UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

MODALIDAD DE ESTUDIOS A DISTANCIA
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

"PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA COMUNITARIA DE SERVICIOS TURÍSTICOS EN EL CANTÓN GUAMOTE PARA LA PROVINCIA DE CHIMBORAZO"

Tesis previa a la obtención del Título de Ingeniero Comercial

DIRECTOR:

Ing. Com. EDISON ESPINOSA BAILÓN

AUTOR:

Luis Alfonso Ortiz

LOJA - ECUADOR
2013

Ing. Com. Edison Espinosa Bailón
DIRECTOR DE TESIS.

CERTIFICA:

Que, el presente trabajo de investigación, previo a la obtención del título de **INGENIERO COMERCIAL**, ha sido dirigido y revisado durante su ejecución por lo cual autorizo su presentación.

Loja, mayo del 2013

Atentamente,

Ing. Com. Edison Espinosa Bailón
DIRECTOR DE TESIS

AUTORÍA

Yo Luis Alfonso Ortiz declaro ser autor del presente trabajo de tesis 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 tesis en el repositorio Institucional-biblioteca Virtual.

AUTOR: Luis Alfonso Ortiz

FIRMA: .....

CÉDULA: 060267062-2

FECHA: Loja, Mayo de 2013

AGRADECIMIENTO

Uno de los esfuerzos más importantes de nuestra vida constituye los estudios superiores hasta la profesionalización, por ello quiero expresar mi más sinceros testimonios de gratitud, a la Universidad Nacional de Loja, a la Corporación COICE quienes me apoyaron al inicio de mis estudios, a los Directivos de la Modalidad de Estudios a Distancia, al personal docente de la Carrera de Administración de Empresas y de manera especial al Ing. Edison Espinosa en su calidad de DIRECTOR del presente trabajo de investigación, por brindarnos sus valiosos conocimientos.

El Autor

DEDICATORIA

Quiero comenzar dedicando mi trabajo de investigación, a uno de los seres más importantes de mi vida como son mi esposa Sonia y mis queridas hijas Ivonne y Sisa, quienes con su apoyo incondicional me supieron guiar y apoyar hasta la culminación del mismo.

Luis Alfonso Ortiz

AUTOR

a) TÍTULO

"PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA COMUNITARIA DE SERVICIOS TURÍSTICOS EN EL CANTÓN GUAMOTE PARA LA PROVINCIA DE CHIMBORAZO"

b) RESUMEN

ESPAÑOL

El presente proyecto de tesis intitulado “PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA COMUNITARIA DE SERVICIOS TURÍSTICOS EN EL CANTÓN GUAMOTE PARA LA PROVINCIA DE CHIMBORAZO”, surgió como necesidad de aprovechar el turismo existente en el Cantón Guamote, por tal motivo se plateó como objetivo de la presente investigación realizar un estudio de factibilidad para la creación e implementación de una empresa Comunitaria de servicios Turísticos en el cantón Guamote de la provincia de Chimborazo.

La implementación de una empresa Comunitaria de servicios Turísticos en el cantón Guamote permitió la aplicación de distintos Métodos y Técnicas que la investigación permite realizar, como el Método Deductivo, el Método Inductivo; y el Método Estadístico, los mismos que permitieron el desarrollo adecuado de la investigación, además permitieron llegar a la culminación del presente trabajo ya que para lograrlo se tuvo que seguir los pasos de aplicación, comprensión y demostración del mismo.

En el estudio de mercado realizado en el cantón Guamote, con una muestra de 392 turistas nacionales y extranjeros para la demanda y cero para la oferta porque no existen empresas que se dedican a la prestación de los servicios turísticos comunitarios; cuales fueron tabuladas las encuestas de la

demanda, se han analizado y se han inferido los resultados para luego realizar el análisis del mercado, determinando la Demanda Potencial de 20.647 personas que realizan turismo, la Demanda Real 20.647 personas que realizan turismo, Demanda Efectiva 13.627 personas que realizan turismo, las cuales tienen un promedio de visitas de 9 al año esto determina 122.643 visitas futuras. La Oferta es cero y la Demanda Insatisfecha de 122.643 visitas futuras, el cual permitió determinar que el proyecto puede y debe ejecutarse, por los resultados obtenidos en el análisis de la demanda, la oferta y niveles de comercialización del servicio comunitario turístico.

La Capacidad instalada del proyecto determina que la empresa estará en capacidad de ofrecer 38.595 servicios turísticos y cuya capacidad utilizada será de 15.438, de los cuales se utilizara el 40% de la capacidad utilizada para el primer año que corresponde a 15.438 turistas, además se determina la localización de la misma que estará ubicada en la ciudad de Guamote parroquia de Cebadas vía a Macas Km 7. El proceso del servicio se determina con cuatro paquetes turísticos establecidos, lo que será garantía para obtener un servicio de calidad y a precios moderados.

Seguidamente se desarrolla la ingeniería del proyecto determinando los diagramas de procesos, las características de operatividad y gestión, requerimientos técnicos como equipos, instalaciones, muebles y enseres.

Así mismo se realizó un estudio administrativo determinándose como una Compañía de Responsabilidad Limitada, y con la estructura orgánica

funcional a los niveles jerárquicos tanto Legislativo, Ejecutivo, Nivel Asesor, Nivel Auxiliar de Apoyo, Nivel Operativo, así como los manuales de funciones, organigramas; que sirvieron de pauta para implementar una buena organización.

El proyecto alcanza una inversión de 105.267,54 dólares y se financiará con un aporte de los socios el 52,50% del total de la inversión que corresponde a 55.267,54 dólares y un préstamo que mantendrá el proyecto con la Corporación Financiera Nacional que constituirá el 47,50% que corresponde a 50.000 dólares a 10 años plazo al 14% de interés anual.

La evaluación financiera presenta los siguientes resultados: De acuerdo al VAN del presente proyecto nos da un valor positivo de 138.725,31 dólares, lo que indica que el proyecto o inversión es conveniente.

Para el presente proyecto la TIR es 41,40%, siendo este valor satisfactorio para realizar el proyecto, el tiempo que se requeriría para recuperar la inversión original sería 4 años, 4 meses y 7 días, para el presente proyecto, los valores de sensibilidad son menores que uno, por lo tanto no afectan al proyecto los cambios en los costos y los ingresos incrementados 54,7% y disminuidos en un 28,3%, respectivamente, es decir, el proyecto no es sensible.

En las conclusiones y recomendaciones más importantes se determina que es factible la implementación del Proyecto de “CREACIÓN DE UNA EMPRESA COMUNITARIA DE SERVICIOS TURÍSTICOS EN EL CANTÓN GUAMOTE PARA LA PROVINCIA DE CHIMBORAZO, por todo lo mencionado en los párrafos anteriores; y por tanto se generaría fuentes de trabajo en el cantón y por ende los ingresos económicos para las familias que directa o indirectamente estén participando en el proyecto y de forma particular para quienes son miembros de la empresa comunitaria.

ABSTRACT

This thesis project entitled "PROJECT FEASIBILITY FOR CREATING A COMMUNITY OF TOURIST SERVICES COMPANY IN FOR THE PROVINCE Guamote CHIMBORAZO" emerged as a need to leverage existing tourism in Guamote, for this reason it plated as objective of this research make a feasibility study for the creation and implementation of a Community company Tourist service in Guamote Chimborazo province.

Implementing a Community company Tourist service in Guamote allowed the application of different methods and techniques that enables research, as the Deductive Method, the inductive method, and the statistical method, which allowed them adequate development research also possible to reach the culmination of this work and that to achieve this he had to follow the steps of application, understanding and demonstration of the same.

In the market study in Guamote, with a sample of 392 domestic and foreign tourists for the demand and supply zero because there are no companies that are engaged in the provision of community tourism services, which were tabulated demand surveys have been analyzed and the results have been inferred then undertake market analysis, determining the potential demand 20,647 people doing tourism, Real Demand 20,647 people doing tourism, 13,627 Effective Demand persons performing tourism, which have an average of 9 visits per year 122 643 this determines future visits. The Offer is zero and the Unmet Demand 122 643 future visits, which allowed us to determine that the project can and should be implemented by the results

obtained in the analysis of demand, supply and marketing levels of tourist community service.

The installed capacity of the project determines that the company will be able to offer tourist services and whose 38,595 capacity utilization will be 15,438, which was used 40% of the capacity used for the first year up to 15,438 tourists, and is determined the location of the same which will be located in the city of Guamote Barley parish road to Macas Km 7. The service process is determined with four established tourist packages, which will guarantee for quality service and reasonable prices.

Then develops the project engineering process diagrams determining the characteristics of operation and management, technical requirements such as equipment, facilities, furniture and fixtures.

Likewise, a study determined administrative as a Limited Liability Company, and organizational structure functional hierarchical levels both Legislative, Executive, Consultant Level, Level Support Assistant, Operational Level, as well as operating manuals, charts; which served as a guideline to implement a good organization.

The project reaches an investment of $ 105,267.54 and will be funded with a contribution of the partners the 52,50% of the total investment corresponding to $ 55,267.54 and a loan to keep the project with the National Finance Corporation that constitute the 47.50% $ 50,000 corresponding to a 10 year term at 14% annual interest.

The financial evaluation shows the following results: According to the NPV of this project gives a positive value of $ 138,725.31, which indicates that the project or investment is suitable.

For this project the IRR is 41.40%, this value being satisfactory for the project, the time it would take to recover the original investment would be four years, four months and seven days, for this project, the sensitivity are less than one, therefore do not affect changes in project costs and revenues increased 54.7% and decreased by 28.3%, respectively, ie, the project is not sensitive.

The most important conclusions and recommendations is determined that it is feasible to implement the project "CREATING A COMMUNITY OF TOURIST SERVICES COMPANY IN Guamote CHIMBORAZO FOR PROVINCE, for everything mentioned in the previous paragraphs, and therefore generate jobs in the county and therefore the income for families who are directly or indirectly involved in the project and particularly for those who are members of the community enterprise.

c) INTRODUCCIÓN

La falta de empresas de servicios comunitarios de turismo en nuestro cantón, ha originado que no se ofrezca al turista nacional y extranjero gran variedad de servicios como: alimentación del lugar, hospedaje, cabalgatas, pesca deportiva, convivencia cultural, servicio de guía, deportes extremos, caminatas por los diferentes senderos, ríos y esteros. Que el visitante pueda conocer y apreciar la inmensa variedad de flora y fauna, la feria indígena más grande del país, viaje en el tren Guamote – Nariz del diablo, lagunas de Atillo y entre otros.

