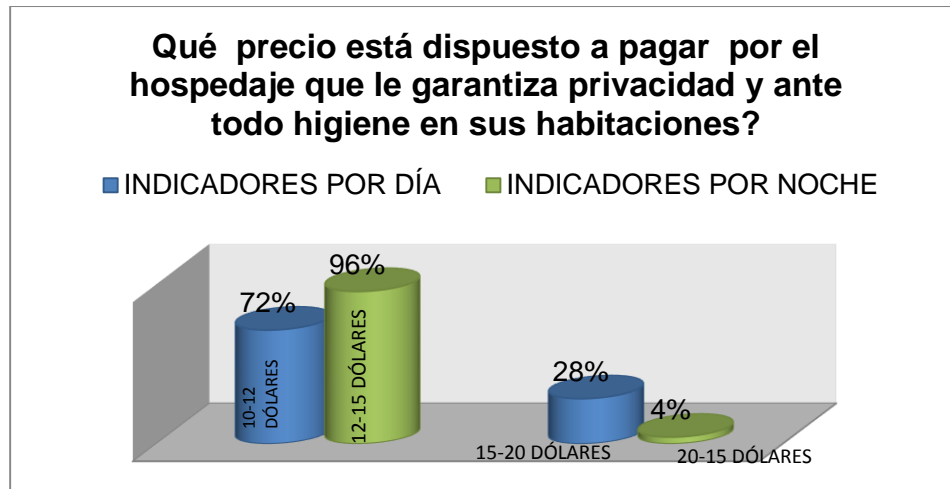
N°	INDICADORES POR DÍA	f	%
1	10 -12 DÓLARES	68	72%
2	12 - 15 DÓLARES	27	28%
	TOTAL	95	100%

Elaborado por : La autora

N°	INDICADORES POR NOCHE	f	%
1	15 -20 DÓLARES	91	96%
2	20 - 25 DÓLARES	4	4%
	TOTAL	95	100%

Elaborado por : La autora

Grafico. 14 PRECIO QUE ESTA DISPUESTO A PAGAR



Análisis

El problema de muchos comercios es que las personas no tengan poder monetario para pagar lo que vale un bien o un servicio; debido a las limitaciones que muchos pueden tener; pero vemos que en el caso de la utilización de los moteles las

personas buscan el dinero a toda costa para ganar unos momentos de tranquilidad junto a su pareja, reflejando así que la mayoría están dispuestos a pagar por día entre 12 a 15 dólares y en la noche de 15 a 20 dólares, dato que es favorable para implantar el nuevo negocio.

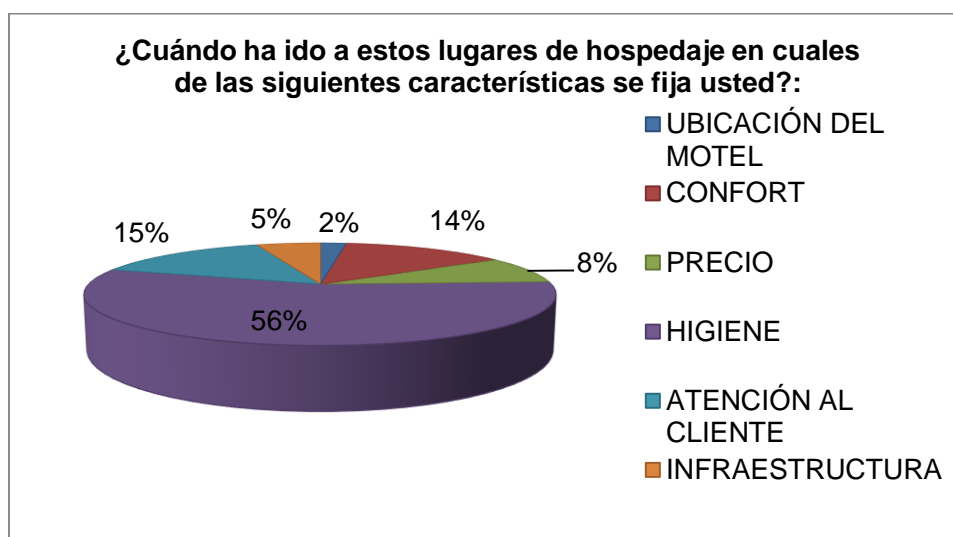
¿Cuándo ha ido a estos lugares de hospedaje en cuales de las siguientes características se fija usted?:

Tabla 20. CARACTERISTICAS DEL MOTEL

N°	INDICADORES	f	%
1	UBICACIÓN DEL MOTEL	2	2%
2	CONFORT	13	14%
3	PRECIO	8	8%
4	HIGIENE	53	56%
5	ATENCIÓN AL CLIENTE	14	15%
6	INFRAESTRUCTURA	5	5%
	TOTAL	95	100%

Fuente: La autora

Grafico. 15 CARACTERISTICAS DEL MOTEL



Análisis:

Este dato refleja que la gran mayoría de los usuarios buscan las características esenciales como higiene, confort, infraestructura, atención al cliente entre otras, esto son características generales que todo tipo de negocio similar al motel debe tener con el fin de satisfacer al cliente.

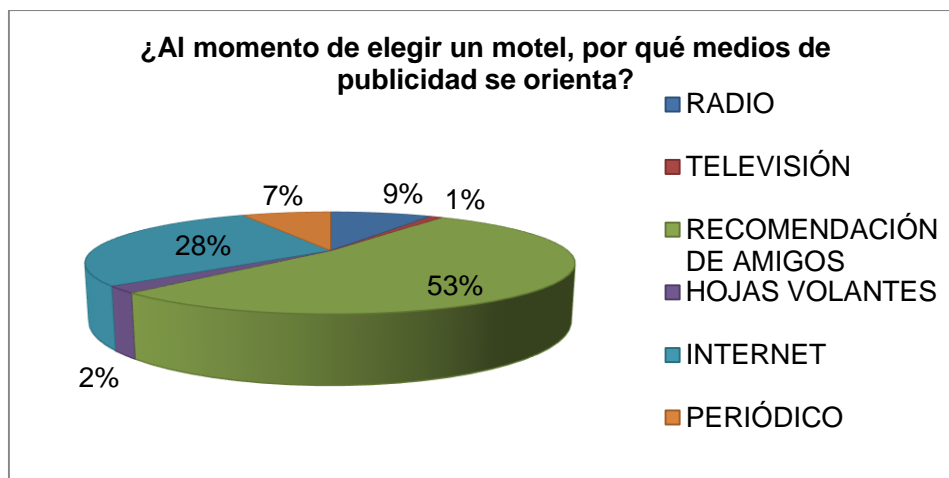
¿Al momento de elegir un motel, por qué medios de publicidad se orienta?

Tabla 21. PUBLICIDAD DEL NEGOCIO

N°	INDICADORES	f	%
1	RADIO	8	8%
2	TELEVISIÓN	1	1%
3	RECOMENDACIÓN DE AMIGOS	50	53%
4	HOJAS VOLANTES	2	2%
5	INTERNET	27	28%
6	PERIÓDICO	7	7%
	TOTAL	95	100%

Fuente: La autora

Grafico. 16 PUBLICIDAD DEL NEGOCIO



Análisis:

La gran cantidad de las personas encuestadas dicen que llegan a un motel gracias a las recomendaciones de amigos o familiares. En la mayoría de estos negocios es sumamente difícil la publicidad, porque se sale del contexto convivencial y social; que no agrada a la mayoría de personas; la publicidad más utilizada es dar excelente servicio para que un cliente pueda dar referencias positivas a sus amigos y posiblemente se cree una cuenta en redes sociales u hojas volantes como publicidad discreta y persuasiva.

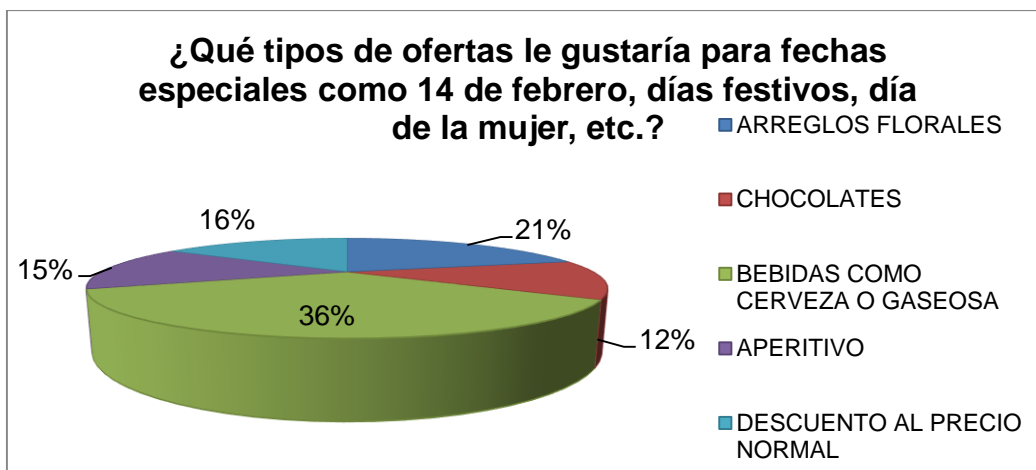
¿Qué tipos de ofertas le gustaría para fechas especiales como 14 de febrero, días festivos, día de la mujer, etc.?

Tabla 22. OFERTAS DEL NEGOCIO

N°	INDICADORES	f	%
1	ARREGLOS FLORALES	20	21%
2	CHOCOLATES	12	13%
3	BEBIDAS COMO CERVEZA O GASEOSA	34	36%
4	APERITIVO	14	15%
5	DESCUENTO AL PRECIO NORMAL	15	16%
	TOTAL	95	100%

Fuente: La autora

Grafico. 17 OFERTAS DEL NEGOCIO



Análisis

En fechas especiales como el 14 de febrero que son días muy concurridos y románticos los clientes desean estar un momento grato con su pareja así como también en días festivos, día de la mujer entre otros eventos; razón por la cual la mayoría de la población encuestada está de acuerdo con que se les brinde bebidas como cerveza o gaseosa.

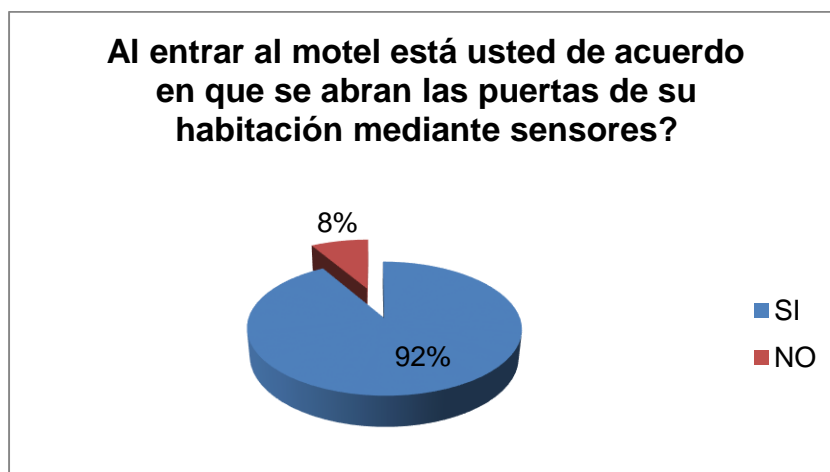
¿Al entrar al motel está usted de acuerdo en que se abran las puertas de su habitación mediante sensores?

Tabla 23. SENSORES DE LA HABITACIÓN DEL MOTEL

N°	INDICADORES	f	%
1	SI	87	92%
2	NO	8	8%
	TOTAL	95	100%

Fuente: La autora

Grafico. 18 SENSORES DE LA HABITACIÓN DEL MOTEL



Análisis

En este tipo de negocios es muy importante la privacidad y la discreción de los empleados hacia los clientes; ya que, si una pareja acude a este sitio es por las razones antes mencionadas, por este motivo la mayoría de la población aceptan

que las puertas del motel para ingresar a su habitación se abran a través de sensores.

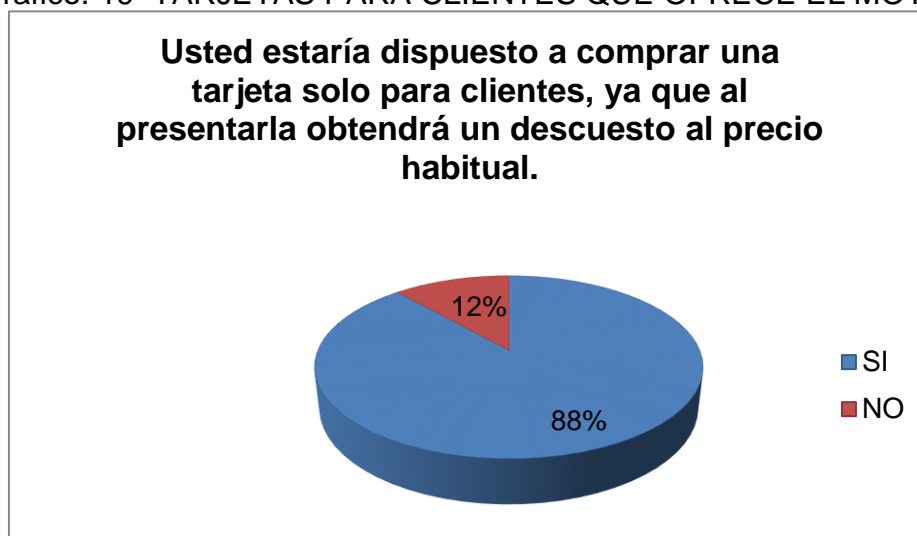
¿Usted estaría dispuesto a comprar una tarjeta solo para clientes, ya que al presentarla obtendrá un descuento al precio habitual?

Tabla 24. TARJETA PARA CLIENTES QUE OFRECE EL MOTEL

N°	INDICADORES	f	%
1	SI	84	88%
2	NO	11	12%
	TOTAL	95	100%

Fuente: La autora

Grafico. 19 TARJETAS PARA CLIENTES QUE OFRECE EL MOTEL



Análisis:

En el nuevo motel, una manera de tener clientes fieles es la adquisición de una tarjeta la cual le obsequia un descuento al precio habitual. Publicidad que es aceptada por la población encuestada.

1.9.2 Entrevista

ENTREVISTADO: Propietaria del Les blues Motel

ENTREVISTADOR: Srta. Emma Tulcanaza

FECHA: 15 de octubre del 2016

¿Cuál piensa usted que son las razones por las que las parejas utilizan los moteles?

Las personas que más utilizan este tipo de negocio son porque en la mayoría de los casos tienen parejas ocasionales, con las cuales desean estar a solas en un lugar cómodo, agradable y principalmente privado.

¿Qué forma de inversión utilizó para iniciar su negocio?

Mi negocio lo inicié hace cuatro años y fue a través del financiamiento de una entidad bancaria de la ciudad de Tulcán, a más de ello tuve que vender un restaurant para cubrir el faltante para la construcción del negocio. Pero gracias a Dios en menos de dos años pude pagar el crédito bancario y también volver con el negocio del restaurant.

¿Qué características administrativas ha aplicado en su negocio para tener el éxito que hoy tiene su MOTEL?

En mi negocio existe una estructura organizacional interna con el gerente propietario, un contador, los trabajadores de limpieza de las habitaciones y los de lavado y planchado. Al contar con una organización es dar cumplimiento a las funciones que a cada uno le corresponden han ayudado a la rentabilidad del negocio y a la vez no tener ningún tipo de problemas.

¿Qué sugerencias daría para emprender un motel en la panamericana norte sector Tuscuaza vía al balneario la Calera?

Personalmente pienso que todo lugar es bueno, a muchos clientes les gusta cerca de la ciudad, a otro alejado de ella; lo que verdaderamente importa es la calidad del servicio que se dé, es decir principalmente en la discreción y privacidad. Creo que

el sector Tusculana es un lugar muy bueno con mucho potencial turístico ya que está guiado hacia el balneario La Calera lo que permite que la gente observe el negocio y tengan la intuición de utilizar las instalaciones.

¿Cuáles son los costos del servicio en su motel por hora y por noche y el promedio de visitas al día?

Por cuestión de privacidad de la información no podría darle este dato, pero los costos son accesibles a los clientes de toda condición social, por lo cual este negocio ha tenido éxito que me ayudado a cubrir el préstamo bancario y recuperar mi restaurant.

En cuanto al número de visitas diarias nosotros tenemos un promedio de 25 personas para 12 habitaciones.

Conclusión

La dueña del motel Les Blues manifiesta que está en proyección de construir tres habitaciones más ya que con las que tiene no satisface a la demanda existente, dice también que en días feriados o fechas importantes en especial día de la mujer, 14 de febrero, cumpleaños los clientes siempre piden como aperitivo cerveza o bien esta arreglos florares, pero la mayoría de las personas consumen lo que hay en el mini bar que tiene cada habitación.

De igual manifiesta que tuvo un llamado de atención por parte de la policía nacional; debido a que aquellos lugares entran menores de edad, pero ella no lo sabe identificar ya que su negocio tiene éxito gracias a la discreción y privacidad que brinda a cada pareja que entra y sale del motel.

Por tal motivo he llegado a la conclusión que para construir un motel y tener rentabilidad positiva lo más importante es que los trabajadores administrativos como de servicios deben ser discretos y dar un buen servicio, siendo así el motel es muy acogido por la sociedad.

1.10 Análisis AOOD

A través del Matriz AOOD se hace la síntesis de la información adquirida de las encuestas datos que permiten analizar los aliados, oponentes, oportunidades y riesgos del presente proyecto.

1.10.1 Aliados

- La oportunidad de trabajar en terreno que es propiedad de la autora.
- Factibilidad de que las instituciones financieras den el préstamo necesario para financiar el presente proyecto
- Proveedores directos de materia prima para la construcción.
- Profesional dispuesto al diseño inmediato de los planos para la construcción.
- Aporte económico personal.
- Mano de obra directa.
- Vía de accesos óptimos.

1.10.2 Oponentes

- Existencia de hostales y residenciales con costos que son sumamente bajos.
- Aspectos de regulación para el funcionamiento del negocio.
- Motel existente a 15 minutos donde estará ubicado el nuevo negocio.
- Costos elevados de la maquinaria y equipos a utilizarse en la construcción del motel.

1.10.3 Oportunidades

- Existencia de gran demanda para estos lugares momentáneos.
- Lugar estratégico para la implementación del nuevo negocio.
- Crear nuevas plazas de trabajo al momento de requerir personal para atender el negocio.
- Mano de obra a bajo costo por estar dentro de una zona urbana.
- Posibilidad de ampliar el negocio de acuerdo a la gran demanda existente que visita aquellos lugares.

- Aceptación de la población para la construcción de un motel en el sector Tuscuaza vía al balneario la Calera.
- La mayoría de habitantes del cantón Espejo visitan los moteles de forma permanente, por lo que el presente proyecto será rentable.

1.10.4 Riesgo

- Falta de poder adquisitivo de las personas por efectos de la crisis social, económica del Ecuador.
- Falta de dinero para culminar la construcción del motel.
- Condiciones inseguras de la frontera

1.11 Determinación de oportunidades de inversión

Los lugares momentáneos existentes en la ciudad del ángel no satisfacen las necesidades de las personas que acuden a los mismos, ya que requieren de un lugar que les brinde privacidad, calidez y confort y lo más importante no esté ubicado dentro de la ciudad, lo que provoca que los moradores salgan a otras ciudades en busca de aquel servicio.

Con todo lo analizado se determina que en la última década se ha producido un constante crecimiento en la generación de este tipo de negocio, siendo éstos rentables y según resultados de las encuestas aplicadas a la población del cantón espejo se tiene todas las garantías y condiciones necesarias para que este nuevo negocio sea desarrollado en el sector Tuscuaza que está en las afueras de la ciudad del Ángel y además está cerca del balneario la Calera; sitio ideal para la ejecución del proyecto.

Por todo lo expuesto el estudio nos permitió diagnosticar aspectos importantes que determinan la necesidad de crear un motel a las afueras de la ciudad del Ángel cabecera cantonal.

“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN MOTEL EN LA CIUDAD DE EL ÁNGEL, CANTÓN ESPEJO, PROVINCIA DEL CARCHI”

2. CAPITULO II MARCO TEÓRICO

2.1 Estudio de factibilidad

2.1.1 Concepto

Su principal objetivo es determinar en base en los estudios de mercado, la viabilidad o éxito financiero del proyecto, es decir, la posibilidad cierta de que se generen los beneficios económicos futuros de acuerdo con el comportamiento de los mercados y a las inversiones realizables para hacer del proyecto n negocio en marcha. (Reyes, 2014, p. 83)

Un estudio de factibilidad permite detectar la viabilidad de proyecto a través del estudio de mercado donde se identifica el comportamiento del mercado y su competencia, teniendo como consecuencia de esto la probabilidad de éxito y mayores posibilidades para la realización del proyecto.

Para dar inicio un proyecto para la construcción de un Motel en el sector Tuscuaza, del cantón Espejo, significa invertir recursos económicos, técnicos y humanos. Como bien sabemos los recursos siempre son limitados, por tal motivo es necesario tomar una buena decisión para tener éxito en el negocio.

2.1.2 Objetivos del estudio de factibilidad

Los objetivos del estudio de factibilidad que (Reyes, 2014, p. 84) menciona son:

- Obtener beneficios económicos
- Generar flujo de fondos que le permita afrontar otro proyecto
- Mejorar condiciones sociales o de infraestructura
- Generar mayor valor de la firma
- Lograr un óptimo aprovechamiento de los recursos existentes
- Posicionar un producto en el mercado.

