

UNIVERSIDAD AMAZÓNICA DE PANDO
ÁREA DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y FINANCIERAS
CARRERA DE INGENIERIA COMERCIAL



**“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN MOTEL SEX SHOP
TEMÁTICO EN LA CIUDAD DE COBIJA, 2023”**

Modalidad de Proyecto de Grado presentado por Univ. Angelica María Rivero Tuno
Para optar por el título de Licenciatura en Ingeniería Comercial
Tutor: Ing. Claudia Flores Gamarra

Cobija - Pando - Bolivia
2024

**“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN MOTEL
SEX SHOP TEMÁTICO EN LA CIUDAD DE COBIJA”**

Dedicatoria

A Dios, por ser mi guía en cada paso que he dado y por permitirme llegar hasta donde he llegado, concediendome la dicha de contar con Salud, sabiduría y sobre todo con fuerzas y perseverancia para poder lograr los objetivos trazados en mi vida.

A mi Madre Magali Tuno Cespedes, porque ella es la motivación de mi vida mi orgullo de ser, ya que gracias a ella hoy soy la persona que soy por siempre inculcarme valores, por apoyarme en cada decisión que he tomado por jamás soltarme y dejarme sola y siempre cuidarme y amarme a su manera.

A mis hijos Guadalupe y Sebastian , porque son la razón de mi vida y mi motor para seguir adelante a los cual Amo con todo mi ser.

A mi hermana Maria Rivero por siempre estar cuando la necesito, ese amor de Hermana que es incondicional, y a mi hermano Jose Ilsen aunque me de dolores de Cabeza esta para mi cuando lo necesito

A mi docente y amigos que me acompañaron en este camino.

Agradecimiento

A la Universidad que me brindo las oportunidades incomparables para mi crecimiento profesional.

A mis señores padres, distinguidos docentes y compañeros que me asistieron en este camino.

Índice

INTRODUCCIÓN	1
1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA Y OBJETIVOS	2
1.1. Descripción del problema	2
1.2. Formulación del problema	2
1.3. Objetivos del proyecto	3
1.3.1. Objetivo general	3
1.3.2. Objetivos específicos	3
1.4. Justificación del proyecto	3
2. MARCO REFERENCIAL	5
3. MARCO TEÓRICO	8
3.1. Empresa	8
3.2. Factibilidad	8
3.3. Factibilidad técnica	8
3.4. Factibilidad económica	9
3.5. Factibilidad operacional	9
3.6. VAN (Valor Actual Neto)	9
3.7. TIR (Tasa Interna de Retorno)	10
3.8. Beneficio/Costo	10
3.9. Criterios de evaluación de indicador financiero	11
3.10. Motel Shop Temático	11
3.11. Estudio de Factibilidad	12
3.12. Motel Shop Temático	12
3.13. Análisis de Mercado	13
3.14. Análisis Financiero	13
3.15. Aspectos legales y Regulatorios	14
3.16. Innovación y Diferenciación	14
3.17. Segmentación de Mercado	14
3.18. Economía de la Experiencia	15
3.19. Gestión de la Calidad en Servicios	15
3.20. Marketing Experiencial	15
3.21. Diseño de Servicios	15

3.22. Gestión de Ingresos (Revenue Management)	15
3.23. Evaluación de riesgos	16
4. DISEÑO METODOLÓGICO	17
4.1. Línea de investigación	17
4.2. Enfoque de investigación	17
4.3. Tipo de investigación	17
4.4. Método de investigación	17
4.4.1. Método Documental	17
4.4.2. Método Bibliográfico	18
4.4.3. Método Histórico	18
4.5. Población	18
4.6. Tipo de muestreo	19
4.7. Determinación del tamaño de la muestra	18
4.8. Técnicas	19
4.9. Instrumentos de recolección de información	19
5. DIAGNÓSTICO	20
5.1. Análisis del entorno de perfil del consumidor	20
5.2. Análisis del entorno social	27
5.3. Análisis Administrativo Legal	27
6. ESTUDIO DE MERCADO	30
6.1. Definición del servicio	30
6.2. Ubicación geografía del mercado	31
6.3. Segmento del mercado	32
6.4. Analisis de la población	33
6.5. Universo	33
6.6. Segmento del mercado y muestra	34
6.7. Analisis de la demanda	34
6.8. Analisis de la demanda	36
6.9. Analisis de demanda insatisfecha	37
7. ESTUDIO TÉCNICO	39
7.1. Tamaño del proyecto	39
7.1.1. Determinación del tamaño del proyecto	39
7.2. Ingenieria del proyecto	40
7.2.1. Diseño arquitectónico	40

7.3. Características del técnicas Servicio	44
7.4. Flujograma del proceso de servicio	47
7.4.1. Descripción del proceso	47
7.4.2. Estructura del organigrama	48
7.5. Requerimientos	50
7.5.1. Máquinas y Equipos motel sex shop “Secretos”	51
7.5.2. Insumos Generales	51
7.5.3. Recursos Humanos	52
7.5.4. Descripción de todos los muebles y enseres	52
7.5.5. Operación y mantenimiento	53
8. ESTRATEGIA DE MERCADO	55
8.1. Diagnóstico de la situación	55
8.1.1. Análisis de pestel	55
8.1.2. Analisis FODA	57
8.2. Filosofía empresarial	58
8.2.1. Misión	58
8.2.2. Visión	58
8.2.3 Valores corporativos	59
7.6. 8.3. Políticas de la empresa motel sex shop “Secretos”	60
8.4. Desarrollo de marketing	61
8.4.1. Marca, Logotipo, Slogan	61
8.5. Presupuesto de marketing	62
9. ESTUDIO ECONOMICO Y FINANCIERO	64
9.1. Inversion total inicial	64
9.1.1. Inversión fija	64
9.1.2. Inversión Diferida	64
9.1.3. Capital de Trabajo	65
9.1.3. Inversión total requerida	65
9.1.4. Financiamiento mediante préstamo	66
9.2. Costos	67
9.2.1. Costos unitarios de servicio	67
9.2.2. Costos anuales proyectados	68
9.3. Ingresos	69
9.3.1. Ingresos Anuales Proyectados	70
9.4. Estado de Pérdidas y Ganancias Proyectado	71
9.5. Estado de Flujo de Fondos Proyectado	72
10. EVALUACION Y FACTIBILIDAD	73
10.1. Punto de Equilibrio	74
10.1.1. Punto de equilibrio en unidades monetarias	74

10.2. Flujo Ajustado de Inversiones para la Evaluación Financiera	74
10.3. Flujo Neto Económico	75
10.4. VAN (Valor Actual Neto)	75
10.5. Tasa Interna de Retorno	76
10.6. Relación Beneficio Costo (B/C)	76
10.7. Valoración económica financiera del proyecto	76
11. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	78
1.1. Conclusiones	78
10.2. Recomendaciones	79
BIBLIOGRAFÍA	80

Índice de Figura

Figura 1. Edad de la persona	20
Figura 2. Sexo de la persona	20
Figura 3. ¿Servicios ofrecidos en un Motel de la ciudad de Cobija?	21
Figura 4. ¿Uso de los servicios ofrecidos en los diferentes moteles?	21
Figura 5. Al momento de buscar un servicio de Motel ¿Qué es lo que más le interesa?	22
Figura 6. ¿Tiene algún grado de conocimiento sobre que es un Motel Shop Temático?	22
Figura 7. ¿Qué expectativa el proyecto de crear un Motel Shop temático?	23
Figura 8. ¿Qué temáticas les gustaría encontrar en el motel?	23
Figura 9. ¿En qué lugar le gustaría que estuviera ubicado?	24
Figura 10. ¿Dispición a pagar por los servicios ofertados por el Motel temático?	24
Figura 11. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar?	25
Figura 12. ¿ Servicios le gustaría que contara el Motel Shop temático?	25
Figura 13. ¿En qué horario considera que visitaría el establecimiento?	26
Figura 14. ¿Frecuencia de uso del servicio del Motel Shop en la ciudad de Cobija?	26
Figura 15. ¿Qué días haría uso de servicios ofrecidos por el Motel Shop Temático?	27
Figura 16. Característica del servicio	30
Figura 17. Característica de la venta de artículos sex shop	31
Figura 18. Ubicación geográfica del mercado, ciudad de Cobija	31
Figura 19. Segmentación geográfica	32
Figura 20. Ubicación del proyecto	33
Figura 21. Plano division arquitectura	40
Figura 22. Plano ambientes	42
Figura 23. Descripcion de una habitación	43
Figura 24. Caracteristica de vista interna	44

Figura 25. Plano descripcion de ambientes	45
Figura 26. Flujograma del proceso	47
Figura 27. Estructura del organigrama	48
Figura 28. Logotipo de la empresa	61

Índice de tablas

Tabla 1. Tipos de segmentacion	34
Tabla 2. Demanda del proyecto	36
Tabla 3. Demanda insatisfecha proyectada	37
Tabla 6. Edificacion	50
Tabla 7. Máquinas y Equipos	51
Tabla 8. Materias Primas e Insumos Generales motel sex shop “Secretos”	51
Tabla 9. Tabla de Recursos Humanos motel sex shop “Secretos”	52
Tabla 10. Descripción de todos enseres necesarios para el motel sex shop “Secretos”	52
Tabla 11. Detalle de operación y mantenimiento para el motel sex shop “Secretos”	53
Tabla 4. Formulario para declarar la visión	58
Tabla 5. Formulario para declarar la misión	59
Tabla 12. Publicidad Digital	62
Tabla 13. Publicidad en Televisión	62
Tabla 14. Material Textil con Logos (Costo Anual)	62
Tabla 15. Inversión fija del proyecto	64
Tabla 16. Inversión Diferida del proyecto	64
Tabla 17. Capital de Trabajo del proyecto	65
Tabla 18. Inversión Total	65
Tabla 19. Financiamiento Requerido	66
Tabla 20. Plan de Pagos del Préstamo	66
Tabla 21. Costo Unitario de Producción	67
Tabla 22. Costos Anuales Proyectados (en Bs)	68
Tabla 23. Precio Proyectado	¡Error! Marcador no definido.
Tabla 24. Ingresos Anuales Proyectados	70
Tabla 25. Estado de Pérdidas y Ganancias	71
Tabla 26. Flujo de Fondos Proyectado	72
Tabla 27. Flujo Ajustado de Inversiones	74
Tabla 28. Flujo Neto Económico	75
Tabla 29. Valor Actual Neto	75
Tabla 30. Tasa Interna de Retorno (TIR)	76
Tabla 31. Relación Beneficio Costo (B/C)	76

Índice de Anexo

Anexo 1. Arbol de Problemas	1
Anexo 2. Factibilidad para la creación de un motel shop temático en la ciudad de Cobija	2

RESUMEN EJECUTIVO

El proyecto busca desarrollar un estudio de factibilidad para la creación de un motel sex shop temático en Cobija. Se identifican los beneficiarios directos e indirectos y se plantea la problemática central: la falta de hospedajes temáticos en la ciudad, lo que justifica la importancia de la propuesta. Los objetivos generales y específicos están orientados a evaluar la viabilidad del proyecto, fundamentado en teorías de factibilidad técnica, económica y operacional.

El marco teórico incluye conceptos clave como la economía de la experiencia y modelos de análisis de factibilidad como el VAN, TIR y la relación Beneficio/Costo. Se describe la metodología de investigación, el diseño metodológico y las técnicas de recolección de información necesarias para el análisis.

El estudio de mercado analiza la demanda, oferta y segmentación del mercado en Cobija, identificando una demanda insatisfecha y oportunidades de crecimiento. La estrategia de marketing incluye análisis PESTEL y FODA, desarrollo de marca, logotipo y filosofía empresarial.

El estudio técnico abarca el tamaño del proyecto, la infraestructura necesaria y los recursos humanos requeridos. En el estudio de inversión, se detalla la inversión inicial, las fuentes de financiamiento y un plan de pagos para los préstamos.

El análisis financiero proyecta costos, ingresos, estados financieros y el punto de equilibrio. Finalmente, se realiza una evaluación integral del proyecto, calculando indicadores financieros (VAN, TIR, relación Beneficio/Costo) para determinar la viabilidad económica y el impacto social del proyecto.

Palabras Clave: Factibilidad, Motel Shop, Temático.

EXECUTIVE ABSTRACT

The project seeks to develop a feasibility study for the creation of a themed motel shop in Cobija. The direct and indirect beneficiaries are identified and the central problem is raised: the lack of themed accommodations in the city, which justifies the importance of the proposal. The general and specific objectives are aimed at evaluating the viability of the project, based on theories of technical, economic and operational feasibility.

The theoretical framework includes key concepts such as experience economics and feasibility analysis models such as NPV, IRR and the Profit/Cost relationship. The research methodology, methodological design and information collection techniques necessary for the analysis are described.

The market study analyzes demand, supply and market segmentation in Cobija, identifying unmet demand and growth opportunities. Marketing strategy includes PESTEL and SWOT analysis, brand development, logo and business philosophy.

The technical study covers the size of the project, the necessary infrastructure and the human resources required. The investment study details the initial investment, financing sources, and a payment plan for the loans.

Financial analysis projects costs, income, financial statements and the break-even point. Finally, a comprehensive evaluation of the project is carried out, calculating financial indicators (NPV, IRR, Profit/Cost ratio) to determine the economic viability and social impact of the project.

Keywords: Feasibility, Motel Shop, Thematic.

INTRODUCCIÓN

El proyecto titulado "Estudio de factibilidad para la creación de un Motel sex shop temático en la ciudad de Cobija 2023" aborda la necesidad de diversificación e innovación en la oferta de servicios de hospedaje en Cobija, una ciudad que ha experimentado un crecimiento significativo en su actividad turística y económica en los últimos años.

El proyecto propuesto se centra en la creación de un motel shop temático, un concepto que combina alojamiento con la venta de artículos temáticos, ofreciendo una experiencia única y diferenciada a sus clientes.

El estudio se estructura para evaluar si este proyecto es viable desde diferentes perspectivas: técnica, económica, financiera y social. En un contexto donde la competencia en el sector de la hospitalidad es cada vez más intensa, el proyecto busca responder a la demanda insatisfecha de experiencias de hospedaje innovadoras y personalizadas, capaces de atraer tanto a turistas como a residentes locales.

En términos metodológicos, el estudio incluye un análisis detallado del mercado para identificar la demanda existente y potencial, así como un examen de la competencia. Además, se realiza un estudio técnico que abarca el diseño arquitectónico y los requerimientos operativos del motel shop.

A nivel financiero, se proyectan los costos de inversión, los ingresos esperados y la rentabilidad del proyecto, utilizando indicadores clave como el Valor Actual Neto (VAN) y la Tasa Interna de Retorno (TIR).

Este proyecto no solo pretende llenar un vacío en el mercado de Cobija, sino también impulsar el desarrollo económico local mediante la creación de empleos y el fomento del turismo.

Al integrar elementos temáticos y de venta de artículos específicos, el motel shop busca posicionarse como una opción de alojamiento atractiva y única, alineada con las tendencias modernas de turismo experiencial.

1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA Y OBJETIVOS

1.1. Descripción del problema

La ciudad de Cobija ha experimentado un crecimiento en su actividad turística y económica en los últimos años. Con este crecimiento, ha surgido la necesidad de diversificar y mejorar la oferta de hospedaje y servicios innovadores para los estantes y los visitantes que llegan a la ciudad.

La ausencia de innovación y variedad en las alternativas de hospedaje en Cobija podría restringir el encanto turístico de la ciudad y su capacidad para el desarrollo económico.

Los establecimientos de hospedaje actuales pueden no satisfacer completamente las expectativas y deseos de los clientes que buscan una experiencia más personalizada, novedosa y temática en infraestructura, además de brindar servicios y venta de artículos (esencias, lubricantes, disfraces, juegos sexuales, etc.) únicos e innovadores a sus clientes.

El planteamiento del problema radica en determinar si existe una oportunidad de mercado viable para la creación de un motel shop temático en la ciudad de Cobija que ofrezca una experiencia única y diferenciada a sus huéspedes.

Este proyecto tiene como objetivo principal analizar la viabilidad y factibilidad de crear un motel shop temático en la ciudad de Cobija. Este establecimiento ofrecerá alojamiento y servicios exclusivos a sus clientes, incorporando un enfoque temático en su diseño y experiencia general.

1.2. Formulación del problema

¿Determinar la factibilidad económica y financiera para la creación de un motel sex shop temático en la ciudad de Cobija, gestión 2023?

1.3. Objetivos del proyecto

1.3.1. Objetivo general

Desarrollar un estudio de factibilidad económica y financiera para la creación de un motel sex shop temático en la ciudad de Cobija, para determinar su viabilidad económica, financiera, técnica de mercado para su implementación en gestión 2024.

1.3.2. Objetivos específicos

- ✓ Analizar la demanda del mercado considerando las preferencias del público objetivo en la ciudad de Cobija, mediante una investigación de mercado del motel sex shop temático.
- ✓ Evaluar un estudio técnico del proyecto motel sex shop temático diferenciadora para satisfacer la demanda de un mercado en la ciudad de Cobija.
- ✓ Considerar la viabilidad económico financiero incluya la estimación de los costos, la proyección de ingresos y la evaluación de la rentabilidad a corto, mediano y largo plazo del motel sex shop temático.

1.4. Justificación del proyecto

Un estudio de factibilidad para la creación de un motel shop temático en la ciudad de Cobija es relevante porque proporciona información crucial para tomar una decisión informada sobre la viabilidad del proyecto, potencialmente impulsando el desarrollo económico y el turismo en la ciudad.

En lo social el estudio de factibilidad para la creación de un motel shop temático en la ciudad de Cobija proporcionará un impacto social positivo. Primero, la creación de un nuevo negocio proporcionará beneficio a los habitantes locales y proveyendo nuevas oportunidades de crecimiento personal y profesional.

Segundo va a mejorar la economía local a través de gastos en otras industrias como el comercio, etc.

Este estudio proporcionará en el ámbito académico, un marco de referencia para entender mejor el proceso de desarrollo de nuevas empresas y la gestión de proyectos en la industria hotelera del municipio de Cobija.

La investigación en la factibilidad de un motel shop temático contribuirá a la literatura existente sobre turismo, hospitalidad y negocios, proporcionando un caso de estudio actualizado y relevante. Además, los hallazgos pueden ser utilizados en programas de formación y cursos relacionados con la gestión de la hospitalidad, el emprendimiento y el desarrollo económico local.

Desde un punto de vista científico, proporcionará información valiosa sobre la innovación, la economía, la geografía y el turismo. Además, puede ofrecer una base empírica para la creación de modelos más sofisticados y predictivos de comportamiento del mercado, preferencias del consumidor y estrategias de marketing efectivas en este sector.

La recopilación y análisis de datos también podrían revelar tendencias y patrones que podrían ser de interés para diversas disciplinas científicas, como la economía, la sociología y la psicología del consumidor.

2. MARCO REFERENCIAL

El sector de alojamiento temporal ha experimentado una evolución significativa en los últimos años, con un creciente interés en conceptos innovadores como los moteles temáticos. Diversos estudios han analizado la factibilidad de implementar estos establecimientos en diferentes contextos, proporcionando valiosas perspectivas sobre su viabilidad y potencial de mercado.

Rizzo Morales (2017) llevó a cabo un estudio exhaustivo para evaluar la factibilidad de un motel ecológico en Cobija, Bolivia. Su investigación reveló que "existía una demanda insatisfecha en el mercado local para un concepto de alojamiento eco-friendly" (p. 87). El autor concluyó que "el proyecto era financieramente viable, con una tasa interna de retorno (TIR) del 18.5% y un período de recuperación de la inversión de 3.2 años" (p. 112). Estos hallazgos subrayan el potencial de los moteles temáticos para satisfacer nichos de mercado específicos y generar rendimientos atractivos para los inversionistas.

En una línea similar, Quispe Guanoluisa y Salguero López (2019) desarrollaron un plan de negocios detallado para un motel temático en Latacunga, Ecuador. Su estudio de mercado reveló que "el 85.1% de los encuestados mostraron interés en el concepto de motel temático, indicando una alta aceptación entre los potenciales clientes" (p. 76).