Con la propuesta de una empresa Comunitaria de servicios Turísticos es una oportunidad para que sean las propias comunidades y no a través de "intermediarios", las beneficiadas del turismo que se puede hacer, exhibiendo al mundo su propia raigambre cultural, en la Sierra ecuatoriana para lo cual se está empezando a edificar sobre cimientos sólidos el Turismo Comunitario.

Al realizar el estudio de mercado, se determinó que no hubo competencia para la empresa comunitaria que se pretende implementar en el cantón Guamote para la provincia de Chimborazo, una buena gestión en la aplicación de los procesos administrativos mediante ejecución objetiva del Plan de comercialización y monitoreo permanente de los indicadores cualitativos y cuantitativos del proyecto permitirá que los turistas nacionales

y extranjeros sean clientes fieles por los servicios adquiridos en la empresa comunitaria.

A través del Estudio Técnico, se concretó la capacidad instalada, la capacidad utilizada, la demanda insatisfecha que es realmente muy alta, así como también, el tamaño y localización adecuada y la Ingeniería del proyecto que permite acoplar los recursos físicos para los requerimientos óptimos del servicio comunitario de turismo para lo cual se determinó los cuatro productos o paquetes turísticos que estarán al servicio de los turistas que requieran de estos servicios.

En el Estudio Organizacional, en el cual se describe la organización jurídica y administrativa de la empresa, se propone su nombre, miembros y sus aportes para la empresa comunitaria y se sugiere un Manual de Funciones de los puestos para el personal. Gracias a este estudio se determinó el número del personal administrativo, operativo, de apoyo y auxiliar.

Se realizó un Estudio Financiero, en el que se ordenó y sistematizó la información de carácter monetario estableciéndose la inversión del proyecto, financiamiento, costos e indicadores cuantitativos y se elaboró los cuadros de presupuestos y sus respectivas amortizaciones.

Además se utilizó varios métodos como el científico, analítico, inductivo, deductivo, estadístico y técnicas como la observación directa, la entrevista y

la encuesta. Los cuales fueron utilizados para el desarrollo del presente proyecto de factibilidad.

d) REVISIÓN DE LITERATURA

MARCO REFERENCIAL

TURISMO

Según la Organización Mundial del Turismo, el turismo comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un período consecutivo inferior a un año y mayor a un día, con fines de ocio, por negocios o por otros motivos.

Arthur Bormann, Berlín 1930 define que el Turismo es el conjunto de los viajes cuyo objeto es el placer o por motivos comerciales o profesionales y otros análogos, y durante los cuales la ausencia de la residencia habitual es temporal, no son turismo los viajes realizados para trasladarse al lugar de trabajo.

Walter Hunziker - Kurt Krapf, 1942 dicen que "El Turismo es el conjunto de relaciones y fenómenos producidos por el desplazamiento y permanencia de personas fuera de su domicilio, en tanto que dichos desplazamientos y permanencia no están motivados por una actividad lucrativa".

El término "turismología" surgió en los años 60. Pero fue el yugoslavo Zivadin Jovicic (geógrafo en su formación académica), el científico

considerado "padre de la turismología", quién lo popularizó cuando fundó la revista del mismo nombre en 1972.

Jovicic consideraba que ninguna de las ciencias existentes podía realizar el estudio del turismo en toda su dimensión (ni la geografía, ni la economía, ni la sociología, etc.) por considerar que sus aportaciones son unilaterales. Esto lo permitiría la creación de una ciencia independiente, la turismología

SECTOR TURÍSTICO

El sector turístico ofrece productos (servicios + derechos de uso) a través de las diferentes empresas y diversas organizaciones públicas y privadas cuyas características principales son:

PRODUCTOS TURÍSTICOS

TURISMO INDIVIDUAL

Es aquel cuyo programa de actividades e itinerario son decididos por los viajeros sin intervención de operadores turísticos.

TURISMO DE MASAS

Es aquel que se realiza masivamente por todo tipo de personas, sin importar su nivel económico por lo que no es un tipo de turismo exclusivo. Es el más convencional, pasivo y estacional. Es normalmente menos exigente y especializado. Aquí podemos encontrar el turismo de sol y playa.

TURISMO CULTURAL

Es el que precisa de recursos histórico-artísticos para su desarrollo. Es más exigente y menos estacional.

EMPRESAS TURÍSTICAS

Son aquellas relacionadas con el turismo. Hay dos grandes bloques las que producen bienes y servicios (productoras), y las que los distribuyen (distribuidoras).

HOTELERÍA

La hotelería es la rama del turismo que presta el servicio del alojamiento al turista. Este puede tener diversas clasificaciones, según el confort y el lugar donde se encuentren. Cada instalación hotelera tiene sus propias cualidades.

Los establecimientos hoteleros se dividen en:

- **Hoteles**: establecimientos que, ofreciendo alojamiento con o sin comedor y otros servicios complementarios, ocupan la totalidad de uno o varios edificios (o una parte independizada de ellos) constituyendo sus dependencias todo un homogéneo con accesos, escaleras y ascensores de uso exclusivo y que reúna los requisitos

técnicos mínimos para cada categoría. Se clasifican en 1 estrella o categoría básica, 2, 3, 4, 4 superior, 5 estrellas y Gran lujo.

- **Pensiones**: establecimientos que, ofreciendo alojamiento con o sin comedor y otros servicios complementarios, tienen una estructura y características que les impide alcanzar los requisitos y condiciones exigidas en los hoteles.

TURISMO COMUNITARIO[1]

El turismo comunitario se caracteriza en que una porción considerable del control y los beneficios están en manos de miembros de comunidades locales. El Turismo Comunitario surge como una alternativa económica de las comunidades rurales, campesinas, indígenas, "mestizas" o afrodescendientes propias de un país, para generar ingresos complementarios a las actividades económicas diarias y defender y revalorizar los recursos culturales y naturales locales. El turismo es un sector económico en crecimiento. Está ligado al uso del patrimonio natural y cultural. La falta de ordenamiento y regulación han dado lugar a un turismo masivo y descontrolado que amenaza al patrimonio, generando problemas sociales que han alterado los modos de vida principalmente de las comunidades. Estas debilidades inciden en la calidad del turismo con una oferta poca diversificada y atención deficiente al turista.

[1] Manual del Turismo Comunitario de CORTUCH, 2006

El patrimonio natural y cultural es el conjunto de bienes heredados de los padres y la naturaleza, constituye la memoria de los pueblos y el legado de las nuevas generaciones, lo que marca la diferencia de las sociedades y grupos, dándoles un sentido de identidad.

El vínculo entre el turismo y el patrimonio es directo. El patrimonio tiene un valor de existencia generacional, por lo que no se lo debe considerar como un simple producto clásico de consumo. El turismo puede ser útil para efectuar y beneficiar obras de conservación patrimonial, con la consecuente generación de empleo. Esto tiene un límite donde se percibe una probabilidad de daño sobre las vertientes del patrimonio y su entorno. Patrimonio y turismo se pueden nutrir mutuamente de manera sana si no se ignora la cosmovisión local.

El turismo en áreas patrimoniales debe considerar como elementos fundamentales los aspectos sociales, económicos, culturales y ambientales, así como la corresponsabilidad entre los actores locales y los turistas. Es necesario concebir un modelo de turismo basado en la valorización del patrimonio como generador de valor agregado para las poblaciones locales, afirmando la necesidad de revertir el modelo de consumismo por un modelo de desarrollo social, con identidad, económico y ambientalmente sostenible.

Las comunidades Pueblos y Nacionalidades proyectan al turismo comunitario como una actividad económica de gran envergadura, para dinamizar económica, turística, social, ambiental y culturalmente al País.

Considera que una de las mayores amenazas para el desarrollo de esta actividad, está en los poderes económicos y políticos que promueven el modelo privado discriminatorio, con sus permanentes pretensiones de desaparición de todo lo que sea comunitario: organización, institución, producción, territorio y patrimonio natural y cultural.

Se lo considera una tipología turística que pertenece a la modalidad de Turismo Vivencial y a la corriente de Turismo Alternativo. Se caracteriza por la autenticidad de las actividades turísticas, posibilitando al turista compartir y descubrir a profundidad las tradiciones, costumbres y hábitos de una etnia o pueblo determinado.

SERVICIO COMUNITARIO

“El servicio comunitario es un servicio donado o actividad que es hecho por alguien o un grupo de personas para el beneficio del público o sus instituciones.

Los voluntarios pueden dar servicio a la comunidad, sin embargo, no todos los que proporcionan servicio comunitario es visto como un voluntario, ya que algunas personas que proporcionan servicio a la comunidad no lo están haciendo por su propia voluntad; se ven obligados a hacerlo por:

- su gobierno como parte de las necesidades de la ciudadanía, en lugar del servicio militar;

- los jueces, por sanciones de justicia penal; su escuela, para cumplir los requisitos de una clase, como el caso del aprendizaje de servicio o para cumplir los requisitos de graduación, o, en el caso de padres, requieren proporcionar un cierto número de horas de servicio para inscribir a su hijo en una escuela o equipo de deportes.

También hay personas que proporcionan servicio comunitario que reciben algún tipo de compensación a cambio de un año de su compromiso al servicio público, como AmeriCorps en Estados Unidos (que son llamados miembros en lugar de voluntarios.)”[2]

EFECTOS DEL TURISMO

El fenómeno turístico mueve millones de personas en el mundo y tiene repercusiones de muy diversa índole.

EFECTOS ECONÓMICOS

Son muy relevantes debido al nivel de negocio que representa. Según la OMT el volumen de sector turístico en el 2003 ya representaba aproximadamente el 6% de las exportaciones mundiales de bienes y servicios; Esta cifra representaba el 30% de la exportación de servicios. Estos flujos económicos debidos al turismo afectan tanto en términos macroeconómicos como microeconómicos tanto en las zonas emisoras

[2] Definition for "community service"

como en las receptoras (aunque especialmente en éstas). Las repercusiones económicas del turismo se pueden clasificar en las siguientes:

DEPENDENCIA DE LA SITUACIÓN ECONÓMICA GENERAL

La demanda turística depende sobre todo de la fuerte situación económica de los países avanzados. Cuando la economía crece también normalmente crece el dinero disponible de la población. Y una parte importante de este dinero disponible por la población se gasta en el turismo, particularmente en las economías en desarrollo. Una retracción económica normalmente reduce el gasto turístico.