Aquellos objetivos detallados por Reyes nos dice que pasos seguir para realizar un estudio de factibilidad y que éste sea rentable con el fin de aprovechar los recursos existentes para implantar un producto o servicio que haga falta y que sea beneficioso para la sociedad y el inversionista.

2.1.3 Componentes del estudio de factibilidad

Los componentes de este presente estudio de factibilidad se profundizan a través del análisis de los siguientes aspectos: estudio de mercado, técnicos y financieros que son de gran ayuda para que el inversionista tome buenas decisiones.

Estudio de mercado

El estudio de mercado en los proyectos de inversión privados, busca cuantificar los bienes y/o servicios que la empresa debe producir y vender para satisfacer las necesidades del consumidor final. En los proyectos públicos, los esfuerzos se orientan hacia el mejoramiento de las condiciones económicas y sociales de la comunidad que se beneficia con el proyecto. (Uribe, 2010, pág. 21)

El estudio de mercado es un paso fundamental para dar inicio un proyecto de inversión que le permite conocer lo que debe hacer para satisfacer las necesidades actuales y futuras del consumidor final. Así también se tiene proyectos públicos que son aquellos que buscar mejorar las condiciones tanto sociales como económicas de la sociedad beneficiada.

Estudio técnico

En el estudio de mercado se obtiene la información que sirve de base para definir el tamaño del plan de negocio y su localización. La selección de la dimensión real óptima es fundamental en la cuantificación de las inversiones en el proyecto y en la proyección de sus costos operativos. (Uribe, 2010, pág. 49)

En el estudio técnico se refleja toda la información recopilada en el estudio de mercado que nos permite diseñar el tamaño y la localización del negocio a construirse, donde se requiere de procesos, recurso tecnológicos y demás herramientas necesarias para la inversión del proyecto.

Estudio financiero

“En el estudio financiero de un plan de negocio, intervienen una serie de variables que, al ser evaluadas, permite escoger la mejor alternativa. Entre las variables a considerar se encuentran el análisis detallado de las inversiones necesarias para ponerlo en funcionamiento, los ingresos que se esperan generar, los costos de producción, gastos de operación y financiamiento”. (Uribe, 2010, pág. 79)

Con respecto al estudio financiero se detalla la mejor alternativa a utilizarse para el desarrollo del proyecto donde, donde se toma en cuenta algunas variables como son los ingresos, los costos de producción, gastos operacionales y lo más importante de todo este estudio es la realización del financiamiento para cubrir con la finalización de la construcción del nuevo negocio.

2.2 La empresa

2.2.1 Concepto

“La empresa define, según la Real Academia Española, como una unidad de organización dedicada a actividades industriales, mercantiles o de prestación de servicios con fines lucrativos” (Cruz, 2014, pág. 17)

Una empresa es una organización cuya finalidad es realizar actividades de producción, económicas o prestación de servicios con fines lucrativos que está formada por un capital propio y si es necesario un financiamiento bancario para ponerla en marcha.

2.2.2 Clasificación de la empresa

Según (Cruz, 2014, pág. 28) clasifica a las empresas de la siguiente manera:

Según la actividad

Industriales

La actividad primordial de este tipo de empresas es la producción de bienes mediante la transformación de la materia o extracción de materias primas. Las industrias, a su vez, se clasifican en:

Extractivas. Cuando se dedican a la explotación de recursos naturales, ya sea renovable o no renovable. Ejemplos de este tipo de empresas son las pesqueras, madereras, mineras, petroleras, etc.

Manufactureras: Son empresas que transforman la materia prima en productos terminados, y pueden ser:

- De consumo final. Producen bienes que satisfacen de manera directa las necesidades del consumidor. Por ejemplo: prendas de vestir, alimentos, aparatos eléctricos, etc.
- De producción. Estas satisfacen a las de consumo final. Ejemplo: maquinaria ligera, productos químicos, etc.

Comerciales

Son intermediarias entre productor y consumidor; su función primordial es la compra/venta de productos terminados. Pueden clasificarse en:

- Mayoristas: Venden a gran escala o a grandes rasgos.
- Minoristas (detallistas): Venden al menudeo.
- Comisionistas: Venden de lo que no es suyo, dan a consignación.

Servicios

Son aquellas que brindan servicio a la comunidad que a su vez se clasifican en:

- Transporte
 - Turismo
 - Instituciones financieras
 - Servicios públicos (energía, agua, comunicaciones)
 - Servicios privados (asesoría, ventas, publicidad, contable, administrativo)
- Educación, Finanzas, Salubridad, Estética

Todas estas definiciones dadas según su actividad nos ayuda a saber qué tipo de empresa se debe constituir y a la vez nos deja claro cómo vamos a comercializar

nuestro bien o servicio con la finalidad de tener rentabilidad positiva con el nuevo negocio.

Según la forma jurídica

Empresas individuales: si solo pertenece a una persona. Esta puede responder frente a terceros con todos sus bienes, es decir, con responsabilidad ilimitada, o sólo hasta el monto del aporte para su constitución, en el caso de las empresas individuales de responsabilidad limitada. Es la forma más sencilla de establecer un negocio y suelen ser empresas pequeñas o de carácter familiar.

Empresas societarias o sociedades: constituidas por varias personas. Dentro de esta clasificación están: la sociedad anónima, la sociedad colectiva, la sociedad comanditaria y la sociedad de responsabilidad limitada. Las cooperativas u otras organizaciones de economía social.

Estas de igual manera nos ayudan a definir qué tipo de empresa seremos ya sea conformada con socios o individualmente, ya si es empresa individual las responsabilidades son limitadas y si es una empresa societaria son de economía social es decir todos tienen responsabilidades iguales y a la vez repartición de ganancias o pérdidas.

Según su dimensión

No hay unanimidad entre los economistas a la hora de establecer qué es una empresa grande o pequeña, puesto que no existe un criterio único para medir el tamaño de la empresa. Los principales indicadores son: el volumen de ventas, el capital propio, número de trabajadores, beneficios, etc. El más utilizado suele ser según el número de trabajadores. Este criterio delimita la magnitud de las empresas de la forma mostrada a continuación:

- Microempresa: si posee 10 o menos trabajadores.
- Pequeña empresa: si tiene un número entre 11 y 50 trabajadores.
- Mediana empresa: si tiene un número entre 51 y 250 trabajadores.
- Gran empresa: si posee más de 250 trabajadores.

Según su ámbito de actuación

En función del ámbito geográfico en el que las empresas realizan su actividad, se pueden distinguir.

- Empresas locales
- Regionales
- Nacional
- Multinacionales
- Transnacionales
- Mundial

Según la titularidad del capital

Empresa privada. Si el capital está en manos de accionistas particulares (empresa familiar si es la familia, empresa autogestionada si son los trabajadores, etc.)

Empresa pública. Si el capital y el control están en manos del Estado

Empresa mixta: si la propiedad es compartida

De igual manera definimos que tipo de empresa sacaremos al mercado ofreciendo un producto o servicio.

Según la cuota de mercado que poseen las empresas

Empresa aspirante

Aquella cuya estrategia va dirigida a ampliar su cuota frente al líder y demás empresas competidoras, y dependiendo de los objetivos que se plantee, actuará de una forma u otra en su planificación estratégica.

Empresa especialista

Aquella que responde a necesidades muy concretas, dentro de un segmento de mercado, fácilmente defendible frente a los competidores y en el que pueda actuar casi en condiciones de monopolio. Este segmento debe tener un tamaño lo suficientemente grande como para que sea rentable, pero no tanto como para atraer a las empresas líderes.

Empresa líder

Aquella que marca la pauta en cuanto a precio, innovaciones, publicidad, etc., siendo normalmente imitada por el resto de los actuantes en el mercado.

Empresa seguidora

Aquella que no dispone de una cuota suficientemente grande como para inquietar a la empresa líder.

2.2.3 El empresario

Define al empresario como aquel individuo inteligente, que promueve la excelencia personal, profesional asegura que se alcanza niveles superiores de liderazgo y eficiencia en las empresas, a través del autoconocimiento, la seguridad de uno mismo y el autocontrol, el compromiso la integridad y la habilidad de comunicarse con los demás. (Zorrilla, 2009, pág. 4)

Bien el empresario es tener la capacidad de estar al mando de cualquier empresa prestadora de servicio o bien, que tiene seguridad de el mismo para poder poseer el mando de gerencia, con mayor cumplimiento y facilidad a la vez tener poder de comunicación con sus empleados.

Un buen empresario es aquel que toma decisiones correctas para cumplir con los objetivos que la empresa se ha planteado y así tener éxito en el negocio.

2.2.4 Administración de la empresa

Administración es el proceso de diseñar y mantener un entorno en el que, trabajando en grupos, los individuos cumplan eficientemente objetivos específicos. (Correa, 2009, pág. 6)

Esta se aplica en todo tipo de organización ya sea en empresas con fines de lucro o no lucrativas el objetivo de la administración es cumplir de manera eficiente los objetivos de la entidad, ya que ésta tiene ya formado su grupo de personas, es decir, cada área debe cumplir con sus metas establecidas para el rendimiento positivo del negocio.

Al estudiar la administración es de gran utilidad dividirla en cuatro funciones: planeación, organización, dirección y control en las cuales es necesario aplicar conocimientos para conseguir cada función. Es por tal motivo que los principios, conceptos, teorías y técnicas de la administración se organizan en cuatro funciones.

También podemos decir que todos los administradores tienen como finalidad de generar un superávit en la organización, cada individuo persigue la productividad de la misma lo que esto implica la eficiencia y eficacia de la empresa.

Proceso administrativo

Los partidarios de la escuela del proceso administrativo consideran la administración como una actividad compuesta de ciertas sub-actividades que constituyen en proceso administrativo único. Este proceso administrativo formado por cuatro funciones fundamentales: planeación, organización, ejecución y control.

- **La planeación.** Para determinar los objetivos en los cursos de acción que van a seguirse.
 - **La organización.** Para distribuir el trabajo entre los miembros del grupo y para establecer y reconocer las relaciones necesarias.
 - **La ejecución.** Por los miembros del grupo para que lleven a cabo las tareas prescritas con voluntad y entusiasmo.
 - **El control.** De las actividades para que se conformen con los planes.
- (Aguilar, 2009, pág. 4)

El proceso administrativo es una de las principales actividades que se debe realizar en una organización, si el gerente hace bien su trabajo es probable que se cumpla con todas las metas y objetivos planteados, aquí se habla del desempeño gerencial ya que se mide de acuerdo al cumplimiento de la secuencia del proceso administrativo, logrando así una estructura organizacional diferencial.

2.2.5 Formalización de la empresa

Registro y licencias del gobierno

“Los registros y licencias son otorgados a través de sus Ministerios y Organismos Des-concentrados. La finalidad de éstos es cautelar y supervisar la actividad empresarial para evitar perjuicios a la colectividad, así como controlar y fiscalizar el cumplimiento de obligaciones tributarias y laborales. (Harold, 2009, pág. 11)

Los registros a los que debe acudir toda organización que inicia sus actividades son:

- **Registro único de contribuyentes (RUC)** El trámite se realiza en el Servicio de Rentas Internas.
- **Instituto ecuatoriano de seguridad social (IESS)** Obtención de la cédula patronal para realizar los pagos de los derechos laborales, seguro médico y pensión.
- **Ministerio de trabajo** Inscripción de trabajadores en la Inspectoría de Trabajo.

Las licencias del gobierno central más importantes para el buen funcionamiento del negocio son:

- **Permiso sanitario** Licencia otorgada por la Dirección General de Salud del Ministerio de Salud Pública. Los requisitos generales son sencillos de cumplir. Existen requisitos adicionales que varían de acuerdo al tipo de actividad.
- **Licencia ambiental** Es la autorización que otorga el Ministerio del Ambiente, para la ejecución de una actividad que pueda afectar el medio ambiente. (Harold, 2009, pág. 94)

Licencias municipales

“Tienen por finalidad velar por el crecimiento ordenado y seguro de la actividad empresarial dentro de su competencia territorial, aunque en algunos casos se trata simplemente de un impuesto”. (GADM-E, 2016)

En la Municipalidad las licencias más importantes son:

- **Permiso sanitario de funcionamiento** El trámite demora 15 días hábiles. Sólo se puede obtener el permiso hasta el 30 de junio de cada año; pasada esa fecha debe pagarse mora. Para la solicitud sanitaria el usuario debe cumplir con 91 medidas sanitarias que son revisadas por un inspector, de lo contrario éste otorga 30 días para que se corrijan las observaciones.
- **Patente municipal** El trámite es sencillo y se realiza ante la Dirección Financiera Municipal. La tasa equivale al 1% del capital hasta US\$ 10,000; 100 más el 1.2% sobre el excedente entre 10,000 y 20,000; 220 más el 1.4% sobre el excedente entre 20,000 y 30,000.
- **Comercio en espacio de circulación pública** Es una licencia para realizar comercio minorista en la vía pública, lo que la propia Municipalidad denomina “comercio informal”. El trámite demora 15 días laborables. De conformidad con las ordenanzas vigentes del Comité Administrativo del comercio informal, éste se reserva el derecho de autorizar o negar el permiso, así como de asignar el sitio de ocupación de acuerdo al plan de manejo y uso del suelo, normas higiénicas sanitarias, reglamentaciones y políticas vigentes. El permiso es personal, intransferible y se otorga a quien atiende el negocio.

Este tipo de documentos son muy importantes realizarlos para poner en marcha el nuevo negocio, ya que así no tendrá ningún tipo de complicaciones tanto con la autoridad del Cantón como también con los posibles clientes.

2.3 El mercado

Un mercado es una institución social en la que los bienes y servicios, así como los factores productivos, se intercambian libremente. (Potts, 2009, pág. 17)

De acuerdo a la información obtenida menciona que mercado es aquel lugar en el que se compran y se venden productos, bienes o servicios; donde se utiliza el dinero como factor de intercambio. En los mercados siempre vamos a encontrar dos tipos de agentes un vendedor y otro comprador.

2.3.1 Mecanismo de mercado

“Aunque es concebible diseñar una economía que responda a un modelo puro del mercado a la hora de tomar decisiones fundamentales, ante determinado tipo de problema económico. El sistema de producción capitalista moderno con alto grado de división del trabajo, necesita de un conjunto donde se compren y vendan los bienes producidos” (Tello, 2010, pág. 56)

Mecanismo de mercado, según las palabras de Adam Smith, es una especie de “mano invisible” que reglamenta las respuestas dadas a las tres cuestiones bases estudiadas por la economía: “el qué”, “el cómo” y “para quien” es producido un bien, producto o servicio.

En conclusión, el mecanismo de mercado en realidad es doble ya que por una parte es un mecanismo que procesa información para asignar el producto, bien o servicio en cierta organización y por otro lado es un mecanismo para re-coordinar y hacer crecer el nuevo negocio.

2.3.2 Tipos de mercado

“En la mayoría de los mercados los compradores y los vendedores se encuentran frente a frente. Pero la proximidad física no es un requisito imprescindible para conformar un mercado”. (Mercados, 2013)

Ciertos mercados son simples y de transacción directa, así como en otros casos el intercambio es complejo. En todos estos casos está de por medio el precio ya que este valor monetario cumple con funciones básicas como son: suministrar información y proveer incentivos.

Mercado de competencia perfecta

Un mercado de competencia perfecta es una representación idealizada de los mercados de bienes y servicios en la que la interacción recíproca de la oferta y la demanda determina el precio. Aquí existen muchos compradores y vendedores, de forma que ninguna parte ejerce influencia decisiva sobre el precio. El mercado determina el precio y las empresas se deben acatar a esto, a partir de esto cada

empresa producirá la cantidad que indique su curva de oferta para ese precio, ésta se verá condicionada por sus costos de producción. Para obtener mayores beneficios se debe recurrir al máximo aprovechamiento de la tecnología, siempre renovando. (Mercados, 2013)

El mercado es perfecto cuando existen muchos vendedores y compradores, a la vez su producto es homogéneo donde existe entrada y salida de empresas y decisiones independientes, tanto de los oferentes como los demandantes quienes no son capaces de manipular e imponer el precio del bien, producto o servicio.

Mercado de competencia imperfecta

“Una empresa es de competencia imperfecta cuando las empresas oferentes influyen individualmente en el precio del producto de la industria. Las empresas concurrentes no actúan como precio-aceptantes, sino como precio-oferentes, puesto que, de alguna forma, imponen los precios que rigen en el mercado”. (Lefcovich, 2010, pág. 29)

Cabe recalcar que la característica fundamental de la competencia perfecta es que los oferentes y demandantes no tienen la capacidad de manipular el precio de un cierto bien, producto o servicio. Pero de acuerdo la definición sucede lo contrario no actúan como precio aceptante si no como precio oferentes; lo que quiere decir, que cuando existen pocos vendedores o un solo inciden en el precio al que ellos deseen para beneficio personal.

Monopolio

“El monopolio es una estructura de mercado donde únicamente existe una sola empresa vendedora de un producto único, constituyéndose por tanto en la industria”. (Mercados, 2013)

Es decir, el consumidor está en capacidad de comprar a aquella empresa o se queda sin el producto, bien o servicio. Ya que si está en el mercado monopolista no tiene sustitutivos cercanos.

Para ser un monopolio efectivo debe cumplir con algunas condiciones:

- Contratos exclusivos
- Tamaño de mercado
- Control de administración de materias primas
- Propiedades de procesos, marcas y patentes del producto
- Política de precios.

Monopolista

Monopolista es un tipo de competencia en la que existe una cantidad significativa de productores actuando en el mercado sin que exista un control dominante por parte de ninguno de estos en particular. En este caso es que se presenta una diferenciación del producto. (Mercados, 2013)

Es un mercado de fácil entrada y salida a la industria por parte de los productores y competidores donde se aprecia la capacidad de control de los precios basándose en la calidad de cada producto, bien o servicio.

Oligopolio

Es una forma de mercado en la cual éste es dominado por un pequeño número de vendedores debido a que hay pocos participantes en este tipo de mercado, cada oligopólico está al tanto de las acciones de los otros. Las decisiones de una empresa, afecta o influencia las decisiones de las otras. Por medio de su posición ejercen un poder de mercado provocando que los precios sean más altos y la producción sea inferior. (Mercados, 2013)

Las empresas mantienen dicho poder evitando la competencia, es por ello que existe una constante lucha para poder llevarse la mayor parte del mercado, mediante la toma de buenas decisiones; es decir, aplicando estrategias y teniendo en cuenta las fortalezas y debilidades de cada organización.

2.4 Oferta y demanda

2.4.1 Demanda

“El término demanda se refiere al número de unidades de un bien o servicio que los clientes están dispuestos a comprar durante un periodo específico y bajo un conjunto dado de condiciones”. (Rodríguez, 2009, pág. 7)

La demanda es la cantidad de mercancías que los consumidores están dispuestos a comprar dependiendo del precio, la utilidad que les asignen a cada bien, o servicio, ya que pueden existir mercancías sustitutivas y complementarias que se los puede adquirir en otro lugar.

También la demanda se expresa gráficamente a través de la curva de la demanda donde se determina como influye la demanda ante el aumento o disminución del precio. Es decir, indica que existe una relación inversa entre el precio y la cantidad demandada.

2.4.2 Oferta

“La oferta en un mercado está constituida por el número de unidades del bien o servicio que todos los participantes en ese mercado están dispuestos a vender. Esta cantidad ofrecida crece al aumentar el precio del bien en cuestión tal y como muestra en la curva de oferta, que indica las cantidades máximas de los productores están dispuestos a vender a cada precio del bien”. (Sánchez, 2008, pág. 32)

Para realizar un breve análisis de la oferta de bienes es estrictamente necesario acercarse al comportamiento de los productores quienes venden bienes o servicios en cualquier mercado. El objetivo principal de esto es perseguir a los agentes que son beneficiosos, a través de los procesos productivos que se desarrollan y están dispuestos a vender.

La ley de la oferta menciona que, ante el aumento de precio de un bien o servicio los productores tienden a sentirse incentivados para ofrecer su mercancía ya que tendrá mayores ganancias al hacerlo.

2.5 Determinación del precio

“En algunos casos el precio lo determina un organismo gubernamental, en otros casos el mismo es fijado por el mercado como producto del libre juego de la oferta y la demanda, en otros casos si bien es fijado por el mercado, la competencia monopólica permite cierto grado de variación”. (Vide, 2013, pág. 23)

En función del tipo de mercado en el cual este la empresa en la capacidad de hacer frente a los proveedores, clientes y competidores fijará un determinado precio, el mismo que tendrá relación con el coste del bien o servicio.

Las empresas lo determinan el precio de manera tradicional es decir de acuerdo de los costes del bien o servicio. Actualmente existe una gran libertad de fijación de precios en algunos casos se opta por competir en base al diseño y la diferenciación en otros mediante la política de precio de competidores directos y sustitutos.

2.5.1 Enfoques generales a la determinación de precios

Determina varios aspectos importantes en la determinación de precios:

Determinación del precio en base al costo. - Consiste en añadir un margen de utilidad estándar al costo del producto. Fabricación igualmente al momento de comercializarlo.

Determinación del precio en base al valor.- Es la determinación del precio en base a las percepciones de los compradores del valor y no del precio del producto.

Determinación del precio en base a la competencia.- El precio se basa en gran parte a los precios del competidor y presta menos atención a sus propios costos.

Determinación del precio de nuevos productos. - el precio de productos nuevos está en base al costo del producto.

Determinación del precio por capas de mercado. - Es la determinación de un precio elevado para un producto nuevo, con el fin de obtener los ingresos máximos capa por capa de los segmentos que están dispuestos a pagar un precio elevado.

