



UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA
MODALIDAD DE ESTUDIOS A DISTANCIA
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

TÍTULO

**“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN
DE UN HOTEL EN LA CIUDAD DE TARAPOA DEL
CANTÓN CUYABENO, PROVINCIA DE SUCUMBÍOS”**

TESIS PREVIA A LA OBTENCIÓN DEL
GRADO DE INGENIERA COMERCIAL

Autoras:

- Grace Carolina Aguilar Ponce
- Herminia Birmania Ponce Balcázar

Director: Ing. Mg.Sc. Carlos Alfredo Rodríguez Armijos

Loja – Ecuador

2014

CERTIFICACIÓN

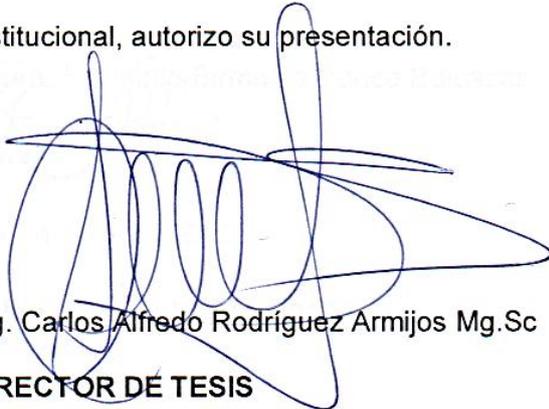
Ing. Mg.Sc.

Carlos Alfredo Rodríguez Armijos

DIRECTOR DE TESIS

C E R T I F I C A:

Haber asesorado, revisado y orientado en todas sus partes, el desarrollo de la investigación titulada: **“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN HOTEL EN LA CIUDAD DE TARAPOA DEL CANTÓN CUYABENO, PROVINCIA DE SUCUMBÍOS”**, de la autoría de las egresadas Grace Carolina Aguilar Ponce y Herminia Birmania Ponce Balcázar, bajo mi dirección y asesoría y por estar sujeto a la normativa institucional, autorizo su presentación.



Ing. Carlos Alfredo Rodríguez Armijos Mg.Sc

DIRECTOR DE TESIS

Loja, Noviembre de 2014

AUTORÍA

Nosotras, Grace Carolina Aguilar Ponce y Herminia Birmania Ponce Balcázar declaramos ser autoras del presente trabajo de tesis y eximimos expresamente a la Universidad Nacional de Loja y a sus representantes jurídicos de posibles reclamos o acciones legales, por el contenido de la misma.

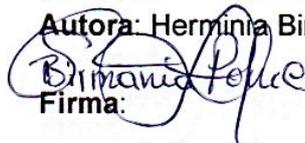
Adicionalmente aceptamos y autorizamos a la Universidad Nacional de Loja, la publicación de mi tesis en el Repositorio Institucional- Biblioteca Virtual.

Autora: Grace Carolina Aguilar Ponce

Firma: 

Cédula: 2100320833

Autora: Herminia Birmania Ponce Balcázar

Firma: 

Cédula: 1707549646

Fecha: Noviembre del 2014

**CARTA DE AUTORIZACIÓN DE TESIS POR PARTE DE LAS AUTORAS,
PARA LA CONSULTA, REPRODUCCIÓN PARCIAL O TOTAL Y
PUBLICACIÓN ELECTRÓNICA DEL TEXTO COMPLETO**

Nosotras, Grace Carolina Aguilar Ponce y Herminia Birmania Ponce Balcázar, declaramos ser autoras de la tesis titulada "PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN HOTEL EN LA CIUDAD DE TARAPOA DEL CANTÓN CUYABENO, PROVINCIA DE SUCUMBÍOS", como requisito para optar al grado de Ingenieras Comerciales; autorizamos al Sistema Bibliotecario de la Universidad Nacional de Loja, para que con fines académicos, muestre al mundo la producción intelectual de la Universidad, a través de la visibilidad de su contenido de la siguiente manera en el Repositorio Digital Institucional:

Los usuarios pueden consultar el contenido de este trabajo en el RDI, en las redes de información del país y del exterior, con las cuales tenga convenio la Universidad.

La Universidad Nacional de Loja, no se responsabiliza por el plagio o copia de la tesis que realice un tercero.

Para constancia de esta autorización, en la ciudad de Loja, a los 10 días del mes de Noviembre de dos mil catorce, firma las autoras.

Firma: 

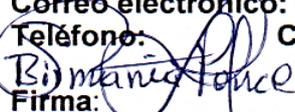
Autora: Grace Carolina Aguilar Ponce

Cedula de Identidad: 2100320833

Dirección: Cuyabeno. Tarapoa. Barrio Central.

Correo electrónico: greiskarol@yahoo.es

Teléfono: **Celular:** 0984434411

Firma: 

Autora: Herminia Birmania Ponce Balcázar

Cedula de Identidad: 1707549646

Dirección: Cuyabeno. Tarapoa. Barrio Central.

Correo electrónico: birmaniaponce@yahoo.es

Teléfono: **Celular:** 0985490374

DATOS COMPLEMENTARIOS:

Director de Tesis: Ing. Carlos Alfredo Rodríguez Armijos Mg.Sc

Tribunal de Grado:

Mg. Luis Quizhpe Salinas

Presidente del Tribunal

Mg. Galo Salcedo López

Vocal

Mg. Edison Espinosa Bailón

Vocal

DEDICATORIA

El presente trabajo fruto de nuestra entrega, esfuerzo y perseverancia lo dedicamos con todo cariño a Dios, a nuestros padres y hermanos que con su abnegación, comprensión y sacrificio, nos brindaron el apoyo y la oportunidad de poder llegar a culminar una de nuestras anheladas metas.

Las Autoras

AGRADECIMIENTO

A las autoridades de la Universidad Nacional de Loja, a la Modalidad de Estudios a Distancia y al personal docente y administrativo, quienes impartieron valiosos conocimientos durante el proceso académico.

Una especial gratitud al Ing. Carlos Alfredo Rodríguez Armijos Mg.Sc, Director de tesis, por su apoyo y orientación, lo que hizo posible la elaboración y culminación de este trabajo de investigación.

Las Autoras

a) TÍTULO

**“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN
DE UN HOTEL EN LA CIUDAD DE TARAPOA DEL
CANTÓN CUYABENO, PROVINCIA DE SUCUMBÍOS”**

b) RESUMEN

Este proyecto tiene como objetivo general Elaborar un **“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN HOTEL EN LA CIUDAD DE TARAPOA DEL CANTÓN CUYABENO, PROVINCIA DE SUCUMBÍOS”**

Para llevar a efecto la misma se realizó una investigación de campo donde se obtuvieron los datos más relevantes a ser analizados a fin de determinar la oferta y demanda del servicio hotelero en la ciudad de Tarapoa del cantón Cuyabeno. Entre los métodos utilizados están método deductivo, inductivo, estadístico, descriptivo; entre las técnicas empleadas están la Revisión bibliográfica documental y de archivo, la observación directa, la encuesta y la entrevista. Una vez analizados los resultados, se concluye que: En el Estudio de Mercado se ha determinado una demanda potencial de 83.698 turistas identifican la ciudad de Tarapoa como lugar para realizar actividades turísticas, una demanda real de 83.698 personas que han visitado la ciudad de Tarapoa en el cantón Cuyabeno, una demanda efectiva de 83.004 turistas que usaría el servicio de hospedaje en el nuevo hotel, un uso promedio anual de 6 hospedajes por turista al año, dando como resultado una demanda efectiva anual de 484.897 hospedajes por persona en un año. Además se estableció que la oferta del servicio de alojamiento en el mercado es de 21.600 turistas en un año, obteniendo una demanda insatisfecha de 463.297 hospedajes de los turistas en el año base.

En el Estudio Técnico efectuado se obtiene que la capacidad instalada sea de 16.560 huéspedes en un año cubriendo el 3,57% de la demanda insatisfecha, mientras que la capacidad utilizada es de 13.248 huéspedes en el primer año utilizando el 80% de la capacidad instalada. Igualmente se presenta el tamaño y localización del proyecto, esta empresa hotelera se ubica en el cantón Cuyabeno Provincia de Sucumbíos, adjuntando el plano de la distribución física de la planta, la ingeniería del proyecto presenta el proceso productivo en todas sus fases.

En cuanto al Estudio Organizacional y Administrativo, se propone la organización legal estableciéndose como una Compañía de Responsabilidad Limitada que tendrá tres socios, cuyo nombre o razón social es “HOTEL CUYABENO CIA LTDA.”; se plantea la organización administrativa a través de los organigramas y el manual de funciones.

En el Estudio Financiero se expone que para la creación de la empresa se requiere una inversión de \$ 78.509,89 dólares. Los socios fundadores aportarán \$28.509,89, es decir, el 36% de la inversión y el 64% con un crédito por la cantidad de \$ 50.000,00. El Estado de Resultados muestra una utilidad líquida de \$ 20.643,07 en el primer período, el flujo de caja es de \$ 29.839,54 en el primer año. En la evaluación del proyecto se evidenció que el valor actual neto es positivo con un valor de \$13.668,80; la tasa interna de retorno es de 24,69% es mayor que el costo de oportunidad del capital de 12%, la relación beneficio costo indica que por cada dólar invertido se obtendrá 45 centavos de rendimiento, la inversión se recuperará en 2 año, 9 meses y 27 días; y, en base al análisis de la sensibilidad se demuestra un resultado satisfactorio que permite un 11,01 % de incremento en los costos y una disminución en los ingresos de 9,06%. Demostrando que el proyecto es factible y rentable por lo que se recomienda al inversionista su ejecución debido a su alta rentabilidad y su importante aporte al desarrollo empresarial de la ciudad de Tarapoa en el cantón Cubayeno y provincia de Sucumbíos.

ABSTRACT

The project's overall objective Develop a "DRAFT FEASIBILITY FOR ESTABLISHING A HOTEL IN THE CITY TARAPOA OF THE CANTON CUYABENO, SUCUMBÍOS PROVINCE" To carry out the same research field where relevant data were performed to be analyzed to determine the supply and demand of hotel service in the city Tarapoa of the canton Cuyabeno. The methods used are deductive, inductive, statistical, descriptive method; between the techniques used are documentary and archival literature review, direct observation, survey and interview. After analyzing the results, we conclude that: In the Market Study has identified a potential demand of 83,698 tourists identify Tarapoa city as a place for tourism, real demand of 83,698 people visited the city in Tarapoa Canton Cuyabeno, effective demand of 83,004 tourists would use the hosting service in the new hotel, an average annual use of 6 per tourist lodges a year, resulting in an effective annual demand of 484,897 per person Accommodation in a year. Furthermore it was established that the offer of accommodation services market is 21,600 tourists a year, giving an unmet demand for 463,297 tourist's lodges in the base year.

The Technical Study conducted get that installed capacity is of 16,560 guests a year, while 13,248 Guest capacity utilization in the first year using 80% of the installed capacity. Also the size and location of the project is presented, this hotel company is located in the Cuyabeno Canton Sucumbios Province, attaching the plane of the physical layout of the plant, the engineering project is the production process at all stages.

Regarding Organizational and Management Study, the legal organization established as a limited liability company that will have three members, whose corporate name is proposed "HOTEL CUYABENO CIA LTDA."; administrative organization arises through charts and manual functions.

The Financial Studio is stated that the creation of the company investing \$ \$ 78,509.89 is required. The founding partners contribute \$ 28,509.89, the, 36% of investment and 64% with a credit for the amount of \$ 50,000.00. The Income Statement shows a net income of \$ 20,643.07 in the first period, the cash flow is \$ 29,839.54 in the first year. The evaluation of the project showed that the net present value is positive with a value of \$ 13,668.80; the internal rate of return is 24.69% is greater than the opportunity cost of capital of 12%, the cost-benefit ratio indicates that for every dollar spent 45 cents of performance will be obtained, the investment will pay off in two years, nine months and 27 days; and, based on the sensitivity analysis demonstrates a satisfactory result allowing 11.01% increase in costs and a decrease in revenue of 9.06%. Demonstrating that the project is feasible and profitable for the investor which execution is recommended due to its high yield and its important contribution to the entrepreneurial city in the canton Tarapoa Cubayeno and Sucumbios.

c) INTRODUCCIÓN

El Ecuador es un país rico en mega diversidad y posiblemente uno de los de mayor diversidad del planeta, pues gracias a sus grandes contrastes, en su pequeño territorio cuenta con cuatro regiones naturales que ofrecen una inmensidad de suelos, climas, montañas, páramos, playas, islas y selva, que a la vez constituyen el hogar de miles de especies de flora y fauna. Es un país que tiene mucho que ofrecer no solo por su diversidad sino también por su gente, pues su territorio es padre de 14 nacionalidades indígenas con costumbres, idiomas y tradiciones múltiples lo que hace que sea muy visitado por turistas. Especialmente la Amazonía que gracias a su clima, su vegetación exuberante, así como las grandes reservas ecológicas es visitada por miles de turistas nacionales y extranjeros, como es el caso de la Reserva de producción Faunística Cuyabeno ubicada en la cantón Cuyabeno de la provincia de Sucumbíos que constituye un lugar de interés para los turistas, que la visitan, por su valor cultural, su belleza natural, y simplemente, por diversión o recreación.

La idea de crear el Hotel Cuyabeno surgió de la necesidad de ofrecerles a los turistas tanto nacionales como extranjeros, la posibilidad de recrearse y disfrutar del contacto con la naturaleza y de liberarse de las tensiones de la vida cotidiana y del estrés de la ciudad.

El trabajo inicia con el Resumen, se detalla en forma concisa la discusión de los resultados más importantes obtenidos en este proceso investigativo. En la introducción se hace referencia al problema planteado para ser investigado.

En la Revisión de Literatura se obtuvo información secundaria para estructurar el marco referencial y el marco conceptual de diversos autores para lograr una categorización adecuada sobre lo investigado.

En Materiales y Métodos, se describe la aplicación de los diferentes métodos, técnicas y procedimientos de investigación científica aplicados en el desarrollo del proyecto; y una descripción general de cómo se realizó cada una de las partes.

En los Resultados, se hace una manifestación de los datos obtenidos presentándolos con claridad mediante la utilización de cuadros que son interpretados y relacionados para inferir generalizaciones para la implementación de esta nueva empresa. En la Discusión, se efectúan todas las fases de un proyecto de inversión como son: El Estudio de Mercado que permitió determinar la oferta y la demanda, y conocer la demanda insatisfecha del producto y establecer una propuesta comercial en base a la Mezcla de Mercadotecnia (producto, precio, plaza y promoción).

Mediante el Estudio Técnico se determinó el Tamaño de la Planta, la Localización y la Ingeniería del Proyecto, en el cual se especifica el componente tecnológico, distribución de la planta y Flujograma de Procesos y Diagrama de Flujo.

En el Estudio Administrativo se propone la Organización Legal, Estructura Organizativa y Manual de Funciones, que servirán de base para un normal desenvolvimiento de las funciones de la nueva unidad productiva.

En el Estudio Financiero se establecen las inversiones y su fuente de financiamiento, Los presupuestos de costos e ingresos, el Estado de Pérdidas y Ganancias y los Flujos de Caja para los años de vida útil del proyecto. Con la Evaluación Financiera se puede establecer la conveniencia económica del proyecto y su ejecución a través de algunos indicadores como: Punto de Equilibrio, Valor Actual Neto, Tasa Interna de Retorno, Relación Beneficio Costo, Periodo de Recuperación del Capital y Análisis de Sensibilidad.

En las conclusiones encontramos la síntesis de lo más relevante de los resultados obtenidos del trabajo de investigación; así mismo se plantea las respectivas recomendaciones necesarias para si se diere el caso su implementación. Además se presenta la bibliografía utilizada y los anexos que complementan la presente investigación.

d) REVISIÓN DE LITERATURA

MARCO TEÓRICO REFERENCIAL

Para desarrollar el presente proyecto de factibilidad y con el carácter de lograr nuestro objetivo como es la obtención del título de Ingenieras Comerciales en la Universidad Nacional de Loja, Modalidad de Estudios a Distancia y específicamente en la Carrera de Administración de Empresas, hemos iniciado con una visión global del contexto y entorno de la empresa que ambicionamos realizar. Para satisfacer una de las necesidades prioritarias de la ciudadanía, turistas y más, como es el alojamiento el mismo que ha de representar entradas financieras por un lado y atención especial a un público especial por ello analizamos la necesidad de poner en marcha un **“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN HOTEL EN LA CIUDAD DE TARAPOA DEL CANTÓN CUYABENO, PROVINCIA DE SUCUMBÍOS”**, con la finalidad de brindar un servicio de calidad y confort en cuanto a hospedaje y por ende garantizar la seguridad de las personas que para nosotros los consideramos clientes.

ALOJAMIENTO HOTELERO

Hoteles

Hotel (de 5 a 1 estrellas doradas)

Hotel Residencial (de 4 a 1 estrellas doradas)¹

¹ HERNÁNDEZ, Díaz Edgar Alfonso; Proyectos Turísticos Formulación y Evaluación; Editorial Trillas, México 1983; 15-162.

Hostales y pensiones

Hostales (de 3 a 1 estrellas plateadas)

Hostales Residenciales (de 3 a 1 estrellas plateadas)

Pensiones (de 3 a 1 estrellas plateadas)

Hosterías, moteles, refugios y cabañas

Hosterías (de 3 a 1 estrellas plateadas)

Moteles (de 3 a 1 estrellas plateadas)

Refugios (de 3 a 1 estrellas plateadas)

Cabañas (de 3 a 1 estrellas plateadas)

Alojamientos no hoteleros (extra hoteleros)

Ciudades vacacionales (de 3 a 1 estrellas plateadas)

Campamentos (de 3 a 1 estrellas plateadas)

Apartamentos (de 3 a 1 estrellas plateadas)

Todos los establecimientos mencionados anteriormente se definen de la siguiente manera:

Hotel.

Es todo establecimiento que de modo habitual, mediante un precio, presta al público en general servicios de alojamiento, comida, bebidas y disponga de un mínimo de 30 habitaciones.



Hotel Residencial.



Es todo establecimiento hotelero que, mediante un precio, presta al público en general servicios de alojamiento, debiendo ofrecer adicionalmente el servicio de desayuno, para cuyo efecto deberá disponer de servicios de cafetería, pero no ofrecerá los servicios de comida, y tendrá un mínimo de 30 habitaciones.²

Hotel Apartamento.

Es todo establecimiento hotelero que, mediante un precio, presta al público en general servicios de alojamiento, en apartamento con todos los servicios de un



hotel, exceptuando el de comedor. Dispondrá un mínimo de 30 apartamentos y de muebles, encerres, útiles de cocina, vajillas, cristalería, mantelería, lencería, etc., para ser utilizados por los clientes sin costo adicional alguno.

Hostal.

Es todo establecimiento hotelero que, mediante un precio, presta al público en general servicios de alojamiento y



² HERNÁNDEZ, Díaz Edgar Alfonso; Proyectos Turísticos Formulación y Evaluación; Editorial Trillas, México 1983; 15-162.

alimentación cuya capacidad no sea mayor de 29 ni menor a 12 habitaciones.

Hostal residencial.



Es todo establecimiento hotelero que, mediante un precio, presta al público en general servicios de alojamiento, debiendo ofrecer adicionalmente servicios de desayuno para cuyo efecto podrá disponer de servicios de cafetería, pero no ofrecerá los servicios de comedor y tendrá un máximo de 29 ni mínimo a 12 habitaciones³.

Pensión.

Es todo establecimiento hotelero que, mediante un precio, presta al público en general servicios de alojamiento y alimentación cuya capacidad no sea mayor de 11 ni menor a 6 habitaciones.



Hostería.



Es todo establecimiento hotelero situado fuera de los núcleos urbanos, preferentemente en las proximidades de las carreteras, que está dotado de

³ HERNÁNDEZ, Díaz Edgar Alfonso; Proyectos Turísticos Formulación y Evaluación; Editorial Trillas, México 1983; 15-162.

jardines, zonas de recreación y deportes y alimentación al público en general, con una capacidad no menos de 6 habitaciones.

Refugio.

Es todo establecimiento hotelero situado en zonas de alta montañas, en el que mediante un precio se presta servicios de alojamiento y alimentación al público en general, cuya capacidad no sea



menos a 6 piezas. Podrá prestar sus servicios por medio de habitaciones individuales con su correspondiente cuarto de baño; o dormitorios comunes diferenciados para hombres y mujeres que pueden contar con literas⁴.

Motel.



Es todo establecimiento hotelero situado fuera de los núcleos urbanos y próximos a las carreteras, en el que mediante un precio, se presta servicios de alojamiento de apartamentos con entradas y garajes independientes desde el exterior, con una capacidad no menos de 6 habitaciones.

⁴ ACERENZA, Miguel Ángel; Promoción Turística; Primera Edición; Editorial Trillas; México; 1986; Pág. 49-67.

Cabañas.

Es todo establecimiento hotelero situado fuera de los núcleos urbanos, preferentemente en los centros vacacionales, en los que mediante un precio, se presta



servicios de alojamiento y alimentación, en edificaciones individuales que por su ubicación y cuya capacidad no sea menos de 6 habitaciones.

Ciudad Vacacional.



Es todo establecimiento hotelero situado fuera de los núcleos urbanos cuya situación, instalación y servicios permiten que el cliente disfrute en contacto directo con la naturaleza,

facilitando hospedaje en régimen de pensión completa, junto con la posibilidad de practicar deportes y practicar diversiones colectivas por un precio especial.⁵

Campamento de turismo. (Camping)

Son campamentos de turismo aquellos debidamente delimitados y acondicionados para facilitar la vida al aire libre, en los que se



pernocta bajo tiendas de campaña (carpa o remolque habitable) mediante precio.

⁵ACERENZA, Miguel Ángel; Promoción Turística; Primera Edición; Editorial Trillas; México; 1986; Pág. 49-67.

Apartamento.

Son todos los establecimientos turísticos que de modo habitual prestan el servicio de alojamiento mediante precio, entendiendo que el alojamiento conlleva al uso y disfrute del apartamento, con su correspondiente mobiliario, equipo, instalaciones y servicios, sin que se presten los servicios de un hotel.



MARCO TEÓRICO CONCEPTUAL

EMPRENDEDOR

CONCEPTO

Un emprendedor “Sabe descifrar las características reales del entorno a pesar de que no son aparentes a su competitividad. Es capaz de luchar ante cualquier inconveniente que se le atraviesa a su pericia y no le teme a la frustración. Además, es capaz de crear un grupo con motivación que le da la estructura requerida”.⁶

Un emprendedor es un individuo que asimila de sus faltas y sigue pretendiendo hasta lograr realizar una idea o sueño en un contexto y se puede ser emprendedor no solo haciendo empresa, sino también trabajando dentro de esta.

⁶ BACA URBINA, Gabriel., Evaluación de Proyectos., 3ra. Edic., 2000.

PROYECTOS DE INVERSIÓN.

CONCEPTO.

Un proyecto de factibilidad es el cruce de variables financieras, económicas, sociales que envuelven el deseo de proveer un bien o de brindar un servicio, con el objetivo de establecer su tributo potencial al progreso de la colectividad a la cual va tutelada, y de organizar un conjunto de diligencias conectadas que se elaboraran bajo una unidad de dirección y mando, con miras a lograr un objetivo fijo, en una fecha precisada, mediante la retribución de ciertos recursos humanos, materiales y económicos⁷.

CICLO DE LOS PROYECTOS DE INVERSIÓN

El período del propósito contempla tres etapas que son:

PREINVERSIÓN.

Reside en un proceso retroalimentador de formulación y evaluación en el cual se traza, valora, concuerda, determina. Este período tiene por objeto definir y mejorar los aspectos técnicos, financieros, institucionales y logísticos de su realización con los que se pretende detallar los procedimientos de inversión y acoplamiento del proyecto subrayando la necesidad de gastos, estimación de costo, necesidad de preparación, etc.

Se instruye en el momento en el que brota la posibilidad de invertir en un negocio o empresa efectiva o nueva, el cual aparenta ser atrayente.

⁷ Chain N. (2007). Proyectos de Inversión, Formulación y Evaluación. Prentice Hall

IDENTIFICACIÓN DE IDEAS.

Los resultados de la evaluación exponen la vía más probada para el progreso del tiempo del proyecto, teniendo como dilemas:

Continuar a la siguiente fase.

- ✚ Replegarse o interrumpir dentro de la curso de preinversión.
- ✚ Suspender la etapa de preinversión y apartar el proyecto.
- ✚ Un proyecto de inversión puede tener su principio en necesidades descontentas o contingencias de aprovechar congruencias concretas derivadas de otros proyectos.

PERFIL.

Observa un estudio anterior de los aspectos técnicos, estudio de mercado, estudio técnico, estudio económico y la evaluación. Con el resultado del estudio a nivel de perfil, será posible penetrar aspectos concretos que requiera el proyecto. Cuando el nivel de confianza alcanzado en los resultados del estudio se estima aceptable, es factible realizar el proyecto con los recursos utilizables, o puede ser el caso de detener o dejar totalmente la realización del proyecto.⁸

PREFACTIBILIDAD.

Se considera las disyuntivas que a nivel de perfil se estimó como factibles desde el punto de vista técnico, económico y social, es posible aquí rechazar

⁸ ACOSTA, Alberto., Curso Básico de Administración de Empresas, Mercadeo., Edit. Norma S.A., 1991.

los menos factibles y elegir para ser analizadas a mayor profundidad los que aparecen con mejores representaciones.

La estimación a este nivel solicita energías para precisar los beneficios de la puesta en práctica de las opciones elegidas y los costos a cubrir para conseguir.

FACTIBILIDAD.

Se ejecuta una observación detallada de las alternativas escogidas. Se solicita un parámetro de los beneficios y costos que implica hacer. A la evaluación de la alternativa debe añadirse los aspectos relacionados con labores físicas, tamaños, localizaciones y oportunidades de realización de la inversión, también las diligencias que afectan la eficiencia en la ejecución del proyecto, como cronogramas de gastos, implementación y operación del proyecto⁹.

INVERSIÓN.

Incumbe al espacio de ejecución del proyecto. Se forma cuando se toma el fallo de invertir en el proyecto y concluye cuando se ultima la ejecución satisfactoria del proyecto y se toma la providencia de iniciar la fase operacional.

⁹ Chain N. (2007). Proyectos de Inversión, Formulación y Evaluación. Prentice Hall

PROYECTOS DE INGENIERÍA.

En este período se plasma la labor física de acuerdo con los estudios realizados en la etapa de preinversión. Para originar un proyecto de inversión se innovan programas arquitectónicos puntualizados, estudios de ingeniería y de singularidades del proyecto¹⁰.

NEGOCIACIÓN DEL FINANCIAMIENTO.

Definidos los requerimientos financieros del proyecto es provechoso conocer: las figuras de crédito a las que se puede convenir en el mercado financiero, nacional y/o internacional; información jurídica, organizativa y técnica; tasa de interés, plazo de amortización, periodo de gracia, comisiones de compromiso, garantías y avales, condiciones y calendario de desembolsos.

IMPLEMENTACIÓN.

Reside en trasladar a la práctica lo que teóricamente se pensó en el proyecto, aquí se da paso a las diligencias propias que permiten que la nueva unidad productiva esté conferida de los recursos para su trabajo, se realizan pruebas para evidenciar que todos los dispositivos trabajen prósperamente para que en la fase de operación no se produzcan desfases o inmovilización a la planta.

¹⁰ Fernández Espinoza, S. (2007) Los Proyectos De Inversión. (1ra Edición). Costa Rica. Tecnológica. Pág. 45

OPERACIÓN

Se origina los favores concretos que fueron apreciados durante la preinversión. Inicia cuando el proyecto sale por primera vez hacia el mercado, o el bien presta el servicio.

SEGUIMIENTO Y CONTROL.

Es un agregado de ejercicios que se aplican a un proyecto en la etapa de ejecución de las obras por cronograma y recursos empleados. Se indaga posibles extravíos en la programación inicial del proyecto; el fin fundamental es adoptar medidas correctivas que resten los efectos que resulten la demora o costos¹¹.

EVALUACIÓN EX – POST.

Es un proceso que se ejecuta después de acabado el proyecto, para determinar el vigor de las actividades que fueron desarrolladas de acuerdo con los objetivos planteados.

El objetivo es optimizar las actividades de puesta en marcha y ayudar en la planificación, programación e implementación de proyectos futuros. La información es resumida en un reporte para evaluar la eficiencia y efectividad con que se formuló el proyecto.

¹¹ Fernández Espinoza, S. (2007) *Los Proyectos De Inversión*. (1ra Edición). Costa Rica. Tecnológica. Pág. 45

EVALUACIÓN POST – POSTERIOR.

Se ejecuta varios años después que todos los costos han sido desembolsados y todos los beneficios recibidos, posterior a cerrar su ciclo de vida u horizonte de operación.

Esta evaluación permitirá que en el futuro los posibles proyectos concernidos, cuenten con una fuente de información que purifique la visión sobre el ambiente en el que se desplegará el nuevo aparato productivo.

ESTUDIO DE MERCADO.

DEFINICIÓN Un mercado es el conjunto de consumidores potenciales que participan una necesidad o deseo y que lograrán estar dispuestos a satisfacerlo a través del intercambio de otros elementos de valor¹².

El tamaño del mercado depende del número de personas que muestren una necesidad, tengan recursos que interesen a la otra parte y estén deseando intercambiar estos recursos por los que ellos desean. En esta parte del estudio es necesario un diagnóstico de los principales factores que inciden sobre el producto en el mercado, esto es: precio, calidad, canales de comercialización, publicidad, plaza, promoción, etc. Todo esto permitirá conocer el posicionamiento del producto en el mercado.

¹² Fernández Espinoza, S. (2007) Los Proyectos De Inversión. (1ra Edición). Costa Rica. Tecnológica. Pág. 56

El mercado es considerado como el terreno en que concurren las fuerzas de la oferta y demanda para llevar a efecto operaciones de transferencia de dominio de bienes o servicios cuyo valor está explícito por el precio.

La demanda es la cantidad de bienes o servicios que requiere el mercado para satisfacer una necesidad específica.

Por el lado de la demanda de los productos, debe analizarse su volumen presente y futuro y las variables relevantes para su estimación, como población objetiva, niveles de ingreso esperado, bienes adicionales y sustitutos que ya existan o estén por entrar en el mercado, en algunos casos será relevante conocer el mercado global¹³.

La oferta es la cantidad de bienes o servicios determinados que los productores están dispuestos a ofrecer en un mercado. Por el lado de la oferta de productos, es necesario definir estrategias de mercadeo, publicidad y presentación del producto. Dentro de ese proceso, será indispensable estudiar la competencia en aspectos básicos como su capacidad instalada y su nivel de utilización, la tecnología incorporada en su proceso productivo y posibles programas de actualización, sus fallas y limitaciones en cuanto a calidad del producto, empaque, etc. En ambos casos teniendo como agente regulador al precio; al mismo que se lo concibe como la cantidad de

¹³ Fernández Espinoza, S. (2007) Los Proyectos De Inversión. (1ra Edición). Costa Rica. Tecnológica. Pág. 56

unidades monetarias a pagar por un bien o servicio. Una vez realizado el análisis de oferta y demanda, se podrán hacer apreciaciones del precio esperado de los productos o servicios a lo largo de la vida útil del proyecto. En cuanto a los insumos y materias primas es necesario conocer los diferentes demandantes, no solo a nivel de otros productores del bien o servicio que genere el proyecto, sino también de todos aquellos que hagan uso de ellos.

Es necesario un diagnóstico de los principales factores que inciden sobre el producto en el mercado, obliga a la realización de un análisis profundo de la oferta, demanda, precios, comercialización; es decir determinar: cuánto, a quién, cómo y dónde se venderá el producto o servicio. Es importante establecer la disponibilidad presente y futura de los distintos insumos y materias primas, tanto en el mercado local y regional; y buscar posibles alternativas de sustitución.

OBJETIVOS DE ESTUDIO DE MERCADO.

Un estudio de mercado debe servir para tener una noción clara de la cantidad de consumidores que habrán de adquirir el bien o servicio que se piensa vender, dentro de un espacio definido, durante un periodo de mediano plazo y a qué precio están dispuestos a obtenerlo¹⁴. Adicionalmente, el estudio de mercado va a indicar si las características y

¹⁴ Munguía Ulloa L, & Protti Quesada, (2008) Administración De Proyectos. Madrid. Camposan. Pág. 99 -105

especificaciones del servicio o producto corresponden a las que desea comprar el cliente. Nos dirá igualmente qué tipo de clientes son los interesados en nuestros bienes, lo cual servirá para orientar la producción del negocio. El estudio de mercado nos dará la información acerca del precio apropiado para colocar nuestro bien o servicio y competir en el mercado, o bien imponer un nuevo precio por alguna razón justificada.

ELEMENTOS QUE DEBE CONTENER UN ESTUDIO DE MERCADO

INFORMACIÓN BASE (IB).

Lo componen los resultados procedentes de fuentes primarias y que han sido acopiados mediante diferentes materiales de investigación (encuestas, entrevistas, guías de observación, etc. y con diferentes técnicas (muestreo, verificación física, observación, etc.). Para la recolección de esta información es importante destacar que: para las entrevistas, la observación y la constatación física se hace necesario elaborar una guía que oriente sobre los aspectos claves que se desea conocer y cuyo aporte es fundamental para el proyecto¹⁵. En cuanto a la aplicación de encuestas es fundamental tener en claro lo siguiente:

- ❖ Cuando se debe trabajar con poblaciones muy pequeñas es preferible encuestar a toda la población, en el caso de comunidades rurales.

¹⁵ Munguía Ulloa L, & Protti Quesada, (2008) *Administración De Proyectos*. Madrid. Camposan. Pág. 99 -105

- ❖ Cuando la población es demasiado grande o infinita es aconsejable realizar el muestreo, para lo cual es indispensable el determinar el tamaño de la muestra.

De igual manera, para el tamaño de la muestra se debe tomar en consideración que un tamaño grande de muestra no siempre significa que proporcionará mejor información que un tamaño pequeño de ella, la validez de la misma está en función de la responsabilidad con que se apliquen los instrumentos por parte de los investigadores; por otro lado el aplicar un mayor número de encuestas siempre requerirá la utilización de mayor tiempo y recursos¹⁶.

