

**PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR  
SEDE ESMERALDAS**



**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES  
ESCUELA DE CONTABILIDAD Y AUDITORIA**

**TEMA:**

**ALQUILER DE CASILLEROS EN LA PLAYA  
DE ATACAMES.**

**PROYECTO DE TESIS PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE  
INGIENERÍA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA CPA**

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:**

**PROYECTOS DE INVERSIÓN Y EVALUACIÓN FINANCIERA**

**AUTORA:**

**ANDREA J. PATIÑO ANTÓN**

**ASESORA:**

**Dra. TAHIMÍ ACHILIE VALENCIA MSc.**

**ESMERALDAS – ECUADOR**

**2015**

“Trabajo de tesis aprobado luego de haber dado cumplimiento a los requisitos exigidos por el reglamento de Grado de la PUCESE, previo a la obtención del título de Ingeniería en Contabilidad y Auditoría”.

---

Presidente del Tribunal de Graduación

---

Lector 1

---

Lector 2

---

Director de Escuela

---

Directora de Tesis

Fecha:

## AUTORÍA

Yo, ANDREA JAEI PATIÑO ANTÓN, declaro que la presente investigación enmarcada en el actual trabajo de tesis es absolutamente original, auténtica y personal.

En virtud que el contenido de ésta investigación es de exclusiva responsabilidad legal y académica de la autora y de la PUCESE.

---

Andrea Jael Patiño Antón

0802268235

## **AGRADECIMIENTO**

A mi madre, Tannia Maritza Antón Franco, quien supo brindarme su apoyo incondicional siempre.

A mi familia, quienes estuvieron presentes en diferentes momentos de mi vida.

A mi asesora, profesora, maestra y amiga, Tahimí Achilie Valencia, quien se convirtió en mucho más que una docente en mi vida estudiantil, fue mi guía y apoyo fundamental en la etapa universitaria, cuyos conocimientos impartidos permitieron el desarrollo del presente trabajo investigativo.

A mi profesora y guía, Cecilia Velasco, quien en su infinita sabiduría supo decirme las palabras indicadas, reviviendo en mí la motivación, en el momento en que más lo necesitaba.

A Karen Basurto Murillo, quien con su ayuda y fe en esta idea de negocio, supo brindarme el impulso necesario para cristalizar el presente tema de tesis.

## **DEDICATORIA**

A mi madre, Tannia Maritza Antón Franco,  
porque este logro es tanto mío como suyo.

A mi Sami, siempre presente en mi memoria.

# ÍNDICE DE CONTENIDO

CAPÍTULO I .....	7
1. MARCO METODOLÓGICO DE LA INVESTIGACIÓN.....	7
1.1 Ubicación del Estudio.....	7
1.2 Tipo de Estudio.....	7
1.3 Método de Estudio.....	7
1.4 Técnicas de Procesamiento y Análisis Estadístico .....	7
1.5 Población y Muestra .....	8
1.5.1 Población .....	8
1.5.2 Muestra.....	8
CAPÍTULO II.....	10
2. ESTUDIO DE MERCADO.....	10
2.1 Descripción del Servicio.....	10
2.2 Ventaja Competitiva.....	10
2.3 Características del Cliente .....	10
2.4 Oferta Actual .....	12
2.5 Demanda Insatisfecha.....	14
2.6 Mercado Meta y Cuota de Mercado .....	14
2.7 Proyección de Ventas .....	15
2.8 Políticas del Servicio .....	17
2.9 Precio.....	17
2.10 Publicidad .....	18
2.11 Canal de Distribución .....	18
CAPÍTULO III.....	19

3.	ESTUDIO TÉCNICO, ORGANIZACIONAL Y LEGAL .....	19
3.1	Estudio Técnico .....	19
3.1.1	Localización .....	19
3.1.2	Dimensiones .....	20
3.1.3	Diseño .....	20
3.1.4	Distribución .....	21
3.1.5	Horario de Atención .....	22
3.1.6	Requerimientos .....	22
3.1.7	Diagrama del Proceso .....	23
3.1.8	Ilustración del Proceso .....	26
3.2	Estudio Organizacional .....	27
3.2.1	Nombre de la Marca .....	27
3.2.2	Eslogan .....	27
3.2.3	Logotipo .....	27
3.2.4	Misión .....	28
3.2.5	Visión .....	28
3.2.6	Objetivos .....	28
3.2.7	Organigrama .....	28
3.2.8	Talento Humano .....	28
3.2.9	Descripción de los Puestos de Trabajo .....	29
3.2.10	Uniformes del Personal .....	30
3.3	Estudio Legal .....	30
	CAPÍTULO IV .....	32
4.	ESTUDIO ECONÓMICO-FINANCIERO .....	32
4.1	Inversión .....	32

4.2	Financiamiento .....	33
4.3	Estado de Situación Financiera .....	33
4.4	Proyección de Ventas .....	34
4.5	Proyección de Costos .....	34
4.6	Proyección de Gastos .....	35
4.7	Valor de Salvamento de Activos Fijos .....	35
4.8	Flujo de Caja.....	36
4.9	Flujo de Caja Proyectado.....	37
4.10	Punto de Equilibrio .....	37
4.11	Análisis de Sensibilidad.....	37
4.11.1	Escenario Probable o Conservador.....	38
4.11.2	Escenario Optimista.....	38
4.11.3	Escenario Pesimista .....	39
4.12	Análisis del Estudio Económico-Financiero.....	40
CAPÍTULO V .....		41
5.	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES .....	41
5.1	Conclusiones.....	41
5.2	Recomendaciones .....	42
REFERENCIAS.....		43

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 .....	11
Figura 2 .....	11
Figura 3 .....	12
Figura 4 .....	17
Figura 5 .....	23
Figura 6 .....	25

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 .....	12
Tabla 2 .....	13
Tabla 3 .....	13
Tabla 4 .....	14
Tabla 5 .....	15
Tabla 6 .....	15
Tabla 7 .....	16
Tabla 8 .....	16
Tabla 9 .....	16
Tabla 10 .....	22
Tabla 11 .....	32
Tabla 12 .....	33
Tabla 13 .....	34
Tabla 14 .....	34
Tabla 15 .....	35
Tabla 16 .....	35
Tabla 17 .....	36
Tabla 18 .....	37
Tabla 19 .....	37
Tabla 20 .....	38
Tabla 21 .....	38
Tabla 22 .....	39

## ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1 .....	19
Ilustración 2 .....	20
Ilustración 3 .....	21
Ilustración 4 .....	21
Ilustración 5 .....	26
Ilustración 6 .....	27
Ilustración 7 .....	30

## RESUMEN

Las playas de Esmeraldas son el tercer destino turístico más visitado del país durante la temporada de feriados y vacaciones. Sin embargo, su belleza natural ha sido poco explotada, como es el caso de la playa de Atacames, donde un gran número de turistas presentan ciertos problemas, entre ellos, la falta de un sitio que brinde seguridad para guardar sus pertenencias. El presente proyecto tiene como objetivo, desarrollar un estudio de factibilidad para la implementación del servicio de alquiler de casilleros en la playa de Atacames, el cual estará ubicado en uno de los locales de la plazoleta principal del malecón. Este modelo de negocio está estructurado de la siguiente manera: dos bloques de 20 casilleros cada uno, con 40cm de ancho y alto por 35cm de fondo. La investigación fue de tipo descriptiva, donde se procedió a buscar y recolectar información, para luego recabar datos sobre las necesidades de los potenciales clientes. Se aplicaron técnicas, como encuestas a 383 turistas de la localidad, la entrevista al Vicealcalde del cantón y la ficha de observación. Los resultados reflejaron que para implementar esta idea de negocio se requiere una inversión total de \$ 7,792.86, recuperándose (PRI) en el tercer año, un beneficio VAN de \$ 9,033.51 y una TIR del 39.83% mayor al costo de oportunidad. En conclusión, según los resultados reflejados mediante el análisis de los indicadores económicos financieros el negocio es factible, pues genera rentabilidad a lo largo de la vida útil del proyecto.

**Palabras Claves:** Alquiler, Casilleros, Servicio, Factibilidad, Tasa Interna de Retorno (TIR), Valor Actual Neto (VAN), Periodo de Recuperación (PRI), Costo/Beneficio (B/C).

## **ABSTRACT**

Esmeralda's beaches are the third most visited tourist destination in the country during the season of holidays and vacations. However, its natural beauty has been little exploited, such as Atacames Beach, where a large number of tourists present certain problems, including the lack of a site that provides security for their belongings. This Project aims to develop a feasibility study for the implementation of a locker renting service in Atacames beach. This service will be located at one of the business shops in the main plaza on the boardwalk. This business model will be structured as follows: two blocks of 20 lockers each, 40cm wide and height by 35cm deep. The research was descriptive; a deductive method was used for this study based on the research and collection of information, and then gathering data about potential customer's needs from surveys to tourists who come to this beach. The techniques applied were surveys to 383 tourists, an interview and an observation sheet. A total investment of \$ 7,792.86 is required to implement this business idea, recovering (RP) in the third year, a benefit NPV of \$ 9,033.51 and an IRR of 39.83% higher than the opportunity cost. In conclusion, according to the results shown by the analysis of financial economic indicators, this business is feasible and generates a return over the life of the project.

**Keywords:** Rental, Lockers, Service, Feasibility, Internal Rate of Return (IRR), Net Present Value (NPV) Recovery Period (RP), Cost /Benefit (B/C).

## INTRODUCCIÓN

El turismo se ha convertido en el motor del crecimiento socioeconómico, siendo en muchos países una de las principales fuentes de ingresos, cuyo rubro representa el 9% del Producto Interno Bruto (PIB) mundial según la Organización Mundial de Turismo (OMT, 2015).

La demanda turística internacional del Ecuador en el 2013 cerró con 1, 364,057 llegadas de turistas extranjeros, un incremento del 7.3% con relación al 2012. Además el 40% de los ecuatorianos realiza turismo interno, generando alrededor de 5 mil millones de ingresos para la economía ecuatoriana. (Ministerio de Turismo, 2013)

El turismo interno en la actualidad se ha incrementado y cada vez son más las personas que eligen como destino de esparcimiento un balneario al momento de salir de vacaciones. Según datos del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC, 2010), 20 de cada 100 hogares ecuatorianos eligen como lugar turístico las playas del país.

Las playas de Esmeraldas son el tercer destino más visitado del país durante la temporada de feriados y vacaciones de la región sierra, de las cuales, la de Atacames recibe la mayor cantidad de turistas, siendo alrededor de 50,000 personas por temporada (INEC, 2010).

La playa de Atacames, es un lugar de una amplia belleza, que hasta el momento no ha sido lo suficientemente explotada por los esmeraldeños. Esto ha generado que turistas internos y externos presenten algunas dificultades, entre ellas la falta de un sitio que brinde seguridad a los bañistas que necesitan guardar sus pertenencias (mochilas, bolsos, paquetes, compras, etc.) mientras pasean o se bañan permitiendo de esa manera disfrutar del mar a plenitud.

Bajo estas consideraciones se generan las siguientes interrogantes:

¿Es factible implementar el servicio de alquiler de casilleros en la playa de Atacames?

- ¿Cuál es la demanda necesaria para cubrir el servicio?
- ¿Qué estructura técnica, administrativa y legal se necesita para que pueda operar?
- ¿Cuál es el plan económico-financiero adecuado para este tipo de negocio?

De acuerdo a las interrogantes se plantea el siguiente objetivo general:

Desarrollar un estudio de factibilidad para la implementación del servicio de alquiler de casilleros en la playa de Atacames.