En general el crecimiento de los desplazamientos turísticos sigue claramente las tendencias de crecimiento económico medidas por el PIB. Los años en que el crecimiento económico mundial excede le 4%, el crecimiento del volumen turístico tiende a ser mayor y los años en los que el PIB el turismo crece incluso menos. En el periodo 1975-2000 el turismo se incrementó una media de un 4,6% anual.

EMPLEO

El turismo requiere una considerable mano de obra y sobre todo, el mantener una reserva de trabajadores especializados. El sector turístico ocupa alrededor de un 10% de la población activa del mundo, no solo en empleo directo sino también en indirecto. El problema que plantea el turismo con respecto al empleo es la fuerte estacionalidad, pues un gran número de

puestos de trabajo se crean en temporada alta. También el volumen turístico depende en gran medida de la situación macroeconómica.[3]

Tanta es la importancia actual del turismo que en varios países existe la carrera universitaria y estudios de posgrado dedicados al turismo.

[3] Proyecto de factibilidad de turismo comunitario de la Corporación de Organizaciones Indígenas de Cebadas – COICE 2008

MARCO TEÓRICO

EMPRESA

"Una empresa es una organización, institución o industria, dedicada a actividades o persecución de fines económicos o comerciales, para satisfacer las necesidades de bienes y/o servicios de los demandantes, a la par de asegurar la continuidad de la estructura productivo-comercial así como sus necesarias inversiones."[4]

La Empresa:[5] Es una unidad productiva dedicada y organizada para la explotación de una actividad económica.

Las empresas se pueden clasificar de la siguiente manera:

- Sectores Económicos
- El origen de su capital.
- Su Tamaño
- Conformación de su capital
- El pago de impuestos
- El número de propietarios
- La función social
- La forma de explotación

[4] Merriam-Webster's Dictionary of Law. Retrieved May 19, 2010, from Dictionary.com website

[5] Trabajos del módulo UNL (2001) clasificación de empresas

Este curso hace parte de un conjunto que estarán a su disposición una vez haya finalizado éste, cursado el paquete completo y realizada las practicas pertinentes usted desarrollará la competencia de gestionar la Contabilidad en las Organizaciones Empresariales.

POR SECTORES ECONÓMICOS

Extractivas: Dedicadas a explotar recursos naturales.

Ejemplo: Cerrejón, ECOPETROL, Minas de Oro del Chocó.

Servicios: Entregarle sus servicios o la prestación de estos a la comunidad. Ejemplo: Clínicas, salones de belleza, transportes.

Comercial: Desarrolla la venta de los productos terminados en la fábrica. Ejemplo: Cadenas de almacenes Ley, La 14, Carrefour etc.

Agropecuaria: Explotación del campo y sus recursos.

Ejemplo: Hacienda, agroindustria.

Industrial: Transforma la materia prima en un producto terminado. Ejemplo: Acerías Paz del Río, Ingenio Risaralda.

POR SU TAMAÑO

Grande: Su constitución se soporta en grandes cantidades de capital, un gran número de trabajadores y el volumen de ingresos al año, su número de trabajadores excede a 100 personas.

Ejemplo: Comestibles La Rosa, Postobón, Gino Pascalli, etc.).

Mediana: Su capital, el número de trabajadores y el volumen de ingresos son limitados y muy regulares, número de trabajadores superior a 20 personas e inferior a 100.

Pequeñas: Se dividen a su vez en.

- **Pequeña:** Su capital, número de trabajadores y sus ingresos son muy reducidos, el número de trabajadores no excede de 20 personas.
- **Micro**: Su capital, número de trabajadores y sus ingresos solo se establecen en cuantías muy personales, el número de trabajadores no excede de 10 (trabajadores y empleados).
- **Fami empresa**: Es un nuevo tipo de explotación en donde la familia es el motor del negocio convirtiéndose en una unidad productiva.

POR EL ORIGEN DEL CAPITAL

Público: Su capital proviene del Estado o Gobierno. Ejemplo: Alcaldía de Pereira, Gobernación de Risaralda.

Privado: Son aquellas en que el capital proviene de particulares. Ejemplo: Sociedades comerciales.

Economía Mixta: El capital proviene una parte del estado y la otra de particulares. Ejemplo: Bancafé, La Previsora S.A.

POR LA EXPLOTACIÓN Y CONFORMACIÓN DE SU CAPITAL.

Multinacionales: En su gran mayoría el capital es extranjero y explotan la actividad en diferentes países del mundo (globalización). Ejemplo: Nicole Grupos Económicos: Estas empresas explotan uno o varios sectores pero pertenecen al mismo grupo de personas o dueños. Ejemplo: Alejandro Echavarria, Manuel Mejia Jaramillo, Carlos Ardilla Lulle, Manuel Carvajal Sinisterra, Jimmy Mayer, Eduardo Santos, Hernando Caicedo Caicedo, Fernando Mazuera, Julio Mario Santo Domingo y Luis Carlos Sarmiento Angulo.

Nacionales: El radio de atención es dentro del país normalmente tienen su principal en una ciudad y sucursales en otras.

Locales: Son aquellas en que su radio de atención es dentro de la misma localidad.

POR EL PAGO DE IMPUESTOS

Personas Naturales: El empresario como Persona Natural es aquel individuo que profesionalmente se ocupa de algunas de las actividades mercantiles, la Persona Natural se inscribe en la Cámara de Comercio, igualmente se debe hacer con la Matrícula del Establecimiento Comercial.

Están obligados a pagar impuestos, su declaración de renta aquí le corresponde a trabajadores profesionales independientes y algunos que ejercen el comercio.

Los libros que se deben inscribir ante Cámara y Comercio son: Libro de Registro de Operaciones Diarias, Libro de Inventario y de Balances y Libro Mayor y de Balances.

Sucesiones Ilíquidas: En este grupo corresponde a las herencias o legados que se encuentran en proceso de liquidación.

Régimen Simplificado: Pertenecen los comerciantes que no llenan requisitos que Exige la DIAN. Ejemplo: Las pequeñas tiendas, no están obligados a llevar contabilidad.

Régimen Común: Empresas legalmente constituidas y sobrepasan las limitaciones del régimen simplificado, deben llevar organizadamente su contabilidad.

Gran Contribuyente: Agrupa el mayor número de empresas con capitales e ingresos compuestos en cuantías superiores a los miles de millones de pesos. Son las más grandes del país.

POR EL NÚMERO DE PROPIETARIOS

Individuales: Su dueño es la empresa, por lo general es él solo quien tiene el peso del negocio.

Unipersonales: Se conforma con la presencia de una sola Persona Natural o Jurídica, que destina parte de sus activos para la realización de una o varias actividades mercantiles.

Su nombre debe ser una denominación o razón social, seguida de la expresión "Empresa Unipersonal" o de la sigla "E.U", si no se usa la expresión o su sigla, el contribuyente responde con todos sus bienes aunque no estén vinculados a la citada empresa.

Sociedades: Todas para su constitución exigen la participación como dueño de más de una persona lo que indica que mínimo son dos (2) por lo general corresponden al régimen común.

POR LA FUNCIÓN SOCIAL

Con Ánimo de Lucro: Se constituye la empresa con el propósito de explotar y ganar más dinero.

Trabajo Asociado: Grupo organizado como empresa para beneficio de los integrantes E.A.T.

Sin Ánimo de Lucro: Aparentemente son empresas que lo más importante para ellas es el factor social de ayuda y apoyo a la comunidad.

Economía Solidaria: En este grupo pertenecen todas las cooperativas sin importar a que actividad se dedican lo más importante es el bienestar de los asociados y su familia.

EMPRESARIO

El empresario es aquella persona que, de forma individual o colectiva, fija los objetivos y toma las decisiones estratégicas acerca de las metas, los medios, la administración y el control de las empresas y asume la responsabilidad tanto comercial como legal frente a terceros. El empresario es la persona física, o jurídica, que con capacidad legal y de un modo profesional combina capital y trabajo con el objetivo de producir bienes y/o servicios para ofertarlos en el mercado a fin de obtener beneficios.

PROYECTOS DE INVERSIÓN

Es la búsqueda de una solución inteligente al planteamiento de un problema tendiente a resolver, entre muchas, una necesidad humana[6]. Representa un conjunto de egresos (inversiones y costos) y beneficios que ocurren en distintos periodos de tiempo.

OBJETIVOS

- Establecer la viabilidad de mercado, técnica, económica y/o financiera de una iniciativa de negocios, nuevos o en marcha
- En el caso de la evaluación privada, el objetivo central es el incremento del valor promedio esperado de la empresa.

[6]NAVARRO LÉVANO, JOSÉ CARLOS (2006), UMMSM / **Universidad Nacional Mayor de Sap Marcos** / Facultad de Ciencia Económicas.

- ❖ En la evaluación social es el incremento del bienestar promedio esperado de la economía.
- ❖ En ambos casos los valores promedios deben ser evaluados en un horizonte de largo plazo.

OBJETIVOS DEL ESTUDIO DE MERCADO

- Saber cuántos van adquirir el bien o servicio que se piensa vender, en un espacio definido y en qué tiempo y precio están dispuestos a obtenerlo
- Indicar si las características y especificaciones del servicio o producto corresponden a las que desea comprar el cliente.
- Conocer qué tipo de clientes son los interesados en nuestros bienes, lo cual servirá para orientar la producción del negocio.
- Poner el precio apropiado para colocar nuestro bien o servicio y competir en el mercado, o bien imponer un nuevo precio por alguna razón justificada.
- Exponer los canales de distribución acostumbrados para el tipo de bien o servicio que se desea colocar y cuál es su funcionamiento.

CONSUMIDOR

El análisis del consumidor tiene por objeto caracterizar a los consumidores actuales y potenciales, identificando sus preferencias, hábitos de consumo,

motivaciones, entre otros, de manera tal de obtener un perfil sobre el cual puede basarse la estrategia comercial.[7]

DEMANDA

Representa la cantidad de bienes y/o servicios que los compradores o consumidores están dispuestos a pagar y adquirir para satisfacer sus necesidades o deseos, quienes además, tienen la capacidad de pago para realizar la transformación a un precio determinado y en un lugar establecido[8]. Analizar la demanda es determinar y mide las fuerzas que afectan los requerimientos del mercado en relación con un bien o servicio, y saber si el proyecto puede participar en la satisfacción de dicha demanda.

DEMANDA INSATISFECHA

No ha sido cubierta en el mercado y que pueda ser cubierta, al menos en parte, por el proyecto; dicho de otro modo, existe demanda insatisfecha cuando la demanda es mayor que la oferta.

DEMANDA EFECTIVA

Constituida por el segmento de demandantes que tienen las condiciones materiales necesarias para consumir un determinado producto.