Determinación del precio de penetración del mercado.- Determinación de un precio bajo para un nuevo producto para atraer mayor número de compradores y lograr una participación más grande en el mercado. (Vide, 2013, pág. 24)

Todas aquellas determinaciones existen hoy en día dentro del mercado para asignar el precio de un bien o servicio.

2.6 Competencia

Competidor será todo aquel que comercialice productos o servicios que satisfagan una misma necesidad. (Uribe, 2010, pág. 32)

Competencia es identificada con respecto a las características del producto o servicio que se lo oferta fijándonos en indicadores como son precio, calidad, aceptación de la parte demandante y lo más importante el posicionamiento en mercado.

2.7 Fundamentos económicos

2.7.1 Presupuesto de inversión

El proyecto parte de los estudios mercadeo, técnico, financieros y termina con la puesta en marcha aquel negocio y sus fases son:

Financiamiento

“Se designa con el término de Financiamiento al conjunto de recursos monetarios y de crédito que se destinarán a una empresa, actividad, organización o individuo para que los mismos lleven a cabo una determinada actividad o concreten algún proyecto, siendo uno de los más habituales la apertura de un nuevo negocio”. (Morales, 2014, pág. 45)

Ejecución y montaje

Comprende al conjunto de actividades para la construcción del nuevo negocio, tales como son la compra del terreno, la cimentación física, compra e instalaciones de equipos, contratación de personal entre otros factores necesarios para la ejecución del proyecto.

Puesta en marcha

Se denomina también Etapa de Prueba consiste en el conjunto de actividades con la finalidad de determinar las deficiencias, defectos e imperfecciones de las instalaciones, a fin de realizar las correcciones del caso y poner en marcha a la empresa.

2.7.2 Costo de oportunidad

El coste de oportunidad es el valor de la mejor alternativa posible a la que se renuncia para llevar una acción o decisión económica. Cuando los individuos son relacionados toman multitud de decisiones en las que intervienen los costes de oportunidad de forma más o menos conscientes. (Pindyck, 2009, pág. 247)

Se dice que si el mercado funciona de manera eficiente, los costes de oportunidad deben estar acoplados a los precios de las cosas y teniendo en cuenta mucho a la hora de asignar los recursos, es decir, el este costo recoge tanto costos explícitos en los que se incurre a un agente económico y a la vez como los costos implícitos que se argumentan en sus decisiones económicas.

La conclusión podemos decir que el costo de oportunidad que tiene el capital invertido en una organización es lo que el empresario deja de ganar en la mejor alternativa posible, a esto los economistas lo denominan costo de oportunidad.

2.7.3 Aspectos contables

Balance general

El balance general o estado de situación financiera es un reporte financiero que funge como una fotografía al reflejar la situación financiera de una empresa a una fecha determinada. Está conformado por las cuentas activo (lo que la empresa posee), pasivo (deudas) y la diferencia entre estos es el patrimonio o capital contable. (Corponet, 2015)

Este reporte por lo común es realizado al final del ejercicio de la empresa de manera que es llamado balance final, sin embargo la información es necesariamente

importante que se los realice con una periodicidad mensual, trimestral, semestral para un mejor seguimiento.

Las partidas del balance general están conformadas por la ecuación siguiente:

$$\text{Activos} = \text{Pasivos} + \text{Capital contable}$$

Los términos de esta ecuación se definen como los activos que son los recursos económicos de los que se espera que se beneficien las entradas futuras como por ejemplo el efectivo, los inventarios y el equipo.

En cambio, los pasivos son aquellas obligaciones que poseen la empresa con terceros, o los reclamos contra sus activos. Como son: deudas contra el banco los contadores utilizan el término documento por pagar para la descripción de existencia de pagarés. El capital contable es el interés de los reclamos contra los activos de la organización después de restar los pasivos.

Balance de comprobación

Menciona que es un cuadro o documento contable que enlista los movimientos y los saldos de todas y cada una de las cuentas del mayor y que se prepara con el objetivo de comprobar o verificar si todos los cargos y abonos de los asientos del diario han sido registrados en las cuentas de mayor respetando la doble partida. (Mailxmail, 2010)

El balance comprobación es la contabilidad de la empresa en un determinado periodo es decir actúa como base a la hora de preparar las cuentas anuales. Este comienza en la realización de las sumas de las anotaciones de cada cuenta, tanto en el haber como en el debe donde se obtiene el saldo de cada cuenta.

Estado de pérdidas y ganancias

Dice que en el estado de resultados se informa de los ingresos y gastos de un periodo, con base en el concepto de vinculación, el cual se aplica al confrontar los gastos con el ingreso generado durante un periodo. El estado de resultados también informa el excedente de ingresos sobre los gastos incurridos. (Coral, 2000, pág. 20)

El excedente del ingreso sobre los gastos se lo llama ingreso neto o el término más utilizado utilidad neta. Se dice q si los gastos exceden a los ingresos es una pérdida neta.

2.8 Indicadores financieros

La finalidad de realizar estos cálculos es de conocer en forma anticipada como es el comportamiento del plan de negocio, desde el punto de vista financiero y poder junto con el cálculo de otros indicadores, tomar la decisión de llevarlo a la práctica o no, si el plan de negocio resulta viable o no. (Uribe, 2010, pág. 163)

Aquellos indicadores financieros son los que nos facilitan evaluar un proyecto de acuerdo a su comportamiento financiero, con la finalidad de determinar la forma anticipada si tal proyecto es factible o no.

2.8.1 Valor actual neto

Coinciden en: “procede de la expresión inglesa Net present value. El acrónimo es NPV en inglés y VAN en español. Es un procedimiento que permite calcular el valor presente de un determinado número de flujos de caja futuros, originados por una inversión. La metodología consiste en descontar al momento actual, es decir, actualizar mediante una tasa todos los flujos de caja futuros del proyecto. A este valor se le resta la inversión inicial de tal modo que el valor obtenido es el valor actual neto del proyecto”. (Gava, 2008, pág. 28)

Fórmula de cálculo del Valor Actual Neto:

$$VAN = \sum_{t=1}^n \frac{V_t}{(1+k)^t} - I_0$$

V_t = representa los flujos de caja en cada periodo t.

I_0 = es el valor del desembolso inicial de la inversión.

N = es el número de períodos considerado.

k = es el tipo de interés.

Si el proyecto no tiene riesgo se toma como referencia la renta fija, ya que con el VAN se estima si la inversión es factible para invertir y en otros casos se utiliza el coste de oportunidad.

Cuando el VAN toma un valor igual a 0, k pasa a llamarse TIR tasa interna de retorno que es la rentabilidad que nos está proporcionando el proyecto.

Una organización suele comparar distintas alternativas para saber si un proyecto es conveniente o no. Por lo general la alternativa con el VAN más alto es el mejor para la empresa pero no siempre tiene que ser así, hay casos en las que la entidad elige un proyecto con VAN más bajo esto se debe a razones de la imagen que le aportará a la empresa, por motivos estratégicos u otros que en aquel momento le interese a la misma.

2.8.2 Tasa interna de retorno

Coinciden que, La tasa interna de retorno o tasa interna de rentabilidad (TIR) de una inversión, está definida como la tasa de interés con la cual el valor actual neto o valor presente neto (VAN o VPN) es igual a cero. El VAN o VPN es calculado a partir del flujo de caja anual, trasladando todas las cantidades futuras al presente. Es un indicador de la rentabilidad de un proyecto, a mayor TIR mayor rentabilidad.

Comúnmente la TIR se utiliza para decidir sobre la aceptación o rechazo de un proyecto de inversión. Para ello se compara con una tasa mínima, coste de oportunidad utilizado para comparar la TIR será la tasa de rentabilidad libre de riesgo y si la tasa de rendimiento del proyecto expresada por la TIR supera la tasa mínima, se acepta la inversión y si es lo contrario se rechaza. (Brealey, 2006, pág. 114)

Fórmula de cálculo de la Tasa Interna de Retorno

$$VAN = \sum_{t=1}^n \frac{V_F t}{(1 + TIR)^t} - I_0 = 0$$

V_{Ft} es el Flujo de caja en el periodo t .

Por el teorema del binomio

$$(1 + r)^{-n} \approx 1 - n * r$$

$$I = Q_1 * (1 - r) + \dots + Q_n * (1 - n * r)$$

$$I - (Q_1 + \dots + Q_n) = -r * (Q_1 + \dots + n * Q_n)$$

De donde:

$$r = \frac{-I + \sum_{i=1}^n Q_i}{\sum_{i=1}^n i * Q_i}$$

2.8.3 Periodo de recuperación de inversión (PRI)

El periodo de recuperación consiste en determinar los flujos netos del proyecto anualmente (ingresos generados en efectivo menos todos los gastos relativos, también en efectivo) y traerlos al valor presente a una tasa de descuento igual al costo ponderado del capital de la empresa. De ahí se obtiene el plazo en que los flujos del proyecto cubrirían las inversiones del mismo, también valor presente. (Reyes, 2014, pág. 100)

$$\text{Tiempo de recuperación } I_0 = \frac{100}{TIR \text{ del proyecto}}$$

El periodo de recuperación es aquel indicador de inversión que mide la liquidez y el riesgo relativos del proyecto que nos permite anticipar los eventos a corto plazo. A la vez es un método que en el corto plazo puede ser uno de los favoritos de las personas a la hora de evaluar su proyecto que se obtiene de la división inicial para los beneficios netos del proyecto dato extraído del valor presente del mismo.

2.8.4 Relación beneficio costo (RBC)

Este criterio de análisis permite traer a valor presente la inversión inicial del plan de negocio, comparándola con los costos en que su ejecución se espera incurrir para

determinar si los beneficios están por encima de los costos o viceversa. (Uribe, 2010, pág. 131)

Este indicador toma los ingresos y egresos presentes netos del estado de resultados para determinar cuáles son los beneficios por cada dólar invertido en el proyecto, es decir, si el resultado es mayor a uno el proyecto es rentable caso contrario no es conveniente invertir.

2.9 Propuesta estratégica

2.9.1 Organigrama

Refleja la estructura de la empresa, en cuanto a funciones y relaciones que desempeña cada uno de los empleados, aquí se definen las tareas, atribuciones y funciones de cada uno de los cargos asignados a los trabajadores de la organización. (Galindo, 2011, pág. 124)

El organigrama es la estructura fundamental que toda empresa debe poseer, señalando las unidades, niveles jerárquicos y como se interrelacionan entre sí. Esto nos permite definir las tareas, responsabilidades y atribuciones que tiene cada cargo para cumplir con los objetivos establecidos en la organización.

2.9.2 Tipos de organigrama.

Según (Zuani, 2012, pág. 124) clasifica al organigrama de la siguiente manera:

Por su naturaleza._ este grupo se divide en tres tipos de organigrama.

- **Microadministrativos:** corresponden a una sola organización y pueden referirse a ella en forma global.
- **Macroadministrativos:** Involucra a más de una organización.
- **Mesoadministrativos:** Considera una o más organizaciones de un mismo sector o actividad específico.

Por su finalidad._ Este grupo se divide en cuatro *tipos de organigramas*:

- **Informativo:** Se denominan de este modo a los organigramas que se diseñan con el objetivo de ser puestos a disposición de todo público.
- **Analítico:** Este tipo de organigrama tiene por finalidad el análisis de determinados aspectos del comportamiento organizacional, como también de cierto tipo de información que presentada en un organigrama permite la ventaja de la visión macro o global de la misma.
- **Formal:** Se define como tal cuando representa el modelo de funcionamiento planificado o formal de una organización, y cuenta con el instrumento escrito de su aprobación.
- **Informal:** Se considera como tal, cuando representando su modelo planificado no cuenta todavía con el instrumento escrito de su aprobación.

2.9.3 Misión

Es el marco de referencia máximo de una organización para lograr sus objetivos. Es un enunciado preciso del tipo de negocio que nos lleva a identificar las ventajas competitivas en el mercado permitiendo saber qué papel desempeña la empresa, para quién lo hace, por qué existe la compañía y cómo realiza ese papel. (Herrera, 2012, pág. 34)

La misión expresa la razón de ser de la organización, donde se define los negocios que pretende competir la compañía y los clientes. Esta misión debe estar bien redactada ya que es la diferenciación de las demás para q los interesados sepan a qué se dedica la empresa.

2.9.4 Visión

La visión es el enunciado del estado deseado en el futuro para la organización. Provee dirección y forja de la empresa estimulación acciones concretas en el presente. (Münch, 2010, pág. 42)

La visión es la descripción de lo que la empresa pretende alcanzar a mediano o largo plazo, señalando donde queremos llegar con límite de tiempo, acciones y si es posible también se realiza la estimación de los recursos con los que puede lograr en un futuro.

2.9.5 Objetivos

Permite establecer los planes de acción en que incurrirá la empresa, a corto, mediano y largo plazo. Los objetivos deben ser medibles, claros, alcanzables y realizables en el tiempo proyectado. (Galindo, 2011, pág. 51)

Los objetivos son aquellas actividades que la empresa debe alcanzar mediante la misión q son de gran ayuda para q estos sean medibles, claros, alcanzables y realizables en un futuro.

2.9.6 Valores

Pautas de conducta o principios que orientan la conducta de los individuos en la empresa. Los valores deben compartirse y aplicar por todos los miembros de la empresa. (Münch, 2010, pág. 62)

Los valores son principios que todo miembro de la empresa debe cumplir ya que refleja la conducta y la diferenciación entre las empresas. Los valores de mayor relevancia son la honestidad, solidaridad y educación de los mismos.

2.9.7 Políticas

Son todas las normas que promulga la empresa, que le permiten direccionar sus actuaciones hacia un objetivo determinado. (Galindo, 2011, pág. 62)

Las políticas le permiten a la empresa direccionar todas las actuaciones con la finalidad de alcanzar el objetivo planteado por la empresa mediante compromisos individuales y colectivos.

3. CAPITULO III ESTUDIO DE MERCADO

3.1 Introducción

Considerando que los moteles en nuestro medio son de gran provecho tanto en lo social como en lo económico; ya que, existe una gran demanda que acuden a estos sitios, tal motivo en este capítulo permite determinar los posibles clientes del nuevo negocio y que inclusive se detalla si las características del servicio son las adecuadas para los mismos quienes serán beneficiarios del presente proyecto.

En el estudio de mercado se detalla el comportamiento de los posibles consumidores en lo referente a la cantidad de la oferta y la cantidad de personas que adquirirá el bien a producir por el proyecto, mediante estrategias de precio y comercialización teniendo en cuenta la competencia existente y a la vez se alinea a un buen posicionamiento del servicio en el mercado.

Para concluir, este estudio nos facilita obtener información necesaria sustraída de la población del Cantón Espejo, con respecto al precio, las necesidades, gustos y preferencias de los potenciales clientes de acuerdo a esto no se debe olvidar la competencia existente que son factores que ayudan a determinar estrategias de mercado y un buen posicionamiento para el servicio que se va a ofertar.

3.2 Objetivos

3.2.1 Objetivo General

Realizar una investigación de mercado, con la realización de encuestas, entrevista y fichas de observación que permita la determinación de la demanda potencial, oferta, tarifas, competencias y formas de comercialización del servicio en el Cantón Espejo, sector Tuscuaza vía al balneario la calera.

3.2.2 Objetivos Específicos

- Diagnosticar los aspectos a través de las encuestas que se relacionan al servicio que ofrece el nuevo negocio.

- Realizar la investigación mediante fichas de observación de la oferta existente en el Cantón Espejo.
- Establecer la demanda que el motel tiene mediante la información obtenida de las encuestas aplicadas a la población del mismo.
- Elaborar el análisis de precios del servicio a ofertar para determinar la mejor alternativa competitiva frente a los lugares momentáneos existentes en el sector a través de los datos obtenidos de la encuesta
- Plantear estrategias de comercialización con la ayuda de toda la información obtenida para dar a conocer el nuevo motel.

3.3 Identificación del producto o servicio

El nuevo motel se enfoca principalmente en satisfacer las necesidades de las personas que acuden a estos sitios. El servicio contará con una infraestructura lujosa con modernas instalaciones, con un personal altamente capacitado para brindar un excelente servicio de seguridad, confort, higiene de las habitaciones que estará acompañadas de un mini bar, baños panorámicos, hidromasaje, camas muy confortables y pantallas LCD y todo lo necesario para convertir la estadía en una experiencia única, donde el amor y la satisfacción harán que se conviertan en nuestros huéspedes fieles.

A la vez todos los aspectos antes marcados contribuyen a optimizar tiempo y gastos de los potenciales clientes; ya que, el servicio está ubicado en el Cantón Espejo, cabe recalcar que su ubicación es a las afueras de la Ciudad, lugar estratégico que es aceptado por la población encuestada.

3.4 Determinación de la población

Para determinar el número de personas a quienes se aplica la encuesta se toma en cuenta a la población que está dentro del rango de 18 a 60 años de edad en adelante del Cantón Espejo que está conformado por 10999 habitantes (ver Tabla N° 7 del capítulo I).

3.5 Determinación de la muestra

La población que se toma en cuenta para la determinación de la muestra son las 10999 habitantes del Cantón Espejo, dato sustraído del último censo 2010. Los mismos que son identificados como beneficiarios directos del presente estudio de mercado y que a la vez permite que el proyecto adquiriera beneficios económicos al brindar este tipo de servicio a la ciudadanía.

3.6 Cálculo de la muestra

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

N=tamaño de la población 10999

n=tamaño de la muestra

σ =desviación estándar 0,25

Z=nivel de confianza 1,96

e=error 5%

$$\begin{aligned} n &= \frac{10999 \cdot (0,25)^2 \cdot (1,96)^2}{(10999 - 1) \cdot (0,05)^2 + (0,25)^2 \cdot (1,96)^2} \\ n &= \frac{2640,8599}{27,495 + 0,2401} \\ n &= \frac{2640,8599}{27,7351} \\ n &= 95,21 \qquad n = 95 \end{aligned}$$

El tamaño de la encuesta es de 95 habitantes

3.7 Tabulación y análisis de datos

Una vez realizado el análisis de la encuesta en el CAPÍTULO I de una muestra de 95 habitantes del Cantón Espejo, se obtiene como resultados lo que menciona en las tablas desde la N° 9 hasta la tabla N°27, se determina que la mayoría de la población acepta la creación de un motel en las afueras de la ciudad del Ángel; ya que, esto les ahorra tiempo y gastos debido a que las personas que acuden a estos lugares momentáneos tienen que hacerlo fuera de la ciudad. De igual manera se obtuvo una gran aceptación a que la infraestructura del motel sea moderna, debido a que estos gustos son de acuerdo a la personalidad, nivel socioeconómico y cultural de las personas quienes desean sentirse en un ambiente confortable, cómodo y lo más importante privacidad (ver tabla N° 16 del capítulo I).

A continuación, se presenta los datos más relevantes de la encuesta aplicada a los habitantes de cantón, donde se identifica factores que nos permite determinar si el proyecto es aceptado o rechazado.

Visita a un motel

Tabla 25. VISITA A UN MOTEL

N°	INDICADORES	F	%
1	SI	85	89%
2	NO	10	11%
	TOTAL	95	100%

Fuente: La autora

Grafico. 20 VISITAS A UN MOTEL



Análisis:

La mayoría de la población encuestada del cantón espejo expresan que si han visitado un motel datos que concuerdan con las estadísticas nacionales del Ecuador que determinan la gran cantidad de personas que visitan estos sitios, debido a diferentes causas como: incomprensión en los hogares, parejas de enamorados y las personas que están de viaje y desean descansar un par de horas.

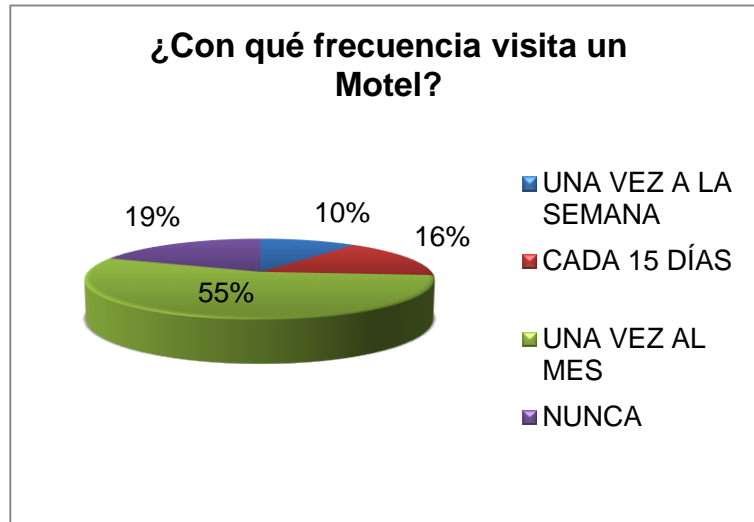
Frecuencia de visita a un motel

Tabla 26. FRECUENCIA DE VSITA A UN MOTEL

N°	INDICADORES	F	%
1	UNA VEZ A LA SEMANA	10	11%
2	CADA 15 DÍAS	15	16%
3	UNA VEZ AL MES	52	55%
4	NUNCA	18	19%
	TOTAL	95	100%

Fuente: La autora

Grafico. 21 FRECUENCIA DE VISITA A UN MOTEL



Análisis:

De acuerdo a los datos obtenidos podemos decir que la mayoría de población del Cantón espejo visitan los moteles una vez al mes como promedio pero también se apreció que un 16% de las personas lo hacen cada quince días y un 11% una vez a la semana dato muy importante para la rentabilidad del nuevo negocio.