Para determinar el tamaño de la muestra se puede utilizar una de las siguientes formulas:

$$n = \frac{N \cdot Z^2 \cdot P \cdot Q}{(N-1) E^2 + Z^2 \cdot P \cdot Q}$$

$$n = \frac{N}{1 + N E^2}$$

Dónde:

n = Tamaño de la muestra

N = Población total

E = Error experimental

P = Probabilidad de éxito

¹⁶ García A.; Navarro R.; Escalera M. (2010). La Enseñanza de la Matemática Financiera. Maresa

PRODUCTO PRINCIPAL

Es la descripción detallada del producto o servicio que ofrecerá la nueva unidad productiva para satisfacer las necesidades del consumidor o usuario, subrayando sus características principales, en lo posible deberá acompañarse con un diseño a escala en el que se muestren las características. Se deben congrega los datos que permitan identificar al producto principal, señalar sus características físicas o de cualquier otra índole¹⁷. Por resistencia al tiempo pueden ser:

- a. Duraderos (activos fijos)
- b. No Duraderos (alimentos).

Por la oportunidad y servicio:

- a. De conveniencia, entre los que se tiene a los considerados básicos (alimentos) cuya compra se planifica y, los denominados por impulso (adornos) que son los que generalmente se compran basados en una buena opción de oferta.
- b. Comparables, que se dividen en homogéneos (libros, bebidas) cuyas características son comunes y, heterogéneos (bienes muebles).
- c. De especialidad, cuya satisfacción proporcionada obliga al cliente a regresar (servicio médico, mecánico, turísticos etc.).
- d. No buscados, por cuanto no se quiere tener relación alguna con ellos, pero que en caso necesario pueden utilizarse (hospitales).

¹⁷ García A.; Navarro R.; Escalera M. (2010). La Enseñanza de la Matemática Financiera. Maresa

- e. Por su destino, los de consumo final (alimentos) los que luego de satisfacer una necesidad desaparecen.

PRODUCTO SECUNDARIO.

Son los productos que se logran con los restos de materia prima y cuya producción está sometida a que el proceso lo permita. Un proyecto no necesariamente puede obtener productos secundarios. Se debe señalar si se originan subproductos en la fabricación del producto principal y el uso que se les dará¹⁸.

PRODUCTOS SUSTITUTOS.

En esta parte debe hacerse una descripción clara de los productos o servicios que pueden sustituir al producto principal en la satisfacción de la necesidad. Se debe señalar la efectividad y particulares de productos o servicios similares en el mercado, y que puedan rivalizar con ellos, mostrando en qué condiciones pueden ayudar o no al producto o servicio objeto de estudio.

PRODUCTOS COMPLEMENTARIOS.

Son los productos que hacen posible se pueda utilizar al producto principal. Debe considerarse que no todo producto principal necesita de un producto complementario para la satisfacción de las necesidades, pero se debe

¹⁸ García A.; Navarro R.; Escalera M. (2010). La Enseñanza de la Matemática Financiera. Maresa

identificar esos productos complementarios destacando sus relaciones con el producto, para que sean incluidos en el estudio de mercado.

MERCADO DEMANDANTE

En esta parte debe enfocarse claramente quienes serán los consumidores o usuarios del producto o servicio, para ello es importante identificar las características comunes entre ellos mediante una adecuada segmentación del mercado en función de: sexo, edad, ingresos, residencia, educación, etc.

ANÁLISIS DE LA DEMANDA.

Este estudio permite conocer visiblemente cuál es la situación de la demanda del producto o servicio, se analiza el mercado potencial a fin de establecer la demanda insatisfecha en función de la cual estará el proyecto. En un proyecto puede suceder que la demanda este cubierta en función de la cantidad, no así en cuanto a la calidad o el precio, por lo tanto seguirá existiendo la necesidad y por consiguiente la oportunidad para un nuevo proyecto. Se conjetura a la demanda como la cantidad de bienes o servicios que un mercado está dispuesto a comprar para satisfacer una necesidad determinada a un precio entregado¹⁹.

El análisis de la demanda busca establecer y medir las fuerzas de mercado que actúan sobre las exigencias de un producto por parte del mercado y así mismo establecer las oportunidades del producto para satisfacer dichos

¹⁹ Munguía Ulloa L, & Protti Quesada, (2008) Administración De Proyectos. Madrid. Camposan. Pág. 99 -105

requerimientos del mercado. A la demanda se la debe considerar desde varios puntos de vista como son:

POR SU CANTIDAD.

De acuerdo a ello se la puede clasificar de la siguiente manera:

- ✓ **Demanda Potencial.** Está constituida por la cantidad de bienes o servicios que podrían consumir o utilizar de un determinado producto, en el mercado.
- ✓ **Demanda Real.** Está constituida por la cantidad de bienes o servicios que se consumen o utilizan de un producto, en el mercado.
- ✓ **Demanda Efectiva.-** La cantidad de bienes o servicios que en la práctica son requeridos por el mercado ya que existen restricciones producto de la situación económica, el nivel de ingresos u otros factores que impedirán que puedan acceder al producto aunque quisieran hacerlo . Demanda Insatisfecha. Está constituida por la cantidad de bienes o servicios que hacen falta en el mercado para satisfacer las necesidades de la comunidad²⁰.

POR SU OPORTUNIDAD.

En cuanto a calidad y cantidad puede clasificarse en:

- **Demanda insatisfecha,** en la que los bienes o servicios ofertados no logran satisfacer la necesidad del mercado en calidad, en cantidad o en precio.

²⁰ Munguía Ulloa L, & Protti Quesada, (2008) *Administración De Proyectos*. Madrid. Camposan. Pág. 99 -105

- **Demanda satisfecha**, en la cual lo que se produce es exactamente lo que requiere el mercado para satisfacer una necesidad²¹.

POR EL DESTINO.

Se clasifica en:

- ❖ **Demanda final**, cuando el producto o servicio es adquirido por el consumidor o usuario para su aprovechamiento.
- ❖ **Demanda intermedia**, cuando el producto es adquirido en calidad de componente de un proceso para obtener un producto final diferente.

POR SU PERMANENCIA EN EL MERCADO.

- ❖ **Demanda continua**. Permanece y se incrementa cada vez en el mercado.
- ❖ **Demanda temporal**, ocurre en determinados momentos y bajo ciertas circunstancias.

POR SU IMPORTANCIA.

- ❖ **De productos necesarios**, el mercado requiere para su desarrollo armónico: Ej. Vestido.
- ❖ **De productos suntuarios**, responde a gustos y preferencias especiales. Ej. Perfumería.

Para estimar o proyectar la demanda se puede utilizar los siguientes métodos según sean las condiciones:

²¹ Munguía Ulloa L, & Protti Quesada, (2008) *Administración De Proyectos*. Madrid. Camposan. Pág. 99 -105

- ❖ **Regresión lineal.**- Este método indica la forma como se relacionan las variables,
- ❖ **Tendencia histórica.**- Cuando no se conoce valores de una serie de tiempo. Se toma como referente un dato inicial y un dato final.

ESTUDIO DE LA OFERTA.

La oferta es descrita como la cantidad de bienes o servicios que los productores están dispuestos a colocar en el mercado en un momento dado a un precio determinado.

En este punto es de vital importancia el investigar sobre la situación de los oferentes del producto relacionado con el del proyecto, estos constituyen la competencia, por tanto es fundamental el conocer aspectos tales como: su capacidad instalada a efectos de saber si puede o no incrementar su producción; su producto en sí, para determinar la calidad del mismo, presentación, empaque, su tecnología, para saber si puede mejorar la calidad del producto o servicio; etc. Para determinar las cantidades o volúmenes de la oferta existente o para proyectarla se puede utilizar los mismos métodos utilizados para el estudio de la demanda²².

CLASES DE OFERTA:

Las más utilizadas y que juegan papel fundamental en el mercado son:

²² Ferré J. (2007). Los Estudios de Mercado. Díaz de Santos Ediciones.

- **De libre mercado**, en ella existe tal cantidad de oferentes del mismo producto que su aceptación depende básicamente de la calidad, el beneficio que ofrece y el precio. No existe dominio de mercado.
- **Oligopólica**, en la cual el mercado se encuentra dominado por unos pocos productores, los mismos que imponen sus condiciones de cantidad, calidad y precios.
- **Monopólica**, en la cual existe un productor que domina el mercado y por tanto el impone condiciones de cantidad, calidad y precio del producto²³.

SEGMENTACIÓN DE MERCADO

La segmentación de mercado es un proceso que consiste en dividir el mercado total de un bien o servicio en varios grupos más pequeños e internamente homogéneos. La propiedad de la segmentación es conocer verdaderamente a los consumidores. Uno de los elementos concluyentes del éxito de una empresa es su capacidad de segmentar adecuadamente su mercado. La segmentación es también un esfuerzo por mejorar la exactitud del marketing de una empresa. Es un proceso de anexión: agrupar en un segmento de mercado a personas con necesidades semejantes. El segmento de mercado es un grupo comparativamente grande y semejante de consumidores que se pueden hermanar dentro de un mercado, que tienen deseos, poder de compra, ubicación geográfica, actitudes de compra o hábitos de compra similares y que reaccionarán de modo parecido ante

²³ Ferré J. (2007). Los Estudios de Mercado. Díaz de Santos Ediciones.

una mezcla de marketing. Esta segmentación puede agruparse en tres formas:

- ✚ Segmentación Geográfica.
- ✚ Segmentación Psicográficos.
- ✚ Segmentación Demográfica.

ESTUDIO TÉCNICO

Tiene como objetivo determinar los requerimientos de recursos básicos para el proceso de producción o servicio, considera los datos suministrados por el estudio de mercado para efectos de determinación de tecnología adecuada, espacio físico, y recursos humanos.²⁴

TAMAÑO Y LOCALIZACIÓN

Tamaño

Es la relación de la capacidad de producción o servicio que tendrá la empresa durante un periodo de tiempo de funcionamiento considerado normal para el entorno del proyecto de que se trate, se refiere a la capacidad instalada y se mide en unidades producidas por año. Para determinar el tamaño de la planta se debe considerar aspectos esenciales como: demanda existente, la capacidad a instalar, la capacidad a utilizar, el abastecimiento de materia prima, la tecnología disponible, la necesidad de mano de obra, etc.

²⁴ . GAMBOA VELÁSQUEZ, Ramiro., Curso Básico de Administración de Empresas (Finanzas)., Edit. Norma S.A., Vol. 4., 2002.

Capacidad instalada.

Está determinada por el beneficio o producción máxima que puede alcanzar el componente tecnológico en un periodo de tiempo determinado. Está en función de la demanda a cubrir durante el período de vida de la empresa²⁵.

Capacidad utilizada

Comprende el rendimiento o nivel de producción con el que se hace trabajar la maquinaria, esta capacidad está determinada por el nivel de demanda que se desea cubrir durante un periodo determinado.

Capacidad Financiera.

Es importante el analizar las condiciones económicas financieras de que se dispone para ello, esto significa el determinar la capacidad para financiar la inversión, sea con capital propio o mediante crédito, para ello es de trascendental importancia el conocer el mercado financiero.

Capacidad Administrativa.

Debe tenerse claro si para la operación de la nueva unidad productiva se cuenta o se puede conseguir fácilmente el Talento Humano que haga posible el funcionamiento eficiente de la misma, ello implica el conocimiento claro de la actividad en la que se quiere emprender.

²⁵ Baca Urbina, G. (2010) *Evaluación De Proyectos*, (6ta. Ed.). México. McGRAW HILL/Interamericana Editores, S.A. Págs. 15,16 ; 41,42

Localización.

Simboliza colocar geográficamente el lugar en el que se efectuará la nueva unidad productiva, para lo cual debe analizarse aspectos que son fundamentales y establecen la razón de su ubicación; estos componentes no son solamente los económicos, sino también aquellos relacionados con el entorno empresarial y de mercado.

Micro localización.

En este punto y apoyados preferentemente en la representación gráfica (planos urbanísticos) se indica el lugar exacto en el cual se implementará la empresa dentro de un mercado local.

Macro localización.

Tiene relación con la ubicación de la empresa dentro de un mercado a nivel local, frente a un mercado de posible incidencia regional, nacional e internacional. Para su representación se recurre al apoyo de mapas geográficos y políticos²⁶.

Factores de localización.

Preparan todos los aspectos que tolerarán el normal trabajo de la empresa, entre estos factores tenemos: suministro de materia prima, vías de comunicación ordenadas, disponibilidad de mano de obra distinguida,

²⁶ Baca Urbina, G. (2010) *Evaluación De Proyectos*, (6ta. Ed.). México. McGRAW HILL/Interamericana Editores, S.A. Págs. 15,16 ; 41,42

servicios primordiales indispensables (agua, luz, teléfono, alcantarillado, etc.), y; fundamentalmente el mercado hacia el cual está orientado.

INGENIERÍA DEL PROYECTO.

Posee como función ajustar los recursos físicos para los requerimientos óptimos de producción, tiene que ver fundamentalmente con la edificación de la empresa, su equipamiento y las particulares del producto o servicio de la empresa. El objetivo de este estudio es dar salida a todo lo relacionado con: instalación y funcionamiento, indicando el proceso de servicio así como la maquinaria, infraestructura física y equipos imperiosos.²⁷

Componente Tecnológico.

Reside en determinar la maquinaria y equipo apropiado a las imposiciones del proceso productivo o de servicio y que esté paralelo con los niveles de producción o servicios esperados de acuerdo al nivel de demanda a compensar. Para su determinación es punto clave la información sobre la demanda insatisfecha y su porcentaje de cobertura. La tecnología debe reconocer a ciertas condiciones propias de mercado, pues la misma no corresponderá ser ni muy alta (tecnología de punta) ni elemental para el proceso, ya que; se debe evitar por un lado el desperdicio de capacidad instalada y por otro debe considerarse la posible expansión de la unidad productiva servicio.

²⁷ . GAMBOA VELÁSQUEZ, Ramiro., Curso Básico de Administración de Empresas (Finanzas). Edit. Norma S.A., Vol. 4., 2002.

Infraestructura Física.

Corresponde con la parte física de la empresa, se determinan las áreas requeridas para el cumplimiento de cada una de las actividades en la fase operativa. Debe contarse con el asesoramiento de profesionales de la construcción; al igual que la tecnología debe guardar relación con el mercado y sus posibilidades de expansión.

Distribución en planta.

El repartimiento del área física así como de la maquinaria y equipo debe ofrecer las condiciones óptimas de trabajo, haciendo más económica la operación de la planta, cuidando además las condiciones de seguridad industrial para el personal²⁸. En la distribución debe pensar los siguientes aspectos:

- ❖ Registro, todos los aparatos necesarios para el proceso, deben permitir su control para el trabajo armónico.
- ❖ Congregación de todas las actividades a ejecutarse permitiendo la libre circulación de personal, sin interrumpir otras operaciones.
- ❖ Las operaciones secuenciales debe realizarse utilizando los tiempos adecuados sin ocasionar demoras debidas a la distancia entre los recursos utilizados para las operaciones.
- ❖ Toda operación debe ejecutarse en contextos que garantice la máxima seguridad al personal.

²⁸ Fred, D. (2010). *La Gerencia Estratégica*. (3ra Reimpresión) México., Leguis, Pág. 55 y 56

- ❖ El espacio de labor debe ser estimado no solo en dos dimensiones, sino en forma tridimensional, esto es extensa, amplia y alto.
- ❖ La distribución debe ser de tal forma que pueda reacomodarse cuando las condiciones lo requieran, sin dificultar o imposibilitar el trabajo.

Proceso de Producción.

Representa el proceso mediante el cual se logrará el producto o servicio, es importante indicar cada una de los periodos del proceso aunque no muy detallados, en muchos casos aquello constituye información confidencial para manejo interno de la empresa. Posteriormente debe incluirse los flujogramas de proceso, es decir simbolizar gráficamente, indicando los tiempos necesarios para cada fase del servicio; además es importante incluir lo relacionado con el diseño del producto indicando .las principales características del mismo²⁹.

Diseño del producto.

El producto o servicio original del proyecto debe ser delineado de tal forma que congregue todas las particulares que el comprador o usuario desea para lograr una completa complacencia de su necesidad, para lo cual debe considerarse siempre los agrados y distinciones de los demandantes, entre ellos se tiene: Presentación, El servicio, El precio, La calidad, Tiempo de vida, etc.

²⁹ Baca Urbina, G. (2010) *Evaluación De Proyectos*, (6ta. Ed.). México. McGRAW HILL/Interamericana Editores, S.A. Págs. 15,16 ; 41,42

Flujograma de Proceso

Es un instrumento por medio de la cual se relata paso a paso cada una de las diligencias de que consta el proceso de producción o servicio. Los flujogramas de proceso detienen significativamente en cuanto a su exposición ya que no existe ni puede admitirse un esquema rígido para su elaboración; lo que debe quedar claro es que el flujograma debe mostrar las diligencias y su cadena lógica.

ESTRUCTURA ORGANIZATIVA EMPRESARIAL.

Estructura Organizativa

Base Legal

Toda empresa para su libre ejercicio debe reunir ciertas obligaciones requeridas por la ley, entre ellos tenemos:³⁰

Acta constitutiva.

- ❖ Es el instrumento auténtico de la conformación legal de la empresa, en él se debe incluir los datos referenciales de los socios con los cuales se constituye la empresa.

El conocimiento social o nombre.

- ❖ Es el calificativo bajo el cual la empresa manejará, el mismo debe estar de acuerdo al tipo de empresa conformada y conforme lo establece la Ley.

³⁰. VÁSQUEZ, Víctor Hugo., Organización Aplicada., 1era. Ed., Quito-Ecuador., 1985.

Domicilio.

- ❖ Las empresas en su fase de operación estarán sujetas a múltiples situaciones derivadas de la actividad y del mercado, por lo tanto deberán indicar claramente la dirección domiciliaria en donde se la ubicará en caso de requerirlo los clientes u otra persona natural o jurídica.

Capital social.

- ❖ Debe indicarse cuál es el monto del capital con que inicia sus operaciones la nueva empresa y la forma como este se ha conformado.

Lapso de permanencia de la sociedad.

Una actividad tiene un tiempo de vida para el cual se planea y sobre el cual se valora, posteriormente para medir los resultados obtenidos frente a los esperados, por ello la empresa debe así mismo indicar para qué tiempo o plazo operará.

Estructura Empresarial

Fragmento primordial en la etapa de ejercicio de la empresa es, la estructura organizativa con que esta cuenta, ya que una buena organización permite asignar funciones y compromisos a cada uno de los elementos que conforman la misma³¹. Esto hará posible, que los recursos, especialmente el Talento Humano sea manejado eficientemente.

³¹ VÁSQUEZ, Víctor Hugo., Organización Aplicada., 1era. Ed., Quito-Ecuador., 1985.

Niveles Jerárquicos de Autoridad

Se hallan precisados de acuerdo al tipo de empresa y acorde lo que establece la Ley de Compañías en cuanto a la administración, más las que son propias de toda organización productiva o de servicio, esta funcionara con los siguientes niveles:

Nivel Legislativo-Directivo

Es el máximo nivel de dirección de la empresa, son los que dictan las políticas y reglamentos bajo los cuales operará, está conformado por los dueños de la empresa, los cuales tomaran el nombre de Junta General de Socios o Junta General de Accionistas, dependiendo del tipo de empresa bajo el cual se hayan constituido³².

- ❖ Es el órgano máximo de dirección de la empresa, está integrado por los socios legalmente constituidos. Para su actuación está representado por la Presidencia.

Nivel Ejecutivo

- ❖ Está conformado por el Gerente - Administrador, el cuál será nombrado por nivel Legislativo-Directivo y será el responsable de la gestión operativa de la empresa, el éxito o fracaso empresarial se deberá en gran medida a su capacidad de gestión.

³² VÁSQUEZ, Víctor Hugo., Organización Aplicada., 1era. Ed., Quito-Ecuador., 1985.

Nivel Asesor

- ❖ Establece este nivel el órgano colegiado llamado a orientar las decisiones que merecen un tratamiento especial como es el caso por ejemplo de las situaciones de carácter laboral y las relaciones judiciales de la empresa con otras organizaciones o clientes. Generalmente toda empresa cuenta con un Asesor Jurídico sin que por ello se descarte la posibilidad de tener asesoramiento de profesionales de otras áreas en caso de requerirlo.

Nivel de Apoyo

- ❖ Se lo conforma con todos los puestos de trabajo que tienen relación directa con las actividades administrativas de la empresa.

Nivel Operativo

- ❖ Está conformado por todos los puestos de trabajo que tienen relación directa con la planta de producción, específicamente en las labores de producción o el proceso productivo³³.

ORGANIGRAMAS

Un organigrama es un esquema de la organización de una empresa, entidad o de una actividad. El término también se utiliza para nombrar a la representación gráfica de las operaciones que se realizan en el marco de un proceso industrial o informático. Los organigramas pueden incluir los

³³ VÁSQUEZ, Víctor Hugo., Organización Aplicada., 1era. Ed., Quito-Ecuador., 1985.

nombres de las personas que dirigen cada departamento o división de la entidad, para explicitar las relaciones jerárquicas y competencias vigentes se dividen en organigramas estructurales, funcionales y de posición.

Organigramas estructurales.

- ❖ Presentan solamente la estructura administrativa de la organización.

Organigramas funcionales.

- ❖ Muestran, además de las unidades y sus relaciones, las principales funciones de cada departamento.

Organigramas de integración de puestos.

- ❖ Resaltan dentro de cada unidad, los puestos actuales y también el número de plazas existentes y requeridas.

MANUALES

Manual de Funciones

Los manuales constituyen una de las herramientas con que cuentan las organizaciones para facilitar el desarrollo de sus funciones administrativas y operativas. Son fundamentalmente, un instrumento de comunicación³⁴.

³⁴ VÁSQUEZ, Víctor Hugo., Organización Aplicada., 1era. Ed., Quito-Ecuador., 1985.

INVERSIONES Y FINANCIAMIENTO

INVERSIÓN.

Una inversión, en el sentido económico, es una colocación de capital para obtener una ganancia futura. Esta colocación supone una elección que resigna un beneficio inmediato por uno futuro y, por lo general, improbable.³⁵

FINANCIAMIENTO

Es el conjunto de recursos monetarios financieros para llevar a cabo una actividad económica, con la característica de que generalmente se trata de sumas tomadas a préstamo que complementan los recursos propios. Recursos financieros que el gobierno obtiene para cubrir un déficit presupuestario. El financiamiento se contrata dentro o fuera del país a través de créditos, empréstitos y otras obligaciones derivadas de la suscripción o emisión de títulos de crédito o cualquier otro documento pagadero a plazo. La realización de un proyecto implica la asignación de una cantidad de variados recursos, propios y de terceros, para la obtención de determinados bienes y servicios, durante un cierto período de tiempo, con la expectativa de obtener un rendimiento en el futuro. La inversión en determinado proyecto supone, la existencia de inversionistas (que pueden ser personas naturales o jurídicas) que están dispuestos a destinar sus recursos disponibles en este momento (sacrificando la satisfacción de sus necesidades o intereses actuales) con la expectativa incierta de obtener un rendimiento futuro.

³⁵ GAMBOA VELÁSQUEZ, Ramiro., Curso Básico de Administración de Empresas (Finanzas)., Edit. Norma S.A., Vol. 4., 1991.

PLAN DE INVERSIONES.

Un plan es una intención o un proyecto. Se trata de un modelo sistemático que se elabora antes de realizar una acción, con el objetivo de dirigirla y encauzarla. En este sentido, un plan también es un escrito que precisa los detalles necesarios para realizar una obra. Un plan de inversiones establece el destino que se les dará a los recursos financieros de una empresa³⁶.

INVERSIONES FIJAS.

La inversión fija es la inversión necesaria para emprender el proyecto (la eliminación de cualquiera de sus ítems puede perjudicar la actividad productiva del proyecto) y tienden a depreciarse; por ejemplo:

- ❖ Maquinarias,
- ❖ Equipos,
- ❖ Vehículos,
- ❖ Terrenos,
- ❖ Edificaciones etc.

INVERSIONES DIFERIDAS.

La inversión diferida es la inversión que pre-operatoria de cualquier proyecto, cuyo gasto se puede prorratear en varios períodos por ejemplo:

- ❖ Gastos de instalación.
- ❖ Organización y constitución jurídica.
- ❖ Estudios previos obligatorios

³⁶ BACA URBINA, Gabriel., Evaluación de Proyectos., 3ra. Edic., 2000.

CAPITAL DE TRABAJO O DE OPERACIÓN.

La estimación de las necesidades de Capital de Trabajo es uno de los aspectos más importantes de un proyecto, pero lamentablemente la mayor parte de las veces se lo descuida y en general existe una tendencia a subestimar el monto requerido e ignorar aspectos básicos.³⁷

Se llama capital circulante o de trabajo el patrimonio en cuenta corriente que requieren las empresas para atender las operaciones de producción y distribución de bienes o servicios. De acuerdo al tipo de industria, las necesidades de capital de trabajo son diferentes; pero siempre existe un periodo de tiempo - mayor o menor - entre la compra de materia prima y la venta del producto terminado. Es decir que para comprar la materia prima, almacenarla, procesarla, obtener el producto terminado, almacenarlo, distribuirlo y venderlo, existe un período de gastos para cubrir los cuales la empresa necesita fondos que constituyen capital de trabajo. En la estimación de capital de trabajo es conveniente incluir las mismas partidas que forman el activo circulante o corriente de una empresa en marcha.

Efectivo en Caja y Bancos.

Representa el dinero en efectivo y el valor de los depósitos a favor del negocio, hechos en distintas instituciones bancarias, manejándose en éstas la mayor parte de su tesorería.

³⁷ · BACA URBINA, Gabriel., Evaluación de Proyectos., 3ra. Edic., 2000.

Cuentas por cobrar.

Es el nombre de la cuenta donde se registran los incrementos y los recortes vinculados a la venta de conceptos diferentes a productos o servicios. Esta cuenta está compuesta por letras de cambio, títulos de crédito y pagarés a favor de la empresa. Las cuentas por cobrar, por lo tanto, otorgan el derecho a la organización de exigir a los suscriptores de los títulos de créditos el pago de la deuda documentada. Se trata de un beneficio futuro que acredita el titular de la cuenta.

Inventarios.

En términos generales, es la relación o lista de los bienes materiales y derechos pertenecientes a una persona o comunidad, hecha con orden y claridad. En contabilidad, el inventario es una relación detallada de las existencias materiales comprendidas en el activo, la cual debe mostrar el número de unidades en existencia, la descripción de los artículos, los precios unitarios, el importe de cada renglón, las sumas parciales por grupos y clasificaciones y el total del inventario³⁸.

Materias Primas.

Se conocen como materias primas a la materia extraída de la naturaleza y que se transforma para elaborar materiales que más tarde se convertirán en bienes de consumo. Las materias primas que ya han sido manufacturadas pero todavía no constituyen definitivamente un bien de

³⁸ Erossa, V. (2005) *Proyectos De Inversión En Ingeniería*. (1ra Ed) Madrid, Luminosa 2005. Págs. 25 - 27

consumo se denominan productos semielaborados, productos semiacabados o productos en proceso, o simplemente materiales.

Materiales, Suministros.

Término utilizado en el área de la contabilidad, Auditoría y contabilidad financiera. Agrupa las asignaciones destinadas a la adquisición de toda clase de insumos requeridos para el desempeño de las actividades administrativas y productivas. Incluye materiales de administración, productos para alimentación; materias primas y materiales para la producción y la construcción; productos químicos, farmacéuticos y de laboratorio; combustibles; y en general todo tipo de suministros para la realización de los programas públicos³⁹.

Anticipos a Proveedoras y Gastos Pagados por Adelantado.

En algunos casos, se requiere entregar un anticipo a los proveedores para asegurar el abastecimiento de materias primas y, por lo mismo, se debe incluir este rubro en la estimación de capital de trabajo, así como también ciertos gastos como seguros que se pagan anticipadamente.

FINANCIAMIENTO.

Una vez determinados los montos correspondientes a las inversiones fijas y el capital de trabajo y, en consecuencia, el costo total del proyecto, se requiere analizar la manera de financiarlo. En esencia, el estudio del

³⁹ Erossa, V. (2005) *Proyectos De Inversión En Ingeniería*. (1ra Ed) Madrid, Luminosa 2005. Págs. 25 - 27

financiamiento del proyecto debe indicar las fuentes de recursos financieros necesarios para su ejecución y funcionamiento, y describir los mecanismos mediante los cuales se canalizarán estos recursos hacia los usos específicos del proyecto⁴⁰. De acuerdo con su origen, existen dos formas básicas de clasificar los recursos para el proyecto:

FORMA PRIMERA.

Fuentes Internas

Fuentes Externas

SEGUNDA FORMA.

Recursos Propios

Créditos.

A continuación se presenta una descripción de dichas formas de financiamiento:

PRIMERA FORMA

FUENTES INTERNAS DE FINANCIAMIENTO

Son aquellos fondos originados en la operación misma de la empresa; o sea: Utilidades no distribuidas (superávit). Estos fondos pueden ser utilizados temporalmente como fuente de financiamiento y luego ser distribuidos a los accionistas o por el contrario, pueden ser incorporados definitivamente a los fondos de la empresa a través de una elevación del capital social.

⁴⁰ García A.; Navarro R.; Escalera M. (2010). La Enseñanza de la Matemática Financiera. Maresa

Reservas de Depreciación de Activos Fijos Tangibles,

Reservas de Amortización de Activos Intangibles.

Reservas Legales y Voluntarias.

FUENTES EXTERNAS DE FINANCIAMIENTO.

Son aquéllas que vienen de fuera de la empresa o no se originan en sus operaciones. Estas fuentes provienen básicamente del Mercado de Capitales, del Sistema Bancario y de los Proveedores.

MERCADO DE CAPITALES.

La empresa obtiene fondos a través de la colocación de acciones y obligaciones. Las acciones son títulos de participación en el capital social de una compañía que le dan derecho, al tenedor, a participar en la administración y en los rendimientos del negocio.- Las acciones pueden ser ordinarias o preferentes y se diferencian fundamentalmente en la prioridad para la distribución de utilidades y a la recuperación del capital, en caso de liquidación de la empresa⁴¹.

Las Obligaciones o Bonos, son títulos emitidos por las sociedades, garantizados por sus activos o por una institución financiera que los coloca en el mercado. Son realmente préstamos que los compradores de los títulos hacen a la empresa a un plazo fijo y con un rendimiento también fijo.

⁴¹ García A.; Navarro R.; Escalera M. (2010). La Enseñanza de la Matemática Financiera. Maresa

Algunas obligaciones pueden llevar la opción a ser convertidas en acciones, en el momento de su rescate.

SISTEMA BANCARIO.

En el sistema bancario se pueden obtener créditos a corto, mediano y largo plazo. Generalmente se considera financiamiento a corto plazo al inferior a un año, mediano plazo sobre un año hasta los cinco años, y, a largo plazo, sobre los cinco años.

En el sistema bancario se deben diferenciar los créditos de bancos o financieras privadas que son menos ventajosos que los de bancos o financieras de desarrollo, entidades que manejan fondos públicos⁴².

PROVEEDORES.

Los proveedores de maquinaria y equipo, así como también los que abastecen de materias primas y otros materiales, financian. También, a las empresas que adquieren sus productos. Este financiamiento es, generalmente, a corto o mediano plazo aunque en algunas ocasiones otorgan, también, créditos a largo plazo. Estos financiamientos son, la mayoría de veces, menos beneficiosos que los otros, debido a que son "ligados" y a que el tipo de interés real es usualmente más alto.

⁴² García A.; Navarro R.; Escalera M. (2010). La Enseñanza de la Matemática Financiera. Maresa

RECURSOS PROPIOS.

Son los que provienen de la emisión y venta de acciones, de aportes en efectivo o en especie de los socios y de las utilidades y reservas de la empresa.

ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS.

Documento Contable que presenta los resultados obtenidos en un período económico, sean estas pérdidas o ganancias para lo cual compara los rubros de ingresos con los egresos incurridos en un período. Es uno de los Estados Financieros básicos que tiene por objeto mostrar un resumen de los ingresos y los gastos durante un ejercicio, clasificándolos de acuerdo con las principales operaciones del negocio, mostrando por consiguiente las utilidades o pérdidas sufridas en las operaciones realizadas. El Estado de Pérdidas y Ganancias llamado también. Estado de Resultados nos demuestra cual es la utilidad o pérdida obtenida durante un período económico, resultados que sirven para obtener conclusiones que permitan conocer cómo se desenvuelve la empresa y hacer previsiones para el futuro⁴³.

INGRESOS.

Están conformados por el resultado de las ventas u otros ingresos.

⁴³ BACA URBINA, Gabriel., Evaluación de Proyectos., 3ra. Edic., 2000.

EGRESOS.

Se forma por la sumatoria del Costo Primo, Gastos de Proceso de Producción, Gastos de Operación y Gastos Financieros.

PUNTO DE EQUILIBRIO.

El punto de equilibrio es un punto de balance entre ingresos y egresos denominado por algunos autores como **PUNTO MUERTO**, porque en él no hay ni pérdidas ni ganancias.

Cuando los ingresos y los gastos son iguales se produce el punto de equilibrio, cuyo significado es que no existen utilidades ni pérdidas, es decir, si vendemos menos que el punto de equilibrio tendremos pérdidas y si vendemos más que el punto de equilibrio obtendremos utilidades. Para realizar este cálculo es menester clasificar los costos en Fijos y en Variables, los mismos que se detallan en el cuadro que llevan el nombre de "Costos Fijos y Variables" los años de vida útil del proyecto⁴⁴.

COSTOS FIJOS Y VARIABLES.

Costos fijos.

Son aquellos que se mantienen constantes durante el periodo completo de Producción. Se incurre en los mismos por el simple transcurso del tiempo y no varían como resultado directo de cambios en el volumen.

⁴⁴ BACA URBINA, Gabriel., Evaluación de Proyectos., 3ra. Edic., 2000.

Costos variables.

Son aquellos que varían en forma directa con los cambios en el volumen de producción. En el presente trabajo se calculará el punto de equilibrio utilizando el método matemático en función de la capacidad instalada y de las ventas, utilizando además la forma gráfica para su representación.

EVALUACIÓN ECONÓMICA**El flujo de caja proyectado.**

La proyección del flujo de caja constituye uno de los elementos más importantes del estudio de un proyecto, ya que la evaluación del mismo se efectuará sobre los resultados que en ella se determinen. La información básica para realizar esta proyección está contenida en los estudios de mercado, técnico organizacional, así como en el cálculo de los beneficios a que se hizo referencia en el capítulo anterior. Al proyectar el flujo de caja, será necesario incorporar información adicional relacionada, principalmente con los efectos tributarios de la depreciación, de la amortización del activo nominal, valor residual, utilidades y pérdidas⁴⁵.