Del cual se derivan los siguientes objetivos específicos:

- Realizar un estudio de mercado.
- Definir la estructura técnica, administrativa y legal necesaria.
- Ejecutar el plan económico-financiero adecuado.

La presente investigación se muestra como una nueva alternativa de negocio, que surgió de una idea de Emprendimiento, para fomentar el desarrollo turístico a través del alquiler de casilleros en la playa de Atacames de la ciudad de Esmeraldas.

El proyecto tendrá algunos beneficiarios, entre ellos, los turistas que visitan la playa de Atacames, así como también las personas que habitan en el cantón; debido a que la implementación de este servicio, generará fuentes de empleo y contribuirá a la reorganización de la playa, al ubicar los casilleros dentro de un local que no interfiera con la movilidad de los transeúntes.

Además contribuye con los objetivos del Plan Nacional de Desarrollo y del Buen Vivir, porque el proyecto ayudará a fortalecer la economía popular y solidaria (EPS), generando ingresos para el sector y además cumplirá con lo que indica la Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo acerca de “posicionar el turismo consciente como concepto de vanguardia a nivel nacional e internacional, para asegurar la articulación de la intervención estatal con el sector privado y popular, y desarrollar un turismo ético, responsable,

sostenible e incluyente” (Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo, [SENPLADES], 2013, pág. 301).

Al hacer un recorrido investigativo sobre dicho estudio se descubrió que en España se ha realizado un estudio relacionado al servicio de alquiler de casilleros en la playa de Tarragona (La Vanguardia, 2013). Dicho emprendimiento tuvo como objetivo disminuir las molestias de los turistas al tener que bañarse en el mar por turnos, con la finalidad de cuidar sus pertenencias. La idea de negocio generó una aceptación por parte de familias, parejas, grupos de jóvenes y adultos mayores. En la actualidad ha conllevado a que se ofrezca más de un centenar de casilleros entre 1 y 3 euros en función del tiempo y la medida.

Otro estudio se realizó en la universidad Adolfo Ibáñez de Chile (Estrella, 2011), el cual tuvo como objetivo plantear una alternativa de solución al problema de los turistas, de ir a la playa y no tener resguardo de sus pertenencias. Los resultados reflejaron que existió una acogida favorable por parte de los usuarios.

En Uruguay, existe un negocio de alquiler de casilleros con cerradura electrónica (Silva, 2012), cuya propietaria es Mariana Morales. Esta idea de negocio tuvo sus inicios en la playa La Paloma, con la finalidad de brindar a los turistas que concurren a un balneario una herramienta para que guarden sus pertenencias en un sitio seguro. La acogida fue buena, lo que hizo que expandieran el servicio a una terminal terrestre en Chuy.

En el Ecuador se desarrolló una investigación, que tuvo como objetivo implementar el servicio de casilleros de alquiler en el Centro Comercial Malecón 2000 de la ciudad de Guayaquil (Bravo & Hidalgo, 2014). Los resultados evidenciaron que el proyecto es factible de acuerdo a los datos reflejados en la tasa interna de retorno (TIR) del 63.74% y el periodo de recuperación de un año y dos meses. Sin embargo, todavía no ha sido implementado por parte de las autoras.

En este mismo recorrido se encontró un estudio realizado por Macías (2010), el cual tuvo como objetivo proporcionar a las personas que acuden a la zona rosa de la ciudad de

Guayaquil un servicio que salvaguarde los objetos personales de los usuarios en casilleros. Los resultados muestran una rentabilidad del 49%, con un periodo de recuperación de dos años y medio. No obstante, como en el caso anterior, todavía no se implementa dicha idea de negocio.

En la playa de Atacames, de la provincia de Esmeraldas, en el mes de julio del año 2015 se implementó el servicio de alquiler de casilleros por parte de una empresa privada en asociación con el Municipio de Atacames.

Para el desarrollo de este proyecto de investigación se ha conformado un marco teórico que comprende como principal elemento al Estudio de Factibilidad.

La factibilidad de un proyecto comprende el análisis de las condiciones del mercado en el que se llevará a cabo, con respecto a la producción y futuros consumidores; tomando en cuenta las amenazas del entorno, para lograr emprender un negocio con seguridad y el mínimo de riesgos posibles (Ramírez, Vidal, & Domínguez, 2009).

Para saber si un negocio es factible, es necesario primero, se realice un pre análisis de los posibles factores que influirán en el desarrollo del producto o servicio, además de la base legal en la que se fundamentará su implementación (Pimentel, 2008).

Determinar la factibilidad de un proyecto requiere describir algunos elementos, entre ellos:

### **Estudio de Mercado**

Es el área donde concurren la oferta y demanda para realizar las transacciones de bienes y servicios a precios determinados (Baca, 2001). Es decir, en esta etapa se analiza la estrategia adecuada de comercialización de un determinado producto o servicio, buscando la aceptación de los posibles consumidores.

## **Estudio Técnico**

Permite identificar la infraestructura, ubicación, tipo de empresa y todo lo que se requiere para poner en marcha el proyecto que tenga relación con el mercado al que va dirigido el producto o servicio (Sapag & Sapag, 2003). El estudio demuestra las necesidades que tendrá el proyecto con respecto al capital, recurso humano, material y tecnológico, es decir, describe la inversión.

## **Estudio Organizacional y Legal**

Determina el tipo de organización y estructura que tendrá el negocio; así como conocer el manejo de las etapas de inversión operación y mantenimiento, con miras a evaluar las fortalezas y debilidades (Morales, 2010). Entonces, al emprender un negocio es necesario, considerar el tipo de organización que se establecerá de acuerdo a su naturaleza.

Por tanto, esta idea de negocio se sustentará bajo algunas normativas, como: la Constitución de la República del Ecuador (2008), que en su artículo 33 establece que “el trabajo es un derecho y deber social, en el que se fundamenta principalmente los proyectos enfocados a convertirse en empresas que promuevan la economía del país y sean fuentes de empleo para la ciudadanía.”

Se constituirá, en calidad de microempresa asociativa, según lo establece la Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria (2012) en sus artículos 3, 7, 8, 10, 18, 19 y 20, además debe suscribirse en el Instituto Ecuatoriano de la Propiedad Intelectual (IEPI) según lo indica la Ley de Propiedad Intelectual (2013) en sus artículos 3, 8, 11, 194, 201, 202, 229 y 235.

Debe cumplir con la Ley de Patentes Municipales (2011) en su artículo 6, toda actividad comercial será sujeto pasivo del impuesto de patentes municipales, en conjunto con la Ley de Licencia Anual de Funcionamiento (2011) que en su artículo 4 estipula que “para todo establecimiento turístico es necesaria una autorización emitida por el Gobierno Autónomo

Descentralizado Municipal de Atacames, cuya tasa de licencia de funcionamiento deberá ser cancelada de acuerdo a esta ordenanza.”

Estará sujeto a la Ley de Régimen Tributario Interno (2011) que en sus artículos 4, 10 y 16 menciona que “toda actividad económica que genere ingresos será tomada como sujeto pasivo del impuesto a la renta”; consecuente con el Reglamento del Régimen Impositivo Simplificado Ecuatoriano (2004), que de acuerdo a sus artículos 1, 3, 6, 10, 11, 12, 13, 14, 15 y 16; propone a las personas naturales cuyos ingresos por actividades económicas cumplan con lo dispuesto en la Ley de Régimen Tributario Interno, a obtener el RISE y cumplir con las obligaciones que esto conlleva.

Adicionalmente, el personal contratado para el funcionamiento de este negocio, estará regulado bajo lo establecido en el Código del Trabajo (2012) en sus artículos 8, 13, 21, 82, 84 y 87; consecuente con la Ley de Seguridad Social (2014) en sus artículos 72, 73, 75, 76, 77 y 78, 79, 80, 81, 82 y 83.

### **Estudio Financiero**

La última etapa del estudio de factibilidad, es el financiero, el cual busca cuantificar con la mayor precisión posible, las inversiones, ingresos, costos y gastos que generará un proyecto, para luego hacer las comparaciones y establecer la conveniencia de implementarlo (Sapag, 2001). Para poner en marcha un negocio, es conveniente que se hagan los respectivos análisis, que permitan determinar la viabilidad económica-financiera del proyecto y establecer si es factible ejecutarlo, considerando la recuperación de la inversión a lo largo su vida útil.

# CAPÍTULO I

## 1. MARCO METODOLÓGICO DE LA INVESTIGACIÓN

### 1.1 Ubicación del Estudio

La presente investigación se realizó en el cantón Atacames, específicamente en la playa de su mismo nombre, se encuentra al Suroeste de la ciudad de Esmeraldas y fue dirigida a sus turistas, quienes serán los potenciales clientes del servicio.

### 1.2 Tipo de Estudio

El estudio es de tipo descriptivo, debido a que se procuró evidenciar la situación actual de la playa, analizando si existe o no un tipo de servicio igual o similar, mediante la aplicación de técnicas de investigación, para conocer la realidad sobre la oferta y la demanda; con el propósito de generar soluciones a la problemática existente.

### 1.3 Método de Estudio

Se utilizó el Método Deductivo, partiendo de lo general, con la búsqueda y recolección de información, para luego centrarse en lo específico, recabando datos sobre las necesidades de los potenciales clientes para este tipo de servicio.

### 1.4 Técnicas de Procesamiento y Análisis Estadístico

Las técnicas que se implementaron para llevar a cabo esta investigación fueron las siguientes:

- **Encuesta:** Se aplicó a los turistas de la playa de Atacames, dirigidas a la Población Económicamente Activa (PEA), la cual va desde los 15 años en adelante, con el propósito de obtener resultados positivos sobre el nivel de demanda que tendrá el proyecto. Cabe recalcar que estas encuestas se realizaron durante el feriado de semana santa.
- **Entrevista:** Se aplicó a las autoridades competentes del cantón y al personal de la Cámara de Turismo con el fin de recabar la información necesaria para este estudio.
- **Observación:** Mediante esta técnica se logró evidenciar el estado y comportamiento actual del mercado en dicho balneario.
- **Técnica Documental:** Se recabó la información secundaria necesaria para llevar a cabo este estudio, como libros, tesis y artículos.

## **1.5 Población y Muestra**

### **1.5.1 Población**

Para determinar el tamaño de la población del estudio, se tomó como fuente de referencia los datos publicados en el Plan de Trabajo para las elecciones 2014 del cantón Atacames, el cual revela que “el número de turistas que visitan Atacames es de aproximadamente 450,000 al año” (GADMA, 2014).

### **1.5.2 Muestra**

Para establecer el tamaño de la muestra se utilizó la técnica del Muestreo Probabilístico, la selección se basó en las personas/turistas que visitan la playa de Atacames, por lo cual se procedió a trabajar con la siguiente fórmula:

### Fórmula de Población Infinita

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

$$n = 383$$

Dónde:

**n** = Tamaño de la muestra

**N** = Tamaño de la población 450,000

**σ** = 0.5 Desviación Estándar de la población

**Z** = 0.95 que en base al nivel de confianza, equivale al 1.96

**e** = Límite aceptable de error muestral 0.05

## CAPÍTULO II

### 2. ESTUDIO DE MERCADO

#### 2.1 Descripción del Servicio

El servicio de alquiler de casilleros pretende ofrecer al bañista o turista que acude a la playa de Atacames, el guardado o almacenaje por un tiempo de sus pertenencias en casilleros, a cambio de un valor monetario; logrando que se sientan cómodos disfrutando del mar, sin tener que quedarse en la arena por temor a pérdidas o robos.