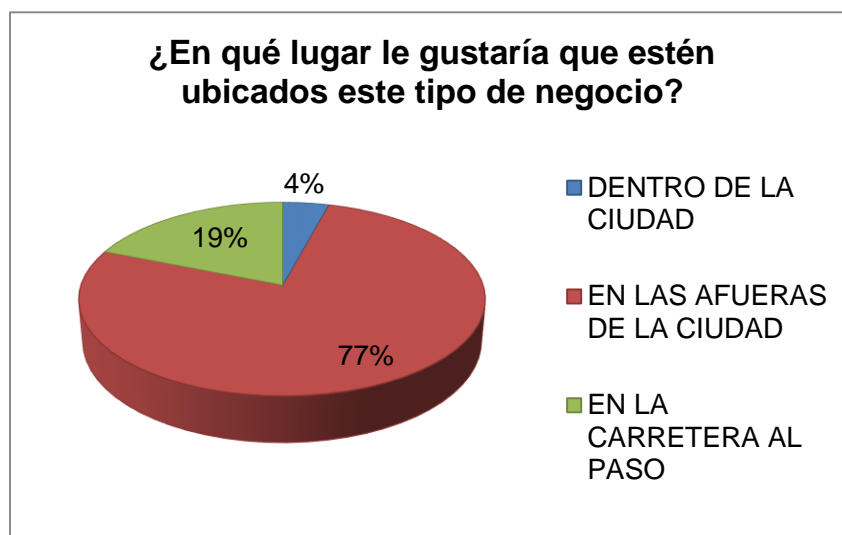
Ubicación del negocio

Tabla 27. UBICACIÓN DEL NEGOCIO

N°	INDICADORES	f	%
1	DENTRO DE LA CIUDAD	4	4%
2	EN LAS AFUERAS DE LA CIUDAD	73	77%
3	EN LA CARRETERA AL PASO	18	19%
	TOTAL	95	100%

Fuente: La autora

Grafico. 22 UBICACIÓN DEL NEGOCIO



Análisis:

La mayoría de las personas encuestadas, les gustaría que el nuevo negocio a implantarse esté ubicado en las afueras de la ciudad del Ángel, ya que ellos desean más discreción y privacidad por tal motivo este dato permite recalcar lo antes mencionado en la pregunta.

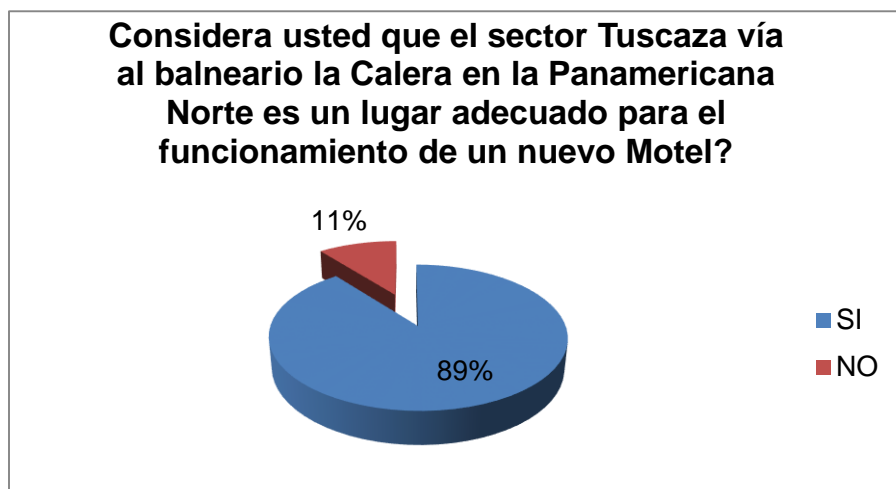
Aceptación o rechazo para implantar un nuevo motel en el sector Tuscuaza

Tabla 28 EL SECTOR TUSCUAZA VIA AL BALNEARIO LA CALERA ES UN LUGAR ADECUADO PARA IMPLANTAR UN MOTEL

N°	INDICADORES	F	%
1	SI	85	89%
2	NO	10	11%
	TOTAL	95	100%

Fuente: La autora

Grafico. 23 EL SECTOR TUSCUAZA VIA AL BALNEARIO LA CALERA ES UN LUGAR ADECUADO PARA IMPLANTAR UN MOTEL



Análisis:

La casi totalidad de las personas encuestadas consideran al sector Tuscuaza un lugar adecuado para implementar un motel, Ya que, la mayoría de moteles se encuentran ubicados vía al norte Tulcán y hacia el sur Ibarra, pero en la pana norte mascarilla – el Ángel no existen este tipo de negocios, por tal motivo se tiene una gran acogida para construir un Motel, debido a que se encuentra en la carretera, siendo de fácil acceso y principalmente no está ni muy lejos ni muy cerca de la ciudad.

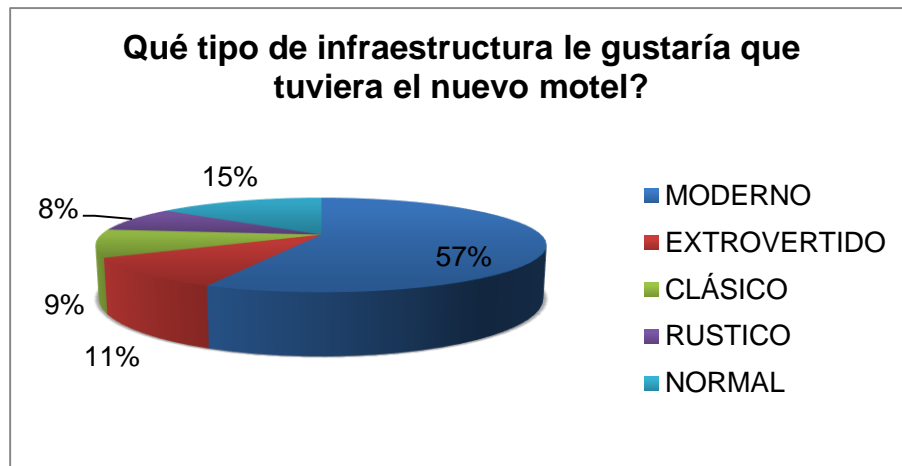
Infraestructura del nuevo motel

Tabla 29. INFRAESTRUCTURA DE NUEVO MOTEL

N°	INDICADORES	F	%
1	MODERNO	54	57%
2	EXTROVERTIDO	10	11%
3	CLÁSICO	9	9%
4	RUSTICO	8	8%
5	NORMAL	14	15%
	TOTAL	95	100%

Fuente: La autora

Grafico. 24 INFRAESTRUCTURA DEL NUEVO MOTEL



Análisis:

La mayoría de la población encuestada opta que el nuevo motel posea una infraestructura moderna, debido a que estos gustos son de acuerdo a la personalidad, nivel socioeconómico y cultural, es decir que las personas desean sentirse en un ambiente confortable, cómodo para pasar los momentos gratos con su pareja.

3.8 Mercado meta

Para el desarrollo del presente proyecto se toma como mercado meta a la población del Cantón Espejo que está dentro del rango de 18 a 60 años de edad en adelante, en el cual se pretende captar el 77% de dicho mercado, dato obtenido de la Tabla N° 12 del capítulo I, donde responden que prefieren que el nuevo negocio este a las afueras de la ciudad, por tal motivo es que no acuden a las residenciales que existen dentro de la misma.

Con la construcción del motel genera beneficios directos a los habitantes del Cantón; ya que, reduce tiempo y gasto para transportarse a este tipo de sitios momentáneos y a la vez se brindará privacidad y confort con la finalidad de cumplir con las expectativas de los clientes potenciales.

3.9 Tipo de segmentación

El segmento de mercado se lo realiza de acuerdo a las características de las personas que visitarán el nuevo motel, en este caso está enfocado a los 10999 habitantes que están dentro del rango de 18 a 60 años de edad en adelante del Cantón Espejo entre mujeres y hombres, con la finalidad de satisfacer las necesidades de los mismos.

3.10 Análisis de la demanda

A través de los datos obtenidos del último censo realizado en el 2010, menciona que el Cantón Espejo cuenta con 10023 habitantes y proyectados al año 2016 son 10999 habitantes que están dentro del rango 18 a 60 años de edad en adelante, permitiendo tomar una muestra para aplicar la respectiva encuesta con el fin de detectar la aceptación o rechazo al servicio que pretende ofertar el presente proyecto, y así poder establecer la demanda potencial.

Para determinar la demanda efectiva del proyecto se analiza que el 89% (ver tabla N°14 del capítulo I) de la población consideran al sector Tuscuza es un lugar adecuado para implementar un motel, mismo que es objeto de estudio para el presente proyecto.

3.10.1 Demanda actual

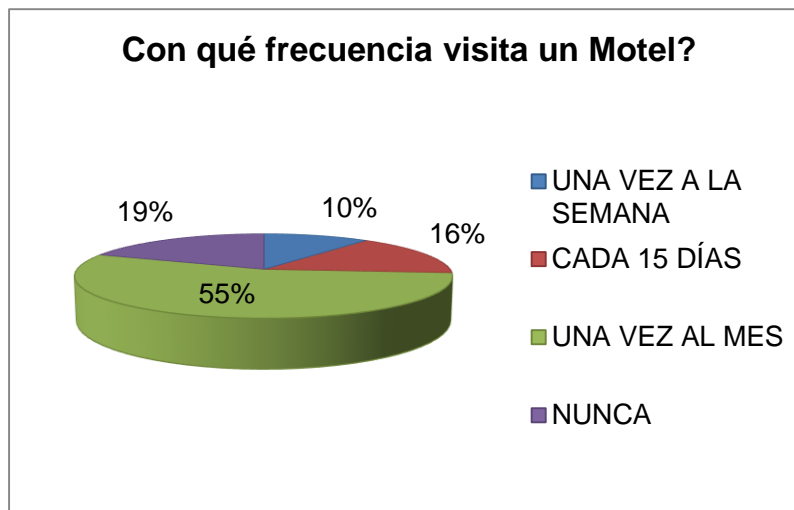
Para determinar la demanda actual del servicio a ofertarse se utiliza la información de las encuestas realizadas a la población del Cantón y tomaremos en cuenta la tabla N° 11 del capítulo I, en donde se determina con qué frecuencia visita un motel.

Tabla 30. FRECUENCIA DE VISITA A UN MOTEL

N°	INDICADORES	F	%
1	UNA VEZ A LA SEMANA	10	11%
2	CADA 15 DÍAS	15	16%
3	UNA VEZ AL MES	52	55%
4	NUNCA	18	19%
	TOTAL	95	100%

Fuente: La autora

Grafico. 25 FRECUENCIA DE VISITA A UN MOTEL



Análisis:

De acuerdo a los datos obtenidos se puede decir que la mayoría de población del Cantón espejo visitan los moteles una vez al mes como promedio pero también se aprecia que un 16% de las personas lo hacen cada quince días y un 11% una vez a la semana dato muy importante para la rentabilidad del nuevo negocio.

De acuerdo a los factores expuestos se determina lo siguiente

Tabla 31. DEMANDA ACTUAL

Frecuencia de visitas	% Población	Visitas anuales	Demanda diaria
Una vez a la semana	11%	27786	76
Cada 15 días	16%	21117	58
Una vez al mes	55%	36295	99
NUNCA	19%	0	0
TOTAL, DE DEMANDA ACTUAL		85198	233

Fuente: La Autora

De acuerdo a la información adquirida se enfoca en el dato con mayor relevancia ya que, una vez a la semana y cada quince días puede estar dentro de la opción una vez al mes.

3.10.2 Proyección de la demanda

Para la proyección de la demanda de visitas promedio anual a los sitios momentáneos del Catón Espejo se ha tomado como referencia el índice de crecimiento poblacional de 1,56% del Ecuador al año 2016. Dato obtenido de INEC 2010.

El dato que se lo señala en la tabla siguiente es debido a que dentro del indicador una vez al mes puede estar añadido una vez a la semana y cada 15 días por tal motivo para realizar el cálculo de la demanda insatisfecha se toma el dato más relevante.

Tabla 32. PROYECCIÓN DE LA DEMANDA

Frecuencia de visitas	visitas anuales	2017	2018	2019	2020	2021
Una vez a la semana	27786	28219	28659	29106	29561	30022
Cada 15 días	21117	21447	21781	22121	22466	22816
Una vez al mes	36295	36861	37436	38020	38613	39216
NUNCA	0	0	0	0	0	0
TOTAL, DEMANDA PROYECTADA	36295	36861	37436	38020	38613	39216

Elaborado por: La Autora

3.11 Análisis de la oferta

En la ciudad de El Ángel existen cuatro sitios momentáneos que prestan servicios similares al que se va a ofertar con la construcción del nuevo motel, están ubicados tres de ellos dentro de la ciudad y con instalaciones poco adecuadas y hace que no cumplan con las perspectivas de los clientes.

Tabla 33. SITIOS MOMENTÁNEOS EXISTENTES EN LA CIUDAD DE EL ÁNGEL

N°	Sitios momentáneos	Dirección
1	Residencial la Chimenea	El Ángel – Cantón Espejo (Av. Espejo y Tercera Transversal)
2	Residencial Paisajes Andinos	El Ángel – Cantón Espejo 10 de agosto y Gózales Suarez
3	Residencial El Ángel	El Ángel – Cantón Espejo
4	Les Blues Motel	Panamericana Norte vía el Ángel- Bolívar

Elaborado por: La Autora

3.11.1 Oferta actual

Para realizar la oferta actual se basa en la información obtenida de las fichas de observación de los lugares momentáneos y de la entrevista a la propietaria del motel Les blues, ubicado en la panamericano norte vía a la Ciudad de Bolívar. La cual manifestó que el motel tiene un promedio de visitas de 25 personas diarias, en relación al año anterior que no fue mucha la diferencia que se contaba con un promedio de 22.

Como se puede verificar en las fichas de observación tanto de las residenciales como del motel más cercano a la Ciudad de El Ángel conjuntamente con la entrevista realizada a la propietaria del mismo, se llega a la conclusión de que el motel tiene una demanda sumamente alta en especial los fines de semana con relación a las residenciales, ya que, éstas por estar dentro de la ciudad su demanda es baja, de acuerdo a todo lo expuesto decimos que nuestra competencia principal

es el motel que esta vía a la Ciudad de Bolívar dato importante para establecer la oferta actual.

Tabla 34. OFERTA ACTUAL

Entidad	Visitas diarias (*)	visitas semanales	Visitas mensuales	Visitas anuales
Residencial la Chimenea	7	49	210	2555
Residencial Paisajes Andinos	3	21	90	1095
Residencial El Ángel	10	70	300	3650
Les Blues Motel	33	228	975	11863
TOTAL OFERTA ACTUAL				19163

Elaborado por: La Autora

3.11.2 Proyección de la oferta

Para realizar la proyección de la oferta se tomó como dato el índice de crecimiento de actividad económica información obtenida del INEC, que es el 4,5%.

Tabla 35. OFERTA PROYECTADA

AÑO	Visitas anuales	Visitas diarias
2016	19163	53
2017	19171	53
2018	20926	57
2019	21868	60
2020	22852	63
2021	23880	65

Elaborado por: La Autora

3.12 Demanda insatisfecha

Después de determinar la demanda y la oferta actual del presente proyecto que existe en el Cantón Espejo por parte de la competencia, se llegó a establecer la demanda insatisfecha.

Tabla 36. DEMANDA INSATISFECHA

AÑO	Demanda total anual	Oferta total anual	Demanda insatisfecha anual total	DI mensual	DI diaria
2016	36295	19.163	17133	1.428	47
2017	36861	19.171	17690	1.474	48
2018	37436	20.926	16510	1.376	45
2019	38020	21.868	16153	1.346	44
2020	38613	22.852	15762	1.313	43
2021	39216	23.880	15336	1.278	42

Elaborado por: La Autora

Con respecto a las proyecciones realizadas de la demanda y oferta se determinó una demanda insatisfecha es considerable, la cual se puede cubrir con la construcción del motel en la Ciudad del Ángel ofreciendo un lugar lujoso y moderno con características propias como: confort, privacidad y cumpliendo con las expectativas de los clientes potenciales del mismo, y lo más importante el lugar es estratégico; ya que, estará ubicado en las afueras de la ciudad.

3.13 Demanda a captar

La demanda a captar es todo aquello que no cubre la oferta existente de la ciudad el Ángel por factores como es uno de ellos y el más importante la ubicación de los sitios momentáneos; ya que, están dentro de la ciudad a excepción del motel que está en la panamericana norte vía a la ciudad de Bolívar; de acuerdo al balance entre la demanda y oferta se determinó una demanda insatisfecha que el motel pretende captar en 80% dato obtenido de la Tabla N° 15 del capítulo I, donde

responden que prefieren que el nuevo negocio este a las afueras de la ciudad, por tal motivo es que no acuden a las residenciales que existen dentro de la misma.

Tabla 37.DEMANDA A CAPTAR

AÑO	DI diaria	Captación del 80% ver en la tabla N° 8
2016	47	38
2017	48	39
2018	45	36
2019	44	35
2020	43	35
2021	42	34

Elaborado por: La Autora

3.13.1 Análisis de precios y proyección

Con respecto a los datos obtenidos en la Tabla N° 19 del capítulo I, de las encuestas realizadas a los habitantes del cantón se llega a concluir que la mayoría de las personas están en la capacidad de pagar entre 10 – 12 dólares por día y por noche de 15 – 20 dólares por el uso de una habitación del nuevo motel.

Tabla 38. PRECIO QUE ESTA DISPUESTO A PAGAR

N°	INDICADORES POR DÍA	f	%
1	10 -12 DÓLARES	68	72%
2	12 - 15 DÓLARES	27	28%
	TOTAL	95	100%

Elaborado por : La autora

N°	INDICADORES POR NOCHE	f	%
1	15 -20 DÓLARES	91	96%
2	20 - 25 DÓLARES	4	4%
	TOTAL	95	100%

Elaborado por : La autora

Para establecer la proyección de precios se toma como referencia la tabla de variación del índice de precios al consumidor información sustraída del INEC, dándonos una tasa de inflación anual del 1,12% al 2016.

Tabla 39. ÍNDICE DE PRECIOS AL CONSUMIDOR

Mes	Inflación anual
Diciembre 31-2015	3,38%
Enero 31-2016	0,31%
Febrero 29-2016	0,45%
Marzo 31-2016	0,58%
Abril 30-2016	0,89%
Mayo 31-2016	0,92%
Junio 30-2016	1,29%
Julio 31-2016	1,20%
Agosto 31-2016	1,04%
Septiembre 30-2016	1,19%
Octubre 31-2016	1,11%
Noviembre 30-2016	0,96%
Diciembre 31-2016	1,12%

Fuente: (BCE, 2017)

A continuación se obtiene los precios proyectados con una tasa de inflación de 1,12% para la siguiente información obtenida del Banco Central del Ecuador.

Tabla 40. PROYECCIÓN DE PRECIOS

INDICADORES	PRECIO	2017	2018	2019	2020	2021
POR DÍA	12	12,13	12,27	12,41	12,55	12,69
POR NOCHE	12	12,13	12,27	12,41	12,55	12,69

Elaborado por: La Autora

3.14 Estrategias de comercialización

Las estrategias de mercado que van hacer utilizadas por el motel fue en base al producto, precio, plaza y promoción, los cuales permite facilitar el desarrollo del presente proyecto.

3.14.1 Servicio

La entidad contará con 15 habitaciones entre ellas 10 simples, 2 con hidromasaje y 3 especiales las cuales tendrán servicio de mini bar, de igual manera los clientes fieles serán acreedores de una tarjeta donde se les descuenta el 8% del precio normal. La limpieza e higiene del lugar será estrictamente impecable y supervisada por la administración y gerencia, así satisfaciendo las expectativas del cliente.

3.14.2 Precio

El precio se mantiene de acuerdo al precio promedio del mercado y de la competencia siendo así accesible al consumidor.

3.14.3 Plaza

El motel va dirigido a la población del Cantón Espejo de acuerdo al análisis realizado se ha detectado la necesidad de crear un sitio momentáneo a las afueras de la ciudad.

De tal motivo el motel estará ubicado en un lugar estratégico con visualización de estructura para los clientes más no la entrada ni salida de los mismos, teniendo como resultado que los consumidores se sientan a gusto y disfruten de cada una de las instalaciones e higiene de las habitaciones.

3.14.4 Promoción

Para captar la atención de los clientes se aplica promociones de descuentos como: sí visita 5 veces al mes la siguiente tiene un descuento del 25% del precio normal, la entrega de tarjeta a clientes fieles con un descuento de 8%. De igual manera se creará una página en las redes sociales para hacer conocer sobre las instalaciones de nuestro negocio.

3.15 Conclusiones del estudio de mercado

- El estudio de mercado permitió conocer la demanda existente en la ciudad del Ángel, las causas de porque los sitios momentáneos existentes no cumplen con las expectativas de los clientes.
- Analizando la oferta y la demanda se detectó una demanda insatisfecha, mediante la construcción del motel se cubrirá las necesidades de los clientes ofreciendo confort, estructuras modernas, privacidad e higiene de cada una de las habitaciones.
- De acuerdo a la competencia y a los resultados de las encuestas aplicadas a la población del Cantón se determina el precio más adecuado para prestar el servicio de las instalaciones.
- Las estrategias de comercialización son de principal ayuda para captar a la demanda insatisfecha de una manera eficiente, con la finalidad de cubrir gran parte de la misma ofreciendo un servicio de calidad.
- Con la creación del motel en la ciudad del Ángel, sector Tuscuaza se puede satisfacer las necesidades de los consumidores y evitar que aquellos salgan de la ciudad en busca del servicio a ofertar. La entidad ofrece habitaciones con precio accesible al cliente, confort, privacidad e higiene de las instalaciones; logrando de esta manera posicionarse en el mercado como un negocio diferencial a los existentes.

