



Universidad
Nacional
de Loja

Universidad Nacional De Loja

Facultad Jurídica, Social y Administrativa

Carrera de Contabilidad y Auditoría

Proyecto de Factibilidad para la creación de una Agencia Turística en el Cantón Puyango de la Provincia de Loja.

Trabajo de Integración Curricular
previo a la obtención del título de
Licenciada en Contabilidad y
Auditoría.

AUTORA

Nayeli Lizbeth Ramírez Calero

DIRECTORA

Dra. Ignacia Luzuriaga Granda MAE.

LOJA-ECUADOR

2024

Certificación

Loja, 09 de mayo del 2024

Dra. Ignacia de Jesús Luzuriaga Granda, MAE

DIRECTORA DEL TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR

CERTIFICO:

Que he revisado y orientado todo proceso de la elaboración del Trabajo de Integración Curricular denominado: **Proyecto de Factibilidad para la creación de una Agencia Turística en el Cantón Puyango de la Provincia de Loja**, previo a la obtención del título de **Licenciada en Contabilidad y Auditoría**, de autoría de la estudiante **Nayeli Lizbeth Ramírez Calero**, con cédula de identidad Nro. **1150934758** una vez que el trabajo cumple con todos los requisitos exigidos por la Universidad Nacional de Loja, para el efecto, autorizo la presentación para la respectiva sustentación y defensa.

Dra. Ignacia de Jesús Luzuriaga Granda, MAE.

DIRECTORA DEL TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR

Autoría

Yo, **Nayeli Lizbeth Ramírez Calero**, declaro ser autora del presente Trabajo de Integración Curricular y eximo 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, acepto y autorizo a la Universidad Nacional de Loja, la publicación de mi Trabajo de Integración Curricular en el Repositorio Digital Institucional – Biblioteca Virtual.

Firma: _____

Cédula de Identidad: 1150934758

Fecha: Loja, 09 de mayo del 2024

Correo Institucional: nayeli.ramirez@unl.edu.ec

Correo Personal: nayecb_2001@hotmail.com

Teléfono o celular: 0980140221

Carta de autorización del Trabajo de Integración Curricular por parte de la autora para la consulta de producción parcial o total, y la publicación electrónica del texto completo.

Yo, Nayeli Lizbeth Ramírez Calero, declaro ser autora del Trabajo de Integración Curricular titulado: Proyecto de Factibilidad para la creación de una Agencia Turística en el Cantón Puyango de la Provincia de Loja, como requisito para optar por el Título de Licenciada en Contabilidad y Auditoría, autorizo al Sistema Bibliotecario de la Universidad Nacional de Loja para que con fines académicos, muestre la producción intelectual de la Universidad, a través de la visibilidad de su contenido de la siguiente manera en el Repositorio Institucional.

Los usuarios pueden consultar el contenido de este trabajo en el Repositorio Institucional, 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 del Trabajo de Integración Curricular que realice un tercero.

Para mi constancia de esta autorización, en la ciudad de Loja, a los 9 días del mes de mayo del dos mil veinticuatro.

Firma: _____

Autora: Nayeli Lizbeth Ramírez Calero

Cedula: 1150934758

Dirección: Loja, Calle Cariamanga entre Sucre y Bolívar

Correo Institucional: nayeli.ramirez@unl.edu.ec

Correo Personal: nayecb_2001@hotmail.com

Celular: 0980140221

DATOS COMPLEMENTARIOS

Directora del Trabajo de Integración Curricular: Dra. Ignacia de Jesús Luzuriaga Granda.
MAE.

Dedicatoria

A Dios por darme la fuerza para continuar y completar esta importante meta en mi vida en que se han presentado situaciones difíciles, la esperanza y mi fe es lo que me ha mantenido en este camino.

A mis abuelitos Oscar Ramírez y Luz Macas, quienes con su sabiduría y amor incondicional siempre han sido mi inspiración para perseguir mis metas y sueños, gracias por creer en mí y por estar a mi lado en cada etapa de mi vida y educación, su confianza y apoyo han sido la luz que me ha guiado hacia la excelencia y la perseverancia.

A mi padre y a mi familia por su apoyo incondicional que ha sido el motor que ha impulsado mi crecimiento y aprendizaje a lo largo de este proceso.

Y a mis amigas, quienes han compartido risas, alegrías y desafíos en esta formación académica. Gracias por ser parte de mi vida y por estar siempre a mi lado.

Este trabajo es un testimonio de todo lo que he aprendido y crecido gracias a cada uno de ustedes, espero que esta etapa sea solo el comienzo de muchos más momentos compartidos y logros celebrados juntos.

Nayeli Lizbeth Ramírez Calero

Agradecimiento

Mi gratitud a la Carrera de Contabilidad y Auditoría, Facultad Jurídica, Social y Administrativa y a la Universidad Nacional de Loja, la, a sus autoridades y planta docente por brindarme la oportunidad de adquirir conocimientos y habilidades que han enriquecido mi formación profesional, su excelencia académica y ambiente de aprendizaje han sido un verdadero privilegio.

De manera especial a la Dra. Ignacia de Jesús Luzuriaga Granda MAE, directora de mi Trabajo de Integración Curricular, gracias por ser mi guía y facilitadora en este proceso. Su paciencia, orientación y compromiso con mi aprendizaje han sido invaluable para culminar la presente tesis.

Índice de Contenidos

Portada.....	i
Certificación	ii
Autoría.....	iii
Carta de autorización.....	iv
Dedicatoria	v
Agradecimiento	vi
Índice de Contenidos.....	vii
Índice de Tablas.....	vii
Índice de Figuras	xi
Índice de Anexos	xii
1. Título.....	1
2. Resumen	2
2.1 Abstract.....	3
3. Introducción.....	4
4. Marco Teórico	5
5. Metodología.....	53
6. Resultados	55
7. Discusión	157
8. Conclusiones	158
9. Recomendaciones	159
10. Referencias Bibliográficas.....	160
11. Anexos.....	164

Índice de Tablas

Tabla 1. Tabla de Amortización.....	41
Tabla 2. Presupuesto de Gastos.....	43
Tabla 3. Presupuesto de Ingresos	44

Tabla 4. Balance General	45
Tabla 5. Estado de Resultados.....	47
Tabla 6. Flujo de Efectivo	47
Tabla 7. Tursitas del Bosque Petrificado de Puyango.....	56
Tabla 8. Género de los turistas.....	57
Tabla 9. Edad de los turistas.....	58
Tabla 10. Ingresos de los turistas	59
Tabla 11. Aceptación del proyecto de factibilidad.....	60
Tabla 12. Motivo de visita Cantón Puyango	61
Tabla 13. Días que suelen viajar	62
Tabla 14. Frecuencia de visita.....	63
Tabla 15. Preferencia de atractivos turísticos.....	64
Tabla 16. Lugares turísticos atractivos.....	65
Tabla 17. Servicios que desearían en un paquete turístico.....	66
Tabla 18. Precio que dispone a pagar el cliente por el servicio	67
Tabla 19. Sugerencias para brindar un buen servicio.....	68
Tabla 20. Medios de comunicación para promocionar el servicio.....	69
Tabla 21. Adquisición de los servicios de la empresa.....	70
Tabla 22. Proyección Demanda Potencial.....	71
Tabla 23. Proyección de la Demanda Real	72
Tabla 24. Proyección de la Demanda Efectiva	72
Tabla 25. Oferta Actual.....	72
Tabla 26. Proyección de la Oferta.....	73
Tabla 27. Demanda Insatisfecha	73
Tabla 28. Proceso de Planificación	89
Tabla 29. Proceso de Operación.....	90
Tabla 34. Presupuesto de Vehículo	106

Tabla 35. Depreciación del Vehículo	106
Tabla 36. Presupuesto de Equipo de Computación.....	107
Tabla 37. Depreciación de Equipo de Oficina	107
Tabla 38. Presupuesto de Muebles y Enseres	108
Tabla 39. Presupuesto de Muebles y Enseres	108
Tabla 40. Presupuesto Equipo de Seguridad.....	109
Tabla 41. Depreciación Equipo de Seguridad.....	109
Tabla 42. Resumen de Activos Fijos.....	110
Tabla 43. Resumen Depreciaciones Activo Fijo	110
Tabla 44. Presupuesto Activos Diferidos	111
Tabla 45. Amortización de Activos Diferidos	111
Tabla 46. Amortización General de Activos Diferidos.....	112
Tabla 47. Resumen de Propiedad, Planta y Equipo	112
Tabla 48. Sueldos Personal Operativo	113
Tabla 49. Sueldos Personal Administrativos.....	113
Tabla 50. Presupuesto Suministros de Aseo y Limpieza	114
Tabla 51. Presupuesto Suministros de Oficina.....	115
Tabla 52. Presupuesto de Servicios Básicos	115
Tabla 53. Presupuesto de Arriendo del Local	116
Tabla 54. Presupuesto de Otros Enseres	116
Tabla 55. Presupuesto Mantenimiento y Combustible del Vehículo	117
Tabla 56. Presupuesto de Publicidad.....	117
Tabla 57. Resumen de Activos Circulantes o Capital de Trabajo.....	118
Tabla 58. Demanda por paquete.....	118
Tabla 59. Costos de Proveedores de Alimentación Paquete 1	119
Tabla 60. Costo de Proveedores de Alojamiento	120
Tabla 61. Costos de Proveedores de Alimentación Paquete 2	120

Tabla 62. Resumen de Inversión Total Prevista.....	121
Tabla 63. Tabla de la Amortización Préstamo	122
Tabla 64. Promedio de Inflación	123
Tabla 65. Promedio de incremento salarial	123
Tabla 66. Presupuesto de Costos y Gastos año 1 al 5	124
Tabla 67. Clasificación de Costos Fijos y Variables año 1 al 5	125
Tabla 68. Distribución de Costos por Paquete Año 1	127
Tabla 69. Distribución de Costos por Paquete Año 2	128
Tabla 70. Distribución de Costos por Paquete Año 3	129
Tabla 71. Distribución de Costos por Paquete Año 4	130
Tabla 72. Distribución de Costos por Paquete Año 5	131
Tabla 73. Clasificación de Costos Fijos y Variables año 1 al 5 Paquete 1	132
Tabla 74. Clasificación de Costos Fijos y Variables año 1 al 5 Paquete 2	132
Tabla 75. Presupuesto de Costos Paquete 1	133
Tabla 76. Presupuesto de Costos Paquete 2	133
Tabla 77. Resumen Ingresos por Paquete	134
Tabla 78. Estado de Pérdidas y Ganancias Proyectado.....	134
Tabla 79. Cálculo Impuesto a la Renta	136
Tabla 80. Impuesto a la Renta.....	136
Tabla 81. Estado de Flujo de Efectivo Proyectado	137
Tabla 82. Cálculo TMAR.....	148
Tabla 83. Cálculo Valor Actual Neto.....	149
Tabla 84. Cálculo Tasa Interna de Retorno	150
Tabla 85. Cálculo Relación Beneficio Costo	151
Tabla 86. Cálculo Periodo de Recuperación de Capital.....	152
Tabla 87. Cálculo Análisis de Sensibilidad con Aumento de Costos	153
Tabla 88. Tiempo de recuperación de capital.....	146

Tabla 89. Cálculo Análisis de Sensibilidad con Disminución de Ingresos	155
--	-----

Índice de Figuras

Figura 1. Género de los turistas.....	57
Figura 2. Edad de los turistas	58
Figura 3. Ingresos de los turistas	59
Figura 4. Aceptación del proyecto de factibilidad	60
Figura 5. Motivo de viaje	61
Figura 6. Días que suele viajar	62
Figura 7. Frecuencia de vista.....	63
Figura 8. Preferencia de atractivos turísticos	64
Figura 9. Lugares turísticos atractivos	65
Figura 10. Servicios que desearían en un paquete turístico	66
Figura 11. Precio que dispone a pagar el cliente por el servicio	67
Figura 12. Sugerencias para brindar un servicio de calidad.....	68
Figura 13. Medios de comunicación para promocionar el servicio	69
Figura 14. Adquisición de los servicios de la agencia turística	70
Figura 15. Mapa de la Provincia Loja	82
Figura 16. Mapa del Cantón Puyango	82
Figura 17. Localización vía satelital del local en el cantón Puyango	83
Figura 18. Distribución de las áreas	84
Figura 19. Logotipo de la agencia turística	76
Figura 20. Perfiles de Instagram y Tik tok de Nayra Travel.....	76
Figura 21. Promoción día de la madre	77
Figura 22. Promoción día del padre	78
Figura 23. Promoción fiestas Cantón Puyango	79
Figura 24. Portada de Página Web Nayra Travel.....	80
Figura 25. Punto de Equilibrio Año 1	139

Figura 26. Punto de Equilibrio Año 2	141
Figura 27. Punto de Equilibrio Año 3	143
Figura 28. Punto de Equilibrio Año 4	145
Figura 29. Punto de Equilibrio Año 5	147

Índice de Anexos

Anexo 1. Formato de Encuesta	164
Anexo 2. Decreto de Designación de Dirección de Trabajo de Integración Curricular.....	168

1. Título

**Proyecto de Factibilidad para la creación de una Agencia Turística en el Cantón
Puyango de la Provincia de Loja**

2. Resumen

El Proyecto de Factibilidad para la creación de una Agencia Turística en el Cantón Puyango de la Provincia de Loja, tiene como objetivo determinar si el proyecto es factible mediante los resultados del estudio de mercado, técnico, financiero y evaluación financiera.

Para la realización del proyecto de factibilidad se inició con el estudio de mercado con aplicación de encuestas a una muestra de 369 turistas, lo que determinó una demanda insatisfecha de 6.905 turistas anuales.

Al realizar el estudio técnico, se determinaron los recursos requeridos para la implementación del proyecto, se evaluaron aspectos como la ubicación geográfica, considerando factores de macro y micro localización, requerimientos de infraestructura y distribución de área. Se ha diseñado un organigrama estructural, funcional y un manual de funciones que indica las actividades que realizan los trabajadores.

El estudio financiero determinó la factibilidad económica del proyecto, se realizará una inversión de \$266.576,44; de los cuales se requerirá el aporte del Gerente General del 43,73% del monto total de la inversión, lo que equivale a \$116.576,44 y para cubrir el 56,27% restante que equivale a \$150.000,00 se solicita un microcrédito de emprendimiento a la entidad financiera "Banco del Austro", con un interés del 11,26% y un plazo de 5 años. Se aplicó la evaluación financiera, lo que da resultados positivos para el proyecto, se calculó el Valor Actual Neto de \$60.184,29 y una Tasa Interna de Retorno de 17,30%. Se determinó la Relación Beneficio Costo de 1,52, el Periodo de Recuperación de Capital será de 3 años, 11 meses y 13 días, el análisis de sensibilidad el incremento de costos máximo a soportar es de 19% y la disminución de ingresos un porcentaje máximo del 12%, ingresos lo que muestra la solidez financiera del proyecto, respaldando su viabilidad.

Palabras Clave: Mercado, Inversión, Evaluación Financiera, Capital, Costos

2.1 Abstract

El Proyecto de Factibilidad para la creación de una Agencia Turística en el Cantón Puyango de la Provincia de Loja, has the objective of determining if the project is feasible through the results of the market, technical, financial and financial evaluation. For the realization of the feasibility project, a market study began with the application of surveys to a sample of 369 tourists, which determined an unsatisfied demand of 6,905 tourists per year.

The technical study determined the resources required to implement the project and evaluated aspects such as geographic location, considering macro and micro location factors, infrastructure requirements, and area distribution. A structural and functional organization chart was designed, as well as a functions manual indicating the activities performed by the workers.

The financial study determined the economic feasibility of the project, an investment of \$266,576.44 will be made, of which the General Manager's contribution of 43.73% of the total amount of the investment will be required, equivalent to \$116,576.44, and to cover the remaining 56.27%, equivalent to \$150,000.00, a microcredit for entrepreneurship is requested from the financial institution "Banco del Austro", with an interest rate of 11.26% and a term of 5 years.

The financial evaluation was applied, which gives positive results for the project, the Net Present Value was calculated at \$60,184.29 and an Internal Rate of Return of 17.30%. The Benefit-Cost Ratio of \$1.52 was determined, the Capital Recovery Period will be 3 years, 11 months and 13 days, the sensitivity analysis the maximum cost increase to be supported is 19% and the decrease in income a maximum percentage of 12%, income which shows the financial soundness of the project, supporting its viability.

Key words: Market, Investment, Financial Evaluation, Capital, Costs.

3. Introducción

Un proyecto de factibilidad es de suma importancia en cualquier plan de negocio ya que permite realizar una evaluación detallada y objetiva para determinar la viabilidad y la rentabilidad de la idea o propuesta antes de su ejecución, así mismo determinar los recursos materiales y el talento humano que es necesario para su operación.

El Trabajo Integración Curricular denominado “Proyecto de Factibilidad para la creación de una Agencia Turística en el Cantón Puyango de la Provincia de Loja” busca contribuir a la comunidad local y el desarrollo turístico de la región 7, promover los atractivos turísticos del Cantón Puyango y sus alrededores contribuyendo a la preservación y promoción de la cultura, el patrimonio y los recursos naturales locales e incentivar la inversión en infraestructura turística, como hoteles, restaurantes, tiendas y actividades de ocio.

El desarrollo del Trabajo de Integración Curricular se encuentra estructurado de conformidad con lo establecido en el artículo 229 del Reglamento de Régimen Académico vigente en la Universidad Nacional de Loja: **Título** es la denominación que identifica el tema del Trabajo de Integración Curricular; **Resumen** presentado en español y traducido al inglés, que describe de manera concisa los objetivos alcanzados en el trabajo, se detallan la metodología y los aspectos más relevantes del Trabajo de Integración Curricular; **Introducción** que describe la importancia, el aporte y la estructura del Trabajo de Integración Curricular; **Marco Teórico** que incluye conceptos y teorías relevantes que respaldan y fundamentan la práctica; **Metodología**, detalla los métodos y técnicas utilizadas para el desarrollo del Trabajo de Integración Curricular; **Resultados** describe los resultados de los estudios realizados, tales como el estudio de mercado, técnico, organizacional y económico-financiero, así como la evaluación financiera; **Discusión** se indica la situación actual que se obtuvo mediante la investigación y la contribución en la sociedad del proyecto de factibilidad; **Conclusiones**, se redactan en función de los objetivos planteados; **Recomendaciones**, se plantean en función de las conclusiones. **Bibliografía**, detallada todas las fuentes de información utilizadas en el Trabajo de Integración Curricular; y finalmente los **Anexos** que presentan documentos que complementan y respaldan la información del Trabajo de Integración Curricular.

4. Marco Teórico

Empresa

Definición

“La empresa es un conjunto de personas que realizan inversiones con la finalidad de desarrollar actividades económicas, de producción, de comercialización de bienes y/o servicios para satisfacer las necesidades del mercado y obtener rendimientos sobre la inversión realizada” (Espejo & López, 2018).

Es decir, realizan actividades operativas con recursos económicos y talento humano, con el fin de satisfacer una demanda mediante un servicio o producto a cambio de un beneficio económico.

Importancia

Las empresas son entes económicos que constituyen una fuente de trabajo y el desarrollo de actividades productivas, comerciales y de servicios que satisfacen una necesidad común.

Es importante reconocer a las empresas en el escenario económico nacional como creadoras de empleos, promotoras de inversión porque arriesgan su capital y su trabajo, pero también crean oportunidades laborales y de desarrollo económico. La importancia de los emprendedores y del espíritu empresarial como aporte al crecimiento de cualquier país es fundamental, siempre en un marco de absoluta libertad laboral. (Conemprendimiento, 2021)

Clasificación de la Empresa

Clasificación de acuerdo a su tamaño

Según el Reglamento de Inversiones del Código Orgánico de la Producción, (2011) en el título I, capítulo I, artículo 106 nos menciona la clasificación como se mencionan a continuación:

Microempresa: Es aquella unidad productiva que tiene entre 1 a 9 trabajadores y ventas anuales iguales o menores de trescientos mil (US \$ 300.000,00) dólares.

Pequeña: Es aquella unidad de producción que tiene de 10 a 49 trabajadores y ventas anuales entre trescientos mil unos (US \$ 300.001,00) y un millón (US \$ 1000.000,00) de dólares de los Estados Unidos de América.

Mediana: Es aquella unidad de producción que tiene de 50 a 199 trabajadores y ventas anuales entre un millón uno (USD 1.000.001,00) y cinco millones (USD 5000.000,00) de dólares de los Estados Unidos de América.

Grande: Es aquella unidad de producción que tiene de 50 a 199 trabajadores y ventas anuales entre un millón uno (USD 1.000.001,00) y cinco millones (USD 5000.000,00) de dólares de los Estados Unidos de América.

Clasificación de acuerdo al sector económico

Primario: Constituyen actividades que obtienen materia prima del medio natural como la agricultura, la ganadería, la pesca, minería y la explotación forestal.

Secundario: Son actividades de transformación de materia prima para la obtención de un producto.

Terciario: Son las actividades económicas que ofrecen servicios como el transporte, turismo, comercio, educación, etc.

Cuaternario: Constituyen actividades intelectuales, de información e investigación científica.

Clasificación según su actividad:

Industrial: Se dedican a la producción de bienes mediante la transformación de la materia prima.

Comercio: Se dedican a la adquisición de productos tangibles con el objetivo de venderlos y obtener un beneficio económico.

Servicios: Se dedican a ofrecer servicios intangibles que satisface alguna necesidad.

Clasificación según su forma Jurídica

Natural: Son todas aquellas personas nacionales o extranjeras que realizan una actividad económica y satisfacen una necesidad.

Jurídica: Es una o un grupo de personas que desarrollan una actividad económica, son reconocidos ante la ley como una corporación u organización con fines lucrativos.

De acuerdo al Art. 2. de la Ley de Compañías existen seis especies de compañías de comercio, a saber:

- La compañía en nombre colectivo.
- La compañía en comandita simple y dividida por acciones.
- La compañía de responsabilidad limitada.
- La compañía anónima.
- La sociedad por acciones simplificada (SAS).
- La compañía de economía mixta.

Empresa de Servicios

Una empresa de servicios es una empresa que genera ingresos proporcionando servicios en lugar de vender productos físicos. Los ejemplos más habituales se dan en sectores

como la electricidad, el agua, el gas, el transporte de mercancías, las comunicaciones, la cultura, el ocio, la hostelería o el turismo.

Características

Las empresas de servicios tienen características únicas que las define y diferencia entre sí, Carabaño (2022) menciona las siguientes:

- Los servicios son intangibles. A diferencia de los productos, los clientes no pueden comprar un servicio para experimentar, ni se pueden almacenar para consumir luego.
- La empresa depende de la satisfacción del cliente y la reputación de la empresa. Los servicios se dan a partir de la interacción entre el cliente y la empresa.
- El servicio se produce y se consume simultáneamente. A diferencia de un producto cuyas partes se pueden fabricar en distintas locaciones, brindar y consumir el servicio es inmediato.
- Los servicios son únicos o puntuales. Se contratan una vez y luego no hay nada que garantice una nueva contratación. Por lo tanto, la empresa debe tener una búsqueda de nuevos clientes a los cuales ofrecer sus servicios.

Tipos de empresas de servicios

Existen distintos tipos de empresas de servicios que abarcan distintas industrias, para Castro (2022) los principales tipos son:

Por su ámbito de creación:

- **Empresas privadas:** Están conformadas por la iniciativa de sus fundadores o integrantes con el fin de dar atención a un sector específico. Por ejemplo, las empresas hoteleras y las escuelas privadas.
- **Empresas públicas:** Son las establecidas por cualquier nivel de gobierno para satisfacer las necesidades de la población. Por ejemplo, los organismos de agua potable y de provisión de energía eléctrica.

Por sus modelos de servicio:

- **Empresas con actividades uniformes:** Prestan servicios esenciales y específicos de manera continua y periódica. Entre estas podemos citar: instituciones bancarias, empresas de telecomunicaciones y servicios de limpieza.
- **Empresas de gestión de proyectos o actividades puntuales:** Sus servicios son requeridos de manera ocasional, cuando se tiene una necesidad u objetivo específico. Como ejemplo, podemos señalar: las agencias de reclutamiento de personal y los servicios de marketing.

Turismo

Definición

Según la Organización Mundial del Turismo (2019) el turismo es un fenómeno social, cultural y económico relacionado con el movimiento de las personas a lugares que se encuentran fuera de su lugar de residencia habitual por motivos personales o de negocios/profesionales. Estas personas se denominan turistas (que pueden ser turistas o excursionistas; residentes o no residentes) y el turismo tiene que ver con sus actividades, de las cuales algunas implican un gasto turístico.

El turismo constituye un sector destacado en la economía, año tras año se acrecienta su importancia en las economías internacionales, pues esta es una de las actividades económicas que mayores posibilidades han demostrado para adaptarse a los cambios tecnológicos y sociales, redefiniendo sus modelos de gestión, actividades, y servicios para atraer a los turistas (Mullo & Vera, 2019)

Importancia

De acuerdo a la Organización Mundial de Turismo (2001) se ha convertido en uno de los principales actores del comercio internacional, y representa al mismo tiempo una de las principales fuentes de ingresos de numerosos países en desarrollo. Este crecimiento va de la mano del aumento de la diversificación y de la competencia entre los destinos. La expansión general del turismo en los países industrializados y desarrollados ha sido beneficiosa, en términos económico y de empleo.

Tipos de Turismo

La clasificación del turismo es muy extensa debido a las diferentes motivaciones, condiciones económicas y la disponibilidad de tiempo para el descanso y esparcimiento que surgen en el turista a visitar determinado lugar, es por ello que para el estudio de la propuesta investigativa se va a considerar aquellas actividades que se realizan en el ámbito turístico del Ecuador. En el PLANDETUR Plan Estratégico de Desarrollo de Turismo Sostenible para Ecuador (2020) se expone las siguientes definiciones:

Turismo Comunitario

El turismo comunitario es una forma de turismo que se basa en la participación activa de las comunidades locales en la planificación, gestión y desarrollo de actividades turísticas en sus territorios. En este tipo de turismo, las comunidades locales juegan un papel central como anfitrionas y proveedoras de experiencias auténticas y sostenibles para los visitantes.

Ecoturismo

Es la modalidad turística ambiental responsable, que consiste en viajar o visitar áreas

naturales con el fin de disfrutar, apreciar y estudiar los atractivos naturales y las manifestaciones culturales, promoviendo y contribuyendo a la protección y conservación de las zonas naturales. (Marin, 2019, p.35)

Turismo Gastronómico

Es una forma de turismo que se centra en la exploración y disfrute de la gastronomía y la comida típica de un destino específico. Esta modalidad turística se ha vuelto cada vez más popular debido a la creciente demanda de experiencias auténticas y enriquecedoras durante los viajes.

Desarrollo Sostenible del Turismo

El desarrollo sostenible del turismo abarca aspectos sociales, económicos y ambientales:

La sostenibilidad como parte de estudios e integración de la responsabilidad social, en los últimos años ha tenido mayor relevancia en el desarrollo de localidades, permitiendo que los recursos locales que se usan para actividades económicas prevalezcan y permitan una calidad de vida para la población actual y futura, por lo que a pesar de los esfuerzos de algunos gobiernos y comunidades los problemas en cuanto a equidad social y cuidado ambiental no han sido erradicados del todo. (Bourlon, 2020)

Por lo tanto, su principal objetivo es mejorar la calidad de vida de la población basada en el cuidado y conservación de los recursos naturales, respetando la regeneración natural de los recursos necesarios para asegurar la supervivencia de la población. Tomando esto como precedente, la organización principal formula proyectos, planes de trabajo o estrategias basadas en la protección del medio ambiente. Como diferentes actividades vinculan una del turismo bajo el concepto de sostenibilidad. (Coronel & Pino, 2019)

Agencia Turística

Definición

Una agencia turística es una empresa que presta servicios turísticos y se dedica a la venta de productos turísticos con diversas características que satisfagan las necesidades y gustos de los consumidores. Estas empresas están bajo la supervisión y regulación de la Superintendencia de Compañías. Su objetivo principal es participar en actividades turísticas de manera profesional, que ofrecen servicios directos o actuando como intermediarios

Importancia

Para Falcón (2021) la importancia radica en lo siguiente:

Una agencia significa la oficina del agente de viajes u organización donde todos los bienes y servicios de viaje se ensamblan y coordinan para el buen desarrollo de los negocios de la agencia de viajes. La agencia turística es una de las organizaciones más importantes del sector privado turístico que juega un papel importante y crucial en todo el proceso de desarrollo y promoción del turismo en el país o en un destino. Es una agencia de viajes que empaqueta y procesa todos los atractivos, accesos, amenidades y servicios auxiliares de un país y los presenta a los turistas. (p. 7)

Características

- Son aquellas empresas intermediarias que sirven como canal de distribución, facilitan las actividades de oferta de los proveedores de servicios turísticos hacia sus clientes, ya sean consumidores o empresas.
- Asesoran, organizan y venden paquetes turísticos a personas visitantes y a empresas.
- Incluyen la oferta de servicios locales como el transporte, el alojamiento, la alimentación y organización de eventos y demás actividades.
- Promueven el turismo y el crecimiento económico, además de fomentar la calidad en todas sus áreas, así como también la competitividad con otros destinos a nivel internacional.

Paquetes Turísticos

Conjunto de dos o más servicios turísticos, que puede ser adquirido por un cliente individual o grupal (sin importar el número de personas). Producto que se comercializa de forma única y que contiene dos o más servicios de carácter turístico (alojamiento, manutención y transporte), por el que se abona un precio, dentro del cual el consumidor no es capaz de establecer un precio individual para cada servicio que se le presta. (Marín, 2019, p.15)

Es decir, los paquetes turísticos son ofertas o paquetes que combinan varios servicios relacionados con los viajes y el turismo en un solo producto, ofrecen comodidad y facilidad de organización, ya que todo está planificado de antemano.

Formulación de Paquetes Turísticos

Para la formulación de un paquete turístico, Marín (2019) sostiene que se tenga en consideración los siguientes aspectos:

Investigue el mercado: Conocer las tendencias y demandas actuales te ayudará a diseñar paquetes turísticos que se ajusten a las expectativas del mercado y que sean atractivos para los viajeros.

Analizar si es adecuado sacar una promoción: Las promociones pueden ser una

herramienta efectiva para diferenciarte de la competencia, pueden ser especialmente útiles durante las temporadas bajas o periodos de menor demanda.

Enfocarse en un cliente: Al enfocarte en un cliente específico, esto le permite diferenciarte de la competencia y posicionarte como un proveedor especializado que comprende las necesidades particulares de ese grupo de clientes.

Elegir sus proveedores: Tiene un impacto significativo en la calidad de los servicios, la experiencia del cliente, la confiabilidad, la adaptabilidad, la relación calidad-precio y la sostenibilidad de tus ofertas turísticas, con el fin de incluir una variedad de servicios para brindar una experiencia completa y conveniente a los viajeros como los siguientes:

- **Alojamiento:** Son la comodidad y el confort que brindan los hoteles a los extranjeros, ya sea de turismo, eventos de negocios, viajes de bodas u otros. Los servicios administrados son decididos por el cliente entre una serie de propuestas, cada una con diferentes opciones y paquetes de precios.
- **Transporte:** Son los servicios que un turista contrata para trasladarse de un lugar a otro, incluyendo equipajes y mercancías (Chávez, 2022). La agencia turística poseerá un vehículo para las necesidades de ubicación y disfrute de los turistas.
- **Gastronomía:** Consta de la degustación de los platos típicos de cada país o ciudad, incluye los puestos de comidas al aire libre , los vendedores ambulantes y, en general, cualquier establecimiento de comida.
- **Guianza Turística:** Es una asistencia especializada que se ofrece a los turistas para mejorar su experiencia de viaje, brindándoles información detallada en el contexto cultural y natural.

Proyecto

Definición

El término proyecto se refiere a la planificación y ejecución de una serie de acciones a realizar y un conjunto de recursos que se utilizarán para lograr objetivos ya previamente identificados. El proyecto también debe incluir el detalle del conjunto de recursos y medios necesarios para llevarlo a cabo.

Importancia

Es totalmente desaconsejable tomar decisiones sin antes pensar en el qué, cuándo y dónde, esto puede dinamitar los planes, incluso si aún no empiezan; empezar a delimitar un proyecto nos obliga a visualizar el objetivo que queremos alcanzar. Los proyectos deben ser temporarios y únicos, nos obliga a idear emprendimientos únicos

a problemas reales que no han sido considerados y también nos desafía a implementarlos en una determinada cantidad de tiempo (Mancuzo, 2022).

Clasificación

Para Morales (2020) existen los siguientes tipos de proyectos:

Dependiendo de su financiación:

- **Privados:** Estos proyectos son desarrollados por entidades gubernamentales o instituciones públicas, con el fin de brindar servicios a la comunidad en general.
- **Públicos:** Son desarrollados por empresas o individuos del sector privado con fines de lucro, son financiados por inversores privados o mediante la obtención de préstamos.
- **Mixtos:** Se establece una asociación o colaboración entre ambos sectores con el fin de combinar recursos y capacidades para desarrollar un proyecto en conjunto.

Dependiendo de su contenido:

- **Construcción:** Están relacionados con la planificación, diseño, desarrollo y ejecución de obras físicas.
- **Empresarial:** Son iniciativas desarrolladas por organizaciones con el objetivo de lograr un resultado específico relacionado con sus actividades comerciales.
- **Informático:** Están centrados en el desarrollo, implementación o mejora de sistemas y soluciones tecnológicas.

Dependiendo de la complejidad:

- **Simple:** Por lo general, requieren un nivel básico de recursos y habilidades para llevar a cabo estos proyectos.
- **Complejos:** Son aquellos que involucran múltiples componentes, variables y partes interesadas, y pueden ser difíciles de planificar y ejecutar.

Dependiendo de su finalidad:

- **Sociales:** Están diseñados para abordar y solucionar problemas o necesidades sociales, y suelen estar orientados hacia temas como la salud, la educación, la pobreza, etc.
- **Educativos:** Se enfocan en la mejora de la educación y el desarrollo de habilidades y conocimientos.
- **Comunitarios:** Abarcar áreas como el desarrollo económico local, la protección del medio ambiente, la creación de espacios públicos, entre otros.
- **Investigaciones o académicos:** Están relacionados con actividades de enseñanza, aprendizaje e investigación llevadas a cabo en instituciones educativas.

Fases

Independientemente del proyecto, Pérez (2021) menciona que siempre tienen lugar

cuatro fases durante su puesta en marcha como las siguientes:

- **Evaluación Inicial:** : Antes de preparar y poner en marcha cualquier tipo de proyecto, lo primero que hay que hacer es realizar un análisis detallado de las necesidades detectadas, una reflexión sobre el origen, las causas y cómo se va a actuar.
- **Planificación:** Una vez detectadas las necesidades y analizado el origen, es el momento de la planificación, es decir, de diseñar el proyecto. Se definen los objetivos que se persiguen, las fases por las que se van a pasar, la duración del proyecto, recursos, métodos que se van a utilizar, equipos de trabajo, costes y financiación.
- **Puesta en marcha del proyecto:** Se llevará a cabo cada uno de los pasos establecidos y de realizar todas las estrategias y actividades que se han programado, el seguimiento y la evaluación continua son fundamentales para asegurar el éxito del proyecto, ya que permiten introducir las mejoras necesarias en cada momento.
- **Evaluación final:** Será la evaluación de los resultados obtenidos, es decir, si los objetivos que se plantearon inicialmente se han alcanzado y en qué grado, se reflejen tanto las dificultades encontradas por el camino como la forma en que se han superado.

Estructura

Para Viñán et al. (2018), los componentes de un proyecto son tres:

- Estudio de mercado, que incluye al consumidor, competidor, proveedor y distribuidor.
- Estudio técnico, que se enfoca al tamaño, localización, proceso productivo, distribución física, estructura organizacional del proyecto.
- Estudio financiero, que incluye la evolución financiera, económica y social. (p.12)

Proyecto de Factibilidad Privado

Definición

Un proyecto de factibilidad, representa un conjunto de acciones o actividades que se relacionan entre sí con la finalidad de cumplir un fin específico, puede ser lucrativo o no, dicho proyecto requiere la articulación de talento humano, recursos tecnológicos y financieros para dar los resultados que se esperan. Un proyecto de factibilidad surge de una idea, representa una propuesta que pretende satisfacer las necesidades de una persona o un grupo de personas. (Cruz et al., 2019)

Importancia

El proyecto de factibilidad privado permite evaluar la viabilidad técnica, financiera y operativa del proyecto. Ayuda a determinar si la idea de negocio es factible y si tiene posibilidades de éxito en el mercado. Se analizan aspectos como la demanda del producto o

o servicio, la competencia, los recursos necesarios, los costos y los riesgos asociados.

Objetivo

Los objetivos de cualquier proyecto de factibilidad incluyen la identificación plena del proyecto, la demostración de la existencia de un mercado potencial, las posibilidades técnicas y la disponibilidad de talento humano, así como la comprobación de ventajas desde el punto de vista financiero, económico y social. (Vergara, 2020)

Etapas de un Proyecto de Factibilidad

Una serie de etapas de existencia de un proyecto desde el momento en que aparece una idea del proyecto hasta su completación. Una comprensión clara de estas fases permite a los gerentes gestionar y controlar los proyectos de la manera más efectiva posible. Conociendo los detalles de cada ciclo de administración de proyectos, un gerente sabrá que es lo que se espera en cada fase y cómo debe actuar. (Stsepanets, 2021)

Las etapas de un proyecto de inversión son las siguientes:

Etapas de pre inversión

La pre-inversión tiene como finalidad evaluar la conveniencia de ejecutar un *proyecto*, su realización parte de un diagnóstico, siendo un estudio que presenta alternativas de solución a un déficit, brecha o nueva demanda de un bien o servicio, permitiendo estimar los costos, beneficios y el tamaño del proyecto. (Elías et al., 2021)

En la pre inversión podemos determinar lo siguiente:

- Planificación del proyecto.
- Fase de estudio de mercado, técnico, organizacional, legal, económico y financiero.
- Elaboración del documento del proyecto, donde se dan todos los elementos necesarios y suficientes para la toma de la fase de pre inversión.
- Se dispone de todos los elementos necesarios y suficientes para la toma de decisiones referidas al futuro del proyecto.

Etapas de Inversión

Incluye la realización de todas las actividades que se especifica en el estudio de la inversión y diseño final, se asignan los recursos financieros, humanos y materiales para poder ejecutar todas las actividades que fueron planeadas para cumplir con el alcance y los objetivos propuestos en la formulación del proyecto.

En la inversión podemos determinar lo siguiente:

- Fase de gestión de recursos , trámites de ejecución y puesta en marcha.
- Se requiere contratar mano de obra compran materiales, equipos y maquinaria, y la

construcción de infraestructura.

- Se pone en marcha el proyecto y se comienza a lograr algunos objetivos.

Etapa de Operación

Pérez (2021) menciona que es importante velar por una buena comunicación en esta fase para garantizar un mayor control sobre el progreso y los plazos. Asimismo, es indispensable monitorizar la evolución del consumo de recursos, presupuesto y tiempo, para lo que suele resultar necesario apoyarse en alguna herramienta de gestión la empresa, y es una etapa crítica para el éxito del proyecto.

Evaluación de Resultados

La evaluación de los proyectos es un proceso de valoración en el cual se analizan los elementos que intervienen en el proyecto con el fin de determinar su viabilidad y eficacia, calcular los posibles riesgos y determinar las respuestas. Se trata de una fase fundamental, con independencia de sus características y tamaño del proyecto en cuestión. (Pérez, 2021)

En la evaluación de resultados podemos determinar lo siguiente:

- Comprobar que el proyecto evoluciona conforme al plan diseñado previamente.
- Detectar amenazas y oportunidades, anticiparse a ellas y tomar las decisiones oportunas en cada momento.

Estudio de Factibilidad

Definición

El estudio de factibilidad se refiere al análisis integral de una empresa, para determinar si la idea de negocio que aspira emprender resulta favorable y proporciona las estrategias que se deben aplicar para lograr el éxito, a sabiendas que todo proyecto requiere la inversión de recursos, es primordial que las decisiones sean tomadas sobre la base de indagaciones y cálculos reales, de manera que el negocio se desempeñe apropiadamente y produzca réditos. (Guasco, 2022)

Importancia

Estos estudios se realizan antes de comenzar el proyecto, pues te permitirán evaluar si dicho emprendimiento será favorable en materia económica, de modo que podrás evaluar si se realiza o no. Los estudios de factibilidad te permitirán además conocer si cuentas con las condiciones y medios reales para iniciar el proyecto, evaluando capital, materia prima y posibles ganancias junto al retorno de la inversión, además del alcance por medio de mercadotecnia y publicidad. (Euroinnova, 2020)

Objetivo

Para Velásquez (2021) el objetivo de un estudio de viabilidad es definir la viabilidad y el éxito de una nueva empresa. La empresa puede ser un producto, un servicio, una idea de negocio, un edificio o cualquier otro concepto que se quiera lanzar.

Tipos de Estudio de Factibilidad

Para poder realizar un estudio de factibilidad correcto es necesario tener en cuenta los siguientes tipos de factibilidad.

Factibilidad Operativa

De acuerdo a Quiroa (2020) “la factibilidad operativa depende del talento humano que forman parte de la organización. Dado que son los que deben efectuar todas las actividades en los diferentes procesos del sistema para cumplir con los objetivos propuestos.”

Al evaluar la factibilidad operativa, se consideran aspectos como la disponibilidad de talento humano capacitado, la tecnología requerida, los proveedores y socios potenciales, los aspectos logísticos. También se analiza la capacidad de la organización para gestionar eficientemente las operaciones del proyecto y mantener un desempeño adecuado en el largo plazo.

Factibilidad Técnica

“La factibilidad técnica hace referencia a la evaluación de la infraestructura técnica que tiene la empresa para verificar si cuenta con lo necesario y en caso contrario identificar lo que hace falta para llevar a cabo el proyecto.” (Vera, 2020).

El objetivo de la evaluación de la factibilidad técnica es determinar si el proyecto puede ser implementado de manera efectiva desde el punto de vista tecnológico, asegurando que se cumplan los requerimientos técnicos y que se utilicen los recursos adecuados. Esto ayuda a minimizar los riesgos técnicos y a garantizar el éxito en la implementación y operación del proyecto

Factibilidad Económica

Es el análisis de los costos e ingresos de un proyecto en un esfuerzo por determinar la viabilidad financiera y rentabilidad de un proyecto. Es un tipo de análisis de costo-beneficio del proyecto examinado, que evalúa si es posible implementarlo (Corvo, 2019).

Se refiere a la evaluación de la viabilidad financiera y rentabilidad de un proyecto o una iniciativa, el objetivo de la evaluación de la factibilidad económica es determinar si el proyecto es financieramente viable y si genera beneficios económicos suficientes para justificar la inversión; esto implica comparar los costos y beneficios a lo largo del tiempo, y

considerando el valor del dinero en el tiempo y los riesgos asociados.

Factibilidad Comercial

Para Quiroa (2020) “La factibilidad comercial se determina si existe una potencial posibilidad que exista un número adecuado de clientes. Estos clientes deben estar dispuestos a consumir o utilizar los productos que el negocio o proyecto permitirá ofrecer al mercado”.

El objetivo de la evaluación de la factibilidad comercial es determinar si existe un mercado viable y rentable para el proyecto, y si se cuenta con una propuesta de valor atractiva y competitiva. Esto implica analizar la demanda esperada, la aceptación del mercado, la capacidad para captar clientes y generar ingresos, y la posibilidad de crecimiento y sostenibilidad a largo plazo.