El problema más común asociado a la construcción de un flujo de caja es que existen diferentes flujos para diferentes fines: uno para medir la rentabilidad del proyecto, otro para medir la rentabilidad de JDS recursos propios y un tercero para medir la capacidad de pago frente a los préstamos que

⁴⁵ BACA URBINA, Gabriel., Evaluación de Proyectos., 3ra. Edic., 2000.

ayudaron a su financiación. Por otra parte, la forma de construir un flujo de caja también difiere si es un proyecto de creación de una nueva empresa o si es uno que se evalúa en una empresa en funcionamiento.

Elementos del flujo de caja.

El flujo de caja de cualquier proyecto se compone de cuatro elementos básicos: a) los egresos iniciales de fondos, b) los ingresos y egresos de operación, c) el momento en que ocurren estos ingresos y egresos, y d) el valor de desecho o salvamento del proyecto⁴⁶.

Los egresos iniciales corresponden al total de la inversión inicial requerida para la puesta en marcha del proyecto. El capital de trabajo, si bien no implicará siempre un desembolso en su totalidad antes de iniciar la operación, se considerará también como un egreso en el momento cero, ya que deberá quedar disponible para que el administrador del proyecto pueda utilizarlo en su gestión, la inversión en capital de trabajo puede diferirse en varios periodos. Si tal fuese el caso, sólo aquella parte que efectivamente deberá estar disponible antes de la puesta en marcha se tendrá en cuenta dentro de los egresos iniciales.

Los ingresos y egresos de operación constituyen todos los flujos de entradas y salidas reales de caja. Es usual encontrar cálculos de ingresos y egresos basados en los flujos contables en estudio de proyectos cuales,

⁴⁶ BACA URBINA, Gabriel., Evaluación de Proyectos., 3ra. Edic., 2000.

por su carácter de causados o devengados, no necesariamente ocurren en forma simultánea con los flujos reales. Por ejemplo la contabilidad considera como ingreso el total de la venta, sin reconocer la posible recepción diferida de los ingresos si ésta se hubiese efectuado a crédito.

Igualmente, concibe como egreso la totalidad del costo de ventas, que por definición corresponde al costo de los productos vendidos solamente, sin inclusión de aquellos costos en que haya incurrido por concepto de elaboración de productos para existencias. La diferencia entre devengados o causados y reales se hace necesaria, ya que el momento de hacer efectivos el ingreso y el gasto será determinante para la evaluación del proyecto⁴⁷.

El flujo de caja se expresa en momentos. El momento cero reflejará todos los egresos previos a la puesta en marcha del proyecto. Si se proyecta reemplazar un activo durante el periodo de evaluación, se aplicará la convención de que en el momento del reemplazo se considerará tanto el ingreso por la venta del equipo antiguo como el egreso por la compra del nuevo. Con esto se evitarán las distorsiones dadas por los supuestos de cuándo se logra vender efectivamente, el equipo usado o de las condiciones de crédito de un equipo que adquiere.

Los costos que componen el flujo de caja se derivan de los estudios de mercado, técnico y organizacional analizados en los capítulos anteriores.

⁴⁷ BACA URBINA, Gabriel., Evaluación de Proyectos., 3ra. Edic., 2000.

Cada uno de ellos definió los recursos básicos necesarios para la operación óptima en cada área y cuantificó los costos de su utilización.

Los egresos que no han sido determinados por otros estudios y que deben considerarse en la composición del flujo de caja, sea en forma directa o indirecta, son los impuestos. El cálculo de los impuestos, requerirá la cuantificación de la depreciación, la cual, sin ser un egreso efectivo de fondos, condiciona el monto de los tributos por pagar.

Aunque lo que interesa al preparador y evaluador de proyectos es incorporar la totalidad de los desembolsos, independientemente de cualquier ordenamiento o clasificación, es importante en ocasiones disponer de una pauta de clasificación de costos que permita verificar su inclusión. Una clasificación usual de costos se agrupa según el objeto del gasto, en costos de fabricación, gastos de operación, financieros y otros.

Los costos de fabricación pueden ser directos o indirectos (estos últimos conocidos también como gastos de fabricación). Los costos directos los componen los materiales directos y la mano de obra directa, que debe incluir la remuneración, la previsión social, las indemnizaciones, gratificaciones y otros desembolsos relacionados con un salario o sueldo.⁴⁸

Los costos indirectos, por su parte, se componen por la mano de obra indirecta (jefes de producción, choferes, personal de reparación y

⁴⁸ BACA URBINA, Gabriel., Evaluación de Proyectos., 3ra. Edic., 2000.

mantenimiento, personal de limpieza, guardias de seguridad); materiales indirectos (repuestos, combustibles y lubricantes, útiles de aseo); y los gastos indirectos como energía (electricidad, gas, vapor), comunicaciones (teléfono, radio, télex, intercomunicadores) seguros, arriendos, depreciaciones, etc.

Los gastos de operación pueden ser gastos de venta o gastos generales y de administración. Los gastos de ventas están compuestos por los gastos laborales (como sueldos, seguro social, gratificaciones y otros), comisiones de ventas y de cobranzas, publicidad, empaques, transportes y almacenamiento. Los gastos generales y de administración los componen los gastos laborales, de representación, seguros, alquileres, materiales y útiles de oficina, depreciación de edificios administrativos y equipos de oficina, impuestos y otros.

Los gastos financieros, que se analizan en sus distintos aspectos en los capítulos siguientes, los constituyen los gastos de intereses por los préstamos obtenidos.

En el ítem "otros gastos" se agrupan la estimación de incobrables y un castigo por imprevistos, que usualmente corresponde a un porcentaje sobre el total⁴⁹.

Un elemento de costo no analizado en los capítulos anterior que influye indirectamente sobre el gasto en imprevistos es la depreciación, que

⁴⁹ BACA URBINA, Gabriel., Evaluación de Proyectos., 3ra. Edic., 2000.

representa el desgaste de la inversión en obra física equipamiento que se produce por su uso. Los terrenos y el capital trabajo no están sujetos a depreciación, ya que no se produce desgaste derivado de su uso.

Puesto que el desembolso se origina al adquirirse el activo gastos por depreciación no implican un gasto en efectivo, sino contable para compensar, mediante una reducción en el pago de impuestos, la pérdida de valor de los activos por su uso. Mientras mayor sea el gasto por depreciación, el ingreso gravable disminuye y tanto, también el impuesto pagadero por las utilidades del negocio. Aunque existen muchos métodos para calcular la depreciación, en los estudios de viabilidad generalmente se acepta la convención que es suficiente aplicar el método de línea recta sin valor residual, lo que supone que se deprecia todo el activo en proporción similar cada año.

Lo anterior se justifica porque al no ser la depreciación un egreso de caja, sólo influye en la rentabilidad del proyecto por sus efectos indirectos sobre los impuestos. Al depreciarse todo el activo, por cualquier método se obtendrá el mismo ahorro tributario, diferencia: sólo el momento en que ocurre. Al ser tan marginal el efecto, se ve por el método de línea recta que además de ser más fácil de aplicar es el que entrega el escenario más conservador⁵⁰.

⁵⁰ BACA URBINA, Gabriel., Evaluación de Proyectos., 3ra. Edic., 2000.

Valor actual neto.

El método del Valor Actual Neto (VAN), consiste en determinar el valor presente de los flujos de costos e ingresos generados a través de la vida útil del proyecto. Alternativamente esta actualización puede aplicarse al flujo neto y en definitiva corresponde a la estimación al valor presente de los ingresos y gastos que se utilizarán en todos y cada uno de los años de operación económica del proyecto⁵¹.

En términos matemáticos el VAN es la sumatoria de los beneficios netos multiplicado por el factor de descuento o descontados a una tasa de interés pagada por beneficiarse el préstamo a obtener.

El VAN, representa en valores actuales, el total de los recursos que quedan en manos de la empresa al final de toda su vida útil, es decir, es el retorno líquido actualizado generado por el proyecto.

Si el VAN es igual o mayor que cero, el proyecto o inversión es conveniente, caso contrario no es conveniente.

$$\text{VAN} = \sum \text{Flujos Act.} - \text{Invers.}$$

RELACIÓN BENEFICIO / COSTO

El indicador beneficio-costos, se interpreta como la cantidad obtenida en calidad de beneficio, por cada dólar invertido, pues para la toma de decisiones, se deberá tomar en cuenta lo siguiente:

⁵¹ Manuel Pasaca Formulación y Evaluación de Proyectos

$B/C > 1$ Se puede realizar el proyecto.

$B/C = 1$ Es indiferente realizar el proyecto.

$B/C < 1$ Se debe rechazar el proyecto.

$$RBC = \frac{\text{INGRESO ACTUALIZADO}}{\text{COSTO ACTUALIZADO}}$$

TASA INTERNA DE RETORNO.

Método de evaluación que al igual que el Valor Actual Neto (VAN), toma en consideración el valor en el tiempo del dinero y las variaciones de los flujos de caja durante toda la vida útil del proyecto. Este método actualmente es muy utilizado por bancos, empresas privadas, industrias, organismos de desarrollo económico y empresas estatales⁵².

Se define a la "Tasa Interna de Retorno" TIR, como aquella tasa que iguala el valor presente de los flujos de ingresos con la inversión inicial.

Se podría interpretar a la Tasa Interna de Retorno, como la más alta tasa de interés que se podría pagar por un préstamo que financiara la inversión, si el préstamo con los intereses acumulados a esta tasa dada, se fuera abonando con los ingresos provenientes del proyecto, a medida que estos van siendo generados a través de toda la vida útil del proyecto. La Tasa Interna de Retorno se define como la tasa de descuento que hace que el valor presente neto sea cero; es decir, que el valor presente de los flujos de caja que

⁵² Manuel Pasaca Formulación y Evaluación de Proyectos

genera el proyecto sea exactamente igual a la inversión neta realizada. La TIR, utilizada como criterio para tomar decisiones de aceptación o rechazo de un proyecto se toma como referencia lo siguiente:

Si la TIR es mayor que el costo del capital debe aceptarse el proyecto.

Si la TIR es igual que el costo del capital es indiferente llevar a cabo el proyecto. Si la TIR es menor que el costo del capital debe rechazarse el proyecto

$$\text{TIR} = T_m - D_t \left(\frac{\text{VAN Menor}}{\text{VAN Menor} - \text{VAN Mayor}} \right)$$

PERÍODO DE RECUPERACIÓN DEL CAPITAL.

Consiste en el tiempo requerido para recuperar la inversión original, en una medida de la rapidez con que el proyecto reembolsará el desembolso original de capital. Comúnmente los períodos de recuperación de la inversión o capital se utilizan para evaluar las inversiones proyectadas. El período de recuperación consiste en el número de años requeridos para recobrar la inversión inicial.⁵³

$$\text{PRC} = \frac{\sum \text{Flujo Neto} - \text{Inversión}}{\text{Flujo del año que supera la Inversión}}$$

⁵³ Manuel Pasaca Formulación y Evaluación de Proyectos

ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD.

En un proyecto, es conveniente efectuar el análisis de sensibilidad, porque se trata de medir si le afectan o no a un proyecto, dos situaciones que se dan en una economía, esto es, el aumento en los costos y la disminución en los ingresos. El análisis de sensibilidad es la interpretación dada a la incertidumbre en lo que respecta a la posibilidad de implantar un proyecto, debido a que no se conocen las condiciones que se espera en el futuro.⁵⁴

Las variables que presentan mayor incertidumbre son los ingresos y los costos, por ello el análisis se lo efectúa tomando como parámetros un aumento en los costos y una disminución en los ingresos.

Para la toma de decisiones debe tomarse en cuenta lo siguiente:

- Cuando el coeficiente de sensibilidad es mayor que uno el proyecto es sensible.
- Cuando el coeficiente de sensibilidad es igual a uno el proyecto no sufre ningún efecto.
- Cuando el coeficiente de sensibilidad es menor que uno el proyecto no es sensible.

⁵⁴ HERNÁNDEZ Edgar. 2011. "Proyectos, Formación y Evaluación". Segunda Edición.

FORMULAS:

Diferencia de TIR = TIR del Proyecto – Nueva TIR
Diferencia entre TIR

% de Variación = -----
TIR del Proyecto
% Variación

Sensibilidad = -----
Nueva TIR

e) MATERIALES Y MÉTODOS

Método inductivo

Es aquel método que sirve como inducción y va de un principio particular en la investigación. A través de datos recopilados mediante la aplicación de encuestas, entrevistas del segmento de la población nos facilitó tener una visión clara sobre la realidad hotelera en la ciudad de Tarapoa del Cantón Cuyabeno, lo cual se podrá evidenciar a lo largo del proyecto consolidándolo con el marco conceptual para poder determinar las respectivas conclusiones permitiendo así dar soluciones al problema y conocer las oportunidades de éxito de este proyecto.

Método deductivo.

Es un proceso investigativo que parte de un principio general ya conocido para inferir de él consecuencias particulares. En base a éste método pudimos determinar el tamaño de la muestra, con datos generales y reales de la población a nivel local la demanda real del producto y la demanda potencial.

Método analítico.

Este método consiste en la desmembración de un todo, descomponiéndolo en sus partes o elementos para observar las causas, la naturaleza y los efectos. Mediante este método se pudo conocer más del objeto de estudio, determinar la influencia que generaría la implementación del hotel, causas y

efectos. Así mismo se lo empleó en el análisis de mercado, análisis de punto de equilibrio, análisis financiero.

Método matemático

Es un procedimiento moderno, basado en la utilización de las matemáticas, que se aplican en la ciencia y la práctica económicas. A través de éste método pudimos aplicar ciertas fórmulas matemáticas aplicadas en todo el proceso investigativo, estudio de mercado, estudio económico y evaluación financiera.

Método estadístico.

Es el método que permite recopilar en la investigación los diferentes datos estadísticos o resultados emitidos por diferentes factores como censos o recopilación matemáticos, Este método investigativo nos permitió el poder realizar la tabulación e interpretación de los datos estadísticos realizados en la investigación.

Método descriptivo

Este método permitió describir la información obtenida en el Estudio de Mercado mediante instrumentos de campo como encuestas, entrevistas, informes, y de esa manera poder determinar las necesidades gustos y preferencias de los usuarios.

TÉCNICAS

Revisión bibliográfica documental y de archivo.

Mediante esta técnica se realizó la recolección de información bibliográfica, a través de información de internet, folletos, revistas y otras publicaciones que servirán para armar el enfoque teórico en lo que concierne al tema en estudio. De igual forma se realizó encuestas y entrevistas, mediante la investigación de campo, además de datos secundarios proporcionados por el INEC y el Ministerio de Turismo.

Observación directa.

Se trata de un procedimiento utilizado en todos los tiempos y lugares como una forma de adquirir conocimientos la observación es una técnica dedicada a ver y oír hechos y fenómenos que se desean estudiar, con la observación directa se estableció la localización de la empresa.

La encuestas.

Mediante la realización de un estudio de mercado se aplicará las encuestas a través de un banco de preguntas en relación a la implementación de un Hotel en la Ciudad de Tarapoa del Cantón Cuyabeno, y de esa manera obtener información veraz sobre los gustos y preferencias de los usuarios.

Entrevistas

A través de esta técnica se realizará entrevistas a los dueños de las residenciales y hoteles de la provincia con la finalidad de conocer los servicios que ofrecen, y determinar la oferta del servicio hotelero.

POBLACIÓN Y MUESTRA

Para determinar la población en estudio, partiremos del hecho de que en la provincia se suelen movilizar, no solo personal de las empresas que se dedican a la explotación del petróleo, sino también por un lado los Turistas tanto nacionales como extranjeros, así como también la población de la provincia de Sucumbíos que visitan este sector de la Patria.

Por lo tanto la población que se tomó en cuenta para el presente estudio corresponde a la Población Económicamente Activa de la Provincia de Sucumbíos; esto, por cuanto ésta población que está comprendida en personas con ingresos favorables y están involucrados en negocios particulares o públicos, están en capacidad económica de poder solventar gastos de movilización y de hospedaje que es lo que se requiere para el proyecto y además será considerado el número de turistas nacionales y extranjeros; según los datos obtenidos en el INEC y en el Ministerio de Turismo. Esta población se la utilizará para aplicarla a formulaciones matemáticas y obtener un tamaño de muestra poblacional, cuyo proceso se detalla a continuación.

Dónde:

n= Tamaño de la muestra

p= Probabilidad de Ocurrencia (0,5)

q= Probabilidad de No Ocurrencia (0,5)

$z =$ Nivel de Confianza Bajo la curva normal (95%)= 1,96

$e =$ Margen de Error (5%)=0,05

$N =$ Población en estudio = 88308 usuarios.

$$n = \frac{z^2 NPQ}{E^2(N-1) + Z^2 PQ}$$

$$n = \frac{(1,96)^2 * (0,5)(0,5)(88.308)}{(0,05)^2(88308-1) + (1,96)^2 * (0,5)(0,5)}$$

$$n = \frac{3.8416(22.077)}{220,7675 + 0,9604}$$

$$n = \frac{84.811,0032}{221,7279}$$

$$n = 383 \text{ ENCUESTAS}$$

f) RESULTADOS

ESTUDIO DE MERCADO.

El Estudio de Mercado es una de las partes más significativas en la elaboración de un proyecto, debido a que suministra la información primordial para el desarrollo de los estudios posteriores.

Este estudio puede variar de un proyecto a otro dependiendo del producto o servicio en base al cual se lo va a ejecutar, pero siempre debe suministrar información respecto a la demanda y la oferta del bien, su precio, los canales de comercialización que pueden utilizarse y de ser necesarios otros aspectos que el investigador determine importantes para presentar una idea clara de las posibilidades de éxito o fracaso que el producto tendrá en el mercado.

PRODUCTO O SERVICIO.

Se entiende por producto o servicio a la combinación o conjunto de características unidas en una forma fácilmente identificable, que el comprador acepta como algo que le sirve para satisfacer sus deseos o necesidades.

El servicio que se pretende prestar es turístico mediante la creación de un hotel de excelente calidad en su asistencia.

ANÁLISIS DE LA DEMANDA

Distribución del mercado objetivo

Se concibe por mercado objetivo al grupo de personas hacia las cuales está dirigido un explícito producto o servicio de una empresa.

Nuestro mercado objetivo está combinado por la población económicamente activa de sucumbíos que es de 80342, la población turística Nacional y Extranjera que es de 6106 y la población de empresas petroleras con 1860 lo que determina un población de 88308 usuarios.

Cuadro N° 1
POBLACIÓN EN ESTUDIO PARA EL PROYECTO

ÁREA DE POBLACIÓN	POBLACIÓN	%	DISTRIBUCIÓN DE ENCUESTAS
Población Económicamente Activa de Sucumbíos	80342	91	348
Población Turistas Nacionales y Extranjeros	6106	7	27
Población Empresas Petroleras	1860	2	8
TOTAL	88308	100%	383

FUENTE: Inec, Cámara de Turismo

ELABORACIÓN: Las Autoras

**CUADRO Nº 2
DATOS DE LA POBLACIÓN ECONÓMICAMENTE ACTIVA DE
SUCUMBÍOS. T.C 4.7%**

POBLACIÓN PROVINCIA	POBLACIÓN	POBLACIÓN
	2001	2012
Lago Agrio	24868	44828
Gonzalo Pizarro	2638	9376
Putumayo	2052	3699
Shushufindi	12605	22722
Sucumbíos	1124	2026
Cascales	2540	4580
Cuyabeno	3029	5215
TOTAL	48856	92446

FUENTE: Inec, Cámara de Turismo

ELABORACIÓN: Las Autoras

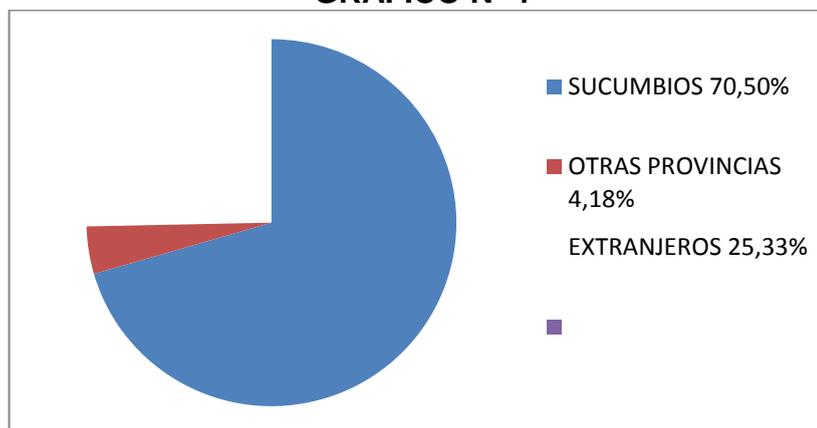
COMPORTAMIENTO DEL MERCADO.

De los resultados obtenidos del estudio del mercado investigado, se pueden señalar en los siguientes cuadros:

PREGUNTA. Nº 1**1. ¿Cuál es el lugar de procedencia?****CUADRO Nº 3**

ALTERNATIVAS	FRECUENCIAS	PORCENTAJE %
SUCUMBÍOS	270	70,50
OTRAS PROVINCIAS	16	4,18
EXTRANJEROS	97	25,33
TOTAL	383	100,00

FUENTE: Encuesta.
ELABORACIÓN: Las autoras

GRAFICO Nº 1**ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN.**

De la encuesta aplicada a los 383, se puede evidenciar que la mayor cantidad de usuarios están localizados en la provincia de Sucumbíos con un porcentaje del 70,50%, seguido de extranjeros con un 25,33% y en menor porcentaje personas de otras provincias con 4,18%, quedándonos claro que la mayor afluencia de usuarios se encuentra en Sucumbíos.

PREGUNTA. Nº 2

2. ¿Identifica Usted en el cantón Cuyabeno a Tarapoa como lugar para realizar actividades turísticas, de comercio y trabajo?

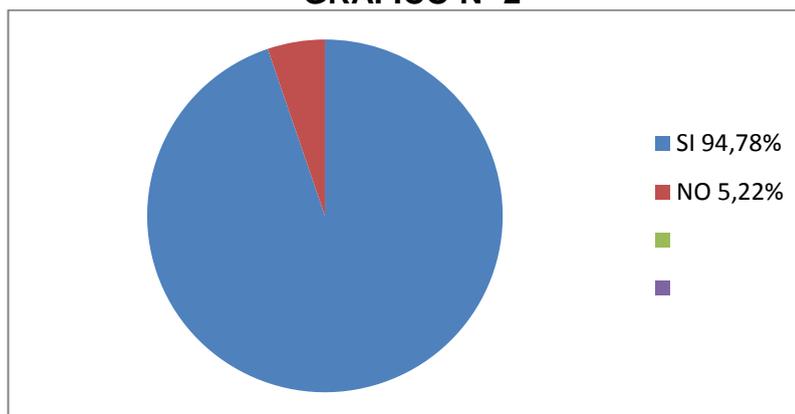
CUADRO Nº 4

ALTERNATIVAS	FRECUENCIAS	PORCENTAJE %
SI	363	94,78
NO	20	5,22
TOTAL	383	100,00

FUENTE: Encuesta.

ELABORACIÓN: Las autoras

GRÁFICO Nº 2



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN.

De la encuesta aplicada a los 383, se puede establecer que la mayor cantidad de usuarios en un 94,78% consideran que Tarapoa del Cantón Cuyabeno está acorde para realizar actividades turísticas, de comercio y trabajo, en un porcentaje mínimo del 5,22% consideran que no, por lo tanto estos resultados son positivos para nuestras aspiraciones.

PREGUNTA. Nº 3

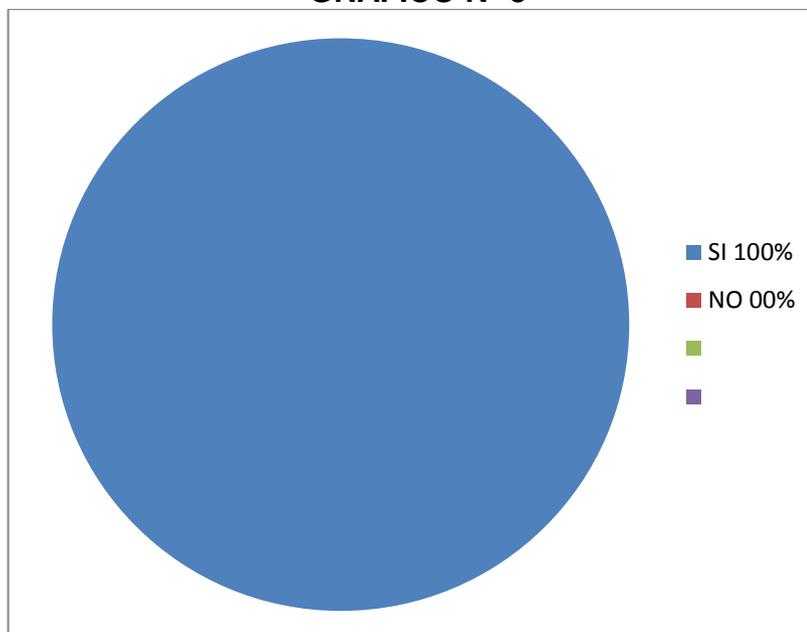
3. ¿Ud. ha visitado Tarapoa en el Cantón Cuyabeno?

CUADRO Nº 5

ALTERNATIVAS	FRECUENCIAS	PORCENTAJE %
SI	363	100,00
NO	00	0,00
TOTAL	363	100,00

FUENTE: Encuesta.

ELABORACIÓN: Las autoras

GRAFICO Nº 3**ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN.**

De la encuesta aplicada a los 363 usuarios de los que si identifican a Tarapoa como un lugar propicio para acudir el 100% si han acudido a este rincón oriental de la patria Ecuatoriana, aspecto positivo para ejecutar nuestro proyecto.

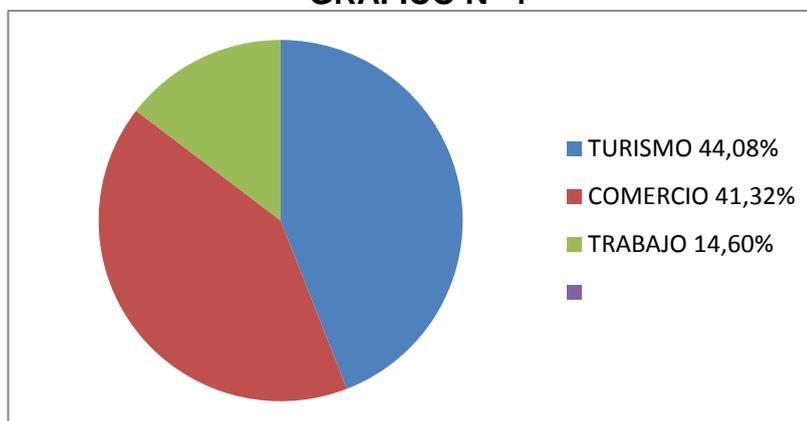
PREGUNTA. Nº 4

4. ¿Si Ud. ha visitado Tarapoa o sus alrededores, cuál fue el motivo de su visita?

CUADRO Nº 6

ALTERNATIVAS	FRECUENCIAS	PORCENTAJE %
TURISMO	160	44,08
COMERCIO	150	41,32
TRABAJO	53	14,60
TOTAL	363	100,00

FUENTE: Encuesta.
ELABORACIÓN: Las autoras

GRAFICO Nº 4**ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN.**

De la encuesta aplicada a los 363 usuarios el 44,08% la ha hecho por turismo, el 41,32% por comercio, demostrando que este lugar es un atractivo turístico como también es muy bueno para realizar actividades comerciales de distinta índole, el 14,60% se considera que residen en este lugar por situaciones laborales porcentaje importante para lograr nuestro objetivo.

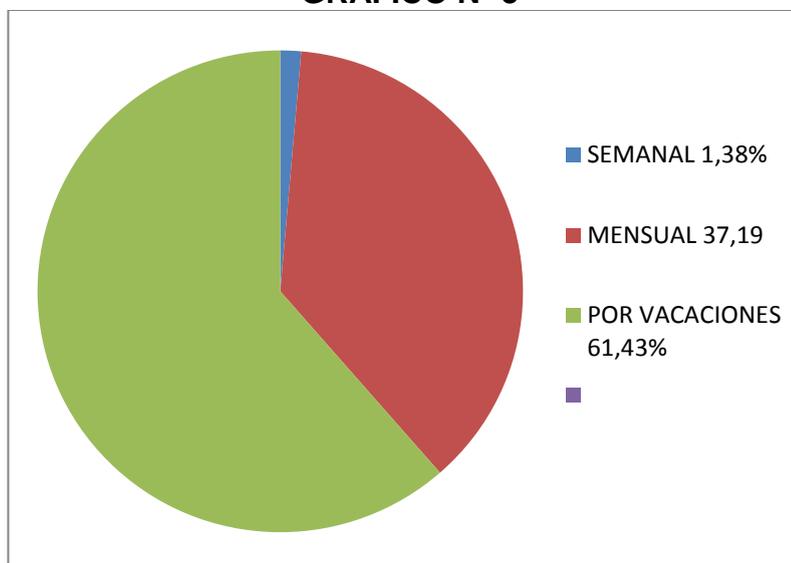
PREGUNTA. Nº 5

5. ¿Con que frecuencia visita Usted Tarapoa del cantón Cuyabeno?

CUADRO Nº 7

ALTERNATIVAS	FRECUENCIAS	PORCENTAJE %
SEMANTAL	5	1,38
MENSUAL	135	37,19
POR VACACIONES	223	61,43
TOTAL	363	100,00

FUENTE: Encuesta.
ELABORACIÓN: Las autoras

GRAFICO Nº 5**ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN.**

En esta pregunta de la encuesta se puede establecer que la frecuencia de visita de los usuarios se la realiza por vacaciones con un 61,43% y mensualmente por comercio el 37,19% y en un mínimo porcentaje de 1,38% semanalmente esto implica que frecuentemente sea por vacaciones turísticas o comercio la afluencia en bastante considerable.

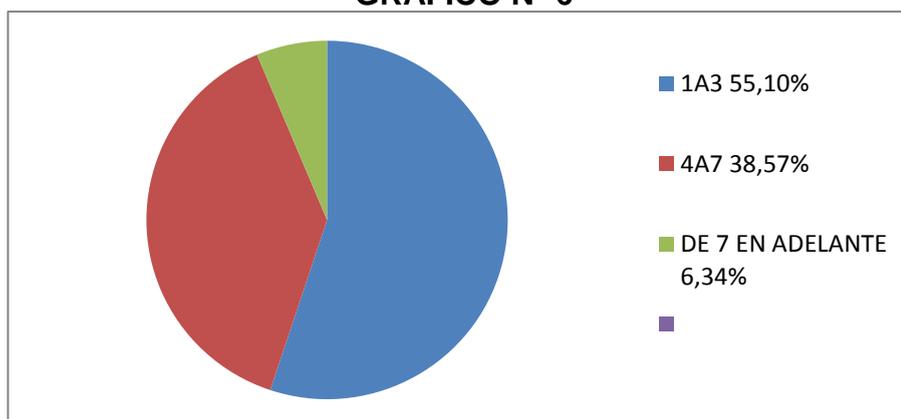
PREGUNTA. Nº 6

6. ¿Cuál es el tiempo estimado de su estadía en Tarapoa del cantón Cuyabeno?

CUADRO Nº 8

ALTERNATIVAS	FRECUENCIAS	PORCENTAJE %
1 a 3 Días	200	55,10
4 a 7 Días	140	38,57
De 7 Días adelante	23	6,34
TOTAL	363	100,00

FUENTE: Encuesta.
ELABORACIÓN: Las autoras

GRAFICO Nº 6**ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN.**

De acuerdo a la encuesta se puede establecer que de los 363 encuestados el 55,10% manifiestan que su estadía fluctúa entre 1 y 3 días, con el 38,57% se establece de 4 a 7 días y con un porcentaje de 6,34% lo hacen con más de 7 días, importante información para poder determinar el tiempo de estadía de un usuario normal y un turista.

PREGUNTA. Nº 7

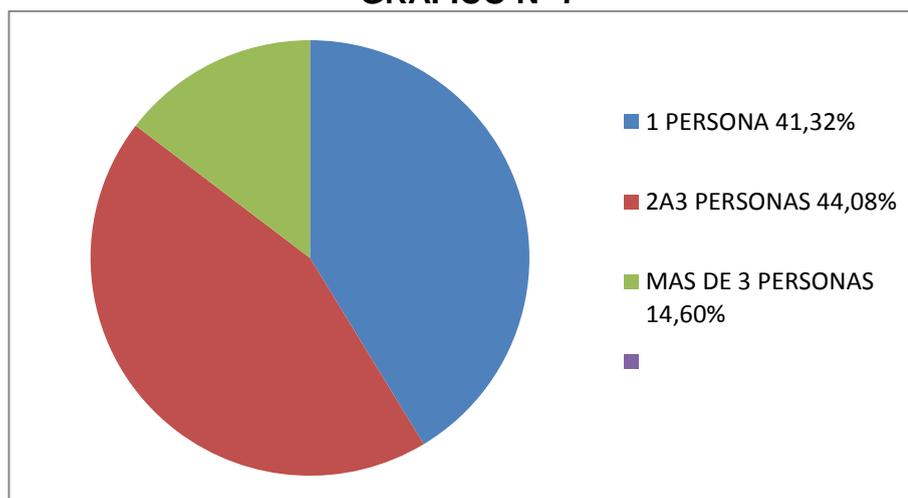
7. ¿Habitualmente con cuántas personas visita o ha visitado este lugar?

CUADRO Nº 9

ALTERNATIVAS	FRECUENCIAS	PORCENTAJE %
1 PERSONA	150	41,32
2 a 3 PERSONAS	160	44,08
MAS DE 3 PERSONAS	53	14,60
TOTAL	363	100,00

FUENTE: Encuesta.
ELABORACIÓN: Las autoras

GRAFICO Nº 7



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN.

La encuesta permite instaurar que de los 363 encuestados el 44,08% realizan sus visitas entre 2 y 3 personas, el porcentaje de visitas personales se establece en el 41,32% y en un porcentaje menor lo hacen más de 3 personas, cifras importantes y que serán consideradas en nuestro proyecto.