#### 2.2 Ventaja Competitiva

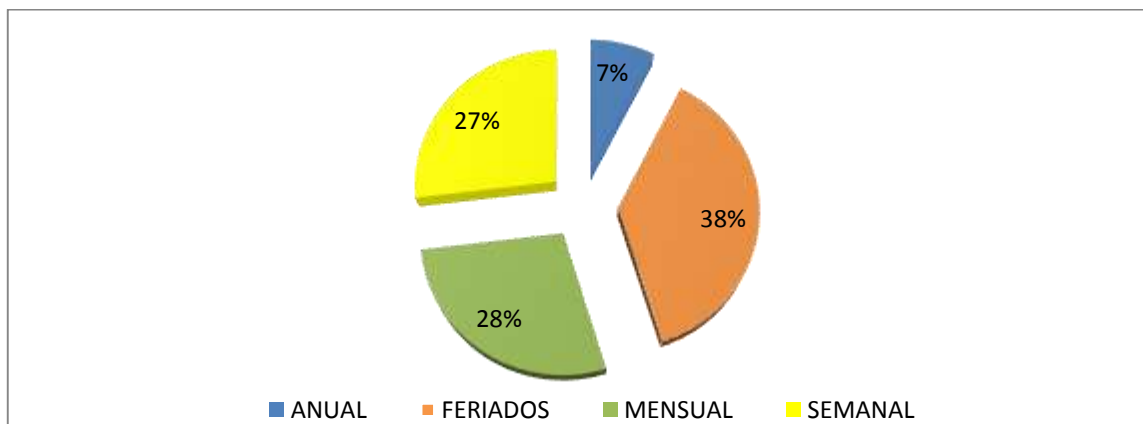
Se planea brindar un servicio íntegro y de calidad, que permita a los clientes depositar la confianza necesaria al dejar sus pertenencias en los casilleros, sin ninguna preocupación o temor.

Para fomentar esa confianza en los bañistas hacia nuestro servicio, el factor clave es la **seguridad**, es por esto que se planea una vez constituida la empresa contratar un plan de seguros que se ajuste a la naturaleza del negocio contra siniestros que puedan afectar las posesiones de los clientes en los casilleros.

#### 2.3 Características del Cliente

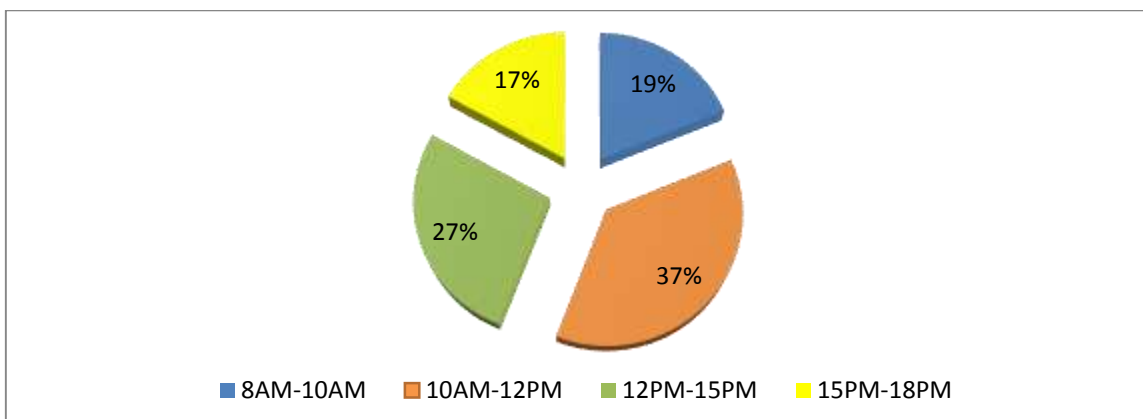
Los clientes de este servicio serán aquellos bañistas y turistas que visiten el balneario Atacames, equivalentes a 450,000 al año según (GADMA, 2014), desde los 15 años de edad en adelante.

En la **Figura 1** se demuestra que la mayoría acude al balneario durante los feriados con un porcentaje del 38%, seguido de los que asisten mensual y semanalmente.



**Figura 1 Frecuencia de Visita**

Se puede notar en la **Figura 2**, que el 37% llega a la playa entre las 10am y las 12pm, por lo que se recomienda que el horario indicado para iniciar las actividades del servicio de casilleros de alquiler sea a las 8:30 am para dar un espacio de tiempo prudente entre la llegada de los turistas a la playa y la oferta del servicio de casilleros.



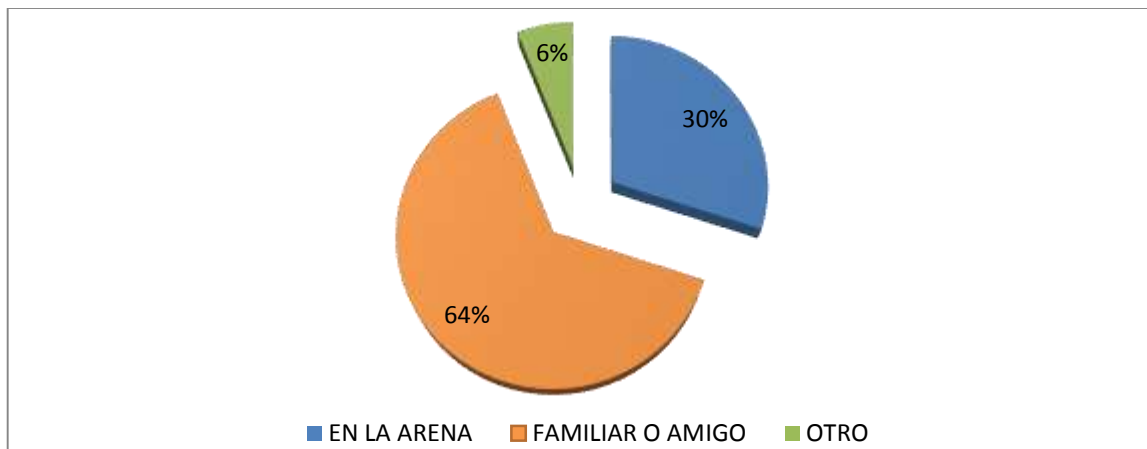
**Figura 2 Horarios de Llegada**

Al realizarse la entrevista al vicealcalde del cantón Atacames, informó que entre las épocas de mayor afluencia turística se encuentran los meses de febrero, marzo julio, agosto y diciembre y los fines de semana. (R.M.Montaño, comunicación personal, 16 de mayo de 2015).

## 2.4 Oferta Actual

Durante el transcurso de la presente investigación, en el balneario Atacames se instaló el servicio de alquiler de casilleros por medio de un inversionista privado en asociación con el Municipio de Atacames, cuyo nombre comercial es “Safe Beach”, identificándose como la principal competencia.

Existen otras maneras en que los turistas cuidan sus pertenencias, como por ejemplo, la **Figura 3** muestra que el 64% de los turistas encuestados, aseguró que para poder bañarse en el mar dejan a un familiar o amigo al cuidado de sus pertenencias. Además 10 turistas dijeron que dejan sus cosas en el automóvil.



**Figura 3 Manejo de las Pertenencias**

La **Tabla 1** se elaboró según la entrevista realizada a (R.M.Montaño, comunicación personal, 16 de mayo de 2015), quién estableció los porcentajes de ocupación del 65% en temporadas altas y 35% en temporadas bajas, para el sector turístico de servicios. Multiplicándolo por el número de casilleros instalados.

<b>SERVICIO DE CASILLEROS SAFE BEACH</b>	
<b>% OCUPACIÓN TEMPORADA ALTA</b>	65%
<b>% OCUPACIÓN TEMPORADA BAJA</b>	35%
<b>DÍAS DE ATENCIÓN</b>	30
<b>N° DE CASILLEROS</b>	60

En la **Tabla 2** se procedió a calcular el total de oferta del servicio de alquiler de casilleros existente, resultando de 90,288 de oferta cubierta.

**Tabla 2**

<b>OFERTA CUBIERTA CASILLEROS SAFE BEACH</b>	
<b>MESES</b>	<b>TOTAL MENSUAL DE CONSUMIDORES</b>
ENERO	5544
FEBRERO	10296
MARZO	10296
ABRIL	5544
MAYO	5544
JUNIO	5544
JULIO	10296
AGOSTO	10296
SEPTIEMBRE	5544
OCTUBRE	5544
NOVIEMBRE	5544
DICIEMBRE	10296
<b>TOTAL ANUAL DE CONSUMIDORES</b>	<b>90288</b>

Además, mediante la técnica de la observación se logró evidenciar que existe un servicio de alquiler de sillas ubicadas a lo largo de todo el balneario; siendo también competencia, debido a que los bañistas dejan sus cosas en la silla mientras se bañan, pagando \$ 2 por cada silla que ocupan.

En la **Tabla 3**, se registraron las 60 carpas de alquiler de sillas existentes, las cuales cubren cada una 10 sillas, para un mercado total de 600 bañistas, utilizando el porcentaje establecido en la **Tabla 1** del 65% en temporadas altas y 35% en temporadas bajas. Cada carpa es atendida por 1 o 2 personas.

**Tabla 3**

<b>SERVICIO DE SILLAS</b>	
<b>% OCUPACIÓN TEMPORADA ALTA</b>	65%
<b>% OCUPACIÓN TEMPORADA BAJA</b>	35%
<b>CAPACIDAD DE CADA CARPA</b>	10
<b>N° DE ESTABLECIMIENTOS</b>	60
<b>N° DE DÍAS DE ATENCIÓN</b>	30

En la **Tabla 4**, se procedió a calcular el total anual de oferta cubierta por el servicio de alquiler de sillas, adoptando el mismo criterio utilizado en la **Tabla 2**; resultando un total anual de 102,600 de oferta cubierta.

**Tabla 4**

<b>OFERTA CUBIERTA SILLAS</b>	
<b>MESES</b>	<b>TOTAL MENSUAL DE CONSUMIDORES</b>
ENERO	6300
FEBRERO	11700
MARZO	11700
ABRIL	6300
MAYO	6300
JUNIO	6300
JULIO	11700
AGOSTO	11700
SEPTIEMBRE	6300
OCTUBRE	6300
NOVIEMBRE	6300
DICIEMBRE	11700
<b>TOTAL ANUAL DE CONSUMIDORES</b>	<b>102600</b>

## **2.5 Demanda Insatisfecha**

Para determinar la demanda insatisfecha actual se tomaron los 450,000 turistas que acuden al balneario al año, con el total anual de consumidores del alquiler de casilleros y de sillas; mediante una regla de tres se determinó el total de demanda insatisfecha de 257,112 equivalente al 57.14%.

## **2.6 Mercado Meta y Cuota de Mercado**

Para determinar el mercado meta se consideró dividir al usuario visitante de dicho balneario en dos categorías, los que acuden en familia o grupo y los que lo hacen en pareja.

La **Tabla 5**, refleja los porcentajes de aquellos que viajan en auto particular o tours organizados que según la encuesta realizada por (GADMA, 2006) equivalen a un promedio de 5 personas por familia o grupo y quienes utilizan una cooperativa de transporte u otro corresponden al porcentaje de turistas que viaja en pareja.

**Tabla 5**  
**Tipo de transporte utilizado para movilizarse**

Tipo de transporte	Porcentaje
Tour organizado	11.6
Auto particular	65.2
Cooperativa de transporte	18.8
Otro (avión, taxi)	4.4
<b>Total</b>	<b>100.0</b>

Fuente: (GADMA, 2006)

En la **Tabla 6**, se establece como cuota de mercado el 5% de la sumatoria de la demanda insatisfecha por familia o grupo y pareja, lo cual equivale en unidades a 3,466 casilleros.