4. CAPITULO IV ESTUDIO TÉCNICO

4.1 Tamaño del proyecto

El tamaño del proyecto se determinó de la manera más óptima, analizando las variables como son demanda, oferta, disponibilidad de recursos humanos, financieros, insumos, infraestructura e inversión; estos factores permiten conocer la capacidad que tiene el motel para cubrir la demanda insatisfecha.

4.2 Localización del proyecto

4.2.1 Macro localización

La ubicación geográfica del motel para desarrollar el presente proyecto será en la Ciudad de El Ángel, Cantón Espejo, Provincia del Carchi.

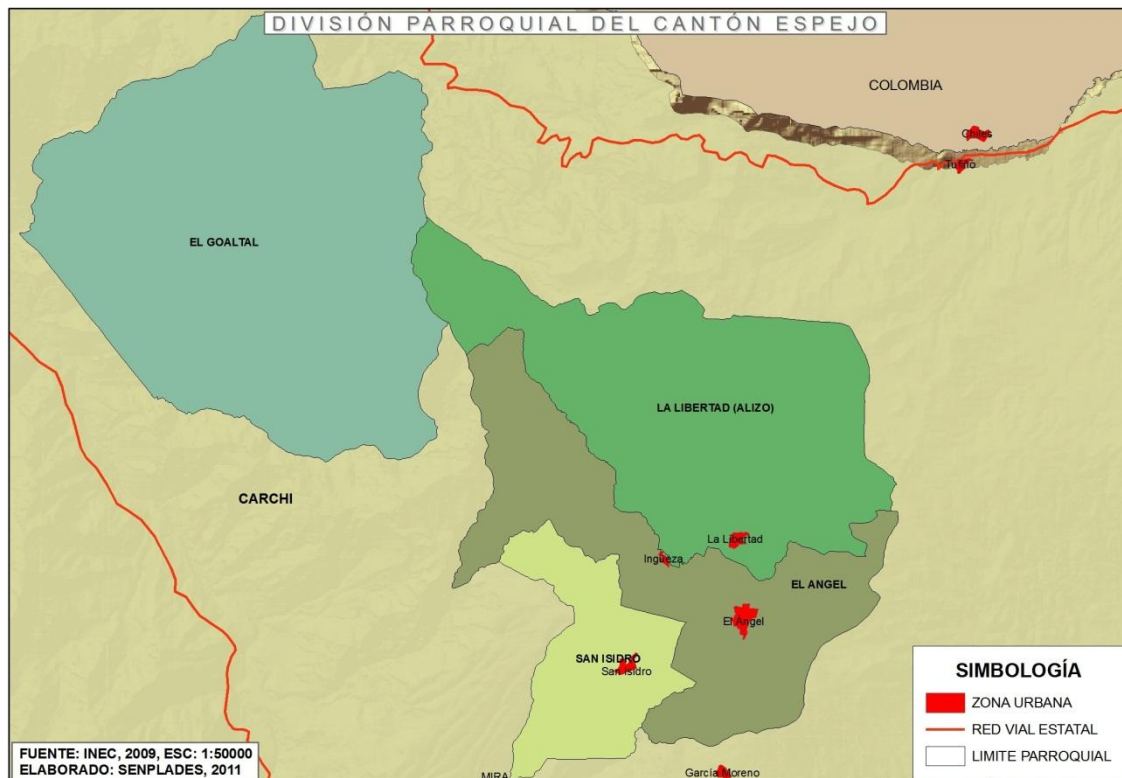


Ilustración 2. MAPA CANTÓN ESPEJO

Fuente: (Dices, 2016)

4.2.2 Micro localización

De acuerdo a la encuesta aplicada a la población del Cantón Espejo tiene una acogida positiva; ya que la mayoría de los habitantes apoyan a la construcción del Motel y a la vez optan que este negocio esté situado vía al Balneario La Calera (ver en la tabla 13 y 14 del capítulo I), debido a que se encuentra en las afueras de la ciudad ofreciendo privacidad para los clientes siendo fácil acceso de transporte y además también se cuenta con disponibilidad de mano de obra y existencia de demanda para hacer uso de las instalaciones. Por tal motivo se toma la decisión de ubicar exactamente en el sector Tuscuaza vía al Balneario la Calera de la Ciudad de El Ángel.

Cabe recalcar que el lugar donde estará ubicado el motel; el terreno dispuesto para el desarrollo del presente estudio de factibilidad es de propiedad de los familiares de la autora del proyecto.

Para mayor visualidad se presenta un croquis bosquejado, donde señala las referencias del lugar para construir el motel.



Ilustración 3. CROQUIS DE LA UBICACIÓN DEL MOTEL

Fuente: (ecuador, 2016)





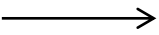
4.3 Ingeniería del proyecto

En esta parte aborda todo lo referente a los aspectos propios de la ingeniería o requerimiento, como: infraestructura civil, terreno, edificio donde se va a ofertar el servicio, equipo y maquinaria, materia prima, recursos humanos, entre otros que son esenciales para el desarrollo de presente proyecto.

4.3.1 Flujo grama de proceso

El diagrama de proceso no es más que la muestra de los pasos a seguir para realizar determinado proceso y para mayor comprensión se elabora a continuación los siguientes símbolos:

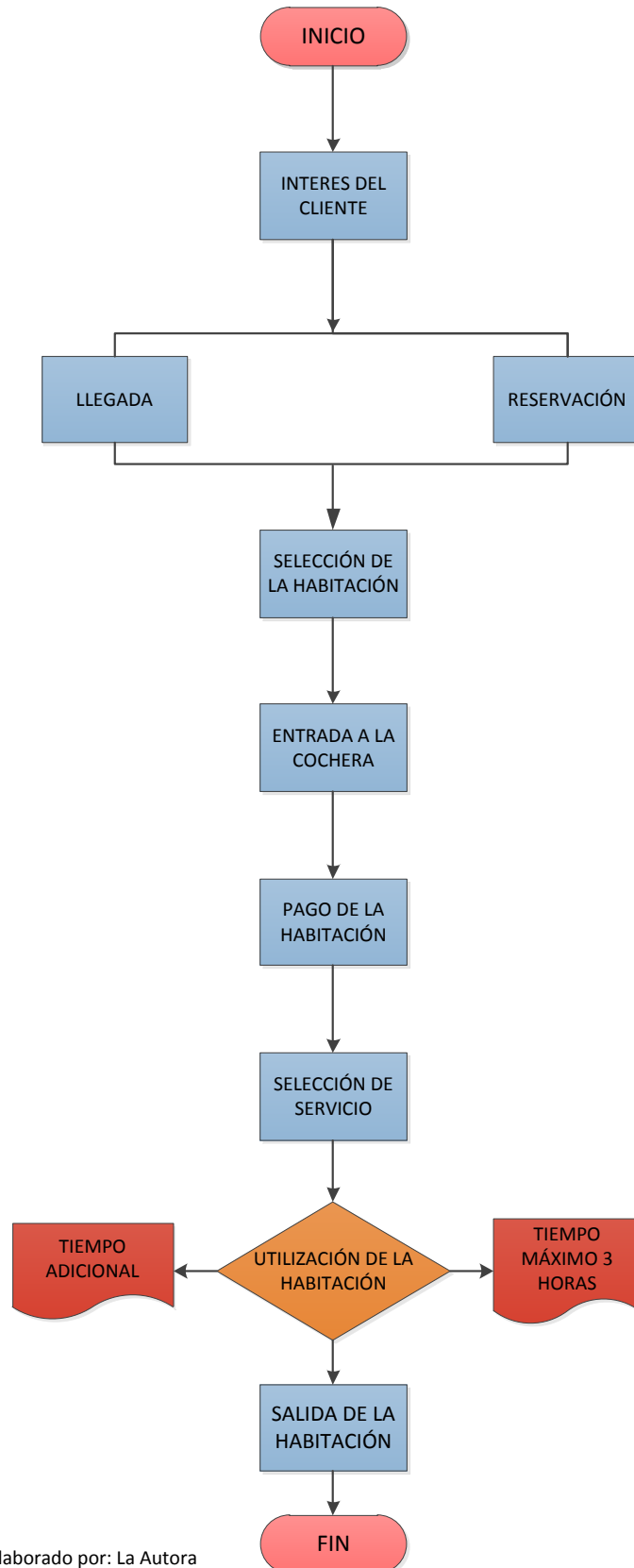
Tabla 41. SIMBOLOGÍA DE FLUJO GRAMA

SIGNOS	SIGNIFICADO
	Inicio o Fin
	Proceso
	Decisión
	Documento
	Dirección

Elaborado por: La Autora

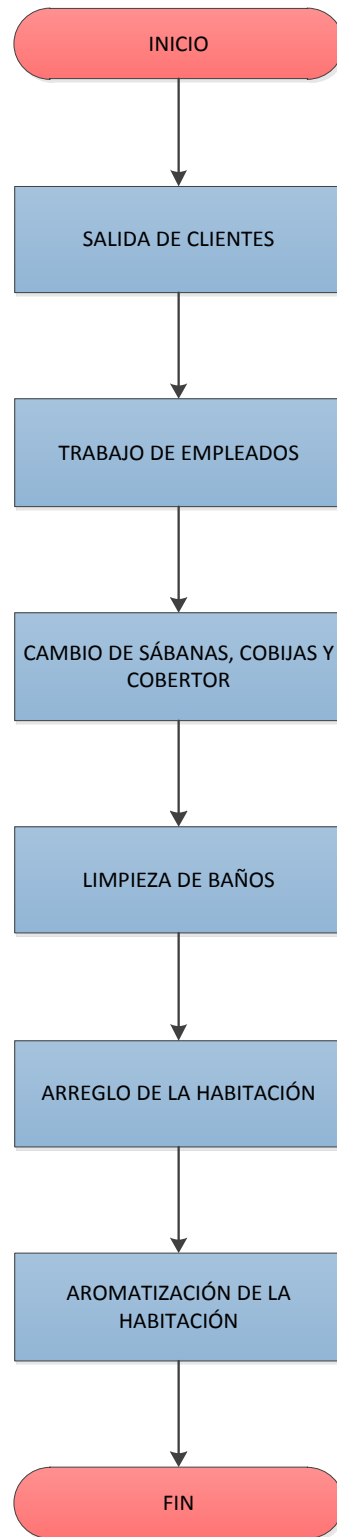
El proceso de servicio del motel estará reflejado en el flujo grama siguiente, en el mismo que permite establecer un orden lógico al momento de utilizar las instalaciones cumpliendo así con las expectativas de los clientes del Cantón Espejo.

Ilustración 4. FLUJO GRAMA DE INGRESO AL MOTEL



Elaborado por: La Autora

Ilustración 5.FLUJO GRAMA DE LIMPIEZA DE LA HABITACIÓN



Elaborado por: La Autora

4.3.2 Clasificación de las habitaciones

Se toma la decisión de construir el motel con habitaciones modernas de acuerdo a los resultados obtenidos de las encuestas aplicadas a la población del Cantón Espejo (ver en la tabla 16, 17,20 y 22 del capítulo I) y también porque se visitó los hostales que se encuentran dentro de la Ciudad de El Ángel, que poseen modelos antiguos y son una de las causas porque los moradores de la Ciudad no acuden a ellos.

Tabla 42. DESCRIPCIÓN DEL TIPO DE HABITACIONES

TIPO DE HABITACIÓN	CONDICIONES DE LA HABITACIÓN
<p data-bbox="237 758 347 789">SIMPLE</p> 	<ul style="list-style-type: none"> • Cama matrimonial (dos plazas) con veladores a cada lado. • Colchón ortopédico • Sábanas, cobijas y cobertor • Baño panorámico • Un espejo frontal • En el techo diseño de corazón dentro una lámpara • Mini bar • Adornos especiales • Televisión LCD con cable
<p data-bbox="237 1545 383 1577">ESPECIAL</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Cama matrimonial (dos plazas) con diseños especiales. • Colchón ortopédico • Sábanas, cobijas y cobertor • Sofá Sutra • Baño panorámico



- En las tres paredes de la habitación tendrán espejos grandes
- En el techo diseño de corazón dentro una lámpara y espejo
- Mini bar
- Adornos especiales
- Televisión LCD con cable

HIDROMASAJE



- Cama matrimonial (dos plazas) con diseños especiales.
- Colchón ortopédico
- Sábanas, cobijas y cobertor
- Sofá Sutra
- Baño panorámico
- En las tres paredes de la habitación tendrán espejos grandes
- En el techo diseño de corazón dentro una lámpara y espejo
- Mini bar
- Adornos especiales
- Televisión LCD con cable
- Hidromasaje

Fuente: La Autora

4.3.3 Infraestructura física

Para la distribución del motel se contó con los conocimientos de un Ingeniero Civil el cual determinó que se contará con un espacio de mil doscientos metros (1200m²) terreno de familiares de la autora (ver en anexo E). Esto será necesario para la distribución adecuada de las instalaciones del nuevo negocio, que estará conformado por 15 habitaciones de 7 metros de largo y 5 metros de ancho dando un total de 35 metros cuadrados, cada una con espacio de cochera para que los clientes puedan entrar con facilidad de forma discreta.

El sitio momentáneo será de una planta, construcción de bloque, con losa de hormigón armado, las paredes pintadas y enlucidas, los pisos de baldosa y el techo cielo raso y eternit.

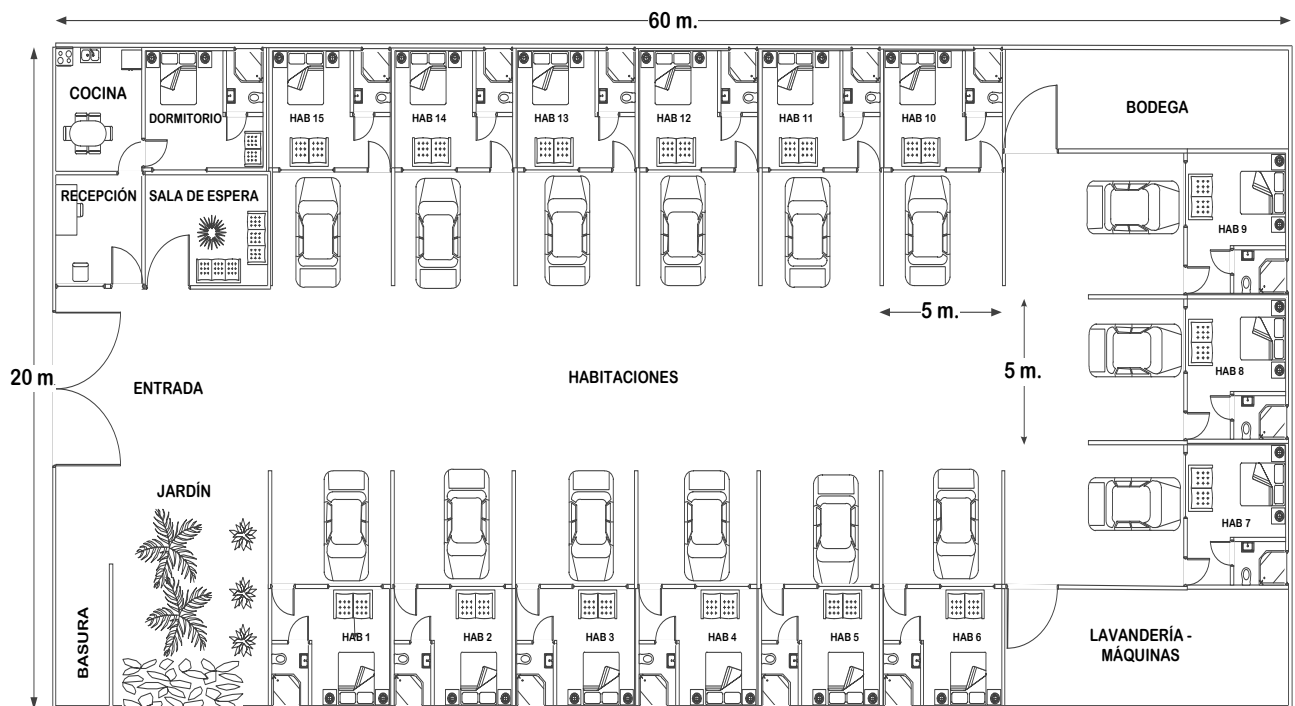


Ilustración 6. DISEÑO DEL MOTEL

Elaborado por: Ingeniero Álvaro Tulcanaza

4.4 Inversión

La inversión es un conjunto de gastos que son necesarios para la construcción del motel desde los estudios del presente proyecto hasta ponerlo en marcha, razón por la cual se tiene las inversiones fijas, inversiones variables e inversiones diferidas.

4.4.1 Inversión fija

La inversión fija para poner en marcha el proyecto se constituye en; terreno, infraestructura e instalaciones, muebles y enseres, maquinaria y equipo.

Terreno

El terreno tiene un espacio de 1200m² y está valorado en 25000 dólares americanos, siendo propiedad de los familiares de la autora del presente estudio el mismo quien será socia del motel; que va a ser utilizado como punto de ubicación del nuevo negocio para efectos del desarrollo del proyecto. (Ver en anexo E)

Infraestructura e instalaciones

Para determinar la inversión en infraestructura se elaboró un presupuesto con la ayuda del Ingeniero Álvaro Tulcanaza, entendido en la materia, las siguientes tablas se refleja cuanto de materiales de construcción, instalaciones, acabados y mano de obra es necesaria para poner en marcha dicho proyecto y a la vez se investigó precios de cada material (ver proforma en anexo A)

Tabla 43. PRESUPUESTO DE INFRAESTRUCTURA E INSTALACIONES

PRESUPUESTO DE INFRAESTRUCTURA						
MATERIALES DE CONSTRUCCIÓN						
Cantidad	Unidad de medida	Detalle	Precio Unitario	Precio total	IVA 14%	Valor total
22800	Unidad	Bloques	0,25	5.000,00	700,00	5.700,00
171	Metro	Cielo raso	14,00	2.100,00	294,00	2.394,00
76	Hojas	Eternit	70,00	4.666,67	653,33	5.320,00
266	Sacos	Cemento	7,06	1.647,33	230,63	1.877,96
152	Quintales	varillas de 12"	34,00	4.533,33	634,67	5.168,00
76	Quintales	varillas de 8"	30,24	2.016,00	282,24	2.298,24

57	Rollo	Alambre galvanizado de 18"	26,88	1.344,00	188,16	1.532,16
2	m3	Volquetas ripio	100,00	175,44	24,56	200,00
2	m3	volqueta de polvo de piedra	105,00	184,21	25,79	210,00
3	m3	Volqueta de arena fina	80,00	210,53	29,47	240,00
MATERIALES DE INSTALACIONES ELECTRICAS						
Cantidad	Unidad de medida	Detalle	Precio Unitario	Precio total	IVA 14%	Valor total
19	Rollo	manguera ¾	32,54	542,33	75,93	618,26
38	Rollo	manguera ½	23,93	797,67	111,67	909,34
38	Rollo	cable de 12	25,89	863,00	120,82	983,82
19	Rollo	cable de 14	17,24	287,33	40,23	327,56
10	Paquetes	taipe x12	5,18	45,44	6,36	51,8
76	Unidad	cajetines rectangulares	0,30	20,00	2,80	22,8
95	Unidad	Focos	1,99	165,83	23,22	189,05
95	Unidad	Boquilla	4,30	358,33	50,17	408,5
15	Unidad	Lámparas	80,00	1.052,63	147,37	1.200,00
1	Unidad	Transformador	750,00	657,89	92,11	750,00
MATERIALES DE INTALACIONES DE AGUA						
Cantidad	Unidad de medida	Detalle	Precio Unitario	Precio total	IVA 14%	Valor total
1	Unidad	Cisterna	620,00	543,86	76,14	620,00
64	Unidad	tubos 4"	6,24	350,32	49,04	399,36
48	Unidad	tubos 2"	2,57	108,21	15,15	123,36
64	Unidad	codos 2"	0,64	35,93	5,03	40,96
48	Unidad	codos 4"	1,96	82,53	11,55	94,08
48	Unidad	pega tubo	3,00	126,32	17,68	144,00
16	Unidad	Inodoro y lavabo	110,00	1.543,86	216,14	1.760,00
16	Unidad	calefón eléctrico instamatic 8.8kv 220v	190,00	2.666,67	373,33	3.040,00

16	Unidad	Ducha	25,00	350,88	49,12	400,00
2	Unidad	tinajas de hidromasaje	1.680,00	2.947,37	412,63	3.360,00
MATERIALES DE ACABDOS						
Cantidad	Unidad de medida	Detalle	Precio Unitario	Precio total	IVA 14%	Valor total
57	Fundas	Bondex	4,89	244,5	34,23	278,73
133	metros	Cerámica	14,91	1.739,5	243,53	1.983,03
40	canecas	Pintura	18,84	661,05	92,55	753,6
TOTAL MATERIALES OBRA NEGRA Y ACABADOS				3.8068,96	5.329,65	43.398,61

INSTALACIONES DE SERVICIOS BÁSICOS					
Descripción	Cantidad	Precio Unitario	Precio total	IVA 14%	Valor total
Agua	1	500	438,60	61,40	500,00
Luz	1	3.000	2.631,58	368,42	3.000,00
Internet	1	50,00	43,86	6,14	50,00
Teléfono	1	40,00	35,09	4,91	40,00
TV cable	15	120,00	1.578,95	221,05	1.800,00
TOTAL, INSTALACIONES SERVICIOS BÁSICOS			4.728,07	661,930	5.390,00

PRESUPUESTO DE MANO DE OBRA			
DETALLE	c/m2	Cantidad en m2	total
Construcción	10,00	1.200,00	12.000,00
SUBTOTAL MANO DE OBRA			12.000,00
(+) SUB TOTAL MATERIALES OBRA NEGRA Y ACABADOS			38.068,96
(+) INSTALACIONES SERVICIOS BÁSICOS			4.728,07
SUBTOTAL INFRAESTRUCTURA			54.797,03
5% DE IMPROVISTO			2.739,85
TOTAL, PRESUPUESTO DE INFRAESTRUCTURA E INTALACIONES			57.536,88

Fuente: La Autora

Muebles y equipo de oficina

Son aquellos requeridos para poder ofrecer un buen servicio y ser eficientes para la satisfacción de los clientes y llevar a cabo el proceso de servicio que el motel ofrece.