PREGUNTA. Nº 8

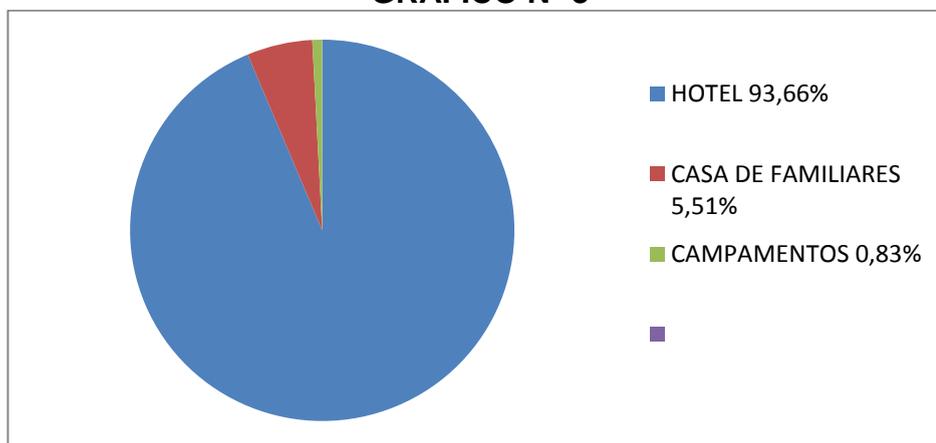
8. ¿En qué lugar Usted. se hospeda cuando ha llegado a Tarapoa?

CUADRO Nº 10

ALTERNATIVAS	FRECUENCIAS	PORCENTAJE %
HOTEL	340	93,66
CASAS DE FAMILIARES	20	5,51
CAMPAMENTOS	3	0,83
TOTAL	363	100,00

FUENTE: Encuesta.
ELABORACIÓN: Las autoras

GRAFICO Nº 8



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN.

La encuesta permite establecer que del total de encuestados 363, el 93,66% su estadía la realizan en hoteles, otros usuarios con el 5,51% llegan a casas de familiares y en un reducido porcentaje del 0,83% hacen uso de campamentos, este dato demuestra que la mayoría de personas buscan hoteles como alternativa para hospedarse.

PREGUNTA. Nº 9

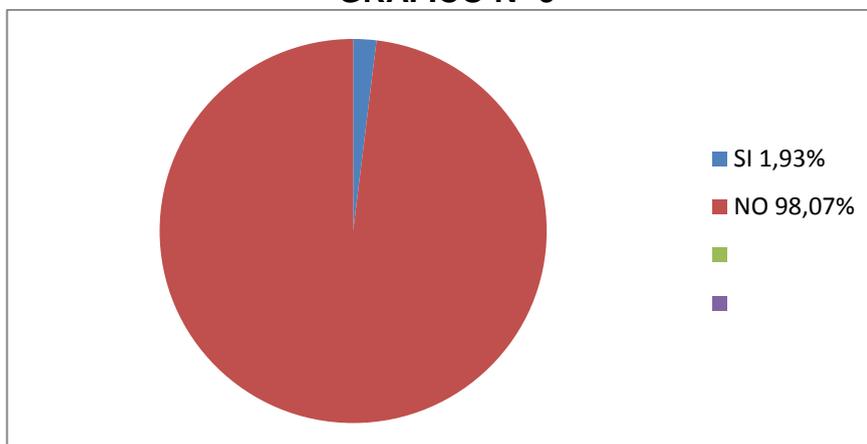
9. ¿Considera Usted ser bien atendido en el lugar donde le ha servido la estadía?

CUADRO Nº 11

ALTERNATIVAS	FRECUENCIAS	PORCENTAJE %
SI	7	1,93
NO	356	98,07
TOTAL	363	100,00

FUENTE: Encuesta.
ELABORACIÓN: Las autoras

GRAFICO Nº 9



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN.

La presente pregunta, la encuesta determina que de los 363 personas o usuarios, el 98,07% no reciben un buen trato y atención en los lugares que han escogido para pernoctar, y solamente 1,93% están conformes con la atención brindada, este dato indica que no existen hoteles que brinden un buen servicio por lo tanto es positivo para nuestras aspiraciones.

PREGUNTA. Nº 10

10. ¿Si se implantara en Tarapoa del Cantón Cuyabeno un hotel que brinde características turísticas y sociales, de muy buena calidad, y con adiciones en sus servicios, a los usuarios como comodidad, garantía, seguridad y más que todo satisfaga las necesidades que un usuario busca para su hospedaje, estaría Ud. dispuesto a hacer del mismo?

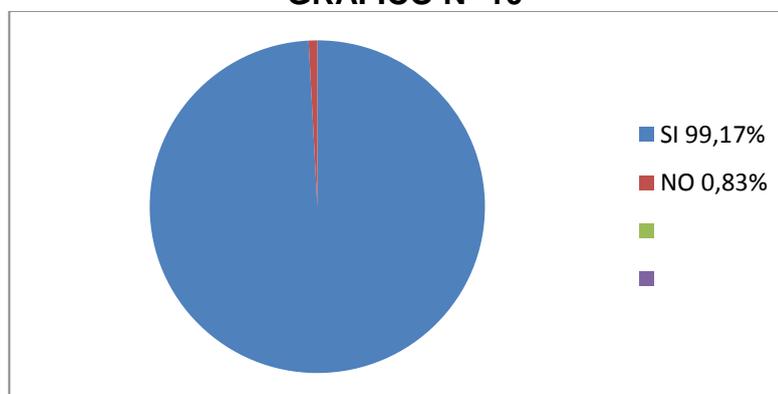
CUADRO Nº 12

ALTERNATIVAS	FRECUENCIAS	PORCENTAJE %
SI	360	99,17%
NO	3	0,83%
TOTAL	363	100,00

FUENTE: Encuesta.

ELABORACIÓN: Las autoras

GRAFICO Nº 10



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN.

La presente pregunta, en encuesta determina que de los 363 personas o usuarios, el 99,17% si están muy de acuerdo a que se implante un nuevo hotel en este lugar, así mismo están predispuestos hacer usos de los servicios que se pretende brindar, el porcentaje negativo es mínimo por lo tanto se deduce la informidad de los usuarios con los hoteles existentes, información valedera para nosotros.

PREGUNTA. Nº 11

11. ¿Qué servicios considera Usted. que le debería brindar el nuevo hotel a implementarse?

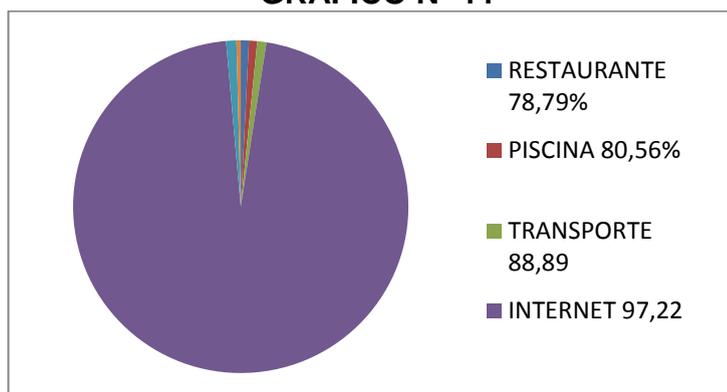
CUADRO Nº 13

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
RESTAURANTE	280	78,79
PISCINA	290	80,56
TRANSPORTE	320	88,89
INTERNET	350	97,22
TV. CABLE	360	100
LAVANDERÍA	150	41,67
TOTAL		

FUENTE: Encuesta.

ELABORACIÓN: Las autoras

GRAFICO Nº 11



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN.

Por tratarse de una pregunta abierta nos podemos dar cuenta que los usuarios acuden a hoteles ubicados en esta localidad, evidenciado según la respuestas emitidas en la encuesta los diferentes hoteles ubicados en el lugar donde se pretende implantar el nuestro, no presentan las comodidades y servicios adecuados, que garanticen una buena estadía, por tal razón es de suma importancia determinar la falta de estos servicios para nuestras aspiraciones.

PREGUNTA. Nº 12

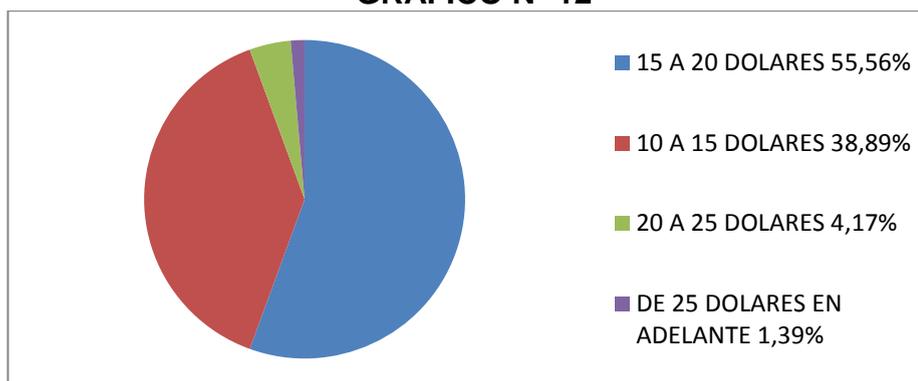
12. ¿Cuál es precio o tarifa diaria por persona, por hospedarse en una habitación, considerando los servicios que Ud. ha propuesto?

CUADRO Nº 14

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
10 a 15 DÓLARES	140	38,89
15 A 20 DÓLARES	200	55,56
20 A 25 DÓLARES	15	4,17
DE 25 DÓLARES EN ADELANTE	5	1,39
TOTAL	360	100,00

FUENTE: Encuesta.
ELABORACIÓN: Las autoras

GRAFICO Nº 12



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN.

La presente pregunta, de la encuesta determina que de los 360 personas o usuarios, el 55,56% están dispuestos a pagar de 15 a 20 dólares por el hospedaje siempre y cuando sea garantizada su estadía, el 38,89% creen que el precio a pagar sería de 10 a 15 dólares y en porcentajes menores de 4,17 y 1,39% creen que se debería pagar entre 25 y más de 25 dólares, datos importantes para poder constatar en valor que estarían dispuestos a pagar los usuarios.

PREGUNTA. Nº 13

13. ¿Qué medios de comunicación le gustaría que la empresa haga conocer sus servicios?

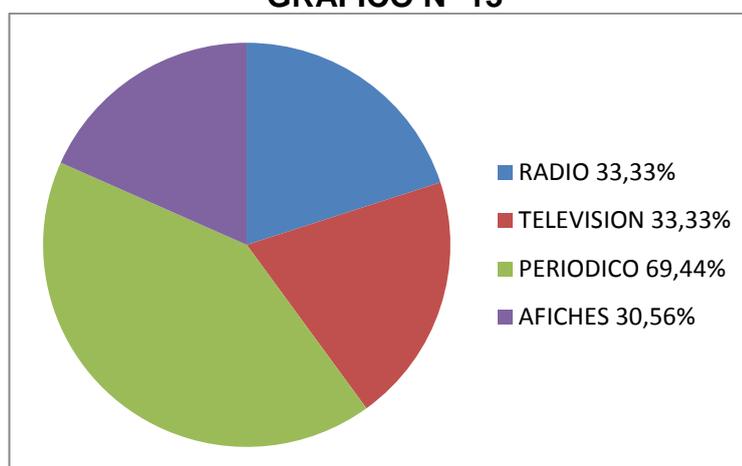
CUADRO Nº 15.

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
RADIO	120	33,33
TELEVISIÓN	120	33,33
PERIÓDICO	250	69,44
AFICHES	110	30,56
TOTAL		

FUENTE: Encuesta.

ELABORACIÓN: Las autoras

GRAFICO Nº 13



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN.

Por tratarse de una pregunta abierta nos podemos dar cuenta que los usuarios tienen como preferencia el periódico que circula diariamente, sin descartar los demás medios informativos como radio televisión e inclusive como propaganda afiches en este sentido se considera que la publicidad es importante para hacer conocer los servicios que prestaría el nuevo hotel.

g) DISCUSIÓN

ESTUDIO DE MERCADO

El Estudio de mercado ha permitido conocer la demanda del servicio hotelero en la ciudad de Tarapoa, datos de clientes potenciales, reales y efectivos en el mercado, sus gustos, preferencias, y conocer todo acerca del producto, precio, plaza y promoción. Además ha permitido conocer la oferta de hoteles para establecer una relación entre oferta y demanda para determinar la demanda insatisfecha del servicio.

Demanda Potencial:

Para determinar la demanda potencial se ha considerado a las personas que consideran la ciudad de Tarapoa como un lugar para realizar actividades turísticas, de comercio y de trabajo, tomando los resultados de la pregunta N°2 (Cuadro N°4) de las encuestas a usuarios, los mismos que vierten que el 94,78% de los encuestados lo considera de esta manera. Obteniendo como demanda potencial 83.698 turistas para el año base, y de 105.305 para el quinto año. Tal y como se muestra a continuación:

**CUADRO N°16
DEMANDA POTENCIAL**

Periodo	Años	Población	% de Aceptación	Demanda Potencial
0	2014	88.308	94,78%	83.698
1	2015	92.458	94,78%	87.632
2	2016	96.804	94,78%	91.751
3	2017	101.354	94,78%	96.063
4	2018	106.117	94,78%	100.578
5	2019	111.105	94,78%	105.305

Fuente: Cuadro N°4

Elaboración: Las Autoras

Uso Promedio Anual:

Para conocer el uso promedio anual del servicio hotelero en la ciudad de Tarapoa, se han tomado los resultados de la pregunta N°5 (cuadro N°7) los que señalan la frecuencia con la que visitan la mencionada ciudad. Para su cálculo dividimos el uso anual del servicio hotelero en la mencionada ciudad que es de 2.103 visitas y lo dividimos para las 363 turistas, obteniendo un uso promedio de 6 veces por persona en un año:

**CUADRO N°17
USO PROMEDIO ANUAL**

Variables	Frecuencia	Periodo	Tiempo	Consumo anual
USO DEL SERVICIO HOTELERO	5	Semanal	52	260
	135	Mensual	12	1620
	223	Anual	1	223
Total	363			2103

Fuente: Cuadro N°7

Elaboración: Las Autoras

Demanda Real:

Para determinar la demanda real se considera los 83.698 turistas del año base que consideran a la ciudad de Tarapoa como un lugar turístico, de trabajo y comercio, y tomando los resultados de la pregunta N°3 (Cuadro N°5) de las encuestas a usuarios se obtiene que el 100% de las personas encuestadas, ha visitado la ciudad de Tarapoa. Es por ello que la demanda real del año base es de 83.698 turistas y para el quinto año es de 105.305 como se muestra a continuación:

**CUADRO N°18
DEMANDA REAL**

Periodo	Años	Demanda Potencial	% de Aceptación	Demanda Real	Consumo Promedio
0	2014	83.698	100%	83.698	6
1	2015	87.632	100%	87.632	6
2	2016	91.751	100%	91.751	6
3	2017	96.063	100%	96.063	6
4	2018	100.578	100%	100.578	6
5	2019	105.305	100%	105.305	6

Fuente: Cuadro N°5 y 16

Elaboración: Las Autoras

Demanda Efectiva:

Para determinar la demanda efectiva se considera las 83.698 personas que han visitado la ciudad de Tarapoa y tomando los resultados de la pregunta N°10 (Cuadro N°12) de las encuestas a consumidores se obtiene que el 99,17% de los turistas, estarían dispuestos a adquirir el servicio hotelero de esta nueva empresa, es por ello que la demanda efectiva del año base es de 83.004 huéspedes y para el quinto año es de 104.431 como se muestra:

**CUADRO N°19
DEMANDA EFECTIVA**

Periodo	Años	Demanda Real	% de Aceptación	Demanda Efectiva
0	2014	83.698	99,17	83.004
1	2015	87.632	99,17	86.905
2	2016	91.751	99,17	90.989
3	2017	96.063	99,17	95.266
4	2018	100.578	99,17	99.743
5	2019	105.305	99,17	104.431

Fuente: Cuadro N°12 y 18

Elaboración: Las Autoras

Demanda Efectiva Anual

Se multiplica la demanda efectiva que es de 83.698 visitantes en el año base por el uso promedio anual, de 6 visitas obteniendo una demanda efectiva anual de 484.897 alojamientos para el año base, y 610.074 para el quinto año. Así tenemos:

**CUADRO N°20
DEMANDA EFECTIVA ANUAL**

Periodos	Años	Demanda Efectiva	Consumo promedio	Demanda efectiva en hospedaje anualmente
0	2014	83.698	6	484.897
1	2015	87.632	6	507.687
2	2016	91.751	6	531.548
3	2017	96.063	6	556.531
4	2018	100.578	6	582.688
5	2019	105.305	6	610.074

Fuente: Cuadro N°18 y 17

Elaboración: La Autora

Análisis de la Oferta:

Para determinar la oferta existente del servicio de alojamiento en la ciudad de Tarapoa se realizaron entrevistas a oferentes de servicios hoteleros de la ciudad de Tarapoa, determinando que la oferta hotelera es la siguiente:

**CUADRO N° 21
ANÁLISIS DE LA OFERTA**

NÚMERO HOTELES	SERVICIO	HOSPEDAJES MENSUALES	MESES	CANTIDAD ANUAL DE HOSPEDAJES
3	Alojamiento	321	12	3852
	Alojamiento	759	12	9108
	Alojamiento	720	12	8640
Total		1800		21600

Fuente: Entrevistas Oferentes

Elaboración: Las Autoras

Balance entre Oferta y Demanda:

Para cuantificar la demanda insatisfecha se realiza un balance entre oferta y demanda, es decir, la cantidad ofertada por los hoteleros y la demanda efectiva anual para obtener la demanda insatisfecha, la cual es producto de la resta de los dos indicadores mencionados; como se muestra a continuación:

**CUADRO N°22
DEMANDA INSATISFECHA**

PERIODOS	AÑOS	DEMANDA EFECTIVA ANUAL EN SERVICIOS DE HOSPEDAJE	OFERTA ANUAL	DEMANDA INSATISFECHA
0	2014	484.897	21.600	463.297
1	2015	507.687	22.473	485.214
2	2016	531.548	23.381	508.168
3	2017	556.531	24.325	532.206
4	2018	582.688	25.308	557.380
5	2019	610.074	26.330	583.744

Fuente: Cuadro N°20 y 21

Elaboración: Las Autoras

PLAN DE COMERCIALIZACIÓN

Una vez establecida la demanda insatisfecha, es necesario establecer el precio, producto, servicio y promociones que va a tener la nueva empresa, tal y como se muestra a continuación.

PRODUCTO O SERVICIO

El servicio que dará la nueva empresa es el hospedaje de personas con un trato diferenciador, el cual presenta varias opciones de hospedaje y

entretenimiento para que los clientes puedan percibir el servicio como único y de calidad, además de que sientan que se justifica el precio que pagan por recibirlo.

GRÁFICO N°14

NOMBRE Y MARCA DEL SERVICIO

Hotel



PRECIOS

Los precios serán determinados tomando como referencia aquellos que aplican los establecimientos que vienen ofreciendo un servicio similar, sin dejar de tomar en cuenta los costos de generación y la obtención de un margen razonable de rentabilidad. Por otra parte se diferenciará el precio por paquetes promocionales y por grupos de personas que se hospeden.

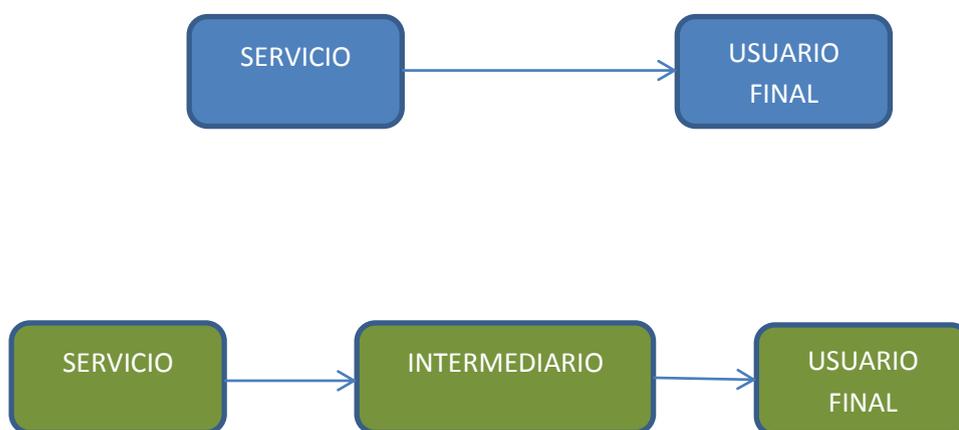
SERVICIO

El servicio de hospedaje se brindará en el cantón Cuyabeno de la provincia de Sucumbíos, por ello el canal de distribución que se debe utilizar para dar

este servicio es el canal: Servicio Hotelero- usuario final, pero además para el caso de operadoras de turismo que están en la zona y en otras regiones del país se podrá utilizar el canal de distribución Servicio Hotelero- Intermediario-Usuario Final.

GRÁFICO N°15

CANAL DE DISTRIBUCIÓN



PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD

Las promociones que se darán en la nueva empresa serán en días festivos y ocasiones especiales, además de los tours y grupos grandes de turistas, en los cuales se hará el descuento del 10% del precio original.

En cuanto a la publicidad está se realizará vía internet que es una buena estrategia en los lugares de hospedaje de la Amazonía

ESTUDIO TÉCNICO

Tamaño del Proyecto

De acuerdo a datos obtenidos en el estudio de mercado, se establecerá el tamaño de la planta, es decir que la cantidad demandada proyectada a futuro fue considerado como el factor principal, el proyecto está basado en satisfacer el área geográfica brindando un servicio eficiente a la población local, nacional e internacional satisfaciendo todas las necesidades que el cliente requiere, tomando en cuenta para ello toda la demanda insatisfecha que existe y toda la inversión que se debe realizar en recursos materiales y humanos para la aplicación del mismo, la cantidad demandada estará en función del crecimiento de la población turística nacional, extranjera y la población de empresas petroleras determinando un número de 88308 usuarios.

Capacidad Instalada

Son las condiciones de la planta para atender o producir una cantidad determinada de servicios que se ha decidido entregar al consumidor, en la que se determina la cantidad máxima de bienes o servicios que pueden obtenerse de las plantas y equipos de una empresa por unidad de tiempo, bajo condiciones tecnológicas dadas, en este caso el número de turistas que se podrá atender, de acuerdo a esto se planteará la capacidad instalada para el primer año de trabajo en función a la demanda insatisfecha. Para el presente proyecto se ha podido determinar que la

capacidad instalada del hotel estará en función del número habitaciones que se pretende construir y el tiempo de atención de cada cliente lo que significa que hospedará 46 huéspedes por día, es decir mensualmente 1380 huéspedes (46 turistas x 30 días laborables promedio es 1380 turistas) y anualmente 16.560 huéspedes es decir (1380 huéspedes mensuales x 12 meses laborables). En el cuadro siguiente se indica la capacidad instalada de la empresa.

**CUADRO Nº 23
CAPACIDAD INSTALADA**

N. Habitaciones	N. capacidad x habitación	N. Huéspedes diarios	N. de Huéspedes mensuales	N. Huéspedes Anuales
20	3 y 2 personas	46	1.380	16.560

Fuente: Capacidad de hospedaje

Elaboración: La s Autoras.

Capacidad Utilizada

El hotel, estará proyectado para ofrecer servicio de hospedaje a 3 personas en las habitaciones familiares, en las dobles a dos personas, considerando que se contará con 20 habitaciones, 14 dobles y 6 habitaciones familiares, con la acogida de 46 turistas diarios, dando un total de 1.380 huéspedes por mes, por lo tanto la capacidad anual de huéspedes será de 16.560 personas cubriendo el 3,57% de la demanda insatisfecha.

**CUADRO N° 23.1
CAPACIDAD UTILIZADA**

DEMANDA INSATISFECHA	% INCREMENTO	CANTIDAD INSTALADA POR SERVICIOS
463297	3,57%	16.560

Fuente: Capacidad de hospedaje
Elaboración: La s Autoras

La capacidad utilizada por el hotel sería 13.248 tomando en cuenta que esta capacidad es del 80% para el primer año de vida útil del proyecto, y por cada año se incrementará el 3,57%.

**CUADRO N°24
CAPACIDAD UTILIZADA**

AÑO	CAPACIDAD INSTALADA POR TURISTAS	CAPACIDAD UTILIZADA %	CAPACIDAD UTILIZADA HABITACIONES
1	16.560	80%	13.248
2	16.560	85%	14.076
3	16.560	90%	14.904
4	16.560	95%	15.732
5	16.560	99%	16.394

Fuente: Investigación Directa
Elaboración: Las Autoras

LOCALIZACIÓN DE PLANTA

El hotel estará ubicado en el cantón Cuyabeno al sur Oriente de la Provincia de Sucumbíos, es una de las principales provincias que proveen al estado del petróleo caracterizada por sus bellos paisajes amazónicos, sus límites son: al norte los cantones Lago Agrio y Putumayo, al sur los cantones Shushufindi y Aguarico de la Provincia de Orellana de los cuales les separa el Río Aguarico, al este límite internacional con la república del Perú. y a Oeste el cantón Shushufindi de la Provincia de Orellana y el cantón Lago Agrio, rodeado de un maravilloso ecosistema su clima húmedo y publiselva caracterizado como la cuenca amazónica, cuenta con

sistema hídrico es el río Aguarico que se alimenta de los ríos Cuyabeno, Puarya, Zábalo, Zacundo Grande y la quebrada Juanillas y el Güepi. El gran Aguarico se extienden por el cantón llevando sus aguas hasta el Amazonas con excelentes vías de comunicación, gran variedad de producción de agricultura y ganadería es una interesante cantón para realizar ecoturismo; ofrece turismo de selva, venta de artesanías en una casa-museo. Es un cantón sumamente organizado y está muy preparado para guiar por sus senderos en el bosque. Es un lugar donde cumple y existen todos los requerimientos necesarios para la implementación de una empresa hotelera. Determinando la Macro y Micro localización

MACRO LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO

Aquí se indica en donde se ubicará esta nueva empresa respecto al mercado local, regional, nacional e internacional que lo rodea. Las instalaciones de esta empresa hotelera serán en el cantón Cuyabeno Provincia de Sucumbíos.

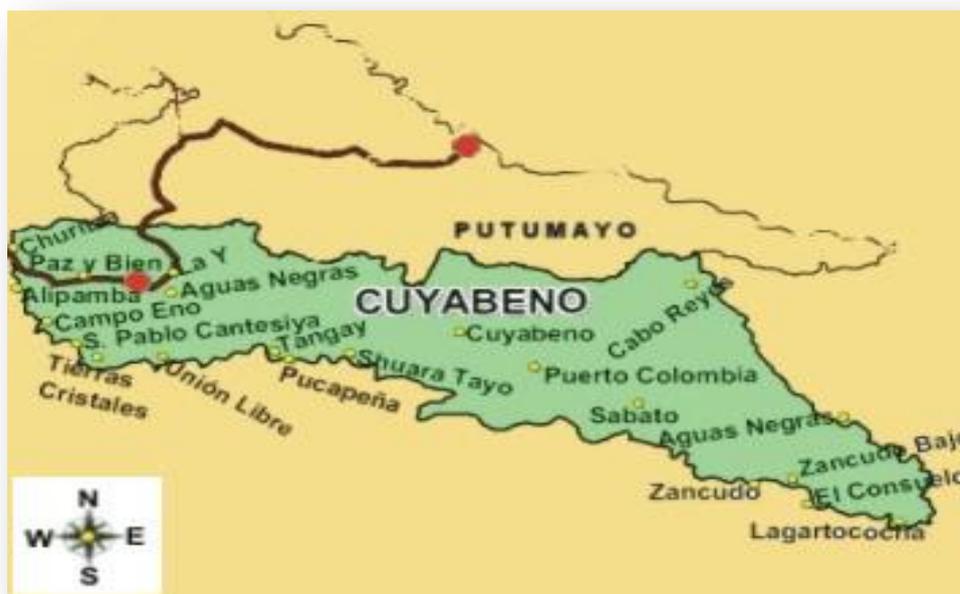
GRAFICO Nº16 MAPA TURÍSTICO DE SUCUMBÍOS



Esta se la realiza por medio de planos urbanísticos en donde se puede especificar la ubicación exacta de la empresa con los nombres de las calles en donde está ubicada.

GRAFICO Nº17

MICROLOCALIZACIÓN



FACTORES DE LOCALIZACIÓN

Estos factores constituyen todos los aspectos que permitirán que el proyecto funcione con normalidad y sea eficiente definiendo la localización de la nueva empresa para su servicio a los clientes. Debido a las condiciones naturales y oportunidad turística que se analizaron en el estudio de mercado. En el Cantón Cuyabeno, ofrece muchas facilidades para implementar un proyecto de este tipo. Es así que se ha considerado este lugar como un atractivo y su accesibilidad, y por contar con todos los

servicios básicos indispensables que se requiere para el funcionamiento normal de un hotel.

Para seleccionar ciertas alternativas se ha tomado en cuenta los principales criterios de los clientes o turistas que visitan la provincia de Sucumbíos. Lugar de alojamiento, distracción, alimentación, tomando en consideración las siguientes preguntas ¿Cómo llegar?, ¿Qué servicios ofrecer?, ¿Cuánto cuesta? Preguntas indispensables para elegir el lugar correcto que pueda satisfacer las expectativas del consumidor.

Las vías de acceso, este sector cuenta con carreteras de fácil acceso, y vías carrozables realizadas por las petroleras, existiendo también transporte fluvial. para transporte particular como transporte público, importante para quien toma la decisión de acudir a este establecimiento de hospedaje, diversión y distracción, en un corto tiempo y con servicios de transporte disponible en cada momento.

Cercanía a lugares turísticos.- también existen complejos turísticos como los ríos: Aguarico, Cuyabeno, Guepi, Tarapuy, Aguas Negras, los principales que permiten el comercio y propician el turismo.

Disponibilidad de Servicios Básicos.- Una empresa que brinda alojamiento debe tomar muy en cuenta este factor que permita efectuar eficientemente el proyecto entre estos tenemos agua, energía eléctrica alcantarillado, redes telefónicas e internet al crear la empresa no existe

inconveniente y este lugar cuenta con todos estos servicios señalados para la funcionalidad de la empresa

Disponibilidad de Insumos y recursos para la construcción.- Se analizará si los factores que comprenden la construcción total y amoblado del hotel, son adecuados y suficientes.

Cercanía de Proveedores.- Se debe tomar en cuenta no solo la cercanía si no la calidad, precio, higiene, y tiempo que los proveedores brindan.

Posibilidad de eliminación o tratamientos de desechos.- Se utilizará mecanismos adecuados para la eliminación de desechos, brindando beneficios no solo para la empresa si no para la localidad.

Es necesario indicar que la actividad a la que se dedicará la empresa no constituirá en ningún motivo una afectación al medio ambiente, puesto que no se utilizará elementos químicos o incineración de residuos que dañen el entorno del lugar.

PONDERACIÓN DE FACTORES

Por medio de este indicador se buscan las herramientas adecuadas que permitan evaluar tanto la factibilidad de iniciar como de continuar con una determinada actividad, compararlo con otras posibilidades, y de analizar las

acciones tendientes a mejorar las actividades que se están ejecutando. Esta herramienta se ha utilizado por el tamaño de la empresa y tipo de actividad.

Sus funciones y objetivos son:

- 1.- Analizar la factibilidad de un nuevo negocio o servicios.
- 2.- Monitorear los cambios del hotel y su continuidad.
- 3.- Hacer un seguimiento de la evolución de esta actividad a los efectos de monitorear sus posibilidades futuras y su comparación con otras actividades.

En cuanto a los factores a tomar en consideración debe ser la más amplia posible a los efectos en el momento de la evaluación todos aquellos que sean determinantes de la rentabilidad y riesgos. Entre los factores a considerar tenemos:

Rentabilidad.- Podemos considerar la rentabilidad sobre la inversión o bien la rentabilidad sobre los activos totales. En el caso de analizar una actividad deberá calcularse tal rentabilidad en función de todas las inversiones necesarias para la realización de las actividades.

Ubicación.- La localización o ubicación de la hostería es fundamental sobre todo tratándose de servicios turísticos.

Conocimientos.- Para el profesional dentro del área turística, debe estar preparado y tener conocimientos sobre la atención y servicio al cliente.

Además este factor tendrá un alto nivel de ponderación.

Experiencia.- Cualquier trabajo es muy fundamental la experiencia para saber de los secretos de cada función o tipo de actividad a ejercerse.

Nivel de competencia externa.- Nunca tanto cómo ahora ante la globalización de la economía es tan importante seguir muy de cerca la evolución de los competidores externos en la actividad de la empresa.

Cuanto mayor sea el riesgo de un incremento de competencia foránea menor será el puntaje. Generar ventajas competitivas en materia de precios, calidad, servicios y diferenciación es una forma de contrarrestar dichas interferencias, de la competencia. Luego de multiplicar para cada factor la ponderación por el correspondiente puntaje, se suman los resultados de todos los factores obteniendo un determinado puntaje el cual puede compararse con el máximo factible, con lo cual llegaremos a un porcentaje sobre un máximo de 100% o bien a un puntaje sobre un máximo de 10. Esta medición y análisis debe efectuarse periódicamente, en períodos inclusive mensuales analizando la empresa en su conjunto y cada una de las líneas de productos.

Los puntajes obtenidos deberán graficarse para poder apreciar la evolución en el tiempo de la capacidad competitiva. Así pues, la Matriz nos lleva a analizar los diversos factores y como ellos inciden en nuestras actividades, y líneas de productos y servicios. Los mejores resultados se recogen como producto de la labor conjunta de los diferentes directivos de la empresa y sus asesores.

De qué forma calificar

- En caso de una empresa unipersonal la calificación deberá razonarla el propietario con su asesor personal o bien con el encargado de la empresa. Es fundamental que la calificación no sea una tarea individual sino conjunta, de manera tal de ver cada factor desde diferentes y variadas perspectivas.
- Se deberá siempre estar alerta ante factores que alteren o puedan alterar las calificaciones otorgadas a cada factor. La calificación en sí misma no es la cuestión, la cuestión es razonar la manera en que la empresa se ve favorecida o desfavorecida ante los diferentes cambios, y de qué forma podemos mejorar la posición y ventaja competitiva de la empresa.

En lo que hace al puntaje concreto al aplicar va de:

- Dos: para una situación muy mala. Ejemplo: actividad fábrica de juguetes. Factor competencia externa.
- Tres: para una situación mala.
- Cuatro: para una posición regular.
- Ocho: valido para una buena situación.
- Y, diez: correspondiente a una situación o posición muy buena.

CUADRO N°25
MATRIZ DE FACTORES DE LOCALIZACIÓN

PONDERACIÓN DE FACTORES				
		ALTERNATIVAS		
N.	FACTORES	A Aguas Negras	B Playas de Cuyabeno	C Tarapoa
1	Ubicación Geográfica estratégica	8	8	10
2	Atractivos turísticos naturales	8	8	10
3	Servicios básicos	4	9	10
4	Infraestructura de acceso vías	8	8	9
5	Transporte público	3	8	8
6	El esparcimiento	8	8	8
7	Recursos culturales Fiestas	8	10	10
8	Suelo y vegetación	8	8	8
9	Altitud geología y clima	4	9	8
10	Potencial turístico	4	10	10
11	Existencia de competencia	8	8	8
Totales		71	94	99

De acuerdo al resultado obtenido se ha podido considerar que la Parroquia Tarapoa del cantón Cuyabeno tiene un total de 99 puntos sobre el 100%, siendo el que mayores oportunidades tiene para realizar este proyecto.