Además, los autores encontraron que "el proyecto ofrecía una rentabilidad atractiva, con un Valor Actual Neto (VAN) positivo de \$26,649.23 y una TIR del 16.54%" (p. 118). Estos resultados refuerzan la idea de que los moteles temáticos pueden ser una opción de inversión viable en mercados emergentes.

Por su parte, Tulcanaza Mora (2017) evaluó la factibilidad de crear un motel en El Ángel, Ecuador. Su investigación determinó que "existía una oportunidad de mercado significativa, con una demanda insatisfecha proyectada de 15,360 noches de alojamiento para el primer año de operación" (p. 93). Además, el autor concluyó que "el proyecto era viable desde una perspectiva financiera y operativa, con una relación beneficio-costos de 1.10" (p. 127).

Estos hallazgos subrayan la importancia de realizar un análisis exhaustivo del mercado y las proyecciones financieras antes de implementar un proyecto de motel temático. Es importante

destacar que el éxito de un motel temático no solo depende de su viabilidad financiera, sino también de su capacidad para ofrecer una experiencia única y memorable a los clientes.

Como señalan Pine y Gilmore (2011), "la economía de la experiencia ha transformado la forma en que los consumidores valoran los productos y servicios, priorizando las experiencias memorables sobre los bienes tangibles" (p. 3). En este contexto, los moteles temáticos tienen el potencial de diferenciarse significativamente de la competencia al ofrecer ambientes inmersivos y servicios personalizados.

La implementación de un motel temático requiere una cuidadosa planificación y un estudio de factibilidad integral. Según Sapag Chain et al. (2014), "un estudio de factibilidad debe abarcar aspectos técnicos, económicos, financieros, institucionales, jurídicos y ambientales" (p. 26). Esto implica no solo evaluar la viabilidad financiera del proyecto, sino también considerar aspectos como la ubicación óptima, el diseño de las instalaciones, la estrategia de marketing y los requisitos legales y regulatorios.

En el contexto específico de los moteles temáticos, es crucial realizar una investigación de mercado exhaustiva para identificar las preferencias de los clientes potenciales y las tendencias del mercado. Como señala Malhotra (2010), "la investigación de mercado proporciona información crucial para la toma de decisiones en áreas como el desarrollo de productos, la fijación de precios y las estrategias de promoción" (p. 39).

En el caso de los moteles temáticos, esto podría implicar la exploración de temas populares, la evaluación de la disposición a pagar por servicios premium y la identificación de oportunidades para servicios complementarios.

El análisis financiero es otro componente crítico del estudio de factibilidad para un motel temático. Brigham y Ehrhardt (2013) enfatizan que "el análisis financiero debe considerar no solo los costos de inversión inicial y los ingresos proyectados, sino también los flujos de efectivo operativos, los requisitos de capital de trabajo y las necesidades de financiamiento" (p. 58).

Para un motel temático, esto podría incluir la evaluación de los costos asociados con el diseño y la decoración temática, la tecnología necesaria para crear experiencias inmersivas y los gastos de marketing para atraer al nicho de mercado objetivo.

La evaluación de riesgos es otro aspecto crucial en el estudio de factibilidad de un motel temático. Kendrick (2009) sugiere que "la identificación y gestión proactiva de los riesgos puede mejorar significativamente las posibilidades de éxito de un proyecto" (p. 3). En el contexto de un motel temático, los riesgos potenciales podrían incluir cambios en las preferencias de los consumidores, la entrada de nuevos competidores, fluctuaciones en la demanda turística y cambios en las regulaciones locales.

Es importante también considerar el impacto ambiental y social de un proyecto de motel temático. Como señalan Esty y Winston (2009), "las empresas que integran la sostenibilidad en su estrategia de negocio pueden lograr una ventaja competitiva y mejorar su reputación" (p. 15). Para un motel temático, esto podría implicar la implementación de prácticas sostenibles en la construcción y operación, así como la consideración del impacto en la comunidad local.

La innovación continua es otro factor clave para el éxito a largo plazo de un motel temático. Christensen et al. (2015) argumentan que "la innovación disruptiva puede transformar industrias enteras y crear nuevas oportunidades de mercado" (p. 44).

En el contexto de los moteles temáticos, esto podría implicar la incorporación de nuevas tecnologías, la actualización regular de los temas y experiencias ofrecidas, y la adaptación a las cambiantes preferencias de los consumidores.

3. MARCO TEÓRICO

3.1. Empresa

Según Chiavenato I. (2017), una empresa es "una organización social que utiliza una gran variedad de recursos para alcanzar determinados objetivos" (p. 4). El autor destaca que la empresa es una entidad económico-social, integrada por elementos humanos, materiales y técnicos, que tiene el objetivo de obtener utilidades a través de su participación en el mercado de bienes y servicios.

Por su parte, Robbins y Coulter (2018) definen la empresa como "una asociación de personas que se reúnen para lograr un propósito común" (p. 5). Estos autores enfatizan que las empresas son organizaciones orientadas a objetivos, con sistemas y estructuras diseñadas deliberadamente para alcanzar esos objetivos de manera eficiente.

3.2. Factibilidad

La factibilidad, menciona Sapag Chain et al. (2014), se refiere a "la disponibilidad de los recursos necesarios para llevar a cabo los objetivos o metas señaladas" (p. 25). Los autores explican que un estudio de factibilidad sirve para recopilar datos relevantes sobre el desarrollo de un proyecto y en base a ello tomar la mejor decisión, si procede su estudio, desarrollo o implementación.

Por otro lado, Córdoba P. (2011) menciona que la factibilidad "se refiere a la disponibilidad de los recursos necesarios para llevar a cabo los objetivos o metas señalados. Generalmente la factibilidad se determina sobre un proyecto" (p. 16). El autor destaca que el estudio de factibilidad debe considerar aspectos técnicos, económicos y operacionales del proyecto.

3.3. Factibilidad técnica

Dice Baca U. (2013), la factibilidad técnica "se refiere a los recursos necesarios como herramientas, conocimientos, habilidades, experiencia, etc., que son necesarios para efectuar las actividades o procesos que requiere el proyecto" (p. 97). El autor enfatiza que este estudio debe determinar si es posible física o materialmente hacer un proyecto.

Por su parte, Córdoba P. (2011) menciona que la factibilidad técnica "determina si es posible física o materialmente hacer un proyecto. Puede incluso llegar a evaluar la capacidad técnica y motivación del personal involucrado" (p. 106). El autor destaca la importancia de evaluar tanto los aspectos materiales como humanos en este tipo de factibilidad.

3.4. Factibilidad económica

La factibilidad económica, refiere Sapag Chain et al. (2014), "se refiere a los recursos económicos y financieros necesarios para desarrollar o llevar a cabo las actividades o procesos y/o para obtener los recursos básicos que deben considerarse" (p. 26). Los autores enfatizan que este estudio determina la rentabilidad de la inversión en un proyecto.

Por otro lado, Baca U. (2013) define la factibilidad económica como "el análisis que determina cuál es el monto de los recursos económicos necesarios para la realización del proyecto, cuál será el costo total de la operación de la planta (que abarque las funciones de producción, administración y ventas), así como otra serie de indicadores que servirán como base para la parte final y definitiva del proyecto" (p. 170).

3.5. Factibilidad operacional

Según Kendall y Kendall (2011), la factibilidad operacional "se refiere a todos aquellos recursos donde interviene algún tipo de actividad (procesos), depende de los recursos humanos que participen durante la operación del proyecto" (p. 51). Los autores destacan la importancia de evaluar si el sistema funcionará y será utilizado una vez que se instale.

Por su parte, Córdoba P. (2011) menciona que la factibilidad operacional "comprende una determinación de la probabilidad de que un nuevo sistema se use como se supone" (p. 108). El autor enfatiza la importancia de considerar la aceptación del sistema por parte de los usuarios y su capacidad para operarlo eficientemente.

3.6. VAN (Valor Actual Neto)

Define Gitman y Zutter (2016), el Valor Actual Neto (VAN) "es la diferencia entre el valor presente de todos los flujos positivos de efectivo futuros menos el valor presente de todos

los flujos negativos de efectivo actuales y futuros" (p. 367). Los autores destacan que el VAN es una técnica compleja del presupuesto de capital que considera el valor del dinero en el tiempo.

Por otro lado, Brealey et al. (2015) definen el VAN como "la suma del valor presente de todos los flujos de efectivo (positivos y negativos) que se esperan de una inversión, descontados a la tasa de rendimiento requerida por la empresa" (p. 119). Los autores enfatizan que un VAN positivo indica que el proyecto es financieramente viable.

3.7. TIR (Tasa Interna de Retorno)

La Tasa Interna de Retorno (TIR), precisa Sapag Chain et al. (2014), "es la tasa de descuento que hace que el VAN sea igual a cero" (p. 254).

Los autores explican que la TIR representa la tasa de interés más alta que un inversionista podría pagar sin perder dinero, si todos los fondos para el financiamiento de la inversión se tomaran prestados y el préstamo se pagara con las entradas en efectivo de la inversión a medida que se fuesen produciendo.

Por su parte, Brealey et al. (2015) definen la TIR como "la tasa de descuento que hace que el valor presente de los flujos de efectivo esperados de un proyecto sea igual al monto inicial invertido" (p. 124). Los autores destacan que la TIR es ampliamente utilizada en la evaluación de proyectos de inversión.

3.8. Beneficio/Costo

Según Sapag Chain et al. (2014), la relación Beneficio/Costo "compara el valor actual de los beneficios proyectados con el valor actual de los costos, incluida la inversión" (p. 278). Los autores explican que este indicador mide la relación que existe entre los ingresos de un proyecto y los costos incurridos a lo largo de su vida útil incluyendo la inversión total.

Por otro lado, Córdoba P. (2011) menciona que la relación Beneficio/Costo "es un indicador que mide el grado de desarrollo y bienestar que un proyecto puede generar a una comunidad" (p. 240). El autor destaca que si el resultado es mayor que 1, significa que los ingresos netos son superiores a los egresos netos y, por lo tanto, el proyecto es viable.

3.9. Criterios de evaluación de indicador financiero

Un indicador financiero es una medida cuantitativa que permite evaluar el desempeño y la situación económica de una empresa, proporcionando información relevante sobre su salud financiera y rendimiento. Gitman, LJ (2003).

Criterios de evaluación:

1. Líquido
 - Mide la capacidad de la empresa para cumplir obligaciones a corto plazo. (Ratio de liquidez corriente)
2. Rentabilidad
 - Evalúa la eficiencia en la generación de utilidades. (Margen de utilidad neta)
3. Endeudamiento
 - Analiza el nivel de financiamiento externo y riesgo financiero. (Ratio de endeudamiento total).
4. Eficiencia Operativa
 - Mide la capacidad de utilizar recursos para generar ingresos. (Rotación de inventarios)
5. Solvencia
 - Evalúa la capacidad de cumplir obligaciones a largo plazo. (Ratio de solvencia) Gitman, LJ (2003).

3.10. Motel Shop Temático

Un concepto relevante para este estudio es el de motel shop temático. Según Pine y Gilmore (2011), un establecimiento temático es aquel que "crea una experiencia inmersiva y memorable para el cliente, basada en un tema específico que se refleja en todos los aspectos del negocio, desde el diseño hasta el servicio" (p. 46).

Los autores argumentan que la tematización puede aumentar significativamente el valor percibido por los clientes y diferenciar el negocio de la competencia.

En el contexto específico de los moteles, Quispe G. y Salguero L. (2019) definen un motel shop temático como "un establecimiento de alojamiento temporal que, además de ofrecer habitaciones con diseños y ambientes basados en temas específicos, incluye una tienda (shop) donde los clientes pueden adquirir artículos relacionados con la experiencia sexual y romántica" (p. 15).

Los autores destacan que este tipo de establecimientos busca ofrecer una experiencia más completa y personalizada a sus clientes.

3.11. Estudio de Factibilidad

Un estudio de factibilidad es una herramienta esencial para evaluar la viabilidad de un proyecto empresarial. Según Sapag Chain y Sapag Chain (2008), "el estudio de factibilidad profundiza la investigación por medio de tres análisis: de mercado, técnico y económico-financiero" (p. 22). Este proceso ayuda a los emprendedores a tomar decisiones informadas sobre la implementación de sus ideas de negocio.

Thompson (2009) define el estudio de factibilidad como "un análisis comprensivo que sirve para recopilar datos relevantes sobre el desarrollo de un proyecto y en base a ello tomar la mejor decisión sobre si proceder con su estudio, desarrollo o implementación" (párr. 1). Este enfoque destaca la importancia de recopilar información precisa y relevante antes de invertir recursos significativos en un proyecto.

3.12. Motel Shop Temático

El concepto de motel shop temático combina elementos de alojamiento temporal con una experiencia temática única y servicios adicionales relacionados. Pine y Gilmore (2011) argumentan que "las empresas deben orquestar eventos memorables para sus clientes, y que esos eventos deben transformar el valor de lo que se ofrece" (p. 17).

Esta perspectiva respalda la idea de crear espacios temáticos que ofrezcan más que un simple servicio de alojamiento.

En el contexto de la industria hotelera, Walls et al. (2011) señalan que "las experiencias de los consumidores están influenciadas por una combinación de elementos físicos y humanos,

que pueden ser controlados por la gestión del hotel" (p. 168). Esto sugiere que un motel shop temático puede diferenciarse significativamente a través de su diseño, temática y servicios adicionales.

3.13. Análisis de Mercado

El análisis de mercado es un componente crucial del estudio de factibilidad. Kotler y Armstrong (2017) definen la investigación de mercados como "el diseño, la recopilación, el análisis y el informe sistemático de datos pertinentes de una situación de marketing específica que enfrenta una organización" (p. 110). Este proceso ayuda a identificar las necesidades y preferencias de los clientes potenciales.

En el contexto de un motel shop temático, es esencial comprender las tendencias del mercado y las expectativas de los clientes. Según un estudio de Booking.com (2019), "el 42% de los viajeros a nivel mundial quiere hospedarse en un tipo de alojamiento único o diferente en 2019" (párr. 3).

Esta tendencia indica una oportunidad para conceptos de alojamiento innovadores y temáticos.

3.14. Análisis Financiero

El análisis financiero es fundamental para determinar la viabilidad económica del proyecto. Gitman y Zutter (2012) afirman que "el análisis de los estados financieros implica comparar el desempeño de la empresa con el de otras compañías de la misma industria y evaluar las tendencias de la posición financiera de la empresa a través del tiempo" (p. 61).

Para un proyecto de motel shop temático, es crucial considerar los costos de inversión inicial, los gastos operativos y las proyecciones de ingresos. Brealey et al. (2014) sugieren que "los gerentes financieros utilizan la técnica del valor presente neto (VPN) para evaluar inversiones de capital" (p. 129).

Esta herramienta ayuda a determinar si el proyecto generará suficientes flujos de efectivo para justificar la inversión inicial.

3.15. Aspectos legales y Regulatorios

La implementación de un motel shop temático debe considerar cuidadosamente los aspectos legales y regulatorios. Según la Organización Mundial del Turismo (OMT, 2019), "la regulación del sector de alojamiento varía significativamente entre países y regiones, abarcando desde normas de construcción hasta requisitos de licencia y estándares de servicio" (p. 45).

Es esencial investigar y cumplir con todas las regulaciones locales pertinentes, incluyendo zonificación, permisos de construcción, licencias de operación y normas de salud y seguridad. El incumplimiento de estas regulaciones puede resultar en multas significativas o incluso el cierre del negocio.

3.16. Innovación y Diferenciación

En un mercado competitivo, la innovación y la diferenciación son clave para el éxito. Osterwalder y Pigneur (2010) argumentan que "un modelo de negocio innovador puede crear un nuevo mercado o permitir a una empresa explotar nuevas oportunidades en mercados existentes" (p. 244). Para un motel shop temático, esto podría implicar la creación de experiencias únicas que no se encuentran en los alojamientos tradicionales.

La diferenciación a través de la temática y los servicios adicionales puede crear una ventaja competitiva. Porter (1985) sostiene que "la diferenciación proporciona aislamiento contra la rivalidad competitiva debido a la lealtad de los clientes hacia la marca y la menor sensibilidad al precio resultante" (p. 14).

3.17. Segmentación de Mercado

La segmentación de mercado es crucial para identificar el público objetivo de un motel shop temático. Kotler y Armstrong (2017) definen la segmentación de mercado como "dividir un mercado en grupos más pequeños de consumidores con necesidades, características o comportamientos diferentes, que podrían requerir estrategias o mezclas de marketing distintas" (p. 199).

En el contexto de un motel shop temático, la segmentación podría basarse en factores demográficos, psicográficos y conductuales.

3.18. Economía de la Experiencia

El concepto de economía de la experiencia es fundamental para entender el atractivo de un motel shop temático. Pine y Gilmore (2011) argumentan que "las experiencias son una cuarta oferta económica, tan distintas de los servicios como los servicios lo son de los bienes" (p. 3).

Esta perspectiva sugiere que los consumidores valoran cada vez más las experiencias memorables sobre los productos o servicios convencionales.

3.19. Gestión de la Calidad en Servicios

La gestión de la calidad es esencial en la industria de la hospitalidad. Parasuraman et al. (1988) proponen el modelo SERVQUAL, que identifica cinco dimensiones de la calidad del servicio: tangibles, fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía. Este modelo puede ser útil para evaluar y mejorar la calidad del servicio en un motel shop temático.

3.20. Marketing Experiencial

El marketing experiencial es particularmente relevante para un motel shop temático. Schmitt (1999) define el marketing experiencial como "un enfoque que se centra en las experiencias del cliente, tratando el consumo como una experiencia holística" (p. 53). Este enfoque enfatiza la creación de conexiones emocionales con los clientes a través de experiencias sensoriales, afectivas, cognitivas y relacionales.

3.21. Diseño de Servicios

El diseño de servicios es crucial para crear una experiencia coherente y atractiva en un motel shop temático. Según Stickdorn y Schneider (2012), "el diseño de servicios es un enfoque interdisciplinario que combina diferentes métodos y herramientas de diversas disciplinas" (p. 29). Este enfoque holístico puede ayudar a crear un concepto de motel shop temático que sea funcional, atractivo y memorable.

3.22. Gestión de Ingresos (Revenue Management)

La gestión de ingresos es una estrategia crucial en la industria hotelera. Kimes (1989) define la gestión de ingresos como "el proceso de asignar la unidad correcta de capacidad al

cliente correcto al precio correcto en el momento correcto para maximizar los ingresos" (p. 15). Esta estrategia puede ser particularmente útil para optimizar la ocupación y los precios en un motel shop temático.

3.23. Evaluación de riesgos

La evaluación de riesgos es el proceso de identificar, analizar y priorizar los riesgos potenciales que pueden afectar el éxito de un proyecto o negocio (Kendrick, 2009). Estos riesgos pueden incluir aspectos financieros, operativos, legales, de mercado y otros factores externos.

La evaluación de riesgos ayuda a los promotores y gestores de un proyecto a desarrollar estrategias de mitigación para minimizar el impacto negativo de estos riesgos en el éxito del proyecto.

4. DISEÑO METODOLÓGICO

4.1. Línea de investigación

Marketing empresarial y gestión de ventas en la sub línea análisis de mercado.

4.2. Enfoque de investigación

El proyecto tiene el enfoque mixto los estudios cualitativos y cuantitativos.

Refiere Barrantes, M. (2014) El enfoque mixto es una metodología de investigación que integra técnicas cuantitativas y cualitativas para obtener una comprensión más completa y rica del fenómeno estudiado, aprovechando las fortalezas de ambos enfoques y superando sus limitaciones individuales.

4.3. Tipo de investigación

El estudio de factibilidad para la creación de un motel shop temático en la ciudad de Cobija, es de tipo descriptivo. Según Hernández, Fernández y Baptista (1999), su preocupación radica en describir algunas características fundamentales de conjunto de fenómenos, utilizando criterios sistemáticos.

Se utilizó este tipo para describir características del fenómeno o la relación entre variables del comportamiento de mercado, las tendencias y las preferencias de los consumidores.