Estudio De Mercado

Definición

El estudio de mercado es clave para poder posteriormente evaluar la rentabilidad del proyecto; puesto que proporciona datos relacionados al ingreso generado producto de las ventas y consecuentemente debe ser estructurado minuciosamente para no medrar su efectividad, esto conlleva un sesudo análisis de variables sociales, económicas y empresariales; modas, costumbres y tendencias. (Carrillo et al., 2019, p.90)

Según Silva (2021) un estudio de mercado es un conjunto de acciones realizadas por organizaciones que tienen como objetivo obtener información sobre el estado actual de un segmento determinado mercado. Su finalidad es conocer en profundidad el nicho que se pretende conquistar, como así también su grado de rentabilidad.

Importancia

Una etapa muy importante para llevar a cabo un proyecto es el Estudio del Mercado ya que nos brinda información, como el precio al que los consumidores están dispuestos a comprar y la demanda del bien o servicio que vamos a ofrecer. El objetivo de estudiar el mercado es ratificar la posibilidad de colocar un producto o servicio que elaboraría el proyecto en el mercado, determinar la demanda y conocer la composición, características y de los potenciales consumidores. (Medina, 2021)

Etapas del Estudio de Mercado

Las etapas del estudio de mercado se refieren a las fases o pasos que se siguen de manera sistemática y secuencial al realizar un estudio de mercado completo y efectivo.

Según Puigdollers (2019), el análisis del estudio de mercado consta de cuatro etapas secuenciales: una descripción global del mercado, descripción general del mercado, definición del mercado objetivo, estudio de la competencia y análisis de precios y de la previsión.

Descripción Global del Mercado

En esta etapa, se realiza una descripción general del mercado en términos de tamaño, características demográficas, tendencias, segmentación, canales de distribución, entre otros aspectos relevantes; se refiere a una sección o parte del estudio que proporciona una visión general completa y concisa del mercado que se está analizando.

Definición del Mercado Objetivo

Hace mención a la identificación y descripción precisa de un grupo específico de consumidores o empresas a los que una empresa o negocio planea dirigirse con su producto o servicio. Se identifica y define el mercado objetivo al que se dirigirá el servicio, se analizan características demográficas, comportamientos de compra, necesidades y preferencias de un segmento específico del mercado.

Estudio de la Competencia

Se refiere a la parte del análisis que se centra en entender y evaluar a las empresas o competidores que operan en el mismo mercado que la empresa que está realizando el estudio. Este análisis es esencial para comprender cómo se posiciona una empresa en relación con sus competidores, se investiga su posicionamiento, estrategias de marketing, fortalezas y debilidades.

Análisis de Precios y de la Previsión

Son dos aspectos clave que se abordan para comprender y planificar estrategias relacionadas con la fijación de precios de productos o servicios en el mercado. Estos análisis son fundamentales para tomar decisiones sobre cómo establecer los precios, qué estrategias de precios implementar y cómo anticipar la demanda futura.

Segmentación de Mercado

Según Kotler & Armstrong (2018), la segmentación de mercado consiste en dividir el mercado en grupos de compradores con necesidades, características o comportamientos diferentes que podrían requerir productos o estrategias de marketing distintas.

Es importante tomar en cuenta una correcta segmentación del mercado, debido a que debemos orientar estratégicamente el marketing y ofrecer un producto que satisfaga al consumidor. Sabemos que en el mercado encontramos infinidad de productos pero muy pocos ofrecen lo que el consumidor realmente necesita o espera. (Pacheco et al., 2018, p.36)

Características

Estas características son fundamentales para identificar, definir y comprender un segmento de mercado particular y son esenciales para una estrategia de marketing efectiva.

Para que sea eficaz, Pursell (2022) menciona que una segmentación debe ser:

Homogénea: Implica que la división se identifique de manera clara y que los elementos que caracterizan a la segmentación sean compartidos por los mismos miembros del grupo, que tengan necesidades, comportamientos y características similares o cercanas.

Sustancial: Debe ser lo suficientemente grande como para ser rentable y atractivo para la empresa. Si el segmento es demasiado pequeño, es posible que no genere suficientes ingresos para justificar una estrategia de marketing dirigida específicamente a él.

Medible: Es la característica indispensable de cualquier estrategia y en este caso no es la excepción; tu segmentación debe sustentarse en números, datos y otras formas de comprobar el tamaño del grupo.

Accesible: La empresa debe poder llegar y comunicarse con los clientes del segmento de manera efectiva a través de canales de comunicación adecuados, si un segmento no es accesible, es difícil implementar estrategias dirigidas a ese grupo.

Clasificación de la Segmentación

La segmentación de mercado se puede clasificar en varios tipos, según los criterios utilizados para dividir el mercado en grupos más pequeños

Segmentación Demográfica: Consiste en dividir el mercado en grupos homogéneos de consumidores según variables demográficas como la edad, género, estado civil, nivel socioeconómico, educación, ocupación, entre otras.

Segmentación Psicográfica: La segmentación psicográfica se basa en la idea de que las personas tienen diferentes estilos de vida y personalidades, lo que influye en sus decisiones de compra y en su lealtad hacia las marcas.

Segmentación del comportamiento: Esta técnica permite a las empresas adaptar sus estrategias de marketing a las necesidades y preferencias específicas de cada segmento, lo que les permite maximizar sus beneficios y mejorar su relación con los clientes.

Segmentación geográfica: “La segmentación psicográfica se centra en ofrecer productos según la personalidad del consumidor; el marketing debe ser orientado para persuadir al cliente y para ello debe tomar en cuenta estas variables, y así explotar el mercado con éxito” (Feijoo et al., 2018).

La Demanda de Mercado

Se entiende por demanda la cantidad de un bien que los consumidores están dispuestos a adquirir en una unidad de tiempo. La demanda depende de su precio, cuando este descende la demanda aumenta, y cuando el precio aumenta, la demanda descende; es decir, la cantidad demandada de un bien se mueve en sentido de su precio. (Hoyo, 2019)

Tipos de Demanda de Mercado

Demanda Potencial: Es un nivel máximo de demanda por un producto regida por una serie de condiciones, es decir son las probabilidades de un éxito en el mercado.

En otras palabras, las probabilidades de éxito de este en un mercado, y se lo determina mediante la siguiente fórmula:

$$Q = n * p * q$$

Q= Demanda potencial

n= Número de consumidores potenciales

p= Precio de venta del producto

q= Cantidad de producto consumido en un tiempo determinado.

Demanda Real: Se refiere al volumen de bien y servicios que los clientes o consumidores pueden pagar y adquirir.

Ayuda a determinar el volumen de bienes o servicios, que los consumidores actuales o potenciales están dispuestos a adquirir. Para su medición es importante saber que se puede determinar en unidades físicas, valores monetarios y términos de participación del mercado.

Demanda Insatisfecha: Se presenta cuando los productos o servicios existentes no se cubre con las necesidades de la demanda. La demanda insatisfecha es el resultado de comparar la oferta existente y; si la demanda es mayor que la oferta hay necesidades insatisfechas.

(Baca, 2010), manifiesta que la demanda potencial insatisfecha es la cantidad de bienes o servicios que es probable que el mercado consuma en los años futuros, sobre la cual se ha determinado que ningún productor actual podrá satisfacer si prevalecen las condiciones en las cuales se hizo el cálculo. Y se lo determina a través de la comparación de la demanda menos la oferta.

$$\text{Demanda} - \text{Oferta} = \text{Demanda Satisfecha}$$

Demanda Efectiva: Se refiere a la estimación de la demanda real y viable que existe para el producto o servicio que se propone en el proyecto. Se trata de determinar si existe un mercado lo suficientemente grande y dispuesto a adquirir el producto o servicio, y si los consumidores tienen la capacidad económica para hacerlo.

Análisis de la demanda

Para Torres (2022) el análisis de la demanda es el proceso de entender la demanda de los consumidores hacia un producto o servicio en un mercado objetivo, son la base para la toma de decisiones de las empresas y de los clientes. Además, proporcionan mayor comprensión de mercados de alta demanda para saber qué tipo de ofertas lanzar.

Factores que inciden en el análisis de la demanda

- Los cambios en las preferencias y gustos de acuerdo a factores culturales, demográficos, estacionales, etc.
- La capacidad de compra de los consumidores, la capacidad de adquisición de un producto o servicio.
- Los precios futuros de los demás productos y servicios, estará influida por el comportamiento de la competencia.

La Oferta de Mercado

“La oferta de mercado sirve para satisfacer las necesidades y los deseos de los clientes; esto quiere decir que, con una combinación de productos, servicios, información y experiencias se busca llegar a cumplir con los deseos y necesidades” (Feijoo et al., 2018).

En otras palabras, la oferta es la cantidad de un producto o servicio que los vendedores están dispuestos a vender a un precio determinado.

Análisis de la oferta

El propósito del análisis de la oferta es determinar las condiciones bajo las cuales una economía puede suministrar un bien o servicio al mercado. Al igual que la demanda, la oferta depende de algunos factores, como los precios de mercado de los productos. El trabajo de campo realizado debe tener en cuenta todos estos factores, así como el entorno económico en el que se desarrollará el proyecto.

Tipos de Oferta

Con el fin de llevar a cabo un análisis, se realiza una clasificación de la oferta. En términos de la cantidad de competidores, se identifican tres categorías según la clasificación de Macas (2020):

- **Oferta competitiva o de mercado libre:** Se refiere a una situación en la cual existe un número significativo de competidores en un mercado determinado. En este tipo de oferta, no hay restricciones ni barreras significativas para la entrada o salida de empresas, lo que fomenta la competencia y la libre interacción entre los participantes del mercado.
- **Oferta oligopólica:** Se refiere a una situación en la cual un mercado está dominado por un pequeño número de empresas. En un mercado oligopólico, solo unas pocas empresas tienen el control sobre la oferta de productos o servicios, lo que les otorga cierto poder de mercado y la capacidad de influir en los precios y las condiciones de la industria.

- **Oferta monopólica:** La oferta monopólica se refiere a una situación en la cual un mercado está controlado por una sola empresa, conocida como monopolista. El monopolista tiene poder de mercado y la capacidad de establecer los precios de manera unilateral, ya que no enfrenta competidores que puedan presionar los precios hacia abajo.

Factores que inciden en el análisis de la oferta

Torres (2022) menciona los siguientes:

- El Precio a medida que el precio de un producto o servicio aumenta, la oferta se incrementa.
- El Precio de otros productos en este punto existe la oferta competitiva que se refiere a si un productor cambia de hacer un producto o servicio por otro, el primero caerá junto con su oferta, al convertirse en algo menos rentable. Por su parte, la oferta conjunta se presenta cuando el aumento en un producto o servicio causa el aumento de otro.
- Los Costos del servicio o producto cuando los precios de los insumos aumentan, la oferta disminuye porque su fabricación es menos rentable.
- El Cambio en la disponibilidad de los recursos si el material para crear un producto se vuelve escaso, se podrán hacer menos producciones, por lo que la oferta disminuirá.

Las 4Ps del Marketing

Precio

El precio es un elemento clave dentro del conjunto de estrategias de marketing que tiene un impacto significativo en la relación comercial. Los consumidores consideran el precio como un factor fundamental al tomar decisiones de compra entre diferentes productos. Al establecer los precios, es importante evaluar las diversas metodologías disponibles y seleccionar la más apropiada para alcanzar los objetivos comerciales de la empresa. (Feijoo et al., 2018)

Plaza

El punto de venta es donde se ofertará nuestro producto o servicio, consiste en el proceso mediante el cual llega hasta nuestro cliente, esto conlleva los tiempos de operación, el transporte que permitirán que llegue a manos de los clientes. Esto es un elemento importante a la hora de establecer nuestro margen de utilidad y se debe priorizar que nuestro producto o servicio llegue en condiciones ópticas a nuestros clientes.

Producto

El producto es el bien o servicio que adquiere el consumidor para satisfacer sus necesidades. Actualmente, los consumidores pueden elegir entre una gran variedad de

productos que pueden cubrir las mismas necesidades y cuyas características y precios son muy similares; la política de producto es de vital relevancia para diferenciar claramente sus bienes o servicios de los de sus competidores. (Feijoo et al., 2018)

Promoción

Consiste en los métodos para informar y comunicar las características y beneficios de nuestro producto o servicios, se debe convencer a los clientes mediante ofertas y beneficios adicionales con el fin de que conozcan y adquieran nuestro producto o servicios. Para ello se debe utilizar medios de comunicación como radio, televisión, redes sociales, páginas web, etc.

Estudio Técnico

Definición

Podemos definir al estudio técnico como un análisis del proceso de un producto o servicio para la realización de un proyecto de inversión.

Schiliro (2021) menciona:

Éste tiene como objetivo determinar la función óptima que alcance la utilización más efectiva de los recursos que se disponen para la producción de bienes o servicios y, de esta manera, adquirir información sobre el capital, la mano de obra y los recursos materiales necesarios para la puesta en marcha del proyecto. un proyecto de inversión es un plan detallado que se elabora para evaluar la viabilidad de una inversión en un negocio o proyecto determinado, mediante la identificación y evaluación de costos, beneficios, riesgos y oportunidades.

En otras palabras, el estudio técnico es esencial para determinar si un proyecto es factible desde un punto de vista técnico y operativo, proporciona información detallada que ayuda a los inversores a planificar eficazmente la implementación de un proyecto.

Importancia

Los estudios técnicos son importantes para los proyectos de inversión, considera todos los aspectos técnicos operativos requeridos para utilizar eficientemente los recursos disponibles para la producción de bienes o servicios, permite seleccionar la maquinaria, las materias primas y también ayuda a identificar la mejor opción para la localización, dimensión y ubicación de la planta.

Tamaño

Para Urtecho (2019) la determinación del tamaño debe basarse en el análisis de las dos variables presentes en la relación precio–volumen. Éstas le confieren un carácter cambiante a la optimización del proyecto por las economías de escala que pueden lograrse en el proceso productivo. La evaluación que se realice de las mismas tiene por objeto estimar los costos y

beneficios de las diferentes alternativas posibles y determinar el valor actual neto de cada tamaño opcional para identificar aquel en el que éste se maximiza.

Capacidad Instalada

La capacidad instalada es una ratio que determina el máximo rendimiento posible esperable por parte de una empresa teniendo en cuenta unos recursos empleados y en un periodo de tiempo. Las compañías intentan asociar este tipo de mediciones con otros aspectos esenciales en producción, como es la eficiencia, en ese sentido las empresas buscan acceder a determinados niveles de optimización de sus recursos. (Sánchez, 2020)

Capacidad Utilizada

Se refiere a la cantidad de recursos disponibles que están siendo utilizados para satisfacer la demanda de los servicios ofrecidos. Es una medida de la eficiencia con la que la empresa está utilizando sus recursos para brindar los servicios a sus clientes.

Localización

La localización consiste en identificar y analizar las variables (factores localizacionales), con el fin de buscar la localización que otorgue la máxima ganancia o el mínimo de costo unitario; es el sitio óptimo donde se localizará la empresa y contribuye en mayor medida a que se logre una mayor rentabilidad del proyecto. (Viñán et al., 2018, p.31)

En otras palabras, la localización se refiere a la elección del lugar físico donde se establecerá y operará el proyecto, es un aspecto estratégico importante que puede influir en el éxito y rentabilidad del negocio. Al seleccionar la ubicación adecuada, se deben considerar varios factores clave, como acceso al mercado, infraestructura y aspectos legales.

Macro - Localización del Proyecto

Nájera (2021) menciona que la macro-localización de un proyecto consiste en decidir la región más ventajosa para ubicar una empresa o negocio; describe la zona geográfica donde se encontrará proyecto. El lugar debe ser elegido por los beneficios que se generan a partir de la conjunción de los factores que participan.

Selecciona ubicaciones identificando los indicadores socioeconómicos y las características físicas más relevantes para reducir los costos de inversión, los costos generales y operativos durante todo el período del proyecto.

Viñán et al. (2018) menciona que para determinar la macro – localización se deben tener en cuenta los siguientes factores:

- Facilidades y costos de transporte.

- Disponibilidad y costos de la mano de obra e insumos, materias primas, energía eléctrica, combustible, agua, etc.
- Disponibilidad, características topográficas y costo de los terrenos.
- Facilidades de distribución.
- Comunicaciones.
- Condiciones de vida.
- Leyes y reglamentos.
- Clima.
- Acciones para evitar la contaminación del medio ambiente.
- Disponibilidad y confiabilidad de los sistemas de apoyo.
- Actitud de la comunidad.
- Zonas francas.
- Condiciones sociales y culturales. (p.33)

Micro - Localización del Proyecto

La micro - localización de un proyecto o empresa es la ubicación específica, dentro de una zona macro de mayor alcance, en donde se asentará definitivamente una empresa o proyecto. La micro - localización de un proyecto o empresa conjuga los aspectos relacionados a los asentamientos humanos, identificación de actividades productivas y determinación de centros de desarrollo. Selecciona y delimita con precisión las áreas en que se localizará y operará el proyecto dentro de la macro zona (Lifeder, 2021).

Viñán et al. (2018), menciona que para determinar la macro – localización se deben tener en cuenta los siguientes factores:

- Localización urbana, suburbana o rural.
- Transporte del personal.
- Policía y bomberos.
- Costo de los terrenos, cercanía a carreteras.
- Disponibilidad de servicios (agua, energía eléctrica, gas, servicio telefónico)
- Condiciones de las vías urbanas y de las carreteras.
- Recolección de basura y residuos.
- Impuestos. (p.33)

Ingeniería del Proyecto

Se refiere al proceso de planificar, diseñar, desarrollar, implementar y gestionar un proyecto de manera eficiente y efectiva, asegurando que se cumplan los objetivos y requisitos del proyecto. Implica la aplicación de principios de ingeniería para diseñar y desarrollar una

estructura organizativa eficiente, los procesos operativos efectivos y la infraestructura necesaria para brindar servicios de calidad.

Viñán et al. (2018) menciona que “la ingeniería del proyecto tiene como objetivo determinar cuáles serán las características del proceso del servicio, determinar el tipo de maquinaria e instrumentos que se requiere, dónde se puede adquirir y el esquema preliminar de distribución de planta.” (p.43)

Componentes Tecnológicos

El componente tecnológico en el contexto de un proyecto o de una organización se refiere a la parte relacionada con la tecnología y las herramientas digitales utilizadas para alcanzar los objetivos del proyecto o mejorar la eficiencia y la efectividad de una operación o actividad empresarial. Este componente puede abarcar una amplia gama de aspectos y elementos, y su importancia varía según el tipo de proyecto u organización.

Infraestructura Física

La infraestructura física se refiere a los elementos tangibles y físicos necesarios para llevar a cabo el proyecto de manera efectiva, estos elementos pueden incluir edificios, instalaciones, equipos, redes de transporte, sistemas eléctricos, sistemas de comunicación, redes de distribución, entre otros.

Distribución de Planta

La distribución en planta se define como la ordenación física de los elementos que existen en una instalación sea industrial o de servicios. Esta ordenación comprende los espacios necesarios para los movimientos, el almacenamiento, los colaboradores directos o indirectos y todas las actividades que tengan lugar en dicha instalación. Una distribución en planta puede aplicarse en una instalación ya existente o en una en proyección. (Salazar, 2019)

En otras palabras, la distribución tiene como objetivo maximizar la eficiencia y la productividad, minimizar los costos y facilitar el flujo de materiales, información y personas dentro del espacio disponible.

Diseño organizacional

Es aquel que determinar la capacidad operativa de la Organización con el fin de conocer y evaluar fortalezas y debilidades, y definir la Estructura de la organización para el manejo de las etapas de inversión, operación y mantenimiento. Es decir, para cada proyecto se deberá determinar la Estructura Organizacional acorde con los requerimientos que exija la ejecución del proyecto y la futura operación requerida en las empresas. (Segatore, 2019)

El diseño organizacional es un componente fundamental de la gestión empresarial y puede influir en gran medida el rendimiento y la cultura de una organización, implica tomar decisiones sobre cómo se organizarán las personas, los recursos y las actividades dentro de la empresa.

Importancia

Es importante ya que establece la estructura organizativa que mejor se adapte a las necesidades operativas de la empresa, define los requerimientos de personal y estima los costos de mano de obra con mayor precisión.

Para Segatore (2019) la decisión de subcontratar actividades influye directamente en los costos por la mayor cantidad de personal que pudiera necesitarse, la mayor inversión en oficinas y equipamiento y el mayor costo en materiales y otros insumos. Como puede apreciarse, una decisión que pareciera ser secundaria lleva asociada una serie de inversiones y costos que ningún estudio de proyectos podría obviar.

Planificación Estratégica

La planificación estratégica se refiere al proceso de establecer los objetivos y las estrategias clave para alcanzar el éxito del proyecto a largo plazo, la planificación estratégica implica identificar y definir la dirección estratégica del proyecto, así como los pasos necesarios para lograr los resultados deseados.

Nombre de la Empresa

El nombre de la empresa es muy importante, porque debe sonar bien interesante y acorde a los servicios que ofrece, para llamar la atención teniendo en cuenta el mercado objetivo, es una parte esencial de su identidad y marca, y puede influir en la percepción de los clientes, inversores y otras partes interesadas sobre la empresa.

Slogan

El mensaje publicitario siempre busca impacto y permanencia, así es como surgió el concepto de eslogan, una frase corta, sencilla e ingeniosa que venía a reforzar algún aspecto esencial de la marca. Para muchos el eslogan es como un grito de batalla con el cual se presenta una marca en un mercado determinado y dependiendo de su fuerza es como se impondrá entre sus competidores (Terreros, 2022).

Logotipo

Un logotipo es una representación compuesta por elementos gráficos y texto que sirve como una identificación visual de una empresa. Por lo tanto, representa la actividad, la identidad, los objetivos y valores de cada entidad por medio de formas, colores y textos cortos.

Misión

Para Velayos (2020) “la misión de una empresa es el motivo por el que existe dicha empresa, su razón de ser. Indica la actividad que realiza la empresa, suele plasmarse en una declaración escrita que refleja la razón de ser de la empresa”.

Además, proporciona a los empleados una comprensión compartida de los valores y metas de la empresa, lo que puede aumentar la cohesión y el sentido de pertenencia en toda la organización.

Visión

La visión de una empresa es el conjunto de criterios que guían a la organización hacia sus metas y su proyección a futuro. La visión se caracteriza por ser un enunciado claro, posible, ambicioso y alineado con los valores de la organización, permite comprender hacia dónde avanza la empresa y cómo deben enfocar su labor diario (Azkue, 2023).

La visión es una herramienta estratégica clave que guía la planificación a largo plazo y la toma de decisiones que proporciona un sentido de dirección y propósito para la organización, alineando a todos hacia un objetivo común.

Objetivos

Los objetivos empresariales son pasos definidos para lograr los resultados deseados del negocio. Estos objetivos deben ser medibles con el fin de evaluar su desempeño y por lo tanto tomar las decisiones correctas e implementar estrategias pasos necesarios para redefinir la estrategia si se requiere.

Políticas

Son pronunciamientos oficiales que orientan el proceder de la empresa respecto a los grupos de interés: clientes, proveedores, accionistas, sociedad, y colaboradores. Identifican cómo la empresa se comporta ante ellos y manifiesta lo que estos grupos de interés pueden esperar de la misma. (Carrillo et al., 2019, p.90)

Es decir, las políticas sirven como marco de referencia para la toma de decisiones en la empresa y ayudan a mantener un ambiente de trabajo coherente, eficiente y ético.

División del Trabajo

La división de trabajo se orienta a la obtención de la especialización en el trabajo, separando y delimitando las actividades con el fin de realizar una función con la mayor precisión, esfuerzos y eficiencia. La representación gráfica de la división de trabajo es el organigrama, permite visualizar el grado de especialización de las áreas de la empresa (Lañón, 2019).

Algunos puntos clave sobre la división del trabajo en una empresa incluyen:

Especialización: La división del trabajo implica que los empleados se especialicen en tareas específicas dentro de la organización.

Interdependencia: Los departamentos pueden volverse interdependientes ya que cada uno realiza una parte específica del proceso que afecta a otros.

Aumento de la Eficiencia: Al descomponer las tareas en pasos más pequeños y especializados, la organización puede aumentar la eficiencia.

Niveles Jerárquicos de Autoridad

Los niveles jerárquicos de autoridad se aluden a la disposición organizativa de una empresa, esta estructura establece la jerarquía de liderazgo y la asignación de responsabilidades dentro de la entidad.

- **Nivel Directivo:** Le corresponde funciones superiores como la presidencia, gerencia general, rectoría; también se incluyen vicepresidencia, subgerencia o vicerrectorados; tienen a cargo la representación legal del proyecto y la determinación de los objetivos estratégicos y la efectividad de la misma en el cumplimiento de lo propuesto. (Carrillo et al., 2019, p.92)
- **Nivel Ejecutivo:** Se encarga de la supervisión y gestión de las funciones y operaciones específicas de negocios, tales como talento humano, compras, servicio al cliente, entre otros, que conforman la empresa o alguna de sus divisiones.
- **Nivel Asesor:** El nivel ejecutivo brinda apoyo a la dirección superior al realizar actividades relacionadas con la comunicación empresarial, la organización de documentos y brinda consultoría técnica en temas legales, tributarios y otros aspectos relevantes
- **Nivel Operativo:** En las empresas de servicios está conformado por los cargos que mantienen contacto directo con los clientes; estos colaboradores se ocupan del proceso central de la empresa. (Carrillo et al., 2019, p.92)
- **Nivel Auxiliar:** Se refiere a un nivel jerárquico o de posición laboral dentro de la estructura organizativa de la empresa, podrían incluir asistentes administrativos, secretarios, asistentes de talento humano, asistentes de gerencia y ventas.

Organigrama

Consiste en recuadros que representan los puestos en una organización y los niveles jerárquicos mediante líneas, canales de autoridad y responsabilidad. Deben ser claros, procurar no anotar el nombre de las personas que ocupan el puesto y no deben ser demasiado

extensos ni complicados y mostrar solamente la estructura del cuerpo administrativo de la empresa.

Es decir, es un diagrama que ilustra la estructura interna de la empresa y cómo se distribuyen las responsabilidades y funciones en ella.

Elementos Gráficos de un Organigrama

Son símbolos y líneas utilizados para representar los diferentes roles, niveles jerárquicos y relaciones dentro de una organización. Estos elementos visuales ayudan a transmitir de manera clara y concisa la estructura organizativa y las interacciones entre los diferentes cargos y departamentos.

De acuerdo a Carrillo et al. (2019, p.92), La ilustración de un organigrama estructural requiere la utilización de ciertos elementos gráficos como los siguientes:

Simbología de Organigrama

Nombre	Simbología	Significado
Rectángulo		Es un símbolo utilizado para representar los puestos o cargos dentro de una organización, que representa la jerarquía y estructura organizativa.
Línea continua vertical		Se utiliza para representar la jerarquía y la relación de autoridad entre diferentes niveles o cargos dentro de una estructura organizativa. Puede indicar la subordinación de un puesto en relación con otro puesto que está ubicado en un nivel jerárquico superior.
Línea continua horizontal		Esta línea indica que los roles representados por los cargos conectados trabajan en conjunto o están relacionados de manera directa en términos de responsabilidades y funciones.
Líneas discontinuas horizontales		Se utilizan para mostrar una relación de coordinación o colaboración entre cargos que tienen el mismo nivel jerárquico dentro de una organización, pero en diferentes unidades funcionales o departamentos.

Organigrama Estructural

Es una representación de las relaciones de autoridad formal y división del trabajo que permite articular distintas funciones, destacar los distintos cargos y posiciones y establecer cuáles son las líneas de comunicación formales y conexiones entre puestos, permite ver de forma inmediata y resumida la manera en que se estructura la empresa. (Equipo Editorial, 2020)

Es decir, el organigrama es el resultado de la estructura de una empresa la cual hay

que representar, muestra los niveles jerárquicos existentes en la organización, es una herramienta que permite identificar algún error en la estructura y mejorar.

Organigrama Funcional

Un organigrama funcional es un tipo de organigrama en el que se representan los diferentes departamentos de una empresa por funciones, así como los trabajadores, la responsabilidad de cada uno y los responsables de dichos departamentos. Tener un buen organigrama, en una empresa, favorece la comunicación entre empleados y responsables, y permite gestionar más cómodamente todos los flujos de trabajo. Evita muchas confusiones a la hora de realizar las tareas y establece cuál es el papel de cada empleado en la compañía (Capdevilla, 2020).

En resumen, un organigrama funcional es una representación visual diseñada de acuerdo a las funciones de los diferentes departamentos de la organización, para ordenar verticalmente a los líderes de cada área, y las tareas y responsabilidades correspondientes.

Manual de Funciones

El Manual de Funciones, es un instrumento de trabajo que emite un conjunto de normas y tareas que deben realizar todos quienes conforman la empresa y que desarrollan actividades específicas, en su elaboración debe estar basado de acuerdo a los respectivos procedimientos, sistemas, normas y que resumen el establecimiento de guías y orientaciones para desarrollar las rutinas o labores cotidianas (Ramos, 2018).

El manual de funciones es un documento organizacional que detalla las responsabilidades, funciones y requisitos asociados a cada cargo dentro de una empresa, tiene como objetivo principal proporcionar información clara y precisa sobre las responsabilidades.

Contenido

Cargo: Se especifica el nombre del cargo o puesto dentro de la organización.

Nivel Jerárquico: Se refiere a la posición relativa que un empleado ocupa en la estructura de una organización en función de su autoridad.

Jefe Inmediato: Es el superior jerárquico que es encargado de supervisar el cumplimiento de las obligaciones.

Naturaleza del Trabajo: Se describe brevemente la esencia del trabajo realizado en el cargo, enfocándose en las responsabilidades y las actividades principales que se deben llevar a cabo.

Funciones: Se enumeran y describen detalladamente las funciones y responsabilidades específicas asociadas con el cargo.

Requisitos: Se mencionan los requisitos necesarios para ocupar el cargo, como nivel

educativo, experiencia laboral, habilidades técnicas y conocimientos específicos.

Perfil: Incluye características personales, habilidades blandas, competencias específicas y aptitudes que se consideran deseables para tener éxito en el puesto.

Formato Manual de Funciones

Manual de Funciones	
Cargo	
Nivel Jerárquico	
Jefe Inmediato	
Naturaleza del Trabajo	
Funciones	
Requisitos	
Perfil	

Flujograma de Procesos

Para Benavidez et.al (2019) los diagramas de flujo son considerados como los primeros niveles de información de los procesos, dado que esta herramienta de trabajo nos da referencias exactas de las funciones que desarrolla cada trabajador involucrado en el proceso de producción o comercialización ya sea de un bien o servicio.

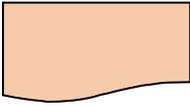
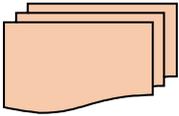
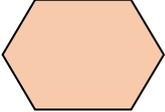
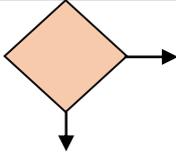
Un diagrama de flujo de trabajo, también conocido como flujograma, ofrece un resumen gráfico de un sistema o proceso de negocio. Este tipo de diagramas se usa para visualizar proyectos después de haber hecho la investigación inicial. Una vez que

hayas creado un diagrama de flujo de trabajo, tendrás una visión detallada de las tareas y sus dependencias basada en los objetivos del proyecto en general. (Raeburn, 2022)

Simbología de Flujogramas

Cherrez et al. (2018) expone que la representación gráfica de los diagramas de flujo permite una comprensión de los procesos de una manera más dinámica y específica, debido a que detalla la sucesión de actividades a seguir. Son una serie de símbolos estándar para representar diferentes elementos y acciones dentro del proceso de prestación de servicios, a continuación, se presentan algunos de los símbolos.

Simbología de Flujograma

Simbología	
	Inicio o fin de proceso
	Realiza un proceso
	Documento o informe impreso
	Indica que son varios documentos
	Representa cualquier tipo de dato en el diagrama de flujo
	Ajustar o modificar algo en el proceso antes de proceder
	Toma una decisión (una pregunta) La respuesta debe ser SI o No

Estudio Legal

Los estudios legales tienen como objetivo determinar la factibilidad del proyecto en términos de planes de desarrollo, planes de ordenamiento territorial, normativa relacionada con la ubicación, aspectos presupuestarios y ambientales, uso de patentes y permisos, leyes laborales, etc.

Constitución

La constitución de empresa es un procedimiento a través del cual una persona o grupo de personas registran su empresa ante el Estado, en ella intervienen algunos factores como:

Persona Natural: Hace referencia a una persona natural que establece una empresa y asume la responsabilidad personal de todas las operaciones y obligaciones de la empresa, están sujetas al sistema tributario aplicable y responsabilidades legales.

Obligaciones Formales del Empresario con los Entes de Control

En Ecuador, como en muchos otros países, las empresas tienen una serie de obligaciones formales que deben cumplir con los entes de control y autoridades gubernamentales. Aquí se presentan algunas de las obligaciones formales que se deben cumplir:

Servicio de Rentas Internas – SRI: Gestionan la política tributaria en el marco de los principios constitucionales, consolidando la habilitación para el cumplimiento oportuno de las obligaciones tributarias.

- Anexo de Retenciones en la Fuente por Relación de dependencia
- Anexo Transaccional simplificado
- Impuesto a la renta
- Declaración retenciones a la fuente
- Declaración de IVA

Ministerio de Turismo: Es una entidad gubernamental encargada de supervisar y regular las relaciones laborales, el empleo, la seguridad social y otros asuntos relacionados con el trabajo en el país. (Ministerio de Turismo, s.f)

- Declarar su inventario valorado de activos fijos (edificaciones e instalaciones, maquinarias, muebles enseres y equipos de computación), sobre el cual se hará el cálculo del 1x1000
- Pago de la contribución 1x1000
- Obtener y actualizar la Licencia Anual de Funcionamiento en el GAD

Obligaciones del Empresario con Personal Bajo Relación de Dependencia

Se refieren a las responsabilidades que un empleador tiene hacia sus trabajadores que

están empleados bajo una relación de dependencia laboral, estas obligaciones son fundamentales para garantizar el cumplimiento de las leyes laborales y proteger los derechos de los trabajadores.

Ministerio del Trabajo: Institución rectora de políticas públicas de trabajo, empleo y del talento humano servicio público, que regula y controla el cumplimiento a las obligaciones laborales mediante la ejecución de procesos eficaces, eficientes, transparentes y democráticos. (Ministerio de Trabajo, s.f)

- Inscripción Contrato Trabajo
- Legalización de Beneficios Sociales
- Reglamentos de Trabajo
- Pago de Utilidades
- Legalización Actas de Finiquito

Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social – IESS: Es una entidad, cuya organización y funcionamiento se fundamenta en los principios de solidaridad, obligatoriedad, universalidad, equidad, eficiencia, subsidiariedad y suficiencia. (IESS, s.f)

- Avisos de Entrada y Salida de Personal
- Pago de Fondos de Reserva
- Pago de Aportes Patronales
- Registro Patronal

Permisos de Funcionamiento

Son aquellos documentos otorgados por las autoridades competentes a los establecimientos sujetos a control y vigilancia que cumplen con todos los requisitos para su funcionamiento, establecidos en la normativa vigente de acuerdo a su actividad.

Permiso Anual de Funcionamiento: Este permiso es emitido por el Municipio correspondiente y es requerido para que una empresa o establecimiento pueda llevar a cabo sus actividades de manera legal.

Permiso de Funcionamiento del Cuerpo de Bomberos: Este permiso es emitido por el Cuerpo de Bomberos y es necesario para garantizar que una empresa o establecimiento cumpla con las medidas de seguridad contra incendios.

Patentes Municipales

Es un impuesto que se cancela anualmente que deben pagar las personas naturales y jurídicas obligadas a llevar contabilidad que ejercen una actividad económica de manera permanente en el territorio del cantón o distrito.

Estudio Financiero

Definición

Un estudio financiero en un proyecto de inversión es crucial para evaluar la rentabilidad y la viabilidad económica del proyecto, proporcionando información esencial para la toma de decisiones informadas por parte de los inversionistas, gerentes y otras partes interesadas.

El análisis financiero implica la evaluación de la prefactibilidad y factibilidad de un proyecto. Se deriva de la información recopilada en los estudios de mercado, utilizada para estimar los ingresos, así como de los estudios técnicos y administrativos, que proporcionan la base para calcular los costos y gastos del proyecto; en la estructuración del estudio financiero se consideran los datos identificados durante la composición integral del proyecto. (Carrillo et al., 2019, p.103)

Importancia

El desarrollo del análisis financiero es importante para determinar la rentabilidad de una empresa, a través de la definición de costos, gastos e ingresos, lo que nos permitirán la proyección de ingresos y gastos, flujo de caja y hacer un estado inicial; se determina la tasa máxima de proyección y se lleva a cabo evaluación financiera mediante la aplicación de indicadores como valor actual neto, tasa interna de retorno, periodo de recuperación y punto de equilibrio del proyecto.

Inversiones

Se refieren a la adquisición de activos con el objetivo de obtener beneficios futuros, ya sea mediante la valorización del activo o mediante la obtención de ingresos recurrentes, es aquella actividad que consiste en otorgar recursos con el objetivo de obtener un beneficio.

Activos Fijos

Es un conjunto de bienes tangibles que no están sujetos a comercio y, en la mayoría de los casos, no cambian de forma física a lo largo del ciclo de producción. Como tales, son bienes duraderos que son esenciales para que las empresas produzcan bienes y servicios.

Edificios y Construcciones: Representan las propiedades inmobiliarias y las estructuras construidas que son propiedad de la empresa y se utilizan en operaciones a largo plazo.

Vehículos: Como parte de los activos fijos, son los automóviles, camiones u otros medios de transporte que se utilizan en las actividades de la empresa.

Equipo de Cómputo: Es el conjunto de dispositivos electrónicos y hardware que permiten el funcionamiento de una computadora para procesar, almacenar y transmitir datos e

información.

Muebles y Equipo de Oficina: Proporcionan el entorno y las herramientas necesarias para llevar a cabo las operaciones diarias, facilitan un espacio de trabajo cómodo y organizado, hasta facilitar la tecnología, el almacenamiento, la comunicación y la productividad.

Depreciación

Es la pérdida de valor que un bien experimenta a lo largo de su vida útil. Este cálculo lo realizan las empresas con todos sus activos fijos, es decir, con los objetos y bienes que compra para aprovecharlos durante más de un año. Pueden ser equipos electrónicos, muebles, y vehículos. Los terrenos no entran en esta categoría porque, a diferencia de los demás activos, es más común que su valor aumente con el paso del tiempo en lugar de disminuir lo que da paso a la plusvalía (Gasbarrino, 2021).

Métodos de Depreciación

Método de la Línea Recta: La depreciación resultante es constante durante toda la vida útil del activo, ya que se asume que el desgaste es igual en cada período. A medida que avanza el tiempo, el valor del activo disminuye gradualmente hasta alcanzar su valor residual al final de su vida útil.

Fórmula:

$$DA = \frac{CT - VR}{VU}$$

Donde:

DA= Depreciación Anual

CT= Costo Total Del Bien

VR= Valor Residual

VU= Vida Útil

Método de depreciación de la suma de los dígitos anuales: De conformidad con el Reglamento para la aplicación de la Ley de Régimen Tributario Interno, detalla los siguientes porcentajes:

- Vida útil 20 años. Inmuebles (excepto terrenos), naves, aeronaves, barcasas y similares. Se deprecia 5% anual.
- Vida útil 10 años. Instalaciones, maquinarias, equipos y muebles. Se deprecia 10% anual.
- Vida útil 5 años. Vehículos, equipos de transporte y equipo caminero móvil. Se deprecia 20% anual.

- Vida útil 3 años. Equipos de cómputo y software. Se deprecia 33,33% anual

Activos Diferidos

Para Viñán et al. (2018) son aquellos que se realizan sobre la compra o derechos que son necesarios para la puesta en marcha del proyecto, tales como los estudios técnicos, económicos, jurídicos entre otros. (p.51)

En otras palabras, se trata de gastos que se han adelantado o prepagado, pero que se amortizarán o se reconocerán como gastos a lo largo del tiempo a medida que se utilicen o consuman.

Gastos de organización: Incluyen los costos relacionados con la creación y organización de una empresa, como honorarios legales, honorarios de registro, costos de constitución, gastos de incorporación, entre otros.

Gastos de publicidad y promoción: Los gastos relacionados con campañas de publicidad y promoción a largo plazo pueden clasificarse como activos diferidos.

Pagos anticipados: Representan pagos realizados por bienes o servicios que se recibirán en el futuro. Por ejemplo, los pagos anticipados de alquiler, seguros y servicios profesionales.

Capacitación Personal: Son aquellos cursos que contribuyen al proceso de aprendizaje y desarrollo de habilidades que se brinda a los empleados con el fin de mejorar su desempeño en el trabajo y contribuir al éxito de la organización.

Patentes: Son derechos exclusivos otorgados por un gobierno a un inventor o titular de la patente para proteger una invención, otorga al titular el derecho exclusivo de utilizar, fabricar, vender o importar la invención durante un período determinado.

Marcas: Las marcas registradas, como nombres, logotipos, esloganes y diseños distintivos, representan la identidad de una empresa y sus productos o servicios, las marcas ayudan a diferenciar a una empresa de sus competidores y reconocimiento de marca.

Franquicias y Licencias: Las franquicias y las licencias representan acuerdos legales para utilizar una marca, tecnología o modelo de negocio específico.

Amortizaciones

Es la depreciación o reducción del valor de un activo o pasivo, su definición también está ligada al valor inicial del activo y su vida útil, hace referencia a la pérdida del valor de cualquier elemento a lo largo de su vida útil, y es una manera de medir la pérdida.

Pedrosa (2020) menciona que hay dos formas de cuantificar contablemente los activos:

- **Método directo:** En la cuenta contable del activo se van realizando anotaciones que minusvaloran el valor inicial del activo. De otra forma, serían valores negativos en una cuenta de activo.
- **Método indirecto:** Consiste en crear una cuenta en la que quede reflejado el coste de amortización, pérdida de valor, por lo que es una cuenta de gasto, no se realizan anotaciones directamente sobre el activo, sino en una cuenta relacionada.

Capital

El capital en una empresa se refiere a los recursos financieros y económicos que se utilizan para iniciar, operar y expandir el negocio, es un componente fundamental de una empresa y es esencial para su funcionamiento. Puede provenir de diversas fuentes y se utiliza para adquirir activos, financiar operaciones diarias, invertir en proyectos y llevar a cabo diversas actividades económicas.

Capital de Trabajo

El capital de trabajo son recursos financieros necesarios para mantener las operaciones de una empresa en marcha y cumplir con sus obligaciones a corto plazo.

El capital de trabajo se refiere a la administración de los activos y pasivos circulantes dentro de ciertos lineamientos de política y en la medida de que este sea analizado con extrema profundidad, así podrá medirse los niveles de eficiencia de la empresa en cuanto a la utilización de los recursos financieros, para el cumplimiento de la misión de la entidad que es de brindar un servicio de excelencia a los clientes. (Castellano, 2021)

Sueldos y Salarios: Se refiere a la remuneración que la empresa entrega a sus empleados a cambio de los servicios que prestan.

Servicios Básicos: Desembolsos financieros que una empresa realiza para cubrir los costos de servicios esenciales necesarios para su funcionamiento diario y operaciones comerciales.

Mantenimiento y Combustibles de Vehículo: Se refiere a los gastos asociados con el cuidado y el funcionamiento de la flota de vehículos utilizados por la empresa para llevar a cabo sus operaciones económicas.

Total Inversión

Se refiere al monto total de recursos financieros que se destinarán para llevar a cabo un proyecto específico. Esta inversión abarca todos los costos, gastos y desembolsos necesarios desde el inicio hasta la finalización del proyecto e incluye la inversión en activos fijos, activos diferidos, capital de trabajo y costos operacionales.