INGENIERÍA DEL PROYECTO

En esta etapa de la ingeniería es donde se debe seleccionar la tecnología y los procesos más adecuados para distribución de la planta los mismos que utilizarán para poder brindar el servicio adecuado en el hotel, basándonos en el diseño de la planta o instalaciones su distribución con su

respectivo mobiliario, equipo, mano de obra, personal administrativo, equipos y materiales de oficina, etc. con diferentes políticas diseñadas.

Con el diseño de Hotel se logrará definir cada área, este hotel está categorizado en (2) estrellas modalidad confort, posee 20 habitaciones completamente equipadas de las cuales 14 habitaciones son dobles (2 camas) y 6 habitaciones triples (3 camas), más 1 habitación para el servicio médico, éstas ofrecen vista a los diferentes paisajes amazónicos con rutas del bosque y selva. Contará con su respectiva recepción, secretaría, cocina, restaurante, pequeña área de internet, guardianía entre otros.

Requerimiento de Recursos Humanos

Aquí se define el personal necesario para el funcionamiento de la empresa y con la finalidad aportar, propiciar y conjugar los elementos necesarios para crear un clima laboral en armonía que se distinga por contar con los recursos humanos satisfechos y altamente calificados

Personal Administrativo

- Gerente General
- Administrador
- Contador
- Secretaria
- Recepcionista
- Cuarteros
- Chef

- Mesera
- Personal Limpieza
- Guardia

Equipo de Oficina

- Computadora
- Impresora
- Teléfonos
- Mueble de escritorio

Restaurante

Suministros de Oficina

- Resmas de papel bond
- Lápices
- Esferos
- Tijeras
- Calculadora
- Borradores

Suministros de limpieza

- Escoba
- Recogedores de basura
- Cestos para basura
- Trapeadores

GRÁFICO Nº18

FLUJO GRAMA DE PROCESO DE ALOJAMIENTO DEL “HOTEL CUBAYENO CÍA LTDA.”

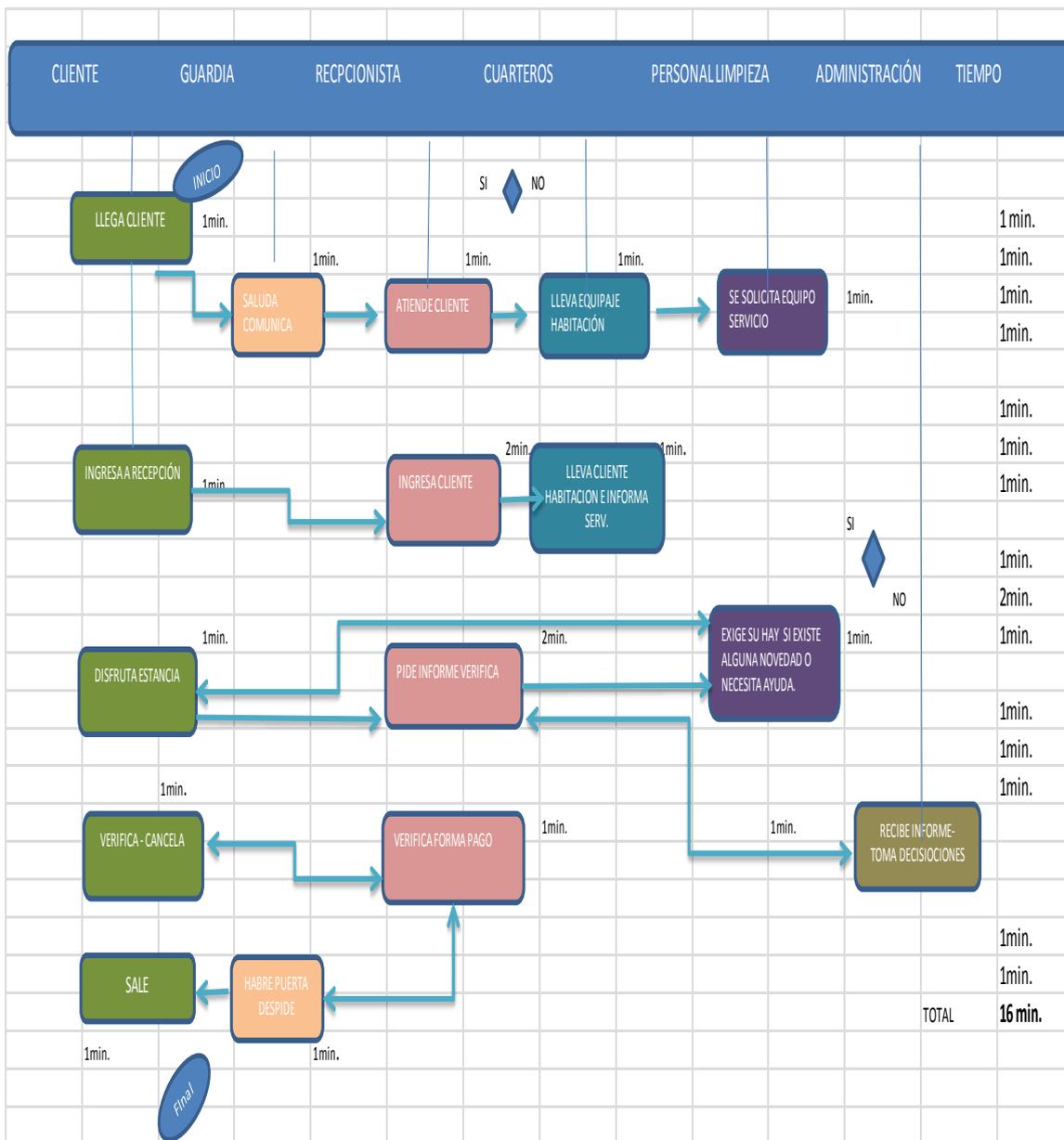


GRÁFICO N° 19
DISEÑO DEL HOTEL



Mobiliario de los cuartos

Cama de 2 plazas 28 unidas y de plaza y media 18 unidades



Closets medianos 14 unids medianos. Y pequeños 6 unid.



Consola pequeña 20 unids.



Veladores 26 unids.



Juego de mesa y sillas pequeños 20 Unids.



Lámparas pared 20 unidades.



Juegos de edredones 40 unidades



Juego de sábanas completas 20unid. de plaza y de paza y media60



Almohadas 12 docenas



Toallas para baño 4 docenas



Toallas pequeñas de mano 3 docenas



Armadores 10 docenas



Basureros 20 unids.



Cuarto de Servicio Médico

Cuenta con el siguiente mobiliario

Camilla 1 – sillas 2 – escritorio 1 – Stan 1 – vitrina 1



DISEÑO ENTRADA HOTEL RECEPCIÓN



Sala de espera



Cocina



Restaurante



Área Internet



ESTUDIO ADMINISTRATIVO

En cada proyecto se presentan características específicas, que obligan a definir una estructura organizativa acorde con los requerimientos propios que exija su ejecución. Todas las actividades que se requieren para la implementación y operación del proyecto se programan, coordinan y controlan por alguna instancia que el estudio del proyecto debe proveer.

ORGANIZACIÓN DE LA EMPRESA

Es una de las partes fundamentales para implementar un proyecto es la organización, pues para su funcionamiento debe contar con procesos legales y administrativos.

ORGANIZACIÓN LEGAL

La elección de la denominación y constitución de la Empresa, se basó en preceptos como: responsabilidad por parte de los socios, tipo de participación o acciones, disolución de la compañía, y muchas otras, decidiendo que la Compañía de Responsabilidad Limitada, es la que más se ajusta a las necesidades de la empresa y es la que se contrae entre tres o más personas, que solamente responden por las obligaciones sociales hasta el monto de sus aportaciones individuales y hacen el comercio bajo una razón social o denominación objetiva. Se llama de Responsabilidad Limitada por cuanto nace de la necesidad de dirigir una determinada organización jurídica adecuada a la pequeña y mediana empresa, y por las ventajas en relación a otro tipo de compañías.

Objetivo Social

La empresa tendrá como objeto social servicio de hospedaje y recreación en la ciudad de Tarapoa en el Cantón Cuyabeno, Provincia de Sucumbíos

En lo que se refiere a constitución y trámite se requiere.

1.- Los socios presentarán a la Superintendencia la minuta de escritura pública, conteniendo el contrato constitutivo, el estatuto social y la integración del capital pagado de la sociedad.

2.- se realizará el depósito en una cuenta de integración del capital pagado (mínimo \$400 del total de aportación)

3.- Se efectuará la afiliación a la cámara de Producción correspondiente, en el caso de esta compañía se realizará en la Cámara de turismo de Sucumbíos.

4.- Se tendrá el otorgamiento de la escritura pública en constitución.

5.- Se recepcará la aprobación de la resolución expedida por la Superintendencia de compañías.

6.- Se obtendrá la protocolización de la resolución aprobatoria.

7.- se realizará la publicación en un diario local el extracto de la escritura pública de la sociedad.

8.- Se inscribirá en el registro mercantil y en el registro de la Sociedades de la Superintendencia y en registro único de Contribuyentes.

9.- Se realizará la designación de los Administradores de la Compañía mediante una junta general precedidos por los socios.

10.- Se realizará la inscripción en el registro mercantil el nombramiento de los administradores con la razón de aceptación del cargo.

11.- Se dispondrá la autorización de la Superintendencia para que los fondos de la cuenta de integración puedan ser retirados por los socios.

La Escritura de Constitución contendrá lo siguiente:

1. El Lugar y fecha de celebración del contrato.
2. Los nombres, apellidos, nacionalidades y domicilio de los promotores.
3. La denominación, objeto capital social.
4. Los derechos y ventajas particulares reservados a los promotores.
5. El número de acciones de que el capital estuviere dividido, la clase de valor nominal de cada acción, su categoría y series.
6. La forma de Administración y facultades de los administradores.
7. La forma y época de convocar a los socios a juntas generales.
8. La manera de convocar repartir las utilidades, o políticas de reinversión de las utilidades para incrementar el capital.
9. El plazo y condición de suscripción de las acciones.
10. El Nombre de la Institución bancaria o financiera depositaria de las cantidades a pagarse del concepto de la suscripción.
11. El plazo dentro de la cual se otorga la escritura de fundación; y,
12. El domicilio de la Compañía.

Tipo de Servicio.

El tipo de empresa al que le corresponde el hotel es el de Servicios, ya que es una empresa que ofrece un producto intangible al consumidor, dentro del sector del turismo, en el subsector hotelero.

ACTA CONSTITUTIVA DEL “HOTEL CUYABENO “

En la Provincia de Sucumbíos, Cantón Cuyabeno a los cinco días del mes de Enero del año 2014, por propia iniciativa y con el asesoramiento del Dr. Vicente Salazar, se reúnen dos personas naturales, con todos los derechos, han decidido asociarse, dentro de una Compañía de Responsabilidad Limitada, con el fin de lucro, la que tendrá por objeto social servicio de hospedaje y recreación en el Cantón Cuyabeno, Provincia de Sucumbíos.

MINUTA DE CONSTITUCIÓN DEL “HOTEL CUYABENO CIA. LTDA.”

Señor Notario:

Sírvase insertar en el protocolo de escrituras públicas a su cargo, el acta de constitución de compañía, contenida con las siguientes cláusulas:

PRIMERA.- COMPARECIENTES.- Señorita. Grace Carolina Aguilar Ponce, ecuatoriana portadora de la cédula de identidad n. 2100320833 y la Señora Herminia Birmania Ponce Balcázar, ecuatoriana portador de la cédula cedula de identidad n. 1707549646, en ejercicio pleno de sus derechos, los comparecientes convienen en constituir la Compañía se Responsabilidad

limitada “**Hotel Cuyabeno**” que se registrá por las leyes del Ecuador y el siguiente estatuto.

SEGUNDA.-ESTATUTO DE LA COMPAÑÍA DE RESPONSABILIDAD LIMITADA.

“HOTEL CUYABENO CÍA. LTDA.”

CAPÍTULO PRIMERO.- NOMBRE, DOMICILIO, OBJETO SOCIAL, Y PLAZO DE DURACIÓN.

Artículo 1: La Compañía llevará el nombre o razón Social de: “Hotel Cuyabeno.”

Artículo 2: El domicilio de la Compañía es el Cantón Cuyabeno, Provincia de Sucumbíos.

Artículo 3: La Compañía tiene como objeto social la creación de una Empresa de Servicios de hospedaje a los Turistas que visitan el Cantón de Cuyabeno.

Artículo 4: La empresa inicia sus operaciones en la fecha de su inscripción del contrato constitutivo en el Registro Mercantil, pero podrá disolverse en cualquier tiempo o prorrogar su plazo de duración, de la forma prevista en la ley y en este estatuto.

CAPÍTULO SEGUNDO.- DEL CAPITAL SOCIAL DE LAS PARTICIPACIONES Y LA RESERVA LEGAL.

Artículo 5: El capital social de la Compañía es del 50%, del total de la

inversión que será pagado en partes iguales por los socios los que estarán representados por el certificado de aprobación correspondiente de conformidad con la ley y estos estatutos.

Artículo 6.- La compañía puede aumentar el capital social por resolución de la Junta general de los Socios con el consentimiento de las terceras partes del capital social presente en la sección.

Artículo 7.- El aumento del capital se lo hará estableciendo nuevas participaciones y su pago se lo hará de la siguiente manera: En numerario, en especie, por compensación de créditos, por capitalización de reservas, por revalorización del patrimonio realizado conforme a la ley y la reglamentación pertinente, o por demás medios previstos en la ley.

Artículo 8.- La reducción del capital se regirá por lo previsto por la ley de compañías y en ningún caso se tomarán resoluciones encaminadas a reducir el capital social si ello implicare la devolución de los socios de parte de las aportaciones hechas y pagadas con las excepciones de ley.

Artículo 9.- La compañía entregará a cada socio el certificado de aprobación que le corresponde. Dicho certificado de aportación se hará constar la denominación de la compañía, el capital suscrito y el capital pagado, número y valor certificado, nombre del socio o propietario, domicilio de la compañía, fecha de la escritura de consecución, notaría en que se otorgó, fecha y número de la inscripción en el registro mercantil, fecha y lugar de expedición, la constancia de no ser negociable, la firma y rúbrica del presidente y gerente general de la compañía.

Artículo 10.- Al perderse o destruirse un certificado de aportación el

interesado solicitará por escrito al gerente general de emisión de un duplicado del mismo.

Artículo 11.- las participaciones en esta compañía podrán transferirse por acto entre vivos, requiriéndose para ello el consentimiento unánime del capital social, que la sesión se celebre por escritura pública y se observe las pertinentes disposiciones de la ley.

Artículo 12.- Las participaciones de los socios en esta compañía son transmisibles por herencia, conforme a la ley.

CAPÍTULO TERCERO.- DE LOS SOCIOS, DE SUS DEBERES, ATRIBUCIONES, Y RESPONSABILIDADES.

Artículo 13.- Son obligaciones de los socios:

Las que señalan la ley de compañías.

- a. Cumplir las funciones y actividades deberes que les asignase la Junta General de Socios, al gerente general y presidente de la Compañía.
- b. Cumplir con las aportaciones complementarias en proporción a las participaciones que tuvieran en la compañía, cuando y en la forma que decida la junta general de socios.
- c. La demás que señale este estatuto.

Artículo 14.- Los socios de la compañía tienen los derechos y atribuciones:

- a. Intervenir con voz y voto en las sesiones de Junta general de Socios, personalmente o mediante poder a un socio o extraño, ya se trate del poder notarial o de carta poder.
- b. A elegir y ser elegido para los organismos de administración y

fiscalización.

c. A percibir las utilidades o beneficios a prorrata de las participaciones pagadas, lo mismo respecto al acervo social, de producirse las liquidaciones.

d. Los demás derechos previstos en la ley y estatutos.

Artículo 15.- La responsabilidad de los socios de la compañía por las obligaciones sociales se limita únicamente al monto de sus aportaciones individuales a compañías, salvo las acepciones de ley.

CAPÍTULO CUARTO.- DEL GOBIERNO Y DE LA ADMINISTRACIÓN.

Art. 16.- (GOBIERNO Y ADMINISTRACIÓN).- La empresa estará gobernada por la Junta General de Accionistas y Administrada por el Gerente General, este órgano con las atribuciones y deberes que les concede la Ley de Compañías y estos estatutos.

Art. 17.- (DE LA JUNTA GENERAL DE ACCIONISTAS).- La Junta General de Accionistas es el organismo supremo de la empresa, se reunirá ordinariamente una vez al año, dentro de los tres meses posteriores a la finalización del ejercicio económico y extraordinariamente las veces que fuere convocada para tratar los asuntos puntualizados en la convocatoria. La Junta estará formada por los accionistas legalmente convocados y reunidos.

Art. 18.- (CONVOCATORIA).- La convocatoria a la Junta General de Accionistas la hará el Gerente de la empresa mediante comunicación

escrita, cuando menos con diez días de anticipación a la reunión de la Junta y expresando los puntos a tratarse.

Art. 19.- (REPRESENTACIÓN DE LOS ACCIONISTAS).- Las Juntas Generales de Accionistas, ordinarias y extraordinarias, se reunirán en el domicilio principal de la empresa, los accionistas podrán concurrir a la junta personalmente o mediante poder otorgado a un accionista o tercero, ya se trate de poder notarial o de carta poder, no podrán ser representantes de los accionistas los administradores.

Art. 20.- (QUÓRUM).- Para que se instale válidamente la Junta General de Accionistas, en primera convocatoria se requerirá de la presencia de por lo menos la mitad del capital pagado, si no hubiere este quórum habrá una segunda convocatoria mediando cuando más treinta días de la fecha fijada para la primera reunión y la Junta General se instalará con el número de accionistas presentes o que concurren, cualquiera sea el capital que representen, particular que se expresará en la convocatoria para los casos contemplados en el Art. 240 de la Ley de Compañías, se seguirá al procedimiento señalado.

Art. 21.- (DE LA PRESIDENCIA).- Presidirá la Junta General de Accionistas el Gerente de la Empresa, el mismo que actuará como secretario, a falta de este actuará quien lo subrogue.

Art. 22.- (ATRIBUCIONES Y DEBERES DE LA JUNTA GENERAL).- La Junta General de Accionistas legalmente convocada y reunida, es el órgano supremo de la empresa y en consecuencia tiene plenos poderes para resolver todos los asuntos relacionados con los negocios sociales así como

con el desarrollo de la empresa que no se hallaren atribuidos a otros órganos de la empresa siendo de su competencia los siguiente a) Nombrar al Gerente General; b) Autorizar la contratación de auditorías externas; c) Conocer y aprobar el presupuesto anual y sus reformas; d) Conocer y resolver todos los informes que presente el Directorio como los relativos a balances, reparto de utilidades, formación de reservas, administración; e) Resolver sobre el aumento o distribución de capital, prorroga de plazo, disolución anticipada, cambio de domicilio, de objeto social y demás reformas al estatuto de conformidad con la Ley de Compañías; f) conocer y aprobar los reglamentos internos de la empresa; g) Fijar las remuneraciones que percibirá el Gerente General, fijar los sueldos que percibirán los miembros del Directorio; h) Resolver acerca de la disolución y liquidación de la empresa, designar a los liquidadores, señalar la remuneración de los liquidadores y considerar las cuentas de liquidación; i) Autorizar al Gerente General el otorgamiento de poderes generales de conformidad con la ley; j) Interpretar obligatoriamente el presente estatuto; k) Resolver cualquier asunto que fuere sometido a su consideración y que no fuere atribución de otro órgano de la empresa; l) Los demás que contemple la ley y estatutos.

Art. 23.- (JUNTA UNIVERSAL).- La empresa podrá celebrar sesiones de Junta General de Accionistas en la modalidad de Junta Universal de conformidad con lo dispuesto en el Art. 238 de la Ley de Compañías, esto es que la Junta pueden constituirse en cualquier tiempo y en cualquier lugar,

dentro del territorio nacional, para tratar cualquier asunto, siempre que esté presente todo el capital pagado y de los asistentes, quienes deberán suscribir el acta bajo sanción de nulidad, acepten por unanimidad la celebración de la junta, entendiéndose así legalmente convocada y válidamente constituida.

Art. 24.- (DEL DIRECTORIO).- El directorio estará integrado por el Presidente de la empresa y por dos vocales principales, los vocales deben ser elegidos por la Junta General de Accionistas, los vocales durarán en sus funciones cuatro años y pueden ser reelegidos y permanecerán en sus cargos hasta ser legalmente reemplazados, para ser vocales del Directorio no se requiere la calidad de accionista.

Art. 25.- (PRESIDENCIA DEL DIRECTORIO).- Presidirá las sesiones del Directorio el Gerente General, a falta de este lo reemplazará su subrogante y se nominará un secretario Ad-hoc.

Art. 26.- (CONVOCATORIA).- La convocatoria a sesión de directorio la hará el Presidente de la empresa mediante comunicación escrita a cada uno de los miembros, con cuarenta y ocho horas de anticipación, por lo menos a la fecha de sesión, el quórum se establece con más de la mitad de los miembros que lo integran.

Art. 27.- (ATRIBUCIONES Y DEBERES DEL DIRECTORIO).- Son atribuciones y deberes del directorio los siguientes: a) Sesionar ordinariamente cada cuatro meses y extraordinariamente cuando fuere

convocado; b) Someter a la consideración de la Junta General de Accionistas el Proyecto de Presupuesto en el mes de Enero de cada año; c) Autorizar la compra y transferencia de inmuebles a favor de la empresa, así como la elaboración de contratos de hipoteca y cualquier otro gravamen que limite el dominio y autonomía o posesión de los bienes inmuebles de propiedad de la empresa; d) Autorizar al Gerente General el otorgamiento y celebración de actos, contratos e inversiones para los que se requiera tal aprobación, en razón de la cuantía fijada por la Junta General; e) Controlar el movimiento económico de la empresa y dirigir la política de los negocios de la misma; f) Cumplir y hacer cumplir las resoluciones de la Junta General y las disposiciones legales, del Estatuto y Reglamentos; g) Presentar a conocimiento de la Junta General de Accionistas el proyecto de creación e incrementos de reservas legal, facultativas o especiales; h) Determinar los cargos para cuyo ejercicio se requiera caución y calificar las cauciones; i) Los demás que contemple la ley, los estatutos y las resoluciones de la Junta General de Accionistas.

Art. 28.- (RESOLUCIONES).- Las resoluciones del Directorio serán tomadas por simple mayoría de votos y los votos en blanco y las abstenciones se sumarán a la mayoría.

Art. 29.- (ACTAS).- De cada sesión de Directorio se levantará la correspondiente acta, la que será firmada por el Presidente y el Secretario que actuaron en la reunión.

Art. 30.- (DEL GERENTE GENERAL).- El Gerente General será elegido por la Junta General de Accionistas, para un periodo de cuatro años, puede ser reelegido indefinidamente y podrá tener o no la calidad de accionista, ejercerá el cargo hasta ser legalmente reemplazado. El Gerente General será el representante legal de la empresa.

Art. 31.- (ATRIBUCIONES Y DEBERES DEL GERENTE GENERAL).- Son deberes y atribuciones del Gerente General de la empresa: a) Representar legalmente a la empresa, en forma judicial y extrajudicial; b) Conducir la gestión de los negocios sociales y la marcha administrativa de la empresa; c) Dirigir la gestión económico-financiera de la empresa; d) Gestionar, planificar, coordinar, poner en marcha y cumplir las actividades de la empresa; e) Realizar pagos por concepto de gastos administrativos de la empresa; f) Realizar inversiones, adquisiciones y negocios, sin necesidad de firma conjunta con el Presidente, hasta por el monto para el que está autorizado; g) Extender el nombramiento del Presidente y conferir copias y certificaciones sobre el mismo; h) Inscribir su nombramiento con la razón de su aceptación en el Registro Mercantil; i) Presentar anualmente informe de labores ante la Junta General de Accionistas; j) Conferir poderes especiales y generales de acuerdo a lo dispuesto en el estatuto y en la ley; k) Nombrar al Gerente Técnico, responsable directo de las plantaciones; l) Nombrar empleados y fijar sus remuneraciones; m) Cuidar que se lleven de acuerdo con la ley los libros de contabilidad, el de acciones y accionistas y las actas de la Junta General de Accionistas; n) Cumplir y hacer cumplir las resoluciones de la Junta General de Accionistas; ñ) Presentar a la Junta

General de Accionistas el Balance, el estado de Pérdidas y Ganancias, la liquidación presupuestaria y la propuesta de distribución de beneficios dentro de los sesenta días siguientes al cierre del ejercicio económico; o) Subrogar al Presidente de la Empresa en todo caso de falta o ausencia; p) Ejercer y cumplir las demás atribuciones, deberes y responsabilidades que establece la ley, el presente estatuto y reglamentos de la empresa, así como las que señale la Junta General de Accionistas.

Art. 32.- (DISOLUCIÓN Y LIQUIDACIÓN DE LA EMPRESA).- La disolución y liquidación de la empresa se registrará por las disposiciones pertinentes de la Ley de Compañías, especialmente por lo establecido en la sección décimo segunda de esta ley, así como por el Reglamento sobre disolución y liquidación de compañías y por lo previsto en el presente estatuto.

Art. 33.- (DISPOSICIÓN GENERAL).- En todo lo no previsto en este estatuto se estará a las disposiciones de la Ley de Compañías y sus Reglamentos, así como a los reglamentos de la empresa y a lo que resuelva la Junta General de Accionistas.

Art. 34.- (AUDITORÍA).- Sin perjuicio de la existencia de órganos internos de fiscalización, la Junta General de Accionistas podrá contratar la Asesoría Contable o Auditoría de cualquier persona natural o jurídica especializada, observando las disposiciones legales sobre esta materia.

CAPÍTULO QUINTO.- INTEGRACIÓN Y PAGO DE CAPITAL

El Capital de la compañía ha sido suscrito y pagado por los accionistas en la siguiente Conforme consta del certificado de integración de Capital que se

agrega como habilitante, todos los accionistas aportarán por igual la cantidad de 5.000,00 dólares, con lo que se conseguirá un total de 10.000,00 dólares.

CAPÍTULO SEXTO.- NOMBRAMIENTO DE DIRECTORES Y REPRESENTANTES

De conformidad con el Art. 312 de la Ley de Compañías y el presente estatuto se designa Gerente General al Señora Juliana Catillo. Usted Señor Notario sírvase agregar los documentos habilitantes mencionados y las demás cláusulas de estilo para la validez de la presente Escritura Pública. Dr. Vicente Salazar, Matrícula SAL-168. Hasta aquí la minuta que queda elevada a la calidad de escritura pública formalizado el presente instrumento.- Yo el Notario lo leí íntegramente a los otorgantes y firman en unidad de acto conmigo el notario que doy Fe.

DR. AB. PEDRO ARIAS

Abogado, Matrícula SAL-156

SRTA GRACE AGUILAR

C.C: 2100320833

SRA. HIRMINIA PONCE

C.C: 1707549646

Estructura Administrativa Interna

Es necesario determinar el modelo de estructura administrativa que le permita, a la nueva empresa, realizar funciones de la manera más eficiente, la estructura administrativa será de tipo lineal, este modelo es aplicable a empresas que se encuentran en su etapa de iniciación, permite una delimitación y definición de responsabilidades clara.

Niveles Administrativos.- Los niveles administrativos del Hotel Cuyabeno Cía. Ltda., está constituida por 5 niveles jerárquicos que son:

Nivel Directivo.- Planea, orienta y dirige la vida administrativa e interpreta planes, programas y más directivas técnicas y administrativas de alto nivel y los trámites a los órganos operativos y auxiliares para su ejecución. El nivel ejecutivo o directivo es unipersonal, estará integrado por un gerente.

Nivel Asesor.- Este nivel no tiene autoridad de mando, únicamente aconseja, informa, prepara proyectos en materia jurídica. Lo constituye la persona que la empresa contratará en forma temporal según las necesidades de la misma, estará integrado por un Asesor Jurídico.

Nivel Auxiliar o de Apoyo.- Este nivel ayuda a los otros niveles administrativos en la prestación de servicios con oportunidad y eficiencia, y se encuentra conformado por la Secretaria-Contadora.

Nivel Operativo.- El nivel operativo es responsable directo de la ejecución de las actividades básicas de la empresa. Dentro de este nivel estará el Departamento de Adquisiciones y Departamento de Marketing.

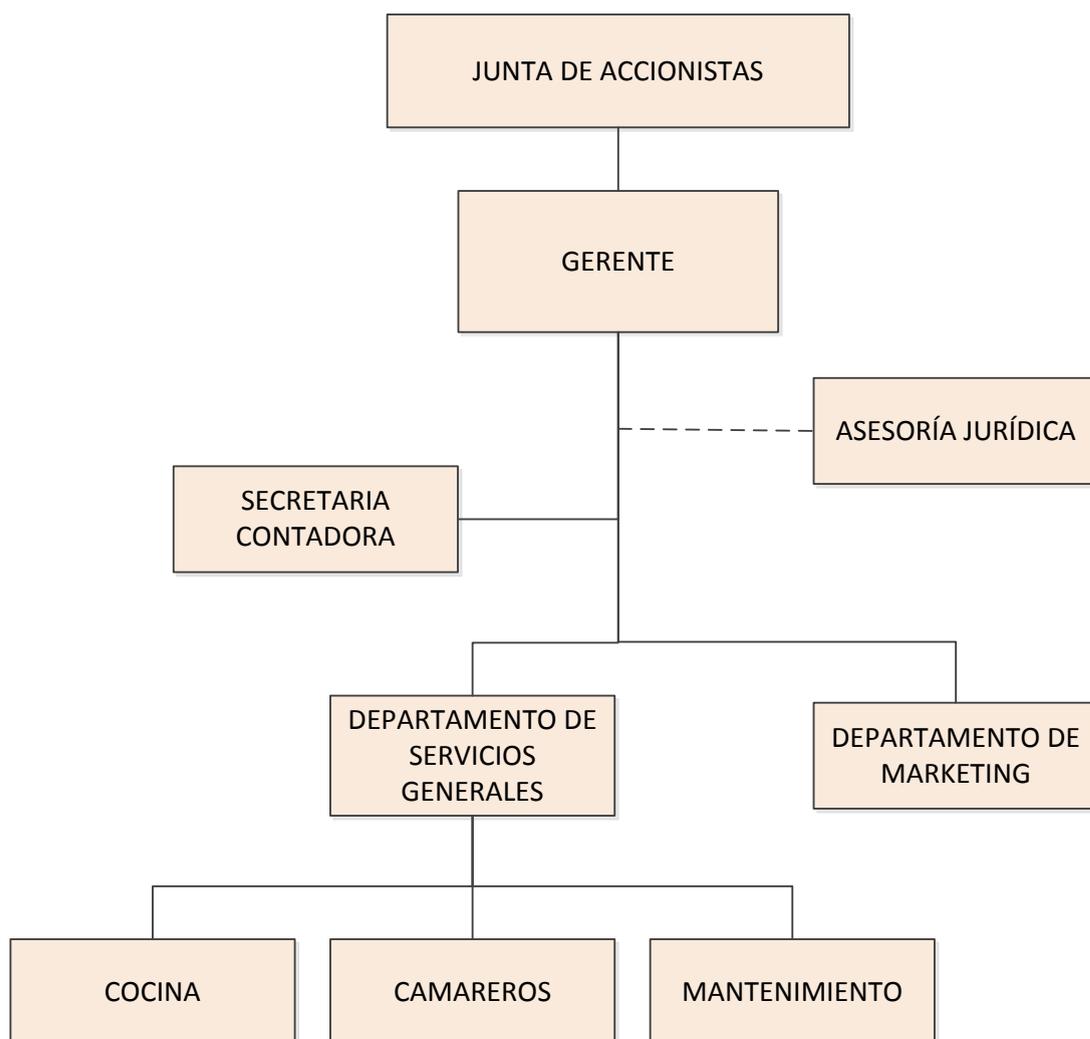
ORGANIGRAMAS**GRÁFICO Nº20****ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL DEL HOTEL CUYABENO**