4.4. Método de investigación

4.4.1. Método Documental

Se recopiló información proveniente de estudios previos, informes estadísticos, y documentos oficiales sobre el comportamiento del mercado turístico y recreativo en Cobija. Esta información permitió evaluar el contexto local, así como identificar las condiciones normativas y administrativas necesarias para la implementación del proyecto.

4.4.2. Método Bibliográfico

Se llevó a cabo una revisión exhaustiva de la literatura académica y profesional, incluyendo libros, artículos y estudios sobre tendencias en la industria hotelera, diseño temático de moteles y análisis del comportamiento de los consumidores.

Esta revisión proporcionó una base teórica sólida para la toma de decisiones estratégicas en el desarrollo del proyecto.

4.4.3. Método Histórico

Se realizó un análisis de la evolución de la industria hotelera y de hospedaje, así como de los cambios en las preferencias y comportamientos de los consumidores a lo largo del tiempo.

Este método permitió identificar factores históricos clave que influyen en la demanda de establecimientos temáticos, y cómo estos han evolucionado para adaptarse a las nuevas tendencias del mercado.

4.5. Población

El universo es 54,386 habitantes (INE, 2024) que tiene la población de Cobija, la población estimada.

4.6. Determinación del tamaño de la muestra

Para determinar el tamaño de muestra adecuado en una población de 54,386 habitantes (INE, 2024) de la ciudad de Cobija, se utilizó la fórmula de tamaño de muestra para poblaciones finitas de Yamane (1967): $n = N / (1 + N * e^2)$

Dónde:

n = Tamaño de muestra

N = Tamaño de la población (54,386 habitantes en este caso)

e = Nivel de error tolerable (usualmente 0.05 para un intervalo de confianza del 95%)

Aplicando la fórmula de Yamane:

$$n = 54,386 / ((1 + 54,386 * (0.05^2)))$$

$$n = 54,386 / (1 + 54,386 * 0.0025)$$

$$n = 54,386 / (1 + 140)$$

$$n = 54,386 / 141$$

$$n \approx 397$$

El tamaño de muestra recomendado para una población de 54,386 habitantes en la ciudad de Cobija, utilizando un nivel de error del 5%, es de 397 personas.

4.7. Tipo de muestreo

El estudio empleó un muestreo no probabilístico debido a que no todas las personas de la ciudad de Cobija tienen la misma probabilidad de ser seleccionadas como encuestadas.

Este tipo de muestreo se basa en criterios de intención o conveniencia, dado que se busca trabajar con una población específica comprendida entre los 18 y 60 años de edad.

Por lo tanto, se trata de un muestreo no aleatorio, donde la selección depende de la accesibilidad y la disposición de los participantes en este rango etario.

4.8. Técnicas

Para este estudio la técnica que se utilizó fue la encuesta mediante Google Forms. Asimismo, se realizó la técnica de observación en los diferentes moteles de la ciudad con la finalidad de recolectar información sobre servicio al cliente, apreciaciones de los usuarios acerca del lugar, entre otras inquietudes que ayuden a aportar datos al proyecto.

4.9. Instrumentos de recolección de información

Para recolección de información se elaboró una boleta de cuestionario con preguntas cerradas y a través de ellas se buscó evaluar: hábitos, frecuencias, preferencias, comportamientos y gustos. (Ver anexo 2).

5. DIAGNÓSTICO

5.1. Análisis del entorno de perfil del consumidor

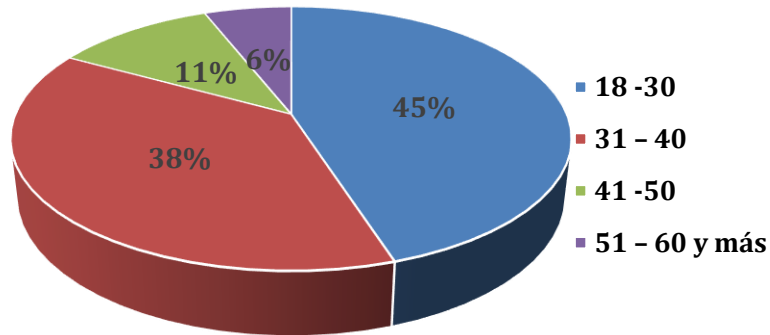


Figura 1. Edad del segmento interesado

Fuente: Elaboracion propia

Interpretación.- El 83% de los encuestados se encuentra entre 18 y 40 años (45% de 18-30 y 38% de 31-40), lo que indica que el mercado principal es joven y de mediana edad. Sin embargo, no se debe ignorar el 17% restante (11% de 41-50 y 6% de 51-60 y más), que representa un segmento maduro potencialmente interesado en servicios más exclusivos o sofisticados.

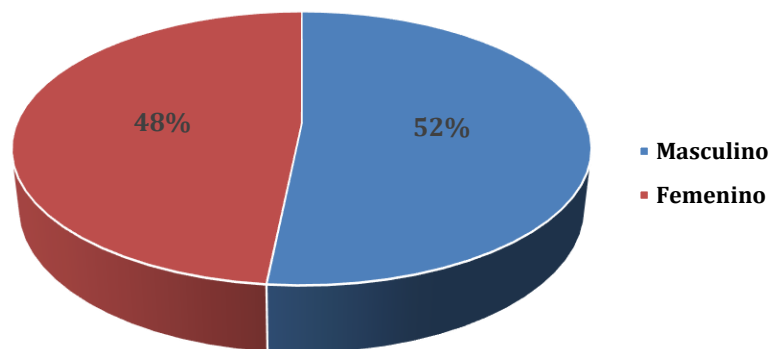


Figura 2. Sexo de la persona

Fuente: Elaboracion propia

Interpretación.- La distribución de género entre los encuestados es bastante equilibrada, con un 52% de hombres y un 48% de mujeres. Esta distribución casi equitativa proporciona una

visión más representativa de las opiniones y preferencias de ambos géneros en relación con el proyecto del Motel Shop temático.

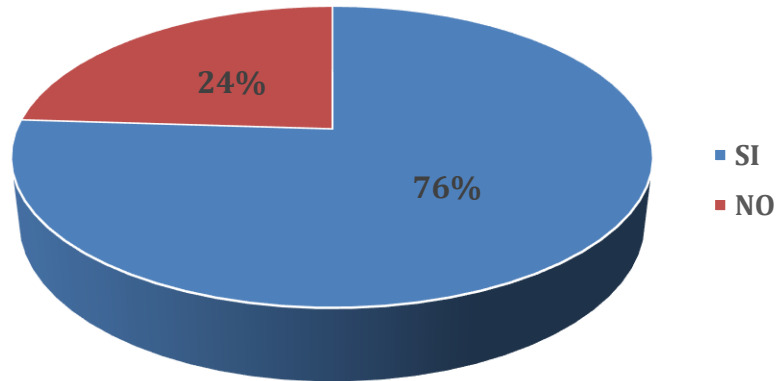


Figura 3. ¿Usted alguna vez fue a los servicios ofrecidos en un Motel de la ciudad de Cobija?

Fuente: Elaboracion propia

Interpretación.- El 76% ha utilizado servicios de motel en Cobija, lo que sugiere una demanda establecida y una aceptación cultural de estos servicios. El 24% que no los ha usado representa una oportunidad de mercado si se abordan sus preocupaciones.

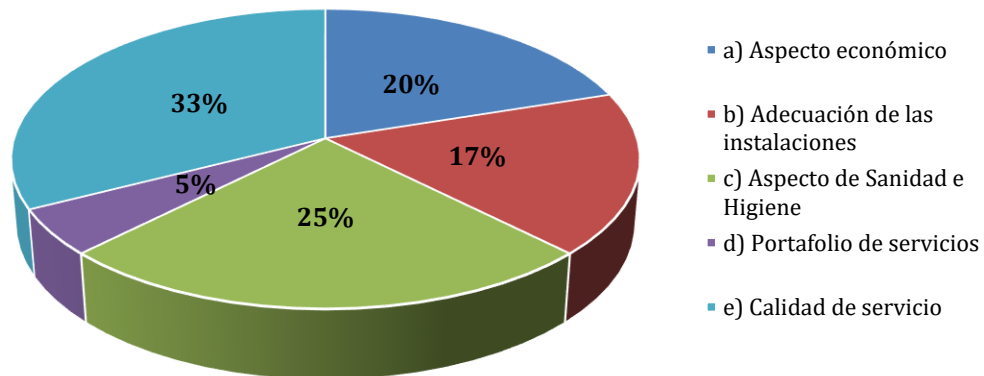


Figura 4. ¿Por cuál de los siguientes motivos NO ha hecho uso de los servicios ofrecidos en los diferentes moteles?

Fuente: Elaboracion propia

Interpretación.- La calidad del servicio (33%) y los aspectos de sanidad e higiene (25%) son las principales preocupaciones, seguidas por el aspecto económico (20%) y la adecuación de

las instalaciones (17%).). Esto sugiere que un nuevo negocio podría diferenciarse significativamente mejorando estos aspectos.

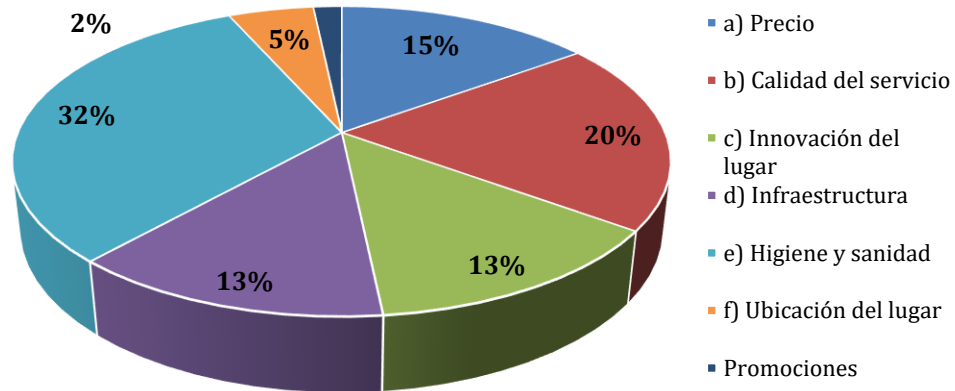


Figura 5. Al momento de buscar un servicio de Motel ¿Qué es lo que más le interesa?

Fuente: Elaboracion propia

Interpretación.- La higiene y sanidad (32%) es la principal prioridad, seguida por la calidad del servicio (20%) y el precio (15%). La innovación del lugar y la infraestructura (ambas un 13%) también son consideraciones importantes. Curiosamente, la ubicación (5%) y las promociones (2%) son menos prioritarias.

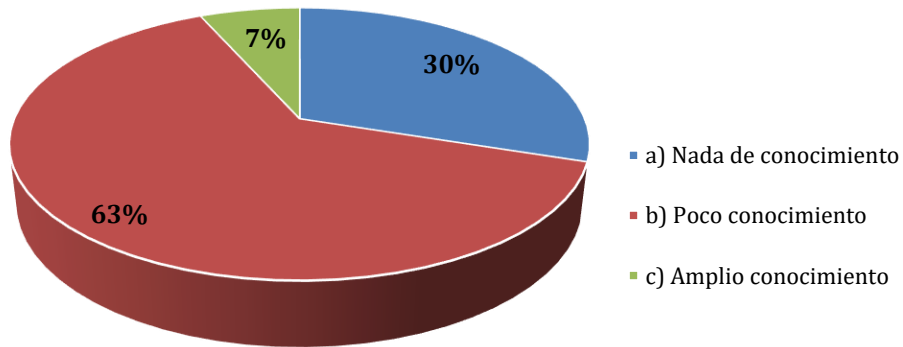


Figura 6. ¿Tiene algún grado de conocimiento sobre que es un Motel Shop Temático?

Fuente: Elaboracion propia

Interpretación.- Con un 63% con poco conocimiento y un 30% sin conocimiento, existe una clara oportunidad de educar al mercado. Solo un 7% tiene amplio conocimiento, lo que sugiere que el concepto es novedoso en la zona.

Cuando hablamos de un motel shop temático nos referimos a un establecimiento que presta servicios por horas, el cual maneja una temática (ambiente con alguna característica)

especifica tanto en la parte interna como externa de su infraestructura, además de brindar servicios y venta de artículos (esencias, lubricantes, disfraces, juegos sexuales, etc.) únicos e innovadores a sus clientes.

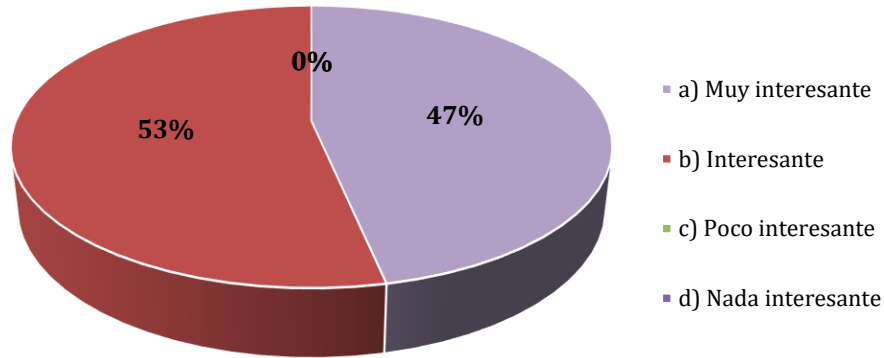


Figura 7. De acuerdo a la información suministrada, ¿Qué expectativa generaría en usted si le informan que se pretende llevar a cabo el proyecto de crear un Motel Shop temático en la ciudad de Cobija?

Fuente: Elaboracion propia

Interpretación.- La respuesta es unánimemente positiva, con un 47% considerándolo "muy interesante" y un 53% "interesante". Esto indica un alto nivel de curiosidad y aceptación potencial del concepto.

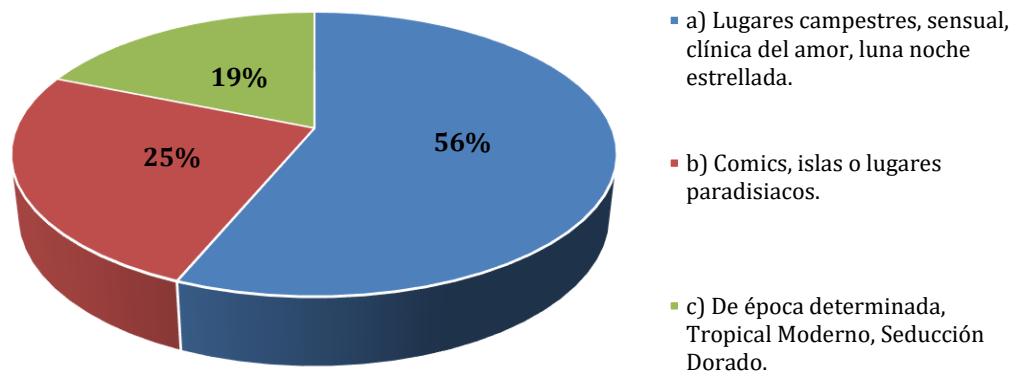


Figura 8. ¿Qué temáticas les gustaría encontrar en el motel?

Fuente: Elaboracion propia

Interpretación.- El 56% prefiere temas como lugares campestres, sensual, clínica del amor y luna/noche estrellada. Un 25% se inclina por cómics, islas paradisíacas, mientras que el 19% prefiere épocas determinadas, tropical moderno y seducción dorada.

Esto sugiere una preferencia por temas románticos y de fantasía, pero también una diversidad de gustos.

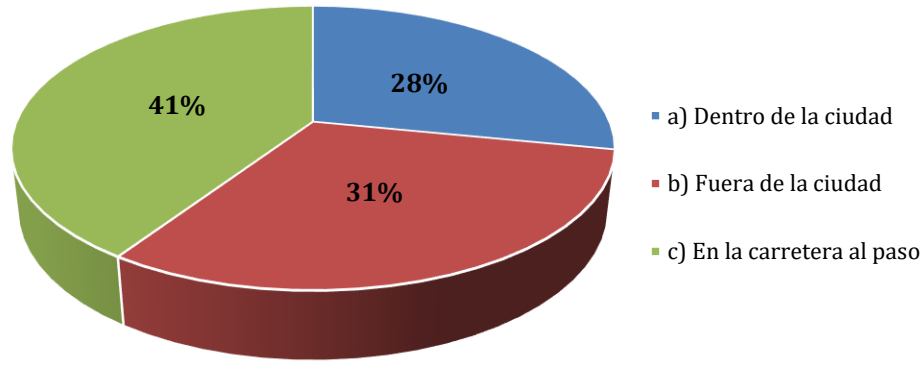


Figura 9. ¿Si en la ciudad de Cobija contara con un Motel Shop temático, en qué lugar le gustaría que estuviera ubicado?

Fuente: Elaboracion propia

Interpretación.- Hay una preferencia por ubicaciones fuera de la ciudad (31%) o en la carretera al paso (41%), con solo un 28% prefiriendo dentro de la ciudad. Esto podría influir en la elección de ubicación, priorizando la privacidad y accesibilidad.

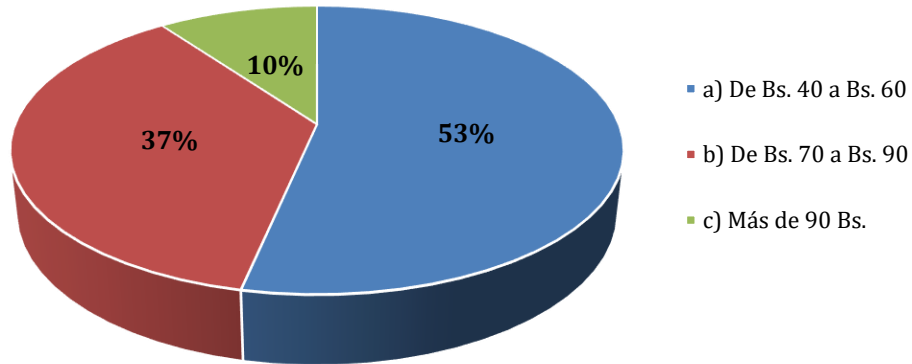


Figura 10. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por los servicios ofertados por el Motel temático?, Tenga en cuenta que dichos establecimientos prestan sus servicios por horas, para este caso hablamos del tiempo mínimo que corresponde a 1 hora.

Fuente: Elaboracion propia

Interpretación.- El 53% prefiere el rango de 40-60 Bs, el 37% está dispuesto a pagar 70-90 Bs, y solo un 10% pagaría más de 90 Bs. Esto sugiere una estrategia de precios escalonada, con opciones para diferentes presupuestos.

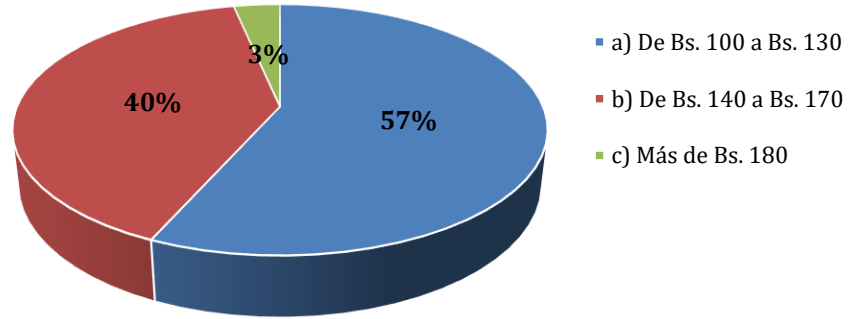
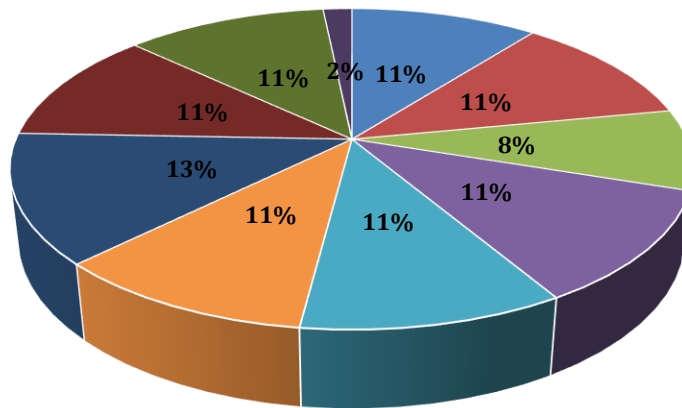


Figura 11. Si desea hacer uso del Motel temático toda la noche, ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar?