Financiamiento de la Inversión

El financiamiento abarca el conjunto de acciones, trámites y demás actividades destinadas a la obtención de los fondos necesarios para financiar a la inversión. Y en la ejecución se adquieren los activos fijos e intangibles y se contratan los servicios necesarios para que quede listo e inicien operaciones (Rengifo, 2018).

Es una parte fundamental en su desarrollo y ejecución. Obtener los recursos financieros necesarios para llevar a cabo un proyecto puede ser un proceso complejo y requiere una planificación cuidadosa

Clasificación de Fuentes de Financiamiento

Fuentes de Financiamiento Internas: Son fuentes generadas dentro de la misma empresa, como resultado de sus operaciones y promoción, dentro de las cuales están:

- Aportaciones de los socios que son aquellas aportaciones al momento de constituir o incrementar el capital social.
- Venta de Activos como terrenos, vehículos y demás activos con el fin de cubrir con la necesidad financiera
- Emisión de Acciones comunes o preferentes, los títulos de valor permiten al inversionista la posibilidad de participar como socio y obtener parte de los dividendos.

Fuentes de Financiamiento Externas: Con respecto a las fuentes externas de financiamiento son otorgadas por terceras personas tales como:

- Los Proveedores son un financiamiento espontáneo al momento de adquirir mercadería a crédito y no al contado.
- Un Crédito bancario es una forma de financiación más flexible que permite acceder a la cantidad de dinero prestada según las necesidades de la empresa.
- El Gobierno puede ofrecer alguna ayuda o incentivo económico de inversión.

Amortización Financiera

Se refiere al proceso de pago gradual de una deuda o préstamo a lo largo del tiempo. Es un término común en el ámbito financiero y se utiliza para describir cómo se devuelven los fondos prestados, incluyendo el capital prestado y los intereses, en cuotas periódicas hasta que la deuda se haya liquidado por completo.

Amortización Método Frances: Para López & Arias (2020) el sistema de amortización francés es aquel mediante el cual el prestatario se compromete a pagar unas cuotas periódicas constantes, que incluyen capital e intereses. Se trata de un sistema de amortización mediante cuotas constante, también es conocido como sistema de cuotas fijas.

Tabla 1.*Tabla de Amortización*

Tabla de Amortización Fija o Francesa						
Capital:				Plazo:		
Cuota:				Tasa:		
Nro	Cuota	Interés	Amortización	Saldo	Capital Anual	Interés Anual
0				xxx		
1	xxx	xxx	xxx	xxx	xxx	xxx
2	xxx	xxx	xxx	xxx		
3	xxx	xxx	xxx	xxx	xxx	xxx
4	xxx	xxx	xxx	xxx		
5	xxx	xxx	xxx	xxx	xxx	xxx
6	xxx	xxx	xxx	xxx		
7	xxx	xxx	xxx	xxx	xxx	xxx
8	xxx	xxx	xxx	xxx		
9	xxx	xxx	xxx	xxx	xxx	xxx
10	xxx	xxx	xxx	Xxx		

Nota. La tabla representa la amortización por el método francés que presenta una tasa fija.

Presupuesto

Para González (2021) el presupuesto es una herramienta de planeación que expresa en términos financieros o monetarios las operaciones y recursos que forman parte de la empresa en un período de tiempo determinado, para lograr los objetivos fijados por la organización.

Los presupuestos son un análisis del futuro y presente del futuro operacional y financiero de una empresa, los presupuestos analizan entradas y salidas en unos tiempos definidos de venta y está dada para determinar la previsión, la planeación, las estrategias y resultados de los presupuestos. (Múnera, 2018, p.67)

Importancia

El presupuesto organiza los recursos y permite inferir la rentabilidad de un proyecto mediante una comparación entre ingresos y egresos; los presupuestos son útiles incluso para el cálculo de la capacidad de ahorro y endeudamiento en el plano personal, su estructuración permite tomar decisiones como recorte de gastos innecesarios, optimización de costos y materia prima; o, búsqueda de nuevas fuentes de ingresos. (Carrillo et al., 2019, p.105)

Características

González (2021), indica las siguientes características:

- Es integrador y coordinador al tomar en cuenta todas las áreas y actividades de la empresa de tal manera que cada una contribuya al logro del objetivo global. Así, el plan o presupuesto de un departamento de la empresa es funcional si se identifica con el objetivo total de la organización.
- Compendia y determina las operaciones de la organización en términos de ingresos a obtener, gastos e inversiones a efectuar. Esta información debe elaborarse en la forma más detallada posible
- Requiere flexibilidad para ejecutar las revisiones, ajustes y cambios requeridos en el momento necesario.

Clasificación

Según Equipo Editorial (2022), los presupuestos se clasifican en base a diferentes criterios:

Según el tiempo:

- **Presupuestos a corto plazo.** Abarcan un período de tiempo menos a un año, estos presupuestos se enfocan en la gestión operativa y táctica de una organización y proporcionan una guía para la asignación de recursos en el corto plazo.
- **Presupuestos a largo plazo.** Abarcan un período mayor a un año, son utilizados por las grandes empresas y por los Estados.
Estos presupuestos se enfocan en objetivos a largo plazo y proporcionan una visión global de los ingresos, gastos, inversiones y necesidades financieras futuras de la empresa.

Según la flexibilidad:

- **Presupuestos flexibles.** Son aquellos que permiten realizar modificaciones según las circunstancias actuales, son herramientas de planificación financiera que se adaptan a cambios en los niveles de actividad o producción.
- **Presupuestos rígidos.** No se ajustan a cambios en la demanda u otros factores, los presupuestos rígidos suelen establecerse al comienzo de un período y no se modifican, incluso si las circunstancias cambian.

Según el sector económico:

- **Presupuestos del sector público.** Establecen los ingresos y gastos del gobierno en un período determinado, generalmente un año fiscal, son herramientas clave en la gestión financiera de los gobiernos y reflejan las políticas y prioridades del sector público.
- **Presupuestos del sector privado.** Estos presupuestos son herramientas clave para la gestión financiera y la toma de decisiones estratégicas en el ámbito empresarial, que establecen los ingresos y gastos de una empresa generalmente en un año.

Según el área dentro de la organización:

- **Presupuestos principales.** Son realizados teniendo en cuenta los presupuestos de las áreas dentro de la organización e incluyen a los presupuestos auxiliares, la de los presupuestos pueden variar según las necesidades particulares de cada organización.
- **Presupuestos auxiliares.** Estos presupuestos se centran en áreas o aspectos específicos del negocio y proporcionan información detallada y desglosada para una mejor planificación y control financiero

Presupuesto de Gastos

Se refiere al cálculo anticipado y abarca todos los desembolsos de dinero necesarios para llevar a cabo las actividades y operaciones de la organización generalmente en un año.

El presupuesto de gastos en un proyecto de inversión es esencial para evaluar la viabilidad financiera del proyecto y para planificar la asignación de recursos financieros. Permite estimar los costos totales asociados con el proyecto a lo largo del tiempo y asegurarse de que los ingresos generados sean suficientes para cubrir estos gastos y generar ganancias.

Tabla 2.

Presupuesto de Gastos

PRESUPUESTO DE GASTOS					
GASTOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Costo de Operación	xxx	xxx	xxx	xxx	xxx
Gasto de Depreciación	xxx	xxx	xxx	xxx	xxx
Gastos de Amortización	xxx	xxx	xxx	xxx	xxx
Gastos de Administración	xxx	xxx	xxx	xxx	xxx
Gasto de Venta	xxx	xxx	xxx	xxx	xxx
Gastos Financieros	xxx	xxx	xxx	xxx	xxx
TOTAL DE GASTOS	xxx	xxx	xxx	xxx	xxx

Nota. La tabla indica el modelo del presupuesto de gastos que detalla las estimaciones de desembolsos.

Presupuesto de Ingresos

La estructuración del presupuesto de ingresos parte de los datos obtenidos en el estudio de mercado; en donde se establece el porcentaje de participación esperado para cada producto; respecto del total de ventas proyectado y luego ese dato esta traducido a cifras mensuales proyectadas de ventas. (Carrillo et al., 2019, p.109)

El presupuesto de ingresos es esencial para evaluar la viabilidad financiera del proyecto y determinar si los ingresos proyectados son suficientes para cubrir los gastos y generar ganancias. Además, proporciona una base para la toma de decisiones, la asignación de recursos y el seguimiento financiero durante la ejecución del proyecto.

Tabla 3.*Presupuesto de Ingresos*

PRESUPUESTO DE INGRESOS					
INGRESOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Unidades Vendidas	xxx	xxx	xxx	xxx	xxx
Precio de Venta	xxx	xxx	xxx	xxx	xxx
Otros Ingresos	xxx	xxx	xxx	xxx	xxx
TOTAL DE INGRESOS	xxx	xxx	xxx	xxx	xxx

Nota. La presente tabla indica el modelo del presupuesto de ingresos utilizado para proyectar y detallar los ingresos esperados de una empresa durante un período contable específico.

Estados Financieros Proyectados

Son estimaciones de los estados financieros futuros de una empresa, basadas en proyecciones financieras, permiten a la empresa planificar y evaluar su desempeño financiero, así como tomar decisiones sobre inversiones, financiamiento y operaciones.

Balance General

Se define como el estado financiero que al mostrar a determinada fecha de los activos, pasivos y capital que constituyen la estructura financiera de una entidad ilustra la dualidad económica; es decir, todos los recursos identificables y cuantificables con que cuenta una empresa y el origen de estos recursos, tanto externos como internos. (Román, 2019)

$$\text{Activo} = \text{Pasivo} + \text{Patrimonio}$$

Activos

Representación de los recursos de la entidad como resultado de sucesos pasados. Se dividen en activos corrientes y no corrientes. En los primeros se espera vender o consumir en el periodo del ciclo normal de la operación del ente. Se mantiene con fines de negociación, se espera realizar dentro de los doce meses posteriores a la fecha de los estados financieros, allí podemos encontrar efectivo o equivalentes al efectivo, inventarios, cuentas por cobrar, entre otros. Los no corrientes se clasifican en propiedad, planta y equipo, y propiedades de inversión. (Rojas, 2018, p.15)

Pasivo

Para Rey (2022) son aquellas obligaciones surgidas como consecuencia de sucesos pasados, para cuya extinción la empresa espera desprenderse de recursos que puedan producir beneficios o rendimientos económicos en el futuro. A estos efectos, se entienden incluidas las provisiones. (p.106)

El pasivo representa fuentes de financiamiento para la entidad, ya que refleja el dinero que se ha obtenido o se obtendrá en el futuro para financiar sus operaciones o inversiones.

Patrimonio

“Representa la parte de los activos de la entidad, una vez descontados los pasivos totales. Dentro de este elemento se clasifican el capital del ente, las ganancias actuales y de años anteriores, las reservas, entre otros.” (Rojas, 2018, p.15)

El patrimonio también es importante para los inversores y accionistas, ya que representa su participación en la entidad. Los cambios en el patrimonio, como las ganancias o pérdidas netas, afectan directamente el valor y el rendimiento de las inversiones.

Tabla 4.

Balance General

EMPRESA "ABC"					
BALANCE GENERAL PROYECTADO					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
ACTIVO					
Activo Corriente					
Efectivo y sus Equivalentes	xxx	xxx	xxx	xxx	xxx
Total Activo Corriente	xxx	xxx	xxx	xxx	xxx
Activo no Corriente					
Activos Fijos					
Vehículo	xxx	xxx	xxx	xxx	xxx
Equipo de Cómputo	xxx	xxx	xxx	xxx	xxx
Muebles de Oficina	xxx	xxx	xxx	xxx	xxx
Depreciación Vehículo	xxx	xxx	xxx	xxx	xxx
Depreciación Equipo de Cómputo	xxx	xxx	xxx	xxx	xxx
Depreciación Muebles de Oficina	xxx	xxx	xxx	xxx	xxx
Activos Diferidos					
Amortización	xxx	xxx	xxx	xxx	xxx
Total Activo No Corriente	xxx	xxx	xxx	xxx	xxx
TOTAL ACTIVO	xxx	xxx	xxx	xxx	xxx
PASIVO					
Pasivo Corrientes					
Pasivo No Corrientes					
Préstamo Bancario	xxx	xxx	xxx	xxx	xxx
Interés por Pagar	xxx	xxx	xxx	xxx	xxx
Total Pasivo no Corriente	xxx	xxx	xxx	xxx	xxx
TOTAL PASIVO					
PATRIMONIO					
Aporte de Capital	xxx	xxx	xxx	xxx	xxx
TOTAL PATRIMONIO	xxx	xxx	xxx	xxx	xxx
TOTAL PASIVO y PATRIMONIO	xxx	xxx	xxx	xxx	xxx

Nota. Balance General que muestra una proyección estimada de la situación financiera de una empresa.

Estado de Resultados Proyectado

Nos permite hacer estimaciones sobre los ingresos y gastos que generará la empresa,

conociendo así su viabilidad y rentabilidad futura, para tomar decisiones financieras e implementar estrategias en beneficios de la empresa, permitirá determinar y exponer cuál será el resultado que se espera tener. Es una parte fundamental de la planificación financiera y se utiliza para prever la rentabilidad esperada de la entidad en un horizonte de tiempo específico.

Ingresos

Constituyen un incremento de los recursos económicos de una entidad producido a lo largo de un periodo o ejercicio económico en forma de entradas o aumento del valor de los activos o bien como una discusión o decremento de las obligaciones o pasivos que dan como resultado el incremento del patrimonio, no estando relacionados con los aportes de capital de los propietarios de los mismos. (Rojas, 2018, p.15)

Los ingresos son fundamentales para la sustentabilidad financiera de una entidad y se utilizan para cubrir gastos, invertir en el crecimiento del negocio y generar utilidades, por ejemplo, los ingresos por venta de servicios.

Gastos

Para Rojas (2018) “constituyen un decremento de los recursos económicos de una entidad producido a lo largo de un periodo o ejercicio económico en forma de salidas o decrementos del valor de los activos o bien como aumento del pasivo, originando una disminución del patrimonio.”

Los gastos en el estado de pérdidas y ganancias se deducen de los ingresos totales para calcular el resultado neto del período, que puede ser una ganancia o una pérdida neta.

Gastos de Administración y Ventas

“Se originan de la función administrativa de la empresa. Lo constituyen los sueldos del gerente general, el área financiera, contador, secretario, empleados; así como los gastos de oficina en general como teléfono, agua, seguros, arriendos, útiles de oficina, etc” (Viñán et al., 2018, p.52).

Gastos financieros

Los gastos financieros son los costos que una empresa incurre como resultado de tomar prestado dinero u obtener financiamiento externo para operar o expandir una empresa. Estos gastos están relacionados con el pago de intereses y otros cargos asociados a la deuda o al financiamiento externo.

Gastos de Impuestos

Se refieren a los costos o cargos que una entidad, debe pagar al gobierno en concepto de impuestos, estos gastos son una obligación financiera que se origina debido a los ingresos generados o a las transacciones financieras realizadas durante un período fiscal específico.

Tabla 5.*Estado de Resultados*

EMPRESA "ABC"					
ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ventas Netas					
(-) Costo de Operación	xxx	xxx	xxx	xxx	xxx
= Utilidad Bruta	xxx	xxx	xxx	xxx	xxx
(-) Gastos de Administración	xxx	xxx	xxx	xxx	xxx
(-) Gastos de Venta	xxx	xxx	xxx	xxx	xxx
(-) Gastos Financieros	xxx	xxx	xxx	xxx	xxx
= Utilidad Operacional	xxx	xxx	xxx	xxx	xxx
(-) Utilidad a los trabajadores 15% por pagar	xxx	xxx	xxx	xxx	xxx
= Utilidad Antes del Impuesto	xxx	xxx	xxx	xxx	xxx
(-) Impuesto a la Renta	xxx	xxx	xxx	xxx	xxx
= Utilidad Neta	xxx	xxx	xxx	xxx	xxx

Nota. Estado de resultados utilizado para presentar los ingresos, los gastos y la utilidad o pérdida futura .

Estado de Flujo de Efectivo

Es un estado financiero que permite identificar la liquidez de la empresa y la forma en que se obtuvo el dinero y se realizaron sus respectivos pagos. Este indicador sirve para tomar decisiones como: inversiones a corto o largo plazo, negociación de la mercancía a comprar, establecimiento de políticas de crédito frente a los clientes, verificación del saldo final para tomar decisiones de inversión e identificación de las deudas que se pueden pagar a la fecha de su elaboración, así como la solicitud de refinanciación de las mismas. (Rojas, 2018, p.81)

Tabla 6.*Flujo de Efectivo*

EMPRESA "ABC"					
FLUJO DE EFECTIVO PROYECTADO					
Denominación	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos	xxx	xxx	xxx	xxx	xxx
Ventas	xxx	xxx	xxx	xxx	xxx
Total Ingresos	xxx	xxx	xxx	xxx	xxx
Egresos	xxx	xxx	xxx	xxx	xxx
Inversión Inicial	xxx	xxx	xxx	xxx	xxx
Costo de Operación	xxx	xxx	xxx	xxx	xxx
Gastos Administrativos	xxx	xxx	xxx	xxx	xxx
Gastos de Venta	xxx	xxx	xxx	xxx	xxx
Gastos Financieros	xxx	xxx	xxx	xxx	xxx
Total Egresos	xxx	xxx	xxx	xxx	xxx

Denominación	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos Brutos	xxx	xxx	xxx	xxx	xxx
(-) Utilidad 15% Trabajadores por pagar	xxx	xxx	xxx	xxx	xxx
Impuesto a la Renta por pagar	xxx	xxx	xxx	xxx	xxx
Ingresos Netos	xxx	xxx	xxx	xxx	xxx
(+) Depreciaciones	xxx	xxx	xxx	xxx	xxx
(+) Valor de Rescate de activos	Xxx	xxx	xxx	xxx	xxx
(+) Amortización de activos diferidos	Xxx	xxx	xxx	xxx	xxx
Flujo de Efectivo	Xxx	xxx	xxx	xxx	xxx

Nota. Estado de flujo de efectivo para presentar cómo el efectivo se ha generado y utilizado en la empresa.

Costos

El costo en contabilidad es aquel desembolso económico que se realiza para la ejecución de un servicio o producto. El costo incluye la compra de insumos, son recuperables y pueden ser inventariados, es decir, se reflejan en el balance general de la empresa, se identifican por servicio. (Múnera, 2018, p.20)

Costos Directos

Los costos directos son aquellos gastos que están directamente relacionados con la prestación del servicio específico que se ofrece. Estos costos son fácilmente identificables y se pueden atribuir de manera directa a un servicio en particular.

Costos Indirectos

Son aquellos gastos que no se pueden atribuir directamente a la prestación de un servicio específico, estos costos no son fácilmente identificables ni asignables de forma directa a un servicio en particular, ya que se relacionan con actividades y funciones generales de la empresa.

Costos Fijos

Para Urtecho (2019) los costos fijos son la porción del costo total que permanece constante, independientemente de las ventas: costo anual de alquiler o compra de equipo y recursos nuevos (incluyendo depreciación, intereses, impuestos y seguros), salarios, servicios y una parte de las ventas o el presupuesto de publicidad.

Costos Variables

“Los costos variables son aquellos costos que pueden variar dependiendo de la cantidad de bienes o servicios que una empresa produce. Esto significa que, cuanto mayor sea el volumen de ventas, mayor será el valor de los costos variables” (Torres, 2022).

Punto de Equilibrio

Calcular el punto de equilibrio es crucial para que una empresa evalúe su rentabilidad y determinar cuánto necesita vender para generar una ganancia.

Flores (2023) menciona:

El punto de equilibrio es un término que sirve para definir el momento en que una empresa cubre sus costes fijos y variables. En otras palabras, es cuando los ingresos y los egresos están al mismo nivel y, por lo tanto, no hay ganancias ni pérdidas.

Punto de equilibrio a base de ventas: El punto de equilibrio en ventas es cuando su nivel es igual a los ingresos de la empresa y sus gastos variables y fijos. Es decir, no hay pérdida ni ganancia. Su fórmula es la siguiente.

$$PE \text{ en unidades} = \frac{\text{Costos Fijos Totales}}{(\text{Precio de Venta por Unidad} - \text{Costos Variables por Unidad})}$$
$$PE \text{ en dólares} = \frac{\text{Costos Fijos Totales}}{\left(1 - \left(\frac{\text{Costos Variables Totales}}{\text{Ingresos Totales}}\right)\right)}$$

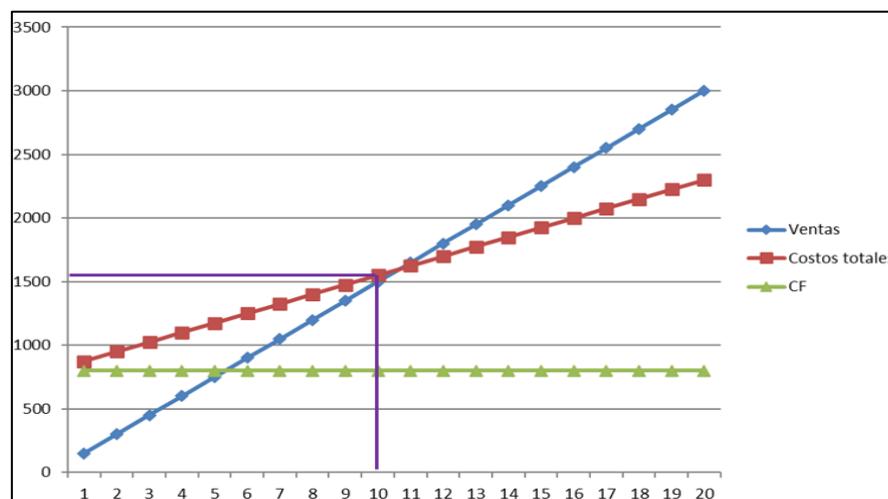
Punto de equilibrio a base de la capacidad instalada: El punto de equilibrio a base de la capacidad instalada hace referencia a que se debe determinar el número de unidades que se necesitan vender para alcanzar el punto de equilibrio. Su fórmula es la siguiente;

$$PE \text{ en unidades} = \frac{\text{Costos Fijos Totales}}{(\text{Precio de Venta por Unidad} - \text{Costos Variables por Unidad})}$$

Método gráfico: En este método, se trazan líneas para los costos y los ingresos totales para obtener su punto de intersección, el punto de equilibrio. Se representa en donde X el eje de las abscisas muestra las unidades y en Y el eje de las ordenadas se presentan los ingresos.

Figura 1.

Método Gráfico Punto de Equilibrio



Nota. Representación del método gráfico para determinar el punto de equilibrio.

Evaluación Financiera

La evaluación financiera tiene como objetivo determinar el nivel de rentabilidad de un proyecto, comparando los ingresos generados por el proyecto con los costos incurridos por el proyecto, teniendo en cuenta el costo de oportunidad de los fondos.

La Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento (TMAR)

La Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento (TMAR), también conocida como costo de capital, es un indicador que determina la tasa de rendimiento mínima que el proyecto debe alcanzar sobre la inversión total. La determinación del TMAR se basa en dos factores esenciales: la inflación y el riesgo, para su cálculo se utiliza la siguiente fórmula:

$$TMR = i + f + (i * f)$$

Donde:

TMR = La Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento (TMAR)

i = inflación

f = riesgo

De acuerdo a (Yarlequé, 2022, p.129), se toma en cuenta lo siguiente:

Riesgo Bajo: Si la demanda es estable y la competencia baja tiene un riesgo de 3 a 6%.

Riesgo Medio: Si tiene demanda variable y competencia considerable tiene un riesgo de 6,01 a 10%.

Riesgo Alto: Si el precio varía debido a la cambiante oferta y demanda tiene un riesgo de 10,01%.

Valor Actual Neto (VAN)

De acuerdo a este planteamiento Santaella (2023) menciona:

Para calcular correctamente el VAN, la empresa debe realizar el cálculo del valor actual de los flujos de caja futuros de cada año utilizando un tipo de descuento. Esto se logra, descontando todas las entradas y salidas de efectivo hasta el día actual, lo que da como resultado un valor neto que puede ser negativo, positivo o cero. En este punto es importante aclarar que, el VAN no considera el riesgo o la incertidumbre.

Para el cálculo de este indicador la fórmula es la siguiente:

$$VAN = -Inv + \sum_{j=1}^n \frac{FNj}{(1+i)^n}$$

FNj: flujo neto de efectivo

Inv: inversión en el periodo

i: tasa de descuento

n: periodos de tiempo

Criterios de Aceptación

Si el VAN es negativo, el proyecto debe ser rechazado.

Si el VAN es igual, el proyecto es indiferente.

Si el VAN es positivo, el proyecto debe ser aceptado.

Tasa Interna de Retorno (TIR)

Figaredo (2021) afirma lo siguiente:

Podemos definir la TIR como la tasa de interés compuesto a la que permanecen invertidos los capitales no retraídos de un proyecto de inversión. La TIR es una herramienta utilizada en la toma de decisiones de inversión con el fin de comparar la factibilidad de distintas opciones de inversión. A su vez, está vinculada al Valor Actualizado Neto (VAN), ya que ambas herramientas utilizan la misma fórmula. Sin embargo, el VAN toma como punto de partida los flujos de caja futuros.

Para el cálculo de este indicador la fórmula es la siguiente:

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

Ft: son los flujos de dinero en cada periodo

I0: es la inversión realiza en el momento inicial

n: es el número de periodos de tiempo

Criterios de Aceptación

Si la TIR es > que el costo de oportunidad, se acepta el proyecto.

Si la TIR es < que el costo de oportunidad, se rechaza el proyecto.

Si la TIR es = que el costo de oportunidad, queda a criterio del inversionista.

Periodo de Recuperación de Capital (PRC)

Bustamante (2019) menciona que permite conocer el tiempo en que se va a recuperar la inversión inicial, para su cálculo se utiliza los valores del flujo de caja y el monto de la inversión. Es conveniente actualizar los valores por cuanto ellos serán recuperados a futuro y aun con la dolarización en el Ecuador el dinero pierde su poder adquisitivo en el tiempo.

Para el cálculo de este indicador la fórmula es la siguiente:

$$PR = a + \left[\frac{(b - c)}{d} \right]$$

a: año anterior al de recuperación de la inversión.

b: inversión inicial (flujo inicial).

c: suma de flujos de efectivo anterior.

d: FNE del año donde se satisface la inversión.

Criterios de Aceptación

Bustamante (2019) menciona<:

Si la Relación ingresos / egresos es igual que uno el proyecto es indiferente.

Si la Relación es mayor que uno el proyecto es rentable.

Si la Relación es menor que uno el proyecto no es rentable.

Relación Beneficio Costo (B/C)

Es una métrica utilizada en la evaluación de proyectos para determinar si los beneficios esperados superan los costos asociados con la implementación de un proyecto o una acción específica.

Para el cálculo de este indicador la fórmula es la siguiente:

$$\frac{B}{C} = \frac{\sum \text{Ingresos Totales}}{\sum \text{Costos y Gastos Totales}}$$

Criterios de Aceptación

Si la relación beneficio costo es mayor a uno se acepta el proyecto

Si la relación beneficio costo es menor a uno no se acepta el proyecto.

Si la relación beneficio costo es igual a uno conviene o no conviene realizar el proyecto.

Análisis de Sensibilidad

Para Russ (2019) “el análisis de sensibilidad es una técnica que estudia el impacto que tienen sobre una variable dependiente de un modelo financiero las variaciones en una de las variables independientes que lo conforman.”

$$\text{Análisis de Sensibilidad} = \left(\frac{VAN_n - VaNe}{VaNe} \right) * 100$$

VANn: hace referencia al valor actual neto nuevo.

VANE: hace referencia al valor actual neto que se tenía antes de realizar el cambio en la variable que se está midiendo.

Criterios de Aceptación

Si el coeficiente es mayor a 1 el proyecto es sensible, los cambios reducen o anulan la rentabilidad.

Si el coeficiente es menor a 1 el proyecto no es sensible, los cambios no afectan la rentabilidad.

Si el coeficiente es igual a 1 no hay efectos sobre el proyecto.

5. Metodología

El Trabajo de Integración Curricular juega un papel significativo en el proyecto de factibilidad de una agencia turística en el Cantón Puyango, por esta razón se emplearon diversos métodos y técnicas para llevar a cabo este trabajo, los cuales fueron fundamentales para comprender y organizar la estructura del estudio en cuestión.

A continuación, se presentan los métodos utilizados para el desarrollo del trabajo de integración curricular en el contexto de una agencia turística.

Métodos

Método Científico

Se aplicó con el fin de obtener conocimientos mediante la observación y adquisición de información relevante referente a las necesidades de una agencia turística a través de un estudio de mercado, técnico y financiero. Esto con el fin de aportar y lograr un beneficio a nivel social con la creación de una nueva empresa.

Método Deductivo

Se utilizó para procesar toda la información cuantitativa que se va a obtener mediante las técnicas de recolección de datos, ya que permitirá analizar variables, extraer conclusiones y determinar las causas que llevan a la necesidad de la prestación del servicio turístico que se quiere implementar en el Cantón Puyango.

Método Inductivo

Se empleó al determinar un enfoque cuantitativo de lo particular a lo general, consistió en observar datos específicos y derivar conclusiones generales a partir de ellos. Se estableció con el empleo de una muestra de la población para conocer la necesidad de implementación de una agencia turística en la comunidad.

Método Analítico

Este método permitió el análisis, de cada etapa del proyecto de factibilidad con el estudio de mercado, técnico y financiero para determinar los resultados obtenidos en la investigación de manera ordenada, clara y coherente, en base a los objetivos planteados para determinar la factibilidad de crear una agencia turística en el Cantón Puyango.

Método Sintético

Se aplicó para procesar y presentar la información recopilada, misma que servirá para elaborar conclusiones y recomendaciones que permitirá resumir los aspectos principales y relevantes que se debe considerar para el proyecto de factibilidad.

Método Matemático

Se utilizó en el estudio de factibilidad al analizar los datos numéricos y emplear cálculos que determinen la viabilidad del proyecto, a través del empleo de fórmulas matemáticas que permitan obtener resultados precisos que reflejen la veracidad y transparencia de la información en el estudio de mercado, técnico y financiero .

Método Estadístico

Es la representación de los datos de la investigación, se presentó la información a través de tablas y gráficos estadísticos, y de esta manera los resultados de la encuesta serán analizados e interpretados.

Técnicas

Encuesta

Se utilizó para recaudar información a través de un cuestionario prediseñado de manera rápida y eficiente para que se presente en forma de tablas, gráficos y textos, con el fin de tomar decisiones referentes al proyecto de factibilidad.

Observación

Se aplicó la observación directa de los hechos o casos que se relacionen al tema de estudio para su posterior análisis, es esencial para el proceso de investigación ya que permite obtener información con relación a las tendencias de mercado, la competencia, las preferencias del consumidor, entre otros.

Revisión Bibliográfica

Se utilizó para recolectar información de diferentes libros, revistas, trabajos de titulación y demás fuentes actuales y confiables que servirán como guía para el desarrollo de este proyecto de investigación.

Población

La población se refiere al grupo completo de individuos relevantes para el estudio, la población que se tomó para el desarrollo del Trabajo de Integración Curricular fue los turistas que visitan el Cantón Puyango.

Muestra

La muestra es una parte representativa de la población que se selecciona para ser analizada, se utilizó para determinar el número de personas a las que se aplicará el instrumento de investigación, es decir el número de encuestas que se realizó a los turistas del cantón Puyango.

$$n = \frac{Z^2 * p * q * N}{[e^2 * (N - 1)]e^2 * + Z^2 * p * q}$$

6. Resultados

Contexto Empresarial

La agencia turística “NAYRA TRAVEL” se ubicará en la parroquia urbana Alamor del Cantón Puyango perteneciente a la provincia de Loja, tiene un clima cálido y templado se localiza en la zona centro-occidental provincial, en frontera con Perú que ofrece la posibilidad de atraer tanto a turistas nacionales como internacionales, lo que amplía el mercado potencial para la agencia turística.

En el cantón Puyango se encuentra un entorno propicio para el desarrollo de diversas actividades económicas. Con una combinación de recursos naturales, patrimonio cultural y acceso a mercados regionales, el cantón presenta oportunidades para emprendedores y empresarios que desean establecer y expandir sus negocios.

Dentro de su economía, su gente es mayoritariamente ganadera y agrícola con cultivos como el cacao, café y el maíz, esta base agrícola ofrece la oportunidad de establecer agroindustrias que procesen y comercialicen productos derivados, como chocolates artesanales, café gourmet y productos orgánicos.

En el ámbito social, es reconocido por su Bosque Petrificado, un atractivo único en la región, acompañado de una flora y fauna única, esto brinda oportunidades para el desarrollo del turismo ecológico, de aventura, con prácticas de turismo sostenible que contribuyan a la conservación del entorno y a la generación de ingresos para la comunidad. El patrimonio cultural y las tradiciones locales son inspiración para la creación de pequeñas empresas de artesanía y comercialización de productos tradicionales, como tejidos, cerámicas y objetos de arte, puede ser atractiva para los turistas y contribuir a la economía local.

Estos acontecimientos económicos y sociales presentan oportunidades interesantes para la creación de una agencia turística que puede atraer a turistas locales y extranjeros, la mejora en la infraestructura y la conectividad vial favorecer satisfactoriamente el acceso de turistas y potenciales inversionistas, lo que puede contribuir al crecimiento económico local, regional y del país.

Estudio de Mercado

Población Objeto

La información sobre el número de turistas que visitan anualmente el cantón Puyango se obtuvo a través de los registros de las oficinas del "Bosque Petrificado de Puyango", es una de las fuentes de datos estadísticos disponibles acerca de la llegada de turistas al cantón. En este contexto, se puntualiza la información de los turistas que visitan el Bosque Petrificado son 13.456 turistas, distribuyéndose de acuerdo a su origen.

Tabla 7.

Turistas que visitan el Bosque Petrificado de Puyango

Origen	%	Total
Internacional	14%	1.884
Provincial	22%	2.960
Nacional	46%	6.190
Local	18%	2.422

Nota. Origen de los turistas del Bosque Petrificado de Puyango

Muestra

Para el cálculo de la muestra se consideró toda la población, siendo esta los turistas a nivel local, provincial, nacional e internacional que corresponde a 13.456 turistas. Se aplicará la siguiente fórmula para determinar el número de encuestas:

$$n = \frac{Z^2 * p * q * N}{[e^2 * (N - 1)]e^2 * + Z^2 * p * q}$$

Donde:

N = 13.456 (población)

Z = 1,96 (nivel de confianza)

e = 0,05 (sesgo o error)

P = 0,5 (probabilidad de éxito)

Q = 0,5 (probabilidad de fracaso)

$$n = \frac{Z^2 * p * q * N}{[e^2 * (N - 1)]e^2 * + Z^2 * p * q}$$

$$n = \frac{1,96^2 * 0,5 * 0,5 * 13.456}{[0,5^2 * (13.456 - 1)] + 1,96^2 * 0,5 * 0,5}$$

$$n = \frac{3,8416 * 0,5 * 0,5 * 13.456}{(0,0025 * 13.455) + 3,8416 * 0,5 * 0,5}$$

$$n = \frac{12.754,14}{33,638 + 0,9604}$$

$$n = 368,63 \approx 369$$

Tabulación de las Encuestas Aplicadas

Pregunta 1. Género

Tabla 8.

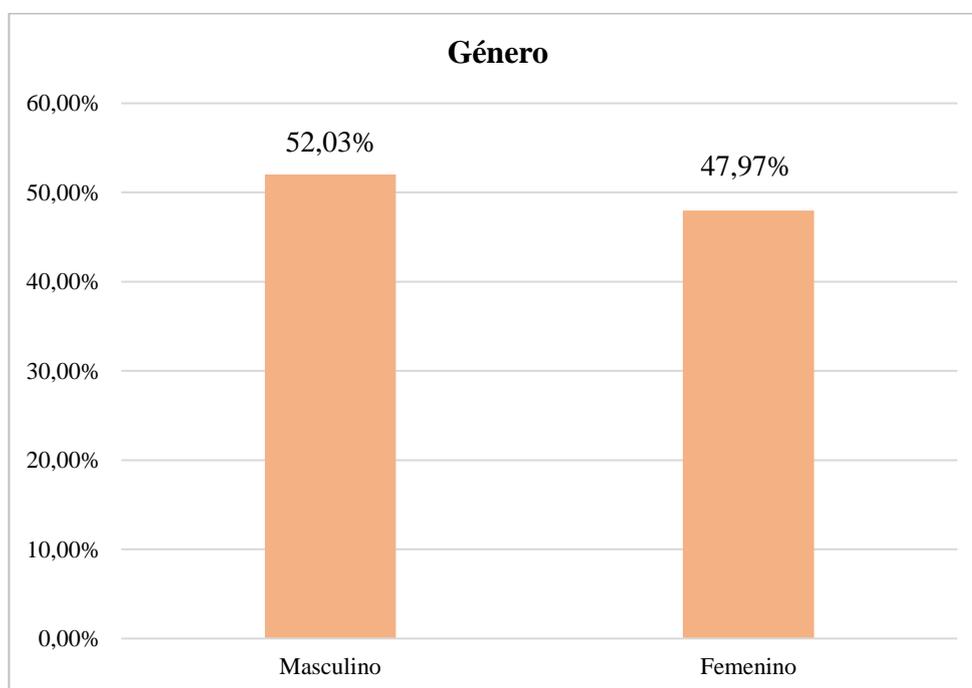
Género de los turistas

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Masculino	192	52,03%
Femenino	177	47,97%
Total	369	100%

Nota. Muestra el género de los turistas.

Figura 2.

Género de los turistas



Nota. La imagen indica el género de los turistas.

Análisis:

De acuerdo a los datos obtenidos, la población encuestada muestra que el 52.03% son hombres, mientras que el 47.97% son mujeres, esto indica una ligera mayoría de participantes masculinos en la muestra en comparación con los femeninos. Estos porcentajes pueden ser útiles para comprender la composición de género de la audiencia potencial y considerar cómo orientar estrategias y servicios de la agencia turística para atender las preferencias y necesidades de ambos géneros de manera equitativa.

Pregunta 2. Edad

Tabla 9.

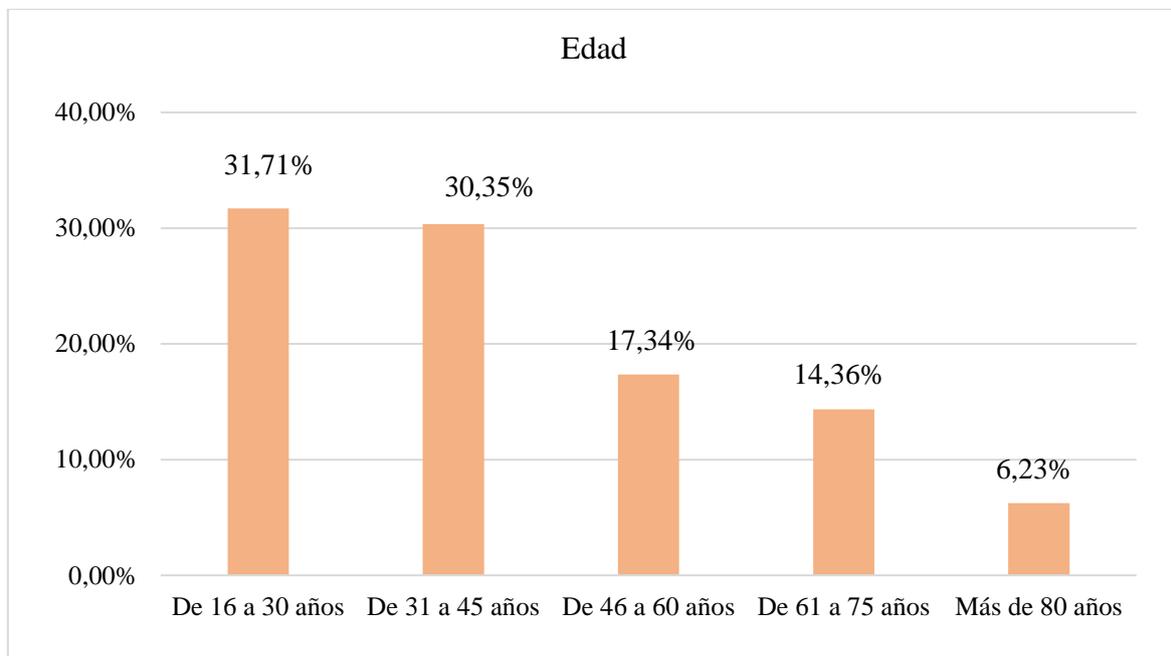
Edad de los turistas

Variable	Frecuencia	Porcentaje
De 16 a 30 años	117	31,71%
De 31 a 45 años	112	30,35%
De 46 a 60 años	64	17,34%
De 61 a 75 años	53	14,36%
Más de 80 años	23	6,23%
Total	369	100%

Nota. Muestra la edad de los turistas.

Figura 3.

Edad de los turistas



Nota. La imagen indica la edad de los turistas.

Análisis:

Se puede observar que la mayoría de las personas encuestadas tienen un rango de edad de 16 a 30 años que corresponde al 31,71 %, seguido del rango de 31 a 45 años con un 30,35 %, por su parte; el rango de 46 a 60 años corresponde al 17,34 %, el rango de 61 a 75 años tiene el 14,36% y en menor proporción más de 80 años con el 6,23 %. La mayoría de los turistas se encuentran en el rango de edad de 16 a 45 años, lo que podría sugerir oportunidades para ofrecer servicios turísticos adecuados a diferentes segmentos de edad como tours culturales para personas mayores y actividades de aventura para jóvenes.

Pregunta 3. Ingresos

Tabla 10.

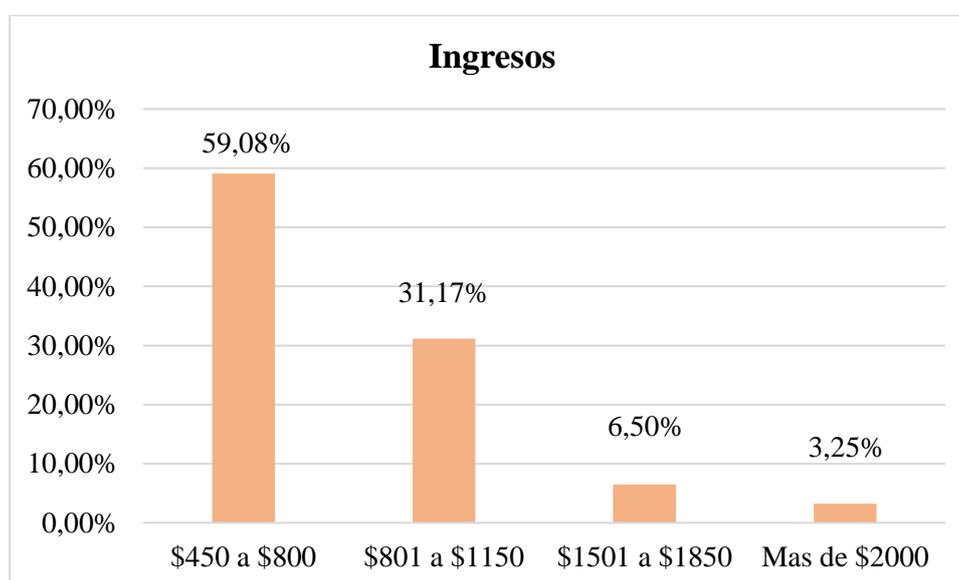
Ingresos de los turistas

Variable	Frecuencia	Porcentaje
\$450 a \$800	218	59,08%
\$801 a \$1150	115	31,17%
\$1501 a \$1850	24	6,50%
\$Más de \$2000	12	3,25%
Total	369	100%

Nota. Muestra los ingresos de los turistas.