**Tabla 6**

	%	# DE PERSONAS	DEMANDA INSATISFECHA			CUOTA DE MERCADO	TOTAL EN UNIDADES
			TOTAL	POR %	POR FAMILIA O GRUPO		
TOUR ORGANIZADO	11.6%	5	257112	5965	39492	<u>5%</u>	<u>3466</u>
AUTO PARTICULAR	65.2%	5	257112	33527			
					<b>POR PAREJA</b>		
COOP. TRANSPORTE	18.8%	2	257112	24169	29825		
OTRO	4.4%	2	257112	5656			
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>				<b>69317</b>		

## 2.7 Proyección de Ventas

En la **Tabla 7**, para elaborar la proyección de ventas mensuales del servicio de alquiler de casilleros, primeramente se utilizó el porcentaje de ocupación en temporadas altas y bajas.

**Tabla 7**

<b>SERVICIO DE CASILLEROS</b>	
<b>% OCUPACIÓN TEMPORADA ALTA</b>	65%
<b>% OCUPACIÓN TEMPORADA BAJA</b>	35%
<b>N° DE CASILLEROS POR BLOQUE</b>	20
<b>N° DE BLOQUES DE CASILLEROS</b>	2
<b>N° DE DÍAS DE ATENCIÓN</b>	22

Luego, en la **Tabla 8**, multiplicando el número de casilleros por bloque, por el número de bloques; calculando el porcentaje de ocupación en temporada alta y temporada baja, resulta un total anual de 5,016 de consumo de casilleros.

**Tabla 8**

<b>PROYECCIÓN DE VENTAS MENSUAL</b>	
<b>MESES</b>	<b>UNIDADES</b>
ENERO	308
FEBRERO	572
MARZO	572
ABRIL	308
MAYO	308
JUNIO	308
JULIO	572
AGOSTO	572
SEPTIEMBRE	308
OCTUBRE	308
NOVIEMBRE	308
DICIEMBRE	572
<b>TOTAL ANUAL</b>	<b>5016</b>

Posteriormente, en la **Tabla 9** se expresa la proyección de ventas en unidades, estimando la vida útil del negocio por 5 años, donde a partir del segundo año en adelante aumenta en un 4.72% de acuerdo a la tasa de crecimiento turístico del cantón Atacames. (GADMA, 2006)

**Tabla 9**

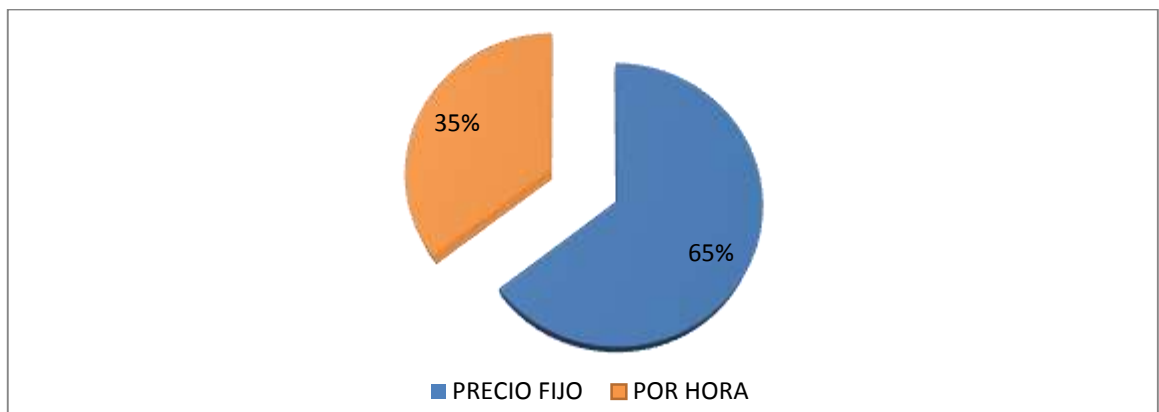
<b>PROYECCIÓN DE VENTAS ANUALES</b>					
<b>SERVICIO</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
CASILLEROS	5016	5253	5490	5726	5963

## 2.8 Políticas del Servicio

- Salvaguardar las pertenencias de los clientes será la prioridad.
- Se atenderá siempre de forma cordial y amable a los clientes.
- El sitio de trabajo nunca puede quedar vacío.
- La entrega de las pulseras a los clientes será obligatoria.
- El valor a cobrar será por el número de casilleros que el cliente ocupe, no por la cantidad de pertenencias que ingrese.
- La empresa asumirá la total responsabilidad por los objetos depositados, siempre y cuando estos hayan sido declarados previamente por los clientes, caso contrario la empresa no se hará responsable.

## 2.9 Precio

Para fijar el precio se ha tomado como referencia la opinión de los posibles clientes, ilustrada en la **Figura 4**, donde el 65% prefiere que se establezca un precio fijo por el servicio y el resto un precio por hora.



**Figura 4 Tipo de Cobro**

Por tanto, se decidió establecer dos precios.

Un precio fijo de 3 dólares americanos por cada casillero que se alquile por tiempo indefinido hasta la hora en que el negocio cierre.

Un precio de 0.75 centavos la hora por cada casillero que el cliente alquile.

## **2.10 Publicidad**

Los canales de publicidad que se utilizarán para captar consumidores serán las redes sociales y los panfletos que se repartirán a lo largo de la playa. Además, se implementará un jingle publicitario con la finalidad de posicionarse en la mente de las personas.

### **➤ Redes Sociales**

Se utilizarán las redes sociales como Twitter y Facebook para promocionar y recibir sugerencias de los clientes.

### **➤ Hojas Volantes**

Se entregarán hojas volantes a los turistas y visitantes de la playa con información sobre el servicio.

### **➤ Llaveros**

A los consumidores del servicio se les obsequiará un llavero con el logotipo de la marca como estrategia de posicionamiento.

## **2.11 Canal de Distribución**

El canal de distribución será directo entre el proveedor del servicio y el consumidor sin ningún tipo de intermediario.



## CAPÍTULO III

### 3. ESTUDIO TÉCNICO, ORGANIZACIONAL Y LEGAL

#### 3.1 Estudio Técnico

##### 3.1.1 Localización

Los casilleros se ubicarán en uno de los locales de alquiler disponibles en el malecón de la playa de Atacames, cerca de las duchas y a la vista de todos los bañistas. Esto promoverá en los clientes la confianza y seguridad de que sus pertenencias se encuentran en un espacio físico con cerramiento, lo cual genera una ventaja competitiva frente al servicio de casilleros que se encuentra actualmente localizado en la arena sin ningún tipo de cerramiento.



Ilustración 1

### **3.1.2 Dimensiones**

Las dimensiones del local donde estarán ubicados serán de 3 metros de ancho por 3 metros de largo y 5 metros de alto.

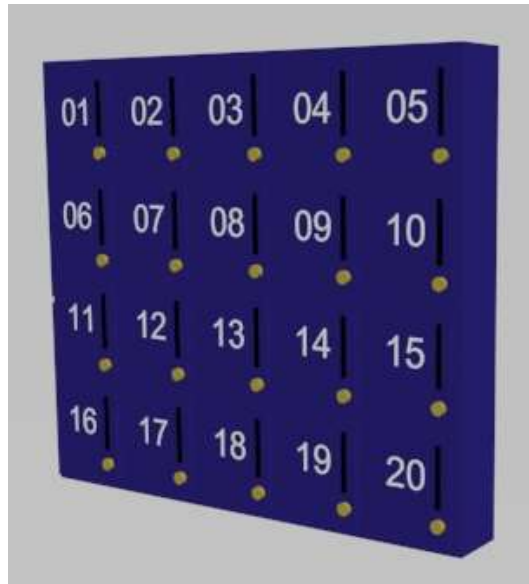


**Ilustración 2**

### **3.1.3 Diseño**

Cada bloque de casilleros medirá 2.15 metros de ancho y 1.77 metros de alto. Los casilleros serán de 20 espacios cada uno con la misma dimensión, 40cm de ancho y alto por 35cm de fondo.

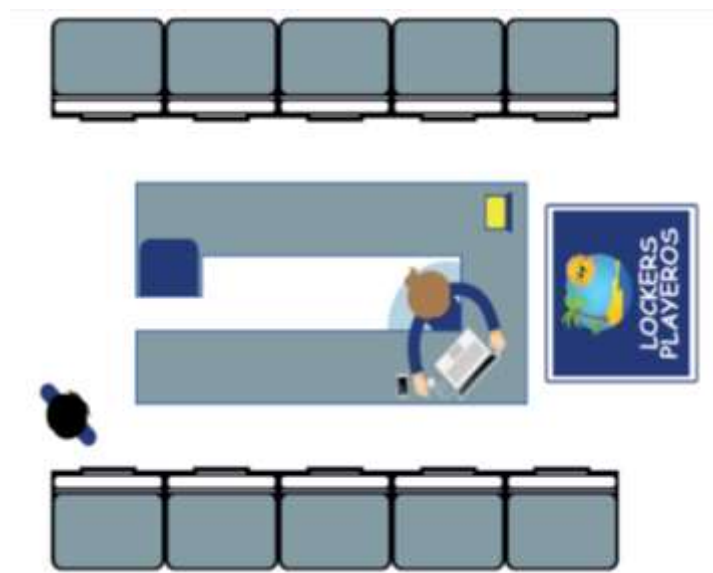
El material será de metal, con un acabado de pintura azul resistente a la humedad, con protección UV, que sea resistente al cloro y al agua salada.



**Ilustración 3**

### **3.1.4 Distribución**

La distribución del local será con dos bloques de casilleros ubicados a los lados, donde se dispondrá de un escritorio en el centro para facilitar la movilidad de los clientes; además el escritorio será de forma rectangular con cerramiento, donde la administradora contará con una computadora y una caja chica en la que se ingresará el dinero cobrado por el servicio de alquiler.



**Ilustración 4**

### 3.1.5 Horario de Atención

La atención será de miércoles a domingo desde las 08:30 hasta las 17:30; tomando también en cuenta feriados nacionales.

### 3.1.6 Requerimientos

Los requerimientos para el negocio serán dos bloques de casilleros de 20 espacios cada uno, una computadora portátil, un escritorio con cajón y cerrojo para guardar el dinero, dos sillas, pulseras TYVEK hechas de un material resistente al agua, las cuales se utilizarán para el registro de los clientes, los uniformes de trabajo del personal conformados por una gorra y camiseta con el logotipo de la empresa; para promoción y publicidad se usará un roll up con el logotipo y la marca del negocio, hojas volantes, rótulos publicitarios y llaveros; además de suministros de limpieza como una escoba, desinfectante y una franela.