---

[7] BACA URBINA GABRIEL, "Evaluación de Proyectos 2" Edición Mcgraw-Hill. México, D. F. Mx/1997

[8] AYALA HUGO, "Diccionario de Términos Económicos", Quito, 1999

DEMANDA POTENCIAL

La demanda potencial es la máxima demanda posible que se podría dar para uno o varios productos en un mercado determinado.

El hallar la demanda potencia para el tipo de producto o servicio que ofrecemos, tiene como objetivo principal el ayudarnos a pronosticar o determinar cuál será la demanda o nivel de ventas de nuestro negocio.

DEMANDA REAL

Es la demanda futura, en la cual no es efectiva en el presente, pero que en algunas semanas, meses o años será real, por ejemplo, para los que ofrecen pañales descartables, las mujeres embarazadas constituyen una demanda real.

DEMANDA PROYECTADA

Abarca la vida operacional del proyecto, el periodo de funcionamiento, para tener mayor certeza en los resultados. La proyección para productos que ya existen en el mercado se efectúa tomando el mismo periodo histórico de la oferta.

OFERTA

Cantidad de bienes o servicios que un cierto número de oferentes (productores), están dispuestos a poder a disposición del mercado a un

precio determinado. En los proyectos de inversión se tiene que indicar con quien se va a competir, cuál es la capacidad de producción, a qué precio venden, en base a qué compiten (condiciones de pago, calidad, precios, otros)[9].

PRODUCTO O SERVICIO

Conjunto de atributos tangibles e intangibles, que incluye entre otras cosas: servicio, formato, precio, calidad y marca. Un producto puede ser un bien, un servicio, un lugar, una persona o una idea. Es importante identificar cual será el producto o servicio que se va a ofrecer. Se debe considerar:

*** Identificación de producto/servicio:** Descripción exacta de características del bien/ servicio, indicando nombres de los mismos y los fines a los que se destina.

*** Especificaciones técnicas:** Son las Normas de Calidad, regulan características y calidad del producto, dan toda la información requerida para su presentación.

*** Durabilidad:** Se hace referencia a la vida útil del producto, es decir periodo de vida. (Indicar si es perecedero, no perecedero).

*** Sustitutivos o similares:** Existen en el mercado, que satisfacen las mismas necesidades que se consideran en el proyecto.

[9] AYALA HUGO, "Diccionario de Términos Económicos", Quito, 1999

*** Los Complementarios:** Son aquellos que se deben considerar en el proyecto, para satisfacer los requerimientos del cliente.

*** Precio:** Especificar precios de productos a ofertar[10].

MERCADO

Área en que confluyen las fuerzas de la oferta y la demanda para realizar las transacciones de bienes y servicios a precios determinados.

PRECIO

Cantidad de dinero o de otros objetos con utilidad necesaria para satisfacer una necesidad que se requiere para adquirir un producto/servicio. El precio variará de acuerdo al juego de oferta y demanda, o si éste es regulado por el organismo que lo controla. En cualquier tipo de producto o servicio hay diferentes calidades y precios, sin embargo también está influido por la cantidad o el tiempo de servicio que se compre.

COMERCIALIZACIÓN

Este proceso hace posible que el productor haga llegar el bien o servicio proveniente de su unidad productiva al consumidor o usuario, utilizando los

[10] AYALA HUGO, "Diccionario de Términos Económicos", Quito, 1999

canales de distribución los cuales están concebidos como "el camino que siguen los productos al pasar de manos del productor al consumidor o usuario final y, en función del cual se puede incrementar su valor".

ESTUDIO TÉCNICO

Determina los requerimientos de recursos básicos para el proceso de producción, considera los datos proporcionados por el estudio de mercado para efectos de determinación de tecnología adecuada, espacio físico, y recursos humanos.

TAMAÑO

Se considera aspectos fundamentales como: demanda existente, la capacidad a instalar, la capacidad a utilizar, el abastecimiento de materia prima, la tecnología disponible, la necesidad de mano de obra, etc. El tamaño óptimo elegido debe ser aceptado únicamente si la demanda es inmensamente superior a la capacidad de producción ya que ello implicaría menor riesgo de mercado para el proyecto[11].

LOCALIZACIÓN

Ubicar geográficamente el lugar en el que se implementará la nueva unidad productiva, analizando factores no son solamente los económicos, sino

[11]AYALA HUGO, "Diccionario de Términos Económicos", Quito, 1999

también aquellos relacionados con el entorno empresarial y de mercado[12].

INGENIERÍA DEL PROYECTO

Tiene como función acoplar los recursos físicos para los requerimientos óptimos de producción, tiene que ver fundamentalmente con la construcción de la nave industrial, su equipamiento y las características del producto de la empresa[13].

PROCESO DE PRODUCCIÓN

Describe el proceso mediante el cual se obtendrá el producto o generará el servicio, es importante indicar cada una de las fases del proceso aunque no al detalle, en muchos casos aquello constituye información confidencial para manejo interno.

Posteriormente debe incluirse el flujo grama del proceso, es decir representar gráficamente el mismo, indicando los tiempos necesarios para cada fase; además es importante incluir lo relacionado con el diseño del producto, indicando .las principales características del mismo tales como: estado, color, peso, empaque, forma, ciclo de vida, etc.

---

[12]AYALA HUGO, "Diccionario de Términos Económicos", Quito, 1999

[13]BACA URBINA GABRIEL, "Evaluación de Proyectos 2" Edición Mcgraw-Hill. México, D. F. Mx/1997

FLUJOGRAMA DE PROCESO

Los flujo gramas son útiles y permiten representar en forma grafica y lógica una secuencia de actividades se que emplean en un proceso, donde se muestra lo que se realiza en cada etapa, los materiales o servicios que entran y salen del proceso, las decisiones que deben ser tomadas y las personas involucradas (en la cadena cliente/proveedor)[14].

ESTUDIO ADMINISTRATIVO Y LEGAL

ESTRUCTURA ORGANIZATIVA

- **VISIÓN.-** Es la ubicación de la empresa en escenarios futuros. Es la imagen clara del estado deseado, que logra motivar a los miembros de la organización a convertirlo en realidad.
- **MISIÓN.-** Es definición de la empresa en el momento presente. Es la razón de ser como organización. Contiene la identificación de sus competencias (producto, mercado y alcance geográfico).
- **POLITICAS.-** Conjunto de líneas maestras para la toma de decisiones que tienen influencia en la eficacia a largo plazo de una organización.
- **OBJETIVOS.-** Son las guías que le dan direccionalidad a la empresa, describen el fututo deseado, de allí que deben guardar relación estrecha con la misión y la visión de la organización.

[14]BACA URBINA GABRIEL, "Evaluación de Proyectos 2" Edición Mcgraw-Hill. México, D. F. Mx/1997

- **ESTRATÉGIAS.-** Son propiamente un conjunto amplio de orientaciones y programas con un horizonte de mediano plazo, representa como ya se indicó, la razón de ser de la empresa (misión), los objetivos (visión) y sus planes de acción[15].

BASE LEGAL[16]

1. **Acta constitutiva.-** Documento certificatorio de la conformación legal de la empresa, en el se debe incluir los datos referenciales de los socios con los cuales se constituye la empresa.
2. **La razón social o denominación.-** Nombre bajo el cual la empresa operará, el mismo debe estar de acuerdo al tipo de empresa conformada y conforme lo establece la Ley.
3. **Domicilio.-** Toda empresa en su fase de operación estará sujeta a múltiples situaciones derivadas de la actividad y del mercado, por lo tanto deberá indicar clara- mente la dirección domiciliaria en donde se la ubicará en caso de requerirlo los clientes u otra persona natural o jurídica.
4. **Objeto de la sociedad.-** Empresa define el objetivo determinado, ya sea: producir o generar o comercializar bienes o servicios, ello debe estar claramente definido, indicando además el sector productivo en el cual emprenda la actividad.

---

[15]Prácticas de oficina, Soledad López −M. Eugenio Ruiz; Ed. McGrawHill. / **DERECHO EMPRESARIAL**, Ed. Edebé.

[16]Prácticas de oficina, Soledad López −M. Eugenio Ruiz; Ed. McGrawHill. / **DERECHO EMPRESARIAL**, Ed. Edebé.

5. **Capital social.-** Debe indicarse cual es el monto del capital con que inicia sus operaciones la nueva empresa y la forma como este se ha conformado.
6. **Tiempo de duración de la sociedad.-** Toda actividad tiene un tiempo de vida para el cual se planifica y sobre el cual se evalúa posteriormente para medir los resultados obtenidos frente a los esperados, por ello la empresa debe así mismo indicar para qué tiempo o plazo operará.
7. **Administradores.-** Ninguna sociedad podrá ser eficiente si la administración general no es delegada o encargada a un determinado número de personas o una persona que será quién responda por las acciones de la misma[17].

ORGANIGRAMAS

Son la representación gráfica de la estructura de una organización, es donde se pone de manifiesto la relación formal existente entre las diversas unidades que la integran, sus principales funciones, los canales de supervisión y la autoridad relativa de cada cargo. Son considerados instrumentos auxiliares del administrador, a través de los cuales se fija la posición, la acción y la responsabilidad de cada servicio.

MANUAL DE FUNCIONES

[17]BACA URBINA GABRIEL, "Evaluación de Proyectos 2" Edición Mcgraw-Hill. México, D. F. Mx/1997l

Texto descriptivo a nivel de puestos de trabajo y unidades administrativas, detalla funciones, atribuciones y responsabilidades, así como también las relaciones personales y profesionales.[18] Hay Manuales: Manual de bienvenida y el Manual de funciones. Un manual de funciones debe contener la información clara de: Relación de dependencia (Ubicación interna), Dependencia Jerárquica (Relaciones de autoridad), Naturaleza del trabajo, Tareas principales, secundarias, responsabilidades y Requerimiento para el puesto.

El contenido de estos está directamente relacionado con el tamaño de la empresa, el asunto a tratar, los citados manuales no deben reflejar solo las leyes, reglas, decretos sino que también deben poner de manifiesto la misión y visión que la empresa se ha planteado.[19]

ESTUDIO FINANCIERO

Determina cual será el monto total de la inversión y el financiamiento que se puede realizar, esto se hace en función a los requerimientos de recursos humanos, materiales y físicos necesarios para poder cubrir la capacidad instalada de producción durante un ejercicio económico y a lo largo de la vida útil de la empresa, esta determinación cuantitativa de producción la obtenemos mediante el estudio de mercado realizado, para evaluar el

[18]Modulo 3 ADMINISTRACIO Y GESTION EMPRESARIAL 2005-2006, PAG 50

[19] U.N.L. Módulo IX, Elaboración y Evaluación de Proyectos, Pág. 57,58,59,60

proyecto se tiene que partir de indicadores económicos que servirán de base para determinar su implantación o no y en caso de la posibilidad, se determina la rentabilidad.