Figura 4.

Ingresos de los turistas



Nota. La imagen indica los ingresos de los turistas.

Análisis:

De acuerdo con los datos reflejados en la tabla anterior, de las encuestas aplicadas se pudo determinar que la mayoría de los ingresos promedio mensual se ubica en el grupo de entre \$450 a \$800 que representa un 59,08%, lo que indica que con estos ingresos cubren en parte la canasta básica y los turistas están en condiciones de utilizar los servicios turísticos ofertados, los turistas con un ingreso de \$801 a \$1.150 representa el 31,17%, los ingresos de \$1.151 a \$1.850 representan el 6,50%, y por último los ingresos mayores a \$2.000 representan el 3,25%. Estos porcentajes son esenciales para comprender la capacidad económica de la audiencia potencial.

Pregunta 4. Considera necesario establecer un proyecto de factibilidad para la creación de una agencia turística en el Cantón Puyango.

Tabla 11.

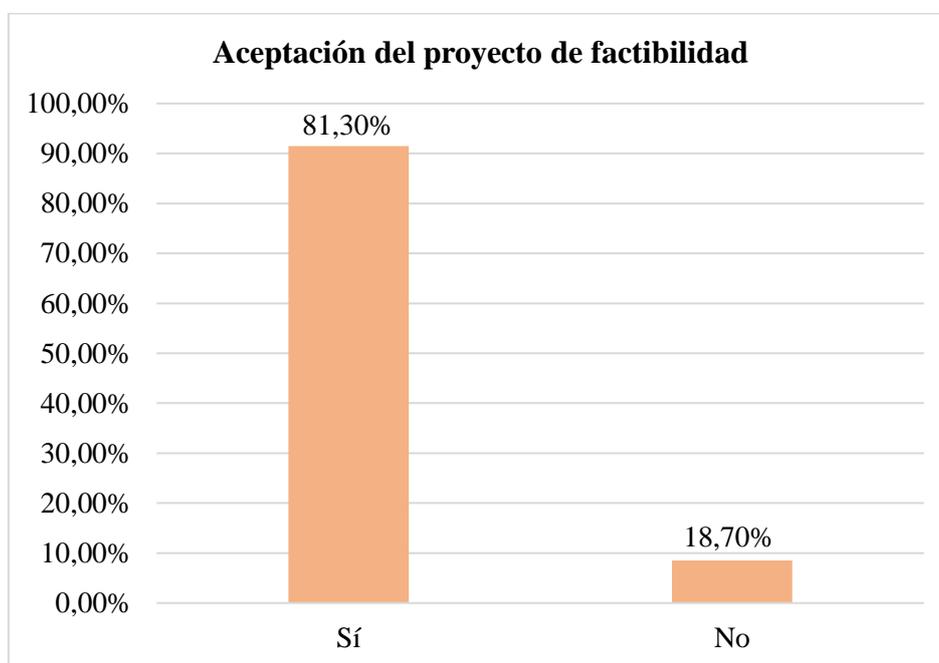
Aceptación del proyecto de factibilidad para la implementación de la agencia turística

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Sí	300	81,30%
No	60	18,70%
Total	369	100%

Nota. Muestra la aceptación del proyecto.

Figura 5.

Aceptación del proyecto de factibilidad para la implementación de la agencia turística



Nota. La imagen indica la aceptación del proyecto.

Análisis:

El 81,30% de las personas indicaron una aceptación del proyecto, lo que implica que están de acuerdo y muestran interés en la implementación de la agencia turística y el 18,70% de las personas expresaron una negativa hacia el proyecto, indicando que no muestran interés en la implementación de la agencia turística. En general, los resultados indican una aceptación favorable del proyecto de factibilidad para la implementación de la agencia turística.

Esta información es esencial para evaluar la receptividad del mercado y determinar si existe un apoyo suficiente para la implementación del proyecto en el área.

Pregunta 5. ¿Cuál es su principal motivo para viajar?

Tabla 12.

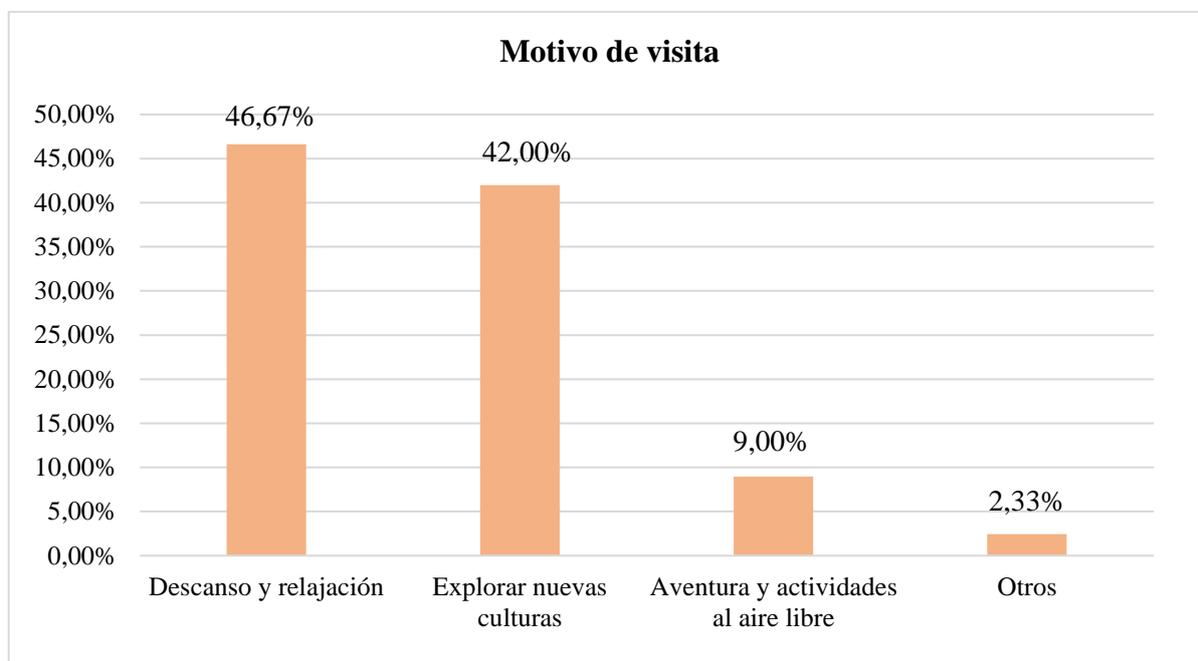
Motivo de viaje

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Descanso y relajación	140	46,67%
Explorar nuevas culturas	126	42,00%
Aventura y actividades al aire libre	27	9,00%
Otros	7	2,33%
Total	300	100%

Nota. Muestra el motivo de viaje de los turistas.

Figura 6.

Motivo de visita Cantón Puyango



Nota. La imagen indica el motivo de visita de los turistas.

Análisis:

En general, el principal motivo para viajar es descanso y relajación con una representación del 46,67%, seguido de la exploración de nuevas culturas con una representación del 42,00%, y en menor medida aventura y actividades al aire libre con un 9,00%, por último, la categoría otros representa el 2,33% de las preferencias, lo que indica que solo un pequeño porcentaje de personas tiene motivaciones de viaje que no se ajustan a las categorías anteriores, como las de visitas a familiares. Esto permite diseñar paquetes y servicios de acuerdo a los intereses de los clientes potenciales.

Pregunta 6. ¿Qué días suele viajar?

Tabla 13.

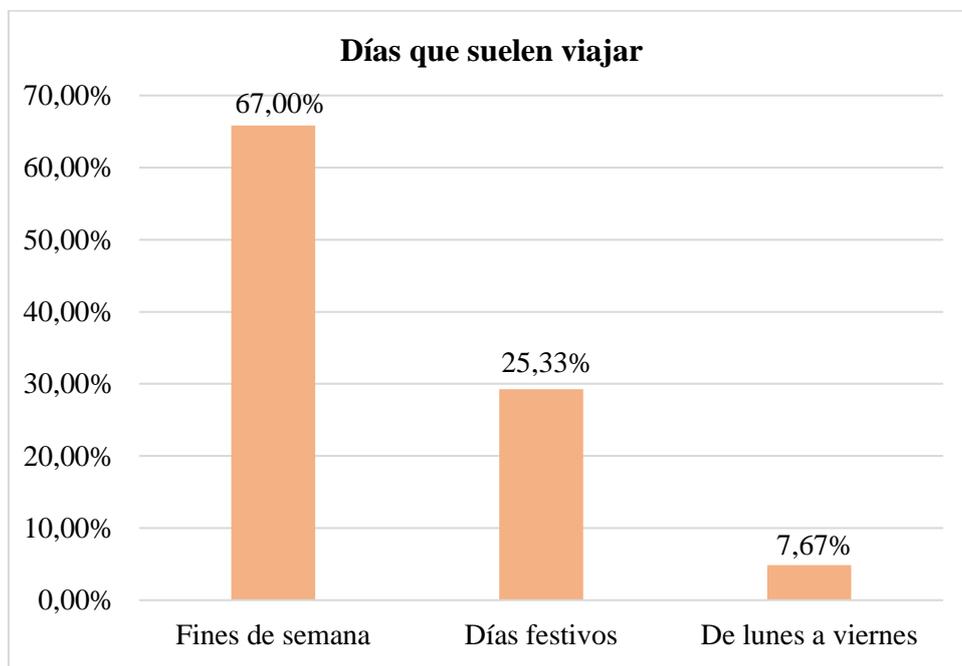
Días que suele viajar

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Fines de semana	201	67,00%
Días festivos	76	25,33%
De lunes a viernes	23	7,67%
Total	300	100%

Nota. Muestra los días que suelen viajar los turistas.

Figura 7.

Días que suelen viajar



Nota. La imagen indica los días en que suelen viajar los turistas.

Análisis:

La mayoría de las personas prefieren viajar durante los fines de semana con un 67,00% ya que suelen ser días para disfrutar del ocio y el tiempo libre, seguido de los días festivos con un 25,33% de preferencia, lo que es un porcentaje considerable de personas que aprovechan feriados nacionales y por último de lunes a viernes con 7,67%.

Esto es útil para la agencia turística, ya que permite identificar los períodos de mayor demanda y planificar sus servicios y promociones de acuerdo a las preferencias de viaje de sus potenciales clientes.

Pregunta 7. ¿Con qué frecuencia suele visitar el Cantón Puyango?

Tabla 14.

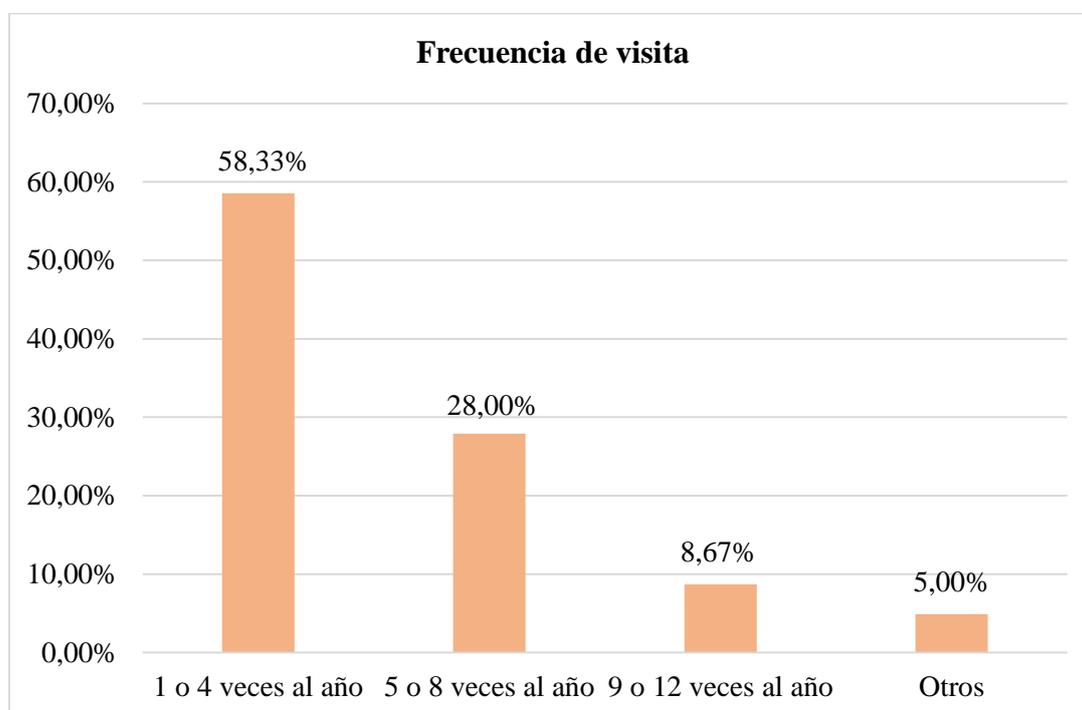
Frecuencia de vista

Variable	Frecuencia	Porcentaje
1 o 4 veces al año	175	58,33%
5 o 8 veces al año	84	28,00%
9 o 12 veces al año	26	8,67%
Otros	15	5,00%
Total	300	100%

Nota. Muestra la frecuencia en la que los turistas visitan el Cantón Puyango.

Figura 8.

Frecuencia de visita



Nota. La imagen indica la frecuencia de visita de los turistas.

Análisis:

El 58,33% de las personas visita el cantón Puyango de 1 a 4 veces al año, esto indica que hay una cantidad considerable de turistas que eligen este destino al menos una vez al año, el 28,00% de las personas visita de 5 a 8 veces al año, el 8,67% de las personas visita de 9 a 12 veces al año, esta cifra representa a un grupo más reducido de turistas que eligen este destino con una frecuencia aún mayor y por último el 5,00% de las personas indican otros rangos de frecuencia de visita lo cual incluye turistas ocasionales.

Pregunta 8. ¿Qué tipo de atractivos turísticos le llama la atención?

Tabla 15.

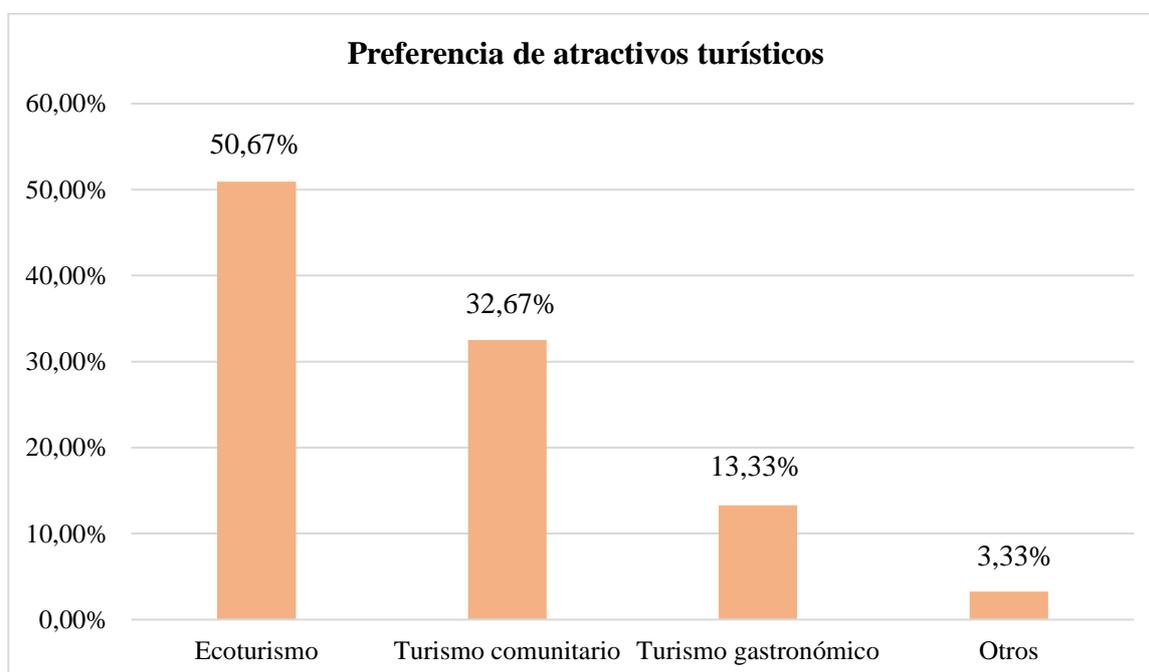
Preferencia de atractivos turísticos

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Atractivos naturales	152	50,67%
Turismo comunitario	98	32,67%
Turismo gastronómico	40	13,33%
Otros	10	3,33%
Total	300	100%

Nota. Muestra los atractivos turísticos que llaman la atención a los turistas.

Figura 9.

Preferencia de atractivos turísticos



Nota. La imagen indica la preferencia de atractivos turísticos.

Análisis:

Estos porcentajes indican que la mayoría de los turistas 50.67% muestra una preferencia por los atractivos naturales en sus viajes, un porcentaje significativo 32.67% está interesado en el turismo comunitario, mientras que una proporción menor 13.33% se inclina hacia el turismo gastronómico, además, un pequeño porcentaje 3.33% selecciona la opción "otros" en cuanto a sus preferencias de atractivos turísticos. Esta información es valiosa para la agencia turística, ya que les permite orientar sus ofertas y promociones hacia los tipos de atractivos que son más demandados por sus potenciales clientes.

Pregunta 9. ¿Cuáles de los siguientes lugares turísticos le atraen?

Tabla 16.

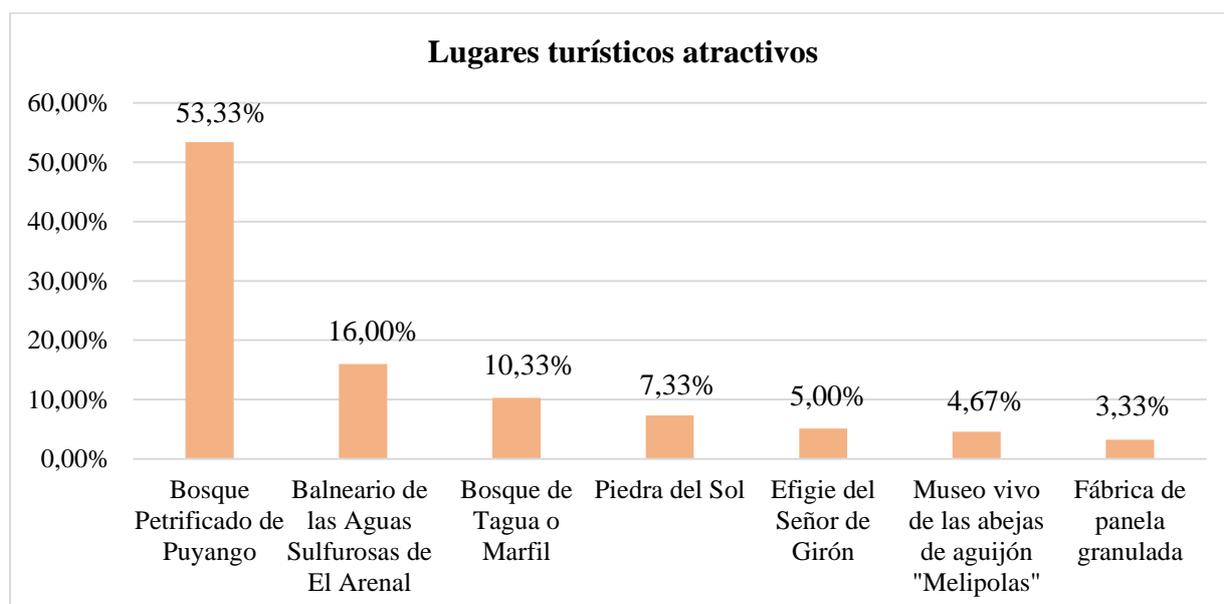
Lugares turísticos atractivos

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Bosque Petrificado de Puyango	160	53,33%
Balneario de las Aguas Sulfurosas de El Arenal	48	16,00%
Bosque de Tagua o Marfil	31	10,33%
Piedra del Sol	22	7,33%
Efigie del Señor de Girón	15	5,00%
Museo vivo de las abejas de aguijón "Melipolas"	14	4,67%
Fábrica de panela granulada	10	3,33%
Total	300	100%

Nota. Muestra los lugares turísticos que le atraen a los turistas.

Figura 10.

Lugares turísticos atractivos



Nota. La imagen indica los lugares turísticos que le atraen a los turistas.

Análisis:

El bosque petrificado es la opción más llamativa entre las personas encuestadas con el 53,33%, seguido por el balneario de las Aguas sulfurosas del Arenal con el 16,00%, el bosque de tagua o marfil con el 10,33%, la piedra del con el 7,33%, la efigie del señor de Girón con el 5,00%, el Museo vivo de las abejas de aguijón "Melipolas" con el 4,67%, y por último la fábrica de panela granulada que representa el 3,33% recibieron menos votos y son menos populares en comparación con las dos primeras opciones mencionadas.

Pregunta 10. Si decide contratar los servicios de una agencia turística. ¿Qué servicios le gustaría que incluya en sus paquetes?

Tabla 17.

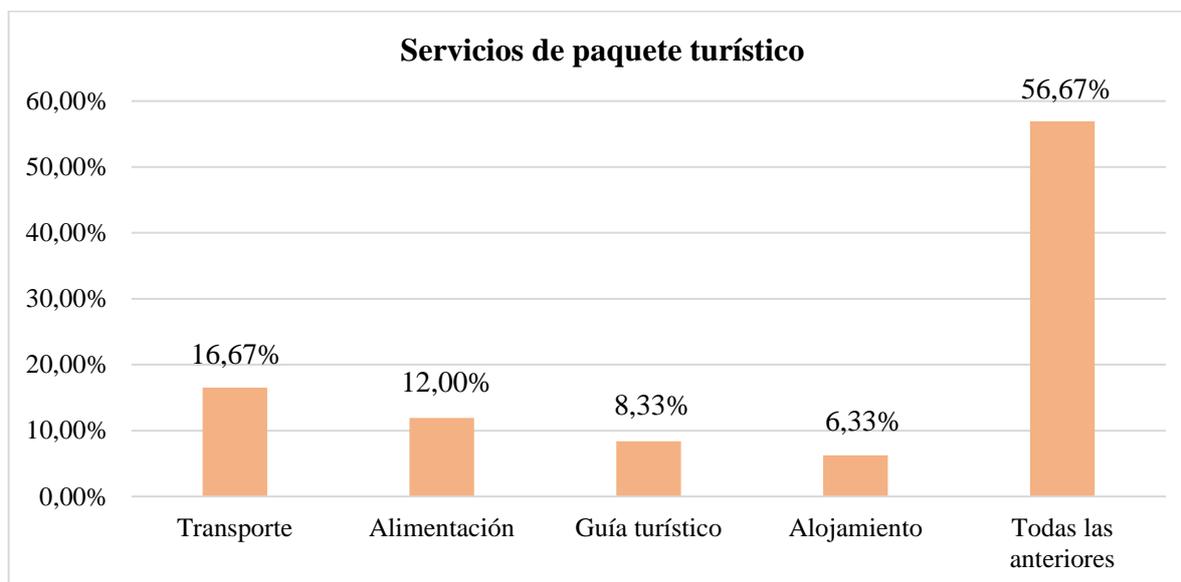
Servicios que desearían en un paquete turístico

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Transporte	50	16,67%
Alimentación	36	12,00%
Guía turístico	25	8,33%
Alojamiento	19	6,33%
Todas las anteriores	170	56,67%
Total	300	100%

Nota. Muestra los servicios que los turistas quisieran que se incluyan en los paquetes.

Figura 11.

Servicios que desearían en un paquete turístico



Nota. La imagen indica los servicios que se puedan incluir en los paquetes turísticos.

Análisis:

Según los datos proporcionados, un porcentaje considerable de los turistas 56,67% prefiere tener todos los servicios mencionados (transporte, alimentación, guía turístico y alojamiento) incluidos en un paquete turístico. Además, un número menor muestra interés específico en servicios como transporte 16.67%, alimentación 12,00% y guía turístico 8.33%, el porcentaje más bajo corresponde al alojamiento 6.33%.

Esta información es valiosa para la agencia turística, ya que les ayuda a diseñar paquetes que se ajusten a las preferencias y necesidades de sus clientes potenciales.

Pregunta 11. ¿Qué precio estaría dispuesto a pagar por un paquete turístico que incluya servicio de alimentación, hospedaje, transporte y guía turístico por un día?

Tabla 18.

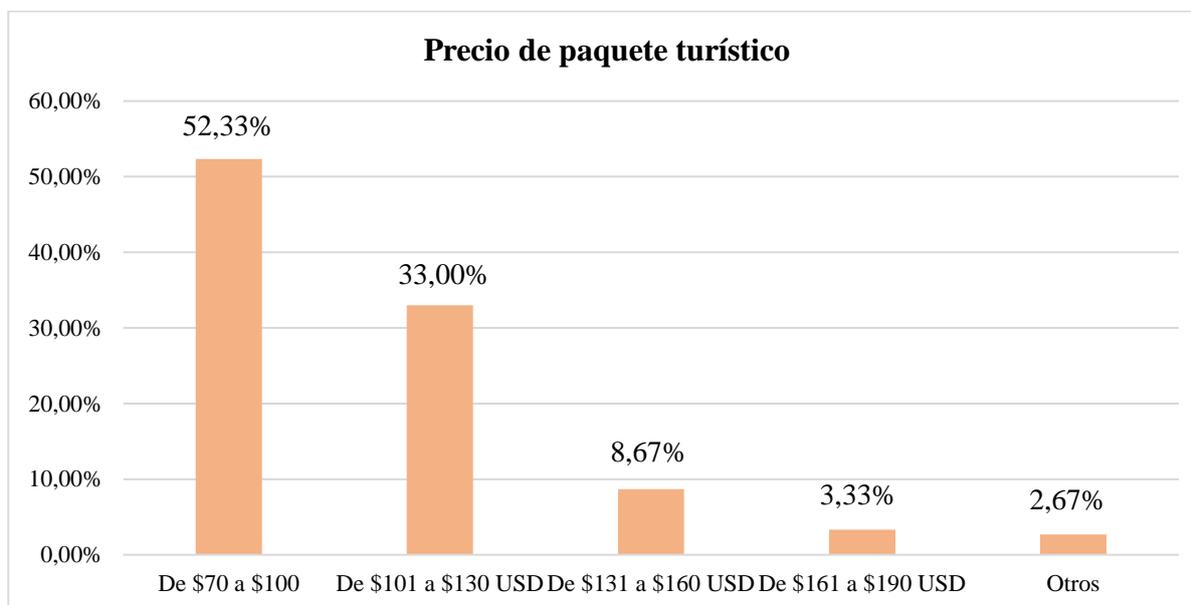
Precio que dispone a pagar el cliente por el servicio

Variable	Frecuencia	Porcentaje
De \$100 a \$150	157	52,33%
De \$151 a \$200	99	33,00%
De \$201 a \$250	26	8,67%
De \$251 a \$300	10	3,33%
Otros	8	2,67%
Total	300	100%

Nota. Muestra el precio que dispone a pagar el cliente por el servicio.

Figura 12.

Precio que dispone a pagar el cliente por el servicio



Nota. La imagen indica el precio que los turistas pueden cancelar.

Análisis:

Según los datos proporcionados, la mayoría de las personas encuestadas están dispuestas a pagar un precio en el rango de \$70 a \$100, por un paquete turístico que incluya servicio de alimentación, hospedaje, transporte y guía turístico por un día lo que representa el 52,33% de los turistas, seguidos por el rango de \$101 a \$130 con un 33,00%, el rango de \$ \$131 a 160\$ con un 8,67% , el rango de \$161 a \$190 con un 3,33%, y por último el 2,67% seleccionaron opciones diferentes. Esta información permite a la agencia turística al definir su estructura de precios y estrategias de precios competitivos

Pregunta 12. ¿Cuáles son los aspectos que consideras más importantes al seleccionar una agencia turística?

Tabla 19.

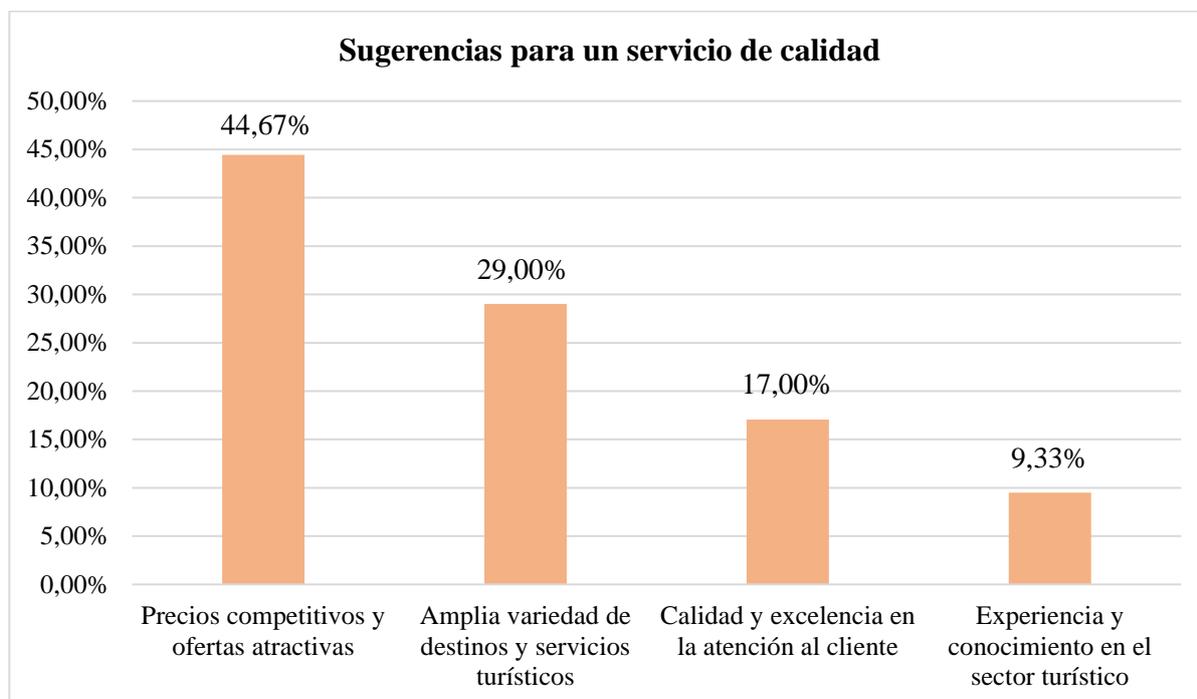
Sugerencias para brindar un buen servicio

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Precios competitivos y ofertas atractivas	134	44,67%
Amplia variedad de destinos y servicios turísticos	87	29,00%
Calidad y excelencia en la atención al cliente	51	17,00%
Experiencia y conocimiento en el sector turístico	28	9,33%
Otros	0	0,00%
Total	300	100%

Nota. Muestra las sugerencias para brindar un buen servicio.

Figura 13.

Sugerencias para brindar un servicio de calidad



Nota. La imagen indica las sugerencias para mejorar el servicio.

Análisis:

Indica que el 44,67% de las personas consideran que los precios competitivos y las ofertas atractivas son aspectos importantes al elegir una agencia turística, el 29% una amplia variedad de destinos y servicios turísticos, el 17,00% calidad y excelencia en la atención al cliente y por último el 9,33% indicó que lo más importante es la experiencia y conocimiento en el sector turístico; estos resultados ayudan a comprender las preferencias de sus clientes y adaptar sus estrategias para satisfacer sus necesidades.

Pregunta 13. ¿Qué canales de comunicación prefiere para conocer acerca de servicios turísticos?

Tabla 20.

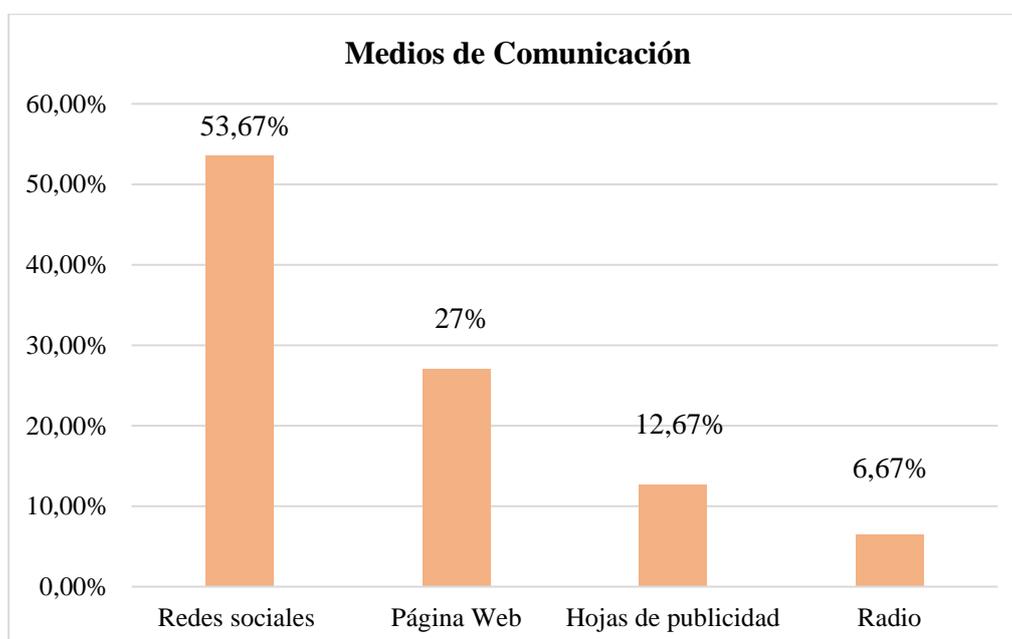
Medios de comunicación

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Redes sociales (Facebook, Tik tok)	161	53,67%
Página Web	81	27%
Hojas de Publicidad	38	12,67%
Radio	20	6,67%
Total	300	100%

Nota. Muestra la preferencia de los canales de comunicación.

Figura 14.

Medios de comunicación para promocionar el servicio



Nota. La imagen indica los medios de comunicación de preferencia.

Análisis:

Las redes sociales, como Instagram y Tik tok, son el canal de comunicación más popular, con un 56,67% de preferencia, la página Web se posicionan en el segundo lugar con un 27%, las hojas de publicidad ocupan el tercer lugar con un 12,67%, la radio es el canal de comunicación menos preferido con un 6,67%; lo que nos indica que las redes sociales son el canal de comunicación dominante para obtener información sobre servicios turísticos, seguido de cerca por la página web. Estos resultados posibilitan planificar estrategias de marketing y promoción, asegurando medios de comunicación más eficaces para llegar a su audiencia objetivo.

Pregunta 14. Si se creara una agencia turística en el Cantón Puyango, contrataría los servicios ofertados.

Tabla 21.

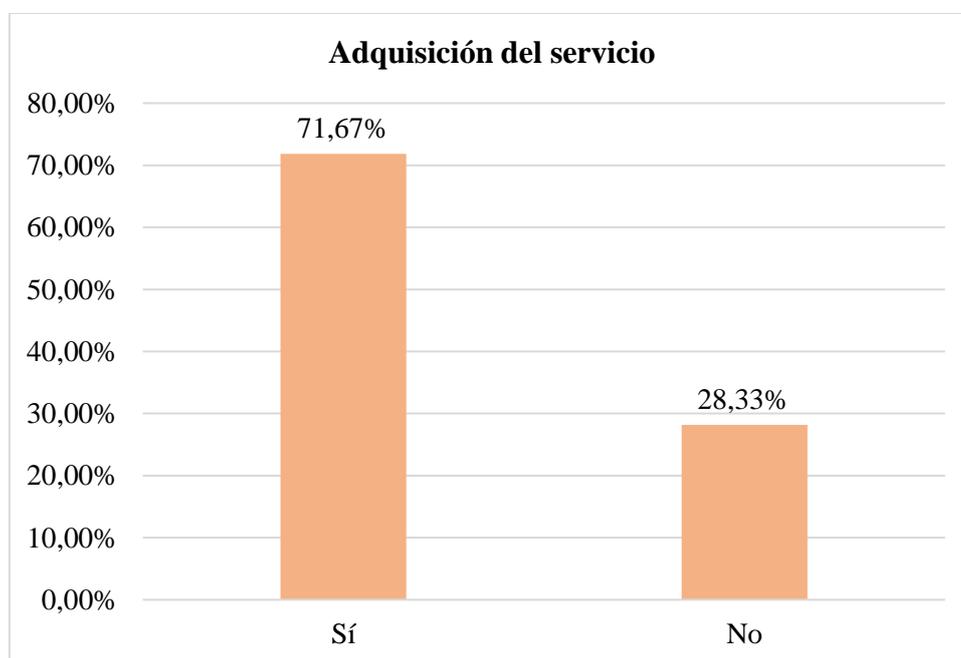
Adquisición de los servicios de la empresa

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Sí	215	71,67%
No	85	28,33%
Total	300	100%

Nota. Muestra el porcentaje de adquisición del servicio.

Figura 15.

Adquisición de los servicios de la agencia turística



Nota. La imagen indica la adquisición del servicio.

Análisis:

El 71,67% de los turistas encuestados indicaron que sí adquirirían los servicios de una agencia turística para planificar y organizar sus viajes en el cantón y el 28,33% de los turistas respondieron que no los adquirirían ya que optan por organizar sus viajes de manera independiente.

Estos resultados proporcionan una indicación de la aceptación potencial de los servicios de una nueva agencia turística en el cantón Puyango.

Mercado

Análisis de la demanda

El análisis de la demanda tiene como objetivo principal la identificación precisa y cuantitativa de la demanda real y efectiva del mercado en relación al servicio que se pretende ofertar en el Cantón Puyango.

Demanda Potencial

La proyección de la demanda potencial se realiza considerando la totalidad de la población en estudio, en este caso, los turistas que visitan el cantón Puyango.

Además, se utilizan como referencia los indicadores turísticos proporcionados por el Ministerio de Turismo, específicamente la tasa de crecimiento del turismo en el segundo trimestre del año 2022 con respecto al año 2023, la cual se registra en un 2,20%.

Para calcular esta proyección, se utilizó la siguiente fórmula:

$$Pf = Po(1 + i)^n$$

Donde:

Pf = Población Futura.

Po = Población Inicial.

i = Tasa de crecimiento poblacional.

n= Número de periodos.

Tabla 22.

Proyección demanda potencial

Año	Población	Demanda Potencial
	0,01%	100%
0	13.456	13.456
1	13.752	13.752
2	14.055	14.055
3	14.364	14.364
4	14.680	14.680
5	15.003	15.003

Nota. Demanda potencial proyectada.

Demanda Real

La determinación de la demanda potencial se basa en el análisis de la pregunta N° 4, que busca identificar el interés de los consumidores en la existencia de una agencia turística en el Cantón Puyango. El resultado de esta pregunta nos proporciona información sobre los posibles consumidores potenciales, ya que aquellos que expresaron su deseo de contar con ese tipo de empresa podrían considerar la opción de comprarle a dicha empresa en el futuro.

Tabla 23.*Proyección de la Demanda Real*

Año	Población	Demanda Potencial	% de aceptación	Demanda Real
0	13.456		81,30%	
1	13.752	13.752		11.181
2	14.055	14.055		11.426
3	14.364	14.364		11.678
4	14.680	14.680		11.935
5	15.003	15.003		12.197

Nota. Proyección de la demanda real

Demanda Efectiva

La determinación de la demanda potencial se basa en la pregunta N° 14 de las encuestas realizadas, esta pregunta indaga sobre la disposición de los turistas adquirir los servicios turísticos de la empresa, el porcentaje de aceptación obtenido en esta pregunta es del 71,67%.

Tabla 24.*Proyección de la demanda efectiva*

Año	Población	Demanda Potencial	% de aceptación	Demanda Real	% Obtenido	Demanda Efectiva
0	13.456		81,30%		71,67%	
1	13.752	13.752		11.181		8.013
2	14.055	14.055		11.426		8.189
3	14.364	14.364		11.678		8.369
4	14.680	14.680		11.935		8.553
5	15.003	15.003		12.197		8.741

Nota. Proyección de la demanda efectiva.

Análisis de la Oferta

Después de llevar a cabo entrevistas con los propietarios de agencias turísticas se determinó el número de servicios turísticos mensuales y anuales.

Tabla 25.*Oferta Actual*

Nombre	Servicios Mensuales	Servicios Anuales
Operadora Turística Mushukila	40	484
Bosque Petrificado	24	288
Clik Tour	26	312
Total		1.084

Nota. Oferta Actual de servicios turísticos.

Proyección de la Oferta

Con base en esta información, se procedió a calcular la proyección de la oferta, tomando en consideración el número total de clientes atendidos por estas empresas, así como la tasa de crecimiento del turismo del 2,20% de acuerdo a los indicadores turísticos publicados por el Ministerio de Turismo, para su correspondiente extrapolación en el futuro.

Tabla 26.

Proyección de la Oferta

Año	Oferta	Oferta Proyectada
0	1.084	2,20%
1	1.084	1.108
2	1.084	1.132
3	1.084	1.157
4	1.084	1.183
5	1.084	1.209

Nota. Proyección de la oferta a los próximos 5 años.

Demanda Insatisfecha

Se refiere a la porción del mercado en la que existe una necesidad por el producto o servicio, pero que actualmente no está siendo atendida por las ofertas existentes

Tabla 27.

Demanda Insatisfecha

Año	Demanda Efectiva	Oferta Proyectada	Demanda Insatisfecha
1	8.013	1.108	6.905
2	8.189	1.132	7.057
3	8.369	1.157	7.212
4	8.553	1.183	7.371
5	8.741	1.209	7.533

Nota. Datos tomados de la tabla 24 y 26.

Plan de Comercialización

Describe las acciones y estrategias que se utilizarán para promover y vender los servicios turísticos de la agencia. Este plan tiene como objetivo principal atraer clientes y aumentar las ventas de la agencia, a través de diferentes actividades de promoción.

Descripción de la empresa

La Agencia Turística "NAYRA TRAVEL" es una empresa que ha sido implementada en la ciudad de Alamor en el Cantón Puyango, una hermosa región ubicada en la Provincia de Loja, Ecuador, brinda experiencias turísticas memorables para turistas locales, regionales, nacionales y extranjeros que desean conocer los encantos naturales y culturales de la zona.

La agencia se distingue por ofrecer una atención que se adaptade a las necesidades de

los clientes, asegurando que la experiencia sea satisfactoria; además, ha establecido alianzas estratégicas con proveedores locales para brindar a los clientes una buena experiencia.

Plan de Marketing

La investigación permite proporcionar un enfoque completo y estructurado para desarrollar una estrategia de marketing efectiva que se adapte a los cambios del mercado, así también se consideran los datos obtenidos en las encuestas que revelan las necesidades y preferencias de los clientes.

Se desarrolla las 4 “P” que son: Servicios o Producto, Precio, Plaza y Promoción.

Servicios

La agencia turística ofrece amplia gama de servicios para satisfacer las necesidades y preferencias de los viajeros, estos servicios están diseñados para facilitar y mejorar la experiencia de viaje de los clientes.

Los servicios que se pueden ofrecer en la agencia turística son los siguientes:

Servicio de Alojamiento: La agencia turística puede ofrecer opciones de alojamiento que se ajusten a las preferencias y necesidades del cliente, teniendo en cuenta factores como la ubicación, el presupuesto, el nivel de comodidad y las instalaciones.