**Tabla 10**

<b>DETALLE</b>	<b>UNIDADES</b>	<b>PRECIO</b>	<b>TOTAL</b>
BLOQUES DE CASILLEROS	2	800.00	1,600.00
EQUIPO DE COMPUTACIÓN	1	600.00	600.00
MOBILIARIO (1 ESCRITORIO Y 2 SILLAS)	1	400.00	400.00
BRAZALETES O PULSERAS TYVEK	5016	0.17	852.72
UNIFORME DEL PERSONAL (CAMISETA Y GORRA CON LOGOTIPO)	4	20.00	80.00
HOJAS VOLANTES	2508	0.10	250.80
ROTULOS PUBLICITARIOS	2	40.00	80.00
ROLL UP	1	125.00	125.00
LLAVEROS PUBLICITARIOS	5016	0.15	752.40
SUMINISTROS DE LIMPIEZA (ESCOBA, DESINFECTANTE, FRANELA)	12	15.00	180.00
<b>TOTAL</b>			<b>4,544.72</b>

### 3.1.7 Diagrama del Proceso

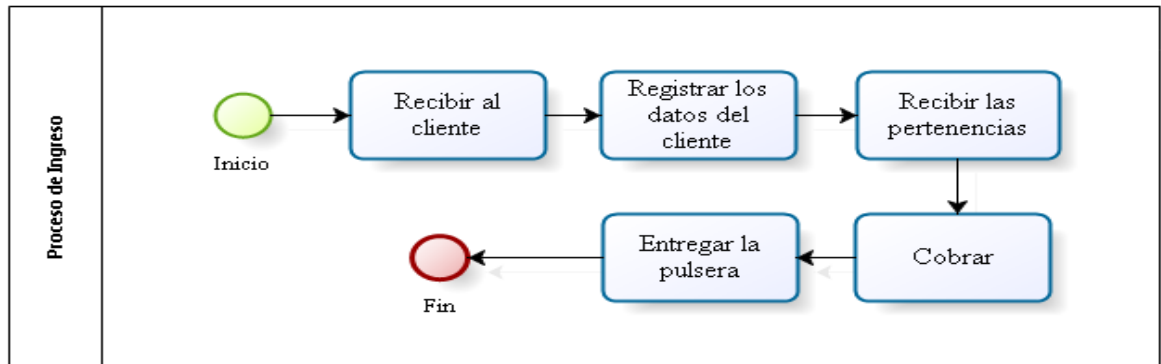


Figura 5 Proceso de Ingreso

#### ➤ Recibir al cliente

El cliente llega al negocio a solicitar el guardado de sus pertenencias, en caso de existir más de un cliente al mismo tiempo, serán atendidos por orden de llegada.

#### ➤ Registrar los datos del cliente

La administradora solicita al cliente que le proporcione su nombre, apellido y número de cédula para registrarlos en la base de datos del negocio, en caso de ser un grupo de personas o una pareja se tomarán los datos de un sólo sujeto como representante del grupo. Además, es obligación del cliente declarar todos los objetos de valor que almacenará en el casillero, mientras la administradora los registra en la base de datos, al mismo tiempo se procederá a registrar el número del casillero que le será asignado al cliente y la hora de ingreso.

#### ➤ Recibir las pertenencias

El Operador recibe las pertenencias del o los clientes y de acuerdo a esto se le asigna 1 o más casilleros dependiendo de la cantidad de objetos que se desee guardar, teniendo en cuenta que el cliente puede almacenar la cantidad de objetos que entren en el casillero y en caso de necesitar otro casillero es decisión del cliente si alquilará otro casillero puesto que el valor que se cobre será por el número de casilleros utilizados.

### ➤ **Cobrar**

La administradora explicará al cliente que existen dos modalidades de cobro y que el valor será cobrado por cada casillero que el cliente ocupe y no por la cantidad de objetos que se depositen en él.

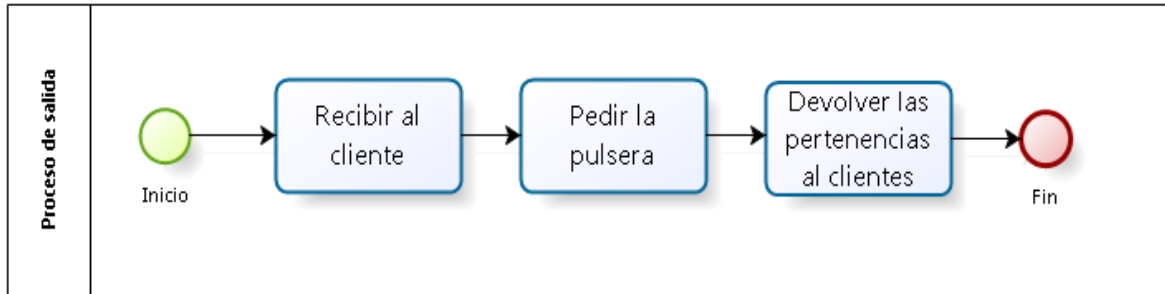
La primera modalidad a precio fijo por un valor de 3 dólares americanos durante todo el día, hasta las 17:30 horas, siendo el horario en que el negocio cierra, y la segunda modalidad de 0.75 centavos la hora, disponible también hasta las 17:30 horas. El dinero recaudado pasará a ser guardado en la caja chica del negocio.

En el caso de que el cliente decidiera la modalidad de precio fijo, la administradora procede a hacer el cobro del valor de 3 dólares americanos por cada casillero que se haya alquilado, en caso de ser más de un casillero se multiplicará por 3 el número de casilleros que se hayan alquilado y el resultado será el valor a cobrar al cliente.

De ser el caso de alquilarse por hora, la administradora tendrá que multiplicar el valor de 0.75 centavos por el número de casilleros y horas que el cliente haya establecido que ocupará el servicio; el resultado será el valor a cobrar al cliente.

### ➤ **Entregar la pulsera**

Una vez recibido el pago por el servicio la administradora procederá a colocar en el brazo del cliente del que se tomaron los datos para el registro el número de pulsera que corresponda al número de casillero o casilleros que el cliente haya alquilado, de ser el caso de que se alquile más de un casillero la administradora deberá colocar más de una pulsera al cliente.



**Figura 6 Proceso de Salida**

➤ **Recibir al cliente**

La administradora recibe al cliente solicitándole el nombre con el que se registró previamente cuando el cliente retorne al sitio a buscar sus pertenencias.

➤ **Pedir la pulsera**

La administradora pide al cliente la pulsera con el número del casillero que le fue o fueron asignados mediante la revisión en la base de datos del negocio, donde aquellos clientes que eligieran la modalidad de cobro por hora y el sistema evidencie que el casillero alquilado estuvo en uso por más tiempo del que el cliente canceló previamente, se procederá a informar al cliente que deberá cancelar el valor del tiempo que se haya excedido sabiendo que por cada minuto pasado sobre la hora establecida previamente ya cuenta como otra hora de uso.

➤ **Devolver las pertenencias al clientes**

El Operador se encargará de devolverle las pertenencias que el cliente dejó guardadas en los casilleros de acuerdo al número registrado en sus pulseras. En caso de existir algún reclamo por la falta de un objeto declarado previamente por el cliente, la empresa asumirá la responsabilidad de la devolución del valor del objeto al cliente.

### 3.1.8 Ilustración del Proceso



Ilustración 5

## 3.2 Estudio Organizacional

### 3.2.1 Nombre de la Marca

El nombre por el cual los consumidores reconocerán el servicio será el de “**LOCKERS PLAYEROS**”, se escogió este nombre por ser una combinación entre el inglés y el español, puesto que lockers en inglés significa casilleros y está dirigido también a aquellos turistas extranjeros que podrán guiarse por el nombre de la marca para tener una idea del servicio que se ofrece.

### 3.2.2 Eslogan

SEGURIDAD Y CONFIANZA

### 3.2.3 Logotipo

El diseño del logotipo de esta idea de negocio tendrá los colores azul, blanco y celeste. Estos colores fueron escogidos estratégicamente para que los consumidores identifiquen la marca del servicio, el azul, porque transmite confianza y se asocia al mar, el blanco representa seguridad y el celeste se relaciona con la tranquilidad.



Ilustración 6

### 3.2.4 Misión

Ofrecer seguridad y comodidad a los clientes, satisfaciendo sus necesidades a través de un servicio eficiente y de calidad que permita generar confianza al momento de dejar sus pertenencias en los casilleros.

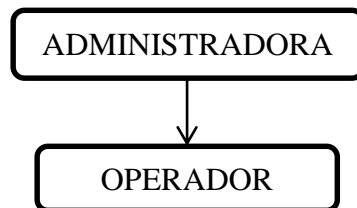
### 3.2.5 Visión

Buscar el crecimiento empresarial constante, captando consumidores mediante la oferta de un servicio de calidad que logre posicionarnos en el mercado.

### 3.2.6 Objetivos

- Brindar un servicio de calidad.
- Sostener la imagen de la empresa.
- Promover la confianza en los clientes.
- Posicionarse en el mercado.

### 3.2.7 Organigrama



### 3.2.8 Talento Humano

El personal requerido para la atención del usuario que solicite el servicio será de un operador de servicio al cliente y un administrador.

ÁREA	CARGO	CANTIDAD
ADMINISTRATIVA	ADMINISTRADORA	1
OPERATIVA	OPERADOR	1

### 3.2.9 Descripción de los Puestos de Trabajo

<b>ADMINSTRADORA:</b> Dirigir y supervisar las operaciones de la empresa, optimizando los recursos para la consecución y logro de los objetivos de la organización.	
<b>PERFIL</b>	<b>FUNCIONES</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Profesional con título de tercer nivel en una carrera afín.</li> <li>✓ Edad entre los 22 y los 40 años.</li> <li>✓ Innovador.</li> <li>✓ Responsable.</li> <li>✓ Líder.</li> <li>✓ Honesto.</li> <li>✓ Puntual.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Llevar un registro y control de los ingresos y egresos de la empresa.</li> <li>✓ Responsabilizarse del cumplimiento de las obligaciones tributarias establecidas por el Servicio de Rentas Internas.</li> <li>✓ Llevar el control y la administración de los fondos de la empresa.</li> <li>✓ Velar por el cumplimiento de la normativa legal vigente.</li> <li>✓ Encargarse de la promoción y publicidad del negocio.</li> <li>✓ Supervisar y delegar las actividades al personal.</li> <li>✓ Mantener el orden en el sitio de trabajo.</li> </ul>

<b>OPERADOR:</b> Gestionar y ejecutar la atención al cliente de acuerdo a los procedimientos establecidos por la empresa.	
<b>PERFIL</b>	<b>FUNCIONES</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ No requiere título profesional.</li> <li>✓ Edad entre los 18 y los 25 años.</li> <li>✓ Proactivo.</li> <li>✓ Responsable.</li> <li>✓ Honesto.</li> <li>✓ Amable.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Ejecutar las directrices emitidas por la administración, siguiendo los procedimientos establecidos.</li> <li>✓ Seguir los procedimientos establecidos.</li> <li>✓ Brindar una atención de calidad.</li> <li>✓ Custodiar las pertenencias de los clientes.</li> <li>✓ Salvaguardar los recursos de la empresa.</li> <li>✓ Mantener una imagen prolija ante el cliente.</li> <li>✓ Conservar el orden y la limpieza en el sitio de trabajo.</li> <li>✓ Ser respetuoso y amable en todo momento.</li> </ul>

### 3.2.10 Uniformes del Personal

Los uniformes tanto de la administradora como del operador del negocio serán una gorra blanca y una camiseta azul con el logotipo y marca del negocio.



**Ilustración 7**

### 3.3 Estudio Legal

Para iniciar con sus actividades de servicios la empresa “Lockers Playeros” será constituida como microempresa asociativa, para lo cual debe cumplir con lo siguiente para su funcionamiento:

#### **Registro en el Ministerio de Relaciones Laborales**

- Solicitud de registro, dirigido al señor Ministro de Relaciones Laborales.
- Acta de asamblea en la que se eligió la Directiva, haciendo constar los nombres y firmas de los socios asistentes, debidamente certificado por el Secretario.