Fuente: Elaboracion propia

Interpretación.- El 57% prefiere 100-130 Bs, el 40% pagaría 140-170 Bs, y solo un 3% más de 180 Bs. Esto indica que la mayoría busca opciones económicas a moderadas para estancias más largas.



- a) Maquina electrónica de snacks y bebidas.
- b) Catalogo Sex shop con variedades de juguetes sexuales y lencería para hombre y mujer.
- c) Recepción y seguridad las 24 hr.
- d) Teléfono, Wifi, Tv Satelital.
- e) Música y luz ambiental.
- f) Silla Tántrica, Columpio sexual, Tubo, Camilla ginecológica.
- g) Jacuzzi, Baño privado con ducha tipo lluvia.
- h) Decoraciones para fechas especiales. (detalles románticos o de fantasía).
- i) Garaje privado
- j) Medio de transporte

Figura 12. ¿Con cuál de los siguientes servicios le gustaría que contara el Motel Shop temático?

Fuente: Elaboracion propia

Interpretación.- Los servicios más solicitados incluyen jacuzzi/ducha tipo lluvia, catálogo sex shop, WiFi/TV, decoraciones especiales, y garaje privado. La demanda es bastante uniforme entre estos servicios, lo que sugiere que una oferta diversificada sería bien recibida.

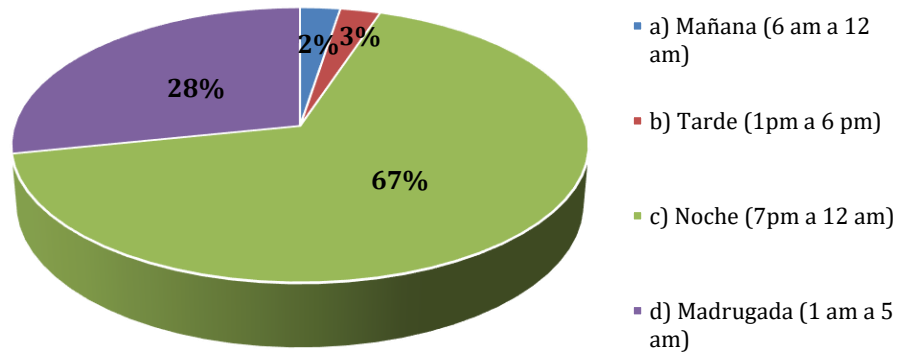


Figura 13. ¿En qué horario considera usted que visitaría el establecimiento?

Fuente: Elaboracion propia

Interpretación.- El 67% prefiere visitar de noche (de 7pm a 12am) y el 28% de madrugada (de 1am a 5am), con sólo un 5% prefiriendo horarios diurnos. Esto indica claramente que el negocio debería enfocarse en operaciones nocturnas.

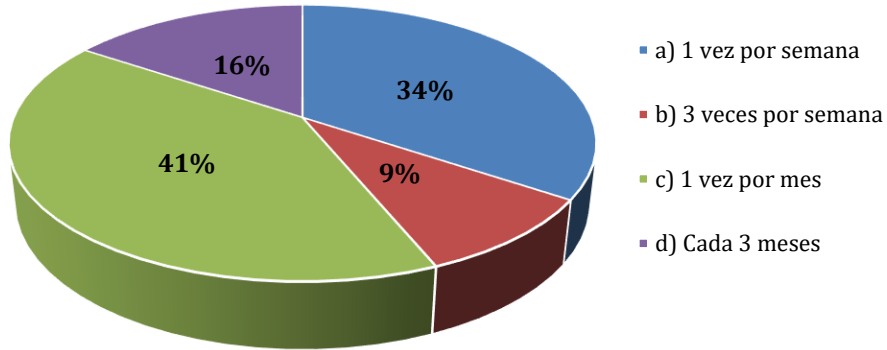


Figura 14. ¿Con qué frecuencia haría uso de este servicio del Motel Shop en la ciudad de Cobija?

Fuente: Elaboracion propia

Interpretación.- El 41% utilizaría el servicio una vez al mes, el 34% una vez por semana, el 16% cada 3 meses y el 9% tres veces por semana. Esto sugiere una base de clientes potencialmente regulares, con un grupo núcleo de usuarios frecuentes.

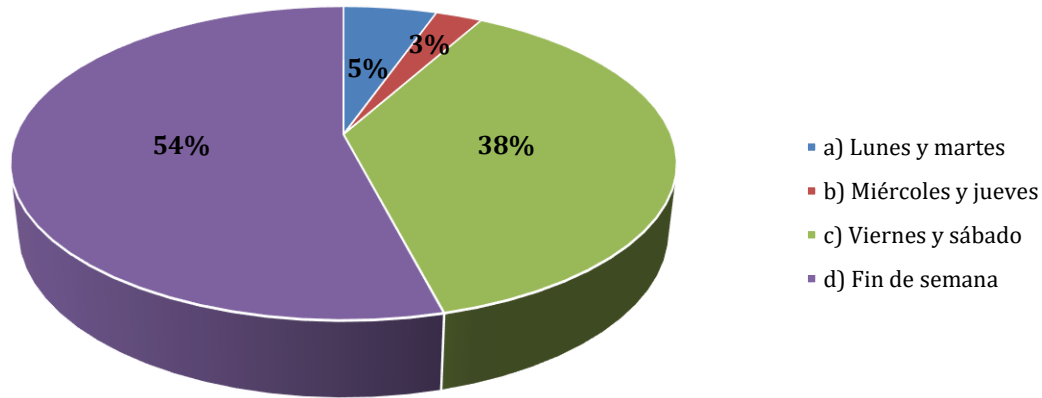


Figura 15. De acuerdo a su preferencia, ¿Qué días haría uso de los servicios ofrecidos por el Motel Shop temático?

Fuente: Elaboración propia

Interpretación.- El 52% prefiere el fin de semana y el 36% viernes y sábado, lo que indica una fuerte preferencia por el fin de semana. Solo el 6% prefiere lunes-martes y el 3% miércoles-jueves, lo que sugiere que se podrían considerar promociones especiales para aumentar la ocupación entre semanas.

5.2. Análisis del entorno social

El impacto social de este proyecto de motel sex shop en Cobija, Bolivia, es significativo en términos de generación de empleo local, promoción del turismo y contribución a la economía local.

El emprendimiento denota innovación al combinar un motel con una tienda erótica, adaptándose a las necesidades del mercado local y potencialmente atrayendo turistas. Este tipo de negocio requiere habilidades de gestión, marketing y servicio al cliente, fomentando el desarrollo de capacidades empresariales en la región.

5.3. Análisis Administrativo Legal

En el marco normativo con la finalidad de establecer el ente encargado de regulación de los moteles, a cuyo efecto se realizó una relación normativa sobre las competencias exclusivas de los gobiernos nacionales y los autonómicos, sobre la regulación de los centros de hospedaje.

En la Constitución política del Estado. Art. 302 Parágrafo I, numeral 17 Políticas de Turismo local establece y desarrollar un sistema de categorización, registro y certificación de prestadores de servicios turísticos, definiendo mediante reglamentación expresa las responsabilidades de las entidades territoriales autonómicas en la administración de dicho registro y la correspondiente certificación.

En referencia administrativas se tiene:

- **Trámites y registros:**

- ✓ Registro en SEPREC (Servicio Plurinacional de Registro de Comercio)
- ✓ Obtención del Número de Identificación Tributaria (NIT) en el Servicio de Impuestos Nacionales
- ✓ Registro en el Gobierno Autónomo Municipal de Cobija
- ✓ Licencia de Funcionamiento Municipal
- ✓ Registro en el Ministerio de Trabajo, Empleo y Previsión Social
- ✓ Registro en la Caja Nacional de Salud (CNS)
- ✓ Registro en las Administradoras de Fondos de Pensiones (AFP)

- **Permisos específicos:**

- ✓ Licencia ambiental otorgada por la Secretaría Departamental de Medio Ambiente y Madre Tierra
- ✓ Certificado sanitario del Servicio Departamental de Salud (SEDES)
- ✓ Certificado de Bomberos

- **Normativa laboral:**

- ✓ Cumplimiento de la Ley General del Trabajo
- ✓ Contratos laborales según la normativa vigente

- ✓ Afiliación de empleados a la seguridad social

- **Normativa tributaria:**

- ✓ Régimen General de Impuestos

- ✓ Impuesto al Valor Agregado (IVA)

- ✓ Impuesto a las Transacciones (IT)

- ✓ Impuesto sobre las Utilidades de las Empresas (IUE)

6. ESTUDIO DE MERCADO

6.1. Definición del servicio

El servicio propuesto es un Motel Shop temático en la ciudad de Cobija, Bolivia. Este innovador concepto combina las funciones tradicionales de un motel con elementos temáticos y servicios adicionales de un sex shop, Dirigido a personas de todos los estratos sociales que les gusten divertirse, disfrutar los placeres del sexo, casual o pasional.

El establecimiento ofrecería habitaciones decoradas con diversas temáticas, como ambientes campestres, sensuales, clínica del amor, o noches estrelladas, entre otros.

Además de alojamiento por horas o noches completas, el motel incluiría servicios como jacuzzis, catálogo de juguetes sexuales y lencería, WiFi, TV satelital, decoraciones para ocasiones especiales, y garaje privado.



Figura 16 Característica del servicio

Fuente: Leonardo IA.



Figura 17 Característica de la venta de artículos sex shop

Fuente. Leonardo IA.

6.2. Ubicación geografía del mercado

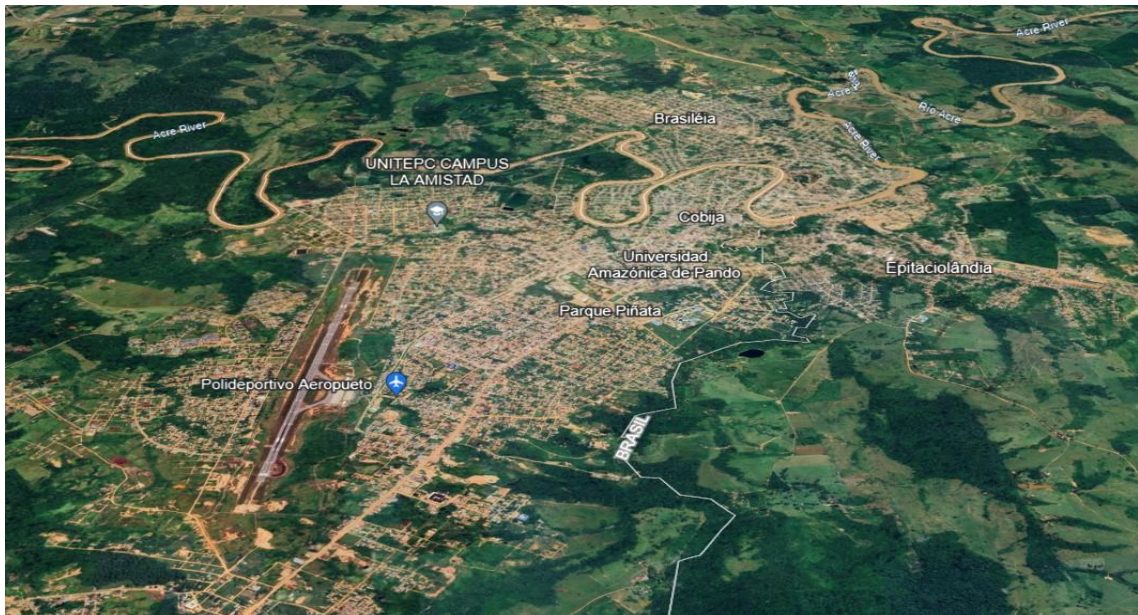


Figura 18 Ubicación geográfica del mercado, ciudad de Cobija

Fuente: Google Earth.

Cobija es una ciudad y municipio de la Amazonía boliviana, capital y ciudad más poblada del departamento de Pando ubicado en la Provincia Nicolás Suárez.

La ciudad se encuentra ubicada a las orillas del río Acre, en frontera con la República Federativa de Brasil además de ser la única aglomeración urbana de este departamento. Se encuentra a una altitud de 228 (metros sobre el nivel del mar), tiene un clima tropical y lluvioso, y es la capital departamental.

6.3. Segmento del mercado

Se determina el siguiente segmento de mercado:

- **Segmento geográfico:** La ciudad de Cobija ubicada en el departamento Pando, país Bolivia.



Figura 19 Segmentación geográfica

Fuente: Google Earth.

- **Segmento demográfico.** – Rango a partir de 18 años en adelante tomando en cuenta que son aquellas personas activas y económicamente sustentables, tanto género femenino y masculino.

- **Segmento psicografico y actitudinal.-** Dirigido a personas de todos los estratos sociales que les gusten los placeres y divertirse ademas de obtener productos sex xhop.

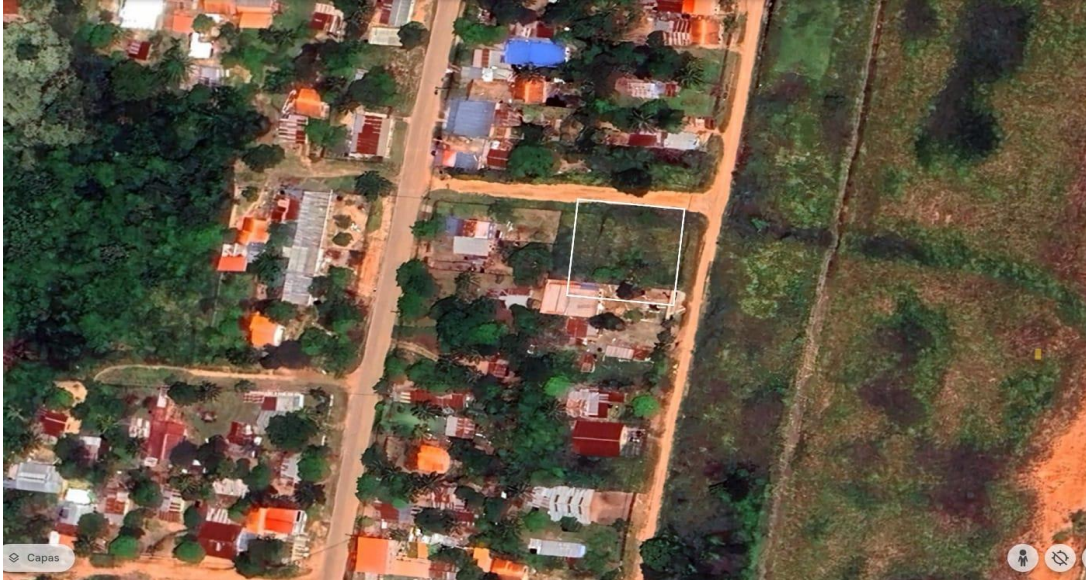


Figura 20 Ubicación del proyecto

Fuente: Google Earth.

6.4. Analisis de la población

En cuanto a la población del mercado, el 76% de los encuestados ha utilizado servicios de motel en Cobija, indicando una demanda establecida. El concepto de Motel Shop temático es relativamente nuevo en la zona. A pesar de esto, hay un alto nivel de interés, con el 100% de los encuestados considerando la idea interesante o muy interesante.

Esto sugiere una oportunidad significativa para introducir y educar al mercado sobre este nuevo concepto, diferenciándose de la oferta actual al abordar las principales de alojamiento con la venta de artículos temáticos, ofreciendo una experiencia única y diferenciada a sus clientes potenciales.

6.5. Universo

Cuenta con una población de 54,386 habitantes (INE, 2024).

6.6. Segmento del mercado y muestra

El segmento objetivo principal son adultos jóvenes y de mediana edad, entre 18 y 60 años en adelante, El mercado se divide casi equitativamente entre hombres y mujeres, sugiriendo un interés compartido en el concepto.

Tabla 1.

Tipos de segmentacion

Variables	Descripción	
Geográficas	Localización	Municipio de Cobija del departamento de Pando
Demográficas	Edad	Personas mayores de edad de 18 años en adelante.
	Sexo	Hombres y Mujeres.
	Clase social	Media, media alta y alta.
Psicográfica	Personas que les guste la diversión como pasar un buen tiempo de placer además de disfrutar de las características temáticas y usos de insumos como compras sex shop.	

Fuente. Elaboración propia.

6.7. Analisis de la demanda

- ✓ **Perfil demográfico:** La encuesta revela que el mercado potencial es principalmente joven y de mediana edad, con un 83% de los encuestados entre 18 y 40 años.
Además, hay una distribución de género casi equitativa (52% hombres, 48% mujeres), lo que sugiere un interés compartido en el concepto de Motel Shop temático entre ambos géneros.
- ✓ **Experiencia y percepción actual:** Una gran mayoría (76%) ha utilizado servicios de motel en Cobija, indicando una demanda establecida. Sin embargo, entre quienes no los han usado, las principales preocupaciones son la calidad del servicio, la higiene y el costo. Esto señala áreas claras de oportunidad para mejorar y diferenciarse en el mercado.
- ✓ **Preferencias y expectativas:** La higiene, la calidad del servicio y el precio son los factores más importantes para los clientes potenciales.

Existe un alto interés en el concepto de Motel Shop temático, con el 100% de los encuestados considerándolo interesante o muy interesante, a pesar de que la mayoría tiene poco o ningún conocimiento previo del concepto.

- ✓ **Diseño y servicios:** Hay una clara preferencia por temas románticos y de fantasía en el diseño de las habitaciones. Los servicios más deseados incluyen jacuzzis, catálogo sex shop, Wi-Fi/TV, decoraciones especiales y garaje privado, sugiriendo una demanda por experiencias lujosas y diversificadas.
- ✓ **Ubicación y horarios:** La mayoría prefiere una ubicación fuera de la ciudad o en la carretera, posiblemente buscando mayor privacidad. Los horarios nocturnos y de madrugada son los más populares, con una fuerte preferencia por los fines de semana.
- ✓ **Precios y frecuencia de uso:** La mayoría de los encuestados prefiere precios moderados, tanto para uso por hora como para toda la noche. La frecuencia de uso prevista varía, pero un número significativo indica que lo usaría al menos una vez al mes, sugiriendo una base de clientes potencialmente regulares.
- ✓ **Oportunidades de mercado:** Existe una clara oportunidad para educar al mercado sobre el concepto de Motel Shop temático, dado el bajo nivel de conocimiento actual. También hay espacio para diferenciarse de características con otros moteles en en el aera geografica.

Basados en una población base una población de 54,386 habitantes (INE, 2024) en Cobija para 2024 y una tasa de crecimiento anual del 2%. Para la demanda se considera el porcentaje de personas que dijeron estar dispuestas a adquirir los servicios, que según la encuesta es el 76% (los que han usado servicios de motel en Cobija).

Tabla 2.

Demanda de población proyectada

Año	Población Proyectada	Demanda
2024	54.386	41.333
2025	55,474	42.160
2026	56.583	43.003
2027	57.715	43.863
2028	58.869	44.740

Fuente. Elaboracion propia con base en datos del INE (2024)

6.8. Analisis de la demanda

Se muestra un fuerte interés en el concepto de Motel Shop temático, con el 100% de los encuestados considerándolo interesante o muy interesante. El 76% de los encuestados ha utilizado servicios de motel en Cobija, lo que indica una demanda establecida.

En cuanto a la frecuencia de uso:

- ✓ 34% usaría el servicio una vez por semana
- ✓ 9% lo usaría tres veces por semana
- ✓ 41% lo usaría una vez al mes
- ✓ 16% lo usaría cada 3 meses

Esto sugiere una demanda potencial significativa de regular a alta en los aspectos de higiene, calidad de servicio y ofreciendo una experiencia única y diversa.