Servicio de Alimentación: Esto puede incluir recomendaciones de restaurantes locales, reservas en restaurantes populares, la organización de comidas en grupo, la oferta de opciones de desayuno incluido en el alojamiento

Servicio de Transporte: : La agencia turística brindará el servicio de transporte para que los clientes se desplacen entre diferentes destinos o lugares de interés turístico y que puedan llegar a su destino de manera segura.

Servicio de Guíza Turística: Se refiere a la provisión de guías profesionales que acompañan a los viajeros y brindan información, orientación y conocimientos sobre los destinos turísticos visitados.

Precios

La agencia turística determinará el precio de sus servicios basándose en un análisis financiero integral del proyecto, considerando el margen de beneficio necesario para cubrir los costos y gastos asociados con la creación y operación de la agencia turística, como los gastos operativos (personal, construcciones, marketing, etc.) y los costos directos relacionados con la prestación de servicios (transporte, alojamiento, actividades, etc.)

En la pregunta N° 11 de la encuesta aplicada, el 52,33% de los turistas estarían dispuestos a pagar por un servicio entre \$70 y \$100 , lo que determina el precio que podría costar un paquete turístico.

El PVP se determina mediante la suma de los costos fijos y variables asociados a la producción o prestación del servicio, y se agrega el margen de utilidad deseado para obtener el precio final, para su cálculo se utilizará la siguiente fórmula.

$$\text{Precio} = \frac{\text{Costos Fijos} + \text{Costos Variables}}{(1 - \% \text{ Margen de Ganancia})}$$

Plaza

La agencia turística se ubicará estratégicamente en el centro de la ciudad, a lado de la plaza cívica. Esta ubicación es ventajosa ya que se encuentra en una zona con alta afluencia de visitantes y cerca de hoteles, restaurantes y otras atracciones turísticas.

El local tiene un área de 60 m², lo cual proporciona suficiente espacio para establecer las operaciones y brindar un servicio cómodo a los clientes, es una ubicación estratégica que ofrece visibilidad y accesibilidad, lo cual es fundamental para atraer a los turistas y generar una presencia sólida en el mercado. Además, estar cerca de otros establecimientos turísticos permite establecer alianzas estratégicas y colaboraciones que pueden beneficiar a ambas partes, ampliando la oferta de servicios y promoviendo el turismo en la zona.

Promoción

El logotipo de la empresa será el elemento principal utilizado en todas las formas de publicidad de la agencia turística, el objetivo es dar a conocer los servicios que la empresa ofrece a los clientes, y así lograr un posicionamiento efectivo en la mente del consumidor.

Según los datos obtenidos de las encuestas realizadas a la población y a los turistas que visitan el cantón Puyango, en la pregunta N° 13 se ha determinado que la mayoría de las personas prefieren observar la promoción de los servicios turísticos a través de las redes sociales y las hojas de publicidad, estos canales de comunicación digital ofrecen una amplia audiencia y permiten llegar a un gran número de personas de manera efectiva y eficiente.

Significado Logotipo

- **Nombre:** "NAYRA" hace referencia al nombre Nay de Nayeli y Ra de Ramírez.
- **Árboles:** Son de la especie Araucarioxylon que se ubican en el Bosque Petrificado.
- **Semi circunferencia:** Hace una referencia a un arcoíris que evoca un sentido de aventura y exploración.
- **Bus:** Significa el modelo del bus que adquirirá la agencia turística.

Significado Eslogan

- **"Tus viajes":** Se refiere a los viajes que los clientes realizarán o desean realizar.
- **"En guía":** Implica que la empresa proporcionará una guía o asesoramiento durante el proceso de planificación y desarrollo de los viajes.

- **"De los mejores"**: Sugiere que la empresa se compromete a ofrecer opciones de viaje de alta calidad, seleccionando servicios y buenas experiencias para sus clientes.

Figura 16.

Logotipo de la agencia turística

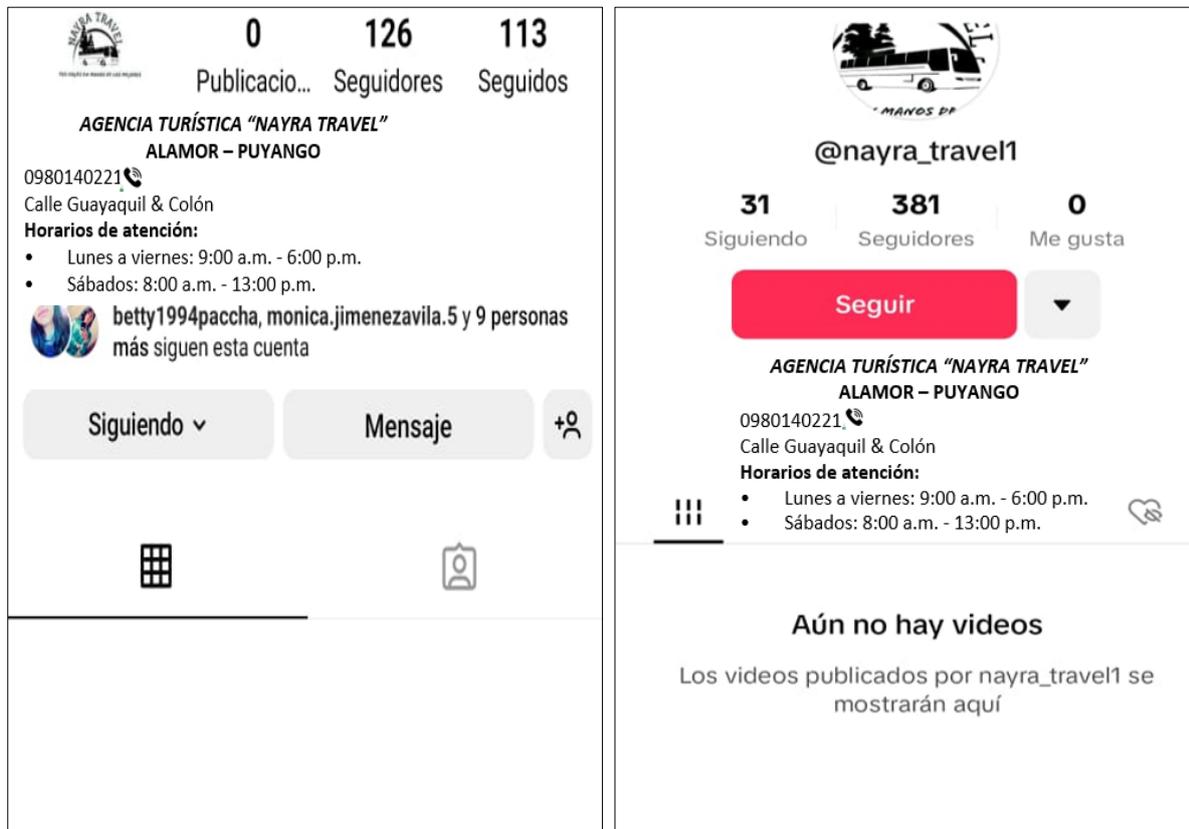


Nota. La imagen representa el logotipo de la empresa Nayra Travel.

Redes Sociales: Permiten compartir información sobre la empresa, sus productos o servicios, promociones especiales, eventos y más. Los seguidores de la empresa pueden interactuar y compartir lo que aumenta la visibilidad y alcance de la empresa.

Figura 17.

Perfiles de Instagram y Tik Tok de Nayra Travel



Nota. Captura tomada de Instagram y de Tik Tok.

Hojas de publicidad: Posibilitan comunicar información importante sobre los servicios, promociones, eventos, y otros aspectos relevantes de la empresa de manera clara y concisa.

Figura 18.

Promoción día de la madre

FELÍZ DIA MAMA

PAQUETE FULL DAY

Visita al Bosque Petrificado de Puyango y museo

Almuerzo

Visita bosque de Tagua

Visita agua sulfurosas de Arenal

Retorno

DESCUENTO DEL 25%

NAYRA TRAVEL
Tus viajes en guía de los mejores

Reserva llamando
0980140221

Nota. La imagen corresponde a la publicidad de la empresa por el día de la madre.

Figura 19.

Promoción día del padre

¡CELEBRA EL DÍA DEL PADRE EN PUYANGO!

Celebremos juntos el amor de un padre en la naturaleza

DESCUENTO ESPECIAL DEL 20% EN NUESTROS PAQUETES TURÍSTICOS

Reserva llamando 0980140221 

Nota. La imagen corresponde a la publicidad de la empresa por el día del padre.

Figura 20.

Promoción fiestas Cantón Puyango



Visita
PUYANGO

Descubre la cultura, la gastronomía y las tradiciones de la ciudad en sus fiestas.

DESCUENTOS ESPECIALES DEL 20% EN NUESTROS PAQUETES TURÍSTICOS

Nota. La imagen corresponde a la publicidad de la empresa en las fiestas del Cantón Puyango.

Página Web: Permitirá proporcionar información detallada sobre el servicio turístico. Indica las características, beneficios, itinerarios, opciones de alojamiento, actividades incluidas, precios y políticas de reserva.

Figura 21.

Portada de Página Web Nayra Travel



Nota. Captura Página Web

Radio: Es un medio tradicional de comunicación que siguen siendo efectivo para promocionar el servicio, se realizará la contratación de cuñas radiales en Radio Mega Satelital ya que es un medio popular y tiene cobertura en áreas donde no hay acceso a internet.

Cuña Radial

¿Estás buscando nuevas aventuras para escapar de la rutina? ¡Entonces no busques más!
¡Bienvenidos a Puyango, tierra de encanto y misterio! En la Agencia Turística “NAYRA TRAVEL”, te ofrecemos experiencias que te harán vivir momentos únicos junto a tus seres queridos.

Atrévete a vivir una experiencia única, lejos del bullicio de la ciudad. En Puyango, encontrarás paz y conexión con la naturaleza que renovarán tu espíritu.

¿Qué esperas?

¡Reserva tu aventura hoy mismo en nuestra agencia turística!

Horarios de atención:

- Lunes a viernes: 9:00 a.m. - 6:00 p.m.
- Sábados: 8:00 a.m. - 1:00 p.m.

Visítenos en la calle Guayaquil & Colón o contáctenos al 0980140221

Estudio Técnico

El estudio técnico se realiza para evaluar la viabilidad de un proyecto desde un punto de vista técnico, incluye aspectos como la localización, tamaño y capacidad, procesos y talento humano, costos de inversión, análisis de riesgos y planificación. El estudio técnico proporciona información crucial para tomar decisiones y operación exitosa del proyecto.

Tamaño

El tamaño del proyecto se determina considerando la demanda proyectada y se refiere a la capacidad real del proyecto para atender esa demanda durante un período específico. Se calcula la capacidad instalada de la infraestructura necesaria y luego se decide la capacidad utilizada teniendo en cuenta diferentes factores y expectativas de crecimiento.

Capacidad Instalada

El proyecto de factibilidad para establecer una empresa enfocada a ofrecer servicios turísticos cuenta con un espacio de 60 m² que se divide en las siguientes áreas.

- Área oficina 1 (7,60 m²)
- Secretaría (7,60 m²)
- Gerencia (7,60 m²)
- Baños mixtos (7,70 m²)
- Sala de espera, hall, pasillo y entrada (23,50 m²)
- Parqueadero (6 m²)

Capacidad Real

El área establecida es de 60 m² y será distribuida de la siguiente manera:

- Área oficina 1 (7,60 m²)
- Secretaría (7,60 m²)
- Gerencia (7,60 m²)
- Baños mixtos (7,70 m²)
- Sala de espera, hall, pasillo y entrada (23,50 m²)
- Parqueadero (6 m²)

Localización

La localización de la agencia turística Nayra Travel se refiere a la elección estratégica del lugar físico donde se establecerá, esta decisión se basa en diversos factores y consideraciones que tienen un impacto significativo en el éxito de la empresa y se identificará a nivel nacional o regional (macro localización) y zona urbana o rural (micro localización).

Macrolocalización

La macrolocalización ideal para la agencia turística en el Cantón Puyango debe tener

en cuenta la accesibilidad, la cercanía a los atractivos turísticos, la existencia de infraestructuras, el potencial de desarrollo turístico y la conectividad con otros destinos.

Figura 22.

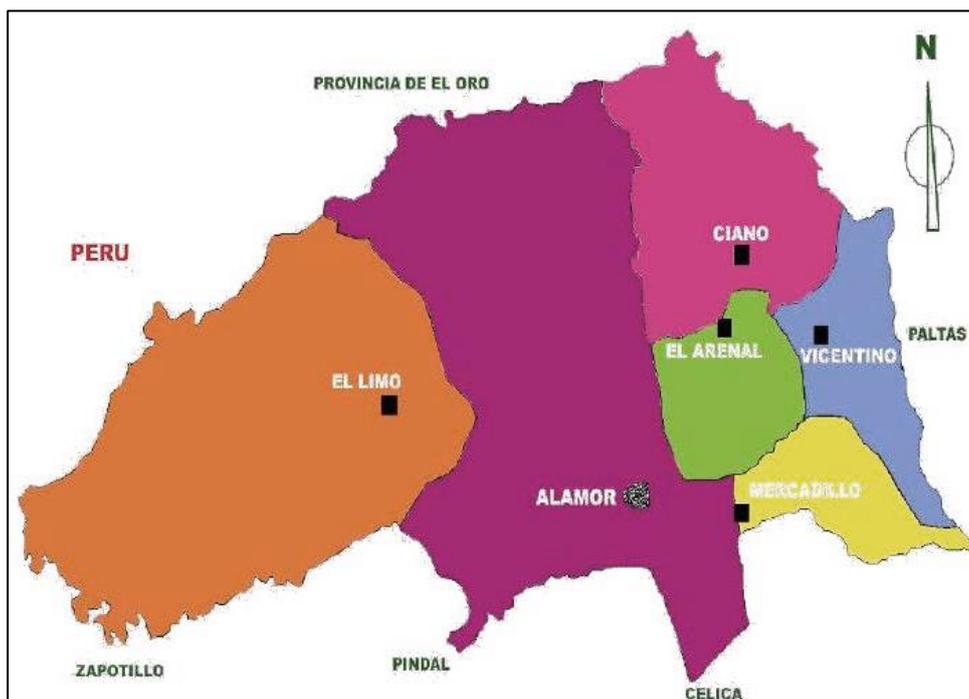
Mapa de la Provincia Loja



Nota. La imagen corresponde al mapa de la provincia de Loja.

Figura 23.

Mapa del Cantón Puyango



Nota. La imagen corresponde al mapa del cantón Puyango con sus parroquias.

Microlocalización

La agencia turística será en un local que se encuentra en el centro de la Cabecera Cantonal, Alamor, se ubicará en la calle a lado de la plaza cívica, calle Guayaquil y Colón es un lugar estratégico para la comercialización que cuenta con algunos factores importantes como los siguientes:

Vías de acceso y transporte: La ubicación de la empresa se encuentre cerca de vías de acceso principales en la calle guayaquil y Colón, frente a la plaza cívica que facilitará el transporte tanto para los clientes como para los empleados.

Cercanía del mercado: Facilita el acceso a clientes potenciales, aumenta la visibilidad de la empresa, es una zona cercana a áreas comerciales y fomenta la colaboración con otras empresas del sector.

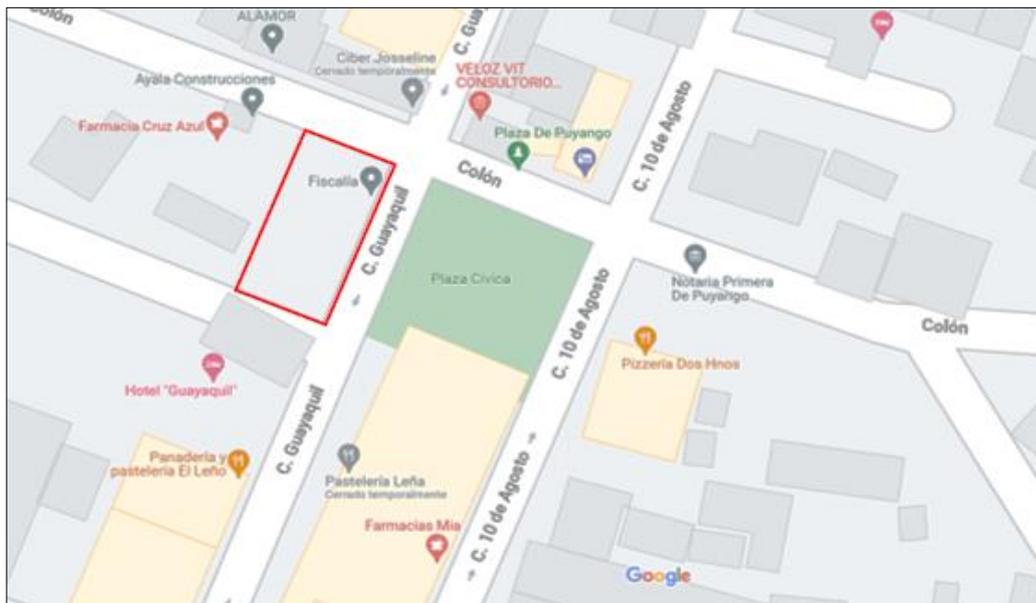
Disponibilidad de servicios básicos: El sector cuente con los servicios básicos necesarios para su correcto funcionamiento como alcantarillado, agua potable, energía eléctrica, teléfono e internet.

Local adecuado: Se pueden desarrollar eficientemente las actividades de la empresa, esto implica considerar aspectos como el tamaño, distribución del espacio y la infraestructura física.

Competencia: Analizar la presencia de competidores en la zona y evaluar cómo impactaría en la estrategia de la empresa.

Figura 24.

Localización vía satelital del local en el cantón Puyango

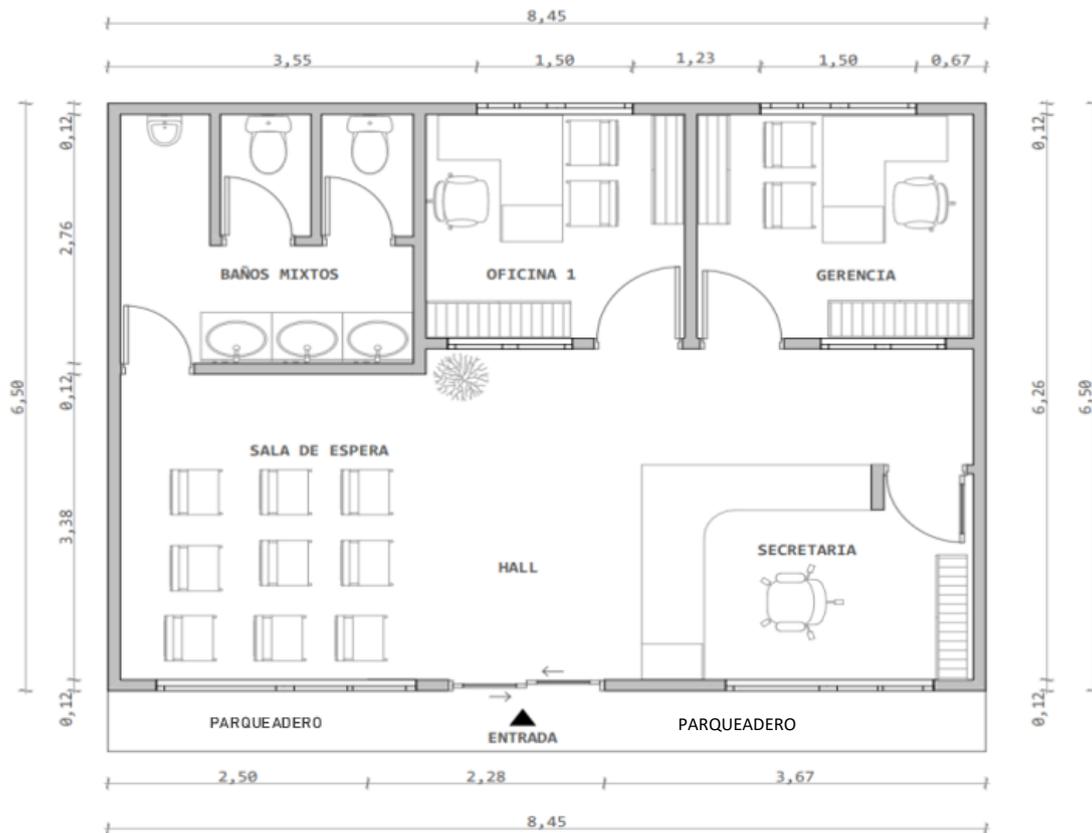


Nota. Captura tomada de Google Maps.

Distribución de Planta

Figura 25.

Distribución de las áreas



Nota. Distribución de las áreas de la agencia turística.

Descripción del servicio de paquete turístico

La agencia de viajes tiene disponibles paquetes turísticos especialmente diseñados para los turistas y la localidad de Puyango, los cuales se han desarrollado a partir de una investigación de mercado. Estos paquetes tienen una duración de un día e incluyen servicios de alimentación, guía turística y transporte.

El recorrido turístico se inicia en la ciudad de Alamor, desde donde se visitarán los diferentes lugares planificados dentro de la localidad. Durante el recorrido, se contará con guías turísticos que brindarán explicaciones y compartirán información sobre los sitios, monumentos, así como la historia cultural y ancestral de la zona.

A lo largo del día, se ofrecerá un refrigerio a media mañana y un almuerzo por la tarde, para garantizar que los turistas disfruten de una experiencia completa y satisfactoria.

Sitios Turísticos en el Cantón Puyango

A continuación, se presentan los atractivos turísticos que se puede tomar en cuenta al elaborar un paquete turístico.

Sitios Turísticos en el cantón Puyango

Atractivos	Sitios
Naturales	- Bosque Petrificado de Puyango - Tagua o Bosque de Marfil - Balneario Aguas Sulfurosas
Eventos Culturales	- Reloj Iglesia San Jacinto de Alamor 8 caras - Efigie del Señor de Girón - Piedra Solar - Artesanías de Tagua
Gastronomía	- Café Gourmet Alma Lojana - Museo vivo de las abejas de aguijón "Melipolas" - Fábrica de panela granulada - Longaniza en la parroquia de Mercadillo

Infraestructura Turística

Se refiere al conjunto de instalaciones, servicios y recursos físicos necesarios para el desarrollo y funcionamiento de la actividad turística en un destino.

Estas infraestructuras son diseñadas y construidas con el propósito de satisfacer las necesidades de los turistas y brindarles una experiencia cómoda y satisfactoria durante su visita, se toma en cuenta:

- **Alojamiento:** Hoteles, hosterías
- **Alimentación:** Restaurantes, cafeterías
- **Transporte:** Cooperativas de taxis, transporte público y privado.

Infraestructura turística

Alimentación	Alojamiento	Transporte
Restaurante y Parrilladas el Torito	Hotel el Bosque	
Estefanía's Restaurante y Cafetería	Hotel Rey Plaza	
Restaurante y Asador el Balseño	Hotel Los Ángeles	Compañía de Transporte Público Trans Alamor
Restaurante la Morenita	Hotel Río Verde	Compañía de Taxis Ejecutivo S.A.
Patio de comidas el Trensito	Hotel Central	Cooperativa de taxis 23 de enero S. A
Danilo Restaurante y Cafetería	Hotel SICA	Transporte de la agencia turística "Nayra Travel"
El Forastero Portovelo	Hostal Puerta del Sol	
Restaurante Danubio Azul	CR Hostería Puyango	
Restaurante y Cevichería "Maite"	Hotel Puyango	
Restaurante y Asadero Doña Mary	Hostería Nancy Resort	
Restaurante la Tuka	Hostería CR	

Paquetes Turísticos

Se refiere a las ofertas o programas completos que incluyen una combinación de servicios y actividades relacionadas con el turismo, estos paquetes suelen estar diseñados para

facilitar la planificación, ya que agrupan diferentes elementos en un solo producto.

El proyecto ofrece al público paquetes turísticos, teniendo en cuenta todos los servicios como el alojamiento, transporte, alimentación y guianza turística y otro que cuenta con todos los servicios antes mencionados menos el del alojamiento; esto con el fin de ofertar diferentes alternativas que se ajusten a las necesidades y al presupuesto de los clientes.

En el primer paquete, en el itinerario se considerarán todos los atractivos turísticos, y en el segundo paquete los de mayor preferencia de acuerdo al estudio de mercado como el Bosque Petrificado de Puyango, el bosque de Tagua o Marfil y las Aguas Sulfurosas de Arenal.

Paquete Turístico 1: "Ruta Mágica de Puyango: Naturaleza y Tradiciones"

Itinerario

Día 1:

- 9:00 AM: Salida desde el punto de encuentro en transporte cómodo y seguro hacia el Bosque Petrificado de Puyango.
- 10:30 AM: Llegada al Bosque Petrificado de Puyango y recepción por parte del guía turístico.
- 10:45 AM: Recorrido guiado por los senderos del bosque petrificado, explorando los árboles fósiles y aprendiendo sobre su formación geológica.
- 12:30 PM: Disfrute de un almuerzo tradicional en un entorno natural.
- 2:00 PM: Continuación del recorrido hacia el Balneario de las Aguas Sulfurosas de El Arenal, donde podrás disfrutar de un baño en aguas termales.
- 5:00 PM: Traslado al alojamiento para descansar y disfrutar de la cena incluida.

Día 2:

- 8:00 AM: Desayuno en el alojamiento.
- 9:00 AM: Visita al Bosque de Tagua o Marfil, explorando su exuberante vegetación y aprendiendo sobre la importancia de la conservación.
- 11:00 AM: Visita a la Piedra del Sol, un sitio arqueológico con petroglifos que representan la cosmovisión de antiguas culturas.
- 1:00 PM: Almuerzo en un restaurante local.
- 3:00 PM: Visita a la Efigie del Señor de Girón, una impresionante escultura tallada en piedra que representa una figura religiosa.
- 5:00 PM: Visita al Museo vivo de las abejas de aguijón "Melipolas", donde podrán aprender sobre la importancia de las abejas y su producción de miel.
- 7:00 PM: Cena de despedida en un restaurante local.
- 9:00 PM: Regreso al punto de partida en el transporte proporcionado.

Figura 26.

Afiche paquete turístico “Ruta Mágica de Puyango: Naturaleza y Tradiciones”



**“RUTA MÁGICA DE PUYANGO:
NATURALEZA Y TRADICIONES”**

RESERVA YA

INCLUYE

- ALOJAMIENTO
- ALIMENTACIÓN
- VISITA AL PARQUE Y MUSEO
- VISITA BOSQUE DE TAGUA
- VISITA AGUA SULFUROSAS DE ARENAL
- VISITA PIEDRA DEL SOL
- VISITA EFINGE DEL SEÑOR DE GIRÓN
- VISITA MELIPOLAS
- RETORNO

 **0980140221**

 **Alamor, Calle Guayaquil y Colón**

Nota. La imagen corresponde al paquete turístico “Ruta Mágica de Puyango: Naturaleza y Tradiciones”

Paquete Turístico 2: "Explora Puyango: Naturaleza en su Esplendor"

Itinerario

- 8:00 AM: Salida desde el punto de encuentro en transporte cómodo y seguro hacia el Bosque Petrificado de Puyango.
- 9:30 AM: Llegada al Bosque Petrificado de Puyango y bienvenida por parte del guía turístico.
- 9:45 AM: Recorrido guiado por los senderos del bosque petrificado, donde podrás admirar los árboles fósiles y aprender sobre su historia y formación.

- 12:00 PM: Disfrute de un almuerzo en un restaurante local que ofrece platos tradicionales y auténticos de la región.
- 1:30 PM: Continuación del recorrido hacia el Bosque de Tagua o Marfil, explorando su exuberante vegetación y observando la diversidad de flora y fauna.
- 3:00 PM: Traslado al Balneario de las Aguas Sulfurosas de El Arenal, donde podrás relajarte y disfrutar de las propiedades curativas de las aguas termales.
- 5:30 PM: Regreso al punto de partida en el transporte proporcionado.

Figura 27.

Afiche paquete turístico "Explora Puyango: Naturaleza en su Esplendor"

"EXPLORA PUYANGO: NATURALEZA EN SU ESPLENDOR"

INCLUYE

- Visita al parque y museo
- Almuerzo
- Visita bosque de Tagua
- Visita agua sulfurosas de Arenal
- Retorno

Alamor, Calle Guayaquil y Colón

0980140221

RESERVA YA

VIAJA CON NOSOTROS, VIAJA SEGURO

Nota. La imagen corresponde al paquete turístico "Explora Puyango: Naturaleza en su Esplendor".

Procesos del Servicio Turístico

Estos procesos incluyen desde la planificación y diseño de los servicios turísticos, pasando por la reserva y recepción de los clientes, hasta la atención y satisfacción de sus necesidades durante su experiencia turística.

Esto implica la gestión de reservas, la coordinación de transporte y alojamiento, la organización de actividades recreativas, la atención al cliente, entre otros aspectos relacionados con la prestación de servicios turísticos de calidad.

Proceso de Planificación

El proceso de planificación en una agencia turística es fundamental para establecer una estrategia clara y efectiva en la prestación de servicios turísticos, implica el asesoramiento, identificación de necesidades y preferencias, presupuestos y contratación del servicio para alcanzar los resultados deseados.

A continuación, se presenta el paso a paso de las actividades y el tiempo de duración de este proceso:

Tabla 28.

Proceso de Planificación

Paso	Actividad	Tiempo
1	Se le brinda asesoramiento personalizado y consultas para comprender sus necesidades y preferencias.	3 minutos
2	Se elaboran propuestas personalizadas que incluyen detalles del itinerario y opciones de servicios de acuerdo al presupuesto del cliente.	5 minutos
3	Se negocian los términos y condiciones del servicio turístico, incluyendo precios y fechas.	2 minutos
4	El cliente confirma su intención de compra y realiza el pago correspondiente de acuerdo con los términos acordados.	1 minuto
5	Se realiza las reservas necesarias para asegurar los servicios incluidos en la propuesta aceptada.	1 minuto
6	Se envía al cliente una confirmación detallada del viaje, que incluye todos los servicios reservados, fechas y horarios.	1 minuto
7	Asistencia previa al viaje y resolución de cualquier consulta o problema que pueda surgir.	2 minutos
Total		15 minutos

Nota. La tabla muestra las actividades a seguir en el proceso de la planificación.

Proceso de Operación

Se refiere al conjunto de actividades y procedimientos que se llevan a cabo para garantizar el funcionamiento eficiente de la agencia y la prestación de servicios turísticos a los

clientes. Este proceso abarca desde la planificación y organización de los viajes hasta la atención al cliente y la gestión de las operaciones diarias.

A continuación, se presenta el paso a paso de las actividades y el tiempo de duración de este proceso:

Tabla 29.

Proceso de Operación

Paso	Actividad	Tiempo
1	El guía turístico recepta el grupo de turistas a guiar	5 minutos
2	Revisión de Itinerario.	1 minuto
3	Se verifica el arribo de turistas al alojamiento (en caso de necesitarlo).	5 minutos
4	Recibir a los turistas en el lugar de encuentro.	3 minutos
5	Se verifica que todos los turistas se encuentren en el transporte.	3 minutos
6	Guianza por los deferentes sitios que constan en el itinerario.	2 horas
7	Dirige a los turistas hacia los lugares seleccionados en los que podrán disfrutar de comidas y bebidas.	15 minutos
8	Retornar a los turistas al punto de encuentro.	10 minutos
9	Verificar que el grupo de turistas esté completo.	2 minutos
10	Se anunciará la terminación del servicio.	1 minuto
Total		2.45 horas

Nota. La tabla muestra las actividades que se realizan en el proceso operacional.

Ingeniería del Proyecto

Se refiere a determinar los requisitos básicos para llevar a cabo el desarrollo de las actividades con el fin de brindar un servicio de calidad a los clientes, mediante una infraestructura física adecuada y los recursos necesarios que permitan la operación eficiente de la agencia turística, garantizando la correcta ejecución de todos los procesos y procedimientos que contribuyan al crecimiento en la oferta de servicios turísticos.

Infraestructura Física

a infraestructura física es fundamental para garantizar que el proyecto pueda llevarse a cabo de manera eficiente y efectiva, y debe diseñarse y planificarse cuidadosamente en función de las necesidades específicas del proyecto y el entorno en el que se desarrollará.

Se refiere a los elementos físicos y tecnológicos necesarios para que la agencia pueda operar y brindar servicios turísticos a sus clientes de manera eficiente y efectiva, los componentes de la infraestructura implementados en una agencia turística incluyen:

Infraestructura física

Nombre	Descripción
Gerencia	Incluye las instalaciones y recursos necesarios para el área de dirección o gerencia de la agencia turística.
Secretaría	Espacio para el personal de apoyo administrativa que asiste a la gerencia y otros departamentos de la agencia turística.
Oficinas de Agentes Turísticos	Áreas donde los agentes turísticos llevan a cabo su trabajo, atención al cliente, reservas y gestión de recursos.
Sala de espera	Es un espacio destinado para los clientes que están esperando una reunión con el gerente, una consulta con un agente turístico o cualquier otra interacción.
Baños	Se refiere a los espacios destinados a los servicios sanitarios, tanto para empleados como para clientes.

Balance requerimiento de Maquinaria, Equipos, Muebles y Enseres

Se refiere al conjunto de necesidades específicas de una empresa, proyecto o entidad en cuanto a maquinaria, equipos, muebles y otros enseres necesarios para llevar a cabo sus operaciones de manera efectiva y eficiente. A continuación, se detalla los elementos físicos necesarios para la realización de un proyecto.

Vehículo

Desempeña un papel fundamental en las operaciones de una agencia turística al permitir el transporte de turistas. la realización de excursiones y recorridos.

Nombre	Descripción	Imagen Referencial
Mini bus	Para trasladar a los turistas desde y hacia los destinos turísticos, entre otros lugares.	

Equipo de Computación

Es importante contar con un equipo tecnológico adecuado para garantizar una operación eficiente y una prestación de servicios de calidad.

Nombre	Descripción	Imagen Referencial
Computadora de Escritorio	Para ingresar la información del cliente, y realizar las reservas.	
Laptop	Permite almacenar y acceder a datos y registros de los clientes.	

Nombre	Descripción	Imagen Referencial
Impresora Multifuncional	Para imprimir, escanear, copiar, crear materiales promocionales y digitalizar documentos.	
Router	Permite establecer una conexión a Internet en la empresa.	

Muebles y Enseres

Proporcionan un ambiente cómodo y funcional tanto para los clientes como para el personal, un entorno adecuado ayuda a crear una experiencia positiva para los turistas.

Nombre	Descripción	Imagen Referencial
Escritorio	Recepción donde los clientes realiza reservas y consultas.	
Silla cuádruple de espera	Garantiza que los clientes puedan esperar cómodamente durante su visita a la agencia.	
Silla Giratoria de Escritorios	Brindan comodidad y apoyo adecuado a los empleados durante su jornada laboral.	
Silla de Oficina	Para ubicarlas en las oficinas y los clientes las ocupen.	
Mueble Archivador	Permiten clasificar y organizar los documentos de manera eficiente.	

Suministros de oficina

Los suministros de oficina son fundamentales en una agencia turística para facilitar la administración eficiente, la comunicación efectiva y la presentación de información.

Nombre	Descripción	Imagen Referencial
Caja de esferos	Elemento esencial para realizar tareas de escritura, firma de documentos, toma de notas y atención al cliente.	
Resaltadores	Permiten resaltar y enfatizar información clave en documentos.	

Nombre	Descripción	Imagen Referencial
Sobres de Manila	Para el almacenamiento, envío, organización y presentación de documentos importantes.	
Resmas de Papel Boom	Para imprimir documentos, crear material promocional, facilitar la escritura y la toma de notas.	
Sello con Logotipo	Permite marcar documentos impresos, folletos, catálogos, cartas y otros	
Tinta de impresora negra	Para añadir más tinta al sistema continuo de la impresora	
Tinta de impresora a color	Para añadir más tinta al sistema continuo de la impresora	
Tinta para sello	Para recargar la tinta del sello con el logotipo de la empresa.	
Caja de Clips	Permite organizar, sujetar, identificar y resaltar documentos importantes.	
Engrampadora	Para unir las hojas de papel boom de manera que permanezcan en orden.	
Perforadora	Permite perforar agujeros en los documentos y facilitar su organización.	
Caja de grapas	Permite reemplazar las grapas gastadas o dañadas de manera oportuna.	
Saca grapas	Para corregir y ordenar algún documento que ha sido grapado.	
Archivadores	Proporciona una forma de mantener organizados y acceder a los documentos.	
Calculadora	Facilita cálculos, cálculo de comisiones, estimación de costos, presupuestos y tarifas.	

Suministros de Aseo y Limpieza

Es importante considerar los suministros de aseo necesarios para garantizar un ambiente limpio, ordenado y acogedor tanto para el personal como para los turistas.

Nombre	Descripción	Imagen Referencial
Escoba	Para realizar tareas básicas de limpieza y mantenimiento en la empresa.	
Recogedor	Facilita la recogida rápida y eficiente de suciedad, polvo y desechos.	
Fregona	Para facilita la limpieza de pisos, limpiar derrames y mantiene la higiene.	
Bayetas	Se utiliza para limpiar superficies, equipos electrónicos, baños, vidrios y ventanas.	
Limpia Vidrios con Atomizador	Permite una limpieza eficiente y ahorradora de tiempo.	
Cloro	Para la desinfección de superficies.	
Detergente	Se utiliza para limpiar las herramientas de aseo como las bayetas y la fregona.	
Desinfectante	Para eliminar gérmenes, bacterias y evitar malos olores en el piso.	
Aromatizante	Para neutralizar los malos olores en los baños y espacios de la empresa.	
Jabón Líquido	Para lavar las manos de los empleados de la empresa, así como de los turistas.	
Dispensador de Jabón Líquido	Para poner el jabón líquido y los empleados y turistas puedan usarlo.	
Toallas desechables de manos	Permite limpiarse las manos, evitar la propagación de gérmenes y enfermedades.	

Nombre	Descripción	Imagen Referencial
Dispensador para toallas desechables de manos	Para colocar las toallas desechables y protegerlas de la contaminación.	
Papel Higiénico	Se coloca en los dispensadores de los baños para que los empleados y turistas.	
Porta Papel Higiénico	Para poner el papel higiénico y mantener la limpieza de los baños.	
Tacho de basura para baño	Para depositar los papeles de baño.	
Cesto papelerero	Para desechar los residuos de papel y otros desechos generados en la empresa.	
Cepillo de Baño	Para una limpieza eficaz del inodoro y contribuir a la higiene.	
Fundas de Basura	Para recolectar, contener, transportar y facilitar en la manipulación de los desechos.	
Guantes de látex	Permiten limpiar y recoger los residuos.	
Tacho de Basura	Para recolectar y contener los desechos generados en la empresa.	

Equipo de seguridad

Es importante implementar medidas adecuadas de seguridad para crear un entorno confiable y seguro, así como prevenir accidentes y riesgos laborales.

Nombre	Descripción	Imagen Referencial
Extintor	Para cumplir con las normativas de seguridad ante un incendio.	
Cámara de seguridad	Para garantizar la seguridad de los empleados y los clientes de la empresa.	
Sensor de movimiento con alarma	Para detectar algún movimiento y activar la alarma.	

Otros Enseres

Elementos que no son maquinaria pesada ni equipo principal, pero que son esenciales para las operaciones diarias.

Nombre	Descripción	Imagen Referencial
Bandejas para hojas	Organiza los documentos, priorización de tareas, evitan la pérdida de algún documento.	
Teléfono	Para mantener una comunicación directa y rápida con los clientes.	

Indumentaria Personal

Es importante implementar medidas adecuadas de seguridad para crear un entorno confiable y seguro, lo que es fundamental para brindar una experiencia turística satisfactoria.

Nombre	Descripción	Imagen Referencial
Uniforme de Personal	Es un distintivo de los empleados para representar a la empresa.	

Publicidad

Desempeña un papel fundamental en la agencia turística al aumentar la visibilidad de la marca, generar demanda mediante una estrategia publicitaria efectiva.

Nombre	Descripción	Imagen Referencial
Cuña Radial	Se hará adquisición de un espacio en la radio del cantón.	
Página Web	Para proporcionar información detallada sobre los servicios, políticas y términos.	
Tarjetas de Presentación	Se contratará la impresión de tarjetas de presentación que contendrán la información de la empresa.	
Volantes Publicitarios	Se imprimirá información relevante sobre los servicios, destinos y oferta que la agencia ofrece.	

Requerimiento de personal

Se considerarán las responsabilidades y tareas asignadas a cada empleado dentro de la organización, y para ello se requerirá la contratación de personal como el Gerente, la Secretaria / Contadora, Agente Turístico, Guías Turísticos y Chofer.

Nombre	Descripción
Gerente	Garantizar que los objetivos establecidos sean alcanzados en tiempo y forma, monitoreando el progreso y tomando medidas correctivas si es necesario.
Secretaria / Contadora	Manejo eficiente de las tareas administrativas y financieras.
Agente Turístico	Brindan asesoramiento, planificación y organización de viajes y experiencias turísticas a los clientes.
Guías Turísticos	Son responsables de brindar información y orientación a los viajeros durante sus recorridos y visitas
Chofer	Responsable de conducir el vehículo de la agencia y garantizar la seguridad, comodidad y puntualidad de los pasajeros.

Diseño Organizacional

Antecedentes

La agencia turística “NAYRA TRAVEL” surge de la idea de Nayeli Ramírez con el fin de emprender un negocio propio y tener autonomía financiera, contribuyendo a la generación de empleo para la ciudadanía local e impulsar el desarrollo económico de la ciudad al atraer turistas y fomentar el crecimiento de otros negocios relacionados.

Una agencia turística en el cantón Puyango tiene un impacto positivo en el turismo local, al promover los atractivos turísticos de la zona, se puede aumentar el flujo de turistas, fortalecer la economía local y ayudar a preservar y valorar el patrimonio cultural y natural del cantón.

Misión

Promover y facilitar experiencias turísticas inolvidables en el Cantón Puyango, brindando servicios de alta calidad y fomentando el turismo sostenible, respetando la riqueza natural, cultural y social de la región, contribuyendo al desarrollo económico y bienestar de la comunidad.

Visión

Posicionarse como la principal agencia turística del Cantón Puyango, reconocida por brindar experiencias auténticas e innovadoras en el sector turístico. Buscamos establecer alianzas estratégicas con actores locales, promoviendo el desarrollo sostenible del turismo y contribuyendo al enriquecimiento cultural y económico del Cantón Puyango.

Objetivos

- Ofrecer servicios turísticos de alta calidad que cumplan con las expectativas de los turistas.
- Sensibilizar a nuestros clientes sobre la importancia de respetar y proteger el entorno natural y cultural durante su estadía, promoviendo el turismo consciente y responsable.
- Contribuir al desarrollo económico de la región, generando empleo y oportunidades de negocio para los habitantes del Cantón Puyango.
- Buscar continuamente la excelencia en el servicio al cliente y adaptarse a las tendencias y demandas del mercado turístico.
- Participar en programas de responsabilidad social corporativa que aborden desafíos sociales y ambientales en la comunidad.