Tabla 44. MUEBLES Y EQUIPO DE OFICINA

Descripción	cantidad	precio unitario	Precio total	IVA 14%	precio total
equipos informáticos	1	750,00	657,89	92,11	750,00
Aspiradora	2	165,00	289,47	40,53	330,00
Lavadora	1	618,99	542,97	76,02	618,99
televisores LCD	16	419	5880,70	823,30	6704
soporte tv	15	29,8	392,11	54,89	447
TOTAL DE MAQUINARIA Y EQUIPO		1.982,79	7.763,15	1.086,84	8.849,99

Fuente: La Autora

Maquinaria y Equipo

Con respecto a la inversión de maquinaria y equipo se tiene los muebles y enseres para el uso de las habitaciones que brinda un excelente servicio a los clientes que acuden a este tipo de sitios momentáneos.

Tabla 45. MAQUINARIA Y EQUIPO

Descripción	cantidad	precio unitario	Precio total	IVA 14%	Valor total
camas	15	320,00	4.210,53	589,47	4.800,00
Colchón	15	175,00	2.302,63	322,37	2.625,00
Sábanas	30	10,00	263,16	36,84	300,00
Cobijas	30	18,00	473,68	66,32	540,00
Cobertores	30	25,00	657,89	92,11	750,00
Veladores	30	20,00	526,32	73,68	600,00
Almohadas	30	5,00	131,58	18,42	150,00
fundas de almohadas	60	5,00	263,16	36,84	300,00
mueble bar	15	120,00	1.578,95	221,05	1.800,00
sofá Sutra	5	169,00	741,23	103,77	845,00
espejos de pared	15	50,00	657,89	92,11	750,00
Toallas	60	5,00	263,16	36,84	300,00
rotulación extrema e interna	2	50,00	87,72	12,28	100,00
TOTAL, DE MUEBLES Y ENSERES			12.157,89		13.860,00

Fuente: La Autora

Resumen inversión fija

Con los datos antes mencionados se obtiene el resumen de la inversión fija del presente proyecto.

Tabla 46. RESUMEN INVERSIÓN FIJA

Descripción	Valor en Dólares
Terreno	25.000,00
Infraestructura e instalaciones	57.536,88
Muebles y equipo de oficina	7.763,15
Maquinaria y equipo	12.157,89
TOTAL, INVERSIÓN FIJA	102.457,92

Elaborado por: La Autora

4.4.2 Inversión variable

Talento humano

De acuerdo al talento humano que requiere el nuevo negocio está clasificado de la siguiente manera: el pago al gerente está realizado el cálculo con el 1,14 debido a que es el propietario de la misma y no requiere ser beneficiario de todas las adhesiones del mensual de los demás empleados como se observa en la siguiente tabla:

Tabla 47. TALENTO HUMANO

Cargo	N°	Sueldo	Décimo tercer sueldo	Décimo cuarto sueldo	aporte patronal 12,15%	vacaciones	total sueldo mensual	total sueldo anual
GERENTE PROPIETARIO	1	450					513,0	6156
LAVADORA PERSONA	1	375	31,25	31,25	45,56	15,6	498,7	5.984,25
MUCAMAS	4	1.500	125,00	31,25	182,25	62,5	1.901,0	22.812,00
TOTAL	6	2.325	1.56,25	62,5	227,81	78,13	2.912,69	34.952,25

Fuente: La Autora

Suministros de oficina y limpieza

Los suministros de oficina y limpieza son esenciales para mantener en correctas condiciones de uso de cada habitación y a la vez satisfacer a los clientes.

Tabla 48. SUMINISTROS DE OFICINA Y LIMPIEZA

Descripción	cantidad mensual	precio unitario	Precio total	IVA 14%	Valor total
desinfectante de piso galón	4	7,84	27,51	3,85	31,36
detergente caneca windfresh	2	30,00	52,63	7,37	60,00
rociador spray aromatizador	15	8,99	118,29	16,56	134,85
Jabón de tocador (docenas)	12	5,00	52,63	7,37	60
Escobas	15	2,00	26,32	3,68	30
Fundas de basura (cientos)	3	6,00	15,79	2,21	18
papel higiénico (paca de 18)	20	7,00	122,81	17,19	140
champo sachet (docenas)	12	3	31,58	4,42	36
rollos de papel de facturas	3	1,68	4,42	0,62	5,04
Carpetas	2	0,6	1,05	0,15	1,2
Archivador	1	2,06	1,81	0,25	2,06
tinta de impresora	1	9,75	8,55	1,20	9,75
resma hojas A4	1	4,25	3,73	0,52	4,25
Esferos	5	0,25	1,10	0,15	1,25
TOTAL SUMINISTROS DE OFICINA Y LIMPIEZA			4.68,21	65,55	5.33,76

Fuente: La Autora

Servicios básicos

Los servicios básicos son muy importantes para poner en marcha en el nuevo negocio se los detalla en la siguiente tabla:

Tabla 49.SERVICIO BÁSICOS

Servicio	Precio total	IVA 14%	Valor en dólares mensual
Agua	13,16	1,84	15,00
Energía eléctrica	43,86	6,14	50,00
TV cable	210,13	29,42	239,55
Internet	236,84	33,16	270,00
Teléfono	81,58	11,42	93,00
Total gastos variables	585,57	81,97	667,55

Fuente: La Autora

Publicidad

Con respecto a la publicidad es un medio para dar a conocer de la existencia del negocio a implantarse.

Tabla 50. PUBLICIDAD

Descripción	cantidad	Precio unitario	Precio total	IVA 14%	valor total en USD
Cuñas radiales	6	3,0	15,8	2,2	18
Hojas volantes	200	0,02	3,5	0,5	4
Total, gastos de publicidad			19,3		22

Fuente: La Autora

Resumen inversión variable

Tabla 51. RESUMEN INVERSIÓN VARIABLE

Descripción	Valor en Dólares
Talento Humano	2.912,69
Suministro de oficina y limpieza	533,76
Servicios Básicos	667,55
Publicidad	22,00
TOTAL DE INVERSIÓN VARIABLE	4.136,00

Elaborado por: La Autora

4.4.3 Inversión diferida

Son aquellos activos intangibles que se adquieren para poner en marcha del presente proyecto, corresponde a los gastos que incurre la conformación jurídica del motel a construir y son sujetos de amortización.

Tabla 52. GASTOS DE CONSTITUCIÓN

Descripción	valor total
Gastos de constitución	900,00
Trámites SRI (RUC)	6,00
Uso de suelo	25,00
Permiso de bomberos	50,00
Ordenanza municipal	334,75
Permiso de salud	25,00
TOTAL, DE INVERSIÓN DIFERIDA	1.340,75

Fuente: La Autora

Tabla 53. RESUMEN GASTOS DE CONSTITUCIÓN LEGAL

Descripción	valor total
Gastos de constitución legal y permisos	1.340,75
TOTAL, INVERSIÓN DIFERIDA	1.340,75

Elaborado por: La Autora

5. CAPITULO V ESTUDIO FINANCIERO

5.1 Determinación del capital de trabajo e inversión diferida

5.1.1 Capital de trabajo

El capital de trabajo es la inversión que se necesita para poner en marcha el presente proyecto con la prestación de servicios y así tener los primeros ingresos económicos.

Tabla 54. GASTOS VARIABLES

Servicio	Valor en USD mensual
Agua	13,16
Energía eléctrica	43,86
Internet	210,13
Teléfono	236,84
TV Cable	81,58
TOTAL GASTOS VARIABLES	585,57

Elaborado por: La Autora

Tabla 55. GASTOS ADMINISTRATIVOS

Número	Personal	Costo en USD mensual
1	Gerente propietario	513
1	Lavadora persona	4.98,69
4	Mucamas	1901
TOTAL TALENTO HUMANO		2.912,69
SUMINISTROS DE OFICINA Y LIMPIEZA		533,76
TOTAL GASTOS ADMINISTRATIVOS		3.446,45

Elaborado por: La Autora

Tabla 56. GASTO PUBLICIDAD

Descripción	Cantidad	Costo unitario	Costo total en USD
Cuñas radiales	6	3,00	18
Hojas volantes	200	0,02	4
Total gastos de publicidad			22

Fuente: La Autora

Tabla 57. CAPITAL DE TRABAJO

Descripción	costo mensual	
	mes 1	mes 2
Gastos administrativos	3.446,45	3.446,45
Gastos variables	585,57	585,57
Gastos publicidad	22,00	22,00
Gasto diferido	1.340,75	
TOTAL	5.394,77	4.054,02

Fuente: La Autora

5.1.2 Inversión diferida

Tabla 58. INVERSIÓN DIFERIDA

Descripción	Valor total	Año 2017	Año 2018	Año 2019	Año 2020	Año 2021
Gastos de constitución	900,00	180,00	180,00	180,00	180,00	180,00
Trámites SRI (RUC)	6,00	1,20	1,20	1,20	1,20	1,20
Uso de suelo	25,00	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00
Permiso de bomberos	50,00	10,00	10,00	10,00	10,00	10,00
Ordenanza municipal	334,75	66,95	66,95	66,95	66,95	66,95
Permiso de salud	25,00	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00
TOTAL INVERSIÓN DIFERIDA	1.340,75	268,15	268,15	268,15	268,15	268,15

Fuente: La Autora

Tabla 59. BENEFICIOS SOCIALES MENSUALES

Cargo	N°	sueldo	Décimo tercer sueldo	Décimo cuarto sueldo	Aporte patronal 12,15%	vacaciones	total sueldo mensual	total sueldo anual
		A	B=A/12	C=Salario básico/12	D=A*12, 15%	E=A/24	F=A+B+C+ D+E	G=F*12
GERENTE PROPIETARIO	1	450,00					513,00	6.156,00
LAVADORA PERSONA	1	375,00	31,25	31,25	45,56	15,63	498,69	5.984,25
MUCAMAS	4	1.500,00	125,00	31,25	182,25	62,50	1.901,00	22.812,00
TOTAL	6	2.325,00	156,25	62,50	227,81	78,13	2.912,69	34.952,25

Fuente: La Autora

Tabla 60. DEPRECIACIÓN

Activo	Valor	% Dep.	Valor dep. anual
Infraestructura	57.536,88	5%	2.876,84
muebles y equipo de oficina	7.763,15	10%	776,31
Muebles y enseres	12.157,89	10%	1.215,79
Equipo de computación	657,89	33,33%	219,28
TOTAL	78.115,82		5.088,22

Elaborado por: La Autora

5.2 Inversión total

Tabla 61. INVESTIGACIÓN TOTAL

Descripción	USD
Inversión fija	102.457,92
Capital de trabajo	5.394,77
Total inversión	107.852,69

Fuente: La Autora

5.3 Financiamiento

En la siguiente tabla se presenta la estructura del financiamiento que es de un 70% a crédito y el 30% propia. Está distribuido de la siguiente manera el crédito será otorgado por la Cooperativa 29 de octubre ya que se requiere de una garantía de 125% sobre el valor solicitado y los recursos propios están representados por el terreno y la diferencia será obtenida de la autora del presente proyecto.

Tabla 62. ESTRUCTURA DEL FINANCIAMIENTO

Detalle	Cantidad	% de participación
Recursos propios	32.355,81	30%
Cooperativa 29 de Octubre	75.496,88	70%
TOTAL	107.852,69	100%

Elaborado por : La Autora

Monto	75.496,88
Tasa de Interés anual	11%
plazo (años)	5
Cuota	\$ 1.622,72

El interés mensual se lo calcula utilizando la tasa de interés anual dividido para 12 meses del año, tasa otorgada por la Institución Bancaria quien presta el dinero para la construcción del motel.

Tabla 63. TABLA DE AMORTIZACIÓN

Período	Saldo inicial	Cuota	Interés	Amortización de la deuda	Saldo final
1	75.496,88	1.622,72	660,60	962,12	74.534,76
2	74.534,76	1.622,72	652,18	970,54	73.564,21
3	73.564,21	1.622,72	643,69	979,04	72.585,18
4	72.585,18	1.622,72	635,12	987,60	71.597,58
5	71.597,58	1.622,72	626,48	996,24	70.601,33
6	70.601,33	1.622,72	617,76	1.004,96	69.596,37
7	69.596,37	1.622,72	608,97	1.013,75	68.582,62
8	68.582,62	1.622,72	600,10	1.022,62	67.559,99
9	67.559,99	1.622,72	591,15	1.031,57	66.528,42
10	66.528,42	1.622,72	582,12	1.040,60	65.487,82
11	65.487,82	1.622,72	573,02	1.049,70	64.438,12
12	64.438,12	1.622,72	563,83	1.058,89	63.379,23
13	63.379,23	1.622,72	554,57	1.068,15	62.311,07
14	62.311,07	1.622,72	545,22	1.077,50	61.233,57
15	61.233,57	1.622,72	535,79	1.086,93	60.146,65
16	60.146,65	1.622,72	526,28	1.096,44	59.050,21
17	59.050,21	1.622,72	516,69	1.106,03	57.944,17
18	57.944,17	1.622,72	507,01	1.115,71	56.828,46
19	56.828,46	1.622,72	497,25	1.125,47	55.702,99

20	55.702,99	1.622,72	487,40	1.135,32	54.567,67
21	54.567,67	1.622,72	477,47	1.145,26	53.422,41
22	53.422,41	1.622,72	467,45	1.155,28	52.267,14
23	52.267,14	1.622,72	457,34	1.165,39	51.101,75
24	51.101,75	1.622,72	447,14	1.175,58	49.926,17
25	49.926,17	1.622,72	436,85	1.185,87	48.740,30
26	48.740,30	1.622,72	426,48	1.196,24	47.544,06
27	47.544,06	1.622,72	416,01	1.206,71	46.337,34
28	46.337,34	1.622,72	405,45	1.217,27	45.120,07
29	45.120,07	1.622,72	394,80	1.227,92	43.892,15
30	43.892,15	1.622,72	384,06	1.238,67	42.653,48
31	42.653,48	1.622,72	373,22	1.249,50	41.403,98
32	41.403,98	1.622,72	362,28	1.260,44	40.143,54
33	40.143,54	1.622,72	351,26	1.271,47	38.872,08
34	38.872,08	1.622,72	340,13	1.282,59	37.589,48
35	37.589,48	1.622,72	328,91	1.293,81	36.295,67
36	36.295,67	1.622,72	317,59	1.305,14	34.990,53
37	34.990,53	1.622,72	306,17	1.316,56	33.673,98
38	33.673,98	1.622,72	294,65	1.328,08	32.345,90
39	32.345,90	1.622,72	283,03	1.339,70	31.006,21
40	31.006,21	1.622,72	271,30	1.351,42	29.654,79
41	29.654,79	1.622,72	259,48	1.363,24	28.291,55
42	28.291,55	1.622,72	247,55	1.375,17	26.916,38
43	26.916,38	1.622,72	235,52	1.387,20	25.529,17
44	25.529,17	1.622,72	223,38	1.399,34	24.129,83
45	24.129,83	1.622,72	211,14	1.411,59	22.718,24
46	22.718,24	1.622,72	198,78	1.423,94	21.294,30
47	21.294,30	1.622,72	186,33	1.436,40	19.857,91
48	19.857,91	1.622,72	173,76	1.448,97	18.408,94
49	18.408,94	1.622,72	161,08	1.461,64	16.947,30
50	16.947,30	1.622,72	148,29	1.474,43	15.472,86
51	15.472,86	1.622,72	135,39	1.487,33	13.985,53
52	13.985,53	1.622,72	122,37	1.500,35	12.485,18

53	12.485,18	1.622,72	109,25	1.513,48	10.971,70
54	10.971,70	1.622,72	96,00	1.526,72	9.444,98
55	9.444,98	1.622,72	82,64	1.540,08	7.904,90
56	7.904,90	1.622,72	69,17	1.553,55	6.351,35
57	6.351,35	1.622,72	55,57	1.567,15	4.784,20
58	4.784,20	1.622,72	41,86	1.580,86	3.203,34
59	3.203,34	1.622,72	28,03	1.594,69	1.608,65
60	1.608,65	1.622,72	14,08	1.608,65	0,00

Elaborado por: La Autora

5.4 Presupuesto de ingresos

Es de mucha importancia realizar un presupuesto de ingresos, ya que esto permite cuantificar las entradas económicas que se va a obtener en los años de vida útil del presente proyecto, el mismo que se basa en la demanda insatisfecha detallado en el estudio técnico.

Tabla 64. PRESUPUESTO DE INGRESOS

Año	Precio promedio	Promedio de clientes potenciales diarios	Días abiertos al público	Ingresos mensuales	Ingreso anual
2016	12	38	30	13.518,31	162.219,77
2017	12,13	38	30	13.669,72	164.036,63
2018	12,27	38	30	13.822,82	165.873,84
2019	12,41	38	30	13.977,64	167.731,63
2020	12,55	38	30	14.134,19	169.610,22
2021	12,69	38	30	14.292,49	171.509,86

Fuente: La Autora

5.5 Presupuesto de gastos

Este punto está compuesto de lo que requiere el negocio para iniciar sus actividades.

TABLA 65. PRESUPUESTO DE GASTOS

Concepto	Proyección 5 años				
	año 1	año 2	año 3	año 4	año 5
GASTOS					
ADMINISTRATIVOS	43.496,61	44.476,39	44.974,53	45.478,24	45.987,60
Nómina	34.952,25	35.739,56	36.139,85	36.544,61	36.953,91
Servicios básico	8010,6	8.191,04	8.282,78	8.375,55	8.469,36
Suministros de oficina y limpieza	533,76	545,78	551,90	558,08	564,33
Depreciación	5.088,22	5.202,84	5.261,11	5.320,04	5.379,62
Gastos de constitución	268,15	268,15	268,15	268,15	268,15
Gasto publicidad	19,30	19,73	19,95	20,18	20,40
SUBTOTAL	48.872,28	49.967,11	50.523,74	51.086,60	51.655,77
COSTOS FINANCIEROS					
Intereses Bancarios	7.355,02	6.019,61	4.537,04	2891,08	1.063,73
SUBTOTAL	7.355,02	6.019,61	4.537,04	2891,08	1.063,73
TOTAL	56.227,30	55.986,72	55.060,78	53.977,68	52.719,50

Fuente: La Autora

5.6 Balance de situación inicial

Tabla 66. ESTADO DE SITUACIÓN INICIAL

ACTIVOS		PASIVOS	
Activos corrientes	1265,07	Pasivos largo plazo	75.496,88
Bancos	1.265,07	Deuda a largo plazo	75.496,88
Activos fijos	105246,87	TOTAL PASIVOS	75.496,88
Terreno	25.000,00	PATRIMONIO	
Obra civil	57.536,88	Capital	32.355,81
Muebles y equipo de oficina	8.849,99		
Muebles y enseres	13.860,00		
Activos diferidos	1.340,75		32.355,81
Gatos de constitución legal y permisos	1.340,75		
TOTAL ACTIVOS	107.852,69	TOTAL PASIVO + PATRIMONIO	107.852,69

Fuente: La Autora

5.7 Estados de pérdidas y ganancias proyectadas

En la tabla siguiente se observa la distribución de ingresos y gastos proyectados que tiene el nuevo negocio datos que salen de la tabla 64 y 65 respectivamente.

Tabla 67. ESTADO DE PÉRDIDA DE GANANCIAS

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos proyectados	164.036,6296	165.873,84	167.731,63	169.610,22	171.509,86
Costos proyectados	56.227,30	55.986,72	55.060,78	53.977,68	52.719,50
Utilidad Bruta proyectada	107.809,33	109.887,12	112.670,85	115.632,54	118.790,36
GASTOS					
Gastos administrativos	43.496,61	44.476,39	44.974,53	45.478,24	45.987,60
Gastos de publicidad	19,30	19,73	19,95	20,18	20,40
Gastos de constitución	268,15	268,15	268,15	268,15	268,15
Gastos financieros	7.355,02	6.019,61	4.537,04	16.581,59	1.063,73
Depreciación	5.088,22	5.202,84	4.537,04	5.320,04	1.063,73

Total gastos proyectados	56.227,30	55.986,72	54.336,70	67.668,20	48.403,61
Utilidad antes de PT	51.582,03	53.900,40	58.334,15	47.964,34	70.386,75
(-) 15% Particip. Trabajadores	7.737,30	8.085,06	8.750,12	7.194,65	10.558,01
Utilidad antes IR	43.844,73	45.815,34	49.584,03	40.769,69	59.828,74
(-) 22% Impuesto a la renta	9.645,84	10.079,37	10.908,49	8.969,33	13.162,32
UTILIDAD NETA	34.198,89	35.735,96	38.675,54	31.800,36	46.666,42

Fuente: La Autora

5.8 Flujo de caja proyectada

El flujo de caja está formado por los elementos importantes de todo el estudio del presente proyecto, de acuerdo a los resultados que se obtenga en el flujo de caja se evaluará la rentabilidad del mismo.