GRÁFICO Nº 21

ORGANIGRAMA FUNCIONAL DEL HOTEL CUYABENO

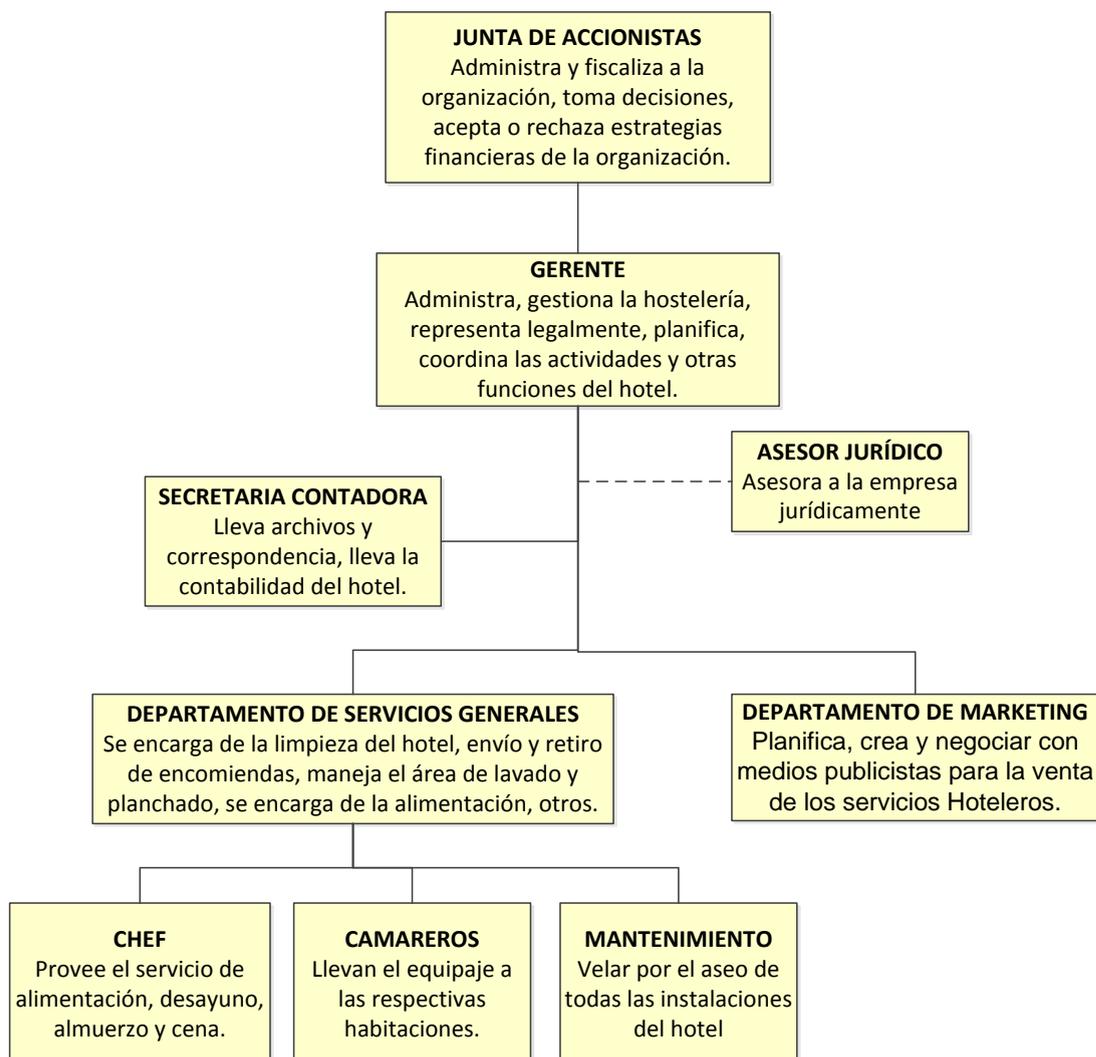
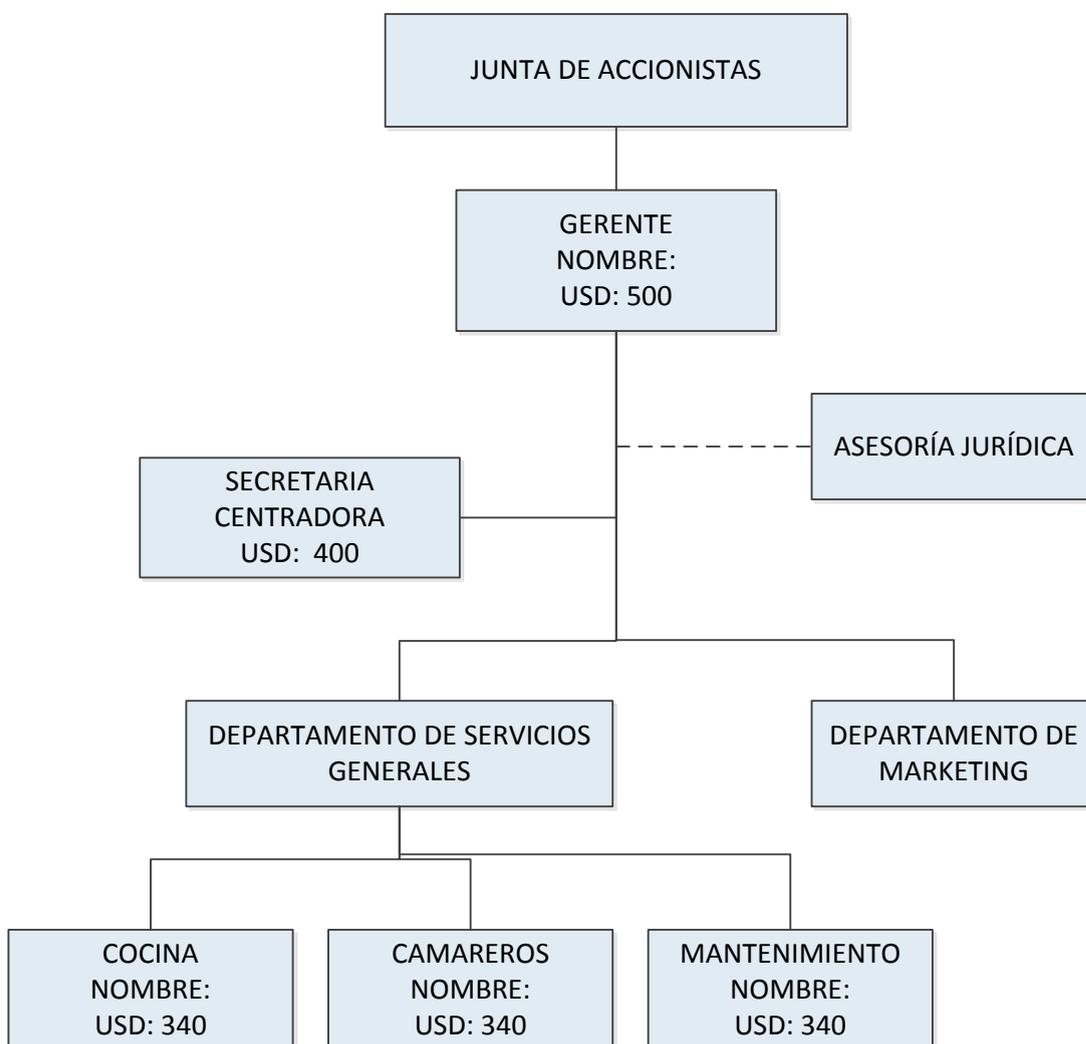


GRÁFICO Nº22
ORGANIGRAMA POSICIONAL DEL HOTEL CUYABENO



MANUAL DE FUNCIONES
EMPRESA “HOTEL CUYABENO”

CÓDIGO 01**TITULO DEL PUESTO: GERENTE – ADMINISTRADOR****NIVEL: Ejecutivo****NATURALEZA DEL TRABAJO:**

- Planifica, organiza, dirige evalúa y ejecuta todas las actividades que se realice la empresa.

ACTIVIDADES DEL PUESTO

- Organiza en forma coordinada los recursos económicos, financieros, humanos, materiales, etc.
- Ejecuta el plan de acción trazado.
- Controla la ejecución del plan para realizar los ajustes correspondientes.
- Ejerce la representación legal, judicial del hotel.

CARACTERÍSTICAS DE CLASE**HABILIDADES**

- Haber realizado estudios superiores relacionados con gerencia, administración o afines.
- Ser capaz para supervisar coordinar y controlar las actividades del personal bajo su mando, así como el de la empresa.
- Ser un profesional creativo e investigador con alto nivel de liderazgo, que esté preparado para crear, gerenciar y asesorar empresas hoteleras en todas sus áreas

DESTREZAS

- Ser un buen líder.
- Ser responsable en el cumplimiento de sus funciones.
- Tener don de gente y buenas relaciones.
- Calidad de gestión, liderazgo y confiabilidad, tener buenas relaciones interpersonales, presencia y facilidad de palabra.

REQUISITOS

- Título de Ingeniero Comercial, economista o carreras afines.

EXPERIENCIA

- Mínimo 1 año de experiencia en Ingeniería comercial

CÓDIGO 02**TÍTULO DEL PUESTO: SECRETARIA - CONTADORA****NIVEL:** Auxiliar**NATURALEZA DEL TRABAJO:**

- Realiza las labores de secretaria y asistencia directa al gerente.
- Llevar la contabilidad de la empresa, pagar los impuestos y manejar la nómina de los empleados.

ACTIVIDADES DEL PUESTO

- Redactar solicitudes actas memorándums oficios circulares cuando sean necesarios.
- Atender al cliente cuando necesite información.
- Archivar comprobantes de actividades que la empresa realiza.
- Llevar agenda del gerente al día.
- Controlar y llevar la contabilidad de la empresa.
- Efectuar estados financieros y controlar inventarios.
- Tener en regla permisos, licencias, declaraciones de impuestos.

CARACTERÍSTICAS**CLASE HABILIDADES**

- Tener conocimientos de Contabilidad y tributación.
- Poseer un criterio formado y reserva profesional, alta iniciativa y coordinar y controlar las actividades del personal bajo su mando así como de la empresa, y agilidad en la ejecución de los trámites.

DESTREZAS

- Ser rápida y responsable en elaborar los informes
- Tener don de gente y buenas relaciones.
- Tener carácter activo y colaborador.

REQUISITOS:

- Título profesional en contabilidad.
- Conocimiento en computación.

EXPERIENCIA

- Experiencia 1 año en funciones similares.

CÓDIGO: 03

TÍTULO DEL PUESTO: ASESOR JURÍDICO

DEPENDE DE: Gerente

NATURALEZA DEL TRABAJO:

- Implica el manejo de las relaciones conflictivas de manera conciliadora que tenga que enfrentar la empresa.

ACTIVIDADES DEL PUESTO:

- Atender asuntos judiciales de la empresa.
- Asesorar en asuntos legales a directivos y ejecutivos.
- Representar legalmente a la empresa en asuntos judiciales.
- Defender las acusas justas de la empresa.
- Asistir a sesiones de la empresa cuando se considere necesario su presencia.
- Controlar y llevar la contabilidad de la empresa.
- Controlar y verificar los inventarios.
- Preparar los informes laborables.

CARACTERÍSTICAS DE CLASE

HABILIDADES

- Tener conocimientos y ser abogado de profesión.

DESTREZAS

- Ser responsable
- Tener carácter activo y colaborador

REQUISITOS:

- Título de Abogado

EXPERIENCIA

- Mínimo dos años de experiencia

CÓDIGO: 04

TÍTULO DEL PUESTO: Recepcionista

NIVEL: Operativo

NATURALEZA DEL TRABAJO:

- Registrar entradas y salidas de los huéspedes, realizar observaciones, atender inquietudes y reclamos, realizar caja, conocer todos los servicios ofertados.

ACTIVIDADES DEL PUESTO

- Dar la bienvenida y registrar al cliente.
- Informar al cliente sobre las instalaciones.
- Realizar y contestar llamadas telefónicas, fax y correos electrónicos y registra las reservaciones.
- Realizar facturas y entrega de facturas a contabilidad.
- Realizar el cobro a los clientes.
- Elaborar reportes para el administrador y Cuadra caja.
- Coordinación con el departamento de limpieza.
- Controlar la custodia de las llaves de las cabañas.
- Realizar reportes de ocupaciones.

CARACTERÍSTICAS DE

CLASE HABILIDADES

- Tener conocimientos en administración y hotelería.
- Buenos conocimientos del idioma Inglés.
- Haber recibido cursos en atención al cliente.

DESTREZAS

- Profesional creativo con facilidad de palabra, amable, cortés simpatía, y un alto espíritu de servicio.
- Relaciones humanas

REQUISITOS:

- Estudios superiores en hotelería.
- Edad mínima 22 años.

EXPERIENCIA

- Experiencia laboral mínima un año

CÓDIGO: 05

TÍTULO DEL PUESTO: Camareras

NIVEL: Operativo

Personal de Apoyo: Limpieza y mantenimiento

NATURALEZA DEL TRABAJO:

- Persona encargada de la limpieza y arreglo de las habitaciones de un sitio de hospedaje.

ACTIVIDADES DEL PUESTO

- Recibir el reporte de la recepción para realizar la limpieza de las habitaciones. Tender las camas, limpiar el piso, limpiar los muebles, y limpiar el baño.
- Botar y clasificar la basura en los depósitos correspondientes.
- Verificar que las habitaciones no tengan ningún daño.
- Equiparar y dejar en perfectas condiciones las habitaciones para ser ocupadas.
- Llevar a recepción objetos perdidos y encontrados.
- Responsabilizarse de la llave maestra, realizar reportes, realizar stocks mínimos y máximos de suministros para baños.

CARACTERÍSTICAS DE CLASE

HABILIDADES

- Haber realizado cursos afines de su empleo.
- Poseer cursos de atención al cliente.

DESTREZAS

- Facilidad para captar órdenes.
- Ser responsable y Honesta y tener buena presencia.
- Ser honrada y tener buenas relaciones humanas.

EXPERIENCIA

- Experiencia laboral mínima un año

CÓDIGO: 06

TITULO DEL PUESTO: Jefe de Marketing

NIVEL: Seguridad

NATURALEZA DEL TRABAJO:

- Planificar, crear y negociar con medios publicistas para la venta de los servicios educativos.

ACTIVIDADES DEL PUESTO

- Planificar los procesos de comunicación interna y externa para las organizaciones y distintos actores sociales.
- Elaborar información institucional a los distintos sectores de la población.
- Organizar tareas vinculadas a la relación de la institución con los medios de comunicación, difusión de información a los periodistas.
- Difundir los servicios educativos para lograr su venta en el mercado.
- Realizar eventos internos y externos para la venta de servicios académicos.

CARACTERÍSTICAS:

HABILIDADES

- Tener poder decisión y comunicación
- Buenas relaciones con medios de comunicación

DESTREZAS

- Iniciativa y dinamismo; sentido de responsabilidad; sentido de orden y limpieza; seriedad y honestidad; y espíritu de apoyo y colaboración

REQUISITOS:

- Tercer nivel.
- Edad entre los 20 hasta los 35 años como máximo.

EXPERIENCIA

- Mínimo dos años en marketing

CÓDIGO: 07

TITULO DEL PUESTO: Chef - Cocinero

NIVEL: Operativo

NATURALEZA DEL TRABAJO:

Vela, por la calidad y el funcionamiento del servicio (ritmo en la entrega, lectura de comandas, vigilancia del comedor, etc.). Un buen chef ha de tener dotes de mando, imagen, prestigio persona y cocina

ACTIVIDADES DEL PUESTO

- Preparación de la comida.
- Planear menús.
- Garantizar la preparación y presentación de los alimentos de manera adecuada y eficiente, y de acuerdo a los estándares y procedimientos establecidos para su área.

HABILIDADES

- Usar sus conocimientos de preparación de comidas a la carta, temperaturas de carnes y presentación para crear un producto terminado como plato principal para la cena.
- Preparar todos los pedidos recibidos de los mozos y asegurarse de que todos los pedidos sean preparados de manera rápida y de acuerdo con el pedido.
- Garantizar que todos los platos salgan de la cocina con la mayor calidad..
- Preparar todos los productos alimenticios con las técnicas estándar de preparación de alimentos.
- Aprender menús, recetas, métodos de preparación y presentación.
- Garantizar que todos los alimentos sean almacenados en contenedores apropiados y a temperaturas adecuadas de almacenamiento y conservación.
- Otras tareas que le sean asignadas

DESTREZAS

- Habilidad en el uso de herramientas manuales o de máquinas para preparar comidas.
- Capacidad para leer recetas de las comidas que se prepararán, imaginar la apariencia del producto terminado y asumir la responsabilidad por la precisión.
- Conocimientos de aritmética para calcular las cantidades necesarias de producto y medir los ingredientes con precisión.

REQUISITOS:

- Educación Título Secundario o equivalente o bien, una combinación equivalente.

EXPERIENCIA

- Seis meses como cocinero de línea y tres meses de experiencia como encargado de despensa/ayudante de preparación

ESTUDIO FINANCIERO

INVERSIONES

Las Inversiones del Proyecto, son todos los gastos que se efectúan en unidad de tiempo para la adquisición de determinados Factores o medios productivos, los cuales permiten implementar una unidad de producción que a través del tiempo genera Flujo de beneficios.

ACTIVOS: Un activo es un bien que la empresa posee y que pueden convertirse en dinero u otros medios líquidos equivalentes.

ACTIVO FIJO: Las Inversiones Fijas que tiene una vida útil mayor a un año se deprecian, tal es el caso de las maquinarias y equipos, edificios, muebles, enseres, vehículos, obras civiles, instalaciones y otros.

TERRENO.- Para la construcción del hotel Cuyabeno, es necesaria la adquisición de un terreno que tendrá la extensión de 350 m² ubicada. El costo del terreno es de 8750,00 dólares.

CUADRO Nº 26
TERRENO

ARTÍCULO	UNIDAD	V/U	V/T
Terreno	350 m ²	\$ 25,00	\$ 8.750,00
TOTAL			\$ 8.750,00

FUENTE: Investigación directa

ELABORACIÓN: Las autoras

CONSTRUCCIÓN.- El inmueble será de construcción mixta con pisos de hormigón, dotada de oficinas en las que se contará la Gerencia y Recepción.

**CUADRO N°27
INVERSIÓN EN CONSTRUCCIONES**

ARTÍCULO	M2 de CONSTRUCCION	V/U	V/T
Construcción Total	160m2	\$ 90	\$ 14.400,00
TOTAL			\$ 14.400,00

FUENTE: Investigación directa

ELABORACIÓN: Las Autoras

MUEBLES Y ENSERES DE OFICINA.- Se refiere a los muebles y enseres de oficina que se requiere para desarrollar las actividades administrativas.

**CUADRO N° 28
MUEBLES Y ENSERES PARA OFICINA**

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	VALOR TOTAL
Juego de muebles de espera	1	\$ 550	\$ 550,00
Archivos metálicos	2	\$ 150	\$ 300,00
Sillón giratorio	1	\$ 135	\$ 135,00
Escritorios Ejecutivos	3	\$ 95	\$ 285,00
Sillas giratorias	2	\$ 75	\$ 150,00
Mesa Modular de computación	1	\$ 110	\$ 110,00
TOTAL			\$ 1.530,00

FUENTE: Investigación directa

ELABORACIÓN: Las Autoras

MUEBLES DE SERVICIO.- Se estima todo lo concerniente a alojamiento y restaurante.

**CUADRO N°29
MUEBLES Y ENSERES PARA SERVICIO**

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	VALOR TOTAL
Mesas para comedor	6	\$ 100	\$ 600,00
Camas	46	\$ 125	\$ 5.750,00
Veladores	46	\$ 50	\$ 2.300,00
Mesas para dormitorios	46	\$ 75	\$ 3.450,00
Colchones	46	\$ 75	\$ 3.450,00
TOTAL			\$ 12.100,00

FUENTE: Investigación directa

ELABORACIÓN: Las Autoras

ENSERES DE SERVICIO.- Se estima todo lo concerniente a alojamiento y restaurante.

**CUADRO N°30
MUEBLES Y ENSERES PARA SERVICIO**

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	VALOR TOTAL
Mesas para comedor	6	\$ 100	\$ 600,00
Camas	46	\$ 125	\$ 5.750,00
Veladores	46	\$ 50	\$ 2.300,00
Mesas para dormitorios	46	\$ 75	\$ 3.450,00
Colchones	46	\$ 75	\$ 3.450,00
Cubrecamas	92	\$ 75	\$ 6.900,00
Juego de Sábanas	92	\$ 75	\$ 6.900,00
Juego de Toallas	46	\$ 75	\$ 3.450,00
Almohadas	92	\$ 75	\$ 6.900,00
Vasos de vidrio	46	\$ 75	\$ 3.450,00
Juego de ollas	5	\$ 75	\$ 375,00
Juego de cuclillos	2	\$ 75	\$ 150,00
Vajillas completas	3	\$ 75	\$ 225,00
Juego de cubiertos	20	\$ 75	\$ 1.500,00
Cilindros de gas	4	\$ 75	\$ 300,00
TOTAL			\$ 45.700,00

FUENTE: Investigación directa

ELABORACION: Las Autoras

EQUIPO PARA SERVICIO.- Corresponde a los artículos que se emplearán en el Hotel.

**CUADRO N° 31
EQUIPO PARA SERVICIO**

ARTÍCULO	UNIDAD	V/U	V/T
Televisor habitaciones 22 "	46	\$ 350,00	\$ 16,100
Televisor recepción 50 "	1	\$ 550,00	\$ 550,00
Cocina Industrial	1	\$ 180,00	\$ 180,00
Licuada	1	\$ 80,00	\$ 80,00
Sanduchera	1	\$ 60,00	\$ 60,00
Tostadora	3	\$ 30,00	\$ 30,00
Exprimidora	1	\$ 120,00	\$ 120,00
Refrigeradora	2	\$ 400,00	\$ 400,00
Frigorífico	1	\$ 200,00	\$ 200,00
Extractor de Jugos	1	\$ 100,00	\$ 100,00
TOTAL			\$ 17,820

FUENTE: Investigación directa

ELABORACIÓN: Las Autoras

EQUIPOS DE COMPUTACIÓN.- Corresponde a los equipos que se emplearán en el Hotel y oficina.

**CUADRO Nº 32
INVERSIÓN EN EQUIPO DE CÓMPUTO**

ARTÍCULO	UNIDAD	V/U	V/T
Computadoras	1	\$ 560,00	\$ 560,00
Impresora	1	\$ 100,00	\$ 100,00
TOTAL			\$ 660,00

FUENTE: Investigación directa

ELABORACIÓN: Las Autoras

EQUIPOS DE OFICINA.- Corresponde a los artículos que se usan en las oficinas

**CUADRO Nº33
EQUIPO DE OFICINA**

ARTÍCULO	UNIDAD	V/U	V/T
SUMADORA	1	\$ 15,00	\$ 15,00
CALCULADORA	1	\$ 12,00	\$ 12,00
TELÉFONO	1	\$ 75,00	\$ 75,00
GRAPADORA	1	\$ 5,00	\$ 5,00
PERFORADORA	1	\$ 6,00	\$ 6,00
TOTAL			\$ 113,00

FUENTE: Investigación directa

ELABORACIÓN: Las Autoras

OTROS ACTIVOS FIJOS.- Corresponde a activos fijos que no corresponden a los antes mencionados.

**CUADRO Nº34
OTROS ACTIVOS**

ARTÍCULO	UNIDAD	V/U	V/T
Medidor bifásico	1	\$ 250,00	\$ 250,00
Medidor de Agua	1	\$ 180,00	\$ 180,00
TOTAL			\$ 430,00

FUENTE: Investigación directa

ELABORACIÓN: Las autoras

RESUMEN DE LAS INVERSIONES FIJAS

El resumen de las inversiones está en el cuadro expuesto a continuación:

CUADRO N° 35

RESUMEN DE INVERSIONES FIJAS

ARTÍCULO	V/T
TERRENO	\$ 8.750,00
CONSTRUCCIONES	\$ 14.400,00
MUEBLES Y ENSERES PARA OFICINA	\$ 1.530,00
MUEBLES Y ENSERES PARA SERVICIO	\$ 36.600,00
EQUIPO PARA SERVICIO	\$ 17,820
EQUIPO DE COMPUTO	\$ 660,00
EQUIPO DE OFICINA	\$ 113,00
OTROS ACTIVOS	\$ 430,00
IMPREVISTOS 5%	\$ 3.463,15
TOTAL DE ACTIVOS FIJOS	\$ 83766,16

FUENTE: cuadro 33 al 39

ELABORACIÓN: Las Autoras

ACTIVO DIFERIDO:

En este activo se tomó en cuenta los gastos realizados en el estudio del proyecto y otros gastos relacionados con el mismo, por lo tanto el valor de este activo se distribuye así:

CUADRO N°36
ACTIVOS DIFERIDOS

DETALLE	VALOR
LÍNEA TELEFÓNICA	90
ESTUDIOS PRELIMINARES	150
GASTOS DE CONSTITUCIÓN	150
REGISTRO SANITARIO Y PATENTES	100
PERMISO DE FUNCIONAMIENTO	50
INSTALACIÓN DE SERVICIOS BÁSICOS	200
ORGANIZACIÓN Y PUESTA EN MARCHA	120
IMPREVISTOS 5%	43
TOTAL	903,00

Fuente: Investigación Directa

Elaboración: Las autoras

ACTIVO CIRCULANTE:

Este activo está constituido por valores necesarios para la operación normal del proyecto durante un ciclo productivo, el valor de este activo se lo detalla a continuación.

Presupuesto Materia Prima Directa.- Está dado por la alimentación, bebidas y surtidos que se den para ofrecer al cliente. En el caso del hotel se han estimado valores que se invertirían en la puesta en marcha del mismo en el periodo de un mes, como se muestra a continuación:

**CUADRO N°37
MATERIA PRIMA DIRECTA**

ARTÍCULO	Valor mensual	Valor Anual
Verduras	\$ 50,00	\$ 600,00
Legumbres	\$ 60,00	\$ 720,00
Hortalizas	\$ 40,00	\$ 480,00
Carnes Rojas	\$ 300,00	\$ 3.600,00
Carnes Blancas	\$ 180,00	\$ 2.160,00
Mariscos	\$ 250,00	\$ 3.000,00
Frutas	\$ 80,00	\$ 960,00
Arroz	\$ 60,00	\$ 720,00
Lácteos	\$ 70,00	\$ 840,00
Panes	\$ 45,00	\$ 540,00
Aliños	\$ 15,00	\$ 180,00
Embutidos	\$ 70,00	\$ 840,00
Agua Mineral	\$ 120,00	\$ 1.440,00
Agua Natural	\$ 120,00	\$ 1.440,00
Vinos Licores	\$ 200,00	\$ 2.400,00
TOTAL		\$ 1.800,00

FUENTE: Investigación directa

ELABORACIÓN: Las autoras

Mano de obra directa.- Corresponde a los sueldos del personal que interviene directamente en la prestación del servicio, como se muestra a continuación

**CUADRO N°38
MANO DE OBRA DIRECTA**

CARGO	SUELDO BÁSICO	APORTE PATRONAL AL IESS 11,15%, IECE(0,5%) Y SECAP(0,5%)	APORTE PERSONAL 9,35%	FONDOS DE RESERVA	DECIMO 3ER SUELDO MENSUAL	DECIMO 4TO SUELDO MENSUAL	TOTAL PAGOS MENSUALES POR SUELDOS	NÚMERO DE EMPLEADOS	TOTAL MANO DE OBRA DIRECTA ANUAL
CHEF	340	41,31	31,79		28,33	26,50	436,14	1	5233,72
CAMARERO	340	41,31	31,79		28,33	26,50	436,14	1	5233,72
RECEPCIONISTA	340	41,31	31,79		28,33	26,50	436,14	1	5233,72

FUENTE: Investigación directa

ELABORACIÓN: Las Autoras

**CUADRO 39
MANO DE OBRA DIRECTA SEGUNDO AÑO**

CARGO	SUELDO BÁSICO	APORTE PATRONAL AL IESS 11,15%, IECE(0,5%) Y SECAP(0,5%)	APORTE PERSONAL 9,35%	FONDOS DE RESERVA	DECIMO 3ER SUELDO MENSUAL	DECIMO 4TO SUELDO MENSUAL	TOTAL PAGOS MENSUALES POR SUELDOS	NÚMERO DE EMPLEADOS	TOTAL MANO DE OBRA DIRECTA ANUAL
CHEF	340	41,31	31,79	28,33	28,33	26,50	464,48	1	5573,72
CAMARERO	340	41,31	31,79	28,33	28,33	26,50	464,48	1	5573,72
RECEPCIONISTA	340	41,31	31,79	28,33	28,33	26,50	464,48	1	5573,72

FUENTE: Ministerio de Relaciones Laborales

ELABORACIÓN: Las autoras

Presupuesto Personal Administrativo.- Está dado por el personal que laborará en la parte administrativa del Hotel.

**CUADRO Nº40
SUELDOS ADMINISTRATIVOS PRIMER AÑO**

CARGO	SUELDO BÁSICO	APORTE PATRONAL AL IESS 11,15%, IECE(0,5%) Y SECAP(0,5%)	APORTE PERSONAL 9,35%	FONDOS DE RESERVA	DECIMO 3ER SUELDO MENSUAL	DECIMO 4TO SUELDO MENSUAL	TOTAL PAGOS MENSUALES POR SUELDOS	NÚMERO DE EMPLEADOS	TOTAL MANO DE OBRA DIRECTA ANUAL
GERENTE	500	60,75	46,75		41,67	26,50	628,92	1	7547,00
SECRETARIA CONTADORA	400	48,60	37,40		33,33	26,50	508,43	1	6101,20
CONSERJE GUARDIÁN	340	41,31	31,79		28,33	26,50	436,14	1	5233,72
TOTAL							1573,49		18881,92

FUENTE: Ministerio de Relaciones Laborales

ELABORACIÓN: Las autoras

**CUADRO Nº 41
SUELDOS ADMINISTRATIVOS SEGUNDO AÑO**

CARGO	SUELDO BÁSICO	APORTE PATRONAL AL IESS 11,15%, IECE(0,5%) Y SECAP(0,5%)	APORTE PERSONAL 9,35%	FONDOS DE RESERVA	DECIMO 3ER SUELDO MENSUAL	DECIMO 4TO SUELDO MENSUAL	TOTAL PAGOS MENSUALES POR SUELDOS	NÚMERO DE EMPLEADOS	TOTAL MANO DE OBRA DIRECTA ANUAL
GERENTE	500	60,75	46,75	41,67	41,67	26,50	670,58	1	8047,00
SECRETARIA CONTADORA	400	48,60	37,40	33,33	33,33	26,50	541,77	1	6501,20
CONSERJE GUARDIÁN	340	41,31	31,79	28,33	28,33	26,50	464,48	1	5573,72
TOTAL							1676,83		20121,92

FUENTE: Ministerio de Relaciones Laborales

ELABORACIÓN: Las autoras

Presupuesto Materia Prima Directa.- Está dado por la alimentación, bebidas y surtidos que se den para ofrecer al cliente.

**CUADRO Nº 42
MATERIA PRIMA DIRECTA**

ARTÍCULO	Valor mensual	Valor Anual
Verduras	\$ 50,00	\$ 600,00
Legumbres	\$ 60,00	\$ 720,00
Hortalizas	\$ 40,00	\$ 480,00
Carnes Rojas	\$ 300,00	\$ 3.600,00
Carnes Blancas	\$ 180,00	\$ 2.160,00
Mariscos	\$ 250,00	\$ 3.000,00
Frutas	\$ 80,00	\$ 960,00
Arroz	\$ 60,00	\$ 720,00
Lácteos	\$ 70,00	\$ 840,00
Panes	\$ 45,00	\$ 540,00
Aliños	\$ 15,00	\$ 180,00
Embutidos	\$ 70,00	\$ 840,00
Agua Mineral	\$ 120,00	\$ 1.440,00
Agua Natural	\$ 120,00	\$ 1.440,00
Vinos Licores	\$ 200,00	\$ 2.400,00
TOTAL	\$ 1.660,00	\$ 19.920,00

FUENTE: Investigación directa

ELABORACIÓN: Las autoras

Suministros de oficina.- Aquí se han colocados los gastos de los elementos que se utilizan en las oficinas

**CUADRO Nº 43
SUMINISTROS DE OFICINA**

CONCEPTO	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Grapas (caja)	1	1	1	12
Papel bond (resma)	1	3,5	3,5	42
Facturas (talonario)	1	15	15	180
Carpetas	4	0,2	0,8	9,6
Tinta de Impresora	2	4,5	9	108
Clips (caja)	1	1	1	12
TOTAL			30,3	363,6

FUENTE: Investigación directa

ELABORACIÓN: Las autoras

Servicios básicos.- Son los gastos originados por el costo del servicios telefónico.

**CUADRO Nº44
SERVICIOS BÁSICOS**

CONCEPTO	UNIDAD	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Teléfono	MINUTOS	200	0,04	8	96
TOTAL				\$ 8,00	\$ 96,00

FUENTE: CNEL y CNT

ELABORACIÓN: Las autoras

Energía Eléctrica y agua potable.- son los gastos originados por los costos de servicio de agua potable y energía eléctrica que en este caso se proponen como costos de producción y por ello no constan como servicios básicos

**CUADRO Nº45
ENERGÍA ELÉCTRICA Y AGUA POTABLE**

CONCEPTO	UNIDAD	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Energía Eléctrica	KW/H	140	0,07	9,8	117,6
Agua	M4	500	0,03	15	180
TOTAL				24,8	297,6

FUENTE: EPMAPA

ELABORACIÓN: Las autoras

Útiles de Aseo.- Corresponde a los materiales necesarios para la limpieza

**CUADRO Nº 46
ÚTILES DE ASEO**

CONCEPTO	UNIDAD	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Escoba	UNIDAD	1	\$ 1,20	\$ 1,20	\$ 14,40
Trapeador	UNIDAD	1	\$ 1,30	\$ 1,30	\$ 15,60
Recogedor	UNIDAD	1	\$ 1,00	\$ 1,00	\$ 12,00
Desinfectante	UNIDAD	1	\$ 4,00	\$ 4,00	\$ 48,00
Papel higiénico	UNIDAD	20	\$ 0,30	\$ 6,00	\$ 72,00
Jabón	UNIDAD	20	\$ 0,50	\$ 10,00	\$ 120,00
TOTAL				\$ 23,50	\$ 282,00

FUENTE: Investigación directa

ELABORACIÓN: Las autoras

Combustible.- Se ha considerado un valor del cilindro de gas industrial.

**CUADRO 5N°47
COMBUSTIBLE**

CONCEPTO	UNIDAD	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Gas	Cilindro	3	\$ 1,60	\$ 4,80	\$ 57,60
TOTAL				\$ 4,80	\$ 57,60

FUENTE: Investigación Directa

ELABORACIÓN: Las autoras

Publicidad y propaganda.- El rubro asignado para publicidad y propaganda, como se lo determina en función del alojamiento en una página web que es la forma más barata eficiente de dar a conocer el hotel.

**CUADRO N°48
PUBLICIDAD**

CONCEPTO	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Página Web	\$ 15,00	\$ 180,00
TOTAL	\$ 15,00	\$ 180,00

FUENTE: Radio Ciudad Colorada

ELABORACIÓN: Las autoras

RESUMEN DE INVERSIÓN EN ACTIVO CIRCULANTE

El presente proyecto requiere una inversión de activos circulantes de \$4.880,74 dólares americanos, como se muestra en el siguiente cuadro:

CUADRO N°49
RESUMEN DE ACTIVO CIRCULANTE

DETALLE	TOTAL
MATERIA PRIMA DIRECTA	1660
MANO DE OBRA DIRECTA	1308,43
SUELDOS ADMINISTRATIVOS PRIMER AÑO	1573,49
SUMINISTROS DE OFICINA	30,3
SERVICIOS BÁSICOS	\$ 8,00
ENERGÍA ELÉCTRICA Y AGUA POTABLE	24,8
ÚTILES DE ASEO	\$ 23,50
COMBUSTIBLE	\$ 4,80
PUBLICIDAD	\$ 15,00
IMPREVISTOS 5%	232,42
TOTAL DE ACTIVOS DIFERIDOS	\$ 4.880,74

FUENTE: Cuadro 37 al 48
ELABORACIÓN: Las autoras

RESUMEN DE INVERSIÓN TOTAL PREVISTA

El resumen de la inversión total se demuestra en el siguiente cuadro:

**CUADRO Nº50
INVERSIONES TOTALES**

INVERSIONES	PARCIAL	TOTAL	PORCENTAJE
ACTIVOS FIJOS		83766,15	
TERRENO	8750		92,63%
CONSTRUCCIONES	14400		
MUEBLES Y ENSERES PARA OFICINA	1530		
MUEBLES Y ENSERES PARA SERVICIO	36600		
EQUIPO PARA SERVICIO	17820		
EQUIPO DE COMPUTO	660		
EQUIPO DE OFICINA	113		
OTROS ACTIVOS	430		
IMPREVISTOS 5%	3463,15		
ACTIVOS DIFERIDOS		903	
LÍNEA TELEFÓNICA	90		1,15%
ESTUDIOS PRELIMINARES	150		
GASTOS DE CONSTITUCIÓN	150		
REGISTRO SANITARIO Y PATENTES	100		
PERMISO DE FUNCIONAMIENTO	50		
INSTALACIÓN DE SERVICIOS BÁSICOS	200		
ORGANIZACIÓN Y PUESTA EN MARCHA	120		
IMPREVISTOS 5%	43		
ACTIVO CIRCULANTE		4880,7395	
MATERIA PRIMA DIRECTA	1660		6,22%
MANO DE OBRA DIRECTA	1308,43		
SUELDOS ADMINISTRATIVOS PRIMER AÑO	1573,49		
SUMINISTROS DE OFICINA	30,3		
SERVICIOS BÁSICOS	8		
ENERGÍA ELÉCTRICA Y AGUA POTABLE	24,8		
ÚTILES DE ASEO	23,5		
COMBUSTIBLE	4,8		
PUBLICIDAD	15		
IMPREVISTOS 5%	232,42		
TOTAL DE INVERSIONES		\$ 89549,89	100%

FUENTE: Cuadro 35,36 y 49

ELABORACIÓN: La autora

Financiamiento

Una vez determinados los montos correspondientes a las inversiones, se requiere analizar la manera de financiarlo. El proyecto hará uso de las

fuentes internas y externas de financiamiento de la siguiente manera: el 36% será aportado por los socios de la empresa; mientras que el 64% de la inversión será financiada mediante crédito al Banco de Fomento, el cual ofrece créditos a corto y largo plazo como son 5 años para la ejecución del proyecto a un interés del 15% anual, dinero que servirá para financiar el proyecto.