INVERSIONES

Las inversiones del proyecto fueron estimadas a través de presupuestos elaborados con las diferentes cotizaciones del mercado y en las diferentes casas comerciales nacionales importadoras de maquinaria. La inversión en determinado proyecto supone, la existencia de inversionistas (que pueden ser personas naturales o jurídicas) que están dispuestos a destinar sus recursos disponibles en este momento (sacrificando la satisfacción de sus necesidades o intereses actuales) con la expectativa incierta de obtener un rendimiento futuro. Es decir que la inversión lleva implícito un riesgo. La relación entre las inversiones y el financiamiento se puede ilustrar mediante lo que se ha dado en llamar "el flujo de valores" el cual consiste en la realización de las siguientes etapas o fases[20]:

1. Obtención de los fondos necesarios para ejecutar el proyecto. Las fuentes son, generalmente, capital propio y créditos.
2. Con los recursos obtenidos, se adquieren los bienes y servicios necesarios para poner en marcha el proyecto, es decir terrenos, edificios, maquinarias, vehículos, materias primas, mano de obra y otros.

[20] CARRASCO BELINCHON, Julián: “Organización de Empresas y Administración de Personal”. Editorial INDEX. Madrid 1984

3. Una vez obtenidos todos los elementos para la producción, se los "combina" adecuadamente y se prepara el proceso de fabricación, que tiene ciertas características y demora un tiempo determinado en su realización.
4. Concluido el proceso de producción se obtienen los bienes y artículos terminados.
5. Los artículos terminados se venden y así la empresa obtiene dinero en dos formas: al contado o mediante promesas de pago (créditos).
6. Los recursos necesarios para el proyecto, se pueden agrupar en dos categorías: Los que requiere la instalación del proyecto, y Los requeridos para la etapa de funcionamiento propiamente dicha.

La inversión total está constituida por la suma de todos los bienes y servicios necesarios para ejecutar el proyecto y mantenerlo en operación. Los recursos necesarios para la instalación, constituyen el capital fijo o inmovilizado del proyecto y los que requiere el funcionamiento, constituyen el capital de trabajo o circulante[21].

FINANCIAMIENTO

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

[21] CARRASCO BELINCHON, Julián: “Organización de Empresas y Administración de Personal”. Editorial INDEX. Madrid 1984

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

PRIMERA FORMA

A) FUENTES INTERNAS DE FINANCIAMIENTO.- Fondos originados en la operación misma de la empresa; como[22]:

UTILIDADES NO DISTRIBUIDAS (SUPERÁVIT).- Estos fondos pueden ser utilizados temporalmente como fuente de financiamiento y luego ser distribuidos a los accionistas o por el contrario, pueden ser incorporados definitivamente a los fondos de la empresa a través de una elevación del capital social, como en:

- Reservas de Depreciación de Activos Fijos Tangibles,
- Reservas de Amortización de Activos Intangibles.
- Reservas Legales y Voluntarias.

B) FUENTES EXTERNAS DE FINANCIAMIENTO.- Vienen de fuera de la empresa o no se originan en sus operaciones; provienen básicamente del Mercado de Capitales, del Sistema Bancario y de los Proveedores.

Mercado de Capitales.- La empresa obtiene fondos a través de la

[22] U.N.L. Módulo IX, Elaboración y Evaluación de Proyectos, Pág. 57

colocación de obligaciones y acciones (Títulos de participación del capital social y da derecho al tenedor a participar en la administración y rendimientos del negocio).

Sistema Bancario.- Se pueden obtener créditos a corto plazo al inferior a un año, mediano plazo sobre un año hasta los cinco años, y, a largo plazo, sobre los cinco años.

Proveedores.- Los proveedores de maquinaria y equipo, así como también los que abastecen de materias primas y otros materiales, financian, también, a las empresas que adquieren sus productos. Este financiamiento es, generalmente, a corto o mediano plazo aunque en algunas ocasiones otorgan, también, créditos a largo plazo.

SEGUNDA FORMA

A) RECURSOS PROPIOS.-Provienen de emisión y venta de acciones, aportes en efectivo o en especie de los socios y de utilidades y reservas de la empresa.

B) CRÉDITOS.- Se obtienen de bancos y financieras privadas o de fomento, de proveedores o a través de la emisión de obligaciones propias de la empresa[23].

ACTIVOS

Son todos los bienes y derechos de propiedad de la empresa.

[23] U.N.L. Módulo IX, Elaboración y Evaluación de Proyectos, Pág. 57

ACTIVOS FIJOS

Son todas las inversiones que se realizan en bienes tangibles y son de propiedad de la empresa, sirven de apoyo a las operaciones de la misma, son todos los bienes que se emplean tanto en producción, como en administración y ventas, para efectos contables, los activos fijos están sujetos a depreciaciones, los cuales se los hace de acuerdo a una tabla establecida por la contraloría, los terrenos no sufren depreciaciones, pero si se revalorizan por la plusvalía generada por el desarrollo urbanístico[24].

ACTIVOS INTANGIBLES O DIFERIDOS

Estas inversiones se las realiza sobre activos constituidos para los servicios o derechos adquiridos necesarios para la marcha del proyecto y son susceptibles de amortización, afectando al flujo de caja indirectamente

ACTIVO CIRCULANTE O CAPITAL DE TRABAJO

El capital de trabajo es el que permite que el proyecto cumpla su funcionamiento normal de actividades y su recuperación económica mediante su comercialización en un periodo de tiempo aproximado a un mes, esto garantizará la disponibilidad de recursos suficientes para cubrir los costos de producción y operación, tiempo que posiblemente demorará la

[24]Apuntes Evaluación de Proyectos / Profesores: Sr. Rodrigo Geldes R. – Sr. Rafael Loyola B.

recuperación de los fondos para ser utilizados nuevamente en el proceso.

DEPRECIACIONES

Desgaste que sufren todos los activos fijos tangibles, debido al uso de estos en la empresa, las depreciaciones se calcula de acuerdo a los años de vida útil que se estime tenga la empresa.

GASTOS

Es el costo que ha producido un beneficio y que ha expirado, se confrontan con los ingresos para determinar la utilidad o la perdida netas de un periodo[25].

GASTOS ADMINISTRATIVOS

Rubros correspondientes al rol de pagos del personal, gastos generales de administración como son: teléfono, útiles de oficina, útiles de aseo, arriendo de local, amortización de los activos diferidos y otros imprevistos.

GASTOS DE VENTAS

Gastos que intervienen en la comercialización del producto o servicio entre ellos tenemos: gastos de movilidad, viáticos y promoción, entre otros.

[25]Apuntes Evaluación de Proyectos / Profesores: Sr. Rodrigo Geldes R. – Sr. Rafael Loyola B.

PRESUPUESTO

Significa “antes de lo hecho”, es una herramienta de administración y parte de la economía industrial se define como: Un conjunto de pronósticos referentes a un periodo precisado. Los objetivos del presupuesto son de previsión, planeación, organización, coordinación o integración, dirección, y control, es decir están en todas la etapas del proceso de administrativo.

PRESUPUESTO DE EGRESOS

Está integrado por presupuesto de: Inventarios, costos de producción y Compras, Costo de distribución y administración (gastos de ventas y gastos de administración), impuesto sobre la renta, aplicación de utilidades, otros egresos y presupuesto de inversión a más de un año[26].

INGRESOS TOTALES

Los ingresos son producto de la venta de bienes y servicios que produce el proyecto.

PUNTO DE EQUILIBRIO

El punto de equilibrio es un punto de balance entre ingresos y egresos denominado por algunos autores como PUNTO MUERTO, porque en él no

[26]Documento: César Reyes Villegas

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

COSTOS

El costo se define como el “valor” sacrificado para adquirir bienes o servicios, que se mide en dólares mediante la reducción de activos o al incurrir en pasivos en el momento en que se obtienen los beneficios. En el momento de la adquisición, el costo en que se incurre es para lograr beneficios presentes o futuros. Cuando se utilizan estos beneficios, los costos se convierten en gastos[27].

COSTOS FIJOS Y VARIABLES

FIJOS: Se mantienen constantes durante el periodo completo de producción. Se incurre en los mismos por el simple transcurso del tiempo y no varían como resultado directo de cambios en el volumen.

[27] U.N.L. Módulo IX, Elaboración y Evaluación de Proyectos, Pág. 57

VARIABLES: Varían en forma directa con cambios en el volumen de producción.

MÉTODOS Y REPRESENTACIÓN DEL PUNTO DE EQUILIBRIO

- Función de la Capacidad Instalada

$$PE = \frac{CostoFijoTotal}{VentasTotales - CostoVariableTotal} x100$$

- En función de las Ventas

$$PE = \frac{CostoFijoTotal}{1 - \overline{CostoVariableTotal}}$$
$$\overline{VentasTotales}$$

- PE en función de las unidades producidas

$$CV_U = \frac{CV}{UVl}$$

- Margen de Seguridad

$$mGS = \frac{Ventas..\Pr esu - Vtas.deEquilibrio}{Ventas..pre\sup uestarias}$$

ESTADOS FINANCIEROS

Representación estructurada de la posición financiera, de la empresa, resultado de operaciones y flujos de efectivo, que sirve de gran utilidad para un amplio rango de usuarios en la toma de sus decisiones económicas, así como presentan los resultados de la administración de los recursos confiados a la gerencia. Para cumplir con este objetivo, los estados financieros proveen información relacionada sobre: Activos, Pasivos, Ingresos, Gastos y Flujos de Efectivo; y muestran la posición financiera - resultados de la operación de todo negocio al final de un periodo contable.

ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS

Reporte de todos los ingresos y gastos que pertenecen a un periodo específico. La utilidad liquida es el famoso último Renglón en un estado de resultado. Y es el sobrante después de deducir todos los gastos, proporciona la información del movimiento en los eventos que ocurren a lo largo de un lapso. Mide el producto neto de las operaciones de las Empresas referente a los ingresos y gastos, durante un periodo específico, por ejemplo un mes, un trimestre, un año. Los componentes del Estado de Pérdidas y Ganancias son:

- **Ingresos.-** Resultado de las ventas de mercancías y de servicios prestados, y son medidos por el cargo hecho a los clientes o tenedores de las mercancías y usuarios de los servicios que se les han suministrado.
- **Egresos.-** Todos los flujos de salidas reales de fondos; tenemos:

- Gastos: Son los desembolsos de efectivo que producen su objetivo en el mismo periodo, dentro de estos gastos tenemos: Administrativos (actividades específicas, como fabricación o venta), Gastos de Venta (sueldos, seguro social, gratificaciones, comisiones de ventas y cobranzas, publicidad, empaques, transportes y almacenamiento).
- Gastos Financieros.- La totalidad de los intereses cargados a pérdidas y ganancias constituyan un egreso de caja, porque solo se imputan cuando ya se han causado y pagado.[28]

ESTADO DE FLUJO DE EFECTIVO

Muestra cambio en la situación financiera a través de efectivo y equivalente del efectivo de la empresa, así como previa información importante acerca de los ingresos y pagos de efectivo de una empresa durante un periodo determinado de acuerdo, con los Principios de Contabilidad Generalmente Aceptados, y puede prepararse en base al método:

- **Directo:** Informa las principales clases de ingresos y egresos de caja, montos brutos y también su respectiva suma aritmética hasta llegar al flujo neto de efectivo de las actividades operativas[29].
- **Indirecto**: La utilidad o pérdida neta es ajustada por los efectos de transacciones que no son de naturaleza de efectivo. [30]

[28] U.N.L, Modulo VI, Administración Financiera, Pág.59,60
[29]Apuntes Evaluación de Proyectos / Profesores: Sr. Rodrigo Geldes R. – Sr. Rafael Loyola B.
[30] U.N.L, Modulo VI, Administración Financiera, Pág.66

FLUJO DE CAJA PROYECTADO

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

RELACIÓN BENEFICIO – COSTO

Consiste en determinar cuáles elementos son beneficios y cuales son costos, en general los beneficios son ventajas expresadas en términos monetarios que recibe el propietario, en cambio que los costos son los gastos anticipados de construcción, operación, mantenimiento, etc. También permite medir cuanto se conseguiría en dólares por cada dólar invertido, se lo determina actualizando los ingresos por un lado y por otro lado los egresos por lo que se considera el valor de actualización. Se deberá tomar en cuenta lo siguiente:

B/C > 1 Se puede realizar el proyecto.

B/C = 1 Es indiferente realizar el proyecto.

Fórmula:

$$R(B/c) = \frac{Ingrreso\ldots Actualizado}{Costo\ldots Actualizado}$$

B/C < 1 Se debe rechazar el proyecto.

VALOR ACTUAL NETO (VAN)

Determina el valor presente de los flujos de costos e ingresos generados a través de la vida útil del proyecto, es la sumatoria de los beneficios netos multiplicado por el factor de descuento o descontados a una tasa de interés pagada por beneficiarse el préstamo a obtener. El VAN, representa en valores actuales, el total de los recursos que quedan en manos de la empresa al final de toda su vida útil, es decir, es el retorno líquido actualizado generado por el proyecto.

DONDE:

VAN = FNC (1+1)

VAN Valor actual neto

FNC = Flujo neto de caja

I = Tasa de Interés

n = número de periodos

FA Factor de Actualización

Fórmula para obtener el VAN

$$VAN = \Sigma \frac{FNC - 1}{(1+n)^{-1}}$$

Fórmula para obtener el Factor de Actualización:

$FA = 1/ (1+i)^n$

ANÁLISIS:

Si el VAN es mayor a uno se acepta el proyecto
Si el VAN es igual a uno se acepta el proyecto
Si el VAN es menor a uno se rechaza el proyecto

LA TASA INTERNA DE RETORNO (TIR)

Método de evaluación que toma en consideración el valor en el tiempo del dinero y las variaciones de los flujos de caja durante toda la vida útil del proyecto. Se podría interpretar a la Tasa Interna de Retorno, como la más alta tasa de interés que se podría pagar por un préstamo que financiara la inversión[31].

Fórmula

$$TIR = Tm + Dt\left(VAN..menor \Big/ VAN..menor - VAN..mayor\right)$$

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

PERIODO DE RECUPERACIÓN DEL CAPITAL (PRC)

Consiste en el tiempo requerido para recuperar la inversión original, en una medida de la rapidez con que el proyecto reembolsará el desembolso original de capital. Comúnmente los períodos de recuperación de la inversión o capital se utilizan para evaluar las inversiones proyectadas. El período de recuperación consiste en el número de años requeridos para recobrar la inversión inicial. La fórmula para calcular el periodo de recuperación es la siguiente[32]:

[31]Apuntes Evaluación de Proyectos / Profesores: Sr. Rodrigo Geldes R. – Sr. Rafael Loyola B.

[32] U.N.L, Modulo VI, Administración Financiera

$$PRt = \frac{Flujo..Neto..Acumulado - inversion}{Flujo..neto..ultimo..periodo}$$

ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD

En un proyecto, es conveniente efectuar el análisis de sensibilidad, porque se trata de medir si le afectan o no a un proyecto, dos situaciones que se dan en una economía, esto es, el aumento en los costos y la disminución en los ingresos, es la interpretación dada a la incertidumbre en lo que respecta a la posibilidad de implantar un proyecto, debido a que no se conocen las condiciones que se espera en el futuro[33].

$$Diferencia..de..TIR = TIR..del..proyecto - Nueva..TIR$$

FÓRMULAS: $$\%de..\text{var}iación = \frac{Diferencia..entre..TIR}{TIR..del..\text{Pr}oyecto}$$

$$sensibilidad = \frac{\%..Variación}{Nueva..TIR}$$

Para construir el análisis de sensibilidad se requiere tomar en cuenta lo siguiente:

- Conocer la tasa interna de retorno del proyecto.
- Establecer los nuevos flujos netos de caja.
- Determinar las nuevas tasas internas de retorno.

[33] Apuntes Evaluación de Proyectos / Profesores: Sr. Rodrigo Geldes R. – Sr. Rafael Loyola B.

- Para luego establecer la sensibilidad del proyecto.

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

- Cuando el coeficiente de sensibilidad es mayor que uno el proyecto es sensible.
- Cuando el coeficiente de sensibilidad es igual a uno el proyecto no sufre ningún efecto.
- Cuando el coeficiente de sensibilidad es menor que uno el proyecto no es sensible[34].

[34] U.N.L, Modulo VI, Administración Financiera

e) MATERIALES Y MÉTODOS

MATERIALES

Para el desarrollo del presente trabajo investigativo se utilizó los siguientes materiales:

- Hojas de papel bon
- Tinta de impresora
- Servicios de reproducción e impresión (copias)
- Movilización, comunicación y transporte
- Computadora e impresora (levantamiento del texto)
- Anillado y empastado del trabajo
- Lápiz y esferográfico
- Apoya manos

MÉTODOS

Para el desarrollo del presente trabajo investigativo se requirió de la utilización de métodos y técnicas, entre los cuales tenemos:

MÉTODO CIENTÍFICO.- Constituye el conjunto de procedimientos que valiéndose de los instrumentos o las técnicas necesarias, examina y soluciona un problema o conjunto de problemas de investigación. Se lo emplea para la generación de nuevos conocimientos y reforzar el marco teórico por lo que se lo conoce también como la organización racional de los recursos disponibles y de los procedimientos más adecuados para alcanzar determinado objetivo de la manera precisa y segura.

Este método partió de la observación no estructurada, se seleccionó el tema, la identificación de un problema, la elaboración de objetivos para llegar a la investigación, comprobación y generalización tanto de las empresas de turismo como de la comunidad de Cebadas.

Este método se constituyó como una forma de realizar una actividad en el camino o proceso que el investigador ha de seguir para alcanzar su objetivo, permitió la modificación de una realidad dada como parte del mismo proceso investigativo.

MÉTODO DESCRIPTIVO.- Se lo utilizó en la descripción de hechos y fenómenos actuales. Este método se sitúa en el presente, recoge y tabula datos para luego analizarlos e interpretarlos de una manera imparcial.

Se utilizó para evidenciar y detallar la problemática planteada. Además este método sirvió para exponer y realizar el análisis respectivo de cada una de las partes que conforman tanto el marco teórico como la implementación de la empresa comunitaria de Turismo.

MÉTODO ANALÍTICO.- Consiste en descomponer el todo en sus partes hasta llegar a conocer sus partes o elementos. Con este método se trata de descomponer en partes algo complejo.

El análisis se centró en conocer la factibilidad de poner en marcha una empresa de Turismo Comunitario. Además se consideraron las preferencias del público en la perspectiva de mejorar el servicio turístico para obtener mayor aceptación en el mismo.

El análisis fue tratado desde una perspectiva cualitativa y cuantitativa, es

decir, no quedándose en la simple cuantificación de la información obtenida, sino que a más de eso se tratará de explicar esa realidad por medio del marco teórico, el mismo que se sustenta en aspectos cognoscitivos fundamentales que puedan explicar la lógica del proceso de investigación.

MÉTODO SINTÉTICO.- Este método conduce ordenadamente los pensamientos por los objetos más simples y fáciles de conocer para ascender poco a poco como por grado, hasta el conocimiento de los más complejos, suponiendo incluso un orden.

El presente método permitió encontrar coherencia teórica, lógica y metodológica a lo largo del trabajo, basándose para ello en la realidad de la demanda social y la oferta que hace la empresa con el apoyo de la investigación documental.

TÉCNICAS PARA LA RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN

LA TÉCNICA DOCUMENTAL, que tiene como objetivo el elaborar un marco teórico conceptual para formar un cuerpo de ideas sobre el objeto de estudio.

Esta técnica permitió compilar varios hechos observables y describirlos en su entorno inmediato, permitió el estudio actual del fenómeno investigado, guió por la identificación y delimitación precisa del problema; para formular adecuadamente los objetivos; además la recolección y elaboración de los

datos (organización, comparación e interpretación); y finalmente ayudó a extraer conclusiones y recomendaciones.

LA ENCUESTA, es una técnica de recogida de información por medio de preguntas escritas organizadas en un cuestionario impreso. Se emplea para investigar hechos o fenómenos de forma general y no particular.

ÁREA DE INFLUENCIA

El área de influencia comprende la población que realiza turismo en la provincia de Chimborazo que según el Ministerio de Turismo de la provincia de Chimborazo, la población es de 20.645 turistas anuales tanto nacionales, extranjeros y provinciales, en el año 2012.