Tabla 68. FLUJO DE CAJA

CUENTAS	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
UTILIDAD NETA	34.198,89	35.735,96	38.675,54	31.800,36	46.666,42
DEPRECIACIÓN	5.088,22	5.202,84	4.537,04	5.320,04	1.063,73
TOTAL	39.287,11	40.938,80	43.212,58	37.120,40	47.730,14

Fuente: La Autora

5.9 Determinación de oportunidad y tasa de rendimiento media

5.9.1 Costo de oportunidad y tasa de rendimiento media

El costo de oportunidad o la tasa mínima aceptable de rendimiento (TMAR) se determina en base a la tasa de inflación que es de 1,12 y el premio al riesgo del 9%, ya que esto sirve para conocer la mínima tasa de ganancia frente a la inversión propuesta.

$$TMAR = i + f + i * f$$

Dónde:

i = Premio al riesgo 900 = 9%

f = Inflación 1,12%

$$TMAR = 9\% + 1,12\% + 9\% * 1,12\%$$

$$TMAR = 9\% + 1,12\% + 0,001008\%$$

$$\mathbf{TMAR = 10,22\%}$$

Con esto se determina el porcentaje de rentabilidad del inversionista que es del 10,22%, conjuntamente con la tasa activa de la entidad financiera que es del 11% se procede a realizar el cálculo de la tasa de rendimiento media de toda la inversión.

Tabla 69. TASA DE REDESCUENTO

Descripción	Valor	%	Tasa ponderada	Valor ponderado
Inversión propia	32.355,81	30%	10,22%	3,07%
Inversión financiada	75.496,88	70%	11%	7,35%
TOTAL	107.852,69	100%	21%	10,42%

Fuente: La Autora

Se observa que la tasa de redescuento media es del 10,42% valor igual a la tasa mínima aceptable de rendimiento en este caso; la cual es de gran ayuda para cálculo del redescuento de los flujos de caja para la determinación del VAN, TIR, B/C Y PRI. También es un indicador que sirve para la determinación del porcentaje de la rentabilidad que tiene el inversionista; es decir, como la entidad se va arriesgar a invertir.

5.10 Valor actual neto VAN

El valor actual neto es un indicador financiero que permite determinar qué tan rentable puede llegar hacer el presente proyecto con la inversión realizada y para calcular este valor se utiliza la siguiente formula donde se suman todos los flujos de efectivo traídos a valor presente menos la inversión inicial.

$$VAN = -II + \sum \frac{FNE_n}{(1+i)^n}$$

$II = inversión\ inicial$

$FNE = \text{Flujos netos de efectivo}$

$i = \text{tasa de descuento (10,42\%)}$

Tabla 70. VALOR ACTUAL NETO

Períodos	Flujos de caja	Factor de actualización (10,42%)	FE*FA
Año 1	39.287,11	0,9057	35.580,92
Año 2	40.938,80	0,8202	33.579,11
Año 3	43.212,58	0,7429	32.100,46
Año 4	37.120,40	0,6728	24.973,58
Año 5	47.730,14	0,6093	29.082,25
		Valor presente	155.316,32
		(-) Inversión Inicial	107.852,69
		VAN	47.463,63

Fuente: La Autora

El resultado obtenido es un valor positivo mayor a cero, es decir el proyecto es rentable y los flujos de efectivo que se obtienen dentro del período de evaluación refleja una considerable contribución a la inversión realizada.

5.11 Relación beneficio – costo (B/C)

$$\frac{\text{VALOR PRESENTE}}{\text{INVERSIÓN INICIAL}}$$

$$\frac{155.316,32}{107.852,69} = 1,44$$

El costo beneficio dio como resultado 1,44 superior a uno por lo tanto el proyecto es factible de realizarlo económica y financieramente. Es decir que por cada dólar que se invierte se obtiene 0,44 de utilidad lo que genera rentabilidad al mismo.

5.12 Tasa interna de retorno TIR

La tasa interna de retorno se utiliza para decidir sobre la aceptación o rechazo de un proyecto de inversión. Para ello se compara con una tasa mínima, coste de oportunidad utilizado para comparar la TIR será la tasa de rentabilidad libre de riesgo y si la tasa de rendimiento del proyecto expresada por la TIR supera la tasa mínima, se acepta la inversión y si es lo contrario se rechaza.

Fórmula de cálculo de la Tasa Interna de Retorno

$$VAN = \sum_{t=1}^n \frac{V_{Ft}}{(1 + TIR)^t} - I_0 = 0$$

V_{Ft} es el Flujo de caja en el periodo t.

Por el teorema del binomio

$$(1 + r)^{-n} \approx 1 - n * r$$

$$I = Q_1 * (1 - r) + \dots + Q_n * (1 - n * r)$$

$$I - (Q_1 + \dots + Q_n) = -r * (Q_1 + \dots + n * Q_n)$$

De donde:

$$r = \frac{-I + \sum_{i=1}^n Q_i}{\sum_{i=1}^n i * Q_i}$$

Tabla 71. TASA INTERNA DE RENTABILIDAD

INVERSIÓN INICIAL	-107.852,69
FLUJO DE EFECTIVO	39.287,11
	40.938,80
	43.212,58
	37.120,40
	47.730,14
TIR	26%

Elaborado por: La Autora

Analizando el resultado obtenido la tasa de retorno que representa el porcentaje de interés más alta que el inversionista puede pagar sin perder dinero, la cual es el 26%, comparando con la tasa de descuento del 10,42% siendo evidente que es superior a este dato, podemos concluir diciendo que el proyecto es rentable.

5.13 Período de recuperación de la inversión

Para medir la liquidez del presente proyecto y participar el riesgo de inversión es necesario calcular el período de recuperación de la inversión, y se lo realiza con la siguiente fórmula, utilizando los flujos de efectivo acumulados.

$$PRI = \text{Año inferior} + \frac{\text{Inversión inicial} - \text{Valor año inferior}}{\text{Valor año superior} - \text{Valor año inferior}}$$

Tabla 72. ACUMULACIÓN DE FLUJOS (PRI)

Períodos	Flujos de efectivo	Flujos de efectivo acumulados
Inversión inicial	107.852,69	
Año 1	39.287,11	39.287,11
Año 2	40.938,80	80.225,91
Año 3	43.212,58	123.438,49
Año 4	37.120,40	160.558,89
Año 5	47.730,14	208.289,03
PERÍODO DE RECUPERACIÓN		2 AÑOS, SIETE MESES Y 23 DÍAS

Fuente: La Autora

Resolución:

$$PRI = 2 + \frac{107.852,69 - 80.225,91}{123.438,49 - 80.225,91}$$

$$PRI = 2,64$$

6. CAPITULO VI ESTRUCTURA ORGÁNICA

En aquel capítulo se analizan los aspectos relacionados con la filosofía empresarial, la estructura funcional y estructural del Motel.

6.1 Nombre o razón social de la empresa

El nombre que se establece al negocio es “MOTEL SENSACIÓN” se constituye como persona jurídica; el nombre va de acorde al servicio que se va ofertar a la ciudadanía del Cantón Espejo brindando privacidad, confort, habitaciones modernas y con precios accesibles de pago.



6.2 Tipo de empresa

Según la Ley de Compañías basándose en el Artículo 2 que manifiesta “Hay cinco especies de compañías de comercio, las cuales se detallan así:

- a) La compañía en nombre colectivo
- b) La compañía en comandita simple y dividida por acciones
- c) La compañía de responsabilidad limitada
- d) La compañía anónima
- e) La compañía de economía mixta

Estas cinco especies de compañías constituyen personas jurídicas.

Analizando a los diferentes tipos de compañías, se determina que la que más se ajusta a los requerimientos y finalidades de la entidad es la Compañía en nombre

colectivo, debido a que mi socia principal será mi madre por ser la dueña del terreno a construir el Motel y aportar con un capital compartido, a continuación se detalla los requisitos para crear la compañía antes mencionada:

- Los nombres de los socios, nacionalidad y domicilio.
- La razón social, objetivo y domicilio de la compañía.
- El nombre de los socios autorizados para obrar, administrar y firmar por ella.
- La suma de los aportes entregados o por entregarse para la constitución.

6.3 Requisitos legales

Para que el motel pueda funcionar sus actividades sin problemas se debe obtener una serie de requisitos que le permiten legalizar el funcionamiento del mismo.

6.3.1 Uso del suelo

Documentación emitida por la administración competente del Municipio del Cantón Espejo quien autoriza el uso de espacios para el asentamiento de la infraestructura para poner en marcha la nueva entidad.

Requisitos:

- Tasa de servicios administrativos (Adquiere en la Tesorería Municipal)
- Solicitud dirigida al Sr. Alcalde
- Copia de cédula de ciudadanía y certificado de votación.
- Certificado de no adeudar al Ilustre Municipio de Espejo.
- Copia de pago del impuesto predial del propietario del inmueble.
- Especie valorada para certificación vacía
- Croquis de ubicación.
- Realizar pago de uso de suelo (adjuntar copia en el trámite)
- Obtención del RUC para emisión de facturas.

6.3.2 Obtención del RUC

El RUC es el único documento que tiene por función registrar e identificar a los contribuyentes y sus actividades económicas.

Requisitos

- Presentar original y entregar copia de cédula y certificado de votación.
- Presentar el original del comprobante del pago de luz, agua o teléfono donde indique la dirección que se realizará la actividad económica.
- Entregar una copia del comprobante de pago del impuesto predial.
- Llenar formulario de solicitud.

6.3.3 Patente municipal

Es un comprobante de pago emitido por la administración zonal, que costa de pago anual de impuestos de patentes municipales a todas las personas naturales o jurídicas quienes ejercen una actividad económica.

Requisitos

- Formulario de declaración de patente municipal lleno y suscrito por el representante legal.
- Copia de cédula y certificado de votación.
- Copia del RUC del representante legal
- Copia de permiso de cuerpo de bomberos
- Copia del pago del impuesto predial.

6.3.4 Permiso de bomberos

Permiso muy esencial, permite mitigar los riesgos de futuros siniestros que pudieran ocurrir en el desarrollo de las actividades de la entidad.

Requisitos:

- Copia del RUC del representante legal
- Pago de patente municipal

- Inspección por parte del cuerpo de bomberos

6.3.5 Permiso sanitario

Se requiere mantener las instalaciones limpias debido al tipo de servicio que se va a ofertar por tal motivo se necesita un permiso sanitario el cual es otorgado por el Ministerio de Salud, en el cual se autoriza el funcionamiento de las actividades económicas, y es de obligatoriedad obtener este permiso.

Requisitos:

- Copia del RUC
- Llenar el formulario para el permiso sanitario
- Copia de cédula y certificado de votación del representante legal
- Copia de comprobante de pago de patente municipal

6.3.6 Permiso de funcionamiento

Documentación que emite la intendencia del Cantón Espejo.

Requisitos:

- Llenar solicitud del permiso de funcionamiento
- Presentar permiso de cuerpo de bomberos
- Entregar copia del RUC
- Presentar permiso sanitario
- Entregar copia de cédula de identidad y certificado de votación.
- Comprobante de pago de la patente municipal.

6.4 Filosofía empresarial

La filosofía de la empresa permite que el motel tenga una guía en el accionar de sus actividades, diferenciándose de los sitios momentáneos existentes.

6.4.1 Misión

Ofrecer un servicio de hospedaje momentáneo, con una infraestructura moderna, confort, con alto nivel de higiene y privacidad haciendo que los clientes disfruten de su estadía en nuestras instalaciones.

6.4.2 Visión

En los próximos cinco años el “MOTEL SENSACIÓN” será uno de los mejores referentes del hospedaje momentáneo siendo el pionero en satisfacción al cliente.

6.4.3 Valores

- Discreción
- Respeto
- Ética
- Calidad
- Compromiso con la organización
- Responsabilidad social

6.4.4 Objetivos

- Captar un porcentaje de clientes por mes
- Determinar niveles de competitividad frente a la competencia
- Recuperar la inversión en tres años
- Identificar impactos positivos y negativos que nos permita optimizar el desempeño laboral y de seguridad de la organización.
- Dar cumplimiento con las normas y leyes vigentes en el Ecuador.
- Impartir a los empleados capacitaciones con la finalidad de que cumplan con sus obligaciones y responsabilidades.
- Proyectar presupuesto para la creación de nuevas habitaciones si así es necesario.

6.4.5 Políticas

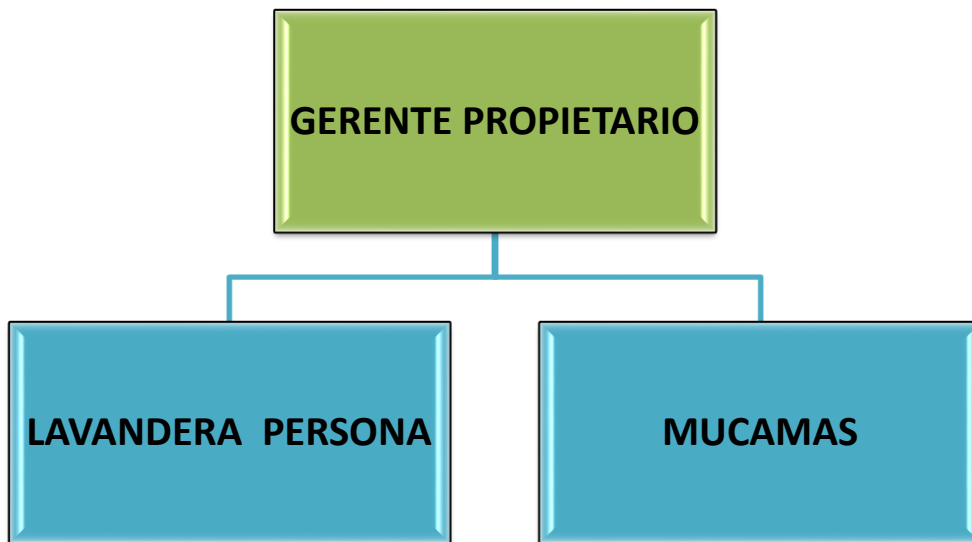
- Brindar un servicio de alta calidad que garantice la satisfacción de los clientes.
- Utilizar medios publicitarios adecuados para captar a los clientes de una manera efectiva.
- Innovar el valor agregado de nuestro servicio para mantener ventajas competitivas.

6.5 Estructura organizacional

La conformación del motel se verá reflejada en una estructura orgánica que tiene como finalidad detallar las responsabilidades de los colaboradores y especificar las áreas.

6.5.1 Organigrama estructural

Ilustración 7. ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL



Fuente: La Autora

6.6 Estructura funcional

En la estructura funcional se identifica los niveles jerárquicos, principales funciones para cada uno de ellos y se detalla un manual de funciones de cada cargo existente en la entidad.

6.6.1 Identificación de niveles jerárquicos

La dependencia del talento humano tiene relación con las personas dentro de la empresa que se refleja en la división de los niveles jerárquicos, y son:

a) Nivel ejecutivo

En este parámetro se encuentra el gerente propietario del MOTEL SENCACIÓN y dentro de sus principales funciones son: ser el representante legal de la institución cumpliendo los procedimientos legales y administrativos, elaborar la filosofía empresarial, las políticas, los objetivos y valores, direccionar las actividades y controlar del proceso en el manejo de la empresa.

b) Nivel operativo

Es el nivel más importante de la empresa, son los responsables directos de la ejecución de las actividades del negocio y gracias a ellos se puede ofrecer un servicio de calidad a sus clientes.

Donde se encuentra la lavadora persona y las mucamas sus principales funciones son: para la lavadora persona sacar todas las sabanas, cobertores, cobijas y fundas de almohada a lavar, planchar lo necesario y tener limpio para usar en las habitaciones. Con respecto a las mucamas hacer toda la limpieza de las habitaciones y adornos pertinentes es decir mantener la higiene y decoración del lugar.

6.6.2 Asignación de funciones

Se lleva a cabo a través de un manual de funciones para cada uno de los puestos con la finalidad del buen funcionamiento de la entidad.

Gerente

	MANUAL DE FUNCIONES
IDENTIFICACIÓN DEL PUESTO	
Nombre del cargo	Gerente
Nivel jerárquico	Ejecutivo
Inmediato superior	Ninguno
PERFIL DEL PUESTO	
Formación	Título de ingeniería comercial o carrera fin
Experiencia	Un año en cargo similar
Competencias	Liderazgo, pensamiento crítico, trabajo en equipo, habilidad de comunicación y responsabilidad administrativa.
OBJETIVO PRINCIPAL	
Administrar y dirigir el motel, cumplir y hacer cumplir con los lineamientos, políticas y valores institucionales.	
FUNCIONES ESENCIALES	
<ol style="list-style-type: none">1. Representar legalmente al motel2. Establecer la filosofía, políticas y objetivos de la empresa3. Determinar las funciones del personal del motel4. Influir en el personal para cumplir con las metas establecidas.	

Lavadora persona

 Motel Sensación S&E	MANUAL DE FUNCIONES
IDENTIFICACIÓN DEL PUESTO	
Nombre del cargo	Lavadora persona
Nivel jerárquico	Operativo
Inmediato superior	Ninguno
PERFIL DEL PUESTO	
Formación	Estudios secundarios
Experiencia	Un año en cargo similar
Competencias	Responsabilidad , trabajo en equipo, discreción y confianza
OBJETIVO PRINCIPAL	
Sacar todas las sabanas, cobertores, cobijas y fundas de almohada a lavar, planchar lo necesario.	
FUNCIONES ESENCIALES	
<ol style="list-style-type: none">1. Lavar las sabanas, cobertores, cobijas y fundas de almohadas de todas las habitaciones2. Planchar las sábanas antes de colocar en las camas3. Cumplir con puntualidad los pedidos realizados por la mucama4. Realizar otras actividades dispuestas por la gerencia administrativa	

Mucama

 Motel Sensación S&E	MANUAL DE FUNCIONES
IDENTIFICACIÓN DEL PUESTO	
Nombre del cargo	Mucama
Nivel jerárquico	Operativo
Inmediato superior	Ninguno
PERFIL DEL PUESTO	
Formación	Estudios secundarios
Experiencia	Un año en cargo similar
Competencias	Responsabilidad , trabajo en equipo, discreción y confianza
OBJETIVO PRINCIPAL	
Limpiar las habitaciones y adornos pertinentes es decir mantener la higiene y decoración del lugar.	
FUNCIONES ESENCIALES	
<ol style="list-style-type: none">1. Atender de la mejor manera posible a los clientes y proveedores de suministros2. cumplir puntualmente con lo pedidos realizados por los clientes3. Realizar otras actividades dispuestas por la gerencia administrativa4. Dar mantenimiento a los muebles y accesorios de las habitaciones y de todo el lugar. Limpiar, lavar baños y duchas; arreglar y perfumar las habitaciones después de hacer uso de la misma los clientes	

7. CAPITULO VII IMPACTOS

Según (Calvo, 2008) menciona que en este capítulo se desarrolla la evaluación de impacto en sus diversas mediaciones, determinaciones y condicionamientos; analizando y valorando los impactos que tiene el proyecto sobre el área de interés, lugar donde está ubicado el motel para lo cual se tienen factores que influyen en el mismo.

Para el desarrollo de este capítulo es de mucha importancia analizar los impactos social, económico, ambiental y empresarial. Conjuntamente con la valoración de cada uno de ellos se determina impactos positivos y negativos que influya directa o indirectamente en el avance del proyecto, por todo aquello es indispensable identificar, evaluar y valorarlos.

Los impactos se van a medir cualitativamente y cuantitativamente en bases a la siguiente tabla:

Tabla 73. ESCALA DE VALORACIÓN DE IMPACTOS

3	Alto Positivo
2	Medio Positivo
1	Bajo Positivo
0	No hay impacto
-1	Bajo Negativo
-2	Medio Negativo
-3	Alto Negativo

Fuente: La Autora

7.1 Matrices de impactos

7.1.1 Impacto social

Tabla 74. VALORACIÓN IMPACTO SOCIAL

INDICADORES	VALORACIÓN							TOTAL
	3	2	1	0	-1	-2	-3	
Calidad de vida	X							3
Seguridad familiar		X						2
Bienestar familiar	X							3
TOTALES	6	2						8

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por : La Autora

$$\text{Nivel de impacto social} = \frac{\text{Total}}{\text{Número de indicadores}}$$

$$\text{Nivel de impacto social} = \frac{8}{3}$$

$$\text{Nivel de impacto social} = 2,7 \approx 3$$

Análisis

El impacto social del proyecto tiene una valoración de alto positivo, con el cual se pretende mejorar la calidad de vida, seguridad familiar y bienestar de la misma; ya que se encuentra reflejada en la estabilidad de los propietarios como de los trabajadores y a la vez es importante el bienestar familiar ya que de esto dependerá mucho en el desarrollo de la institución.

7.1.2 Impacto económico

Tabla 75. VALORACIÓN IMPACTO ECONÓMICO

INDICADORES	VALORACIÓN							TOTAL
	3	2	1	0	-1	-2	-3	
Demanda de mano de obra		X						2
Oferta de trabajo			X					1
Estabilidad económica del sector		X						2
Generación de competencia		X						2
TOTALES		6	1					7

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por : La Autora

$$\text{Nivel de impacto económico} = \frac{\text{Total}}{\text{Número de indicadores}}$$

$$\text{Nivel de impacto económico} = \frac{7}{4}$$

$$\text{Nivel de impacto económico} = 1,8 \approx 2$$

Análisis:

De acuerdo a las variables el impacto económico tiene una valoración medio positivo, ya que cuando se ponga en marcha el proyecto se requiere de demanda de mano de obra para la construcción del nuevo motel, a la vez es una competencia para los lugares momentáneos que existen dentro de la ciudad y debido al servicio que se oferta por el nuevo negocio se fomenta nuevas ofertas de trabajo para la ciudadanía y con todo esto se potencial la economía del sector.