## **Registro de la Marca en el Instituto Ecuatoriano de la Propiedad Intelectual (IEPI)**

- Depositar USD 116,00 en efectivo en la cuenta corriente del Banco del Pacífico a nombre del Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual.
- Ingresar al sitio web del IEPI, “Servicios en Línea” y dentro de esta en “Formularios”.
- Descargar y llenar la Solicitud de Registro de Signos Distintivos.
- Adjuntar a la solicitud tres copias en blanco y negro de la solicitud, original y dos copias de la papeleta del depósito realizado.
- Adjuntar dos copias en blanco y negro de la cédula de identidad.

## **Registro en el Régimen Impositivo Simplificado Ecuatoriano**

- Presentar el original y copia de la cédula de identidad o ciudadanía.
- Presentar el último certificado de votación.
- Presentar original y copia de una planilla de agua, luz o teléfono, o contrato de arrendamiento (de los 3 últimos meses).
- Presentar el original y copia del pago de la patente municipal.

## **Obtención de Patente Municipal**

- Formulario de solicitud de inscripción en registro de patentes municipales.
- Original y copia de la cédula de ciudadanía del contribuyente.
- Original y copia legible del RUC actualizado.

## **Afiliación de los trabajadores al IESS**

- Registrarte en la página web del IESS con tu cédula y clave de empleador.
- Ingresar la cédula de identidad del afiliado.
- Ingresar los datos del trabajador por afiliar.

## CAPÍTULO IV

### 4. ESTUDIO ECONÓMICO-FINANCIERO

#### 4.1 Inversión

El inventario de activos fijos que requerirá el negocio será de \$ 2,600.00, el capital de trabajo o gastos operativos se provisionarán a tres meses con un total de \$ 4,521.77, debido a que se espera que para el cuarto mes de funcionamiento el negocio solvete sus gastos con sus ingresos, además se ha establecido un porcentaje del 5% del capital fijo más el capital de trabajo de \$ 371.09, el cual cubrirá los imprevistos que se presenten.

**Tabla 11**

<b>INVERSION TOTAL</b>			
<b>INVERSION FIJA</b>			
CASILLEROS (x2)			1,600.00
EQUIPO DE COMPUTACIÓN			600.00
MOBILIARIO (1 ESCRITORIO Y 2 SILLAS)			400.00
<b>TOTAL INVERSION FIJA</b>			<b>2,600.00</b>
<b>CAPITAL DE TRABAJO PROVISIONADO A 3 MESES</b>	<b>MENSUAL</b>	<b>PROVISION</b>	<b>TOTAL</b>
GASTOS DE ALQUILER	250.00	3	750.00
BRAZALETES O PULSERAS TYVEK (ENERO, FEBRERO, MARZO)			246.84
SERVICIOS BASICOS (LUZ)	25.00	3	75.00
PUBLICIDAD (VOLANTES, LLAVEROS, ROTULOS, ROLL UP )		3	495.40
REMUNERACIONES	943.18	3	2,829.53
UNIFORME DEL PERSONAL (x4)			80.00
SUMINISTROS DE LIMPIEZA	15.00	3	45.00
<b>TOTAL CAPITAL DE TRABAJO</b>			<b>4,521.77</b>
GASTOS DE CONSTITUCION			300.00
SUBTOTAL			7,421.77
IMPREVISTOS 5%			371.09
<b>INVERSION TOTAL</b>			<b>7,792.86</b>

## 4.2 Financiamiento

La inversión total necesaria para desarrollar el proyecto será financiada con un microcrédito de la línea del sector turístico, por el monto de \$ 5,000.00 equivalente al 64% de la inversión, cuya tasa de interés será del 10% a un plazo de 2 años; mientras que el resto del capital necesario para la inversión se financiará a través del aporte de socios con un valor total de \$ 2,792.86 equivalente al 36% del total de la inversión.

**Tabla 12**

<b>FINANCIAMIENTO</b>	<b>VALOR</b>	<b>%</b>	<b>TASA DE INTERES</b>	<b>COSTO DE CAPITAL</b>
BANCO FOMENTO	5,000.00	64%	10%	6.42%
APORTE SOCIOS	2,792.86	36%	6%	2.15%
<b>TOTALES</b>	<b>7,792.86</b>	<b>100%</b>	<b>16%</b>	<b>8.57%</b>

## 4.3 Estado de Situación Financiera

### ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA AL 1 DE ENERO DEL 20XX

<b>ACTIVOS</b>		<b>PASIVOS</b>	
ACTIVOS CORRIENTES		PASIVOS CORRIENTES	
<i>BANCOS</i>	4,892.86	<i>PRESTAMO BANCARIO C/P</i>	2,375.62
TOTAL ACTIVOS CORRIENTES	4,892.86	TOTAL PASIVOS CORRIENTES	2,375.62
ACTIVOS NO CORRIENTES		PASIVOS NO CORRIENTES	
<i>CASILLEROS (x2)</i>	1,600.00	<i>PRESTAMO BANCARIO L/P</i>	2,624.38
<i>EQUIPO DE COMPUTACIÓN</i>	600.00	TOTAL PASIVOS NO CORRIENTES	2,624.38
<i>MUEBLES Y ENSERES</i>	400.00		
TOTAL ACTIVOS NO CORRIENTES	2,600.00		
ACTIVOS DIFERIDOS		<b>TOTAL PASIVOS</b>	<b>5,000.00</b>
GASTOS DE CONSTITUCION	300.00	<b>PATRIMONIO</b>	
		CAPITAL SOCIAL	2,792.86
		<b>TOTAL PATRIMONIO</b>	<b>2,792.86</b>
<b><u>TOTAL ACTIVOS</u></b>	<b><u>7,792.86</u></b>	<b><u>TOTAL PASIVO + PATRIMONIO</u></b>	<b><u>7,792.86</u></b>

\*El presente Estado de Situación Financiera se encuentra expresado en dólares americanos.

#### 4.4 Proyección de Ventas

Tabla 13

<b>VENTAS ANUALES</b>					
<b>SERVICIO DE CASILLEROS</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
VENTAS PRECIO FIJO \$3	7,072.56	7,406.38	7,740.21	8,074.03	8,407.86
VENTAS PRECIO POR HORA \$0.75	15,950.88	16,703.76	17,456.64	18,209.52	18,962.41
<b>TOTAL VENTAS</b>	<b>23,023.44</b>	<b>24,110.15</b>	<b>25,196.85</b>	<b>26,283.56</b>	<b>27,370.27</b>

\*La presente proyección de ventas se encuentra expresada en dólares americanos.

\*Las ventas se incrementan anualmente de acuerdo al porcentaje de aumento turístico del 4.72%.

#### 4.5 Proyección de Costos

Tabla 14

<b>COSTOS PRIMER AÑO</b>	
<b>COSTOS FIJOS</b>	
<i>REMUNERACIONES</i>	5,515.68
<i>UNIFORMES DEL PERSONAL x2</i>	40.00
<i>PUBLICIDAD (HOJAS VOLANTES, LLAVEROS)</i>	1,003.20
<b>TOTAL COSTOS FIJOS</b>	<b>6,558.88</b>
<b>COSTOS VARIABLES</b>	
<i>BRAZALETES O PULSERAS TYVEK</i>	852.72
<b>TOTAL COSTOS VARIABLES</b>	<b>852.72</b>

#### 4.6 Proyección de Gastos

Tabla 15

<b>RUBROS</b>	<b>MENSUAL</b>	<b>ANUAL</b>
REMUNERACIONES	483.54	5,802.44
UNIFORMES DEL PERSONAL x2		40.00
GASTOS DE ALQUILER	250.00	3,000.00
SERVICIOS BASICOS (LUZ)	25.00	300.00
PUBLICIDAD (ROTULOS, ROLL UP)		205.00
SUMINISTROS DE LIMPIEZA	15.00	180.00
INTERESES BANCARIOS		393.07
GASTOS DE CONSTITUCION		300.00
GASTOS DE DEPRECIACIONES		313.34
<b>TOTAL GASTOS</b>		<b>10,533.85</b>

#### 4.7 Valor de Salvamento de Activos Fijos

Tabla 16

<b>ACTIVOS</b>	<b>VALOR</b>	<b>%</b>	<b>VALOR RESIDUAL</b>	<b>VIDA UTIL</b>	<b>DEPRECIACION</b>
CASILLEROS (x2)	1,600.00	10%	160.00	10	144.00
EQUIPO DE COMPUTACIÓN	600.00	33%	199.98	3	133.34
MUEBLES Y ENSERES	400.00	10%	40.00	10	36.00
<b>VALOR DE SALVAMENTO</b>			<b>399.98</b>	<b>23</b>	<b>313.34</b>

\*El valor de la depreciación es anual.

\*El método de depreciación utilizado es el de línea recta con valor residual.

## 4.8 Flujo de Caja

Tabla 17

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>INGRESOS</b>					
VENTAS	23,023.44	24,110.15	25,196.85	26,283.56	27,370.27
<b>TOTAL INGRESOS</b>	<b>23,023.44</b>	<b>24,110.15</b>	<b>25,196.85</b>	<b>26,283.56</b>	<b>27,370.27</b>
<b>COSTOS VARIABLES</b>					
BRAZALETES	852.72	892.97	933.22	973.47	1,013.71
<b>TOTAL COSTOS VARIABLES</b>	<b>852.72</b>	<b>892.97</b>	<b>933.22</b>	<b>973.47</b>	<b>1,013.71</b>
<b>COSTOS FIJOS</b>					
REMUNERACIONES	5,515.68	5,784.29	6,065.99	6,361.40	6,671.20
UNIFORMES DEL PERSONAL x2	40.00	41.95	43.99	46.13	48.38
PUBLICIDAD (VOLANTES, LLAVEROS)	1,003.20	1,052.06	1,103.29	1,157.02	1,213.37
<b>TOTAL COSTOS FIJOS</b>	<b>6,558.88</b>	<b>6,878.30</b>	<b>7,213.27</b>	<b>7,564.56</b>	<b>7,932.95</b>
<u>UTILIDAD BRUTA OPERACIONAL</u>	<u>15,611.84</u>	<u>16,338.88</u>	<u>17,050.37</u>	<u>17,745.54</u>	<u>18,423.60</u>
<b>GASTOS</b>					
REMUNERACIONES	5,802.44	6,085.02	6,381.36	6,692.13	7,018.04
UNIFORMES DEL PERSONAL x2	40.00	41.95	43.99	46.13	48.38
GASTOS DE ALQUILER	3,000.00	3,146.10	3,299.32	3,459.99	3,628.49
SERVICIOS BASICOS (LUZ)	300.00	314.61	329.93	346.00	362.85
PUBLICIDAD (ROTULOS, ROLL UP)	205.00	214.98	225.45	236.43	247.95
SUMINISTROS DE LIMPIEZA	180.00	188.77	197.96	207.60	217.71
GASTOS DE CONSTITUCION	300.00				
GASTOS DE DEPRECIACION	313.34	313.34	313.34	180.00	180.00
<b>TOTAL GASTOS</b>	<b>10,140.78</b>	<b>10,304.77</b>	<b>10,791.35</b>	<b>11,168.29</b>	<b>11,703.42</b>
UTILIDAD OPERATIVA	5,471.06	6,034.11	6,259.02	6,577.25	6,720.18
GASTOS INTERES	393.07	144.32			
UTILIDAD ANTES DE PARTICIPACION E IMPUESTOS	5,077.99	5,889.80	6,259.02	6,577.25	6,720.18
15% PARTICIPACION TRABAJADORES	761.70	883.47	938.85	986.59	1,008.03
<b><u>UTILIDAD NETA</u></b>	<b><u>4,316.29</u></b>	<b><u>5,006.33</u></b>	<b><u>5,320.16</u></b>	<b><u>5,590.66</u></b>	<b><u>5,712.16</u></b>

\*Los gastos se incrementarán cada año de acuerdo al porcentaje de inflación del Banco Central de Ecuador al 2015 en un 4.87%.