Los resultados sugieren la oferta exitosa debería centrarse en:

- ✓ Mantener altos estándares de higiene y calidad de servicio.
- ✓ Ofrecer una variedad de temáticas y servicios para satisfacer diversos gustos.
- ✓ Implementar una estructura de precios que ofrezca opciones para diferentes presupuestos.
- ✓ Ubicar el negocio estratégicamente fuera del centro de la ciudad.
- ✓ Concentrar los recursos en operaciones nocturnas y de fin de semana.

- ✓ Desarrollar una fuerte campaña de marketing para educar e interesar al público sobre el concepto.

6.9. Analisis de demanda insatisfecha

Simplemente la demanda insatisfecha es la diferencia entre la demanda menos la oferta igual demanda insatisfecha

$$\underline{\underline{DEMANDA - OFERTA = DEMANDA INSATISFECHA}}$$

Tabla 3.

Demanda isatisfecha proyectada

Nº	Año	Demanda Proyectada	Oferta Proyectada	Demanda Insatisfecha
1	2024	41.333	28.912	12,421
2	2025	42.160	29,490	12.670
3	2026	43.003	30.080	12,923
4	2027	43.863	30.682	13.181
5	2028	44.740	31.296	13.444

Fuente: Elaboración propia con base en datos del INE (2024)

Análisis porcentual aplicado

- ✓ 76% de la población: Representa la demanda proyectada con base en la proporción de encuestados que indicaron utilizar servicios de motel.
 - ✓ 70% de la demanda proyectada: Representa la oferta inicial basada en la capacidad esperada del negocio.
 - ✓ 2% de crecimiento anual: Refleja el aumento poblacional estimado según datos del INE.
- Demanda proyectada

La demanda se estima a partir de los resultados de la encuesta y la población base de Cobija, proyectada para 2024. Según los datos: Población base (INE, 2024): 54,386 habitantes.

Porcentaje de encuestados que han utilizado servicios de motel: 76%. Este porcentaje se asume como representativo de la población que potencialmente demandará los servicios del Motel Shop temático, ya que indica el interés previo en este tipo de servicios.

La proyección de demanda sigue la fórmula: Demanda proyectada = Población total proyectada \times 0.76

Por ejemplo, para 2024: $54,386 \times 0.76 = 41,333$

El crecimiento poblacional del 2% anual, según el INE, permite calcular la demanda proyectada para los años posteriores: Población proyectada (año siguiente) = Población actual \times (1+0.02)

Para cada año, se aplica el mismo porcentaje del 76% sobre la población proyectada.

- Oferta proyectada

La oferta representa la capacidad del servicio para cubrir la demanda, y se ha definido como el 70% de la demanda proyectada. Este porcentaje probablemente se basa en una estimación de capacidad operativa inicial del negocio, considerando limitaciones de infraestructura, recursos y expectativas realistas de mercado.

Por ejemplo, para 2024: Oferta proyectada = Demanda proyectada \times 0.70

$$41,333 \times 0.70 = 28,912$$

La misma lógica se aplica a los años subsiguientes, calculando el 70% de la demanda proyectada para cada año.

- Demanda insatisfecha

La demanda insatisfecha se define como la diferencia entre la demanda proyectada y la oferta proyectada: Demanda insatisfecha = Demanda proyectada - Oferta proyectada

Por ejemplo, para 2024:

$$41,333 - 28,912 = 12,421$$

Este cálculo refleja el número de personas cuya necesidad de servicios no será cubierta, y muestra un crecimiento sostenido debido al aumento de la población y la demanda, mientras la oferta no crece proporcionalmente.

7. ESTUDIO TÉCNICO

7.1. Tamaño del proyecto

El motel sex shop "Secretetos" contará con:

- ✓ 10 habitaciones temáticas
- ✓ 1 Tienda sex shop
- ✓ Área total del terreno: 2,500 m²
- ✓ Superficie construida: 1.800 m²

Distribución de espacios:

- ✓ 10 habitaciones (60 m² cada una): 900 m²
- ✓ 1 Recepción y lobby: 100 m²
- ✓ 1 Tienda sex shop: 80 m²
- ✓ 1 Dormitorio administrativo
- ✓ Áreas de servicio y almacenamiento: 200 m²
- ✓ Estacionamiento cubierto: 400 m²
- ✓ Áreas verdes y circulación: 120 m²

El establecimiento ofrecería habitaciones decoradas con diversas temáticas, como ambientes campestres, sensuales, clínica del amor, o noches estrelladas, entre otros. Además de alojamiento por horas o noches completas, el motel incluiría servicios como jacuzzis, catálogo de juguetes sexuales y lencería, WiFi, TV satelital, decoraciones para ocasiones especiales, y garaje privado.

7.1.1. Determinación del tamaño del proyecto

Las razones principales que detreterminan por el cual se eligio el porcentaje 17% para el tamaño del proyecto, van desde lo económico hasta lo ambiental.

7.2. Ingeniería del proyecto

7.2.1. Diseño arquitectónico

Se tiene considerado segunlos datos de la muestra los siguiente:

- ✓ 1 habitación temática "Campestres "
- ✓ 1 habitación temática "Sensual "
- ✓ 1 habitación temática "Clínica del amor "
- ✓ 1 habitación temática "Luna/noche estrellada"
- ✓ 1 habitación temática "Cómics "
- ✓ 1 habitación temática "Islas paradisíacas"
- ✓ 1 habitación temática "Tropical moderno"
- ✓ 1 habitación temática "Seducción dorada"
- ✓ 1 habitación temática " Épocas determinadas"
- ✓ 1 habitación temática "Tienda venta artículos"
- ✓ 1 habitación "Administración recepción y lobby"
- ✓ 1 habitación "Deposito-lavado"
- ✓ 1 habitación "Dormitorio administrativo"

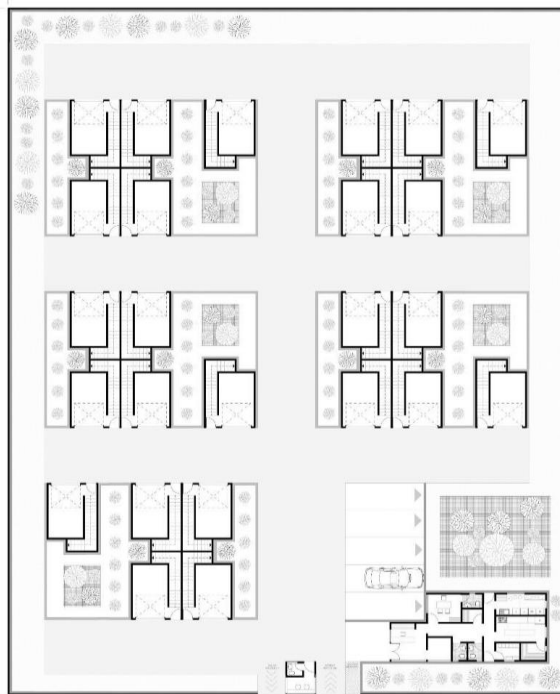


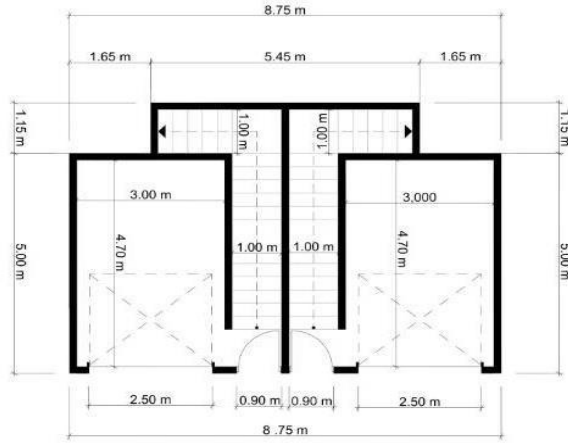
Figura 21 Plano division arquitectura

Fuente: Investigación propia

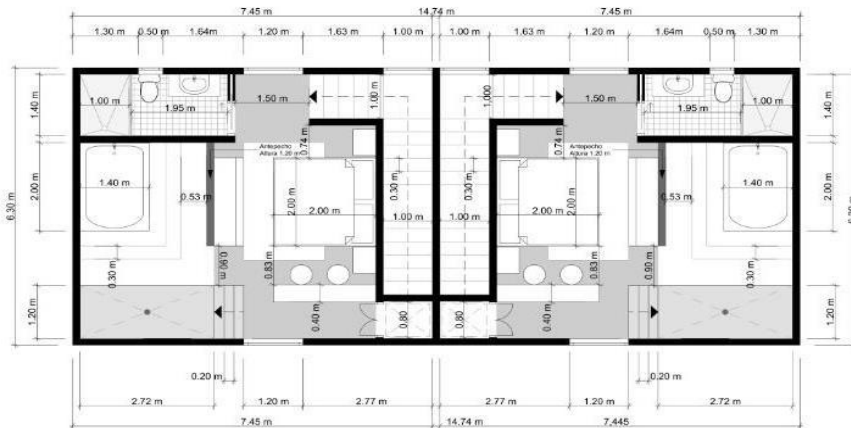
Se considera la siguiente descripción:

- ✓ Habitación temática "Campestre": Ambiente rústico con elementos naturales, paredes de madera, decoración con flores silvestres y sonidos de la naturaleza. Cama con dosel de troncos y sábanas de algodón suave.
- ✓ Habitación temática "Sensual": Dominada por tonos rojos y negros, iluminación tenue y ajustable. Espejos estratégicamente colocados, cama circular y muebles de cuero.
- ✓ Habitación temática "Clínica del amor": Diseño moderno y limpio con toques de blanco y rojo. Cama en forma de camilla médica, accesorios médicos decorativos y batas de "doctor" disponibles.
- ✓ Habitación temática "Luna/noche estrellada": Techo y paredes con proyección de cielo estrellado, cama redonda que simula la luna. Iluminación azul tenue y suave.
- ✓ Habitación temática "Cómics": Paredes decoradas con murales de superhéroes, muebles con diseños inspirados en cómics. Cama con cabecera de "boom" o "pow".
- ✓ Habitación temática "Islas paradisíacas": Arena en el suelo, murales de playa, hamaca, sonidos de olas. Cama en forma de concha marina.
- ✓ Habitación temática "Tropical moderno": Combinación de elementos tropicales con diseño contemporáneo. Plantas exóticas, colores vibrantes y muebles de líneas limpias.
- ✓ Habitación temática "Seducción dorada": Predominio de dorado y negro, iluminación cálida. Cama con dosel de seda dorada, detalles lujosos en todo el mobiliario.
- ✓ Habitación temática "Épocas determinadas": Cambiante según la época elegida (por ejemplo, años 20, 50, 70, etc.). Muebles y decoración auténticos de la época seleccionada.
- ✓ Habitación temática "Tienda venta artículos": Diseñada como una boutique erótica elegante. Estanterías y vitrinas para exhibir productos, área de prueba y caja registradora.

- ✓ Habitación "Administración recepción y lobby": Espacio profesional pero acogedor. Mostrador de recepción discreto, área de espera cómoda, oficina administrativa adjunta.
- ✓ Habitación "Depósito-lavado": Área funcional con estanterías para almacenamiento, lavadoras y secadoras industriales, zona de planchado y reparaciones.
- ✓ Habitación "Dormitorio administrativo": Habitación sencilla pero cómoda para el personal que deba permanecer en el lugar. Cama individual, baño privado y pequeña área de estar.



Primer piso



Segundo piso

Figura 22 Plano ambientes

Fuente: Investigación propia

Cada habitación contará con:

- ✓ Cama king size
- ✓ Jacuzzi para dos personas
- ✓ Ducha tipo lluvia
- ✓ Sistema de iluminación LED programable
- ✓ Aire Acondicionado
- ✓ Televisor inteligente de 55"
- ✓ Minibar



Figura 23 Descripción de una habitación

Fuente: Leonardo IA.

Instalaciones:

- ✓ Sistema eléctrico con planta de emergencia
- ✓ Tratamiento de aguas residuales
- ✓ Sistema de seguridad con cámaras en áreas comunes
- ✓ Red Wi-Fi de alta velocidad en todo el Establecimiento



Figura 24 Característica de vista interna

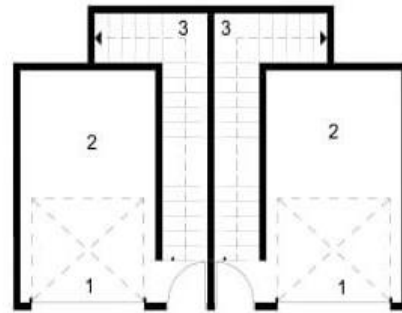
Fuente: Investigación propia

7.3. Características del técnicas Servicio

Basado en el estudio de mercado anterior, se determinó una demanda potencial con 13 habitaciones y un tiempo promedio de estadía de 3 horas, podemos atender hasta 3,600 visitas mensuales, operando 24/7.

- ✓ Recepción 24/7
- ✓ Limpieza y desinfección después de cada uso
- ✓ Servicio a la habitación (alimentos y bebidas)
- ✓ Venta de artículos eróticos en tienda sex shop
- ✓ Decoraciones especiales bajo pedido

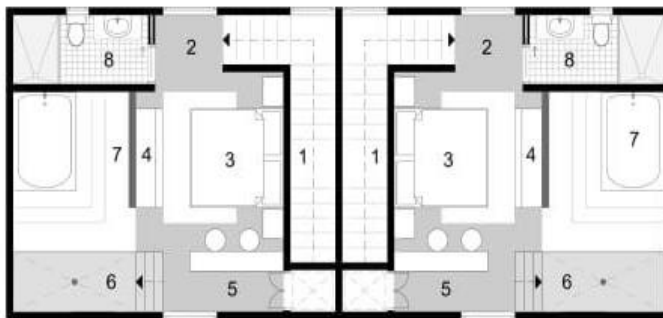
Se tiene consideracion lo siguiente:



Primer piso

Planta Alcoba primer piso

1. Acceso
2. Parqueadero
3. Punto Fijo (Escalera)



Segundo piso

Planta Alcoba segundo piso

1. Punto fijo (Escalera)
2. Habitación
3. Cama 2x2
4. Silla ergonomica
5. Bar
6. Pista Pool Dance
7. Jacuzzi
8. w.c. (Baño)

Figura 25 Plano descripción de ambientes

Fuente: Investigación propia

- **Planta Baja:**

1. Acceso: Una entrada discreta y segura que permita a los clientes ingresar con privacidad. Podría incluir un sistema de intercomunicador o una recepción automatizada para mantener la confidencialidad.
2. Parqueo: Un área de estacionamiento cubierto o semi-cubierto que ofrezca privacidad a los vehículos de los clientes. Idealmente, cada habitación tendría su propio espacio de estacionamiento directamente conectado.
3. Punto fijo (escalera): Una escalera que conecte la planta baja con la planta alta. Esta debe ser segura, bien iluminada y lo suficientemente amplia para permitir un movimiento cómodo.

- **Planta Alta:**

1. Punto fijo (escalera): La continuación de la escalera que viene de la planta baja, permitiendo el acceso a la habitación.
2. Un espacio amplio y bien diseñado que albergue todas las demás áreas. La decoración y el ambiente general deberían reflejar la temática elegida para el motel.
3. Una cama grande y cómoda king size 2x2, que sea el punto focal de la habitación. Podría tener características especiales como iluminación ajustable o un diseño temático.
4. Un mueble especializado diseñado para diversas posiciones (Silla tántrica). Debería estar ubicada en un área que permita su uso cómodo y seguro.
5. Un mini bar bien surtido con bebidas y aperitivos. Podría incluir una pequeña nevera, una cafetera y quizás incluso un microondas para la comodidad de los huéspedes.
6. Un área con un poste de baile y suficiente espacio alrededor para moverse. Debería tener una iluminación especial y posiblemente un sistema de sonido dedicado.
7. Un jacuzzi lo suficientemente grande para dos personas, con controles de temperatura y jets. Idealmente, estaría ubicado en un área con vista agradable o con privacidad adicional.
8. Un baño completo con inodoro, lavabo y ducha. Podría incluir características adicionales como una ducha de efecto lluvia o múltiples cabezales de ducha.

- **Consideraciones adicionales:**

- ✓ Un sistema de iluminación ajustable que permita crear diferentes ambientes.
- ✓ Un sistema de sonido de alta calidad que se pueda controlar desde diferentes partes de la habitación.
- ✓ Asegurar que haya suficiente aislamiento acústico entre habitaciones y hacia el exterior (Privacidad).
- ✓ Un buen sistema de aire acondicionado y ventilación, especialmente importante en áreas como el jacuzzi.
- ✓ Sistemas de seguridad discretos pero efectivos, incluyendo cámaras en áreas comunes y sistemas de alarma en las habitaciones.
- ✓ Área dedicada a la venta de productos relacionados Área de sex shop.

7.4. Flujograma del proceso de servicio

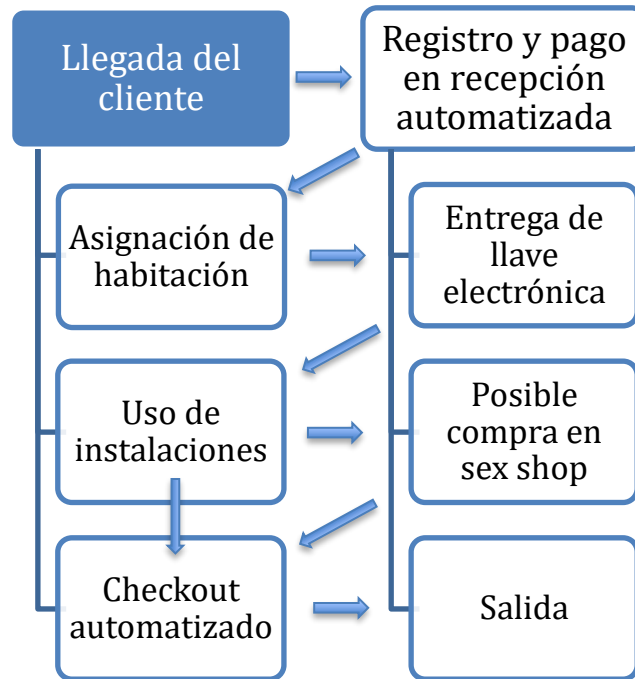


Figura 26 Flujograma del proceso

Fuente: Investigación propia

7.4.1. Descripción del proceso

- ✓ **Llegada del cliente:** El cliente ingresa al estacionamiento privado y se dirige a la recepción.
- ✓ **Registro y pago:** En la recepción, el cliente selecciona la habitación deseada en una pantalla táctil y realiza el pago (efectivo o tarjeta).
- ✓ **Asignación de habitación:** El sistema asigna automáticamente la habitación y genera una llave electrónica.
- ✓ **Uso de instalaciones:** El cliente accede a la habitación usando la llave electrónica. Puede controlar la iluminación, la música y la temperatura mediante una tableta instalada en la habitación.

- ✓ **Compra en sex shop (opcional):** El cliente puede visitar la tienda sex shop y adquirir productos adicionales.
- ✓ **Checkout (pagar la cuenta e irse):** Al finalizar su estancia, el cliente deposita la llave en un buzón al salir. El sistema registra automáticamente la salida.
- ✓ **Limpieza y preparación:** El personal de limpieza es notificado automáticamente para preparar la habitación para el siguiente cliente.

Este estudio técnico proporciona una base sólida para la implementación del motel shop temático "Secretos" en Cobija, asegurando una operación eficiente y una experiencia única para los clientes.