Valores

- Respeto
- Responsabilidad
- Compromiso
- Disciplina
- Transparencia
- Compromiso Social y Ambiental

Obligaciones Tributarias

- Declaración de IVA
- Declaración de Impuesto a la Renta
- Anexo Relación Dependencia
- Anexo Transaccional Simplificado

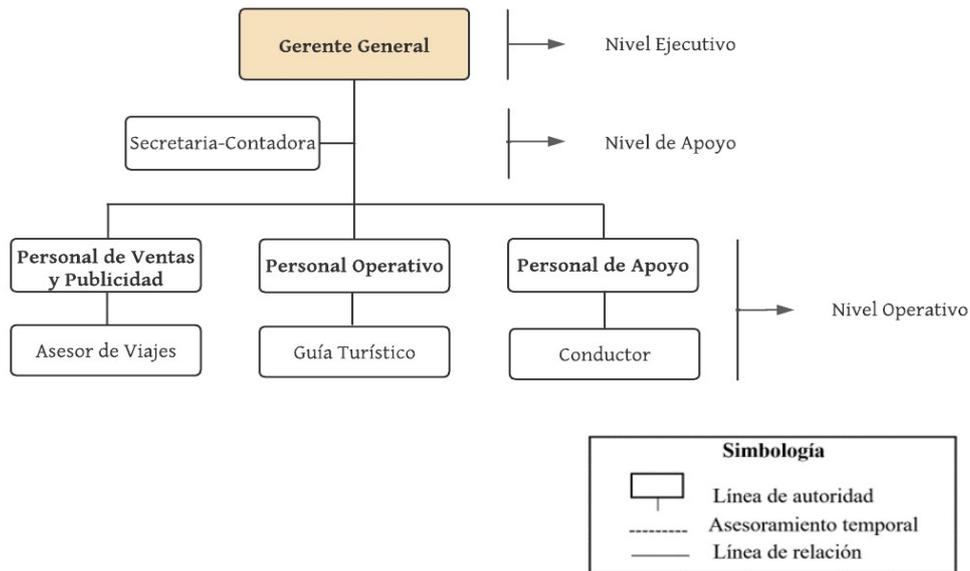
Organigrama

La agencia turística “Nayra Travel” cuenta con una estructura organizacional simple que establece las jerarquías y responsabilidades dentro de la organización. Esto se refleja en el organigrama que se presenta a continuación:

Organigrama Estructural

El organigrama facilitará la coordinación y el flujo de información entre los diferentes departamentos y niveles jerárquicos de la agencia turística, los empleados saben a quién deben comunicarse para obtener la información necesaria o resolver problemas.

Organigrama Estructural de la Agencia Turística Nayra Travel

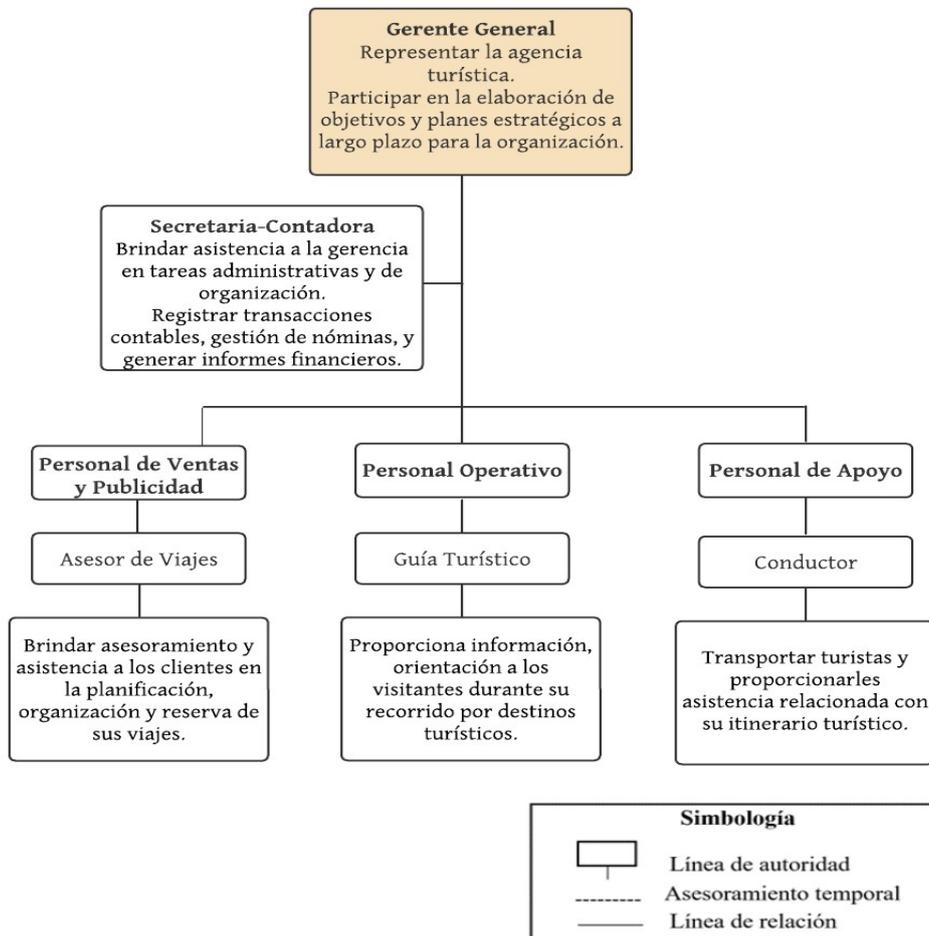


Nota. Organigrama Estructural que representa la estructura jerárquica de la organización.

Organigrama Funcional

La estructura funcional permitirá una asignación eficiente de recursos, ya que cada departamento o equipo se dedica a su función principal, lo que facilita la eficiencia operativa.

Organigrama Funcional de la Agencia Turística Nayra Travel



Manual de Funciones

Este manual de funciones tiene como objetivo brindar una guía clara y completa a los empleados de sus respectivas posiciones.

Funciones del Gerente General de la Agencia Turística

	Manual de Funciones Agencia Turística “NAYRA TRAVEL”
Puesto	Gerente General
Nivel Jerárquico	Directivo
Jefe Inmediato	Ninguno
Naturaleza del Trabajo <ul style="list-style-type: none">- Ejerce liderazgo y tiene la capacidad de interpretar los resultados obtenidos, lo cual implica analizar y comprender la información relevante para tomar acciones adecuadas.	
Funciones <ul style="list-style-type: none">- Representar a la agencia turística en reuniones y eventos.- Establecer metas comerciales y definir las estrategias para alcanzarlos.- Colaborar con otros departamentos y proveedores para desarrollar y mejorar los servicios ofrecidos por la agencia turística.- Administrar los recursos financieros y talento humano de la agencia turística.- Supervisar la gestión de reservas y ventas, asegurándose de que se cumplan los itinerarios y se brinde un servicio de calidad.- Aprobar estrategias de marketing y promoción para posicionar la agencia turística en el mercado.- Mantener y fortalecer las relaciones con los clientes, proveedores, asociaciones turísticas y otros actores relevantes en la industria.	
Requisitos <ul style="list-style-type: none">- Ing o Lic en Administración de empresas y profesiones a fines.- Manejo de paquetes informáticos, software contable.- Cursos afines al liderazgo y gerencia.- Al menos 3 años de experiencia en varios de los aspectos relacionados con administración.	
Perfil <ul style="list-style-type: none">- Liderazgo y Comunicación.- Habilidades de Negociación.- Toma de decisiones.- Trabajo en equipo y colaboración.	

Funciones de la Secretaria/Contadora de la Agencia Turística

	Manual de Funciones Agencia Turística “NAYRA TRAVEL”
Cargo	Secretaria-Contadora
Nivel Jerárquico	Asesor
Jefe Inmediato	Gerente
Naturaleza del Trabajo <ul style="list-style-type: none"> - Desarrollar tareas administrativas en la empresa y registrar transacciones contables, gestión de nóminas, y generar informes financieros. 	
Funciones <ul style="list-style-type: none"> - Brindar asistencia a la gerencia en tareas administrativas y de organización. - Gestionar los correos electrónicos, responder llamadas telefónicas y coordinar reuniones. - Programar citas para los empleados, gestionar reuniones y asegurarse de que la agenda esté organizada. - Organizar de manera sistemática y estructurada los documentos soporte. - Registrar y contabilizar las transacciones financieras de la empresa. - Preparar los estados financieros de la empresa, como el balance general, el estado de resultados y el flujo de efectivo. - Realizar nóminas de los trabajadores. - Asegurarse de que la organización cumpla con las leyes y regulaciones financieras y tributarias vigentes. 	
Requisitos <ul style="list-style-type: none"> - Lic. Contabilidad. - Técnico en Contabilidad. - Cursos afines a Obligaciones Tributarias. - Manejo de paquetes informáticos, software contable. - Al menos 1 año de experiencia en aspectos relacionados. 	
Perfil <ul style="list-style-type: none"> - Trabajo en Equipo y Cooperación. - Orientación al Servicio al Cliente. - Facilidad de Comunicación. - Dominio de sistemas contables. - Dominio Ley del Régimen Tributario Interno. 	

Funciones del Asesor de Viajes de la Agencia Turística

	Manual de Funciones Agencia Turística “NAYRA TRAVEL”
Cargo	Asesor de Viajes
Nivel Jerárquico	Asesor
Jefe Inmediato	Gerente
Naturaleza del Trabajo <ul style="list-style-type: none"> - Implica brindar asesoramiento y asistencia a los clientes en la planificación, organización y reserva de sus viajes. 	
Funciones <ul style="list-style-type: none"> - Diseñar y crear itinerarios de viaje, teniendo en cuenta los destinos, actividades, alojamiento y transporte que mejor se ajusten a los intereses de los clientes. - Mantener a los clientes informados sobre promociones, ofertas especiales y descuentos en paquetes turísticos. - Ayudar a los clientes a elegir su paquete turístico, que incluye la selección de destinos, fechas de viaje, duración del viaje y actividades a realizar. - Calcular y proporcionar a los clientes estimaciones de costos para su viaje. - Gestionar los pagos, cobrar los servicios y emitir las facturas correspondientes de acuerdo con las reservas y los acuerdos realizados. - Resolver dudas y preguntas de los clientes antes, durante y después del viaje. - Brindar a los clientes información detallada sobre los destinos, incluyendo lugares de interés. - Diseñar y llevar a publicidad para aumentar la visibilidad de la agencia y atraer nuevos clientes. 	
Requisitos <ul style="list-style-type: none"> - Licenciado en turismo. - Técnico en agencias de viajes. - Experiencia previa en el sector turístico, preferiblemente en agencias de viajes o empresas relacionadas. - Cursos afines en gestión turística. 	
Perfil <ul style="list-style-type: none"> - Trabajo en Equipo y Cooperación. - Orientación al Servicio al Cliente. - Facilidad de Comunicación 	

Funciones del Guía Turístico de la Agencia Turística

	<p align="center">Manual de Funciones Agencia Turística “NAYRA TRAVEL”</p>
<p>Cargo</p>	<p>Guía Turístico</p>
<p>Nivel Jerárquico</p>	<p>Operativo</p>
<p>Jefe Inmediato</p>	<p>Asesor de Viajes</p>
<p>Naturaleza del Trabajo</p> <ul style="list-style-type: none"> - Implica brindar información, orientación a los turistas durante su recorrido por destinos turísticos. 	
<p>Funciones</p> <ul style="list-style-type: none"> - Dan la bienvenida a los turistas y se aseguran de que estén cómodos y listos para comenzar la experiencia turística. - asegurarse de que el grupo siga el itinerario planificado, cumpliendo con los horarios y evitando retrasos. - Orientar grupos de turistas en recorridos por diferentes lugares de interés turístico. - Brindar información sobre el destino, incluyendo su historia, cultura, geografía y otros aspectos relevantes. - Fomentar la interacción entre los turistas para que puedan compartir experiencias y conocerse entre sí. - Garantizar la seguridad y el bienestar de los turistas durante todo el recorrido. - Promover prácticas sostenibles de turismo y concientizar a los turistas sobre la preservación del patrimonio cultural y natural. - Asegurar que los turistas disfruten de una experiencia turística. 	
<p>Requisitos</p> <ul style="list-style-type: none"> - Licenciado en turismo. - Técnico afín a la guianza turística. - Cursos afines en gestión turística - Al menos 1 año de experiencia en aspectos relacionados. 	
<p>Perfil</p> <ul style="list-style-type: none"> - Trabajo en Equipo y Cooperación. - Orientación al Servicio al Cliente. - Conocimiento de Primeros Auxilios. - Facilidad de Comunicación. - Conocimiento del lugar. 	

Funciones del Conductor de Vehículo de la Agencia Turística

	Manual de Funciones Agencia Turística “NAYRA TRAVEL”
Cargo	Conductor
Nivel Jerárquico	Operativo
Jefe Inmediato	Asesor de Viajes
Naturaleza del Trabajo <ul style="list-style-type: none"> - Transportar turistas y proporcionarles asistencia relacionada con su itinerario turístico. 	
Funciones <ul style="list-style-type: none"> - Recepcionar a los turistas en el terminal terrestre. - Realizar el traslado de los turistas hasta el punto de encuentro. - Cumplir con el itinerario establecido en coordinación con el guía turístico. - Esperar a los turistas en el lugar acordado para cada punto de encuentro. - Regresar a los turistas al terminal terrestre al final del recorrido. 	
Requisitos <ul style="list-style-type: none"> - Licencia de conducir vigente tipo C. - Conocimiento de las regulaciones de tráfico y capacidad para conducir de manera segura. - Al menos 1 año de experiencia en aspectos relacionados. 	
Perfil <ul style="list-style-type: none"> - Responsable y orientado a la seguridad de los pasajeros. - Capacidad para trabajar en equipo y coordinarse con el guía turístico. - Buena capacidad de adaptación y solución de un problema. 	

Base Legal

Registro Único de Contribuyentes (RUC)

El RUC (Registro Único de Contribuyentes) es un requisito legal para que las personas naturales y jurídicas realicen sus declaraciones de impuestos y cumplan con sus obligaciones tributarias. En el caso de la agencia turística será constituida por una persona natural, el RUC se obtiene mediante la cédula de ciudadanía agregando tres dígitos al final (001), por lo que quedaría 1150934758001 a nombre de la Srta. Nayeli Lizbeth Ramírez Calero y la denominación de la agencia será “NAYRA TRAVEL”.

- Realizar formulario 01A 01 B en la página del SRI.
- Presentar fotocopia de la cédula de identidad y papeleta de votación del representante.

Licencia Anual de Funcionamiento de Agencias Turísticas

- Solicitud de certificación de uso de suelos al Director de Planificación y Ordenamiento territorial.
- Fotocopia del RUC.
- Fotocopia de cédula y papeleta de votación del representante legal.
- Croquis de ubicación.
- Fotocopia del pago de la patente municipal.
- Fotocopia del registro otorgado por el ministerio de turismo.

Patente Municipal

- Fotocopias de la cédula de identidad y papeleta de votación del representante legal.
- Comprobante de pago del impuesto predial correspondiente al lugar donde se llevará a cabo el funcionamiento de la agencia turística.
- Presentar el formulario del 1 x 1000 el cual permite declarar los activos totales de la empresa para el cálculo de ciertos impuestos.
- Copia del pago de la tasa bomberos.

Permiso de Funcionamiento del Cuerpo de Bomberos del Municipio de Puyango

- Copia del comprobante de pago correspondiente al trámite o renovación del permiso de funcionamiento.
- Copia actualizada del Registro Único de Contribuyentes (RUC) de la empresa.
- Adquirir el formulario oficial "Solicitud de Inspección" en recaudaciones del cuerpo de bomberos.
- Contar con un extintor de 2 kilos con agente extintor de polvo químico seco (PQS).

Permiso Ambiental de Actividad Turística

- Referencias bancarias
- Licencia única anual de funcionamiento otorgada por el municipio.
- Factura y comprobante de depósito.
- Cupo de operación turística (en caso que aplique un concurso público)

Estudio Económico - Financiero

Inversión Activo Fijos

Se refiere a los activos tangibles que se adquieren para el funcionamiento y la operación del negocio, estos activos son de carácter duradero y se utilizan durante un periodo prolongado.

Vehículo

Un vehículo propio en la agencia turística puede ser esencial para brindar un servicio

completo, para desplazar a los turistas y acceder a destinos turísticos.

Tabla 34.

Presupuesto de Vehículo



NAYRA TRAVEL
Tus viajes en guía de los mejores

Presupuesto de Vehículo				
Cantidad	Descripción	Valor Unitario	Valor Total	
1	Mini bus Hyundai modelo Modaza HD78 con capacidad de 25 asientos.	45.500,00	45.500,00	
Total			45.500,00	

Nota. Presupuesto del vehículo consultado Patio Tuerca.

Depreciación Vehículo

$$\text{Depreciación} = \frac{\text{Costo histórico} - \text{valor residual}}{\text{Años de vida útil}}$$

$$\text{Depreciación} = \frac{45.500,00 - 9.100,00}{5}$$

$$\text{Depreciación} = 7.280,00$$

Tabla 35.

Depreciación del Vehículo



NAYRA TRAVEL
Tus viajes en guía de los mejores

Depreciación Vehículo			
Años	Depreciación Acumulada	Depreciación Anual	Valor Actual Libros
0			45.500,00
1	7.280,00	7.280,00	38.220,00
2	14.560,00	7.280,00	30.940,00
3	21.840,00	7.280,00	23.660,00
4	29.120,00	7.280,00	16.380,00
5	36.400,00	7.280,00	9.100,00

Nota. Depreciación del vehículo por el método lineal.

Equipo de Computación

Son aquellos dispositivos y componentes tecnológicos utilizados en la agencia turística para realizar tareas relacionadas con la gestión, operaciones y prestación de servicios.

Tabla 36.*Presupuesto de Equipo de Computación**Tus viajes en guía de los mejores*

Presupuesto de Equipo de Computación			
Cantidad	Detalle	Valor Unitario	Valor Total
2	Computador Aio Dell Optiplex 5490 23.8p I5-10500t 8gb 1tb	940,50	1.881,00
1	Laptop ASUS ZenBook Core 5	829,00	829,00
1	Impresora Multifuncional EPSON	320,00	320,00
1	Router	30,00	30,00
Total			3.060,00

Nota. Valores consultados en Mercado Libre y Marcimex.

Depreciación del Equipo de Computación

$$\text{Depreciación} = \frac{\text{Costo del bien} - \text{valor residual}}{\text{Años de vida útil}}$$

$$\text{Depreciación} = \frac{3.060,00 - 1.019,90}{3}$$

$$\text{Depreciación} = 680,00$$

Tabla 37.*Depreciación de Equipo de Computación**Tus viajes en guía de los mejores*

Depreciación Equipo de Computación			
Años	Depreciación Acumulada	Depreciación Anual	Valor Actual Libros
0			3.060,00
1	680,00	680,00	2.380,00
2	1.360,02	680,00	1.700,00
3	2.040,00	680,00	1.020,00

Nota. Depreciación de equipo de computación por método lineal.

Muebles y Enseres

Son elementos mobiliarios son esenciales para brindar un ambiente cómodo, funcional y atractivo tanto a los clientes como al personal.

Tabla 38.*Presupuesto de Muebles y Enseres*

Presupuesto de Equipo de Computación			
Concepto	Descripción	Valor Unitario	Valor Total
3	Escritorio de oficina	160,00	480,00
2	Silla cuádruple de espera	230,00	460,00
3	Silla giratoria de Escritorio	48,00	144,00
3	Silla de oficina	45	135,00
1	Mueble archivador	36,00	36,00
Total			1.255,00

Nota. Valores cotizados en Moddimueble.

Depreciación Muebles y Enseres

$$\text{Depreciación} = \frac{\text{Costo histórico} - \text{valor residual}}{\text{Años de vida útil}}$$

$$\text{Depreciación} = \frac{1.255,00 - 125,50}{10}$$

$$\text{Depreciación} = 112,95$$

Tabla 39.*Presupuesto de Muebles y Enseres*

Depreciación Muebles y Enseres			
Años	Depreciación Acumulada	Depreciación Anual	Valor Actual Libros
0			1.255,00
1	112,95	112,95	1.142,05
2	225,90	112,95	1.029,10
3	338,85	112,95	916,15
4	451,80	112,95	803,20
5	564,75	112,95	690,25
6	677,70	112,95	577,30
7	790,65	112,95	464,35
8	903,60	112,95	351,40
9	1.016,55	112,95	238,45
10	1.129,50	112,95	125,50

Nota. Depreciación de muebles y enseres por método lineal.

Presupuesto Equipo de Seguridad

Esto puede incluir cámaras de seguridad, sistemas de alarma, sistemas de detección de intrusos y monitoreo remoto.

Tabla 40.

Presupuesto Equipo de Seguridad



Presupuesto de Equipo de Seguridad			
Cantidad	Descripción	Valor Unitario	Valor Total
1	Extintor	20,00	20,00
1	Kit 2 cámaras de seguridad 1080p	150,00	150,00
1	Sensor de movimiento con alarma Steren ALA-034	21,00	21,00
Total			191,00

Nota. Valores consultados en Mercado Libre.

Depreciación Equipo de Seguridad

$$\text{Depreciación} = \frac{\text{Costo histórico} - \text{valor residual}}{\text{Años de vida útil}}$$

$$\text{Depreciación} = \frac{191,00 - 56,99}{3}$$

$$\text{Depreciación} = 38,00$$

Tabla 41.

Depreciación Equipo de Seguridad



Depreciación Equipo de Seguridad			
Años	Depreciación Acumulada	Depreciación Anual	Valor Actual Libros
0			171,00
1	38,08	38,00	133,00
2	76,00	38,00	95,00
3	114,01	38,00	56,99

Nota. Depreciación de equipo de oficina por el método legal.

Resumen de Activos Fijos

Tabla 42.

Resumen de Activos Fijos



Resumen de Activos Fijos

Detalle	Valor
Vehículo	45.500,00
Equipo de Computación	3.060,00
Muebles y Enseres	1.255,00
Equipo de Seguridad	191,00
Total	50.006,00

Nota. Datos tomados de la tabla 34, 36, 38 y 40.

Resumen Depreciaciones Activo Fijo

Tabla 43.

Resumen Depreciaciones Activo Fijo



Resumen Depreciaciones

Activos	Costo	Vida Útil	%	Valor	Total
			Depreciación	Residual	Depreciación
Vehículo	45.500,00	5	20%	9.100,00	7.280,00
Equipo de Computación	3.006,00	3	33,33%	1.019,90	680,00
Muebles y Enseres	1.255,00	10	10%	125,50	112,95
Equipo de Seguridad	191,00	3	33,33%	56,99	38,00
Total	50.006,00			10.302,39	8.110,95

Nota. Datos tomados de la tabla 35, 37, 39 y 41.

Inversión en Activos Diferidos

Son aquellos gastos que se han incurrido y que se amortizan a lo largo del tiempo se reconocen como activos diferidos debido a que generan beneficios futuros.

Los activos diferidos son tangibles o intangibles y generalmente se utilizan para respaldar las operaciones a largo plazo de la empresa.

Tabla 44.*Presupuesto Activos Diferidos*

Tus viajes en guía de los mejores

Presupuesto de Activos Diferidos	
Detalle	Valor
Estudio Preliminar	300,00
Permiso Municipal (Patente)	170,00
Permiso de Bomberos	30,00
Licencia Anual de Funcionamiento de Servicios Turísticos	385,00
Instalaciones y Adecuaciones en la construcción	3.500,00
Línea Telefónica e Instalación de Internet	90,00
Total	4.475,00

Nota. La tabla indica los activos diferidos de nuestra inversión.

*Amortización de Activos Diferidos***Tabla 45.***Amortización de Activos Diferidos*

Tus viajes en guía de los mejores

Amortización de Activos Diferidos		
Activo Diferido	Valor	Amortización
Estudio Preliminar	300,00	60
Permiso Municipal (Patente)	170,00	34
Permiso de Bomberos	30,00	6
Licencia Anual de Funcionamiento de Servicios Turísticos	385,00	77
Instalaciones y Adecuaciones en la construcción	3.500,00	700
Línea Telefónica e Instalación de Internet	90,00	18
Total	4.475,00	895,00

Nota. En la tabla se muestra la amortización de las inversiones en activos diferidos.

Tabla 46.

Amortización General de Activos Diferidos



Tabla General de Amortización de Activos Diferidos

Años	Valor Activo Diferido	Amortización	Valor Total
1	4.475,00	895,00	3.580,00
2	170,00	895,00	2.685,00
3	30,00	895,00	1.790,00
4	385,00	895,00	895,00
5	3.500,00	895,00	0,00

Nota. La tabla indica el cálculo general de la amortización de los activos diferidos requeridos.

Tabla 47.

Resumen de Propiedad, Planta y Equipo



Resumen de Propiedad, Planta y Equipo

Activos	Valor
Vehículo	45.500,00
(-) Depreciación Acumulada de Vehículo	7.280,00
Equipo de Computación	6.221,00
(-) Depreciación Acumulada de Equipo de Cómputo	1.382,51
Muebles y Enseres	1.655,00
(-) Depreciación Acumulada de Muebles y Enseres	148,95
Equipo de Seguridad	233,00
(-) Depreciación Acumulada de Equipo de Seguridad	51,78
Total	44.745,76

Nota. Valores tomados de las tablas 42 y 43.

Gastos

La identificación y estimación precisa de estos rubros permitirá determinar el monto total de capital de trabajo necesario para cubrir los costos operativos del proyecto.

Gastos Administrativos

Son aquellos relacionados con la gestión y administración de la empresa, estos gastos abarcan una amplia gama de actividades necesarias para mantener y operar la empresa.

Sueldos Personal Operativo

Tabla 48.

Sueldos Personal Operativo



Denominación	Sueldos Personal Operativos			
	Asesor de Viajes	Guía Turístico	Cargo Guía Turístico	Conductor
Remuneración	500,00	450,00	450,00	450,00
Décimo Tercer sueldo	41,67	37,50	37,50	37,50
Décimo Cuarto Sueldo	37,5	37,50	37,50	37,50
Aporte Patronal	55,75	50,18	50,18	50,18
Aporte Individual	47,25	42,53	42,53	42,53
Fondos de Reserva	-	-	-	-
Total Mensual	476,17	432,30	432,30	432,30
Total Anual	5.714,00	5.187,60	5.187,60	5.187,60
Total Sueldos Operativos			22.329,60	

Nota. Los valores indican la cantidad que se debe pagar al personal operativo.

Sueldos Personal Administrativos

Tabla 49.

Sueldos Personal Administrativos



Denominación	Sueldos Personal Administrativos	
	Gerente	Cargo Secretaria/Contadora
Remuneración	600,00	500,00
Décimo Tercer sueldo	50,00	41,67
Décimo Cuarto Sueldo	37,50	37,50
Aporte Patronal	66,90	55,75
Aporte Individual	56,70	47,25
Fondos de Reserva	-	-
Total Mensual	563,90	476,17
Total Anual	6.766,80	5.714,00
Total Sueldos Administrativos		12.480,80

Nota. Los valores indican la cantidad que se debe pagar al personal administrativo.

Suministros de Aseo y Limpieza

Estos suministros son necesarios para mantener la higiene y la salud de los empleados, así como para garantizar un ambiente agradable y presentable para clientes y turistas.

Tabla 50.

Presupuesto Suministros de Aseo y Limpieza



Presupuesto Suministros de Aseo y Limpieza				
Cantidad	Unidad de medida	Descripción	Precio Unitario	Precio Total
2	Unidad	Escoba	3,50	7,00
2	Unidad	Recogedor	4,00	8,00
2	Unidad	Fregona	4,50	9,00
6	Unidad	Bayetas	0,75	4,50
2	Unidad	Limpia vidrios con atomizador	2,50	5,00
1	Galón	Cloro	3,50	3,50
3	Unidad	Detergente	5	15,00
3	Galón	Desinfectante	6,00	18,00
6	Unidad	Aromatizante	3,00	18,00
4	Galón	Jabón líquido	1,50	6,00
2	Unidad	Dispensador de jabón líquido	1,50	3,00
4	Paquete	Toallas desechables de manos	6,00	24,00
1	Unidad	Dispensador para toallas desechables de manos	9,00	9,00
12	Paquete	Papel Higiénico	4,00	48,00
2	Unidad	Porta Papel Higiénico	6,00	12,00
2	Unidad	Tacho basura para baño	4	8,00
3	Unidad	Cesto Papelero	4	12,00
2	Unidad	Cepillo de Baño	3,00	6,00
6	Paquete	Fundas de Basura	2,00	12,00
3	Unidad	Guantes de plástico	2,50	7,50
1	Unidad	Tacho de Basura	20,00	20,00
			Total	255,50

Nota. Los valores presentes en la tabla fueron obtenidos mediante un proceso de investigación directa.

Suministros de Oficina

Estos suministros permiten llevar a cabo las tareas administrativas, comunicativas y organizativas de manera eficiente.

Tabla 51.*Presupuesto Suministros de Oficina**Tus viajes en guía de los mejores*

Presupuesto Suministros de Oficina				
Cantidad	Unidad de medida	Descripción	Precio Unitario	Precio Total
1	Caja	Esferos	5,80	5,80
1	Caja	Resaltadores	3,00	3,00
3	Paquete	Sobres de Manila	2,50	7,50
4	Resma	Resmas de Papel Boom	4,50	18,00
1	Unidad	Sello con Logotipo	5,00	5,00
2	Unidad	Tinta impresora negra	6,00	12,00
2	Unidad	Tinta impresora a color	6,00	12,00
2	Unidad	Tinta para sello	1,50	3,00
2	Unidad	Caja de Clips	1,50	3,00
2	Unidad	Engrampadora	3,50	7,00
2	Unidad	Perforadora	4,00	8,00
2	Unidad	Caja de grapas	0,7	1,40
1	Unidad	Saca grapas	0,75	0,75
3	Unidad	Archivadores	3,00	9,00
2	Unidad	Calculadora	10,00	20,00
			Total	115,45

Nota. Los valores en la tabla fueron obtenidos mediante un proceso de investigación directa.

Servicios Básicos**Tabla 52.***Presupuesto de Servicios Básicos**Tus viajes en guía de los mejores*

Presupuesto de Servicios Básicos				
Cantidad	Unidad de medida	Descripción	Precio Unitario	Precio Total
100	kW/h	Luz Eléctrica	0,18	18,00
50	m3	Agua	0,15	7,50
1	plan (150 minutos)	Línea Telefónica	10,00	10,00
1	Plan (50 megas)	Internet	20,00	20,00
			Total Mensual	55,50
			Total Anual	666,00

Nota. Los valores de los servicios públicos fueron investigados de manera directa.

Arriendo del Local

Tabla 53.

Presupuesto de Arriendo del Local



Presupuesto del Arriendo de Local

Cantidad	Descripción	Precio Unitario	Precio Total
1	Arriendo Local	220	220,000
Total Mensual			220,00
Total Anual			2.640,00

Nota. La tabla representa los valores del presupuesto destinado al arriendo del local donde la empresa llevará a cabo sus actividades.

Otros Enseres

Tabla 54.

Presupuesto de Otros Enseres



Presupuesto de Otros Enseres

Bienes de Larga Duración			
Cantidad	Descripción	Precio Unitario	Precio Total
1	Bandejas para hojas	6,00	6,00
1	Teléfono con Identificador Panasonic KXT7703XB	27,00	27,00
Total			33,00

Nota. Los valores de los servicios públicos fueron investigados de manera directa.

Gastos de Venta

Se refieren a los costos asociados con las actividades de ventas y marketing de la empresa, estos gastos están directamente relacionados con la promoción y venta de los servicios turísticos que ofrece la agencia.

En este caso consideraremos los gastos de mantenimiento y combustible del vehículo y la publicidad.

Mantenimiento y Combustible del Vehículo

Tabla 55.

Presupuesto Mantenimiento y Combustible del Vehículo



Tus viajes en guía de los mejores

Presupuesto Mantenimiento y Combustible del Vehículo			
Cantidad	Descripción	Precio Unitario	Precio Total
360	Combustible Diesel	1,45	522,00
2	Cambios de Aceite	40,00	80,00
4	Llantas	80,00	320,00
1	Matrícula del Vehículo	300	300,00
1	Revisión General	80	80,00
Total Anual			1.302,00

Nota. Los valores de los servicios públicos fueron investigados de manera directa.

Publicidad

Tabla 56.

Presupuesto de Publicidad



Tus viajes en guía de los mejores

Presupuesto de Publicidad			
Cantidad	Descripción	Precio Unitario	Precio Total
1	Cuña Radial	35,00	35,00
50	Tarjetas de Presentación	0,08	4,00
100	Volantes Publicitarios	0,20	20,00
Total Mensual			59,00
Total Anual			708,00

Nota. Los valores presentes en la tabla fueron obtenidos mediante un proceso de investigación directa.

Resumen de Gastos

Tabla 57.

Resumen de Gastos



Resumen de Gastos	
Descripción	Valor Anual
Gastos Administrativos	
Sueldos Personal Administrativo	12.480,80
Sueldos Personal Operativo	21.276,80
Suministros de Oficina	115,45
Suministros de Aseo y Limpieza	255,5
Servicios Básicos	666
Arriendo del Local	2.640,00
Otros Enseres	33
Total Gastos Administrativos	37.467,55
Gastos de Venta	
Mantenimiento y Combustible del Vehículo	1.302,00
Gastos de Publicidad	708
Total Gastos de Venta	2.010,00
Total	39.477,55

Nota. La tabla muestra el resumen de los gastos de la tabla 48 a la 56.

Costos de Operación

Son aquellos desembolsos que la empresa incurre para mantener su funcionamiento diario y ofrecer sus servicios turísticos como el alojamiento y la alimentación de los turistas, la agencia turística actúa como un intermediario que facilita estos servicios para sus clientes.

Para ello se tomó en cuenta 2 paquetes turísticos, se tomó en cuenta que la demanda insatisfecha del primer año de 6.905 turistas, de los cuales el 53,33% le interesó el primer paquete que cuenta con todos los servicios (alojamiento, alimentación, transporte y guía turístico), y el 46,67% de la demanda el paquete 2 (alimentación, transporte y guía turístico).

Tabla 58.

Demanda por paquete

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Paquete 1	3.682	3.763	3.846	3.931	4.017
Paquete 2	3.222	3.293	3.366	3.440	3.516
Total	6.905	7.057	7.212	7.371	7.533

Nota. La tabla indica la estimación de demanda por paquete

Costos de Proveedores de Alimentación

La alimentación es esencial realizar una planificación y análisis adecuados para garantizar que los precios sean competitivos y que la calidad de la alimentación sea adecuada para satisfacer las expectativas de los clientes.

Tabla 59.

Costos de Proveedores de Alimentación



Costos de Proveedores de Alimentación Paquete 1								
Cantidad	Proveedor	Descripción	Costo	Costo Total				
				Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
1	Estefania´s Restaurante y Cafetería	Desayuno	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00
2	Restaurante y Parrilladas el Torito	Almuerzo	3,50	7,00	7,00	7,00	7,00	7,00
2	Restaurante Danubio Azul	Cena	3,50	7,00	7,00	7,00	7,00	7,00
Total				17,00	17,00	17,00	17,00	17,00
Demanda Mensual				307	314	321	328	335
Total Costo Mensual				5.216,67	5.331,44	5.448,73	5.568,61	5.691,11
Total Costo Anual				62.600,09	63.977,30	65.384,80	66.823,26	68.293,37
Costos de Proveedores de Alimentación Paquete 2								
Cantidad	Proveedor	Descripción	Costo	Costo Total				
				Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
1	Restaurante y Parrilladas el Torito, Restaurante Danubio Azul	Almuerzo	3,5	3,5	3,50	3,50	3,50	3,50
Total				17,00	17,00	17,00	17,00	17,00
Demanda Mensual				269	274	280	287	293
Total Costo Mensual				4.565,20	4.665,64	4.768,28	4.873,18	4.980,39
Total Costo Anual				54.782,42	55.987,63	57.219,36	58.478,18	59.764,70

Nota. La tabla muestra los costos de alimentación cotizados a proveedores.

Costo de Proveedores de Alojamiento

Dependerá de varios factores, que incluyen el tipo de servicios de alojamiento que ofrece la agencia, la ubicación geográfica, la calidad y nivel de servicio que se busca proporcionar a los clientes.

Tabla 60.

Costo de Proveedores de Alojamiento Paquete 1



Costos de Proveedores de Alimentación Paquete 1								
Cantidad	Proveedor	Descripción	Costo	Costo Total				
				Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
1	Hotel Rey Plaza, Río Verde	Habitación Individual	15,00	15,00	15,00	15,00	15,00	15,00
		Total	15,00	15,00	15,00	15,00	15,00	15,00
		Demanda Mensual		307	314	321	328	335
		Total Costo Mensual		4.602,95	5.331,44	5.448,73	5.568,61	5.691,11
		Total Costo Anual		55.235,38	63.977,30	65.384,80	66.823,26	68.293,37

Nota. La tabla muestra los costos de alojamiento cotizados a proveedores.

Tabla 61.

Costos Operacionales

Resumen Costos Total					
Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Alimentación	117.382,51	119.964,93	122.604,15	125.301,45	128.058,08
Alojamiento	55.235,38	63.977,30	65.384,80	66.823,26	68.293,37
Total	172.617,89	183.942,22	187.988,95	192.124,71	196.351,45

Tabla 62.

Resumen de Inversión Total Prevista



Resumen de Inversión Total	
Detalle	Valor
Activo Fijo	50.006,00
Activo Diferido	4.475,00
Gastos	39.477,55
Costos Operacionales	172.617,89
Total	266.576,44

Nota. Se muestra el resumen total de las inversiones, datos obtenidos de las tablas 42, 44, 57 y 61.

Financiamiento

La idea de negocio en cuestión se centra en ofrecer servicios turísticos en el Cantón Puyango para llevarla a cabo se precisa una inversión total de 266.576,44 dólares, esta inversión será financiada a través de fuentes internas y externas.

Fuentes Internas

Para cubrir una parte de la inversión necesaria, se requerirá la contribución del gerente general de la empresa quien deberá aportar el 43,73% del monto total de la inversión, lo que equivale a 116.576,44 dólares.

Fuentes Externas

La financiación es proporcionada por la entidad financiera "Banco del Austro", para cubrir el monto restante de la inversión la empresa solicitará un microcrédito de emprendimiento de 150.000,00 dólares, con un interés del 11,26% y un plazo de 5 años para cubrir el 56,27% de la inversión total.

Gastos Financieros

Es importante tener en cuenta los gastos financieros asociados con el financiamiento, suelen incluir intereses, comisiones y otros cargos relacionados con préstamos o créditos obtenidos de instituciones financieras.

El microcrédito se pagará en cuotas mensuales a lo largo de 5 años. Cada cuota mensual constará de dos partes: el pago de intereses y la amortización del capital. Al cancelar el préstamo, la proporción de intereses y capital en cada cuota cambiará.

Tabla 63.*Tabla de la Amortización Préstamo*

Tus viajes en guía de los mejores

MICROCRÉDITO COMERCIO Y SERVICIOS**Capital:** 150.00,00**Plazo:** 5 años**Cuota:** 19.894,55**Tasa:** 11,26%**Tabla de Amortización Fija o Francesa**

<i>Nro</i>	<i>Cuota</i>	<i>Interés</i>	<i>Amortización</i>	<i>Saldo</i>	<i>Capital Anual</i>	<i>Interés Anual</i>
0				150.000,00		
1	19.894,55	8.311,33	11.583,22	138.416,78	23.808,25	15.980,85
2	19.894,55	7.669,52	12.225,03	126.191,75		
3	19.894,55	6.838,47	13.056,08	113.135,67	26.750,80	13.038,30
4	19.894,55	6.199,83	13.694,72	99.440,95		
5	19.894,55	5.479,64	14.414,91	85.026,04	29.675,92	10.113,18
6	19.894,55	4.633,54	15.261,01	69.765,03		
7	19.894,55	3.823,12	16.071,43	53.693,60	33.023,57	6.765,53
8	19.894,55	2.942,41	16.952,14	36.741,46		
9	19.894,55	2.035,80	17.858,75	18.882,71	36.741,46	3.047,58
10	19.894,55	1.011,78	18.882,71	0,00		

Nota. La tabla señala la amortización del préstamo que solicitará la empresa.

Presupuesto de Operación

El presupuesto de costos y gastos se construye a partir de estimaciones basadas en datos históricos, proyecciones de ventas y planes operativos. Su elaboración y seguimiento permiten a la empresa mantener un control financiero adecuado, identificar áreas de mejora en la eficiencia operativa y tomar decisiones informadas para lograr los objetivos establecidos.

Para la agencia turística "Nayra Travel" en la implementación de su sucursal en el cantón Puyango, se elaborarán los presupuestos de ingresos y gastos proyectados para los próximos 5 años, estos presupuestos tienen como objetivo prever y analizar las operaciones que se llevarán a cabo en el negocio, permitiendo estimar la liquidez y rentabilidad esperada en el futuro.

Además, esta planificación financiera contribuirá al crecimiento y la competitividad de la agencia en el mercado turístico.

Presupuesto de Costos y Gastos

Un presupuesto de costos y gastos es una estimación detallada de todos los gastos que una empresa o proyecto anticipa incurrir durante un período determinado, este presupuesto es

esencial para planificar y controlar las finanzas de una organización. Los valores de los costos y gastos se han obtenido a partir de las inversiones necesarias para iniciar la operación de la empresa.

Estos valores están establecidos para el primer año de funcionamiento, se procede a realizar proyecciones para los cuatro años siguientes, utilizando un incremento del 3,14%, que representa el promedio de inflación de los últimos 5 años (2019-2023) según el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC).

En cuanto a los sueldos, tanto los administrativos como los de ventas, realizaremos las proyecciones basándonos en los aumentos salariales que se han registrado en los últimos 5 años (2019-2023), los valores de amortizaciones y depreciaciones se encuentran detallados en las tabla 43 y 45.

Inflación

Tabla 64.

Promedio de Inflación

Años	% de Incremento Anual
2019	-0,07%
2020	-0,93%
2021	1,94%
2022	3,74%
2023	3,12%
	7,80%
	1,56%

Nota. La tabla indica el cálculo de la inflación del país durante los últimos 5 años, de acuerdo a datos obtenidos del INEC.

Incremento Salarial

Tabla 65.

Promedio de incremento salarial

Años	% de Incremento Anual	Valor Total
2018		386,00
2019	2,07%	394,00
2020	1,52%	400,00
2021	0,00%	400,00
2022	6,25%	425,00
2023	5,88%	450,00
	15,72%	
	3,14%	

Nota. La tabla indica el cálculo de la inflación del país durante los últimos 5 años de acuerdo a datos obtenidos del INEC.

Tabla 66.*Presupuesto de Costos y Gastos año 1 al 5**Tus viajes en guía de los mejores*

Presupuesto de Costos y Gastos					
Denominación	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Costo de Operación					
Alimentación	117.382,51	119.964,93	122.604,15	125.301,45	128.058,08
Alojamiento	55.235,38	63.977,30	65.384,80	66.823,26	68.293,37
Total Costo de Operación	172.617,89	183.942,22	187.988,95	192.124,71	196.351,45
Gastos de Operación					
<i>Gastos Administrativos</i>					
Sueldos Administrativos	12.480,80	12.872,70	13.276,90	13.693,79	14.123,78
Sueldos Operativos	21.276,80	21.944,89	22.633,96	23.344,67	24.077,69
Indumentaria de Personal	40,00	40,62	41,26	41,90	42,56
Suministros de Oficina	115,45	117,25	119,08	120,94	122,82
Suministros de Aseo y Limpieza	255,50	259,49	263,53	267,64	271,82
Servicios Básicos	666,00	676,39	686,94	697,66	708,54
Arriendo Local	2.640,00	2.681,18	2.723,01	2.765,49	2.808,63
Otros Enseres	33,00	33,51	34,04	34,57	35,11
Amortización Activo Diferido	895,00	895,00	895,00	895,00	895,00
Depreciación Vehículo	7.280,00	7.280,00	7.280,00	7.280,00	7.280,00
Depreciación Equipo de Computación	680,00	680,00	680,00		
Depreciación de Muebles y Enseres	112,95	112,95	112,95	112,95	112,95
Depreciación Equipo de Seguridad	38,00	38,00	38,00		
Total Gastos Administrativos	46.513,50	47.631,99	48.784,67	49.254,61	50.478,90
<i>Gastos de Venta</i>					
Publicidad	708,00	719,04	730,26	741,65	753,22
Mantenimiento y Combustible	1.302,00	1.322,31	1.342,94	1.363,89	1.385,17
Total de Gastos de Venta	2.010,00	2.041,36	2.073,20	2.105,54	2.138,39
<i>Gastos Financieros</i>					
Intereses del Préstamo	15.980,85	13.038,30	10.113,18	6.765,53	3.047,58
Total Gastos Financieros	15.980,85	13.038,30	10.113,18	6.765,53	3.047,58
Total Gasto de Operación	64.504,35	62.711,65	60.971,06	58.125,68	55.664,87

Nota. La tabla muestra cómo se clasificaron cada uno de los rubros de los costos y gastos.