CUADRO Nº 51

FINANCIAMIENTO		
FUENTE	%	MONTO
Capital Propio	44.16	\$ 39.549,89
Crédito	55.83	\$ 50.000,00
TOTAL	100	\$ 89.549,89

FUENTE: Cuadro 50

ELABORACIÓN: Las autoras

AMORTIZACIÓN DEL CRÉDITO.- Se ha decidido realizar la inversión en la parte correspondiente al 67% mediante un crédito a 5 años el cual se irá cancelando según la siguiente tabla de amortización

**CUADRO Nº52
TABLA DE AMORTIZACIÓN**

AÑO	CAPITAL	INTERÉS 15% ANUAL	DIVIDENDO MENSUAL	SALDO CAPITAL
0				\$ 50.000,00
1	\$ 833,33	\$ 625,00	\$ 1.458,33	\$ 49.166,67
2	\$ 833,33	\$ 614,58	\$ 1.447,92	\$ 48.333,33
3	\$ 833,33	\$ 604,17	\$ 1.437,50	\$ 47.500,00
4	\$ 833,33	\$ 593,75	\$ 1.427,08	\$ 46.666,67
5	\$ 833,33	\$ 583,33	\$ 1.416,67	\$ 45.833,33
6	\$ 833,33	\$ 572,92	\$ 1.406,25	\$ 45.000,00
7	\$ 833,33	\$ 562,50	\$ 1.395,83	\$ 44.166,67

8	\$ 833,33	\$ 552,08	\$ 1.385,42	\$ 43.333,33
9	\$ 833,33	\$ 541,67	\$ 1.375,00	\$ 42.500,00
10	\$ 833,33	\$ 531,25	\$ 1.364,58	\$ 41.666,67
11	\$ 833,33	\$ 520,83	\$ 1.354,17	\$ 40.833,33
12	\$ 833,33	\$ 510,42	\$ 1.343,75	\$ 40.000,00
13	\$ 833,33	\$ 500,00	\$ 1.333,33	\$ 39.166,67
14	\$ 833,33	\$ 489,58	\$ 1.322,92	\$ 38.333,33
15	\$ 833,33	\$ 479,17	\$ 1.312,50	\$ 37.500,00
16	\$ 833,33	\$ 468,75	\$ 1.302,08	\$ 36.666,67
17	\$ 833,33	\$ 458,33	\$ 1.291,67	\$ 35.833,33
18	\$ 833,33	\$ 447,92	\$ 1.281,25	\$ 35.000,00
19	\$ 833,33	\$ 437,50	\$ 1.270,83	\$ 34.166,67
20	\$ 833,33	\$ 427,08	\$ 1.260,42	\$ 33.333,33
21	\$ 833,33	\$ 416,67	\$ 1.250,00	\$ 32.500,00
22	\$ 833,33	\$ 406,25	\$ 1.239,58	\$ 31.666,67
23	\$ 833,33	\$ 395,83	\$ 1.229,17	\$ 30.833,33
24	\$ 833,33	\$ 385,42	\$ 1.218,75	\$ 30.000,00
25	\$ 833,33	\$ 375,00	\$ 1.208,33	\$ 29.166,67
26	\$ 833,33	\$ 364,58	\$ 1.197,92	\$ 28.333,33
27	\$ 833,33	\$ 354,17	\$ 1.187,50	\$ 27.500,00
28	\$ 833,33	\$ 343,75	\$ 1.177,08	\$ 26.666,67
29	\$ 833,33	\$ 333,33	\$ 1.166,67	\$ 25.833,33
30	\$ 833,33	\$ 322,92	\$ 1.156,25	\$ 25.000,00
31	\$ 833,33	\$ 312,50	\$ 1.145,83	\$ 24.166,67
32	\$ 833,33	\$ 302,08	\$ 1.135,42	\$ 23.333,33
33	\$ 833,33	\$ 291,67	\$ 1.125,00	\$ 22.500,00
34	\$ 833,33	\$ 281,25	\$ 1.114,58	\$ 21.666,67
35	\$ 833,33	\$ 270,83	\$ 1.104,17	\$ 20.833,33
36	\$ 833,33	\$ 260,42	\$ 1.093,75	\$ 20.000,00
37	\$ 833,33	\$ 250,00	\$ 1.083,33	\$ 19.166,67
38	\$ 833,33	\$ 239,58	\$ 1.072,92	\$ 18.333,33
39	\$ 833,33	\$ 229,17	\$ 1.062,50	\$ 17.500,00
40	\$ 833,33	\$ 218,75	\$ 1.052,08	\$ 16.666,67
41	\$ 833,33	\$ 208,33	\$ 1.041,67	\$ 15.833,33
42	\$ 833,33	\$ 197,92	\$ 1.031,25	\$ 15.000,00
43	\$ 833,33	\$ 187,50	\$ 1.020,83	\$ 14.166,67
44	\$ 833,33	\$ 177,08	\$ 1.010,42	\$ 13.333,33
45	\$ 833,33	\$ 166,67	\$ 1.000,00	\$ 12.500,00
46	\$ 833,33	\$ 156,25	\$ 989,58	\$ 11.666,67
47	\$ 833,33	\$ 145,83	\$ 979,17	\$ 10.833,33
48	\$ 833,33	\$ 135,42	\$ 968,75	\$ 10.000,00
49	\$ 833,33	\$ 125,00	\$ 958,33	\$ 9.166,67
50	\$ 833,33	\$ 114,58	\$ 947,92	\$ 8.333,33
51	\$ 833,33	\$ 104,17	\$ 937,50	\$ 7.500,00
52	\$ 833,33	\$ 93,75	\$ 927,08	\$ 6.666,67

53	\$ 833,33	\$ 83,33	\$ 916,67	\$ 5.833,33
54	\$ 833,33	\$ 72,92	\$ 906,25	\$ 5.000,00
55	\$ 833,33	\$ 62,50	\$ 895,83	\$ 4.166,67
56	\$ 833,33	\$ 52,08	\$ 885,42	\$ 3.333,33
57	\$ 833,33	\$ 41,67	\$ 875,00	\$ 2.500,00
58	\$ 833,33	\$ 31,25	\$ 864,58	\$ 1.666,67
59	\$ 833,33	\$ 20,83	\$ 854,17	\$ 833,33
60	\$ 833,33	\$ 10,42	\$ 843,75	(\$ 0,00)
TOTAL	\$ 20.000,00		\$ 32.125,00	

Fuente: Cuadro 51 y BNF

Elaboración: Las autoras

DEPRECIACIONES

Son los valores correspondientes a las depreciaciones que sufren los activos fijos producto de su uso, se detallan a continuación. Además de ello se debe realizar la reinversión de los activos que se deprecian totalmente antes de que la vida útil del proyecto culmine

CUADRO N°53 DEPRECIACIONES

DENOMINACIÓN	VALOR DE ACTIVOS	VALOR RESIDUAL 10%	VALOR A DEPRECIA R	VIDA ÚTIL EN AÑO S	DEPRECIACIÓ N ANUAL	Reinversión
CONSTRUCCIONES	\$ 14.400	\$ 1440,00	\$ 12,960	10	\$ 2592,00	
MUEBLES Y ENSERES PARA OFICINA	\$ 1530,00	\$ 153,00	\$ 1377,00	5	\$ 275,40	
MUEBLES Y ENSERES PARA SERVICIO	\$ 36600,	\$ 3660	\$ 32940	10	\$ 3294	
EQUIPO PARA SERVICIO	\$ 17820,00	\$ 1782,00	\$ 16038,00	5	\$ 3.207,60	
EQUIPO DE COMPUTO	\$ 660,00	\$ 66,00	\$ 594,00	3	\$ 198,00	\$ 742,37
EQUIPO DE OFICINA	\$ 113,00	\$ 11,30	\$ 101,70	3	\$ 33,90	\$ 127,10

Fuente: Cuadro N°35 Tasa de inflación acumulada por 3 años, Ref año 2014 (4,16%)

Elaboración: Las autoras

DEPRECIACIONES DE REINVERSIONES

Constan las depreciaciones de los activos que se reinvierten

**CUADRO N° 54
DEPRECIACIONES DE REINVERSIONES**

DENOMINACIÓN	VALOR DE ACTIVOS	VALOR RESIDUAL 10%	VALOR A DEPRECIAR	VIDA ÚTIL EN AÑOS	DEPRECIACIÓN ANUAL
EQUIPO DE COMPUTO	\$ 742,37	\$ 74,24	\$ 668,13	3	\$ 222,71
EQUIPO DE OFICINA	\$ 127,10	\$ 12,71	\$ 114,39	3	\$ 38,13

Fuente: Cuadro N° 35 y 53

Elaboración: Las autoras

AMORTIZACIÓN DE ACTIVOS DIFERIDOS

Para que la inversión de estos activos no se haga una carga excesiva en el primer año de operaciones de la empresa se ha prorrateado el valor total para los 5 años de vida útil del proyecto, como se muestra a continuación

**CUADRO N°55
AMORTIZACIONES**

DENOMINACIÓN	VALOR DE ACTIVOS	AÑOS DE AMORTIZACIÓN	VALOR DE AMORTIZACIÓN ANUAL
ACTIVOS DIFERIDOS	\$ 903,00	5	\$ 180,60

Fuente: Cuadro N°36

Elaboración: Las autoras

PRESUPUESTOS DE COSTOS E INGRESOS

Se entiende por costos a todas las erogaciones o desembolsos realizados durante un año o ejercicio económico. Mientras que los ingresos son aquellos que se dan por el volumen de producción y por las ventas. Ambos ítems se irán desglosando, con el fin de obtener los costos unitarios de producción y el ingreso por ventas. Así se lo expone en el cuadro siguiente:

**CUADRO Nº56
PRESUPUESTO DE COSTOS Y GASTOS**

COSTOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
COSTO PRIMO	\$ 35.976,36	\$ 37.779,81	\$ 39.351,45	\$ 40.988,47	\$ 42.693,59
MATERIA PRIMA DIRECTA	\$ 19.920,00	\$ 20.748,67	\$ 21.611,82	\$ 22.510,87	\$ 23.447,32
MANO DE OBRA DIRECTA	\$ 15.701,16	\$ 16.721,16	\$ 17.416,76	\$ 18.141,30	\$ 18.895,98
ENERGÍA ELÉCTRICA Y AGUA POTABLE	\$ 297,60	\$ 309,98	\$ 322,88	\$ 336,31	\$ 350,30
COMBUSTIBLE	\$ 57,60				
GASTOS ADMINISTRATIVOS	\$ 19.623,52	\$ 20.515,64	\$ 21.369,10	\$ 22.258,05	\$ 23.183,98
SUELDOS ADMINISTRATIVOS PRIMER AÑO	\$ 18.881,92	\$ 20.121,92	\$ 20.958,99	\$ 21.830,89	\$ 22.739,05
SUMINISTROS DE OFICINA	\$ 363,60	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
SERVICIOS BÁSICOS	\$ 96,00	\$ 99,99	\$ 104,15	\$ 108,49	\$ 113,00
ÚTILES DE ASEO	\$ 282,00	\$ 293,73	\$ 305,95	\$ 318,68	\$ 331,93
GASTOS DE VENTAS	\$ 180,00	\$ 187,49	\$ 195,29	\$ 203,41	\$ 211,87
PUBLICIDAD	\$ 180,00	\$ 187,49	\$ 195,29	\$ 203,41	\$ 211,87
DEPRECIACIONES	\$ 7.180,80	\$ 7.180,80	\$ 7.180,80	\$ 7.731,42	\$ 7.731,42
CONSTRUCCIONES	\$ 787,50	\$ 787,50	\$ 787,50	\$ 787,50	\$ 787,50
MUEBLES Y ENSERES PARA OFICINA	\$ 2.592,00	\$ 2.592,00	\$ 2.592,00	\$ 2.592,00	\$ 2.592,00
MUEBLES Y ENSERES PARA SERVICIO	\$ 275,40	\$ 275,40	\$ 275,40	\$ 275,40	\$ 275,40
EQUIPO PARA SERVICIO	\$ 3.207,00	\$ 3.207,00	\$ 3.207,00	\$ 3.207,00	\$ 3.207,00
EQUIPO DE COMPUTO	\$ 198,00	\$ 198,00	\$ 198,00	\$ 668,13	\$ 668,13
EQUIPO DE OFICINA	\$ 33,90	\$ 33,90	\$ 33,90	\$ 114,39	\$ 114,39
GASTOS FINANCIEROS	\$ 6.993,10	\$ 5.493,10	\$ 3.993,10	\$ 2.493,10	\$ 993,10
Amortización de Activo Diferido	\$ 180,60	\$ 180,60	\$ 180,60	\$ 180,60	\$ 180,60
Interese de Préstamo	\$ 6.812,50	\$ 5.312,50	\$ 3.812	\$ 2.313	\$ 812
OTROS GASTOS	\$ 10.000,00				
Amortización del crédito	\$ 10.000,00	\$ 10.000,00	\$ 10.000,00	\$ 10.000,00	\$ 10.000,00
TOTAL DE COSTO DE PRODUCCIÓN	\$ 79.953,78	\$ 81.156,84	\$ 82.089,74	\$ 83.674,46	\$ 84.813,97

Fuente: Cuadro 51 al 55 tasa de inflación año 2013 4,16%

Elaboración: Las autoras

INGRESOS TOTALES

Los ingresos constituyen el producto de la venta de bienes y servicios que genera el proyecto. En el presente caso por la prestación del servicio de alquiler de las habitaciones del hotel. En los ingresos que se han establecido en la vida útil de la empresa, tal como se indica en el cuadro siguiente se ha determinado principalmente el precio unitario de venta, para lo cual se considera un margen de utilidad bruta por unidad del 45%. Dicho margen de utilidad se ha determinado considerando que al incrementar al costo unitario, que el precio final sea aceptable dentro del mercado, como se muestra a continuación

CUADRO N° 57

INGRESOS TOTALES

AÑO	COSTOS TOTALES	CAPACIDAD UTILIZADA	COSTO UNITARIO	MARGEN DE UTILIDAD 45%	PRECIO DE VENTA	INGRESOS TOTALES
1	\$ 79.953,78	13248	\$ 6,04	\$ 2,72	\$ 8,75	\$ 115.932,98
2	\$ 81.156,84	14076	\$ 5,77	\$ 2,59	\$ 8,36	\$ 117.677,43
3	\$ 82.089,74	14904	\$ 5,51	\$ 2,48	\$ 7,99	\$ 119.030,12
4	\$ 83.674,46	15732	\$ 5,32	\$ 2,39	\$ 7,71	\$ 121.327,96
5	\$ 84.813,97	16394	\$ 5,17	\$ 2,33	\$ 7,50	\$ 122.980,26

Fuente: Cuadro N°17 y 56

Elaboración: La autora

ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS.

Permite comparar los ingresos con los egresos generados en un período de cinco años, mostrando de esta manera las utilidades o pérdidas sufridas en este proyecto, se las puede observar en el cuadro que está a continuación:

CUADRO N°58
ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS

PERIODOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESO POR VENTAS	\$ 115.932,98	\$ 117.677,43	\$ 119.030,12	\$ 121.327,96	\$ 122.980,26
(-) COSTO TOTAL	\$ 79.953,78	\$ 81.156,84	\$ 82.089,74	\$ 83.674,46	\$ 84.813,97
(=) UTILIDAD BRUTA EN VENTAS	\$ 35.979,20	\$ 36.520,58	\$ 36.940,38	\$ 37.653,51	\$ 38.166,29
(-) 15% UTILIDAD A TRABAJADORES	\$ 5.396,88	\$ 5.478,09	\$ 5.541,06	\$ 5.648,03	\$ 5.724,94
(=) UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	\$ 30.582,32	\$ 31.042,49	\$ 31.399,32	\$ 32.005,48	\$ 32.441,35
(-) 25% DE IMPUESTO A LA RENTA	\$ 7.645,58	\$ 7.760,62	\$ 7.849,83	\$ 8.001,37	\$ 8.110,34
(=) UTILIDAD NETA DE EJERCICIO	\$ 22.936,74	\$ 23.281,87	\$ 23.549,49	\$ 24.004,11	\$ 24.331,01
(-) 10% RESERVA LEGAL	\$ 2.293,67	\$ 2.328,19	\$ 2.354,95	\$ 2.400,41	\$ 2.433,10
(=) UTILIDAD LÍQUIDA PARA SOCIOS	\$ 20.643,07	\$ 20.953,68	\$ 21.194,54	\$ 21.603,70	\$ 21.897,91

Fuente: Cuadro 56 y 57

Elaboración: Las autoras

COSTOS FIJOS Y VARIABLES

Para determinar los costos fijos y variables se ha realizado una distribución teniendo en cuenta que los costos fijos son los que no intervienen

directamente en la producción y los costos variables son los que se utilizan para producir, tal y como se muestran en el siguiente cuadro.

CUADRO Nº 59
CLASIFICACIÓN DE LOS COSTOS EN FIJOS Y VARIABLES

COSTOS	AÑO 1		AÑO 5	
	FIJO	VARIABLE	FIJO	VARIABLE
COSTO PRIMO	\$ 0,00	\$ 35.976,36	\$ 0,00	\$ 42.693,59
MATERIA PRIMA DIRECTA		\$ 19.920,00		\$ 23.447,32
MANO DE OBRA DIRECTA		\$ 15.701,16		\$ 18.895,98
ENERGÍA ELÉCTRICA Y AGUA POTABLE		\$ 297,60		\$ 350,30
COMBUSTIBLE		\$ 57,60		\$ 0,00
GASTOS ADMINISTRATIVOS	\$ 19.623,52	\$ 0,00	\$ 23.183,98	\$ 0,00
SUELDOS ADMINISTRATIVOS PRIMER AÑO	\$ 18.881,92		\$ 22.739,05	
SUMINISTROS DE OFICINA	\$ 363,60		\$ 0,00	
SERVICIOS BÁSICOS	\$ 96,00		\$ 113,00	
ÚTILES DE ASEO	\$ 282,00		\$ 331,93	
GASTOS DE VENTAS	\$ 180,00	\$ 0,00	\$ 211,87	\$ 0,00
PUBLICIDAD	\$ 180,00		\$ 211,87	
DEPRECIACIONES	\$ 7.180,80	\$ 0,00	\$ 7.731,42	\$ 0,00
CONSTRUCCIONES	\$ 787,50		\$ 787,50	
MUEBLES Y ENSERES PARA OFICINA	\$ 2.592,00		\$ 2.592,00	
MUEBLES Y ENSERES PARA SERVICIO	\$ 275,40		\$ 275,40	
EQUIPO PARA SERVICIO	\$ 3.294,00		\$ 3.294,00	
EQUIPO DE COMPUTO	\$ 198,00		\$ 668,13	
EQUIPO DE OFICINA	\$ 33,90		\$ 114,39	
GASTOS FINANCIEROS	\$ 6.993,10	\$ 0,00	\$ 993,10	\$ 0,00
Amortización de Activo Diferido	\$ 180,60		\$ 180,60	
Interese de Préstamo	\$ 6.812,50		\$ 812,50	
OTROS GASTOS	\$ 10.000,00		\$ 10.000,00	
Amortización del crédito	\$ 10.000,00		\$ 10.000,00	
TOTAL DE COSTO	\$ 43.977,42	\$ 35.976,36	\$ 42.120,38	\$ 42.693,59

Fuente: Cuadro Nº 55

Elaboración: Las autoras

PUNTO DE EQUILIBRIO

El punto de equilibrio permite determinar en el presente proyecto el nivel necesario para cubrir los costos totales. Para ello se utilizó el cuadro anterior de costos fijos y variables.

El punto de equilibrio se ha calculado para el año 1 y 5 y lo obtendremos matemáticamente a través de fórmulas y gráficamente, luego del cuadro de clasificación de costos.

AÑO 1 MATEMÁTICAMENTE EN FUNCIÓN DE LA CAPACIDAD INSTALADA

$$PE = \frac{\text{COSTO FIJO TOTAL}}{\text{VENTAS TOTALES} - \text{COSTO VARIABLE TOTAL}} \times 100$$

$$PE = \frac{\$ 43.977,42}{\$ 115.932,98 - \$ 35.976,36} \times 100$$

$$PE = \frac{\$ 43.977,42}{\$ 79.956,62} \times 100$$

$$PE = 55,00 \%$$

EN FUNCIÓN DE LAS VENTAS

$$PE = \frac{\text{COSTO FIJO TOTAL}}{1 - \frac{\text{COSTO VARIABLE TOTAL}}{\text{VENTAS TOTALES}}}$$

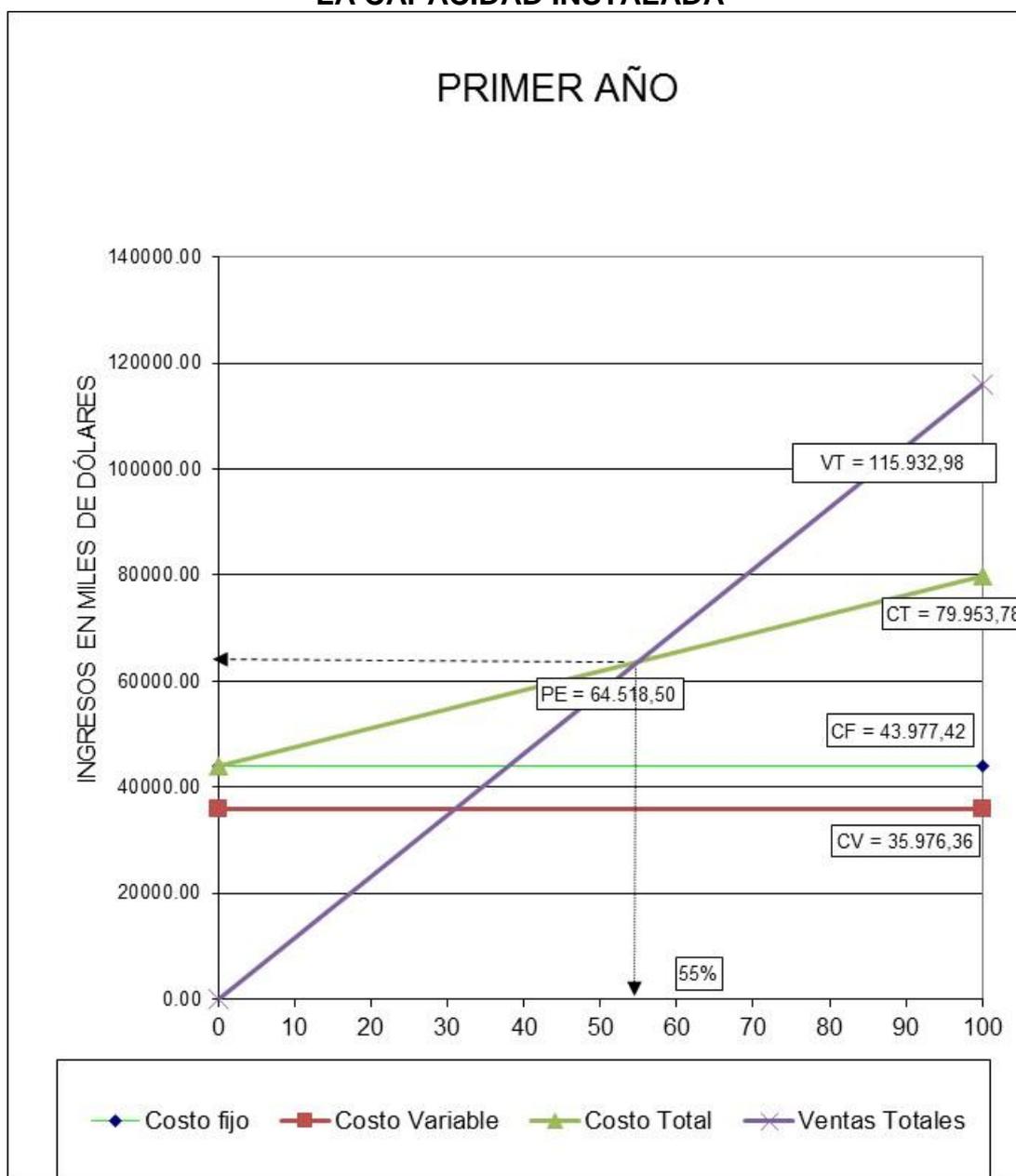
$$PE = \frac{\$ 43.977,42}{1 - \frac{\$ 35.976,36}{\$ 115.932,98}}$$

$$PE = \frac{\$ 43.977,42}{1 - 0,3103203}$$

$$PE = \$ 63.764,99$$

GRAFICO N°23

PUNTO DE EQUILIBRIO EN FUNCIÓN DE LAS VENTAS Y LA CAPACIDAD INSTALADA



Elaboración: Las Autoras

El PE se produce cuando la empresa venda 63.764,99 dólares y trabaje con una capacidad instalada de un 55%; en este punto la empresa ni pierde ni gana.

AÑO 5
MATEMÁTICAMENTE
EN FUNCIÓN DE LA CAPACIDAD INSTALADA

$$PE = \frac{\text{COSTO FIJO TOTAL}}{\text{VENTAS TOTALES} - \text{COSTO VARIABLE TOTAL}} \times 100$$

$$PE = \frac{\$ 42.120,38}{\$ 122.980,26 - \$ 42.693,59} \times 100$$

$$PE = \frac{\$ 42.120,38}{\$ 80.286,67} \times 100$$

$$PE = \boxed{52,46 \%}$$

EN FUNCIÓN DE LAS VENTAS

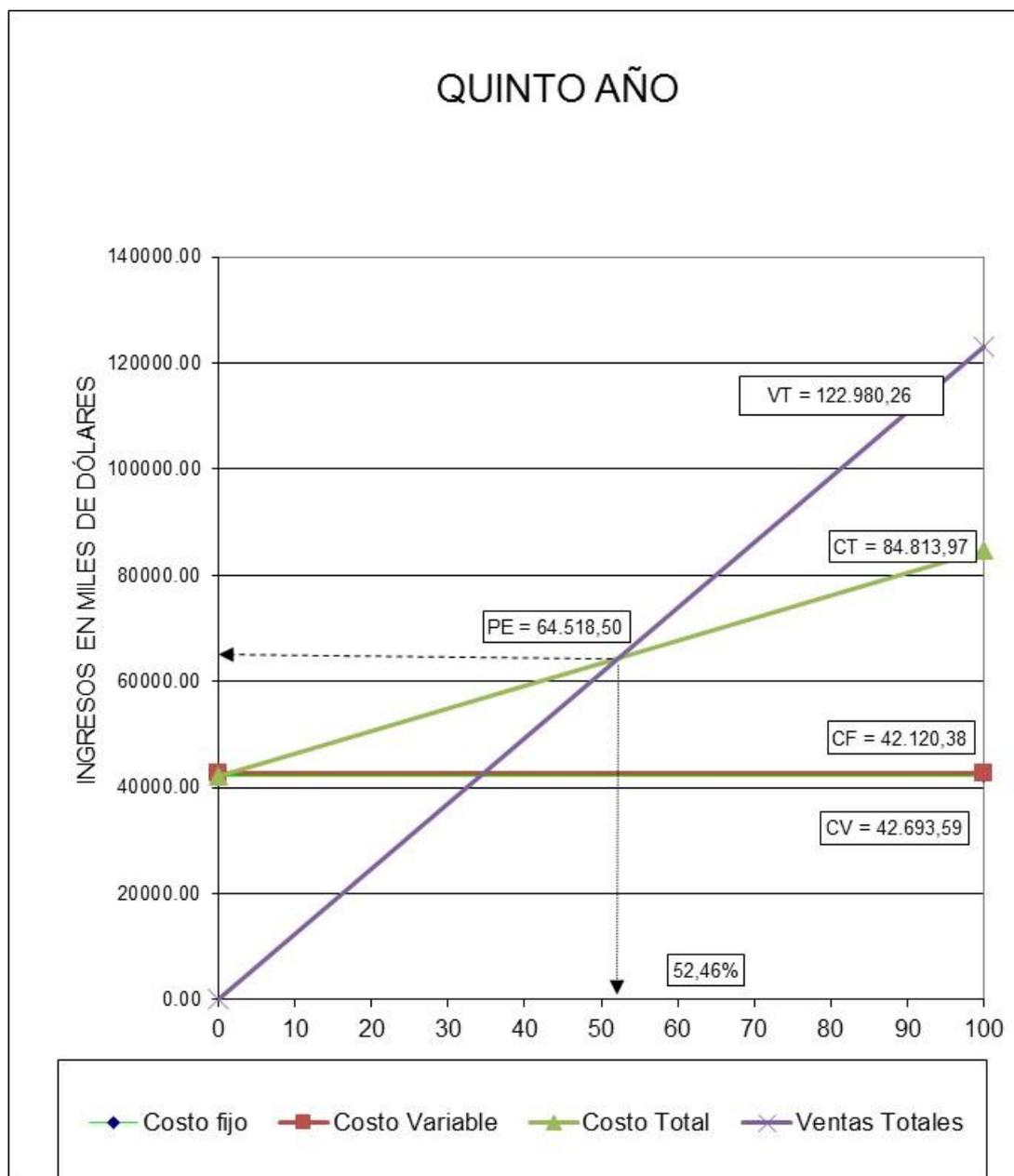
$$PE = \frac{\text{COSTO FIJO TOTAL}}{1 - \frac{\text{COSTO VARIABLE TOTAL}}{\text{VENTAS TOTALES}}}$$

$$PE = \frac{\$ 42.120,38}{1 - \frac{\$ 42.693,59}{\$ 122.980,26}}$$

$$PE = \frac{\$ 42.120,38}{1 - 0,3471581}$$

$$PE = \boxed{\$ 64.518,50}$$

GRAFICO Nº 24
PUNTO DE EQUILIBRIO EN FUNCIÓN DE LAS VENTAS Y
LA CAPACIDAD INSTALADA PARA EL AÑO 5



Elaboración: Las Autoras

Para el quinto año el PE se produce cuando la empresa tiene en ventas 64.518,50 dólares para el año 5 y trabaja con una capacidad instalada de un 52,46 % por tanto, en este punto, la empresa ni pierde ni gana.

EVALUACIÓN FINANCIERA

El objetivo de la Evaluación Financiera desde el punto de vista privado, es determinar el mérito de un proyecto, estimándose como tal el grado o nivel de utilidad que obtiene el empresario privado como premio al riesgo de utilizar su capital y su capacidad empresarial en la implementación de un proyecto.

FLUJO DE CAJA

Para realizar la aplicación de algunos criterios de evaluación, se hace necesario previamente estimar los flujos de caja.

El Flujo de Caja permite determinar la cobertura de todas las necesidades de efectivo a lo largo de los años de vida útil del proyecto.

El Flujo de Caja, permite cubrir todos los requerimientos de efectivo del proyecto, posibilitando además que el inversionista cuente con el suficiente origen de recursos para cubrir sus necesidades de efectivo.

Los Flujos de Caja se evalúan en lugar de utilizar figuras contables, en razón de que no son estos los que afectan a la capacidad de la empresa para pagar cuentas o comprar activos, se demuestra en el siguiente cuadro.

**CUADRO N° 60
FLUJO DE CAJA**

PERIODOS	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESO POR VENTAS		\$ 115.932,98	\$ 117.677,43	\$ 119.030,12	\$ 121.327,96	\$ 122.980,26
CAPITAL	\$ 78.509,89					
(+) VALOR RESIDUAL				\$ 77,30		\$ 6.128,00
TOTAL DE INGRESOS	\$ 78.509,89	\$ 115.932,98	\$ 117.677,43	\$ 119.107,42	\$ 121.327,96	\$ 129.108,26
EGRESOS						
ACTIVOS FIJOS	\$ 72.726,15					
ACTIVOS DIFERIDOS	\$ 903,00					
ACTIVOS CIRCULANTES	\$ 4.880,74					
REINVERSIÓN					\$ 869,47	
(-) COSTO TOTAL		\$ 79.953,78	\$ 81.156,84	\$ 82.089,74	\$ 83.674,46	\$ 84.813,97
TOTAL DE EGRESOS	\$ 78.509,89	\$ 79.953,78	\$ 81.156,84	\$ 82.089,74	\$ 84.543,93	\$ 84.813,97
(=) UTILIDAD BRUTA EN VENTAS	\$ 0	\$ 35.979,20	\$ 36.520,58	\$ 37.017,68	\$ 37.653,51	\$ 44.294,29
(-) 15% UTILIDAD A TRABAJADORES		\$ 5.396,88	\$ 5.478,09	\$ 5.552,65	\$ 5.648,03	\$ 6.644,14
(=) UTILIDAD ANTES DE IMPTO RTA		\$ 30.582,32	\$ 31.042,49	\$ 31.465,03	\$ 32.005,48	\$ 37.650,15
(-) 25% DE IMPUESTO A LA RENTA		\$ 7.645,58	\$ 7.760,62	\$ 7.866,26	\$ 8.001,37	\$ 9.412,54
(=) UTILIDAD LIQUIDA DE EJERCICIO		\$ 22.936,74	\$ 23.281,87	\$ 23.598,77	\$ 24.004,11	\$ 28.237,61
(+) DEPRECIACIONES		\$ 746,55	\$ 746,55	\$ 746,55	\$ 779,01	\$ 779,01
(+) AMORTIZACIONES		\$ 6.156,25	\$ 5.220,50	\$ 220,50	\$ 220,50	\$ 220,50
FLUJO NETO	\$ 0	\$ 29.839,54	\$ 29.248,92	\$ 24.565,82	\$ 25.003,62	\$ 29.237,12

Fuente: Cuadro N°55, 56 y 57

Elaboración: Las autoras

VALOR ACTUAL NETO

El método del Valor Actual Neto (**VAN**) consiste en determinar el valor presente de los flujos de costos e ingresos generados a través de la vida útil del proyecto. Alternativamente esta actualización puede aplicarse al flujo neto y en definitiva corresponde a la estimación al valor presente de los

ingresos y gastos que se utilizan en todos y cada uno de los años de operación económica del proyecto. En términos matemáticos, el VAN es la sumatoria de los beneficios netos multiplicados por el factor de descuento o descontados a una tasa de interés pagada por beneficiarse del préstamo a obtener. El VAN representa en valores actuales, el total de los recursos que quedan en manos de la empresa al final de toda su vida útil, es decir, es el retorno líquido actualizado generado por el proyecto. Si el VAN es igual o mayor que cero, el proyecto o inversión es conveniente, caso contrario no es pertinente.