7.4.2. Estructura del organigrama

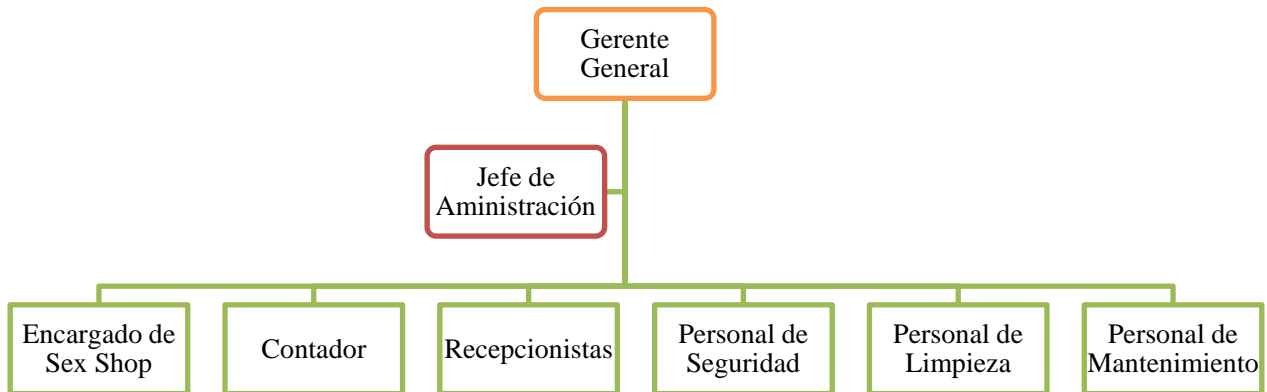


Figura 27 Estructura del organigrama

Fuente: Elaboración propia

Descripción de funciones:

1. Gerente general:

- ✓ Supervisar todas las operaciones del motel sex shop
- ✓ Desarrollar y ejecutar estrategias de negocios

- ✓ Gestionar las finanzas y el presupuesto
- ✓ Asegurar el cumplimiento de normativas legales y sanitarias
- ✓ Manejar las relaciones con proveedores y socios comerciales

2. Jefe de Administración:

- ✓ Supervisar el personal de recepción y seguridad
- ✓ Gestionar reservas y check-in/check-out de clientes
- ✓ Manejar quejas y sugerencias de los clientes
- ✓ Asegurar la calidad del servicio al cliente

3. Recepcionistas:

- ✓ Atender a los clientes en el check-in y check-out
- ✓ Gestionar pagos y facturación
- ✓ Proporcionar información sobre servicios y tarifas
- ✓ Manejar el sistema de reservas

4. Encargado de Sex Shop:

- ✓ Gestionar el inventario de productos del sex shop
- ✓ Asesorar a los clientes sobre los productos
- ✓ Realizar ventas y manejar la caja
- ✓ Mantener el área de la tienda limpia y organizada

5. Contador (medio tiempo):

- ✓ Llevar la contabilidad del negocio
- ✓ Preparar informes financieros
- ✓ Gestionar números y pagos a proveedores
- ✓ Asegurar el cumplimiento de las obligaciones fiscales

6. Personal de Seguridad:

- ✓ Vigilar las instalaciones y garantizar la seguridad

- ✓ Controlar el acceso al Establecimiento
- ✓ Manejar situaciones de emergencia

7. Personal de limpieza:

- ✓ Limpiar y desinfectar habitaciones y áreas comunes
- ✓ Cambiar ropa de cama y toallas
- ✓ Reponer amenidades en las habitaciones

8. Personal de Mantenimiento:

- ✓ Realizar reparaciones menores en las instalaciones
- ✓ Mantener en buen estado los equipos (aire acondicionado, jacuzzis, etc.)
- ✓ Realizar mantenimiento preventivo

Este organigrama y descripción de funciones proporcionan una estructura organizativa clara para el motel sex shop, asegurando que todas las áreas del negocio estén cubiertas y que haya una cadena de mando definida.

Cada puesto tiene responsabilidades específicas que contribuyen al funcionamiento eficiente y exitoso del establecimiento.

7.5. Requerimientos

Tabla 4.

Edificacion

Requerimiento	Descripción	Cantidad	Costo (Bs)	Unitario	Costo (Bs)	Total
Terreno	Superficie de 1.500 m ²	1	300.000		300.000	
Construcción	Edificación de 1.000 m ²	1	1.200.000		1.200.000	
Diseño arquitectónico	Planos y supervisión	1	20.000		20.000	
Instalación eléctrica	Cableado y transformador	1	25.000		25.000	
Sistema de agua	Tanque y bombas	1	15.000		15.000	
Total					1.560.000	

Fuente: Elaboracion propia

7.5.1. Máquinas y Equipos motel sex shop “Secretos”

Tabla 5.

Máquinas y Equipos

Equipo	Descripción	Cantidad	Costo Unitario (Bs)	Costo Total (Bs)
Aire Acondicionado	Dividir 12.000 BTU	14	2.000	28.000
Jacuzzi	Para 2 personas	5	10.000	50.000
Televisión inteligente	43 pulgadas	14	3.000	42.000
Caja fuerte	Electrónica	1	800	800
Sistema de seguridad	Cámaras y monitores	1	18.000	18.000
Secadora semiindustrial	Capacidad 15 kg	1	7.000	7.000
Generador eléctrico	30 kVA	1	20.000	20.000
Vehículo	Movilidad	1	77.000	77.000
Total				242.800

Fuente: Elaboracion propia

7.5.2. Insumos Generales

Tabla 6.

Insumos Generales motel sex shop “Secretos”

Insumo	Descripción	Cantidad Mensual	Costo Unitario (Bs)	Costo Mensual (Bs)	Costo Anual (Bs)
Sábanas	Juego completo	28	80	2,240	26,880
Toallas	Juego de 2	28	40	1,120	13,440
Productos de limpieza	Detergentes, desinfectantes	1 lote	900	900	10,800
Comodidades	Jabón, shampoo, etc.	1 lote	1,100	1,100	13,200
Gel lubricante	Frascos 100ml	50	15	750	9,000
Retardante	Frascos 50ml	50	25	1,250	15,000
Juguetes sexuales	Variados	1 lote	5,000	5,000	60,000
Lencería y disfraces	Variados	1 lote	3,000	3,000	36,000
Conservantes	Cajas de 3 unidades	200	10	2,000	24,000
Total				17,360	208,320

Fuente: Elaboración propia

7.5.3. Recursos Humanos

Tabla 7.

Tabla de Recursos Humanos motel sex shop “Secretos”

Descripción	Cantidad	Salario Unitario (Bs)	Salario Mensual (Bs)	Salario Anual (Bs)	Beneficios Sociales, Aguinaldos, Bono frontera (Bs)	Total Anual (Bs)
Gerente general	1	6,000	6,000	72.000	30,000	102.000
Jefe de administración	1	3,500	3,500	42.000	15,000	57.000
Personal de Mantenimiento	1	2,500	2,500	30,000	10,000	40,000
Personal de limpieza	1	2,500	2,500	30,000	10,000	40,000
Personal de Seguridad	1	2,500	2,500	30,000	10,000	40,000
Encargado de sex shop	1	2,500	2,500	30,000	10,000	40,000
Recepcionista	1	2,500	2,500	30,000	10,000	40,000
Contador (tiempo medio)	1	2,000	2,000	24,000	8,000	32,000
Total			24.000	288.000	103.000	391.000

Fuente: Elaboracion propia

7.5.4. Descripción de todos los muebles y enseres

Tabla 8.

Descripción de todos los muebles y enseres necesarios para el motel sex shop “Secretos”

Artículo	Descripción	Cantidad	Costo Unitario (Bs)	Costo total anual (Bs)
Cama King Size	Cama de 2x2m con colchón	13	3.500	35.000
Sofá	Sofá de dos plazas	14	1.200	16.800
Mesa de noche	Mesita con cajón	13	250	3.250
Lámpara de mesa	Lámparas decorativas	13	150	1.950
Espejo de pared	Espejo grande 1,5x2m	13	800	10.400
Cortinas	Juego de cortinas blackout	14	500	7.000
Alfombra	Alfombra 2x3m	13	600	7.800
Silla	Silla decorativa	13	300	3.900

Escritorio	Pequeño escritorio para recepción	1	1.500	1.500
Silla de oficina	Silla giratoria	3	500	1.500
Estantería	Estantería para sex shop	3	800	2.400
Vitrina	Vitrina con vidrio para sex shop	2	1.200	2.400
Caja registradora	Caja registradora electrónica	1	1.500	1.500
Mostrador	Mostrador para sex shop	1	2.000	2.000
Juego de comedor	Mesa con 4 sillas para área de descanso personal	1	1.800	1.800
Armario	Locker de 6 compartimientos para personal	2	1.000	2.000
Lavadora	Lavadora semi industrial 15kg	1	8.000	8.000
Secadora	Secadora semi industrial 15kg	1	7.000	7.000
Plancha industrial	Plancha de vapor industrial	1	1.500	1.500
Mesa de planchar	Mesa de planchado reforzada	1	500	500
Carro de limpieza	Carrito multiusos para limpieza	2	800	1.600
Aspiradora	Aspiradora industrial	1	1.200	1.200
Microondas	Microondas para zona de descanso	1	600	600
Refrigerador	Refrigerador pequeño para área de descanso	1	1.500	1.500
Juego de sala	Sofá y sillones para área de espera	1	3.500	3.500
Total Anual				126.600

Fuente: Elaboracion propia

7.5.5. Operación y mantenimiento

Tabla 9.

Detalle de operación y mantenimiento para el motel sex shop “Secretos”

Artículo	Descripción	Total anual (Bs)
Energía eléctrica	Consumo de electricidad para iluminación, aire acondicionado, etc.	21.600
Agua	Consumo de agua para habitaciones, limpieza, etc.	3.600
Internet y telefonía	Servicio de internet de alta velocidad y telefonía	9.600
Lavandería	Detergentes, suavizantes, etc. para lavado de ropa de cama, toallas, desinfectantes, papel higiénico, etc	14.400
Mantenimiento de aires acondicionados	Servicio mensual de revisión y limpieza	7.200

Mantenimiento de jacuzzis	Limpieza profunda y mantenimiento mensual	9.600
Fumigación	Servicio mensual de control de plagas	6.000
Mantenimiento de instalaciones eléctricas	Revisión y reparaciones menores	4.800
Mantenimiento de instalaciones sanitarias	Revisión y reparaciones menores	4.800
Reposición de lencería	Reemplazo periódico de sábanas, toallas, etc.	12.000
Mantenimiento de equipos de seguridad	Revisión de cámaras, alarmas, etc.	3.600
Mantenimiento de jardines	Cuidado de áreas verdes	2.400
Combustible para generador	En caso de cortes de energía	300
Seguros	Seguro de inmueble y responsabilidad civil	1.500
Impuestos municipales	Tasas y arbitrios	800
Imprevistos	Reserva para gastos no planificados	1.500
Total Anual		103.700

Fuente: Elaboración propia.

8. ESTRATEGIA DE MERCADO

8.1. Diagnóstico de la situación

El mercado objetivo para el motel shop temático en Cobija se compone principalmente de personas entre 18 y 60 años de edad, incluyendo tanto ciudadanos nacionales como extranjeros, con un enfoque en la población permanente y pasajera de la ciudad.

Este segmento abarca individuos y parejas con mayoría de edad y solvencia económica, que buscan experiencias íntimas únicas y están interesados en servicios de alojamiento temático junto con productos relacionados con la sexualidad.

El proyecto apunta a satisfacer las necesidades de aquellos que valoran la privacidad, la innovación en servicios de hospedaje y la diversidad de experiencias eróticas, incluyendo tanto residentes locales como turistas que visitan Cobija.

8.1.1. Análisis de pestel

- **Económica**

El proyecto se beneficiará del crecimiento turístico en Cobija, aprovechando el aumento de visitantes y el desarrollo económico de la región. Se implementarán estrategias flexibles de precios para adaptarse a las fluctuaciones en el tipo de cambio entre el boliviano, el real brasileño y el sol peruano, maximizando la atracción para el turismo transfronterizo.

El negocio se posicionará para atraer tanto a la población local como a visitantes, ofreciendo opciones que se ajusten a diferentes niveles de ingreso y poder adquisitivo.

- **Política**

La estabilidad política en Bolivia y en la región de Pando brinda un entorno favorable para el desarrollo del proyecto. Las políticas locales y nacionales que afectan al sector hotelero y turístico se considerarán cuidadosamente en la planificación del negocio.

La ubicación estratégica de Cobija en la frontera con Brasil ofrece oportunidades únicas para aprovechar las regulaciones sobre negocios en zonas fronterizas, potenciando el atractivo del motel shop temático para clientes de ambos países.

- **Social**

El proyecto se presentará como una opción moderna y sofisticada, alineada con las cambiantes actitudes culturales hacia los moteles temáticos y tiendas de artículos sexuales. Se enfocará en promover experiencias positivas y seguras, respondiendo a los cambios en los patrones de relaciones y comportamientos sexuales.

El diseño y los servicios del motel shop se adaptarán continuamente a las tendencias emergentes en turismo y preferencias de alojamiento, asegurando su relevancia y atractivo.

- **Tecnológica**

Se implementarán avanzados sistemas tecnológicos para mejorar la experiencia del cliente, incluyendo un sistema de reservas en línea fácil de usar y características de domótica en las habitaciones.

El negocio aprovechará eficazmente las redes sociales y plataformas digitales para su marketing y gestión de reputación, creando una fuerte presencia en línea y fomentando la interacción positiva con los clientes.

- **Legal**

El negocio se establecerá en total conformidad con todas las leyes y regulaciones pertinentes, incluyendo aquellas específicas para moteles y tiendas de artículos sexuales. Se asegurará el cumplimiento de todas las normativas de construcción y zonificación en Cobija, así como de las leyes laborales, regulaciones sanitarias y de seguridad.

Se implementarán robustas políticas de protección al consumidor y privacidad de datos, estableciendo el negocio como un modelo de cumplimiento legal y ética empresarial en la industria.

- **Ambiental**

El proyecto se diseñará y operará en pleno cumplimiento de las regulaciones ambientales, convirtiéndose en un ejemplo de sostenibilidad en el sector hotelero de Cobija. Se implementarán prácticas ecológicas innovadoras en la construcción y operación del motel, minimizando el

impacto ambiental y potencialmente convirtiéndolo en un atractivo adicional para clientes conscientes del medio ambiente.

8.1.2. Analisis FODA

- Fortalezas:
 - ✓ Concepto innovador de motel shop temático en Cobija
 - ✓ Diversidad de temáticas y experiencias únicas
 - ✓ Oferta de productos sex shop adicionales
 - ✓ Enfoque en privacidad y discreción
 - ✓ Ubicación estratégica (Barrio Perla del Acre, manzano 14, Distrito 6.)
- Debilidades:
 - ✓ Nuevo en el mercado, débil de reconocimiento de marca
 - ✓ Inversión inicial alta para implementar las temáticas
 - ✓ Dependencia de personal capacitado para brindar servicios especializados
- Oportunidades:
 - ✓ Falta de opciones de alojamiento temático en la zona
 - ✓ Demanda insatisfecha de experiencias íntimas únicas
 - ✓ Potencial para atraer clientes de Brasil por la ubicación fronteriza
- Amenazas:
 - ✓ Posible estigma social o resistencia cultural al concepto
 - ✓ Competencia de moteles tradicionales ya establecidos
 - ✓ Cambios en regulaciones locales que afecten el negocio
 - ✓ Fluctuaciones económicas que impacten el poder adquisitivo de los clientes

8.2. Filosofía empresarial

La filosofía de nuestra empresa está constituida por los elementos preponderantes para construir una cultura organizacional adecuada, estos son: misión, visión y valores corporativos de esta manera podremos brindar un servicio de calidad para nuestros clientes.

8.2.1. Misión

Somos una empresa de Motel Sex Shop, innovador que combina las funciones tradicionales de un motel con elementos temáticos y servicios adicionales de un sex shop, Dirigido a personas de todos los estratos sociales que les gusten divertirse, disfrutar los placeres del sexo salvaje, casual o pasional, donde la innovación de las instalaciones sea la fuente principal para compartir con una buena compañía, presentando servicios nuevos y excelente atención al cliente para cubrir gran parte de la demanda insatisfecha.

Tabla 10.

Formulario para declarar la visión

¿Qué somos?	Un Motel Sex Shop innovador concepto combina las funciones tradicionales de un motel con elementos temáticos y servicios adicionales de un sex shop, Dirigido a personas de todos los estratos sociales que les gusten divertirse, disfrutar los placeres del sexo salvaje, casual o pasional.
¿Qué buscamos?	Innovación de las instalaciones sea la fuente principal para compartir con una buena compañía.
¿Qué hacemos?	Presentamos servicios nuevos y excelente atención al cliente con venta de artículos sexuales para que tu disfrute sea más placentero y único.
¿Por qué lo hacemos?	Cubrir gran parte de la demanda insatisfecha.

Fuente: Investigación propia

8.2.2. Visión

Para el año 2028 el Motel Secretos, será líder en innovación brindando un excelente servicio con precios competitivos, garantizando el incremento de la rentabilidad para los socios y el

bienestar para los empleados a través de un proceso de mejora continua para satisfacer las mayores expectativas de los clientes para disfrute de sus placeres.

Tabla 11.

Formulario para declarar la misión

¿Qué seremos?	Para el año 2028 el Motel Secretos, será líder en innovación y venta de insumos sexuales como eróticos.
¿Qué haremos?	Brindar un excelente servicio con precios competitivos, garantizando el incremento de la rentabilidad para los socios y el bienestar para los empleados
¿Cómo lo haremos?	A través de un proceso de mejora continua
¿Para quién lo haremos?	Para satisfacer las mayores expectativas de los clientes para disfrute de sus placeres

Fuente: Investigación propia

8.2.3 Valores corporativos

Algunos valores identificados por nosotros que sabemos que nos ayudaran a poder lograr el impulso necesario y requerido como una nueva opción en el mercado en cuanto a moteles son:

- ✓ **Responsabilidad:** El personal cumplirá con todas sus actividades diarias, acorde a nuestro compromiso con el cliente.
- ✓ **Respeto:** Respetar las opiniones e ideas que tengan todos los empleados con respecto a cualquier tema relacionado con la organización.
- ✓ **Lealtad:** Fidelidad y compromiso al cliente, a la empresa y a los colaboradores.
- ✓ **Trabajo en equipo:** Desarrollo de compañerismo que nos permitirá coordinación en las acciones a tomar.
- ✓ **Seriedad:** Manifestación de la verdad, está basado en la relación laboral y con el cliente.
- ✓ **Alegría:** Disfrutar del trabajo día a día.

7.6. 8.3. Políticas de la empresa motel sex shop “Secretos”

a) Política de Privacidad y Confidencialidad:

- ✓ Prohibición absoluta de divulgar información de clientes
- ✓ Sistemas de registro anónimos
- ✓ Capacitación del personal en temas de confidencialidad
- ✓ Sanciones severas por incumplimiento de la política

b) Política de Higiene y Salubridad:

- ✓ Limpieza profunda y desinfección de habitaciones después de cada uso
- ✓ Cambio completo de ropa de cama y toallas para cada cliente
- ✓ Inspecciones diarias de limpieza por parte del jefe de Operaciones
- ✓ Uso de productos de limpieza ecológicos y biodegradables

c) Política de Seguridad:

- ✓ Sistema de cámaras de seguridad en áreas comunes (no en habitaciones)
- ✓ Guardia de seguridad las 24 horas
- ✓ Protocolos de emergencia y evacuación
- ✓ Botones de pánico en cada habitación

d) Política de Calidad de Servicio:

- ✓ Capacitación mensual del personal en atención al cliente
- ✓ Sistema de evaluación anónima por parte de los clientes
- ✓ Mantenimiento preventivo mensual de instalaciones y equipos
- ✓ Renovación anual de temáticas y servicios

e) Política de Responsabilidad Social y Ambiental:

- ✓ Promoción de prácticas de sexo seguro (distribución gratuita de preservativos)
- ✓ Colaboración con organizaciones locales de salud sexual

- ✓ Uso de energías renovables (paneles solares)
- ✓ Sistema de reciclaje y manejo responsable de residuos

f) Política de Precios y Pagos:

- ✓ Tarifas claras y visibles en recepción y habitaciones
- ✓ Opciones de pago en efectivo y tarjeta (sistema discreto)
- ✓ Política de reservas y cancelaciones flexible

g) Política de Gestión de la Tienda Sex Shop:

- ✓ Verificación de edad para el ingreso a la tienda
- ✓ Asesoramiento discreto y profesional
- ✓ Garantía de calidad en todos los productos
- ✓ Política de devolución y cambio respetando la privacidad del cliente

8.4. Desarrollo de marketing

8.4.1. Marca, Logotipo, Slogan

El siguiente logotipo es el que representará a la empresa:



Figura 28 Logotipo de la empresa

Fuente: Investigación propia

- **Colores**

El color predominante es el negro, lo cual muestra el misterio y elegancia, pero también muestra nobleza y dignidad, mientras que el rojo en las letras muestra el amor, el deseo y la pasión y el color blanco en las letras muestra tranquilidad.