Tabla 67.

Clasificación de Costos Fijos y Variables año 1 al 5



Tus viajes en guía de los mejores

Presupuesto de Costos y Gastos										
Denominación	Año 1		Año 2		Año 3		Año 4		Año 5	
	Fijos	Variables								
Costo de Operación										
Alimentación		117.382,51		119.964,93		122.604,15		125.301,45		128.058,08
Hospedaje		55.235,38		63.977,30		65.384,80		66.823,26		68.293,37
Total Costo de Operación		172.617,89		183.942,22		187.988,95		192.124,71		196.351,45
Gastos de Operación										
Gastos Administrativos										
Sueldos Administrativos	12.480,80		12.872,70		13.276,90		13.693,79		14.123,78	
Sueldos Operativos	21.276,80		21.944,89		22.633,96		23.344,67		24.077,69	
Indumentaria de Personal		40,00		40,62		41,26		41,90		42,56
Suministros de Oficina		115,45		117,25		119,08		120,94		122,82
Suministros de Aseo y Limpieza		255,50		259,49		263,53		267,64		271,82
Servicios Básicos		666,00		676,39		686,94		697,66		708,54
Arriendo Local	2.640,00		2.681,18		2.723,01		2.765,49		2.808,63	
Otros Enseres		33,00		33,51		34,04		34,57		35,11
Amortización Activo Diferido	895,00		895,00		895,00		895,00		895,00	



Tus viajes en guía de los mejores

Denominación	Año 1		Año 2		Año 3		Año 4		Año 5	
	Fijos	Variables								
Depreciación Vehículo	7.280,00		7.280,00		7.280,00		7.280,00		7.280,00	
Depreciación Equipo de Computación	680,00		680,00		680,00					
Depreciación de Muebles y Enseres	112,95		112,95		112,95		112,95		112,95	
Depreciación Equipo de Seguridad	38,00		38,00		38,00					
Total Gastos Administrativos	45.403,55	1.109,95	46.504,72	1.127,27	47.639,82	1.144,85	48.091,90	1.162,71	49.298,05	1.180,85
<i>Gastos de Venta</i>										
Publicidad	708,00		719,04		730,26		741,65		753,22	
Mantenimiento y Combustible		1.302,00		1.322,31		1.342,94		1.363,89		1.385,17
Total de Gastos de Venta	708,00	1.302,00	719,04	1.322,31	730,26	1.342,94	741,65	1.363,89	753,22	1.385,17
<i>Gastos Financieros</i>										
Intereses del Préstamo	15.980,85		13.038,30		10.113,18		6.765,53		3.047,58	
Total Gastos Financieros	15.980,85		13.038,30		10.113,18		6.765,53		3.047,58	
Total Gasto de Operación	62.092,40	175.029,84	60.262,07	186.391,80	58.483,27	190.476,74	55.599,09	194.651,31	53.098,85	198.917,46

Nota. La tabla muestra cómo se clasificaron cada uno de los rubros de los costos y gastos.

Tabla 68.*Distribución de Costos por Paquete Año 1**Tus viajes en guía de los mejores*

Presupuesto de Costos y Gastos por Paquete Año 1				
Denominación	Paquete 1 (53,33%)		Paquete 2 (46,67%)	
	Fijos	Variables	Fijos	Variables
Alimentación		62.600,09		54.782,42
Alojamiento		55.235,38		
Sueldos Administrativos	6.656,01		5.824,79	
Sueldos Operativos	11.346,92		9.929,88	
Indumentaria Personal		21,33		18,67
Suministros de Oficina		61,57		53,88
Suministros de Aseo y Limpieza		136,26		119,24
Servicios Básicos		355,18		310,82
Arriendo Local	1.407,91		1.232,09	
Otros Enseres		17,60		15,40
Amortización Activo Diferido	477,30		417,70	
Depreciación Vehículo	3.882,42		3.397,58	
Depreciación Equipo de Computación	362,64		317,36	
Depreciación de Muebles y Enseres	60,24		52,71	
Depreciación Equipo de Seguridad	20,27		17,74	
Publicidad	377,58		330,42	
Mantenimiento y Combustible		694,36		607,64
Interés del Préstamo	8.522,59		7.458,26	
Total Costo de Operación	33.113,88	119.121,76	28.978,52	55.908,07
Costo Total	152.235,64		84.886,60	

Nota. La tabla indica el presupuesto de costos y gastos por paquete año 1.

Tabla 69.*Distribución de Costos por Paquete Año 2**Tus viajes en guía de los mejores*

Presupuesto de Costos y Gastos por Paquete Año 2				
Denominación	Paquete 1 (53,33%)		Paquete 2 (46,67%)	
	Fijos	Variables	Fijos	Variables
Alimentación		63.977,30		55.987,63
Alojamiento		63.977,30		
Sueldos Administrativos	6.865,01		6.007,69	
Sueldos Operativos	11.703,21		10.241,68	
Indumentaria Personal		21,66		18,96
Suministros de Oficina		62,53		54,72
Suministros de Aseo y Limpieza		138,38		121,10
Servicios Básicos		360,72		315,67
Arriendo Local	1.429,88		1.251,31	
Otros Enseres		17,87		15,64
Amortización Activo Diferido	477,30		417,70	
Depreciación Vehículo	3.882,42		3.397,58	
Depreciación Equipo de Computación	362,64		317,36	
Depreciación de Muebles y Enseres	60,24		52,71	
Depreciación Equipo de Seguridad	20,27		17,74	
Publicidad	383,47		335,58	
Mantenimiento y Combustible		705,19		617,12
Interés del Préstamo	6.953,33		6.084,97	
Total Costo de Operación	32.137,76	129.260,95	28.124,31	57.130,85
Costo Total	161.398,71		85.255,16	

Nota. La tabla indica el presupuesto de costos y gastos por paquete año 2.

Tabla 70.*Distribución de Costos por Paquete Año 3**Tus viajes en guía de los mejores*

Presupuesto de Costos y Gastos por Paquete Año 3				
Denominación	Paquete 1 (53,33%)		Paquete 2 (46,67%)	
	Fijos	Variables	Fijos	Variables
Alimentación		65.384,80		57.219,36
Alojamiento		65.384,80		
Sueldos Administrativos	7.080,57		6.196,33	
Sueldos Operativos	12.070,69		10.563,27	
Indumentaria Personal		22,00		19,25
Suministros de Oficina		63,51		55,57
Suministros de Aseo y Limpieza		140,54		122,99
Servicios Básicos		366,35		320,60
Arriendo Local	1.452,18		1.270,83	
Otros Enseres		18,15		15,89
Amortización Activo Diferido	477,30		417,70	
Depreciación Vehículo	3.882,42		3.397,58	
Depreciación Equipo de Computación	362,64		317,36	
Depreciación de Muebles y Enseres	60,24		52,71	
Depreciación Equipo de Seguridad	20,27		17,74	
Publicidad	389,45		340,81	
Mantenimiento y Combustible		716,19		626,75
Interés del Préstamo	5.393,36		4.719,82	
Total Costo de Operación	31.189,13	132.096,33	27.294,14	58.380,41
Costo Total	163.285,45		85.674,55	

Nota. La tabla indica el presupuesto de costos y gastos por paquete año 3.

Tabla 71.*Distribución de Costos por Paquete Año 4**Tus viajes en guía de los mejores*

Presupuesto de Costos y Gastos por Paquete Año 4				
Denominación	Paquete 1 (53,33%)		Paquete 2 (46,67%)	
	Fijos	Variables	Fijos	Variables
Alimentación		66.823,26		58.478,18
Alojamiento		66.823,26		
Sueldos Administrativos	7.302,90		6.390,89	
Sueldos Operativos	12.449,71		10.894,96	
Indumentaria Personal		22,35		19,56
Suministros de Oficina		64,50		56,44
Suministros de Aseo y Limpieza		142,74		124,91
Servicios Básicos		372,06		325,60
Arriendo Local	1.474,84		1.290,65	
Otros Enseres		18,44		16,13
Amortización Activo Diferido	477,30		417,70	
Depreciación Vehículo	3.882,42		3.397,58	
Depreciación Equipo de Computación				
Depreciación de Muebles y Enseres	60,24		52,71	
Depreciación Equipo de Seguridad				
Publicidad	395,52		346,13	
Mantenimiento y Combustible		727,36		636,53
Interés del Préstamo	3.608,06		3.157,47	
Total Costo de Operación	29.650,99	134.993,96	25.948,09	59.657,35
Costo Total	164.644,95		85.605,44	

Nota. La tabla indica el presupuesto de costos y gastos por paquete año 4.

Tabla 72.*Distribución de Costos por Paquete Año 5**Tus viajes en guía de los mejores*

Presupuesto de Costos y Gastos por Paquete Año 5				
Denominación	Paquete 1 (53,33%)		Paquete 2 (46,67%)	
	Fijos	Variables	Fijos	Variables
Alimentación		68.293,37		59.764,70
Alojamiento		68.293,37		
Sueldos Administrativos	7.532,21		6.591,57	
Sueldos Operativos	12.840,63		11.237,06	
Indumentaria Personal		22,69		19,86
Suministros de Oficina		65,50		57,32
Suministros de Aseo y Limpieza		144,96		126,86
Servicios Básicos		377,86		330,68
Arriendo Local	1.497,84		1.310,79	
Otros Enseres		18,72		16,38
Amortización Activo Diferido	477,30		417,70	
Depreciación Vehículo	3.882,42		3.397,58	
Depreciación Equipo de Computación				
Depreciación de Muebles y Enseres	60,24		52,71	
Depreciación Equipo de Seguridad				
Publicidad	401,69		351,53	
Mantenimiento y Combustible		738,71		646,46
Interés del Préstamo	1.625,27		1.422,31	
Total Costo de Operación	28.317,62	137.955,20	24.781,24	60.962,26
Costo Total	166.272,82		85.743,50	

Nota. La tabla indica el Presupuesto de costos y gastos por paquete año 5.

Tabla 73.*Clasificación de Costos Fijos y Variables año 1 al 5 Paquete 1*

Clasificación de Costos Paquete 1					
Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Costos Fijos	33.113,88	32.137,76	31.189,13	29.650,99	28.317,62
Costos Variables	119.121,76	129.260,95	132.096,33	134.993,96	137.955,20
Total Costos	152.235,64	161.398,71	163.285,45	164.644,95	166.272,82

Nota. La tabla muestra la clasificación de costos fijos y variables año 1 al 5 paquete 1.

Tabla 74.*Clasificación de Costos Fijos y Variables año 1 al 5 Paquete 2*

Clasificación de Costos Paquete 2					
Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Costos Fijos	28.978,52	28.124,31	27.294,14	25.948,09	24.781,24
Costos Variables	55.908,07	57.130,85	58.380,41	59.657,35	60.962,26
Total Costos	84.886,60	85.255,16	85.674,55	85.605,44	85.743,50

Nota. La tabla muestra la clasificación de costos fijos y variables año 1 al 5 paquete 2.

Tabla 75.*Presupuesto de Costos Paquete 1*

Tus viajes en guía de los mejores

Presupuesto de Costos Paquete 1					
Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Costos Fijos	33.113,88	32.137,76	31.189,13	29.650,99	28.317,62
Costos Variables	119.121,76	129.260,95	132.096,33	134.993,96	137.955,20
Unidades Vendidas	3682	3763	3846	3931	4017
Margen de Utilidad	40%	40%	40%	40%	40%
Costo Total	152.235,64	161.398,71	163.285,45	164.644,95	166.272,82
Costo Unitario	41,34	42,89	42,45	41,89	41,39
Precio de Venta	68,90	71,48	70,76	69,81	68,98
Margen de Utilidad	27,56	28,59	28,30	27,92	27,59
Ingresos Totales	253.726,07	268.997,85	272.142,42	274.408,25	277.121,37

Nota. Datos tomados tabla 73.

Tabla 76.*Presupuesto de Costos Paquete 2*

Tus viajes en guía de los mejores

Presupuesto de Costos Paquete 2					
Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Costos Fijos	28.978,52	28.124,31	27.294,14	25.948,09	24.781,24
Costos Variables	55.908,07	57.130,85	58.380,41	59.657,35	60.962,26
Unidades Vendidas	3222	3293	3366	3440	3516
Margen de Utilidad	20%	20%	20%	20%	20%
Costo Total	84.886,6	85.255,2	85.674,6	85.605,4	85.743,5
Costo Unitario	26,3	25,9	25,5	24,9	24,4
Precio de Venta	32,93	32,36	31,82	31,11	30,49
Margen de Utilidad	6,59	6,47	6,36	6,22	6,10
Ingresos Totales	106.108,25	106.568,95	107.093,19	107.006,80	107.179,37

Nota. Datos tomados tabla 74.

Tabla 77.*Resumen Ingresos por Paquete*


Paquete	Servicios	%	Costo Total	Costo Unitario	PVP
Año 1					
Paquete 1	3682	40%	152.235,6	41,34	68,90
Paquete 2	3222	20%	84.886,60	26,34	32,93
Año 2					
Paquete 1	3763	40%	161.398,7	42,89	71,48
Paquete 2	3293	20%	85.255,16	25,89	32,36
Año 3					
Paquete 1	3846	40%	163.285,5	42,45	70,76
Paquete 2	3366	20%	85.674,55	25,45	31,82
Año 4					
Paquete 1	3931	40%	164.644,9	41,89	69,81
Paquete 2	3440	20%	85.605,44	24,89	31,11
Año 5					
Paquete 1	4017	40%	166.272,8	41,39	68,98
Paquete 2	3516	20%	85.743,50	24,39	30,49

Nota. Datos tomados tabla 75 y 76.

Estado de Pérdidas y Ganancias Proyectado

Para crear el estado de resultados, es esencial tomar en cuenta los ingresos totales anuales y deducir los costos de ventas, costos operativos, un margen del 15% para beneficios laborales y el porcentaje correspondiente según la tabla de impuestos sobre la renta.

Tabla 78.*Estado de Pérdidas y Ganancias Proyectado*


Estado de Pérdidas y Ganancias					
Denominación	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos					
Ventas Netas	359.834,32	375.566,80	379.235,61	381.415,05	384.300,74
Total Ingresos	359.834,32	375.566,80	379.235,61	381.415,05	384.300,74
Gastos					



Tus viajes en guía de los mejores

Estado de Pérdidas y Ganancias

Denominación	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
(-) Costos de Operación					
Alimentación	117.382,51	119.964,93	122.604,15	125.301,45	128.058,08
Hospedaje	55.235,38	63.977,30	65.384,80	66.823,26	68.293,37
Total Costos de Operación	172.617,89	183.942,22	187.988,95	192.124,71	196.351,45
Utilidad Bruta	187.216,43	191.624,58	191.246,66	189.290,34	187.949,29
(-) Otros gastos de operación					
Gastos Administrativos					
Sueldos Administrativos	12.480,80	12.872,70	13.276,90	13.693,79	14.123,78
Sueldo Personal Operativo	21.276,80	21.944,89	22.633,96	23.344,67	24.077,69
Indumentaria del personal	40,00	40,62	41,26	41,90	42,56
Suministros de oficina	115,45	117,25	119,08	120,94	122,82
Suministros de aseo y limpieza	255,50	259,49	263,53	267,64	271,82
Servicios Básicos	666,00	676,39	686,94	697,66	708,54
Arriendo Local	2.640,00	2.681,18	2.723,01	2.765,49	2.808,63
Otros Enseres	33,00	33,51	34,04	34,57	35,11
Amortización Activo Diferido	895,00	895,00	895,00	895,00	895,00
Depreciación Vehículo	7.280,00	7.280,00	7.280,00	7.280,00	7.280,00
Depreciación Equipo de Computación	680,00	680,00	680,00	-	-
Depreciación de Muebles y Enseres	112,95	112,95	112,95	112,95	112,95
Depreciación Equipo de Seguridad	38,00	38,00	38,00	-	-
Total Gastos Administrativos	46.513,50	47.631,99	48.784,67	49.254,61	50.478,90
Gastos de Venta					
Publicidad	708,00	719,04	730,26	741,65	753,22
Mantenimiento y Combustible	1.302,00	1.322,31	1.342,94	1.363,89	1.385,17
Total de Gastos de Venta	2.010,00	2.041,36	2.073,20	2.105,54	2.138,39
Gastos Financieros					
Intereses del Préstamo	15.980,85	13.038,30	10.113,18	6.765,53	3.047,58
Total Gastos Financieros	15.980,85	13.038,30	10.113,18	6.765,53	3.047,58
Total Costos y Gastos	64.504,35	62.711,65	60.971,06	58.125,68	55.664,87
(=) Utilidad Operacional	122.712,08	128.912,93	130.275,61	131.164,66	132.284,42
(-) Utilidad a los trabajadores 15%	18.406,81	19.336,94	19.541,34	19.674,70	19.842,66
(=) Utilidad antes del Impuesto	104.305,26	109.575,99	110.734,27	111.489,96	112.441,76
Impuesto a la renta por pagar	23.148,04	24.992,80	25.398,19	25.662,69	25.995,82
Utilidad Neta	81.157,22	84.583,19	85.336,07	85.827,27	86.445,94

Nota. La tabla indica los valores del estado de pérdidas y ganancias del año 1 a al 5.

Tabla 79.*Cálculo Impuesto a la Renta*

Tus viajes en guía de los mejores

Denominación	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Base Imponible	104.305,26	109.575,99	110.734,27	111.489,96	112.441,76
Fracción Básica	79.388,00	79.388,00	79.388,00	79.388,00	79.388,00
Total	24.917,26	30.187,99	31.346,27	32.101,96	33.053,76
Impuesto Fracción Excedente	8.721,04	10.565,80	10.971,19	11.235,69	11.568,82
Impuesto Fracción Básica	14.427,00	14.427,00	14.427,00	14.427,00	14.427,00
Impuesto a la Renta	23.148,04	24.992,80	25.398,19	25.662,69	25.995,82

Nota. La tabla presenta el cálculo del impuesto a la renta del año 1 al 5.

Tabla 80.*Impuesto a la Renta*

Tus viajes en guía de los mejores

Año 2023 – En dólares			
Fracción Básica	Exceso hasta	Impuesto Fracción Básica	% Impuesto Fracción Excedente
0	11.722	0	0%
11.722	14.930	0	5%
14.930	10.385	160	10%
19.385	25.638	606	12%
25.638	33.738	1.356	15%
33.738	44.721	2.571	20%
44.721	59.537	4.768	25%
59.537	79.388	8.472	30%
79.388	105.580	14.427	35%
105.580	En adelante	23.594	37%

Nota. La tabla indica los valores del impuesto a la renta 2023.

Estado de Flujo de Efectivo Proyectado

El estado de flujo de efectivo proyectado es una herramienta financiera que muestra las entradas y salidas de efectivo de un negocio durante un período de tiempo específico.

Proporciona una visión detallada de cómo se mueve el efectivo dentro y fuera de la empresa, lo que es esencial para la gestión financiera y la planificación a corto y largo plazo.

Tabla 81.*Estado de Flujo de Efectivo Proyectado*

Tus viajes en guía de los mejores

Flujo de Efectivo Proyectado						
Denominación	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos						
Ventas		359.834,32	375.566,80	379.235,61	381.415,05	384.300,74
Total Ingresos		359.834,32	375.566,80	379.235,61	381.415,05	384.300,74
Egresos						
Inversión Inicial	266.576,44					
Costo de Operación		172.617,89	183.942,22	187.988,95	192.124,71	196.351,45
Gastos Administrativos		46.513,50	47.631,99	48.784,67	49.254,61	50.478,90
Gastos de Venta		2.010,00	2.041,36	2.073,20	2.105,54	2.138,39
Gastos Financieros		15.980,85	13.038,30	10.113,18	6.765,53	3.047,58
Total Egresos	266.576,44	237.122,24	246.653,87	248.960,00	250.250,39	252.016,32
Ingresos Brutos		122.712,08	128.912,93	130.275,61	131.164,66	132.284,42
(-) Utilidad 15%		18.406,81	19.336,94	19.541,34	19.674,70	19.842,66
Impuesto a la Renta por pagar		23.148,04	24.992,80	25.398,19	25.662,69	25.995,82
Ingresos Netos		81.157,22	84.583,19	85.336,07	85.827,27	86.445,94
(+) Depreciaciones		8.110,95	8.110,95	8.110,95	7.392,95	7.392,95
(+) Amortización de activos diferidos		895,00	895,00	895,00	895,00	895,00
Flujo de Efectivo	-266.576,44	90.163,17	93.589,15	94.342,02	94.115,22	94.733,89

Nota. La tabla indica los valores del estado de flujo de efectivo del año 1 a al 5.

Punto de Equilibrio

El punto de equilibrio es un concepto importante en la gestión financiera y se refiere al nivel de ventas en el cual una empresa ni gana ni pierde dinero, es decir, los ingresos totales igualan los costos totales. En otras palabras, es el punto en el que la empresa cubre todos sus gastos y comienza a generar ganancias después de superarlo.

El punto de equilibrio puede calcularse de diferentes maneras, y una de esas formas es tomando en cuenta la capacidad instalada y el nivel de ventas. En este enfoque, se considera cuánto de la capacidad instalada de una empresa se está utilizando en relación con el nivel de ventas actual.

Datos año 1:

- **Costos Fijos:** 62.092,40
- **Costos Variables:** 175.029,84
- **Ventas Totales:** 359.834,32

Punto de Equilibrio según Capacidad Instalada año 1

$$\text{Punto de Equilibrio} = \frac{\text{Costos Fijos}}{\text{Ventas Totales} - \text{Costos Variable}} * 100\%$$

$$\text{Punto de Equilibrio} = \frac{62.092,40}{359.834,32 - 175.029,84} * 100\%$$

$$\text{Punto de Equilibrio} = \frac{62.092,40}{184.804,48} * 100\%$$

$$\text{Punto de Equilibrio} = 0,3359897 * 100\%$$

$$\text{Punto de Equilibrio} = 33,60\%$$

Punto de Equilibrio según el nivel de Ventas año 1

$$\text{Punto de Equilibrio} = \frac{\text{Costos Fijos}}{1 - \frac{\text{Costos Variables}}{\text{Ventas Totales}}} * 100\%$$

$$\text{Punto de Equilibrio} = \frac{62.092,40}{1 - \frac{175.029,84}{359.834,32}} * 100\%$$

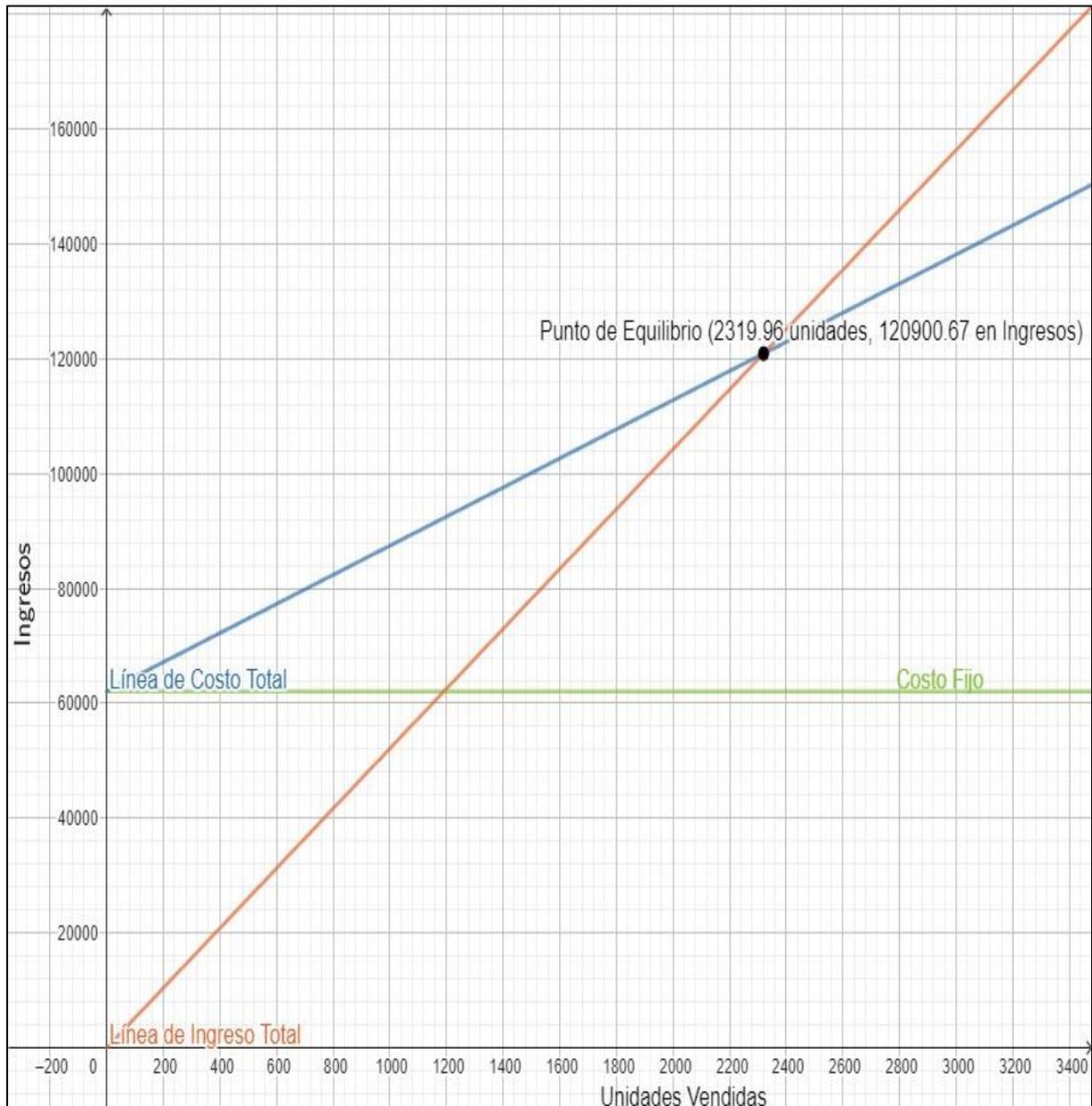
$$\text{Punto de Equilibrio} = \frac{62.092,40}{1 - 0,4864} * 100\%$$

$$\text{Punto de Equilibrio} = \frac{62.092,40}{0,5135} * 100\%$$

$$\text{Punto de Equilibrio} = 120.900,67$$

Figura 28.

Punto de Equilibrio Año 1



Nota. La gráfica representa el punto de equilibrio del primer año.

Análisis: La representación gráfica anterior indica que, en el tercer año, la empresa necesita alcanzar ventas por un total de \$120.900,67 en los servicios y mantener su capacidad instalada en un nivel mínimo del 33,60%. Es importante destacar que estos valores son lo mínimo que la empresa debe cumplir para evitar generar pérdidas o ganancias.

Datos año 2:

- **Costos Fijos:** 60.262,07
- **Costos Variables:** 186.391,80
- **Ventas Totales:** 375.566,80

Punto de Equilibrio según Capacidad Instalada año 2

$$\text{Punto de Equilibrio} = \frac{\text{Costos Fijos}}{\text{Ventas Totales} - \text{Costos Variable}} * 100\%$$

$$\text{Punto de Equilibrio} = \frac{60.262,07}{375.566,80 - 186.391,80} * 100\%$$

$$\text{Punto de Equilibrio} = \frac{60.262,07}{189.175,00} * 100\%$$

$$\text{Punto de Equilibrio} = 0,31855 * 100\%$$

$$\text{Punto de Equilibrio} = 31,86\%$$

Punto de Equilibrio según el nivel de Ventas año 2

$$\text{Punto de Equilibrio} = \frac{\text{Costos Fijos}}{1 - \frac{\text{Costos Variables}}{\text{Ventas Totales}}} * 100\%$$

$$\text{Punto de Equilibrio} = \frac{60.262,07}{1 - \frac{186.391,80}{375.566,80}} * 100\%$$

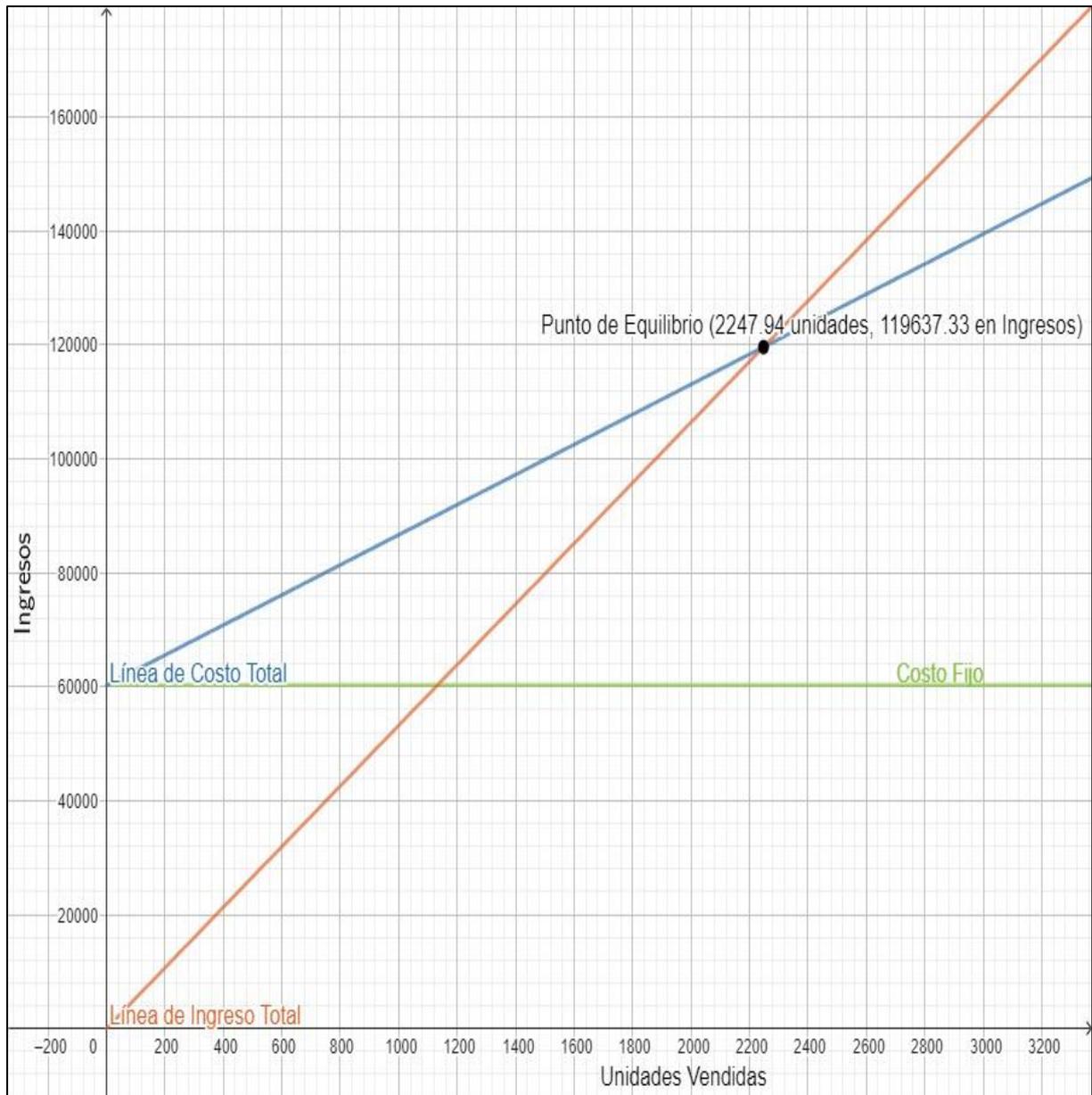
$$\text{Punto de Equilibrio} = \frac{60.262,07}{1 - 0,4963} * 100\%$$

$$\text{Punto de Equilibrio} = \frac{60.262,07}{0,5037} * 100\%$$

$$\text{Punto de Equilibrio} = 119.637,33$$

Figura 29.

Punto de Equilibrio Año 2



Nota. La gráfica representa el punto de equilibrio del segundo año.

Análisis: La representación gráfica anterior indica que, en el tercer año, la empresa necesita alcanzar ventas por un total de \$119.637,33 en sus productos y mantener su capacidad instalada en un nivel mínimo del 31,86%. Es importante destacar que estos valores son lo mínimo que la empresa debe cumplir para evitar generar pérdidas o ganancias

Datos año 3:

- **Costos Fijos:** 58.483,27
- **Costos Variables:** 190.476,74
- **Ventas Totales:** 379.235,61

Punto de Equilibrio según Capacidad Instalada año 3

$$\text{Punto de Equilibrio} = \frac{\text{Costos Fijos}}{\text{Ventas Totales} - \text{Costos Variable}} * 100\%$$

$$\text{Punto de Equilibrio} = \frac{58.483,27}{379.235,61 - 190.476,74} * 100\%$$

$$\text{Punto de Equilibrio} = \frac{58.483,27}{188.758,87} * 100\%$$

$$\text{Punto de Equilibrio} = 0,3098 * 100\%$$

$$\text{Punto de Equilibrio} = 30,98\%$$

Punto de Equilibrio según el nivel de Ventas año 3

$$\text{Punto de Equilibrio} = \frac{\text{Costos Fijos}}{1 - \frac{\text{Costos Variables}}{\text{Ventas Totales}}} * 100\%$$

$$\text{Punto de Equilibrio} = \frac{58.483,27}{1 - \frac{190.476,74}{379.235,61}} * 100\%$$

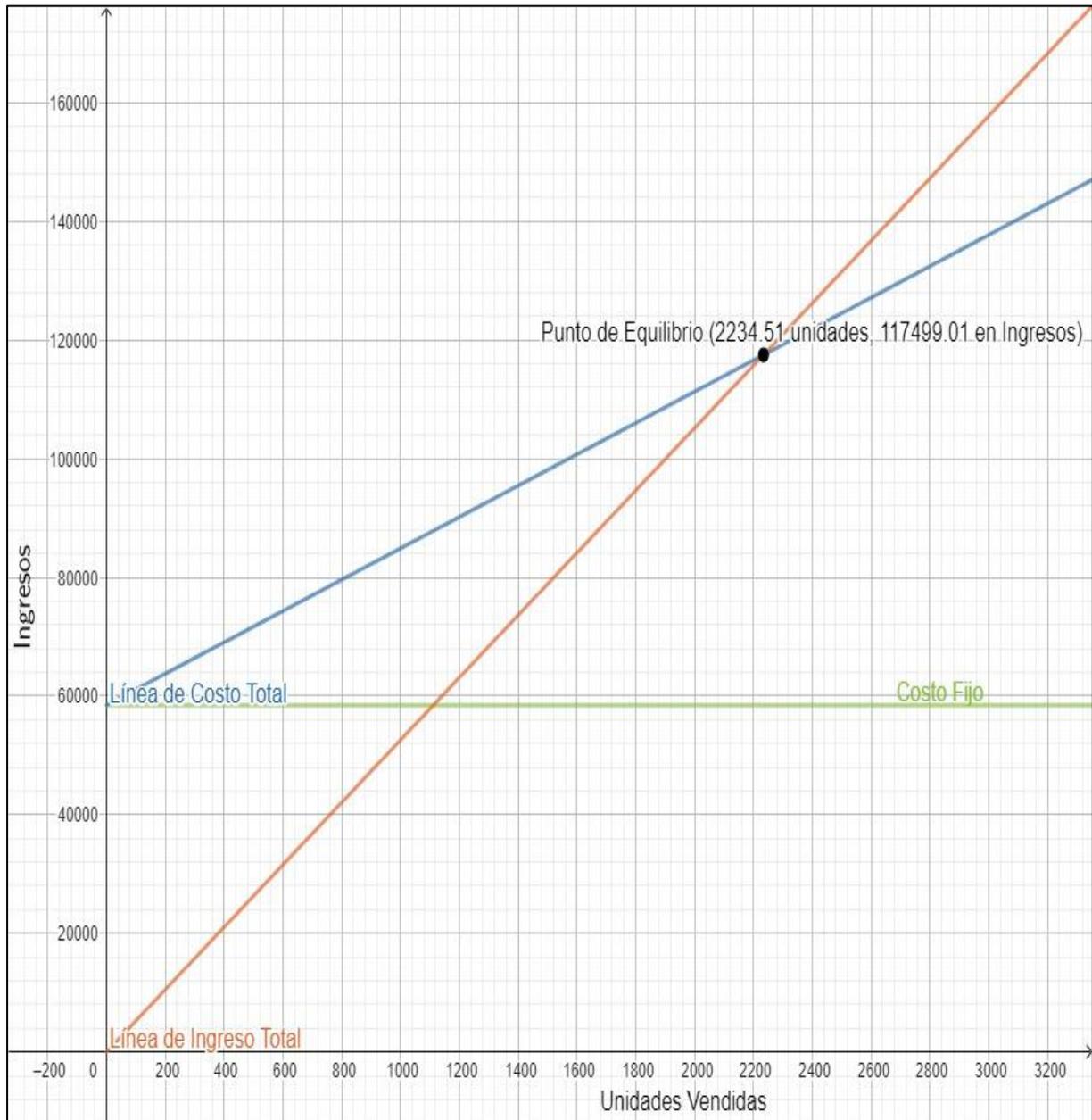
$$\text{Punto de Equilibrio} = \frac{58.483,27}{1 - 0,5023} * 100\%$$

$$\text{Punto de Equilibrio} = \frac{58.483,27}{0,4977} * 100\%$$

$$\text{Punto de Equilibrio} = 117.499,01$$

Figura 30.

Punto de Equilibrio Año 3



Nota. La gráfica representa el punto de equilibrio del tercer año.

Análisis: La representación gráfica anterior indica que, en el tercer año, la empresa necesita alcanzar ventas por un total de \$117,499.01 en sus productos y mantener su capacidad instalada en un nivel mínimo del 30,98%. Es importante destacar que estos valores son lo mínimo que la empresa debe cumplir para evitar generar pérdidas o ganancias.

Datos año 4:

- **Costos Fijos:** 55.599,09
- **Costos Variables:** 194.651,31
- **Ventas Totales:** 381.415,05

Punto de Equilibrio según Capacidad Instalada año 4

$$\text{Punto de Equilibrio} = \frac{\text{Costos Fijos}}{\text{Ventas Totales} - \text{Costos Variable}} * 100\%$$

$$\text{Punto de Equilibrio} = \frac{55.599,09}{381.415,05 - 194.651,31} * 100\%$$

$$\text{Punto de Equilibrio} = \frac{55.599,09}{186.763,75} * 100\%$$

$$\text{Punto de Equilibrio} = 0,29769 * 100\%$$

$$\text{Punto de Equilibrio} = 29,77\%$$

Punto de Equilibrio según el nivel de Ventas año 4

$$\text{Punto de Equilibrio} = \frac{\text{Costos Fijos}}{1 - \frac{\text{Costos Variables}}{\text{Ventas Totales}}} * 100\%$$

$$\text{Punto de Equilibrio} = \frac{55.599,09}{1 - \frac{194.651,31}{381.415,05}} * 100\%$$

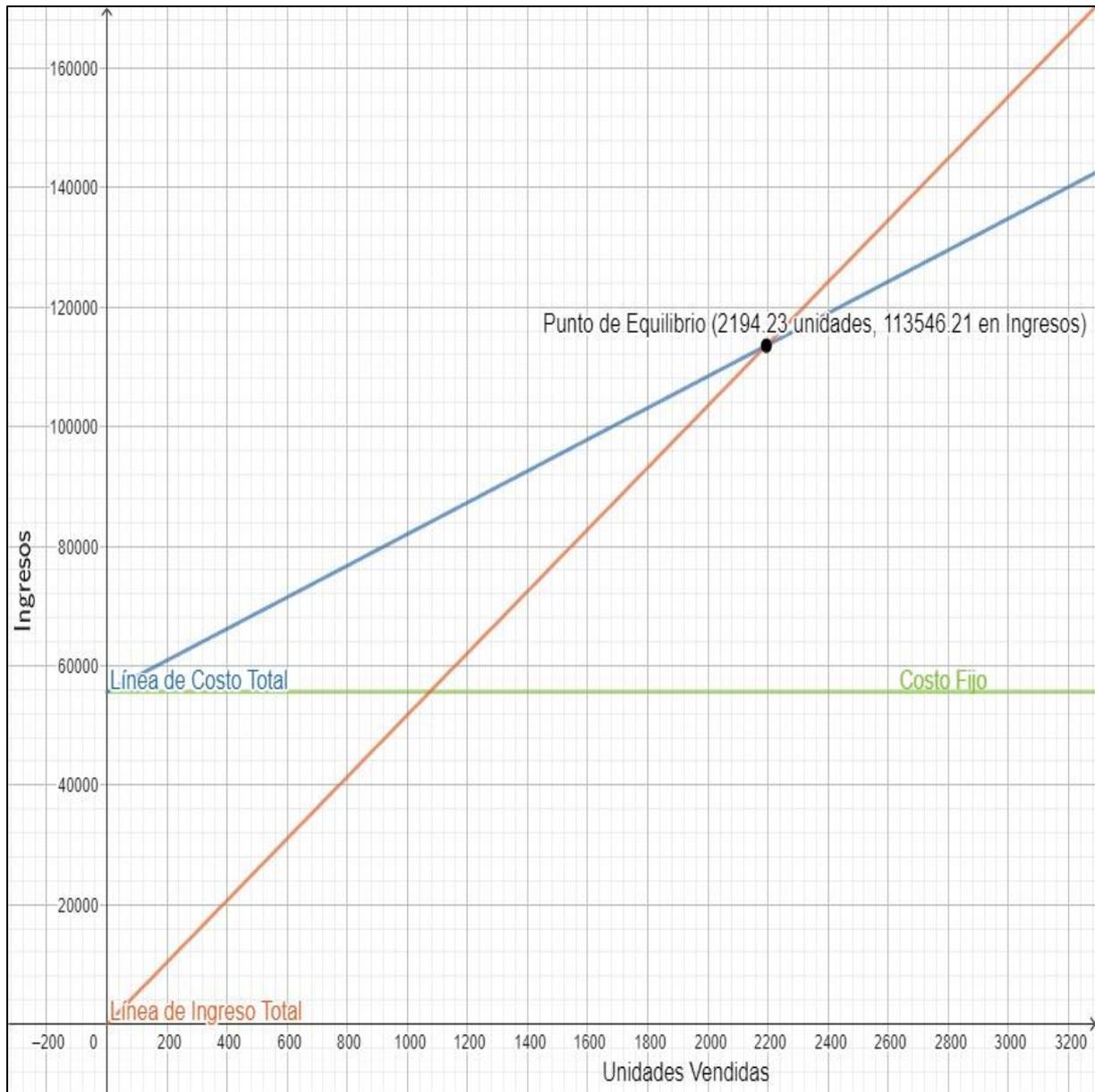
$$\text{Punto de Equilibrio} = \frac{55.599,09}{1 - 0,5103} * 100\%$$

$$\text{Punto de Equilibrio} = \frac{55.599,09}{0,4897} * 100\%$$

$$\text{Punto de Equilibrio} = 113.546,21$$

Figura 31.