7.1.3 Impacto ambiental

Tabla 76. VALORACIÓN IMPACTO ECONÓMICO

INDICADORES	VALORACIÓN							TOTAL
	3	2	1	0	-1	-2	-3	
Uso ecológico del suelo					X			-2
Manejo de desechos						X		-1
Contaminación ambiental					X			-1
Ambiente ecológico					X			-1
Uso ecológico y racional del agua					X			-1
TOTALES					-4	-2		-6

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por : La Autora

$$\text{Nivel de impacto ambiental} = \frac{\text{Total}}{\text{Número de indicadores}}$$

$$\text{Nivel de impacto económico} = \frac{-6}{5}$$

$$\text{Nivel de impacto económico} = -1$$

Análisis

Con respecto al impacto ambiental en el presente proyecto tiene una valoración baja negativa, es decir que los desechos que se originan de la actividad de la entidad, como también el uso de suelos, agua, la contaminación del ambiente y el manejo del ambiente ecológico no tienen un impacto en el proyecto. Pero con todo esto no quiere decir que no se apliquen buenas prácticas de manejo de desechos para evitar la contaminación del medio ambiente, el uso racional del suelo para el asentamiento del negocio, el adecuado uso del agua tratando en lo posible de eliminar y mitigar cualquier impacto que tenga la intención de afectar la estabilidad de la empresa.

7.1.4 Impacto empresarial

Tabla 77. VALORACIÓN IMPACTO EMPRESARIAL

INDICADORES	VALORACIÓN							TOTAL
	3	2	1	0	-1	-2	-3	
Organización empresarial	X							3
Manejo de recursos		X						2
Fidelidad de clientes	X							3
Creatividad	X							3
Innovación	X							3
TOTALES	12	2						14

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por : La Autora

$$\text{Nivel de impacto empresarial} = \frac{\text{Total}}{\text{Número de indicadores}}$$

$$\text{Nivel de impacto ambiental} = \frac{14}{5}$$

$$\text{Nivel de impacto ambiental} = 2,8 \approx 3$$

Análisis:

El impacto empresarial representa una valoración alta positiva; ya que, con la creación del motel, la población del Cantón ya no tiene que salir a buscar sitios momentáneos fuera de la misma. A la vez se optimiza recurso y se fomenta una mejor organización empresarial, brindando innovación, creatividad en las habitaciones e instalaciones; así, logrando satisfacer las expectativas de los clientes al mismo que es reflejado en la rentabilidad del proyecto.

7.1.5 Impacto general

Luego de analizar cada uno de los posibles impactos que afecta al motel quien ofrece servicio de hospedaje momentáneo y haber obtenido las valoraciones pertinentes de cada uno de ellos, se continúa a elaborar la valoración general de los impactos que influye en el proyecto.

Tabla 78. VALORACIÓN IMPACTO GENERAL DEL PROYECTO

INDICADORES	VALORACIÓN							TOTAL
	3	2	1	0	-1	-2	-3	
Impacto social	X							3
Impacto económico		X						2
Impacto ambiental					X			-1
Impacto empresarial	X							3
TOTALES	6	2			-1			7

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por : La Autora

$$\text{Nivel de impacto general del proyecto} = \frac{\text{Total}}{\text{Número de indicadores}} = \frac{7}{4} = 1,8 \approx 2$$

Análisis:

En conclusión podemos decir que la creación de un motel en las afueras de la ciudad de El Ángel, sector Tuscuaza tendrá un impacto medio positivo; ya que se pretende mejorar los aspectos sociales como es la calidad de vida laborar, garantizar su bienestar; los aspectos económicos del sector proporcionando fuentes de trabajo y de ingresos; los aspectos ambientales con el adecuado uso del agua, suelo, manejo de desechos evitando la contaminación del medio ambiente; así como también aspectos empresariales fomentando una competencia para las sitios momentáneos existentes, ofreciendo innovación y creatividad en las habitaciones e instalaciones captando la fidelidad de los clientes.

CONCLUSIONES

- Después de realizar el diagnóstico situacional se ha determinado que en la Ciudad de El Ángel cabecera cantonal, no existe un motel a las afueras de la ciudad por tal motivo los pobladores tienen que recurrir a la ciudad de Bolívar o Ibarra en busca de aquellos sitios momentáneos.
- En el marco teórico se establece las bases y fundamentos teóricos con su respectiva referencia bibliográfica de todos los conceptos necesarios para el desarrollo del proyecto.
- En el estudio de mercado se identificó la demanda insatisfecha existente en el sector de interés y que el “MOTEL SENSACIÓN” captará brindando el servicio de hospedaje momentáneo con habitaciones modernas, confort, higiene y privacidad para los clientes.
- De acuerdo al desarrollo del estudio técnico se definió el lugar exacto donde estará ubicado el nuevo motel, así como requerimientos necesarios en lo referente a la infraestructura, maquinaria y equipo, recurso humano y recurso económico.
- En el estudio financiero se determinó el monto de inversión inicial necesaria para la construcción del nuevo negocio en la ciudad, conjuntamente con el análisis de los resultados de estados financieros a través de indicadores los mismos que determinaron que es factible y rentable el proyecto dentro del período de evaluación.
- En la estructura organizacional se definió la razón social de “MOTEL SENSACIÓN”, tipo de empresa, su filosofía, requisitos para su constitución, niveles jerárquicos, los puestos de trabajo y un manual de funciones para cada uno de ellos.
- Para finalizar se analizaron los impactos social, económico, ambiental y empresarial que se obtuvo como resultado positivo, esto significa que la creación del “MOTEL SENSACIÓN” en el sector Tuscuaza es viable porque aporta de cierto modo al desarrollo del Cantón.

RECOMENDACIONES

- Se recomienda realizar un análisis constante del entorno para saber los cambios en cuanto a las necesidades y exigencias de los clientes con la finalidad de implantar nuevas estrategias comerciales que sean atractivas para los mismos.
- Se debe tener la documentación actualizada para no tener inconvenientes con el correcto funcionamiento de la institución.
- Se comprometa a captar la demanda insatisfecha mediante la creación de nuevas estrategias de mercado que permita tener clientes fieles.
- Se recomienda aprovechar las condiciones de ubicación del motel ya que este es un lugar estratégico que generará rentabilidad al negocio.
- Se exige revisar periódicamente los estados financieros, los cuales deben ser claros, oportunos y actualizados acorde a los cambios económicos del país con la finalidad de establecer actividades que generen estabilidad en el manejo de recursos y a la vez tomar decisiones correctas.
- Se debe conservar la estructura organizacional detallando los procedimientos, funciones de la misma y sus colaboradores, que le permite a la entidad tener un buen ambiente laboral, comprometido a sus trabajadores a cumplir con las metas y objetivos propuestos.
- Se recomienda reforzar y ampliar los efectos positivos que tendrá el presente proyecto contrarrestando al máximo algún impacto negativo que afecte al negocio.

8. Bibliografía

- Aguilar, R. (2009). *Proceso administrativo*. El Cid Editor | apuntes.
- AME. (2016). *www.ame.gob.ec*. Obtenido de *www.ame.gob.ec*:
<http://www.ame.gob.ec/ame/index.php/ley-de-transparencia/74-mapa-cantones-del-ecuador/mapa-carchi/339-canton-espejo>
- BCE. (2017). *contenido.bce.fin.ec*. Obtenido de *contenido.bce.fin.ec*:
contenido.bce.fin.ec/indicador.php?tbl=inflacion_acumulada
- Brealey, M. (2006). *Principios de Finanzas Corporativas*. Mc Graw Hill.
- Calvo, O. (2008). *Aprehesión Filosófica de la evaluación de impactos y sus determinaciones en el postgrado*. Universitaria.
- Carchi, P. d. (08 de marzo de 2013). *www.carchi.gob.ec*. Obtenido de *www.carchi.gob.ec*:
https://es.wikipedia.org/wiki/Cant%C3%B3n_Espejo#Toponimia
- Coral, G. (2000). *Contabilidad Universitaria*. Contabilidad Universitaria.
- Corponet. (2015). *blog.corponet.com.mx*. Obtenido de *blog.corponet.com.mx*:
<http://blog.corponet.com.mx/que-es-el-balance-general-y-cuales-son-sus-objetivos>
- Corporation, L. (2016). *es.slideshare.net*. Obtenido de *es.slideshare.net*:
<http://es.slideshare.net/dudyacks/mtodo-analtico-26064628>
- Correa, F. (2009). *Administración*. Correa, Fernando.
- countrymeters. (2017). *countrymeters.info*. Obtenido de *countrymeters.info*:
<http://countrymeters.info/es/Ecuador>
- Cruz, B. (2014). *Economía y dirección de empresas*. Universidad de Las Palmas de Gran Canaria. Servicio de Publicaciones y Difusión Científica.

- Dices. (2016). *mapasamerica.dices.net*. Obtenido de [mapasamerica.dices.net:
http://mapasamerica.dices.net/ecuador/mapa.php?nombre=El-
%C1ngel&id=11436](http://mapasamerica.dices.net/ecuador/mapa.php?nombre=El-%C1ngel&id=11436)
- ecuador, P. d. (2016). *www.ecuadorpostales.com*. Obtenido de www.ecuadorpostales.com:
[http://www.ecuadorpostales.com/en/recommended-
destination/spas/balneario-la-calera](http://www.ecuadorpostales.com/en/recommended-destination/spas/balneario-la-calera)
- GADM-E. (2016). *www.gadme.gob.ec*. Obtenido de www.gadme.gob.ec:
<http://www.gadme.gob.ec/index.php/servicios/12-noticias#>
- Galindo, C. (2011). *Formulación y evaluación de Planes de Negocio*. Bogotá: Ediciones de la U.
- Garbiati, J. (2001). *CONCEPTOS BÁSICOS DE ESTADÍSTICA*. LA U.
- Gava, S. (2008). *Dirección Financiera: Decisiones de Inversión*. Delta.
- Gido, J., & Clements, J. P. (2012). *Administración exitosa de proyectos*. México: CENGAGE Learning.
- Harold, K. (2009). *Dirección de objetivos*. Editorial de la Universidad Politécnica de Valencia.
- Herrera, P. (2012). *Gestión estratégica organizacional*. Bogotá: Ecoe Ediciones
- Inec. (2010). *anda.inec.gob.ec*. Obtenido de anda.inec.gob.ec:
<http://anda.inec.gob.ec/anda/index.php/catalog/270>
- Lefcovich, M. (2010). *Tipos de mercados*.
- Mailxmail. (2010). *www.mailxmail.com*. Obtenido de www.mailxmail.com:
[http://www.mailxmail.com/curso-contabilidad-financiera-basica/balance-
comprobacion](http://www.mailxmail.com/curso-contabilidad-financiera-basica/balance-comprobacion)

- Mercados, E. (2013). *contenidosdigitales.ulp.edu.ar*. Obtenido de contenidosdigitales.ulp.edu.ar:
http://contenidosdigitales.ulp.edu.ar/exe/economia1/tipos_de_mercados__caractersticas.html
- Morales, J. (2014). *Planeación financiera*. Larousse - Grupo Editorial Patria.
- Münch, L. (2010). *Administración: Gestión organizacional, enfoques y proceso administrativo*. México: Pearson Educación.
- Pindyck, R. (2009). *El coste de producción en "Microeconomía"*. Madrid: Prentice Hall.
- Potts, J. (2009). *El conocimiento y los mercados*. Red Análisis Económico.
- Reyes, S. (2014). *Finanzas Corporativas y valoración de empresas al alcance de todos*. Bogotá, Colombia: Ediciones de la U.
- Rodriguez, G. (2009). *La economía de mercado*. El Cid Editor | apuntes.
- SEMLADES. (21 de febrero de 2014). *app.sni.gob.ec*. Obtenido de app.sni.gob.ec:
http://app.sni.gob.ec/sni-link/sni/Portal%20SNI%202014/FICHAS%20F/0403_ESPEJO_CARACHI.pdf
- SRI. (2015). *Personas Naturales*. Obtenido de Personas Naturales:
<http://www.sri.gob.ec/de/31>
- Tello, C. (2010). *Definición preliminar de mecanismos de mercado y su relación con los mecanismos de no mercado*. Revele.
- Uribe, A. (2010). *Proyectos de inversión para las PYME. Creación de empresas*. Bogotá: Ecoe Ediciones.
- Vide, R. (2013). *El precio en la compraventa y su determinación*. Editorial Reus.
- Zorrilla, J. (2009). *Las etapas del empresario moderno*. El Cid Editor | apuntes.
- Zuani, R. d. (2012). *Introducción a la Administración de Organizaciones*. de la U.

ANEXOS

A. PROFORMA DE MATERIALES DE CONSTRUCCIÓN

FERRETERIA EL ANGEL		Fecha: 10/11/2016	
R.U.C.: 1711738821001		Usuario: Marcia	
Dir: Sucre y Rocafuerte			
Teléfonos: 062360774/062362732. Fax: 062362732			
PROFORMA DE UTILES PARA CONSTRUCCIÓN			
Cantidad	Detalle	Precio Unitario	Valor Total
	Cielo raso	14	0
	hojas de eternit	70	
	Cemento	7,06	
	Varillas de 12"	34	
	Varillas de 8"	30,24	
	Rollo - Alambre galvanizado 18"	26,88	
	Rollo - manguera 3/4	32,54	
	Rollo - manguera 1/2	23,93	
	lape x 12	5,18	
	cajetines rectangulares	0,3	
	focos	1,99	
	boquillas	4,3	
	tubos 4"	6,24	
	tunos 2"	2,57	
	Codo 2"	0,64	
	Codos 4"	1,96	
	pega tubo	3	

B. FICHAS DE OBSERVACIÓN DE LOS LUGARES MOMENTÁNEOS DEL CANTÓN

Ficha de observación del Motel vía a la Ciudad de Bolívar

Tema: Observar el ingreso de personas en la “Le blues motel”

Lugar: panamericana Norte vía el Ángel- Bolívar

Observador: Emma Tulcanaza

Fecha: sábado 20 de noviembre del 2016

Hora: 13pm hasta 7pm

Generalmente a este sitio momentáneo en el tiempo que se estuvo observando, entraron a hacer uso de las instalaciones 10 parejas, donde se estima un promedio de visitas de 40 parejas por día.

El lugar es más visitado fines de semana con relación a los días de lunes a viernes, debido a su ubicación y las instalaciones que cumplen con las expectativas de los clientes, tales motivos los habitantes prefieren salir al motel de la ciudad de Bolívar.

Ficha de observación de las residenciales de la Ciudad El Ángel

Tema: Observar el ingreso de personas en la “residencial la chimenea”

Lugar: El Ángel – Cantón Espejo (Av. Espejo y Tercera Transversal)

Observador: Emma Tulcanaza

Fecha: miércoles 16 de noviembre del 2016

Hora: 12pm hasta 7pm

Generalmente a este sitio momentáneo en el tiempo que se estuvo observando, entraron hacer uso de las instalaciones 2 parejas, donde se estima un promedio de visitas de 7 parejas por día.

El lugar no es muy visitado por la población del cantón debido a que está ubicada dentro de la ciudad, tal motivo los habitantes prefieren salir a buscar sitios fuera de la ciudad.

Tema: Observar el ingreso de personas en la “Residencial Paisajes Andinos”

Lugar: El Ángel – Cantón Espejo 10 de agosto y Gózales Suarez

Observador: Emma Tulcanaza

Fecha: Jueves 17 de Noviembre del 2016

Hora: 12pm hasta 7pm

Generalmente a este sitio momentáneo en el tiempo que se estuvo observando, entraron hacer uso de las instalaciones 1 parejas, donde se estima un promedio de visitas de 3 parejas por día.

El lugar no es muy visitado por la población del cantón debido a que está ubicada dentro de la ciudad, tal motivo los habitantes prefieren salir a buscar sitios fuera de la ciudad.

Tema: Observar el ingreso de personas en la “Residencial El Ángel ”

Lugar: El Ángel – Cantón Espejo

Observador: Emma Tulcanaza

Fecha: Viernes 18 de Noviembre del 2016

Hora: 12pm hasta 7pm

Generalmente a este sitio momentáneo en el tiempo que se estuvo observando, entraron hacer uso de las instalaciones 3 parejas, donde se estima un promedio de visitas de 10 parejas por día.

El lugar no es muy visitado por la población del cantón debido a que está ubicada dentro de la ciudad, tal motivo los habitantes prefieren salir a buscar sitios fuera de la ciudad.

C. FORMATO ENCUESTA A LA POBLACIÓN DEL CANTÓN ESPEJO



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

ENCUESTA A APLICARSE A LA POBLACIÓN DEL CANTÓN ESPEJO
DENTRO DEL RANGO DE 20 - 60 AÑOS DE EDAD EN ADELANTE

Objetivo: El presente documento tiene como finalidad conocer la opinión de la población acerca de los lugares momentáneos existentes en el Cantón Espejo.

Instrucciones: Debe marcar con una X en la opción que usted esté de acuerdo de cada pregunta.

Agradecemos su colaboración y su sinceridad al responder, la información obtenida será confidencial.

Datos personales:

Edad:..... Sexo:..... Nivel de Instrucción:.....

1.- Usted alguna vez ha visitado un Motel?

SI ()

NO ()

2.- El motel que visitó es dentro o fuera de la ciudad de el Angel?

DENTRO ()

FUERA ()

3.- Con qué frecuencia visita un Motel?

Una vez a la semana	
Cada 15 días	
Una vez al mes	

Nunca	
-------	--

4.- En qué lugar le gustaría que estén ubicados este tipo de negocio?

Dentro de la ciudad	
En las afueras de la ciudad	
En la carretera al paso	

5.- ¿Considera usted que el sector ~~Tucaca~~ via al balneario la Calera en la Panamericana Norte es un lugar adecuado para el funcionamiento de un nuevo Motel?

SI ()

NO ()

Si su respuesta es si:

6.- Usted estaría dispuesto a hacer uso de nuestras instalaciones?

SI ()

NO ()

7.- ¿Qué tipo de infraestructura le gustaría que tuviera el nuevo motel?

Moderno	
Extrorrendo	
Clasico	
Rustico	
Normal	

8.- ¿Qué servicios son los que más le agradarían que posea el nuevo negocio?

Variación de cama	
Mini bar	
Servicio de restaurant	
Sauna	
Hidromasaje	
Televisión	
Cable	

9.- El mini bar le gustaría que este fuera o dentro de la habitación?

FUERA ()

DENTRO ()

10.- Generalmente que tiempo se queda en el motel?

Una hora	
Dos horas	
Más de dos horas	
Por noche	
Por día	

11.- Qué precio está dispuesto a pagar por el hospedaje que le garantiza privacidad y ante todo higiene en sus habitaciones?

Por hora	
10 – 12 dolares	
12 – 15 dolares	
Por noche	
15 – 20 dolares	

20 - 25 dólares	
-----------------	--

12.- Cuando ha ido a estos lugares de hospedaje en cuales de las siguientes características se fija usted:

Ubicación del motel	
Confort	
Precio	
Higiene	
Atención al cliente	
Infraestructura	

13.- Al momento de elegir un motel, por qué medios de publicidad se orienta?

Radio	
Televisión	
Recomendación de amigos	
Hojas volantes	
Internet	
Perifoneo	

14.- Que tipos de ofertas le gustaría para fechas especiales como 14 de febrero, días festivos, día de la mujer, etc.

Arreglos florales	
Chocolates	
Bebidas como cerveza o gaseosa	
Apéritivo	

Descuento al precio normal	
-------------------------------	--

15.- Al entrar al motel está usted de acuerdo en que se abran las puertas de su habitación mediante sensores?

SI ()

NO ()

16.- Usted estaría dispuesto a comprar una tarjeta solo para clientes, ya que al presentarla obtendrá un descuento al precio habitual.

SI ()

NO ()

GRACIAS POR SU COLABORACION

D. FORMATO ENTREVISTA APLICAR A LA PROPIETARIA DEL MOTEL VIA A LA CIUDAD DE BOLÍVAR

- 1) ¿Cuál piensa usted que son las razones por las que las parejas utilizan los moteles?
- 2) ¿Qué forma de inversión utilizó para iniciar su negocio?
- 3) ¿Qué características administrativas ha aplicado en su negocio para tener el éxito que hoy tiene su MOTEL?
- 4) ¿Qué sugerencias daría para emprender un motel en la panamericana norte sector Tuscuaza vía al balneario la calera?
- 5) ¿Cuáles son los costos del servicio en su motel por hora y por noche y el promedio de visitas al día?


E. AVALUO DEL PREDIO

Urbano Pago Página 1 de 1

Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Espejo

PREDIO URBANO

Nombres:				Clave catastral:	
Mora González Emma Leonor				040353714.14	
Parroquia	Dirección predio	Clase del predio	Año	Fecha de Pago	Copia
San Isidro	S. Tuscuaza	Terreno	2016	12/04/2016	0
Avaluó Comercial		Hipoteca		Base imponible	
25000.00 €		0.00 €		25000.00 €	
Impuesto predial Urbano:		24.75 €			
Bomberos:		0.12 €			
Contribución E mejora:		0.00 €			
Solar no Edificado:		0.00 €			
Servicios Administrativos:		1.00 €			
Suman:		25.87 €			
Descuento:		0.06 €			
Intereses:		0			
Interés por mora de año anteriores:		0			
Tercera edad:		0			
TOTAL A PAGAR		25.81 €			



TESPERERA

**F. FOTOGRAFÍA DEL TERRENO DONDE SE CONSTRUIRA EL NUEVO
MOTEL**