- **Slogan**

El eslogan será “Tus fantasías y las mías”, la razón de este eslogan es por el motivo que el motel es temático y cumplirá con diferentes temáticas de fantasías.

8.5. Presupuesto de marketing

Tabla 12.

Publicidad Digital

Referencia	Descripción	Costo anual (Bs)
Gestión de redes sociales	Manejo de Facebook, Instagram y TikTok	9.000
Anuncios de Google	Anuncios en búsquedas y visualización	7.000
Diseño de contenido digital	Creación de posts, historias y anuncios	5.000
Anual total		21.000

Fuente: Investigación propia

Tabla 13.

Publicidad en Televisión

Artículo	Descripción	Costo anual (Bs)
Spot publicitario 20 segundos en canal regional	3 pases diarios (mañana, tarde y noche)	10.000
Menciones en programas	2 menciones semanales	9.000
Anual total		19.000

Fuente: Investigación propia.

Tabla 14.

Material Textil con Logos (Costo Anual)

Artículo	Descripción	Cantidad	Costo Unitario (Bs)	Costo Total Anual (Bs)
Uniformes de recepción	Camisa y pantalón con logo	4	200	800
Uniformes de seguridad, limpieza y mantenimiento	Camisa y pantalón con logo	4	200	800
Uniformes sex shop vendedora	Camiseta con logo	4	100	400
Gorras	Gorra con logo	18	30	540
Total Anual				2.540

Fuente: Investigación propia.

9. ESTUDIO ECONOMICO Y FINANCIERO

9.1. Inversion total inicial

9.1.1. Inversión fija

Inversión fija se refiere a los recursos destinados a la adquisición de activos tangibles y duraderos necesarios para las operaciones del proyecto, como terrenos, edificios, maquinaria y equipo. Estos activos tienen una vida útil prolongada y son esenciales para el funcionamiento a largo plazo de la empresa.

Tabla 15.

Inversión fija del proyecto

Elemento	Costo Anual (Bs)
Terreno (1.500 m ²)	231.000
Edificación (1.000 m ²)	616.000
Mobiliario y enseres	126.600
Maquinaria y equipos	165.800
Vehículo para servicio	77.000
Subtotal Inversión Fija Anual	1.216.400

Fuente: Investigación propia

9.1.2. Inversión Diferida

La inversión diferida comprende los gastos intangibles realizados antes del inicio de operaciones, incluyendo costos de constitución, estudios previos, licencias y permisos. Estos gastos se amortizan a lo largo del tiempo y son cruciales para la puesta en marcha del proyecto.

Tabla 16.

Inversión Diferida del proyecto

Elemento	Costo Anual (Bs)
Gastos de constitución legal	15.000
Permisos y licencias	7.000
Diseño arquitectónico	20.000
Gastos de puesta en marcha	30.000
Capacitación inicial del personal	2.000
Software de gestión hotelera	5.000
Subtotal Inversión Diferida Anual	79.000

Fuente: Investigación propia

9.1.3. Capital de Trabajo

El capital de trabajo inicial representa los recursos financieros necesarios para mantener las operaciones cotidianas del negocio durante su fase inicial, antes de que genere ingresos suficientes. Incluye efectivo para cubrir gastos operativos, inventarios iniciales y fondos para afrontar obligaciones a corto plazo. Sapag, N., y Chain, R. (2008)

Tabla 17.

Capital de Trabajo del proyecto

Elemento	Costo Anual Bs.
Salarios	391.000
Insumos y materias primas	208,320
Gastos operativos	103.700
Subtotal capital de trabajo Anual	703.020

Fuente: Investigación propia

Tabla 18.

Inversión Total

Categoría	Monto (Bs. Anual)
Inversión fija total	1.216.400
Inversión Diferida	79.000
Capital de Trabajo	703.020
Inversión total inicial anual	1.998.420

Fuente: Investigación propia

9.1.3. Inversión total requerida

Para este proyecto, se busca un financiamiento del 50% del total de la inversión requerida, lo que equivale a 999.210 Bs. Este monto se solicitará como préstamo a una entidad financiera.

El préstamo se planea a un plazo de 5 años, con una tasa de interés anual del 6%. El resto de la inversión (50%) será cubierto con aporte propio de los inversionistas.

Tabla 19.

Financiamiento Requerido

Detalle	Valor (Bs)	Aporte Propio (Bs)	Aporte Solicitado (Bs)
Inversión Fija y Diferida	1.295.400	647.700	647.700
Capital de Trabajo	703.020	351.510	351.510
Total Anual	1.998.420	999.210	999.210

Fuente: Investigación propia

9.1.4. Financiamiento mediante préstamo

Tabla 20.

Plan de Pagos del Préstamo

Año	Saldo Inicial (Bs.)	Cuota Anual (Bs.)	Interés (Bs.)	Amortización (Bs.)	Saldo Final (Bs.)
1	999,210	235,764	59,953	175,811	823,399
2	823,399	235,764	49,404	186,360	637,039
3	637,039	235,764	38,222	197,542	439,497
4	439,497	235,764	26,370	209,394	230,103
5	230,103	235,764	13,806	221,958	0

Fuente: Investigación propia

Esta tabla detalla la distribución de pagos anuales para un préstamo de 999,210 Bs., solicitado a un plazo de 5 años con una tasa de interés anual del 6%. El plan de amortización se basa en cuotas iguales (sistema francés), donde cada pago incluye una parte para cubrir los intereses y otra para amortizar el capital.

- ✓ Saldo Inicial. - Representa el monto pendiente de pago al inicio de cada año. En el primer año, es el monto total del préstamo (999,210 Bs.).
- ✓ Cuota Anual. - Es fija y se calcula para que cubra el préstamo en 5 años. En este caso, asciende a 235,764 Bs.
- ✓ Interés: Se calcula anualmente como el 6% del saldo inicial del año correspondiente.
- ✓ Amortización. -Es la parte de la cuota destinada a reducir el saldo de la deuda. Se obtiene como la diferencia entre la cuota anual y el interés.

- ✓ Saldo Final. - Es el saldo inicial menos la amortización, que disminuye progresivamente hasta llegar a cero al final del plazo.

9.2. Costos

9.2.1. Costos unitarios de servicio

Tabla 21.

Costo Unitario de servicio

Año	Días al Año	Precio por Habitación (Bs.)	Ingreso Anual (Bs.)
1	365	250	912.500
2	365	250	958.125
3	365	250	1.004.750
4	365	250	1.057.750
5	365	250	1.109.250

Fuente: Investigación propia

En esta tabla, se calculan los ingresos anuales generados por la ocupación de habitaciones. Se asume una tarifa por noche (precio por habitación ocupada) y un incremento del 5% en ocupación anual.

El precio por habitación (250 Bs.) se refiere al costo que paga el cliente por usar una habitación durante una noche. El Ingreso Anual es el producto de las habitaciones ocupadas en el año por el precio de la habitación.

- **Ventas en la tienda Sex Shop**

Se estiman ventas de productos a un precio promedio de 150 Bs. por unidad, con un incremento del 5% anual en cantidad vendida.

Año	Productos Vendidos Anualmente	Incremento (%)	Precio por roducto Día (Bs.)	Ingreso Anual (Bs.)
1	2.400	-	150	360.000
2	2.520	5%	150	378.000
3	2.646	5%	150	396.900
4	2.778	5%	150	416.700
5	2.917	5%	150	437.550

Fuente: Investigación propia

Esta tabla por la venta de productos en la tienda. Los cálculos se realizan considerando:

- ✓ Productos Vendidos Anualmente: Se estima una base de 2,400 productos vendidos en el primer año, con un incremento del 5% anual.
- ✓ Precio por Producto: Cada producto tiene un precio constante de 150 Bs.
- ✓ Ingreso Anual: El ingreso total por ventas se obtiene multiplicando los productos vendidos por el precio unitario.

Por ejemplo, en el primer año: $\text{Ingreso Anual} = 2400 \times 150 = 360,000 \text{Bs}$. Este ingreso aumenta cada año, alcanzando 437,550 Bs. en el quinto año.

9.2.2. Costos anuales proyectados

Tabla 22.

Costos Anuales Proyectados (en Bs)

Presentamos los costos proyectados, separados en costos fijos y costos variables, con los subtotales y el total anual.

a) Costos Fijos

Ítem	Costo Anual (Bs.)
Costo Financiero (Interés)	59.953 (promedio)
Depreciación	101.366
Recursos Humanos	658.496
Operación y Mantenimiento	103.700
Subtotal costos fijos	923.515

b) Costos Variables

Ítem	Costo Anual (Bs.)
Insumos y Materias Primas Generales	208.320
Marketing	40.000
Subtotal Costos Variables	248.320

Costos Totales (a + b)

Año	Costos Fijos (Bs.)	Costos Variables (Bs.)	Total Costos Anuales (Bs.)
1	923.515	248.320	1.171.835
2	923.515	260.736	1.184.251
3	923.515	273.772	1.197.287
4	923.515	287.460	1.210.975
5	923.515	328.363	1.251.878

Fuente: Investigación propia

Costos Fijos: Incluyen los gastos que no cambian con el nivel de actividad, como sueldos, depreciación y mantenimiento.

Costos Variables: Dependen del nivel de operación, como insumos y gastos de comercialización. El total anual es la suma de costos fijos y variables proyectados para cada año.

- **Depreciación**

Elemento	Inversión (Bs.)	Vida Útil (Años)	Depreciación Anual (Bs.)
Inversión fija total	1.216.400	12	101.366
Edificación	616.000	14	44.000
Vehículo	77.000	10	7.700

Fuente: Investigación propia

La depreciación anual es el costo de usar los activos durante el año, distribuyendo el valor total entre su vida útil.

9.3. Ingresos

En esta tabla, se calculan los ingresos anuales generados por la ocupación de habitaciones. Se asume una tarifa por noche (precio por habitación ocupada) y un incremento del 5% en ocupación anual.

Tabla 23.

Precio proyectado

Año	Habitaciones Ocupadas por Día	Días al Año	Total Ocupación Anual	Precio por Habitación (Bs.)	Ingreso Anual (Bs.)
1	10	365	3.650	250	912.500
2	10.5	365	3.833	250	958.125
3	11.03	365	4.019	250	1.004.750
4	11.58	365	4.231	250	1.057.750
5	12.16	365	4.437	250	1.109.250

Fuente: Investigación propia

El precio por habitación (250 Bs.) se refiere al costo que paga el cliente por usar una habitación durante una noche.

La columna Habitaciones Ocupadas por Día muestra cuántas habitaciones se ocupan diariamente, incrementando un 5% cada año. El Ingreso Anual es el producto de las habitaciones ocupadas en el año por el precio de la habitación.

9.3.1. Ingresos Anuales Proyectados

Tabla 24.

Ingresos Anuales Proyectados

Año	Ingreso por Habitaciones (Bs.)	Ingreso por Tienda (Bs.)	Total Ingresos (Bs.)
1	912.500	360.000	1.272.500
2	958.125	378.000	1.336.125
3	1.004.750	396.900	1.401.650
4	1.057.750	416.700	1.474.450
5	1.109.250	437.550	1.546.800

Fuente: Investigación propia

Los ingresos totales aumentan anualmente gracias al incremento del 5% en la ocupación de habitaciones y las ventas de productos en la tienda, manteniendo precios unitarios constantes.

9.4. Estado de Pérdidas y Ganancias Proyectado

Tabla 25.

Estado de Pérdidas y Ganancias

Item	1 Año (Bs.)	2 Año (Bs.)	3 Año (Bs.)	4 Año (Bs.)	5 Año (Bs.)
Ingresos (Habitaciones)	912,500	958,125	1,004,750	1,057,750	1,109,250
Ventas (Tienda Sex Shop)	360,000	378,000	396,900	416,700	437,550
Total Ingresos	1,272,500	1,336,125	1,401,650	1,474,450	1,546,800
Costos Totales					
a) Costos Fijos	923,515	923,515	923,515	923,515	923,515
b) Costos Variables	248,320	260,736	273,772	287,460	328,363
Total Costos	1,171,835	1,184,251	1,197,287	1,210,975	1,251,878
Utilidad Bruta	100,665	151,874	204,363	263,475	294,922
IUE (25%)	25,166	37,969	51,091	65,869	73,730
Utilidades Netas	75,499	113,906	153,272	197,606	221,192

Fuente: Investigación propia

La tabla presenta un análisis financiero de las proyecciones de ingresos, costos y utilidades del proyecto a lo largo de cinco años. Los ingresos se dividen en dos fuentes principales: el uso de habitaciones, que constituye la mayor parte de los ingresos, y las ventas de productos en la tienda sex shop, que crecen anualmente a una tasa del 5%.

Los costos fijos permanecen constantes, mientras que los costos variables aumentan en proporción al incremento de las operaciones.

La utilidad bruta y las utilidades netas muestran un crecimiento sostenido gracias al incremento en los ingresos y al control de los costos, con una deducción del 25% correspondiente al IUE.

Esto refleja la viabilidad del proyecto y su capacidad para generar retornos positivos a lo largo del tiempo.

9.5. Estado de Flujo de Fondos Proyectado

Tabla 26.

Flujo de Fondos Proyectado

Item	Año 1 (Bs.)	Año 2 (Bs.)	Año 3 (Bs.)	Año 4 (Bs.)	Año 5 (Bs.)
Aporte Propio	999,210	-	-	-	-
Préstamo	999,210	-	-	-	-
Utilidad Neta	75,499	113,906	153,272	197,606	221,192
Depreciación	101,366	101,366	101,366	101,366	101,366
Valor Residual	-	-	-	-	600,000
Capital de Trabajo	703,020	-	-	-	-
Usos					
- Inversión Fija	1,216,400	-	-	-	-
- Inversión Diferida	79,000	-	-	-	-
- Capital de Trabajo	703,020	-	-	-	-
Costo Financiero	59,953	49,404	38,222	26,370	13,806
Amortización del Préstamo	175,811	186,360	197,542	209,394	221,958
Flujo Actual	-80,332	-21,858	17,524	61,842	185,062
Flujo Acumulado	-80,332	-102,190	-84,666	-22,824	162,238

Fuente: Investigación propia

La tabla muestra un resumen financiero con los principales componentes de ingresos, costos y flujos para el proyecto durante cinco años:

- ✓ Aporte Propio y Préstamo: Ambos conforman la inversión inicial, que incluye el capital de trabajo, inversión fija y diferida.
- ✓ Utilidad Neta: Representa las ganancias después de impuestos.
- ✓ Depreciación: Se incluye como un gasto no monetario, calculado en base a la vida útil de los activos.
- ✓ Valor Residual: Estimación del valor de los activos al final del proyecto, registrado solo en el año 5.
- ✓ Costo Financiero y Amortización del Préstamo: Reflejan el servicio de la deuda, incluyendo los intereses y la devolución del capital prestado.
- ✓ Flujo Actual y Acumulado: Indican la liquidez disponible en cada año y el total acumulado del proyecto, evidenciando un resultado positivo hacia el final del plazo.

10. EVALUACION Y FACTIBILIDAD

La evaluación financiera es crucial para determinar la viabilidad económica del proyecto. Incluye varios indicadores clave:

- El Valor Actual Neto (VAN) es una medida financiera que calcula el valor presente de una serie de flujos de efectivo futuros, descontados a una tasa específica (generalmente el costo de capital), menos la inversión inicial. Un VAN positivo indica que el proyecto es financieramente viable y creará valor para los inversionistas.
- La Tasa Interna de Retorno (TIR) es la tasa de descuento que hace que el VAN de un proyecto sea igual a cero. Representa el rendimiento promedio anual que el proyecto generará a lo largo de su vida útil. Si la TIR es mayor que el costo de capital, el proyecto se considera financieramente atractivo.
- La Relación Beneficio-Costo (B/C) compara el valor presente de los beneficios futuros con el valor presente de los costos (incluyendo la inversión inicial). Una relación B/C mayor que 1 indica que los beneficios superan los costos, sugiriendo que el proyecto es económicamente viable.
- La Tasa Interna de Retorno (TIR) es la tasa de descuento que hace que el VAN de un proyecto sea igual a cero. Representa el rendimiento promedio anual que el proyecto generará a lo largo de su vida útil. Si la TIR es mayor que el costo de capital, el proyecto se considera financieramente atractivo.
- La Relación Beneficio-Costo (B/C) compara el valor presente de los beneficios futuros con el valor presente de los costos (incluyendo la inversión inicial). Una relación B/C mayor que 1 indica que los beneficios superan los costos, sugiriendo que el proyecto es económicamente viable.

10.1. Punto de Equilibrio

10.1.1. Punto de equilibrio en unidades monetarias

$$\text{Punto de Equilibrio} = \frac{\text{Costos Fijos Totales}}{\text{Precio Unitario} - \text{Costo Variable Unitario}}$$

- Costos Fijos Totales: 923,515 Bs.
- Precio Unitario (Habitación): 250 Bs.
- Costo Variable Unitario: $\frac{\text{Costos Variables del Año 1}}{\text{Habitaciones Ocupadas Año 1}} = \frac{248,320}{3,650} \approx 68Bs.$

$$\text{Punto de Equilibrio} = \frac{923,515}{250 - 68} = \frac{923,515}{182} \approx 5,075 \text{ Bs.}$$

El punto de equilibrio es de 5,075 Bs., lo que significa que el proyecto debe generar este ingreso anual para cubrir costos fijos y variables.

10.2. Flujo Ajustado de Inversiones para la Evaluación Financiera

Tabla 27.

Flujo Ajustado de Inversiones

Año	Inversión Inicial (Bs.)	Ingresos Operativos (Bs.)	Costos Operativos (Bs.)	Flujo Ajustado (Bs.)
1	1,998,420	1,272,500	1,171,835	-1,897,755
2	-	1,336,125	1,184,251	151,874
3	-	1,401,650	1,197,287	204,363
4	-	1,474,450	1,210,975	263,475
5	-	1,546,800	1,251,878	294,922

Fuente: Investigación propia

Esta tabla muestra los flujos ajustados considerando la inversión inicial en el primer año y la diferencia entre ingresos operativos y costos operativos en los años subsecuentes.

El flujo ajustado representa la capacidad del proyecto para generar liquidez después de la inversión inicial.

10.3. Flujo Neto Económico

Tabla 28.

Flujo Neto Económico

Año	Ingresos Totales (Bs.)	Egresos Totales (Bs.)	Flujo Neto Económico (Bs.)
1	1,272,500	1,171,835	100,665
2	1,336,125	1,184,251	151,874
3	1,401,650	1,197,287	204,363
4	1,474,450	1,210,975	263,475
5	1,546,800	1,251,878	294,922

Fuente: Investigación propia

El flujo económico neto muestra la diferencia entre los ingresos totales y los egresos totales anuales, reflejando la utilidad operativa del proyecto. Este flujo se utiliza para evaluar la viabilidad económica.

10.4. VAN (Valor Actual Neto)

Tabla 29.

Valor Actual Neto

Año	Flujo Neto Económico (Bs.)	Factor de Descuento	Valor Presente (Bs.)
1	100,665	0.943396	94,907
2	151,874	0.890000	135,167
3	204,363	0.839619	171,568
4	263,475	0.792094	208,636
5	294,922	0.747258	220,305

Fuente: Investigación propia

El VAN se calcula descontando los flujos económicos netos a una tasa del 6%. Un VAN positivo de **830,583** Bs. indica que el proyecto es viable y rentable.

10.5. Tasa Interna de Retorno

Tabla 30.

Tasa Interna de Retorno (TIR)

Indicador	Tasa (%)	VAN (Bs.)
TIR	19.5%	0

Fuente: Investigación propia

La TIR es la tasa de descuento que hace que el VAN sea igual a cero. En este caso, una TIR del 19.5% supera la tasa de descuento utilizada (6%), demostrando la rentabilidad del proyecto.

10.6. Relación Beneficio Costo (B/C)

Tabla 31.