**CUADRO Nº 61
VALOR ACTUAL NETO**

PERIODO	FLUJO NETO	FACTOR ACTUALIZACIÓN 15%	VALOR ACTUALIZADO
0	78.509,89		
1	29.839,54	0,869565217	25.947,43
2	29.248,92	0,756143667	22.116,39
3	24.565,82	0,657516232	16.152,43
4	25.003,62	0,571753246	14.295,90
5	29.237,12	0,497176735	14.536,02
Sumatoria valor actualizado			93.048,16
		Inversión	78.509,89
		Reinversión 4to año	869,47
		VAN AL 15%	13.668,80

Fuente: Cuadro 60

Elaboración: Las autoras

TASA INTERNA DE RETORNO

Método de evaluación que al igual que el Valor Actual Neto (VAN) toma en consideración el valor en el tiempo del dinero y las variaciones de los flujos de caja durante toda la vida útil del proyecto. La TIR, utilizada como criterio

para toma decisiones de aceptación o rechazo de un proyecto se toma como referencia lo siguiente:

- Si la TIR es mayor que el costo del capital debe aceptarse el proyecto.
- Si la TIR es igual que el costo del capital es indiferente llevar a cabo el proyecto.
- Si la TIR es menor que el costo del capital debe rechazarse el proyecto.

Para el presente proyecto la TIR es 24,69% siendo este valor satisfactorio para implementar el proyecto.

CUADRO N° 62
TASA INTERNA DE RETORNO

PERIODO	FLUJO NETO	FACTOR ACTUALIZACIÓN	VAN MENOR	FACTOR ACTUALIZACIÓN	VAN MAYOR
		22,00%		23,00%	
0	78.509,89				
1	29.839,54	0,819672131	24.458,64	0,81300813	24.259,79
2	29.248,92	0,671862403	19.651,25	0,66098222	19.333,02
3	24.565,82	0,550706887	13.528,57	0,537383918	13.201,28
4	25.003,62	0,451399088	11.286,61	0,436897495	10.924,02
5	29.237,12	0,369999252	10.817,71	0,355201215	10.385,06
		Valor actualizado	79.742,78	Valor actualizado	78.103,16
		Inversión	78.509,89	Inversión	78.509,89
		Reinversión	869,47	Reinversión 4to año	869,47
		VAN MENOR	363,42	VAN MAYOR	-1.276,20

Fuente: Cuadro N° 60 y 61

Elaboración: La autora

RELACIÓN BENEFICIO/COSTO

El indicador beneficio/costo, se interpreta como la cantidad obtenida en calidad de beneficio por cada dólar invertido, pues para la toma de decisiones se deberá tomar en cuenta lo siguiente:

B/C > 1 Se puede realizar el proyecto.

B/C = 1 Es indiferente realizar el proyecto.

B/C < 1 Se debe rechazar el proyecto.

Esto quiere decir que por cada dólar invertido, se recibirá 45 centavos de dólar como utilidad. Como se muestra a continuación:

**CUADRO N°63
RELACIÓN BENEFICIO-COSTO**

PERIODO	ACTUALIZACIÓN COSTO TOTAL			ACTUALIZACIÓN INGRESOS		
	COSTO ORIGINAL	FACT. ACTUALIZACIÓN 15%	COSTO ACTUALIZADO	INGRESO	FACT. ACTUALIZACIÓN 15%	INGRESO ACTUALIZADO
1	79.953,78	0,869565217	69.525,03	115.932,98	0,869565217	100.811,29
2	81.156,84	0,756143667	61.366,23	117.677,43	0,756143667	88.981,04
3	82.089,74	0,657516232	53.975,33	119.030,12	0,657516232	78.264,23
4	83.674,46	0,571753246	47.841,14	121.327,96	0,571753246	69.369,66
5	84.813,97	0,497176735	42.167,54	122.980,26	0,497176735	61.142,93
TOTAL COSTO ACTUALIZADO			274.875,27	INGRESO ACTUALIZADO		398.569,14

Fuente: Cuadro N°56 y 57

Elaboración: La autora

$$R \text{ B/C} = \frac{\text{INGRESO TOTAL ACTUALIZADO}}{\text{COSTO TOTAL ACTUALIZADO}}$$

$$R \text{ B/C} = \frac{398.569,14}{274.875,27} = 1,45$$

PERÍODO DE RECUPERACIÓN DE CAPITAL

Consiste en el tiempo de recuperación de capital. Usualmente los períodos de recuperación de la inversión o capital se utilizan para evaluar las inversiones proyectadas. En el siguiente cuadro se demuestra el tiempo requerido para que la empresa recupere la inversión inicial de capital.

CUADRO N° 64
PERIODO DE RECUPERACIÓN DE CAPITAL

Periodo	Inversión	Flujo neto de caja	Flujo acumulado
0	\$ 78.509,89		
1		29.839,54	29.839,54
2		29.248,92	59.088,46
3		24.565,82	83.654,28
4	869,47	25.003,62	108.657,90
5		29.237,12	137.895,02

Fuente: Cuadro N°50 y 60

Elaboración: La autora

$$\text{PRI} = a + \frac{(b - c)}{d}$$

DONDE:

- a = Año inmediato anterior en que se recupera la inversión.
- b = Inversión Inicial
- c = Flujo de Efectivo Acumulado del año inmediato anterior en el que se recupera la inversión.
- d = Flujo de efectivo del año en el que se recupera la inversión.

$$\begin{aligned} \text{PRI} &= 2 + \frac{79.379,36 - 59.088,46}{24.565,82} \\ \text{PRI} &= 2,8260 \\ \text{PRI} &= 2 && \mathbf{2 \text{ AÑOS}} \\ \text{PRI} &= 0,8260 \times 12 = && 9,9118 = \mathbf{9 \text{ MESES}} \\ \text{PRI} &= 0,9118 \times 30 = && 27,353 = \mathbf{27 \text{ DÍAS}} \end{aligned}$$

ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD

En un proyecto es conveniente efectuar el análisis de sensibilidad porque se trata si le afectan o no a un proyecto, dos situaciones que se dan en una economía, esto es, el aumento en los costos y la disminución en los ingresos.

El análisis de sensibilidad es la interpretación dada a la incertidumbre en lo que respecta a la posibilidad de implantar un proyecto, debido a que no se conocen las condiciones que se espera en el futuro.

Las variables que presentan mayor incertidumbre son los ingresos y los costos, por ello el análisis se lo efectúa considerando parámetros con un aumento en los costos y una disminución en los ingresos.

Para la toma de decisiones debe tomarse en cuenta lo siguiente:

- Cuando el coeficiente de sensibilidad es mayor que uno el proyecto es sensible.
- Cuando el coeficiente de sensibilidad e igual a uno el proyecto no sufre ningún efecto.
- Cuando el coeficiente de sensibilidad es menor que uno el proyecto no es sensible.

CUADRO N°65
ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD CON UN INCREMENTO DEL 11,01% DE LOS COSTOS

PERIODO	COSTO TOTAL ORIGINAL	COSTO TOTAL ORIGINAL 11,01%	INGRESO TOTAL ORIGINAL	ACTUALIZACIÓN				
				FLUJO NETO	22,10%	VAN MAYOR	23,10%	VAN MENOR
					FACT. ACTUALIZ.		FACT. ACTUALIZ.	
Inversión						-78.509,89		-78.509,89
Reinversión						-869,47		-869,47
1	79.953,78	88.758,69	115.932,98	27.174,29	0,819000819	22255,77	0,812347685	22074,9724
2	81.156,84	90.094,24	117.677,43	27.583,18	0,670762342	18501,76	0,659908761	18202,3839
3	82.089,74	91.129,87	119.030,12	27.900,25	0,549354907	15327,14	0,536075354	14956,6358
4	83.674,46	92.889,11	121.327,96	28.438,86	0,449922119	12795,27	0,435479573	12384,541
5	84.813,97	94.154,11	122.980,26	28.826,15	0,368486584	10622,05	0,353760823	10197,5624
						122,63		-1.563,26

Fuente: Cuadro 50,56 y 57

Elaboración: La autora

$$\begin{aligned}
 \text{NTIR} &= T_m + D_t \left(\frac{\text{VAN menor}}{\text{VAN menor} - \text{VAN mayor}} \right) = 22,30 + 1 \left(\frac{122,63}{1.685,89} \right) = \mathbf{0,2217 \times 100 = 22,17\%} \\
 \text{Diferencias TIR} &= \text{Tir Proyecto} - \text{Nueva Tir} = 0,222 - 0,2217 = 0,00049 \\
 \text{Porcentaje de variación} &= \frac{\text{Diferencia. Tir}}{\text{Tir del proyecto}} = \frac{0,00049}{0,222} = 0,22 \\
 \text{Sensibilidad} &= \frac{\text{Porcentaje de variación}}{\text{Nueva Tir}} = \frac{0,22}{0,2217} = \mathbf{0,99273}
 \end{aligned}$$

ANÁLISIS: El proyecto puede soportar hasta un 11,01 % de subida de los costos y seguir siendo rentable, por ello la sensibilidad llega al 0,99273 superado el valor de 11,01 % el proyecto es sensible.

CUADRO N°66
ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD CON UNA DISMINUCIÓN DEL 9,06% DE LOS INGRESOS

PERIODO	COSTO TOTAL ORIGINAL	INGRESO TOTAL ORIGINAL	INGRESO DISMINUIDO EN UN 9,06%	ACTUALIZACIÓN				
				FLUJO NETO	19,2%	VAN MAYOR	20,2%	VAN MENOR
					FACT. ACTUALIZ.		FACT. ACTUALIZ.	
Inversión						-78.509,89		-78.509,89
Reinversión						-869,47		-869,47
1	79.953,78	115.932,98	105.432,93	25.479,15	0,838926174	21375,13	0,831946755	21197,297
2	81.156,84	117.677,43	107.019,38	25.862,54	0,703797126	18201,98	0,692135404	17900,377
3	82.089,74	119.030,12	108.249,56	26.159,82	0,590433831	15445,64	0,575819804	15063,344
4	83.674,46	121.327,96	110.339,29	26.664,83	0,495330395	13207,90	0,479051417	12773,826
5	84.813,97	122.980,26	111.841,94	27.027,97	0,415545633	11231,35	0,398545272	10771,868
						82,65		-1.672,65

Fuente: Cuadro N° 50, 56 y 57

Elaboración: La autora

$$\begin{aligned}
 \text{NTIR} &= T_m + D_t \left(\frac{\text{VAN menor}}{\text{VAN menor} - \text{VAN mayor}} \right) = 54 + 1 \left(\frac{82,65}{1.755,29} \right) = 0,1925 \times 100 = 19,25\% \\
 \text{Diferencias TIR} &= \text{Tir Proyecto} - \text{Nueva TIR} = 0,238 - 0,1925 = 0,05 \\
 \text{Porcentaje de variación} &= \text{Diferencia TIR} / \text{TIR del proyecto} = 0,05 / 0,238 = 0,19 \\
 \text{Sensibilidad} &= \text{Porcentaje de variación} / \text{Nueva TIR} = 0,19 / 0,1925 = 0,99219
 \end{aligned}$$

ANÁLISIS: El proyecto puede soportar una tasa de 9,06% de disminución de los ingresos, si la tasa de disminución sube el proyecto es sensible y no sería rentable

h) CONCLUSIONES

Al finalizar la presente investigación se llegó a determinar varias conclusiones entre las cuales se señalan las siguientes:

En lo correspondiente al **ESTUDIO DE MERCADO** se concluye lo siguiente:

- De la investigación de mercado se obtiene los siguientes resultados: La demanda potencial es de 83.698 personas que consideran que la ciudad de Tarapoa es un lugar donde realizan actividades, turísticas, de trabajo y comercio, la demanda real es de 83.698 personas que han visitado la ciudad de Tarapoa, la demanda efectiva es de 83.004 personas que adquirirían el servicio de alojamiento de la nueva empresa hotelera, el uso promedio hotelero en la ciudad de Tarapoa es de 6 visitas por persona en un año, obteniendo como resultado una demanda efectiva anual de 484.897 hospedajes en el año base. Además se determinó que la oferta del servicio de alojamiento en la ciudad de Tarapoa es de 21.600 alojamientos en el año base.
- De la relación entre la oferta y demanda se deduce que la demanda insatisfecha en el año base sería 463.297 hospedajes y en el año quinto es de 583.774 hospedajes.

- Dadas las condiciones actuales del mercado para este tipo de producto, la futura empresa utilizará dos canales de distribución:

Servicio Hotelero – Usuario final

Servicio Hotelero – Intermediario– Usuario final

- Que la promoción y propaganda se realice a través de los medios de comunicación preferidos por los encuestados como la televisión local y la radio.

Sobre el **ESTUDIO TÉCNICO** se presenta las siguientes conclusiones:

- La Capacidad instalada del proyecto determina que la empresa estará en capacidad de hospedar a 16.560 personas, que cubre el 3,57% de la demanda insatisfecha, de los cuales se utilizará el 80% de la capacidad instalada para el primer año que corresponde a 13248 personas.
- La micro localización del proyecto se ubica en el La nueva empresa se ubicará en la ciudad de Tarapoa, cantón Cuyabeno, provincia de Sucumbíos
- Se determinó el Tamaño de la Planta, la Ingeniería del Proyecto en el cual se especifica el componente tecnológico, los requerimientos de recursos, la distribución de la planta y el proceso productivo mediante el diagrama de flujo y el flujograma de procesos.

Del **ESTUDIO ADMINISTRATIVO** se extrae las siguientes conclusiones:

- La empresa se constituirá como “Compañía de Responsabilidad Limitada” y la razón social elegida es la denominación “Hotel Cuyabeno Cía. Ltda.”
- Se propone la Estructura Organizativa y Manual de Funciones que servirán de base para un normal desenvolvimiento de las funciones en la nueva unidad productiva.

En cuanto al **ESTUDIO FINANCIERO** se concluye que:

- El monto total al que ascienden las inversiones es de \$ 78.509,89 dólares correspondiendo \$ 72.726,15 dólares a los activos fijos, \$903,00 dólares, a activos diferidos y \$ 4.880,74 dólares al capital de trabajo.
- El financiamiento del proyecto se estructura con los aportes de los socios de \$ 28.509,89 dólares y de un crédito a la Banco Nacional de Fomento por la cantidad de \$ 50.000 dólares, cuya tasa de interés es del 15% anual.
- El VAN del presente proyecto nos da un valor positivo de 13.668,80 dólares, lo que indica que el proyecto es conveniente ejecutarlo, por cuanto

a las utilidades que se espera obtener durante la vida útil del proyecto son superiores a la inversión original.

- El tiempo que se requerirá para recuperar la inversión original será de 2 años, 9 meses y 27 días.
- La relación beneficio/costo expresa que por cada dólar invertido en la empresa existirá una utilidad de 0.45 centavos de dólar.
- Para el presente proyecto la TIR es de 0,222%, resultó mayor que el costo de oportunidad del dinero, lo que nos indica que la empresa tendrá rendimiento con el capital invertido.
- La empresa puede soportar un 11,01% de incremento de los costos y un 9,06% de reducción en los ingresos y el proyecto no es sensible.
- Finalmente, y tal como lo demuestran los indicadores financieros se comprueba que la ejecución del presente proyecto es factible.

i) RECOMENDACIONES

Al término del trabajo de investigación se cree prudente realizar las siguientes recomendaciones:

- Se recomienda poner en práctica el presente proyecto ya que constituye una buena fuente de ingresos para los emprendedores
- Al presente servicio por ser conocido en el mercado, y a la vez tener una fuerte competencia, es necesario que se implemente una campaña permanente utilizando los medios existentes como se lo señala en nuestra propuesta de comercialización.
- Para que el servicio de Hotel tenga aceptación en el mercado es necesario realizar una buena promoción, a fin de lograr difundir las características del mismo.
- La contratación de mano de obra local es importante para reducir en algo el gran problema de desocupación que se suscita en nuestra ciudad y provincia.
- La implantación de este proyecto es recomendable desde el punto de vista financiero, tal como se lo demuestra matemáticamente.

j) BIBLIOGRAFÍA

- ACERENZA, Miguel Ángel; Promoción Turística; Primera Edición; Editorial Trillas; México; 1986; Pág. 49-67.
- ACOSTA, Alberto., Curso Básico de Administración de Empresas, Mercadeo., Edit. Norma S.A., 1991.
- BACA URBINA, Gabriel., Evaluación de Proyectos., 3ra. Edic., 2000
- GAMBOA VELÁSQUEZ, Ramiro., Curso Básico de Administración de Empresas (Finanzas)., Edit. Norma S.A., Vol. 4., 2002.
- HERNÁNDEZ, Díaz Edgar Alfonso; Proyectos Turísticos Formulación y Evaluación; Editorial Trillas, México 1983; 15-162.
- HERNÁNDEZ Edgar “Proyectos, Formación y Evaluación”.
- VÁSQUEZ, Víctor Hugo., Organización Aplicada., 1era. Ed., Quito-Ecuador., 1985

k) ANEXOS

ANEXO N° 1

FICHA DE RESUMEN

a. TEMA

“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN HOTEL EN LA CIUDAD DE TARAPOA DEL CANTÓN CUYABENO, PROVINCIA DE SUCUMBÍOS”

b. PROBLEMÁTICA

La provincia de Sucumbíos, por su ubicación geográfica y sus riquezas naturales en flora y fauna es considerada como una de las más importantes reservas existentes en el Ecuador.

Por esas mismas circunstancias, la mayoría de los suelos de la provincia no son aptos para desarrollar actividades agro productivas y ganaderas, ya que por la excesiva humedad y fragilidad de los suelos, la capa laborable es muy escasa, lo cual no posibilita niveles altos de productividad; ello sin embargo, no significa que esta actividad haya sido descartada de los índices económicos. El problema fundamental constituye el monocultivo del café, a lo cual no han sido tratadas otras alternativas sustentables.

Se ha probado con la palma, la piscicultura, la crianza de aves de corral, la ganadería, el cacao clonal, el fomento de fincas integrales, entre otras opciones. Sin embargo la situación económica sigue bajo la dependencia del café, cuyos precios son muy bajos y generan una insostenible crisis en el sector productivo. Para ello existe un bono de fomento agropecuario, el cual tampoco significa solución al problema. Desde las Unidades Municipales de Desarrollo Sustentable UMDS, se trabaja con técnicos en distintas áreas de producción con el fin de mejorar la

diversificación, producción y comercialización de productos, tratando de generar un valor agregado en beneficio de los campesinos de la zona.

En cuanto al turismo, existen hermosos parajes y destinos turísticos en la provincia, dentro de los cuales podemos mencionar la Reserva de Producción Faunística del Cuyabeno, la Reserva Biológica de Limoncocha y la Reserva Cayambe Coca. A pesar de estas potencialidades, un serio problema constituye la falta de infraestructura turística, hotelera y de servicios básicos, con la excepción de Nueva Loja, ya que es la capital de la provincia y cuenta con todos los servicios básicos.

Dentro de las actividades económicas en la Provincia, mencionamos la escasa producción agropecuaria, el comercio interno y en cierta medida la presencia de las Compañías Petroleras. Los empresarios privados han desarrollado distintas actividades en el campo del turismo, la construcción, la contratación pública y el desarrollo de los gremios profesionales.

El reconocimiento como una zona petrolera no significa que esa sea una actividad económica importante para la provincia, considerando que las empresas dedicadas a esta actividad ocupan muy poca mano de obra local y los bienes y servicios son en su mayoría de otras zonas del Ecuador.

Actualmente han sido muchas las microempresas que han quebrado y que en el menor de los casos se han quedado estancadas en cuanto a su nivel de producción, ya sea por la presión ejercida por la calidad de los productos de la competencia que se libera todos los días en los mercados; por la falta de recursos y principalmente por la falta de herramientas adecuadas al momento de tomar la decisión de llevar a cabo o no un proyecto.

Esto explica que la realidad empresarial en el cantón Cuyabeno tiene muchos desajustes, en el mayor de los casos se han creado un sinnúmero de microempresas sin tomar en cuenta aspectos importantes como la determinación de mercados objetivos, la realización de estudio de mercado para determinar las necesidades y preferencias respecto de los productos o

servicios a requerir, políticas y estrategias de producción y comercialización; entre otros.

Cuyabeno es un Cantón cuya economía está basada en la actividad petrolera a lo cual se suma la presencia de empresas (Operadoras y de Producción) y microempresas (de Servicios) que giran en torno a esta actividad. Por otro lado se encuentra la actividad agrícola, misma que está enmarcada en la producción y comercialización de Productos de ciclo corto (de 1 a 6 meses), principalmente Arroz, Maíz, Yuca, y productos perennes (más de 1 año) básicamente producción de plátano, cacao y café, a esto se suman actividades a mediano y largo plazo. También se centra en forma proporcional a la actividad agrícola, en este contexto encontramos la actividad pecuaria, así tenemos la crianza de ganado vacuno, porcino, crianza de aves, peces y en menor escala de ganado ovino. En el campo agropecuario se puede evidenciar la presencia de las instituciones públicas locales, así tenemos: El Gobierno Municipal de Cuyabeno quien a través de la Unidad Municipal (UMDS) ha generado proyectos agropecuarios de ganadería, cultivos de ciclo corto y cultivo de cacao; se encuentra también el Gobierno Provincial quien actualmente tiene mayor influencia en el sector agrícola y pecuario, lleva a cabo proyectos de piscicultura, ganadería, cultivos de ciclo corto como el maíz y arroz, con la consiguiente reactivación de la producción cafetalera. Otra institución Pública es el MAGAP, quien ha estado trabajando en la implementación de proyectos de cacao y ciclo corto, hoy en día tiene el deber de reactivar el sector cafetalero.

En el cantón se cuenta con lugares turísticos como es el caso de la Reserva Faunística de Cuyabeno, la cual atrae a mucha gente de otros pueblos aledaños a la provincia de Sucumbíos y el pueblo mismo de Cuyabeno, turistas de países extranjeros que visitan estos lugares en gran número, aspectos favorables para que la actividad comercial en el cantón principalmente en su cabecera cantonal tenga mayor salida. En el campo petrolero se incursionan las grandes empresas de perforación y de servicios, en donde se ha generado la oportunidad para que personas de la localidad puedan crear sus propias microempresas. La gente que labora en estas

instituciones en su mayoría es de otros localidades a excepción de la mano de obra no calificada que es del cantón.

Es necesario anotar que en años anteriores el cantón ha sufrido cambios drásticos en cuanto a las condiciones de empleo, debido a las nuevas disposiciones legales citadas en nuestra Constitución, lo que ha permitido la desaparición de empresas tercerizadoras que empleaban gran número de personal calificado para ciertas áreas laborable, dejando un gran número de personas sin fuentes de trabajo. Como se indicó anteriormente el cantón Cuyabeno cuenta con empresas petroleras (Andes Petroleum) la cual es multinacional y requiere de empresas prestadoras de servicios. Existen muchas empresas en la localidad pero uno de los problemas es la falta de hoteles o campamentos, lo cual implica que tengan que adaptarse a las residenciales que existen en la localidad y que no cumplen con las exigencias que las contratistas requieren, por lo tanto muchas empresas optan por trasladarse a la Parroquia Pacayacu perteneciente al Cantón Lago Agrio y que está a media hora de Tarapoa, o a sus campamentos en la provincia, lo cual también es una dificultad, o a su vez algunas empresas se abstienen de venir a Tarapoa a prestar sus servicios, por la falta de medios urbanísticos como son los hoteles o estancias.

Cabe indicar que también existen empresas locales o de propietarios de la localidad que igual prestan servicios a Andes Petroleum, pero el campamento con el que cuentan es reducido, y no abastece el alojamiento de todo el personal, lo cual genera inconvenientes especialmente cuando hay algunos proyectos que requieren de más personal externo o de otras localidades.

Por otro lado la falta de un hotel no solo es un problema para las empresas prestadoras de servicios sino también para los diferentes turistas que visitan permanentemente nuestro cantón y que no disponen exclusivamente de este servicio. Bajo este contexto y como todo proyecto de inversión surge de una necesidad o de una problemática que requiere inmediata atención; lo descrito se circunscribe en el siguiente problema: **“La falta de un Hotel que**

cumpla con todos los estándares de calidad, se constituye en una oportunidad de inversión que permitirá cubrir las necesidades y demandas de las empresas y turistas que requieren de estos servicios en la Parroquia Tarapoa del Cantón Cuyabeno”.

c. OBJETIVOS

d.1. OBJETIVO GENERAL

Realizar un estudio de Factibilidad para la creación de un ***Hotel en la Ciudad de Tarapoa, Del Cantón Cuyabeno, Provincia Sucumbíos***, que permita brindar servicios de calidad a los turistas y empresarios a la vez que posibilite la generación de fuentes de trabajo para la población local.

d.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- ✓ Realizar un estudio de mercado para determinar las necesidades y preferencias de los turistas y empresarios y con ello identificar la oferta y demanda respecto del servicio hotelero en nuestra ciudad.
- ✓ Desarrollar el estudio técnico que permita identificar la ingeniería del proyecto, la distribución física, el tamaño y la ubicación adecuada del hotel.
- ✓ Establecer la estructura jurídica y administrativa que permita la asignación de funciones y responsabilidades a cada uno de los elementos que conformaran la empresa para la implementación y operación del proyecto.
- ✓ Elaborar un estudio financiero que permita determinar la inversión necesaria y las fuentes de financiamiento; así como los presupuestos de gastos e ingresos que generará el presente proyecto.
- ✓ Realizar la evaluación económica a través de indicadores tales como el Valor Actual Neto (VAN), la Relación Beneficio Costo (R B/C), la Tasa Interna de Retorno (TIR), El Periodo de Recuperación del Capital y el

Análisis de Sensibilidad; los cuales nos van a permitir determinar la factibilidad o rechazo del proyecto.

d. METODOLOGÍA

El proyecto se lo realizará utilizando los métodos, técnicas y procedimientos más adecuados que permitan la recopilación de la información y consecuentemente la obtención de resultados que faciliten determinar la factibilidad del proyecto.

f.1. MÉTODOS

f.1.1. MÉTODO INDUCTIVO

A través de datos recopilados mediante la aplicación de encuestas, entrevistas del segmento de la población facilitará tener una visión clara sobre la realidad hotelera en el Cantón Cuyabeno, lo cual se podrá evidenciar a lo largo del proyecto consolidándolo con el marco conceptual para poder determinar las respectivas conclusiones permitiendo así dar soluciones al problema y conocer las oportunidades de éxito de este proyecto.

f.1.2. MÉTODO DESCRIPTIVO

Este método permitirá describir la información obtenida en el Estudio de Mercado mediante instrumentos de campo como encuestas, entrevistas, informes, y de esa manera poder determinar las necesidades gustos y preferencias de los usuarios.

f.2. TÉCNICAS

f.2.1. REVISIÓN BIBLIOGRÁFICA DOCUMENTAL Y DE ARCHIVO

Mediante este método se realizará la recolección de información bibliografía, a través de información de internet, folletos, revistas y otras publicaciones

que servirán para armar el enfoque teórico en lo que concierne al tema en estudio. De igual forma se realizará encuestas y entrevistas mediante la investigación de campo, además de datos secundarios proporcionados por el INEC y el Ministerio de Turismo.

f.2.2. LAS ENCUESTAS

Mediante la realización de un estudio de mercado se aplicará las encuestas a través de un banco de preguntas en relación a la implementación de un Hotel en el Cantón Cuyabeno, en la Ciudad de Tarapoa, y de esa manera obtener información veraz sobre los gustos y preferencias de los usuarios.

f.2.3. POBLACIÓN Y MUESTRA

Para determinar la población en estudio, partimos del hecho de que en la provincia se suelen movilizar, no solo personal de las empresas que se dedican a la explotación del petróleo, sino también por un lado los Turistas tanto nacionales como extranjeros, así como también la población de la provincia de Sucumbíos que visitan este sector de la Patria.

Por lo tanto la población que se tomó en cuenta para el presente estudio corresponde a la Población Económicamente Activa de la Provincia de Sucumbíos; esto, por cuanto ésta población está en capacidad económica de poder solventar gastos de movilización y de hospedaje que es lo que se requiere para el proyecto y además se considera el número de turistas nacionales y extranjeros; según los datos obtenidos en el INEC y en el Ministerio de Turismo.

Esta población se la utilizó para aplicarla a formulaciones matemáticas y obtener un tamaño de muestra poblacional, cuyo proceso se detalla a continuación.

Fórmula para determinar el tamaño muestral

$$n = \frac{z^2 NPQ}{E^2(N-1) + Z^2 PQ}$$

$$n = \frac{(1.96)^2 * (0.5)(0.5)(88.308)}{(0.05)^2(88308 - 1) + (1.96)^2 * (0.5)(0.5)}$$

$$n = \frac{3.8416(22.077)}{220,7675 + 0,9604}$$

$$n = \frac{84.811,0032}{221,7279}$$

$$n = 383 \text{ ENCUESTAS}$$

POBLACIÓN EN ESTUDIO PARA EL PROYECTO

Cuadro N° 1

ÁREA DE POBLACIÓN	POBLACIÓN	%	DISTRIBUCIÓN DE ENCUESTAS
Población Económicamente Activa de Sucumbíos	80342	91	348
Población Turistas Nacionales y Extranjeros	6106	7	27
Población Empresas Petroleras	1860	2	8
TOTAL	88308	100%	383

POBLACIÓN ECONÓMICAMENTE ACTIVA DE LA PROVINCIA DE SUCUMBÍOS

Cuadro N°2

POBLACIÓN PROVINCIA	POBLACIÓN 2001	POBLACIÓN 2011	%	DISTRIBUCIÓN DE ENCUESTAS
Lago Agrio	24868	40894	50.9	177
Gonzalo Pizarro	2638	4339	5.4	19
Putumayo	2052	3374	4.2	14
Shushufindi	12605	20728	25.8	90
Sucumbíos	1124	1848	2.3	8
Cascales	2540	4178	5.2	18
Cuyabeno	3029	4981	6.2	22
TOTAL	48856	80342	100%	348

f.2.5. OBSERVACIÓN

Se utilizará esta técnica para determinar los lugares donde se ubican las residenciales en el cantón, y determinar las ventajas y limitaciones para la toma de decisiones en cuanto a la ubicación e instalación del hotel.

ANEXO 2**FORMATO DE ENCUESTA APLICADO A LOS DEMANDANTES DEL
SERVICIO**

1. ¿Cuál es el lugar de procedencia?

Sucumbíos ()

Otras provincias ()

Extranjeros ()

2. ¿Identifica usted en el cantón Cuyabeno a Tarapoa como lugar para realizar actividades turísticas, de comercio y trabajo?

Si ()

No ()

3. ¿Ud. ha visitado Tarapoa en el Cantón Cuyabeno?

Si ()

No ()

4. ¿Si Ud. ha visitado Tarapoa o sus alrededores, cuál fue el motivo de su visita?

Turismo ()

Comercio ()

Trabajo ()

5. ¿Con que frecuencia de visita usted Tarapoa del cantón cuyabeno?

Semanal ()

Mensual ()

Por vacaciones ()

6. ¿Cuál es el tiempo estimado de su estadía en Tarapoa del cantón Cuyabeno?

De 1 a 3 días ()

De 4 a 7 días ()

De 7 en adelante ()

7. ¿Habitualmente con cuántas personas visita o ha visitado este lugar?

Una persona ()

De dos a tres personas ()

Más de tres personas ()

8. ¿En qué lugar Ud. se hospeda cuando ha llegado a Tarapoa?

Hotel ()

Casas de familiares ()

Campamentos ()

9. ¿Considera usted ser bien atendido en el lugar donde le ha servido de estadía?

Si ()

No ()

10. ¿Si se implantara en Tarapoa del Cantón Cuyabeno un hotel que brinde características turísticas y sociales, de muy buena calidad, y con adiciones en sus servicios, a los usuarios como comodidad, garantía, seguridad y más que todo satisfaga las necesidades que un usuario busca para su hospedaje, estaría Ud. dispuesto a hacer del mismo?

Si ()

No ()

11. ¿Qué servicios considera Ud. que le debería brindar el nuevo hotel a implementarse?

Restaurante ()

Piscina ()

Transporte ()

Internet ()

Televisión por cable ()

Lavandería ()

12. ¿Cuál es precio o tarifa diaria por persona que estaría dispuesto a pagar por hospedarse en una habitación, considerando los servicios que Ud. ha propuesto?

De 10 a 15 dólares ()

De 15 a 20 dólares ()

De 20 a 25 dólares ()

Más de 25 dólares ()

13. ¿Qué medios de comunicación le gustaría que la empresa haga conocer sus servicios?

Radio ()

Televisión ()

Periódico ()

Afiches ()

Otro ()

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

ÍNDICE

Portada	i
Certificación	ii
Autoría	iii
Carta de autorización	iv
Dedicatoria.....	v
Agradecimiento	vi
a. Título	1
b. Resumen.....	2
c. Introducción.....	6
d. Revisión de Literatura	9
e. Materiales y Métodos	65
f. Resultados	70
g. Discusión.....	86
h. Conclusiones.....	173
i. Recomendaciones	177
j. Bibliografía	178
k. Anexos	179
Índice.....	191