\*No se calcula el impuesto a la renta como persona natural debido a que la utilidad no supera la fracción básica actual de 10,800 dólares.

## 4.9 Flujo de Caja Proyectado

Tabla 18

DETALLE	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
(-) INVERSION	7,792.86					
UTILIDAD NETA		4,316.29	5,006.33	5,320.16	5,590.66	5,712.16
(+) DEPRECIACIÓN		313.34	313.34	313.34	180.00	180.00
(+) GASTOS CONSTITUCIÓN		300.00				
(-) PAGO CAPITAL BANCARIO		2,375.62	2,624.38			
(+) VALOR SALVAMENTO				199.98		
(-) VALOR DE REPOSICIÓN DE ACTIVO					600.00	
<b>FLUJO DE CAJA PROYECTADO NETO</b>	<b>(7,792.86)</b>	<b>2,554.01</b>	<b>2,695.29</b>	<b>5,833.48</b>	<b>5,170.66</b>	<b>5,892.16</b>

\*El proyecto tendrá una vida útil de 5 años.

## 4.10 Punto de Equilibrio

El punto de equilibrio o momento en la comercialización del servicio donde el negocio logrará alcanzar la cobertura total de sus costos y gastos al primer año será cuando los casilleros hayan sido alquilados la cantidad de veces necesaria para obtener un ingreso por ventas igual a \$ 6,811.14.

Tabla 19

<b>PUNTO DE EQUILIBRIO MONETARIO</b>	
TOTAL COSTOS FIJOS	
1-(TOTAL COSTOS VARIABLES/VENTAS TOTALES)	
6,558.88	<b>\$ 6,811.14</b>
1.00   0.04	

## 4.11 Análisis de Sensibilidad

El análisis de sensibilidad se desarrolla tomando en cuenta tres escenarios, el escenario probable o conservador, el optimista y el pesimista; mediante el uso de indicadores financieros que permitan establecer conclusiones distintas de cada uno de los escenarios.

#### 4.11.1 Escenario Probable o Conservador

Para este escenario se consideraron los ingresos por ventas mensuales de acuerdo al porcentaje estipulado de temporadas altas y bajas en relación a los gastos ya detallados anteriormente.

**Tabla 20**

<b>FACTIBILIDAD DEL PROYECTO</b>	
<b>VA</b>	16,826.37
<b>INVERSIÓN</b>	7,792.86
<b>VAN</b>	9,033.51
<b>TIR</b>	39.83%
<b>B/C</b>	2.16
<b>PRI</b>	3ER AÑO

\*Este escenario será el que se tome en cuenta para el análisis económico-financiero del proyecto.

#### 4.11.2 Escenario Optimista

En este escenario se incrementan las ventas suponiendo un porcentaje de cuota de mercado del 10%, lo que representa un incremento en las ventas y por tanto la adquisición de un bloque más de casilleros de 20 espacios, aumentando también los costos y el total de la inversión del proyecto. Este escenario será aplicable para el largo plazo, en cuanto aumente la demanda de nuestro servicio, puesto que para la introducción del servicio al mercado se requiere tiempo de aceptación por parte de los clientes, es por esto que en el escenario probable se toma una cuota de mercado del 5% solamente.

**Tabla 21**

<b>FACTIBILIDAD DEL PROYECTO</b>	
<b>VA</b>	30,809.86
<b>INVERSIÓN</b>	10,856.28
<b>VAN</b>	19,953.58
<b>TIR</b>	57.26%
<b>B/C</b>	2.84
<b>PRI</b>	2DO AÑO

### 4.11.3 Escenario Pesimista

Este escenario se crea considerando una disminución del 10% en las ventas asumiendo el caso hipotético de que existan factores externos que produzcan una afectación negativa en los ingresos del negocio, como por ejemplo el fenómeno del niño, el chicunguya, erupción del volcán Cotopaxi, al ser razones que pueden influir en la disminución del turismo en el balneario. Por tanto, se demuestra que dentro de un escenario pesimista el proyecto puede soportar hasta una disminución del 10% en las ventas y seguir siendo factible con una recuperación de la inversión en su cuarto año de vida útil.

**Tabla 22**

<b>FACTIBILIDAD DEL PROYECTO</b>	
<b>VA</b>	8,460.77
<b>INVERSIÓN</b>	7,792.86
<b>VAN</b>	667.92
<b>TIR</b>	11.08%
<b>B/C</b>	1.09
<b>PRI</b>	4TO AÑO

#### **4.12 Análisis del Estudio Económico-Financiero**

Al término de haber realizado las respectivas proyecciones y aplicación de indicadores financieros para el presente proyecto de inversión, se determinó el Valor Actual (**VA**), el cual se calculó proyectando todos los fondos futuros a valor presente, resultando un VA de \$16,826.37, el cual una vez restado el valor de la inversión total de \$ 7,792.86, se obtiene un Valor Actual Neto (**VAN**) de \$ 9,033.51.

La Tasa Interna de Retorno (**TIR**) del proyecto es del 39.83%, mayor a la tasa de costo de capital del 8.57%, obteniendo un margen de rendimiento del 31.27%.

El Periodo de Recuperación de Capital (**PRI**) del proyecto será al tercer año de operación del negocio, una vez culminado el pago del préstamo solicitado a dos años plazo.

La relación Beneficio/Costo (**B/C**), la cual se refiere a la rentabilidad que tendrá el proyecto por cada dólar invertido, en este caso es de \$ 2.16, esto indica que por cada dólar invertido se obtendrá 1.16 centavos de beneficio.

Además, al establecer la relación entre el flujo de caja neto del primer año y la inversión necesaria para implementar el proyecto, resulta una rentabilidad al primer año del 32.77%.

Por tanto, basándose en el resultado del análisis de los indicadores mencionados, se logra demostrar la factibilidad y rentabilidad del presente proyecto.

## CAPÍTULO V

### 5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Al haber culminado el estudio de factibilidad de dicho proyecto, surgieron las siguientes conclusiones y recomendaciones:

#### 5.1 Conclusiones

- El estudio de mercado evidenció que a pesar de existir actualmente un servicio de alquiler de casilleros, la demanda insatisfecha del 57.14% sigue siendo atractiva para la introducción al mercado de esta alternativa de servicio.
- El estudio técnico permitió establecer la inversión total requerida y la localización del servicio, el cual estará ubicado en uno de los locales del malecón de la playa, por lo que tendrá una ventaja comparativa con el servicio que se oferta actualmente, ya que al estar ubicados en un local transmitirá a los clientes más seguridad que al estar ubicados en la arena.
- Se determinó la factibilidad y rentabilidad de dicha idea de negocio con una inversión moderada de \$ 7,792.86, un VAN de \$ 9,033.51 y un periodo de recuperación de tres años, con un flujo de ingresos que permite obtener una rentabilidad del 32.77% en el primer año.

## 5.2 RECOMENDACIONES

- Del porcentaje equivalente de la demanda insatisfecha total sólo se debe tomar como cuota de mercado un 5% para no especular en cuanto al consumo del servicio y tener un escenario de demanda más conservador.
- Se debe mantener la localización del negocio dentro de la plazoleta de la playa de Atacames, debido a que en caso de buscarse una alternativa diferente esto podría exceder el valor de la inversión requerida para el proyecto y por ende se incrementarían los costos operacionales.
- Es recomendable la implementación de este servicio, debido a que no se necesita demasiada inversión y esta se recupera al tercer año de una vida útil de cinco años con un VAN de \$ 9,033.51 y una TIR del 39.83% mayor al costo de oportunidad.

## REFERENCIAS

Aguilera, R. (2011). *Evaluación Social de Proyectos*.

Anzil, F. (Enero de 2012). "*Estudio Financiero*". Obtenido de <http://www.zonaeconomica.com/estudio-financiero>

Baca, G. (2001). *Evaluación de Proyectos*. México D.F.: Mc-Grawn Hill.

Baca, G. (2001). *Evaluación de Proyectos*. México D.F.: Mc-Grawn Hill.

Bravo, E., & Hidalgo, C. (2014). Plan de Negocios para Casilleros de Alquiler a usuarios de Centro Comercial Malecón 2000 en la ciudad de Guayaquil. Guayaquil, Guayas, Ecuador.

Bravo, E., & Hidalgo, C. (2014). Plan de Negocios para Casilleros de Alquiler a usuarios de Centro Comercial Malecón 2000 en la ciudad de Guayaquil. Guayaquil, Guayas, Ecuador.

Código del Trabajo (26 de Septiembre de 2012).

Código Tributario (24 de Enero de 2006). Obtenido de [http://www.captur.travel/web2011/informacion\\_juridica/documentos/tributario/codigoTributario.pdf](http://www.captur.travel/web2011/informacion_juridica/documentos/tributario/codigoTributario.pdf)

Constitución de la República del Ecuador (20 de Octubre de 2008).

Contreras, J. (6 de Enero de 2011). "*Estudiantes innovan con casilleros en Reñaca*". Obtenido de [http://www.estrellavalpo.cl/prontus4\\_noticias/site/artic/20110106/pags/20110106001121.html](http://www.estrellavalpo.cl/prontus4_noticias/site/artic/20110106/pags/20110106001121.html)

Estrella. (6 de Enero de 2011). *Estrella Valpo*. Obtenido de [http://www.estrellavalpo.cl/prontus4\\_noticias/site/artic/20110106/pags/20110106001121.html](http://www.estrellavalpo.cl/prontus4_noticias/site/artic/20110106/pags/20110106001121.html)

GADMA. (Agosto de 2006). Plan Estratégico de Turismo Costero del Cantón Atacames. Esmeraldas, Esmeraldas, Ecuador.

GADMA. (2014). Atacames en Cifras. Esmeraldas, Esmeraldas, Ecuador.

INEC. (Septiembre de 2010). *Revista Gestión*. Obtenido de [http://www.revistagestion.ec/wp-content/uploads/2013/10/201\\_Turismo.pdf](http://www.revistagestion.ec/wp-content/uploads/2013/10/201_Turismo.pdf)

Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual. (12 de Agosto de 2013). *guiasosc.org*. Recuperado el 7 de Agosto de 2015, de <http://guiasosc.org/como-se-realiza-registro-de-marca-y-logo-de-organizacion-social/>

Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social. (2015). *El Emprendedor*. Recuperado el 17 de Agosto de 2015, de <http://www.elemprendedor.ec/ingresar-a-un-empleado-al-seguro-social/>

La Vanguardia. (16 de Agosto de 2013). *La Vanguardia*. Obtenido de <http://www.lavanguardia.com/local/tarragona/20130816/54379479101/lockit-urban-consiganas-supervisadas-playa-tarragona.html>

Ley de Licencia Anual de Funcionamiento (2011).

Ley de Patentes Municipales (2011).

Ley de Propiedad Intelectual (19 de Mayo de 2013).

Ley de Régimen Tributario Interno (10 de Mayo de 2011).

Ley de Régimen Tributario Interno (20 de Mayo de 2014).

Ley de Seguridad Social (10 de Febrero de 2014).

Ley del Registro Único del Contribuyente (04 de Agosto de 2004).

Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria (2012 de Febrero de 2012).