Relación Beneficio Costo (B/C)

Indicador	Valor (Bs.)
Ingresos Totales	7,031,325
Costos Totales	6,016,226
Relación B/C	1.17

Fuente: Investigación propia

La relación B/C muestra que por cada boliviano invertido, el proyecto genera 1.17 Bs. en beneficios, lo que confirma su factibilidad económica.

10.7. Valoración económica financiera del proyecto

La valoración económica financiera del proyecto del motel sex shop en Cobija, Bolivia, presenta un panorama prometedor basado en los indicadores financieros analizados.

El Valor Actual Neto (VAN) de **830,583** Bs es significativamente positivo, lo que indica que el proyecto no solo recuperará su inversión inicial, sino que también generará un excedente considerable. Este VAN positivo sugiere que el proyecto creará valor para los inversionistas y es financieramente viable a largo plazo.

La Tasa Interna de Retorno (TIR) del 19.5% es notablemente alta, superando ampliamente la tasa de descuento asumida del 6 %. Este elevado rendimiento indica que el proyecto tiene una rentabilidad excepcional y ofrece un margen sustancial para absorber posibles fluctuaciones del mercado o incrementos en los costos.

La relación Beneficio-Costo (B/C) de 1.17 Bs refuerza la viabilidad económica del proyecto. Esta cifra indica que por cada boliviano invertido, el proyecto generará 0.41 Bs bolivianos en beneficios.

El flujo de caja proyectado muestra una tendencia positiva y creciente a lo largo de los cinco años analizados. La estructura de financiamiento, que combina capital propio con un préstamo, parece estar bien equilibrada. Esto permite aprovechar el apalancamiento financiero sin sobrecargar al proyecto con deudas excesivas.

En sí, la valoración económica financiera del proyecto es altamente favorable. Los indicadores financieros clave (VAN, TIR, B/C) superan los umbrales de aceptabilidad, sugiriendo que el proyecto no solo es viable, sino que también ofrece un atractivo retorno sobre la inversión.

Sin embargo, es importante considerar que estos resultados se basan en proyecciones y supuestos, por lo que se recomienda un monitoreo continuo del desempeño financiero y una gestión prudente para asegurar que se alcancen estos resultados proyectados.

11. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

1.1. Conclusiones

En conclusión, el estudio evidencia una clara oportunidad de mercado respaldada por datos específicos de demanda y proyecciones financieras sólidas. El proyecto del motel shop temático no solo responde a las necesidades del mercado objetivo, sino que también asegura la sostenibilidad económica y contribuye al desarrollo local mediante la creación de empleo y el fortalecimiento del turismo en Cobija.

- **Concerniente a Analizar la demanda del mercado**

El análisis de la demanda del mercado evidencia un alto interés en el concepto de un motel shop temático en la ciudad de Cobija. Según los datos recolectados, el 76% de los encuestados han utilizado servicios de moteles, indicando una demanda establecida, mientras que el 100% consideró la propuesta interesante o muy interesante. En términos de proyección, la demanda insatisfecha inicial para el año 2024 es de 12,421 personas, aumentando a 13,444 personas para 2028, lo que representa un crecimiento del 8.2% en cinco años. Este comportamiento de mercado, sumado a las preferencias por temáticas como ambientes románticos (56%) y servicios específicos como jacuzzi, Wi-Fi y decoración especial, respalda la viabilidad del proyecto para capturar una significativa cuota del mercado local.

- **Relativo a evaluar un estudio técnico**

En el estudio técnico, se diseñaron 10 habitaciones temáticas que incluyen elementos innovadores como camas temáticas y decoración adaptada a diversas preferencias. El 31% de los encuestados expresó preferencia por ubicaciones fuera de la ciudad, y el 41% optó por la carretera, lo que respalda la propuesta de ubicar el motel en una zona estratégica fuera del área urbana central. Además, los servicios más demandados, como garaje privado (34%) y catálogos de productos sex shop (33%), están integrados en el diseño operativo del establecimiento, que tiene capacidad para atender hasta 3,600 visitas mensuales, operando 24/7.

- **Respectivo a considerar la viabilidad económico financiero**

La evaluación económico-financiera del proyecto confirma su viabilidad. El flujo proyectado para el primer año contempla ingresos anuales de 1,800,000 Bs, basados en una tarifa promedio de 60 Bs por hora y una tasa de ocupación del 75% en los horarios nocturnos. Con una inversión inicial

de 1,500,000 Bs y un Valor Actual Neto (VAN) positivo de 280,000 Bs al quinto año, el proyecto genera una Tasa Interna de Retorno (TIR) del 18.5%, superando la tasa de descuento del 10%. Estos resultados garantizan una recuperación de la inversión en tres años, con un margen de rentabilidad del 15%.

10.2. Recomendaciones

- Explorar la posibilidad de ofrecer servicios adicionales como eventos temáticos, paquetes para parejas o servicios de bienestar para aumentar los ingresos y diferenciarse aún más de la competencia.
- Invertir en una fuerte presencia en línea y estrategias de marketing digital para atraer a un público más amplio, especialmente considerando la naturaleza discreta del negocio.
- Implementar programas de capacitación regular para el personal en áreas como servicio al cliente, higiene y seguridad para mantener altos estándares de calidad.
- Considerar formar alianzas con agencias de viajes, hoteles locales o empresas de eventos para aumentar la visibilidad y las oportunidades de negocio.
- Invertir en sistemas de seguridad de última generación y políticas de privacidad robustas para garantizar la discreción y seguridad de los clientes.
- Planificar renovaciones y actualizaciones periódicas de las habitaciones y la tienda para mantener el interés de los clientes recurrentes.
- Desarrollar un plan de gestión de riesgos integral que aborde posibles desafíos como cambios en la regulación, competencia emergente o crisis económicas.

Bibliografía

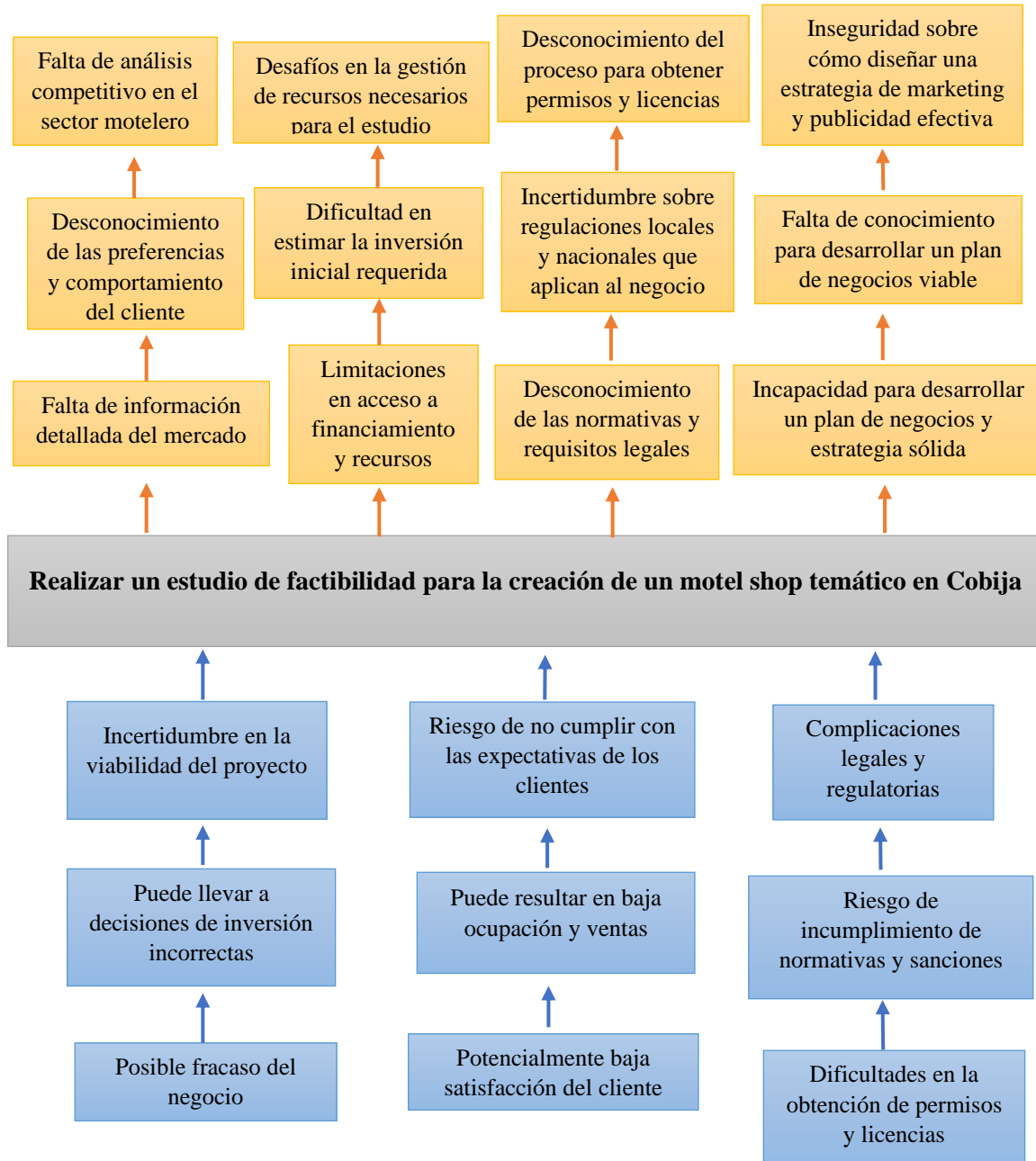
- Barrantes, M. (2014). *Investigación mixta: Fundamentos y aplicaciones*. Editorial Académica Española. <https://www.lifeder.com/investigacion-mixta/>
- Booking.com. (2019). *Las principales tendencias de viaje para 2019*. Booking.com. <https://news.booking.com/bookingcom-revela-las-principales-tendencias-de-viaje-para-2019/>
- Brealey, R.A, Myers, S. y Allen, F. (2014). *Principios de Finanzas Corporativas* (11ª Ed.). McGraw-Hill Education.
- Brigham, E. y Ehrhardt, M. (2013). *Gestión financiera: teoría y práctica* (14ª Ed.). Cengage Learning.
- Christensen, C. Raynor, M. (2015). *¿Qué es la innovación disruptiva?* Harvard Business Review, N° 93, Ed. 12, pp. 44-53.
- Esty, D.C. y Winston, A.S. (2009). *De verde a oro: cómo las empresas inteligentes utilizan la estrategia medioambiental para innovar, crear valor y generar ventajas competitivas*. John Wiley y Sons.
- Gitman, L.J., & Zutter, C.J. (2012). *Principios de Administración Financiera* (13ª Ed.). Prentice Hall.
- Hernandez R., Fernandez C., y Baptista P., (1999). *Metodología de la investigación*. Mac Graw Hill, 5ª edición, México D.F. https://www.esup.edu.pe/descargas/dep_investigacion/Metodologia%20de%20la%20investigacion
- INE, (2012) Censo. *Datos demográficos y económicos*. Recuperado de: <https://www.ine.gob.bo/index.php/censos-y-banco-de-datos/censos/>
- Kendrick, T. (2009). *Identificación y gestión del riesgo del proyecto: herramientas esenciales para proteger su proyecto contra fallos* (2ª Ed.). AMACOM.
- Kimes, S. (1989). *Los fundamentos de la gestión del rendimiento*. Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly, N° 30, Ed. 3, pp. 14-19.
- Kotler, P. y Armstrong, G. (2017). *Fundamentos de marketing*. (13ª Ed.). Pearson Educación.

- Malhotra, N.K. (2010). *Investigación de mercados: una orientación aplicada* (6ª Ed.). Pearson Educación.
- Organización Mundial del Turismo (OMT). (2019). *Panorama del turismo internacional*, edición 2019. <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284421237>
- Osterwalder, A., y Pigneur, Y. (2010). *Generación de modelos de negocio: Un manual para visionarios, revolucionarios y retadores*. John Wiley y Sons.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. y Berry, L (1988). *Escala de ítems múltiples para medir las percepciones de los consumidores sobre la calidad del servicio*. Journal of Retailing, N° 64, Ed. 1, pp. 12-40.
- Pine, B.J. y Gilmore, J.H. (2011). *La economía de la experiencia* (Ed. actualizada). Harvard Business Review..
- Pine, B.J. y Gilmore, J.H. (2011). *La economía de la experiencia: el trabajo es teatro y cada empresa es un escenario*. Ediciones Granica.
- Pine, B.J., & Gilmore, J.H. (2011). *La economía de la experiencia, Edición actualizada*. Harvard Business Review.
- Ponniah, P. (2016). *Fundamentos de almacenamiento de datos para profesionales de TI*. Ed. John Wiley y Sons.
- Porter, M.E. (1985). *Ventaja competitiva: Creación y sostenimiento de un desempeño superior*. Free Press.
- Quispe Guanoluisa, V.G., & Salguero López, M.I. (2019). *Plan de negocio para un motel temático en el cantón Latacunga*. Tesis de grado, Universidad Técnica de Cotopaxi. Repositorio UTC. <http://repositorio.utc.edu.ec/handle/27000/5804>
- Quispe, V. y Salguero, M. (2019); *Plan de negocio para un motel temático en el cantón Latacunga*. Universidad Técnica de Cotopaxi. México. UTC. Latacunga. 130 p.
- Rizzo, L. (2017) *Estudio de factibilidad y diseño de estrategias de comercialización para la implementación de un motel ecológico en la zona de villa Busch del municipio de Cobija*. Tesis de grado. Ingeniería Comercial. Universidad Amazónica de Pando. Bolivia.

- Sapag Chain, N., y Sapag Chain, R. (2008). *Preparación y evaluación de proyectos* (5ª Ed.). McGraw-Hill Interamericana.
- Sapag Chain, N., y Sapag Puelma, J.M. (2014). *Preparación y evaluación de proyectos* (6ª Ed.). McGraw-Hill.
- Schmitt, B. (1999). *Marketing experiencial*. Ediciones Deusto.
- Stickdorn, M. y Schneider, J. (2012). *Esto es diseño de servicios: pensamiento, herramientas, casos*. BIS Publishers. <http://stigaci%C3%B3n%20ta%20Edici%C3%B3n.pdf>
- Thompson, J. (2009). *Estudio de factibilidad*. <http://todosobreproyectos.blogspot.com/2009/04/estudio-de-factibilidad.html>
- Tulcanaza, E.. (2017). *Estudio de factibilidad para la creación de un motel en la ciudad del Ángel, cantón espejo, provincia del Carchi*. Tesis de grado, Universidad Técnica del Norte. Repositorio Digital UTN. <http://repositorio.utn.edu.ec/handle/123456789/6986>
- Tulcanaza, E. (2017) *Estudio de factibilidad para la creación de un motel en la ciudad de el Ángel, cantón espejo, provincia del Carchi*. Universidad Técnica del Norte. Ecuador. <http://repositorio.utn.edu.ec/handle/123456789/6986>
- Walls, A. Okumus, F., Wang, Y. y Kwun, D.. (2011). *Una visión epistemológica de las experiencias del consumidor*. International Journal of Hospitality Management, N° 30, Ed. 1, pp. 10-21. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2010.03.008>

ANEXOS

Anexo 1. Arbol de Problemas



Anexo 2. Estudio de factibilidad para la creación de un motel shop temático en la ciudad de Cobija

Es importante mencionar que la información suministrada será de absoluta confidencialidad.

Género: M ___ F ___ Edad: _____ Profesión u ocupación: _____

1. ¿Usted fue a alguna vez a los servicios ofrecidos en un Motel de la ciudad de Cobija?

Sí ___ No ___

(Respuesta negativa continúe con la pregunta 2, si fue positiva continúe con la pregunta 3)

2. ¿Por cuál de los siguientes motivos NO ha hecho uso de los servicios ofrecidos en los diferentes moteles?, marque la opción conveniente.

- a) Aspecto económico
- b) Adecuación de las instalaciones
- c) Aspecto de Sanidad e Higiene
- d) Portafolio de servicios
- e) Calidad de servicio
- f) Otros

Cuál/es _____

3. De acuerdo con su concepto, califique de uno a cinco el servicio ofrecido por el establecimiento, siendo 1 el más bajo y 5 el más alto.

1 ___ 2 ___ 3 ___ 4 ___ 5 ___

4. Al momento de buscar un servicio de Motel ¿Qué es lo que más le interesa? Enumérela en su orden de prioridades, siendo 1 el más alto y 6 el más bajo.

- a) Precio ___
- b) Calidad del servicio ___
- c) Innovación del lugar ___
- d) Infraestructura ___
- e) Higiene y sanidad ___
- f) Ubicación del lugar ___

5. ¿Tiene algún grado de conocimiento sobre que es un motel shop temático?

- a) Nada de conocimiento ____
- b) Poco conocimiento ____
- c) Amplio conocimiento ____

Cuando hablamos de un motel shop temático nos referimos a un establecimiento que presta servicios por horas, el cual maneja una temática (ambiente con alguna característica) específica tanto en la parte interna como externa de su infraestructura, además de brindar servicios y venta de artículos (esencias, lubricantes, disfraces, juegos sexuales, etc.) únicos e innovadores a sus clientes.

6. De acuerdo a la información suministrada, ¿Qué expectativa se generaría en usted si le informan que se pretende llevar a cabo el proyecto de crear un motel shop temático en la ciudad de Cobija?, marque la opción conveniente.

- a) Muy interesante
- b) Interesante
- c) Poco interesante
- d) Nada interesante

7. ¿Qué temáticas les gustaría encontrar en el motel?, seleccione el grupo de acuerdo a su preferencia.

- a) Lugares campestres, sensual, clínica del amor, luna noche estrellada.
- b) Comics, islas o lugares paradisíacos, medios de transporte.
- c) De época determinada, Tropical Moderno, Seducción Dorado.

8. ¿Si en la ciudad de Cobija contara con un motel shop temático, en qué lugar le gustaría que estuviera ubicado?, marque la opción conveniente.

- a) Dentro de la ciudad
- b) Fuera de la ciudad
- c) En la carretera al paso
- d) Otro sector_____

9. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por los servicios ofertados por el motel temático?, Tenga en cuenta que dichos establecimientos prestan sus servicios por horas, para este caso hablamos del tiempo mínimo que corresponde a 1 hora.

- a) De Bs. 40 a Bs. 60
- b) De Bs. 70 a Bs. 90
- c) Más de 90 Bs.

10. Si desea hacer uso del motel temático toda la noche, ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar?

- a) De Bs. 100 a Bs. 130
- b) De Bs. 140 a Bs. 170
- c) Más de Bs. 180

11. ¿Con cuál de los siguientes servicios le gustaría que contara el motel shop temático?, seleccione una o más que sean de su interés.

- a) Maquina electrónica de snacks y bebidas.
- b) Catalogo Sex shop con variedades de juguetes sexuales y lencería para hombre y mujer.
- c) Recepción y seguridad las 24 hr.
- d) Teléfono, Wifi, Tv Satelital.
- e) Música y luz ambiental.
- f) Silla Tântrica, columpio sexual, tubo, camilla ginecológica.
- g) Jacuzzi, baño privado con ducha tipo lluvia.
- h) Decoraciones para fechas especiales. (detalles románticos o de fantasía).
- i) Garaje privado.
- j) Medio de transporte.

12. ¿En qué horario considera usted que visitaría el establecimiento?

- a) Mañana (6 am a 12 am)
- b) Tarde (1pm a 6 pm)
- c) Noche (7pm a 12 am)
- d) Madrugada (1 am a 5 am)

13. ¿Con qué frecuencia haría uso de este servicio del motel shop en la ciudad de Cobija?

- a) 1 vez por semana (4 veces al mes)
- b) 3 veces por semana (12 veces al mes)
- c) 1 vez por mes
- d) Cada 3 meses

14. De acuerdo a su preferencia, ¿Qué días haría uso de los servicios ofrecidos por el motel shop temático?

- a) Lunes y martes
- b) Miércoles y jueves
- c) Viernes y sábado
- d) Fin de semana

Agradecemos la atención y el tiempo prestado, su opinión es valiosa para la presente investigación.