Punto de Equilibrio Año 4



Nota. La gráfica representa el punto de equilibrio del cuarto año.

Análisis: La representación gráfica anterior indica que, en el tercer año, la empresa necesita alcanzar ventas por un total de \$113,546.21 en sus productos y mantener su capacidad instalada en un nivel mínimo del 29,77%. Es importante destacar que estos valores son lo mínimo que la empresa debe cumplir para evitar generar pérdidas o ganancias

Datos año 5:

- **Costos Fijos:** 53.098,85
- **Costos Variables:** 198.917,46
- **Ventas Totales:** 384.300,74

Punto de Equilibrio según Capacidad Instalada año 5

$$\text{Punto de Equilibrio} = \frac{\text{Costos Fijos}}{\text{Ventas Totales} - \text{Costos Variable}} * 100\%$$

$$\text{Punto de Equilibrio} = \frac{53.098,85}{384.300,74 - 198.917,46} * 100\%$$

$$\text{Punto de Equilibrio} = \frac{53.098,85}{185.383,28} * 100\%$$

$$\text{Punto de Equilibrio} = 0,2864 * 100\%$$

$$\text{Punto de Equilibrio} = 28,64\%$$

Punto de Equilibrio según el nivel de Ventas año 5

$$\text{Punto de Equilibrio} = \frac{\text{Costos Fijos}}{1 - \frac{\text{Costos Variables}}{\text{Ventas Totales}}} * 100\%$$

$$\text{Punto de Equilibrio} = \frac{53.098,85}{1 - \frac{198.917,46}{384.300,74}} * 100\%$$

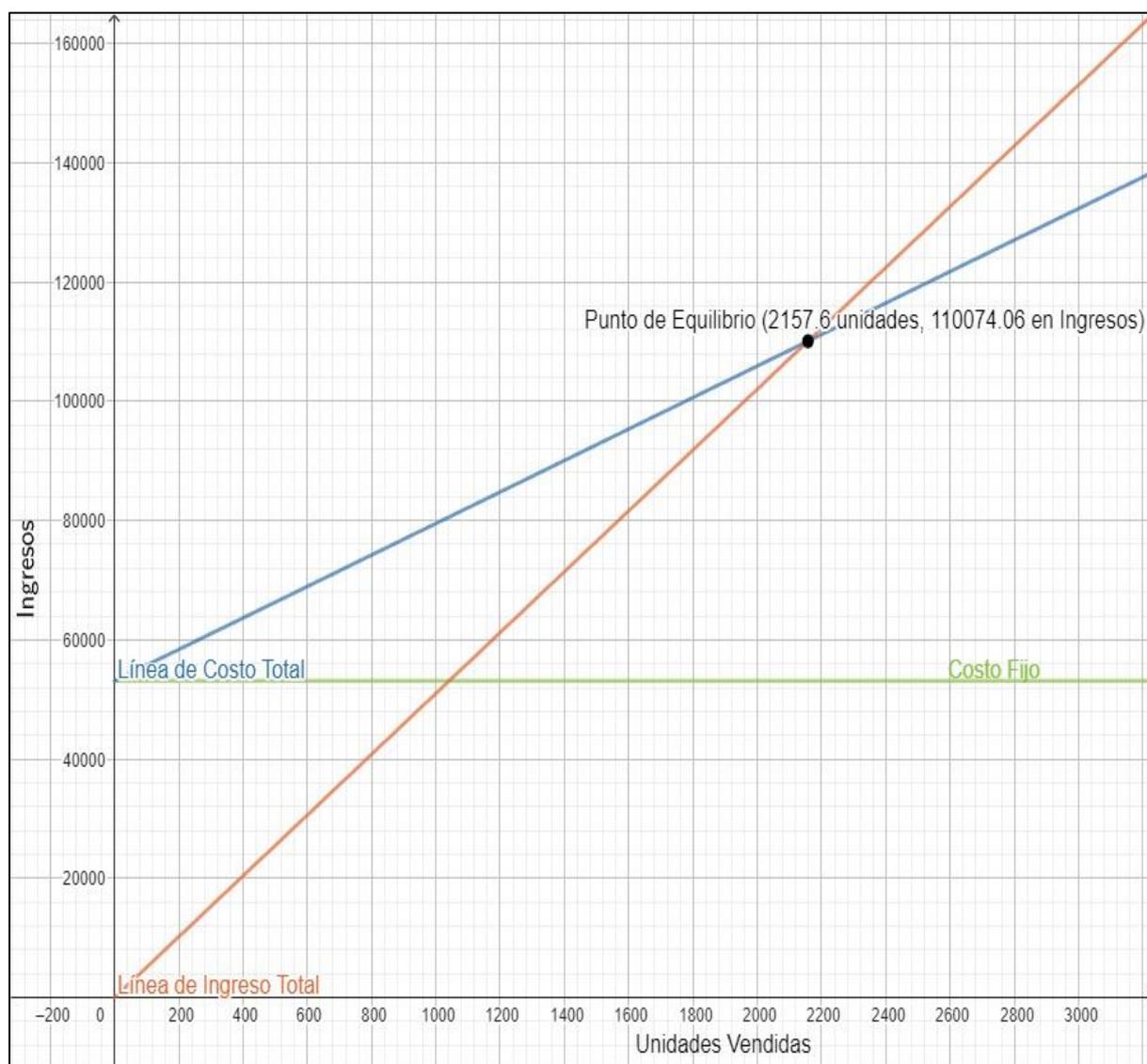
$$\text{Punto de Equilibrio} = \frac{53.098,85}{1 - 0,5176} * 100\%$$

$$\text{Punto de Equilibrio} = \frac{53.098,85}{0,4823} * 100\%$$

$$\text{Punto de Equilibrio} = 110.074,06$$

Figura 32.

Punto de Equilibrio Año 5



Nota. La gráfica representa el punto de equilibrio del quinto año.

Análisis: La representación gráfica anterior indica que, en el tercer año, la empresa necesita alcanzar ventas por un total de \$110,074.06 en sus productos y mantener su capacidad instalada en un nivel mínimo del 28,64%. Es importante destacar que estos valores son lo mínimo que la empresa debe cumplir para evitar generar pérdidas o ganancias

Evaluación Financiera

La evaluación financiera consiste en analizar la rentabilidad de un proyecto de inversión al evaluar su retorno económico. Además, se busca determinar si resulta favorable llevar a cabo la inversión en cuestión aplicando los indicadores Tasa Mínima Aceptable de rendimiento (TMAR), Valor Actual Neto (VAN), Tasa Interna de Retorno (TIR), Relación Beneficio Costo (RB/C), Periodo Recuperación de Capital (PRC) y Análisis de Sensibilidad.

Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento (TMAR)

El riesgo considerado será de 3%, debido a que la inversión tiene un riesgo bajo, por la baja oferta de empresas que ofrecen servicios turísticos y el valor de la inflación será de 3,12% para el mes de enero en este año 2023.

$$TMR = i + f + (i * f)$$

$$TMR = 3,12\% + 3\% + (3,12\% * 3\%)$$

$$TMR = 6,12\% + (9,36\%)$$

$$TMR = 15,48\%$$

Es importante calcular la Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento (TMAR) aplicado a los fondos bancarios. En este contexto, se considera la tasa de interés propuesta por la entidad financiera, que se de 11,26%, esta tasa de interés será abonada de forma anual como parte del financiamiento obtenido de Banco del Austro.

Tabla 82.

Cálculo TMAR

Origen	Valor	% Composición	Tasa de Operación	%
Aporte Propio	116.576,44	43,73%	15,48%	6,77%
Aporte Financiado	150.000,00	56,27%	11,26%	6,34%
			TMAR	13,11%

Nota. Valores obtenidos de acuerdo al cálculo de la TMAR

Fuentes Externas

La financiación es proporcionada por la entidad financiera "Banco del Austro", para cubrir el monto restante de la inversión la empresa solicitará un microcrédito de emprendimiento de \$150.000,00 dólares, con un interés del 11,26% y un plazo de 5 años para cubrir el 56,27% de la inversión total.

Con estos detalles, la empresa podrá calcular los pagos mensuales que deberá realizar para cubrir el microcrédito, considerando el monto prestado, el interés y el plazo

Valor Actual Neto (VAN)

Es la diferencia entre el valor presente de los ingresos y el valor presente de los egresos, se considera la información de la inversión con recursos propios y la inversión obtenida mediante financiamiento.

Tabla 83.

Cálculo Valor Actual Neto



NAVRA TRAVEL
Tus viajes en guía de los mejores

Valor Actual Neto			
Año	Flujo Neto	Factor de Actualización	Valor Actualizado
		$Fa = 1/(1+I)$	
0	-266.576,44		
1	90.163,17	0,884130721	79.716,03
2	93.589,15	0,781687132	73.157,43
3	94.342,02	0,691113607	65.201,06
4	94.115,22	0,611034772	57.507,67
5	94.733,89	0,540234614	51.178,53
		TOTAL	326.760,72

Nota. La tabla indica el cálculo del VAN que tendrá la empresa.

$$VAN = Valor Actualizado - Inversión$$

$$VAN = 326.760,72 - 266.576,44$$

$$VAN = 60.184,29$$

Si el VAN es positivo, como en este caso con un valor de \$60.184,29 para una vida útil de 5 años y una inversión de \$266.576,44 indica que el proyecto es aprobado ya que supera el 0. Este resultado favorable sugiere que la implementación del proyecto es beneficiosa y viable desde la perspectiva financiera.

Tasa Interna de Retorno (TIR)

La tasa interna de retorno (TIR) es un valor que equivale a los ingresos y gastos de un proyecto, y representa el rendimiento generado por la inversión. Este indicador financiero evalúa la rentabilidad al medir la ganancia que la empresa obtendrá para recuperar la inversión realizada.

Tabla 84.*Cálculo Tasa Interna de Retorno*

Tasa Interna de Retorno					
Años	Flujo Neto	Factor de Actualización	VAN Menor	Factor de Actualización	VAN Mayor
		17,00%		18,00%	
0	-266.576,44				
1	90.163,17	0,854700855	77.062,54	0,847457627	65.307,24
2	93.589,15	0,730513551	68.368,14	0,718184443	49.100,93
3	94.342,02	0,624370556	58.904,38	0,608630873	35.851,03
4	94.115,22	0,533650048	50.224,59	0,515788875	25.905,29
5	94.733,89	0,456111152	43.209,19	0,437109216	18.887,13
	Total		297.768,84		195.051,62
			-266.576,44		-266.576,44
	VPN-		31.192,41	VPN+	-71.524,82

Nota. La tabla indica el cálculo de la TIR que tendrá la empresa.

$$TIR = Tasa Menor + Diferencia de Tasas * \frac{VAN Menor}{VAN Menor - VAN Mayor}$$

$$TIR = 17,00 + 1 * \frac{31.192,41}{31.192,41 - (-71.524,82)}$$

$$TIR = 17,30$$

La Tasa Interna de Retorno (TIR) calculada es del 17,30% esto implica que el proyecto tiene la capacidad de mantener su operación durante los años previstos y se considera que este porcentaje demuestra su viabilidad en términos de rentabilidad. La conclusión es que el proyecto es factible ya que supera la tasa de costo de capital 11,26%.

Relación Beneficio Costo

Es un indicador utilizado en la evaluación de proyectos que compara los beneficios obtenidos con los costos incurridos en la ejecución del proyecto. En otras palabras, busca determinar si los beneficios esperados superan o igualan los costos en términos monetarios. Una relación B/C mayor que 1 indica que los beneficios superan los costos, lo que generalmente se considera favorable.

Tabla 85.*Cálculo Relación Beneficio Costo**Tus viajes en guía de los mejores*

Relación Beneficio Costo					
Años	Ingresos Originales	Egresos Originales	Factor de Actualización	Ingresos Actualizados	Egresos Actualizados
			13,11%		
1	359.834,32	237.122,24	0,884130721	318.140,57	209.647,06
2	375.566,80	246.653,87	0,781687132	293.575,73	192.806,15
3	379.235,61	248.960,00	0,691113607	262.094,89	172.059,65
4	381.415,05	250.250,39	0,611034772	233.057,86	152.911,69
5	384.300,74	252.016,32	0,540234614	207.612,56	136.147,94
TOTAL				1.314.481,62	863.572,49

Nota. La tabla indica el cálculo del Beneficio Costo que tendrá la empresa.

$$RCB = \frac{\text{Ingresos Actualizados}}{\text{Cotos Actualizados}}$$

$$RCB = \frac{1.314.481,62}{863.572,49}$$

$$RCB = 1,52$$

De acuerdo a los resultados obtenidos se determinó que los ingresos superan a los costos con un valor de \$1,52 lo que significa que por cada dólar invertido se generará una ganancia de \$0,52; esto respalda la viabilidad y justificación del proyecto.

Periodo de Recuperación de Capital

Este período representa el tiempo necesario para recuperar el capital inicial invertido en el proyecto a través de los flujos de efectivo generados por el mismo.

En otras palabras, es el tiempo que se necesita para recuperar el capital invertido. Una vez que se ha alcanzado este punto, los ingresos adicionales generados por la inversión representan ganancias netas.

Un periodo de recuperación de capital más corto indica que la inversión es más eficiente, ya que genera ingresos más rápidamente. Por otro lado, un periodo de recuperación más largo puede indicar que la inversión tardará más tiempo en generar beneficios, lo que puede afectar la rentabilidad y la decisión de inversión.

Tabla 86.*Cálculo Periodo de Recuperación de Capital*

Tus viajes en guía de los mejores

Periodo Recuperación de Capital				
Año	Flujo Neto	Factor de Actualización	Valor Actualizado	Saldo Acumulado
		$Fa = 1/(1+I)$		
0				-266.576,44
1	90.163,17	0,884130721	79.716,03	79.716,03
2	93.589,15	0,781687132	73.157,43	152.873,46
3	94.342,02	0,691113607	65.201,06	218.074,52
4	94.115,22	0,611034772	57.507,67	275.582,19
5	94.733,89	0,540234614	51.178,53	
	466.943,46	TOTAL	326.760,72	

Nota. La tabla indica el cálculo del Periodo de Recuperación de Capital de la empresa.

Para el cálculo del periodo de recuperación de capital se establece la siguiente fórmula:

$$PRC = \text{Año que supera la inversión} + \frac{\text{Inversión Inicial} - \text{E Primeros Flujos}}{\text{Flujo Neto Año que supera la Inversión}}$$

$$PRC = 4 + \frac{266.576,44 - 275.582,19}{94.115,22}$$

$$PRC = 3.904311439$$

Tabla 87.*Tiempo de recuperación de capital*

Cálculo de Periodo de Recuperación de Capital						
PRC=	3	*	1	=	3	Años
PRC=	0,90	*	12	=	11	Meses
PRC=	0,43	*	30	=	13	Días

Nota. La tabla indica el cálculo del periodo de recuperación de la inversión de la empresa.

El tiempo necesario para recuperar la inversión sería de 3 años, 11 meses y 13 días desde que la empresa comienza a operar, este período es adecuado y ofrece la oportunidad de obtener mayores ganancias.

Análisis de Sensibilidad

El análisis de sensibilidad consiste en evaluar cómo cambios en diferentes variables clave pueden afectar los resultados financieros de un proyecto de inversión.

Tabla 88.

Cálculo Análisis de Sensibilidad con Aumento de Costos



Análisis de Sensibilidad con Incrementos en los Costos								
Años	Costo Total	Costo Total Aumentado	Ingreso Original	Flujo de Efectivo Neto	Factor	Actualización		
						Factor	Factor	Factor
		19%			16%		17%	
0	-266.576,44							
1	237.122,24	282.175,46	359.834,32	77.658,85	0,862068966	66.947,29	0,854700855	57.219,90
2	246.653,87	293.518,10	375.566,80	82.048,69	0,781687132	64.136,41	0,730513551	46.852,52
3	248.960,00	296.262,41	379.235,61	82.973,21	0,691113607	57.343,91	0,624370556	35.803,85
4	250.250,39	297.797,97	381.415,05	83.617,09	0,611034772	51.092,95	0,533650048	27.265,75
5	252.016,32	299.899,42	384.300,74	84.401,32	0,540234614	45.596,51	0,456111152	20.797,08
Total		1.469.653,36				285.117,07		187.939,10
						-266.576,44		-266.576,44
					VPN-	18.540,63	VPN+	-78.637,34

Nota. La tabla indica el cálculo del Análisis de Sensibilidad con aumento de costos que tendrá la empresa.

A continuación, se procede a la aplicación de fórmulas:

Nueva TIR con Incremento:

$$NTIR = Tasa Menor + 1 * \frac{\sum VAN Tasa Menor}{VAN Tasa Menor - VAN Tasa Mayor}$$

$$TIR = 16 + 1 * \frac{18.540,63}{18.540,63 - (-78.637,34)}$$

$$TIR = 16 + 0.1907904641$$

$$TIR = 16,19$$

Diferencias de TIR:

$$DT = TIR del Proyecto - Nueva TIR$$

$$DT = 17,30\% - 16,19\%$$

$$DT = 1,11$$

Porcentaje de Variación:

$$\% de Variación = \frac{\% de Variación}{TIR del Proyecto}$$

$$\% de Variación = \frac{1,11}{17,30\%}$$

$$\% de Variación = 6,42$$

Sensibilidad:

$$Sensibilidad = \frac{\% de Variación}{Nueva TIR}$$

$$Sensibilidad = \frac{6,42}{16,19\%}$$

$$Sensibilidad = 0,40$$

El resultado obtenido es de 0,40%, lo que significa que es inferior a 1. Esto indica que el proyecto de inversión es financieramente viable y no es susceptible a posibles cambios futuros en los costos, teniendo un porcentaje máximo a soportar para el proyecto de 19% en aumento de los costos.

Tabla 89.

Cálculo Análisis de Sensibilidad con Disminución de Ingresos



Análisis de Sensibilidad con Incrementos en los Ingresos								
Años	Ingreso Total	Ingreso Total Aumentado	Costo Original	Flujo de Efectivo Neto	Actualización			
					Factor	VAN Menor	Factor	VAN Mayor
		12,00%			16%		17%	
0	-266.576,44							
1	359.834,32	316.654,20	237.122,24	79.531,96	0,862068966	68.562,03	0,85470085	58.600,03
2	375.566,80	330.498,78	246.653,87	83.844,91	0,743162901	62.310,43	0,73051355	45.518,61
3	379.235,61	333.727,34	248.960,00	84.767,33	0,640657674	54.306,84	0,62437056	33.907,59
4	381.415,05	335.645,25	250.250,39	85.394,85	0,552291098	47.162,82	0,53365005	25.168,44
5	384.300,74	338.184,65	252.016,32	86.168,33	0,476113015	41.025,86	0,45611115	18.712,35
Total		1.654.710,21				273.367,99		181.907,03
						-266.576,44		-266.576,44
					VPN-	6.791,55	VPN+	-84.669,41

Nota. La tabla indica el cálculo del Análisis de Sensibilidad con disminución de ingresos que tendrá la empresa.

A continuación, se procede a la aplicación de fórmulas:

Nueva TIR con Incremento:

$$NTIR = Tasa Menor + 1 * \frac{\sum VAN Tasa Menor}{VAN Tasa Menor - VAN Tasa Mayor}$$

$$TIR = 16 + 1 * \frac{6.791,55}{6.791,55 - (-84.669,41)}$$

$$TIR = 16 + 0.07425627284$$

$$TIR = 16,07$$

Diferencias de TIR:

$$DT = TIR del Proyecto - Nueva TIR$$

$$DT = 17,30\% - 16,07\%$$

$$DT = 1,23$$

Porcentaje de Variación:

$$\% de Variación = \frac{\% de Variación}{TIR del Proyecto}$$

$$\% de Variación = \frac{1,23}{17,30\%}$$

$$\% de Variación = 7,11$$

Sensibilidad:

$$Sensibilidad = \frac{\% de Variación}{Nueva TIR}$$

$$Sensibilidad = \frac{7,11}{16,07}$$

$$Sensibilidad = 0,44$$

El resultado obtenido es de 0,44%, lo que significa que es inferior a 1. Esto indica que el proyecto de inversión es financieramente viable y no es susceptible a posibles cambios futuros en los ingresos, teniendo un porcentaje máximo a soportar para el proyecto de 12% en disminución de los ingresos.

7. Discusión

El cantón Puyango posee un notable potencial turístico, caracterizado por su rica biodiversidad, áreas naturales protegidas, recursos culturales y patrimoniales, esto representa una oportunidad para implementar una agencia turística, ya que puede posicionarse como una opción auténtica para los turistas que buscan experiencias fuera de lo tradicional en contacto con la naturaleza y tiene un impacto socioeconómico positivo en la comunidad local.

En base al planteamiento de una idea de inversión, la creación de una agencia turística en el cantón Puyango de la provincia de Loja, se ha identificado que no existe información necesaria, ni alguna guía para su ejecución, esta carencia de datos confiables incentivo a la elaboración de un proyecto de factibilidad que indique los procesos a seguir para identificar la demanda y oferta e incluya el estudio de mercado, técnico, organizacional y financiero; así mismo los beneficios que se obtiene con su implementación.

Siendo así, se identificó una demanda insatisfecha de 6.905 turistas al año, lo que indica que existe un considerable número clientes potenciales que desean adquirir el servicio turístico, en el estudio técnico se presentó la macro y micro localización teniendo en cuenta factores de accesibilidad, así como su distribución de áreas. Se identificaron y cuantificaron los enseres, insumos, equipos y personal necesario para el desarrollo de sus actividades. En el estudio organizacional se estableció un organigrama estructural, funcional y el manual de funciones que indica los roles y responsabilidades del personal.

Con el estudio financiero se estableció la inversión en activos fijos, diferidos y circulantes que es de \$266.576,44, de lo cual se financia el 43,73% con un aporte interno y el 56,27% con un financiamiento externo. Se realizó la proyección de costos, gastos e ingresos por cada paquete turístico, y los estados financieros como el estado de pérdidas y ganancias y el flujo de efectivo que indica los movimientos de efectivo entrantes y salientes de la empresa. Con la evaluación financiera se determinó que el Valor Actual Neto (VAN) indicó un valor positivo de \$60.184,29, la Tasa Interna de Retorno (TIR) de 17,30%, la Relación Beneficio Costo (RBC) de 1,52 superior a 1 que es potencialmente rentable, el Periodo de Recuperación de Capital (PRC) 3 años, 11 meses y 13 días, y por último la sensibilidad 0,37% teniendo un porcentaje máximo a soportar para el proyecto de 19% en aumento de los costos y el 12% en disminución de los ingresos.

8. Conclusiones

- Dentro del Estudio de Mercado se logró establecer que, a partir de los datos recopilados de las encuestas realizadas a los turistas que visitan en Cantón Puyango, se identificó una demanda real del 81,35% y una demanda efectiva del 71,80%. estos datos se refieren a las personas que tienen la intención de adquirir los servicios una vez que la empresa sea implementada.
- El estudio técnico del proyecto proporcionó información detallada sobre los recursos necesarios, la infraestructura requerida y la ubicación específica de la sucursal de la empresa. Por otro lado, en el estudio organizacional se presentaron aspectos importantes como su misión, visión, valores y sus obligaciones tributarias; además, se diseñó una estructura organizativa que incluye los diferentes departamentos necesarios para el funcionamiento de la empresa, detallando las funciones específicas de cada puesto tanto administrativo como operativo.
- La Evaluación Financiera del Proyecto reveló indicadores positivos que confirman la rentabilidad y viabilidad del mismo. El Valor Actual Neto (VAN) es de 60.514,69\$, la Tasa Interna de Retorno (TIR) es del 17,30%, superando la tasa de oportunidad. La Relación Beneficio Costo (RCB) es de \$1.52, lo que significa que por cada dólar invertido se generarán \$0,52 centavos de dólar de ganancia. El Periodo de Recuperación de Capital (PRC) es de 3 años, 11 meses y 13 días, inferior a la vida útil del proyecto. el Análisis de Sensibilidad que refleja que el negocio soporta un 19% de incremento en los costos y un 12 % en disminución en los ingresos lo que muestra la solidez financiera del proyecto, respaldando su viabilidad.

9. Recomendaciones

- Enfocarse en desarrollar estrategias de marketing y promoción dirigidas a captar la atención de ese alto porcentaje de turistas interesados en adquirir los servicios una vez que la empresa esté implementada. Esto podría incluir campañas publicitarias específicas, promociones especiales, asociaciones con otras empresas locales, entre otras acciones.
- Llevar a cabo una evaluación exhaustiva de la infraestructura disponible y los recursos necesarios para garantizar que la capacidad instalada sea alcanzable y sostenible, lo que implica considerar aspectos como el personal necesario, los equipos requeridos y los horarios de operación para satisfacer la demanda estimada de servicios turísticos. Enfocarse en la implementación efectiva de la estructura organizacional diseñada, promoviendo una comunicación clara, una cultura organizacional positiva y el cumplimiento de las obligaciones tributarias para garantizar el éxito y la sostenibilidad a largo plazo de la empresa.
- Se sugiere un enfoque proactivo y orientado hacia el futuro para garantizar la rentabilidad y el éxito sostenido del proyecto, manteniendo un monitoreo constante de los indicadores financieros, identificando y mitigando riesgos potenciales, y estableciendo sistemas de control y comunicación efectivos.

10. Referencias Bibliográficas

- Abad, A. (4 de Noviembre de 2020). *Domicilio social y domicilio fiscal: ¿qué diferencia a ambos domicilios?* Obtenido de StelOrder: <https://lc.cx/BvRyeo>
- Azkue, I. (7 de Marzo de 2023). *Visión de una empresa*. Obtenido de Enciclopedia Humanidades: <https://humanidades.com/vision-de-una-empresa/>
- Baca, G. (2010). *Evaluación de proyectos*. México: McGRAWHILL/INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V.
- Benavidez, V., Segarra, F., Colina-morales, E., y Arcentales-Carrion, R. (2019). Levantamiento de procesos como base para la aplicación de sistemas de costeo basado en actividades en empresas de ensamblaje. *Revista Economía y Política* (30), pp. 40-71. doi:<https://doi.org/10.25097/rep.n30.2019.03>
- Bourlon, F. P. M. (2020). La ciencia como recurso para el desarrollo turístico sostenible de los Archipiélagos Patagónicos. *PASOS Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 18(5), 795-810.
- Bustamante, L. (Febrero de 2019). *Conversión de un Pozo Productor en Inyector, mediante una Gestión Integrada de Recursos*. Obtenido de: <https://lc.cx/ydtjcT>
- Capdevila, N. (5 de Mayo de 2020). *Organigrama funcional de una empresa*. Obtenido de LOONFY: <https://loonfy.com/organigrama-funcional/>
- Castellano, D. (12 de Abril de 2021). *Análisis de capital de trabajo en una empresa de servicios*. Obtenido de Gestipolis: <https://lc.cx/BRhTPY>
- Carrillo, D., Vega, V., & Navas, S. (2019). Libro *Formulación y Evaluación de Proyectos de Inversión* (Primera, Número July). Editorial Jurídica del Ecuador. <https://lc.cx/yhvuJn>
- CÓDIGO ORGÁNICO DE LA PRODUCCIÓN, COMERCIO E INVERSIONES. (29 de diciembre de 2010). Suplemento del Registro Oficial No. 351
- Contenidos. (13 de Mayo de 2021). *¿Qué son las Bases legales?* Obtenido de NeoAttack: <https://lc.cx/g1rCAP>
- ConEmprendimiento. (9 de Agosto de 2021). *Importancia de las EMPRESAS, cómo crearlas y sus funciones*. Obtenido de: <https://lc.cx/gSVxdP>
- Corvo, H. (29 de Julio de 2019). *Factibilidad económica: qué es y cómo se hace*. Obtenido de Lifeder : <https://lc.cx/xrN09a>
- Coronel Morán, R. D. P., & Pino Barrantes, C. M. M. (2019). El turismo sostenible como estrategia de desarrollo local: análisis de los resultados del proyecto “Promoviendo el turismo rural, sostenible y ecoeficiente en el valle de los volcanes, Arequipa.

Cortés, L. (5 de Febrero de 2018). *¿Qué son los costos en contabilidad?* Obtenido de Software Contable: <https://lc.cx/cnaM09>

Cruz-Ramírez, D., Rivas Rivas, L. Y., & Lechuga Canto, C. B. (2019). Concepto de proyecto . *Ingenio Y Conciencia Boletín Científico De La Escuela Superior Ciudad Sahagún*, 6(12), 97-98. <https://doi.org/10.29057/escs.v6i12.4399>

Cherrez, N., Maza, E., & Pacheco, A. (09 de Septiembre de 2021). Diseño de flujogramas en el sector Cooperativo - Economía Popular y Solidaria para la. Obtenido de Polo del Conocimiento.

Elías, G. Á., Reyna, G. L., Reyna, G. J., Visitación, B. S., & Monrroy, A. J. (2021). *Formulación y evaluación de Proyectos de inversión*. Savez Editorial. (Capdevila, 2020)

Espejo, L., & López, G. (2018). *Cotabilidad General Enfoque con Normas Internacionales de Información Financiera (NIIF)*. Loja: Editorial.

Equipo editorial, E. (16 de febrero de 2022). Presupuesto. Recuperado el 13 de septiembre de 2022. Obtenido de: <https://concepto.de/presupuesto/>

Falcón, D. (2021). *Gestión de la Calidad Total en Organizaciones de Servicios Turísticos*.

Feijoo, I., Guerrero, J., & García, J. (2018). *Marketing Aplicado en el Sector Empresarial*. Machala: Editorial UTMACH.

Framiñán, J. (2023). *Diseño y análisis de sistemas productivos*. Barcelona: Marcombo.

Figaredo, R. (18 de Mayo de 2021). *¿Qué es la TIR Y cómo se calcula?* Obtenido de WK Financial Education: <https://lc.cx/z6u-FP>

Flores, J. (30 de Abril de 2023). Punto de equilibrio en una empresa: qué es y cómo se calcula. Obtenido de HubSpot: <https://lc.cx/iuojqV>

Gasbarrino, S. (28 de Julio de 2021). Depreciación: qué es, cómo calcularla y ejemplos. Obtenido de HubSop: <https://lc.cx/OvKRBe>

Gamboa, R., & Jiménez, L. (2023). *Contabilidad de Costos* . Bogotá : Eco Ediciones Gerencie.com. (26 de octubre de 2020). Ingresos no operacionales. Recuperado el 13 de septiembre de 2022. Obtenio de: <https://lc.cx/cGl5Z->

González, M., & Blanco, M. (2022). *Estudio financiero*. Obtenido de MANUAL DE CAPACITACIÓN: <https://lc.cx/Njp7hk>

González, M. (26 de Abril de 2021). Presupuesto. Qué es, importancia, elementos, características, tipos, componentes. Obtenido de Gestipolis: <https://lc.cx/bvHqdQ>

Hoyos, A. (2019). *El precio de mercado. Ejemplos de aplicación en el análisis histórico*

LEY DE COMPAÑÍAS: Última modificación (28 de Febrero de 2020).

Lifeder. (28 de Abril de 2021). *Microlocalización*. Obtenido de Lifeder: <https://lc.cx/C3k6Fg>

- Macas, K. S. (2020). “Implementación de una empresa productora y comercializadora de vasos de vidrio a base de material reciclado”.
- Medina, G. (24 de Mayo de 2021). La importancia del Estudio del Mercado. Obtenido de Proyectos UNTREF: <https://lc.cx/-YTAmZ>
- Moreno, A. (25 de Abril de 2022). *¿Qué es el Turismo de Aventura?* Obtenido de Etnoturístico: https://lc.cx/BCPr_P
- Marin, M. (2019). *PAQUETES TURISTICOS. EXAMEN DE SUFICIENCIA PROFESIONAL*: <https://lc.cx/usRDyK>
- Mullo, E., & Vera, V. (2 de Junio de 2019). El desarrollo del turismo comunitario en Ecuador: reflexiones necesarias. Obtenido de Revista Universidad y Sociedad: <https://lc.cx/ne8HHx>
- Nájera, A. (2 de Marzo de 2021). Conoce los pormenores de la macro y micro localización de un proyecto. Obtenido de RPJM Consultoría: <https://lc.cx/daxaK4>
- Pedrosa, S. (1 de Abril de 2020). Amortización contable. Obtenido de Economipedia: <https://lc.cx/Bm8Ldz>
- Pérez, A. (21 de Abril de 2021). ¿Cuáles son las etapas de un proyecto? Te lo contamos en esta infografía. Obtenido de OBS Business School: <https://lc.cx/ogJq-a>
- Pursell, S. (26 de Septiembre de 2022). ¿Qué es la segmentación de mercado? Características y ejemplos. Obtenido de HubSpot: <https://lc.cx/-VFzzU>
- Quiroa, M. (4 de Julio de 2020). Tipos de factibilidad. Obtenido de Economipedia: <https://lc.cx/YU0sdm>
- Raeburn, A. (14 de Diciembre de 2022). *Diagrama de flujo de trabajo: qué es y cómo hacerlo con ejemplos*. Obtenido de Asana: <https://lc.cx/mUpdM7>
- Ramos, W. (Mayo de 2018). La Importancia Del Manual De Funciones Y Procedimientos En La Estructura De Las Empresas.
- Rengifo, J. (2018). Proyecto de inversión y financiamiento.
- Rus, E. (Mayo de 3 de 2019). Análisis de sensibilidad. Obtenido de Economipedia: <https://lc.cx/xonFGt>
- Rojas, S. (2018). Contabilidad. Bogotá: Fundación Andina del Área Andina.
- Santaella, J. (13 de 3 de 2023). Valor Actual Neto: ¿Qué es y cómo se calcula de manera correcta? Obtenido de Economía: <https://lc.cx/uquc-7>
- Salazar, B. (30 de Agosto de 2019). ¿Qué es el diseño y distribución en planta? Obtenido de Ingeniería Industrial: <https://lc.cx/-mNrCA>

- Segatore, N. (31 de Abril de 2019). La importancia del Estudio Organizacional. Obtenido de UNTREF: <https://lc.cx/gBh4bA>
- Sevilla, A. (1 de Octubre de 2020). Activo circulante. Obtenido de Economipedia: https://lc.cx/2rAW_1
- Silva, D. (4 de Marzo de 2021). Guía completa para entender qué es el estudio de mercado y para qué sirve. Obtenido de Blog de Zendesk: <https://lc.cx/0njK6T>
- Schiliro, D. (27 de Mayo de 2021). Diseño, Evaluación y Gestión de Proyectos. Obtenido de UNTREF: <https://lc.cx/k5wT60>
- Stsepanets, A. (11 de Julio de 2022). Cómo hacer mejor la planificación y gestión a base de ciclo de vida de un proyecto. Obtenido de GANTTPRO Project Management Blog: <https://lc.cx/ki1QTP>
- Torres, D. (7 de Septiembre de 2022). ¿Qué son los costos variables? . Obtenido de Blog HubSpot: <https://lc.cx/Rlw0ye>
- Torres, D. (28 de Febrero de 2022). Qué es un eslogan y cómo crear el tuyo en 7 pasos. Obtenido de HubSpot: <https://lc.cx/yiO4m4>
- Torres, D. (18 de Abril de 2022). Qué es un análisis de la demanda y cómo hacerlo en tu empresa (incluye ejemplos). Obtenido de HubSpot: <https://lc.cx/UKDorz>
- Urtecho, A. (14 de Abril de 2019). Tamaño del Proyecto. Obtenido de Proyectos: <https://proyectoslean.wixsite.com/emprendimientolean/post/tama%C3%B1o-del-proyecto>
- Vera, L. (2020). Análisis de Factibilidad de la implementación de un sistema contable para la gestión de los ingresos y egresos de la Hacienda “La Templanza”. Obtenido de: <https://lc.cx/qphMs1>
- Velayos, V. (15 de Junio de 2020). *Misión de una empresa*. Obtenido de Economipedia: <https://lc.cx/UR9QUk>
- Viñán, J., Puente, M., Ávalos, J., & Córdova, J. (2018). *Proyectos de Inversión; un enfoque práctico*. Riobamba : La Caracola Editores.

11. Anexos

Anexo 1.

Formato de Encuesta

UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA
FACULTAD JURÍDICA, SOCIAL Y ADMINISTRATIVA
CARRERA DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA

¡Saludos cordiales! Soy estudiante de la Carrera de Contabilidad y Auditoría, Facultad Jurídica, Social y Administrativa de la Universidad Nacional de Loja, solicito a usted de la manera más cordial conteste la siguiente encuesta con fines de investigación para mi Trabajo de Integración Curricular.

El objetivo de esta encuesta es conocer la opinión y las necesidades de los turistas respecto a la implementación de un servicio de agencia turística en el cantón Puyango. Agradecemos de antemano su tiempo y disposición para completar esta encuesta, sus respuestas serán tratadas de manera confidencial y se utilizarán únicamente con fines académicos.

1. Género

a) Femenino ()

b) Masculino ()

2. Edad

a) De 20 a 30 años ()

b) De 31 a 40 años ()

c) De 41 a 50 años ()

d) De 51 a 60 años ()

e) De 61 a 70 años ()

f) De 71 a 80 años ()

g) Más de 80 años ()

3. Ingresos

- a) \$300 a \$600 ()
- b) \$601 a \$1000 ()
- c) \$1001 a \$1500 ()
- d) \$1501 a \$2000 ()
- e) Mas de \$2000 ()
- f) Otros ()

4. ¿Cuál es su principal motivo para viajar?

- a) Descanso y relajación ()
- b) Explorar nuevas culturas ()
- c) Aventura y actividades al aire libre ()
- d) Otros ()

5. ¿Qué días suele viajar?

- a) De lunes a viernes ()
- b) Fines de semana ()
- c) Días festivos ()
- d) Otros ()

6. ¿Con qué frecuencia suele utilizar los servicios de una agencia turística en el año?

- a) 1 o 2 veces al año ()
- b) 2 o 3 veces al año ()
- c) 4 o 5 veces al año ()
- d) Otros ()

7. Considera necesario establecer un proyecto de factibilidad para la creación de una agencia turística en el Cantón Puyango.

- a) Sí ()

b) No ()

8. ¿Qué tipo de atractivos turísticos le llama la atención?

a) Atractivos naturales (quebradas, cascadas, parques y reservas) ()

b) Turismo comunitario (costumbres, tradiciones, cultura) ()

c) Turismo gastronómico (degustar alimentos y bebida) ()

d) Otros ()

9. ¿Cuáles de los siguientes lugares turísticos le atraen?

a) Reloj de 8 esferas de la Iglesia San Jacinto de Alamor ()

b) Piedra del Sol ()

c) Bosque de Tagua o Marfil ()

d) Artesanías de Tagua ()

e) Balneario de las Aguas Sulfurosas de El Arenal ()

f) Bosque Petrificado de Puyango ()

g) Efigie del Señor de Girón ()

h) Artesanías de Guadua ()

10. Si decide contratar los servicios de una agencia turística, ¿qué servicios le gustaría que incluya en sus paquetes?

a) Alimentación ()

b) Alojamiento ()

c) Guía turístico ()

d) Transporte ()

e) Todas las anteriores ()

11. ¿Qué precio estaría dispuesto a pagar por un paquete turístico que incluya servicio de alimentación, hospedaje, transporte y guía turístico por un día?

a) De \$70 a \$100 ()

- b) De \$101 a \$130 ()
- c) De \$131 a \$160 ()
- d) De \$161 a \$190 ()
- e) Otros ()

12. ¿Cuáles son los aspectos que consideras más importantes al seleccionar una agencia turística?

- a) Precios competitivos y ofertas atractivas ()
- b) Amplia variedad de destinos y servicios turísticos ()
- c) Calidad y excelencia en la atención al cliente ()
- d) Experiencia y conocimiento en el sector turístico ()
- e) Otros ()

13. ¿Qué canales de comunicación prefiere para conocer acerca de servicios turísticos?

- a) Radio ()
- b) Hojas de publicidad ()
- c) Blogs de viajes ()
- d) Redes sociales (Facebook, Instagram, etc.)
- e) Otros ()

14. Si se creara una agencia turística en el Cantón Puyango, contrataría los servicios ofertados.

- a) Sí ()
- b) No ()

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

Anexo 2.

Decreto de Designación de Dirección de Trabajo de Integración Curricular



UNL

Universidad
Nacional
de Loja

FACULTAD, JURIDICA SOCIAL Y ADMINISTRATIVA
CARRERA
CONTABILIDAD Y AUDITORÍA

Presentada el día de hoy, 24 de mayo de 2023, a las 09H00. Lo certifica, la Secretaria Abogada de la Facultad Jurídica Social y Administrativa de la UNL.

ENA REGINA
PELAEZ
SORIA

Firmado digitalmente
por ENA REGINA
PELAEZ SORIA
Fecha: 2023.05.24
12:48:59 -05'00'

Dra. Ena Regina Peláez Soria Mg. Sc
**SECRETARIA ABOGADA DE LA
FACULTAD JURÍDICA, SOCIAL Y ADMINISTRATIVA**

Loja, 24 de mayo de 2023, a las 10H00. Atendiendo la petición que antecede, de conformidad a lo establecido en el **Art. 228 Dirección del trabajo de integración curricular o de titulación**, del Reglamento de Régimen Académico de la UNL vigente; una vez emitido el informe favorable de estructura, coherencia y pertinencia del proyecto, se designa a la Dra. Ignacia Luzuriaga Granda, Mg. Sc., Docente de la Carrera de Contabilidad y Auditoría de la Facultad Jurídica Social y Administrativa, como **DIRECTORA del Trabajo de Integración Curricular o Titulación**, titulado: "**PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA AGENCIA TURÍSTICA EN EL CANTÓN PUYANGO DE LA PROVINCIA DE LOJA**", de autoría de la Srta. **NAYELI LIZBETH RAMÍREZ CALERO**. Se le recuerda que conforme lo establecido en el Art. 228 antes mencionado. Usted en su calidad de director del trabajo de integración curricular o de titulación "será responsable de asesorar y monitorear con pertinencia y rigurosidad científico-técnica la ejecución del proyecto y de revisar oportunamente los informes de avance, los cuales serán devueltos al aspirante con las observaciones, sugerencias y recomendaciones necesarias para asegurar la calidad de la investigación. Cuando sea necesario, visitará y monitoreará el escenario donde se desarrolle el trabajo de integración curricular o de titulación". **NOTIFÍQUESE para que surta efecto legal.**

DUNIA MARITZA
YAGUACHE MAZA

Firmado digitalmente por DUNIA
MARITZA YAGUACHE MAZA
Fecha: 2023.06.01 09:02:33
-05'00'

Dra. Dunia Maritza Yaguache Maza, Mg. Sc.
DIRECTORA DE LA CARRERA DE CONTABILIDAD Y AUDITORIA

Loja, 24 de mayo de 2023, a las 12H00, Notifiqué con el decreto que antecede a la Dra. Ignacia Luzuriaga Granda. Mg. Sc., para constancia suscriben:

ENA REGINA
PELAEZ
SORIA

Firmado digitalmente
por ENA REGINA
PELAEZ SORIA
Fecha: 2023.05.24
12:49:06 -05'00'

Dra. Ignacia Luzuriaga Granda. Mg. Sc.
DIRECTORA DEL PROYECTO



Firmado digitalmente por
ELIANA DEL CISNE
GONZALEZ MEDINA

Elaborado por: Ab. Eliana González M.

C.C. Srta. Nayeli Lizbeth Ramírez Calero
Expediente De Estudiante

Dra. Ena Regina Peláez Soria, Mg. Sc.
SECRETARIA ABOGADA

Página 1 | 1