Macías, L. (2010). Alquiler de Casilleros "CEMALE S.A". Guayaquil, Guayas, Ecuador.

Ministerio de Turismo. (2013). *turismo.gob.ec*. Recuperado el 05 de Julio de 2015, de <http://servicios.turismo.gob.ec/index.php/anuario-de-estadisticas-turisticas/anuario-2009-2013/175>

Ministerio del Trabajo. (2015). *trabajo.gob.ec*. Recuperado el 07 de Agosto de 2015, de <http://www.trabajo.gob.ec/fundaciones-corporaciones-y-microempresas-asociativas/>

Morales, C. (2010). Gerencia de Proyectos.

OMT. (2015). *UNWTO.ORG*. Recuperado el 05 de Julio de 2015, de <http://www2.unwto.org/es/content/por-que-el-turismo>

Pimentel, E. (2008). Formulación y Evaluación de Proyectos de Inversión.

R.M.Montaño. (16 de mayo de comunicación personal, 16 de mayo de 2015). Entrevista. (A. Patiño, Entrevistador)

Ramírez, D., Vidal, A., & Domínguez, Y. (2009). "*Etapas del Análisis de Factibilidad*". Obtenido de <http://www.eumed.net/ce/2009a/amr.htm>

Reglamento del Régimen Impositivo Simplificado (23 de Enero de 2013).

Sapag, N. (2001). *Evaluación de Proyectos de Inversión en la Empresa*. Argentina: Gráfica Pinter S.A.

Sapag, N., & Sapag, R. (2003). *Preparación y Evaluación de Proyectos*. México.

Secretaría Central de ISO. (2005). ISO 9000. Ginebra, Suiza.

Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo, [SENPLADES]. (2013). Plan Nacional para el Buen Vivir. Quito, Pichincha, Ecuador.

Servicio de Rentas Internas. (2015). *tramites.ecuadorlegalonline*. Recuperado el 7 de Agosto de 2015, de <http://tramites.ecuadorlegalonline.com/comercial/servicio-de-rentas-internas/requisitos-para-sacar-el-rise/>

Silva, F. (26 de Octubre de 2012). *Emprendamos Negocios*. Recuperado el 02 de Junio de 2015, de <http://emprendamosnegocios.blogspot.com/2012/10/historias-de-emprendedores-lock-it-por.html>

# ANEXOS

**PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR  
SEDE ESMERALDAS**



**ENCUESTA**

**Objetivo:** Determinar el nivel de aceptación del servicio de alquiler de casilleros en la playa de Atacames.

Estimado/a encuestado/a, la presente tiene como finalidad recabar información importante que ayude a cumplir con el objetivo mencionado. Se le agradece de antemano el tiempo y la atención prestada. Por favor conteste con honestidad, marcando con una X la opción que le parezca, muchas gracias.

**1) ¿Con qué frecuencia visita la playa de Atacames?**

Semanal\_\_\_ Mensual\_\_\_ Feriados\_\_\_ Anual\_\_\_

**2) ¿En qué horarios visita usted la playa de Atacames?**

De 8am a 10am\_\_\_ De 10am a 12pm\_\_\_ De 12pm a 3pm\_\_\_ De 3pm a 6 pm\_\_\_

**3) ¿Cuál es el tiempo estimado que pasa en la playa cuando visita el cantón Atacames?**

1 hora\_\_\_ 2 horas\_\_\_ 3 horas\_\_\_ 4 horas\_\_\_ 5 horas o más

**4) Mientras disfruta de la playa de Atacames ¿es cómodo para usted movilizarse y disfrutar del mar con sus pertenencias?**

Si\_\_\_ No\_\_\_

**5) Cuando quiere bañarse en el mar, ¿qué hace con sus pertenencias? (en caso de contestar la opción Otro escriba a qué se refiere)**

Las dejo en la arena\_\_\_

Las dejo con un familiar o amigo\_\_\_

Otro\_\_\_\_\_.

**6) ¿Conoce usted algún tipo de servicio de alquiler de casilleros en la playa de Atacames?** (en caso de contestar la opción Si describa dónde se encuentra el mismo)

Si\_\_\_\_\_ . No\_\_\_\_\_

**7) ¿Estaría usted de acuerdo con la implementación de un servicio de alquiler de casilleros para guardar sus pertenencias en la playa de Atacames?**

Si\_\_\_\_\_ No\_\_\_\_\_

**8) ¿Cómo le gustaría que fuese cobrado cada casillero que usted ocupe?**

Por hora\_\_\_\_\_ Precio fijo\_\_\_\_\_

**9) ¿Dónde le gustaría que estén ubicados los casilleros?**

En un local del malecón\_\_\_\_\_

En las entradas principales de la playa\_\_\_\_\_

**10) ¿Qué tiempo consideraría dejar sus pertenencias en los casilleros?**

1 hora\_\_\_\_\_ 2 horas\_\_\_\_\_ 3 horas\_\_\_\_\_ 4 horas\_\_\_\_\_ 5 o más horas\_\_\_\_\_

**11) ¿Cuál es el precio que consideraría adecuado para el uso de cada casillero?**

(coloque el valor)

\$\_\_\_\_\_

**PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR  
SEDE ESMERALDAS**



**FICHA DE OBSERVACIÓN**

<b>INDICADORES</b>	<b>OBSERVACIONES</b>
¿A qué hora los bañistas empiezan a llegar a la playa de Atacames?	
¿A qué hora los bañistas emprenden la salida de la playa?	
¿Cuál es el horario en el que se evidencia una mayor afluencia de bañistas?	
¿Qué hacen los bañistas con sus pertenencias mientras disfrutan del mar?	
¿Existen lugares que ofrezcan el servicio de guardar las pertenencias en la playa de Atacames?	
¿Qué tipo de pertenencias llevan los bañistas a la playa?	
¿Cuántas entradas principales tiene la playa de Atacames?	

N°	FUNCIONES	SUELDO BÁSICO UNIFICADO	ROL DE PAGOS PRIMER AÑO						
			SUELDO PAGADO	DECIMO TERCERO	DECIMO CUARTO	FONDO DE RESERVA	IESS PATRONAL	TOTAL MENSUAL	TOTAL ANUAL
	ADMINISTRADORA	380.00	380.00	31.67	29.50		42.37	483.54	5,802.44
	OBRERO	360.00	360.00	30.00	29.50		40.14	459.64	5,515.68
<b>TOTALES</b>			<b>740.00</b>	<b>61.67</b>	<b>59.00</b>	<b>0.00</b>	<b>82.51</b>	<b>943.18</b>	<b>11,318.12</b>

N°	FUNCIONES	SUELDO BÁSICO UNIFICADO	ROL DE PAGOS SEGUNDO AÑO						
			SUELDO PAGADO	DECIMO TERCERO	DECIMO CUARTO	FONDO DE RESERVA	IESS PATRONAL	TOTAL MENSUAL	TOTAL ANUAL
	ADMINISTRADORA	380.00	380.00	31.67	31.00	31.67	42.37	516.70	6,200.44
	OBRERO	360.00	360.00	30.00	31.00	30.00	40.14	491.14	5,893.68
<b>TOTALES</b>			<b>740.00</b>	<b>61.67</b>	<b>62.00</b>	<b>61.67</b>	<b>82.51</b>	<b>1,007.84</b>	<b>12,094.12</b>

\*El décimo cuarto sueldo se incrementará en 18 dólares el cual se determinó según la media en relación al incremento en los años 2013, 2014 y 2015.

\*Los sueldos permanecerán constantes.

## CRÉDITO DEL BANCO DEL FOMENTO

### TABLA DE AMORTIZACION GRADUAL

METODO		CUOTA FIJA		
CAPITAL	<b>5,000.00</b>	PAGO CADA	<b>1</b>	MESES
TASA DE INTERES ANUAL		<b>10.00%</b>	PERIODOS	<b>24</b>
PLAZO		<b>2</b>	AÑOS	
PAGOS ANUALES	<b>12</b>	INTERES	<b>0.83%</b>	MENSUAL
PAGO PERIODICO	<b>230.72</b>			
PERIODO	PAGO PERIODICO	INTERESS PAGADOS	CAPITAL PAGADO	SALDO INSOLUTO
0				<b>5,000.00</b>
1	230.72	41.67	189.06	4,810.94
2	230.72	40.09	190.63	4,620.31
3	230.72	38.50	192.22	4,428.09
4	230.72	36.90	193.82	4,234.26
5	230.72	35.29	195.44	4,038.82
6	230.72	33.66	197.07	3,841.76
7	230.72	32.01	198.71	3,643.05
8	230.72	30.36	200.37	3,442.68
9	230.72	28.69	202.04	3,240.64
10	230.72	27.01	203.72	3,036.92
11	230.72	25.31	205.42	2,831.51
12	230.72	23.60	207.13	<b>2,624.38</b>
<b>TOTAL</b>	<b>2,768.70</b>	<b>393.07</b>	<b>2,375.62</b>	
13	230.72	21.87	208.85	2,415.52
14	230.72	20.13	210.60	2,204.93
15	230.72	18.37	212.35	1,992.58
16	230.72	16.60	214.12	1,778.46
17	230.72	14.82	215.90	1,562.56
18	230.72	13.02	217.70	1,344.85
19	230.72	11.21	219.52	1,125.33
20	230.72	9.38	221.35	903.99
21	230.72	7.53	223.19	680.80
22	230.72	5.67	225.05	455.74
23	230.72	3.80	226.93	228.82
24	230.72	1.91	228.82	-0.00
<b>TOTAL</b>	<b>2,768.70</b>	144.32	<b>2,624.38</b>	

### TABLA DE DEPRECIACIÓN DE ACTIVOS

<b>ACTIVOS</b>	<b>VALOR</b>	<b>%</b>	<b>VALOR RESIDUAL</b>	<b>VIDA UTIL</b>	<b>DEPRECIACION</b>
CASILLEROS (x2)	1,600.00	10%	160.00	10	144.00
EQUIPO DE COMPUTACIÓN	600.00	33%	199.98	3	133.34
MUEBLES Y ENSERES	400.00	10%	40.00	10	36.00
<b>VALOR DE SALVAMENTO</b>			<b>399.98</b>	<b>23</b>	<b>313.34</b>

# CISMETAL

ELOY ALFARO ENTRE SALINAS Y RICAURTE  
TELEF. 0999535749

## CONSTRUCCIÓN DE CASILLEROS

Para: Andrea Patiño

CANT	DESCRIPCIÓN	VALOR UNITARIO	VALOR
2	Construcción de 2 casilleros con 20 divisiones de 40cm ancho por 40cm de alto y 35cm de fondo y su respectiva cerradura	\$800	\$1,600.00

\$1600.00

### Descripción de casilleros:

- Pintados e instalados.

**CISMETAL**  
RUC. 0809403169001  
ING. ROBERTO CISNEROS  
Telfs: 2457130/2721601/0999535749  
Esmeraldas-Ecuador

ROBERTH CISNERO MARTÍNEZ,  
GERENTE PROPIETARIO.





CASILLEROS	ESTADO	DISPONIBLE = D NO DISPONIBLE = N
1	D	
2	D	
3	D	
4	D	
5	D	
6	D	
7	D	
8	D	
9	D	
10	D	
11	D	
12	D	
13	D	
14	D	
15	D	
16	D	
17	D	
18	D	
19	D	
20	D	
21	D	
22	D	
23	D	
24	D	
25	D	
26	D	
27	D	
28	D	
29	D	
30	D	
31	D	
32	D	
33	D	
34	D	
35	D	
36	D	
37	D	
38	D	
39	D	
40	D	