Tamaño de la Muestra.- Para el cálculo del tamaño de la muestra se utilizó la siguiente fórmula:

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

Esta fórmula al ser aplicada proporcionó como resultado:

$$n = \frac{20.645}{1+20.645(0.05)^2}$$

$$n = \frac{20.645}{52,6125}$$

n= 392 total de encuestas aplicar.

CUADRO N° 1
CUADRO DE DISTRIBUCIÓN MUESTRAL DE TURISTAS QUE VISITAN LA PROVINCIA DE CHIMBORAZO
Tasa de Crecimiento Actual para turistas (1.8%) (Ministerio de Turismo)

AÑOS	TURISTAS EXTRANJEROS	TURISTAS NACIONALES	TURISTAS PROVINCIALES	TOTAL
2001	1265	12458	3245	16.968
2002	1288	12682	3303	17.273
2003	1311	12911	3363	17.584
2004	1335	13143	3423	17.901
2005	1359	13379	3485	18.223
2006	1383	13620	3548	18.551
2007	1408	13865	3612	18.885
2008	1433	14115	3677	19.225
2009	1459	14369	3743	19.571
2010	1485	14628	3810	19.923
2011	1512	14891	3879	20282
2012	1539	15159	3949	20647

FUENTE: REGISTROS DEL MINISTERIO DE TURISMO.
ELABORACIÓN: EL AUTOR

CUADRO N° 2

DISTRIBUCIÓN MUESTRAL DE ENCUESTAS

TURISTAS	POBLACIÓN	PORCENTAJE %	N° ENCUESTAS
TURISTAS EXTRANJEROS	1539	7,5%	29
TURISTAS NACIONALES	15159	73,4%	288
TURISTAS PROVINCIALES	3949	19,1%	75
TOTAL	**20.647**	**100%**	**392**

FUENTE: CUADRO N°1

ELABORACIÓN: EL AUTOR

f) RESULTADOS

ANTECEDENTES

La provincia de Chimborazo, conocida como la «provincia de las altas cumbres», debido a que en ella se encuentran algunas de las cumbres más elevadas del Ecuador, está situada en la zona central del pasillo interandino. En la cordillera occidental se encuentra el volcán Chimborazo, que da nombre a la provincia, con una altura de 6.310 msnm. Tiene una población total de 458.581 habitantes, según datos del Censo de Población y vivienda 2010. Siendo la novena provincia más poblada del Ecuador.

La capital de la provincia es Riobamba, conocida como «la sultana de los Andes». Se encuentra a una altitud de 2.754 msnm.

La Provincia de Chimborazo podrá ser notoria en contar el área metropolitana más poblada del país en donde las mayorías viven en sentido rural en vez de urbano. Con 325.448 habitantes de ellas casi 180.000 viven en los cascos urbanos de Riobamba, Colta, Guano, Guamote y Chambo y el restante de la población de esta conurbación viven en los centros poblados rurales de los 4 cantones mencionados.

RESULTADO DE LAS ENCUESTAS DIRIGIDA A LOS USUARIOS

DATOS GENERALES:

1.- ¿Ingresos promedio en dólares?

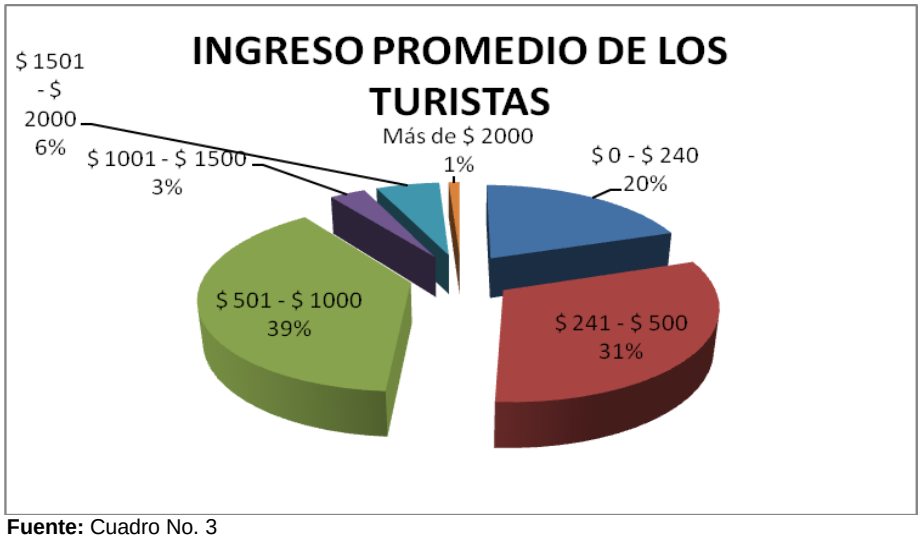
CUADRO 3
INGRESOS PROMEDIO

RESPUESTAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
$ 0 - $ 240	78	20%
$ 241 - $ 500	122	31%
$ 501 - $ 1000	152	39%
$ 1001 - $ 1500	13	3%
$ 1501 - $ 2000	23	6%
Más de $ 2000	4	1%
TOTAL	**392**	**100%**

Fuente: Encuesta aplicada a los turistas nacionales y extranjeros

Elaboración: El Autor

GRÁFICA 1



Fuente: Cuadro No. 3
Elaboración: El autor

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

En cuanto se refiere a los ingresos promedio de los encuestados, el 39% de ellos tienen unos ingresos entre $501 a $1000 dólares; el 31% entre $241 a $500 dólares; el 20% $1 a $240 dólares; el 6% entre $1501 a $2000 dólares; el 3% entre $1001 a $1500 dólares; y, el 1% más de $2000 dólares.

2.- ¿Realiza usted y su familia turismo?

CUADRO 4
REALIZA TURISMO

RESPUESTAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	392	100
NO	0	0
TOTAL	**392**	**100**

Fuente: Encuesta aplicada a los turistas nacionales y extranjeros

Elaboración: El Autor

GRÁFICA 2

Fuente: Cuadro No. 4
Elaboración: El autor

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

El 100% de los encuestados manifiestan que SI realizan turismo; por obvias razones ya que se está encuestando a los turistas, nacionales e internacionales.

3.- ¿Generalmente cuándo viaja, lo hace con?

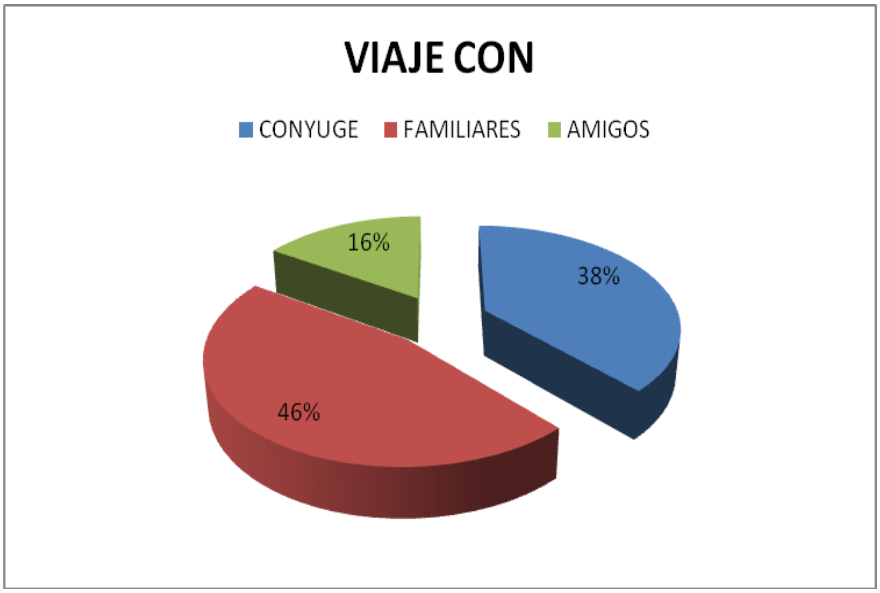
CUADRO 5
VIAJE CON

RESPUESTAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
CONYUGE	135	45%
FAMILIARES	164	55%
AMIGOS	56	19%

Fuente: Encuesta aplicada a los turistas nacionales y extranjeros

Elaboración: El Autor

GRÁFICA 3



Fuente: Cuadro No. 5
Elaboración: El autor

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

El 55% de los encuestados manifiestan que generalmente viajan con sus familiares; el 45% con su cónyuge; y, el 19% con amigos, en esta pregunta los encuestados se manifestaron de varias alternativas.

4.- ¿Cuándo viajó que establecimiento de hospedaje ocupó?

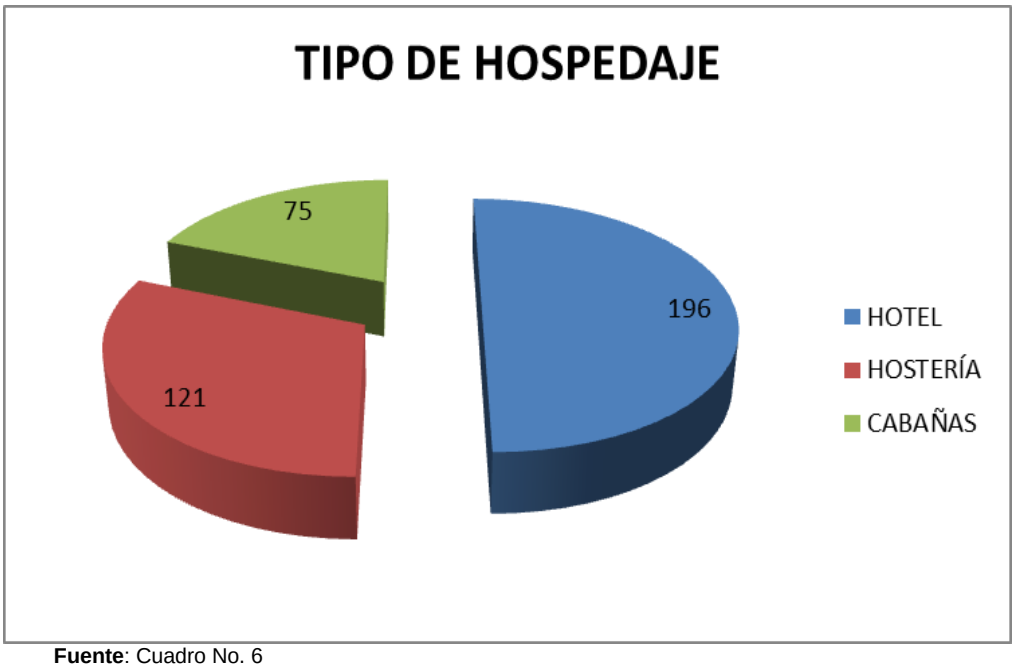
CUADRO 6
TIPO DE HOSPEDAJE

RESPUESTAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
HOTEL	196	50%
HOSTERÍA	121	31%
CABAÑAS	75	19%
TOTAL	**392**	**100%**

Fuente: Encuesta aplicada a los turistas nacionales y extranjeros

Elaboración: El Autor

GRÁFICA 4



Fuente: Cuadro No. 6
Elaboración: El autor

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

El 50% de los encuestados manifiesta que cuándo viajó ocupó el establecimiento de hospedaje de un Hotel; el 31% una Hostería; y, el 19% un Cabañas, esto determina que la mayoría de encuestados prefiere hospedarse en un Hotel, ya que lo consideran más económico.

5.- ¿Con qué frecuencia realiza usted turismo?

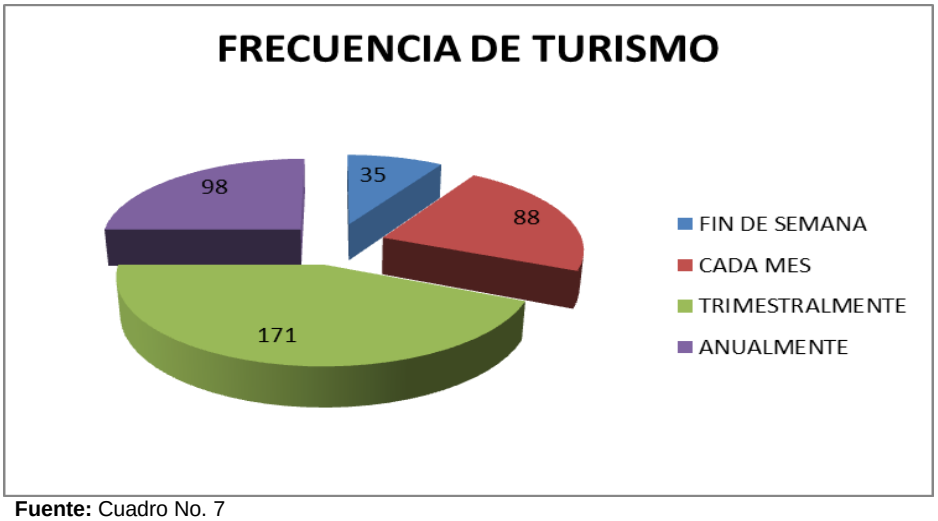
CUADRO 7

RESPUESTAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SEMANALMENTE	35	9%
CADA MES	88	22%
TRIMESTRALMENTE	171	44%
ANUALMENTE	98	25%
TOTAL	**392**	**100%**

Fuente: Encuesta aplicada a los turistas nacionales y extranjeros

Elaboración: El Autor

GRÁFICA 5



Fuente: Cuadro No. 7
Elaboración: El autor

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Cuando se les preguntó con qué frecuencia realizan turismo; el 44% manifiesta que trimestralmente; el 25% anualmente; el 22% cada mes por negocios o trabajo; y, el 9% los fines de semana.

6.- ¿Cuántos días permaneció en su último viaje?

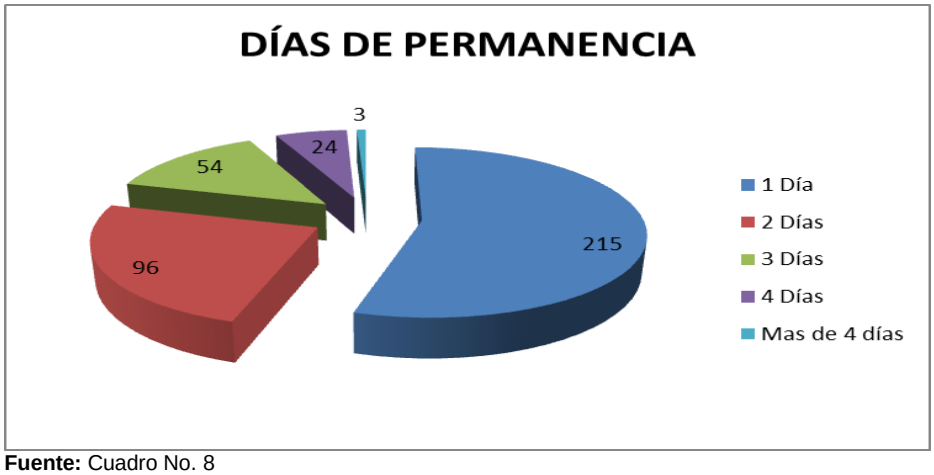
CUADRO 8
DÍAS DE PERMANENCIA

RESPUESTAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1 Día	215	55%
2 Días	96	24%
3 Días	54	14%
4 Días	24	6%
Más de 4 días	3	1%
TOTAL	**392**	**100%**

Fuente: Encuesta aplicada a los turistas nacionales y extranjeros

Elaboración: El Autor

GRÁFICA 6



Fuente: Cuadro No. 8
Elaboración: El autor

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Cuando se les preguntó cuántos días permaneció es su último viaje; el 55% permaneció un día, el 24% 2 días, el 14% 3 días, el 6% 4 días; mientras, que únicamente el 1% permaneció más de 4 días, esto determina que las personas no permanecen más de 4 días en un mismo lugar, sea por diversión o negocios.

7.- ¿Cuánto gastó diariamente en alojamiento, alimentación recreación y otros en su último viaje?

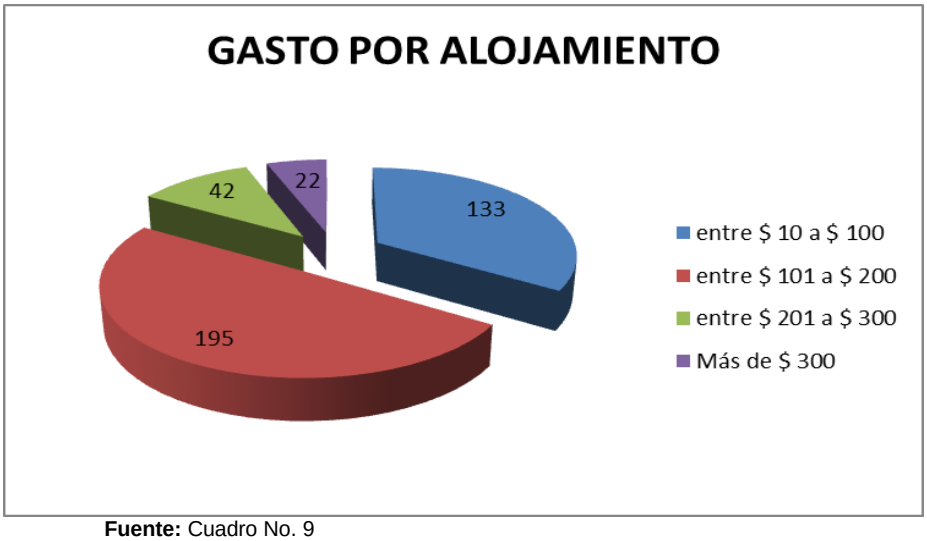
CUADRO 9
GASTO POR ALOJAMIENTO Y OTROS

RESPUESTAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
entre $ 10 a $ 100	133	34%
entre $ 101 a $ 200	195	50%
entre $ 201 a $ 300	42	11%
Más de $ 300	22	6%
TOTAL	**392**	**100%**

Fuente: Encuesta aplicada a los turistas nacionales y extranjeros

Elaboración: El Autor

GRÁFICA 7



Fuente: Cuadro No. 9
Elaboración: El autor

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

El 50% de los encuestados gastó diariamente en alojamiento, alimentación recreación y otros en su último viaje entre $101 a $200 dólares; el 34% entre $10 a $100 dólares; el 11% entre $201 a $300 dólares; y, el 6% más de $300 dólares.

8.- ¿Qué tipo de alimentación consumió?

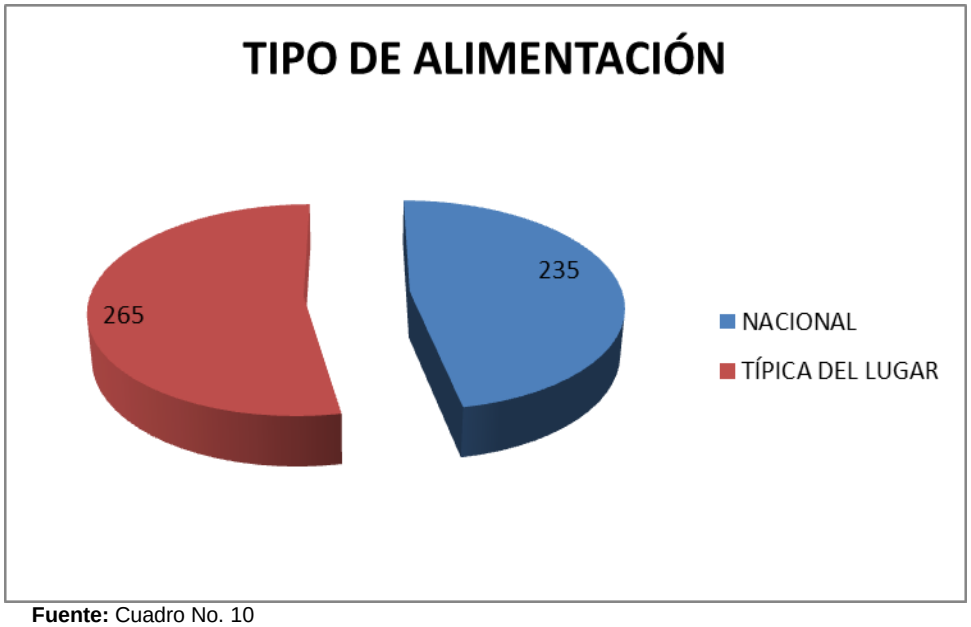
CUADRO 10
TIPO DE ALIMENTACIÓN

RESPUESTAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
NACIONAL	235	60%
TÍPICA DEL LUGAR	265	68%

Fuente: Encuesta aplicada a los turistas nacionales y extranjeros

Elaboración: El Autor

GRÁFICA 8



Fuente: Cuadro No. 10
Elaboración: El autor

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

El 68% de los encuestados prefieren la comida Típica del lugar; mientras que el 60% la comida a nivel nacional, esto determina que hay preferencia por la nacional y típica del lugar, esto determina que la comida Típica tiene una gran acogida, lo que es esencial para la puesta en marcha de la empresa.

9.- ¿Qué actividades recreativas realizó en su último viaje?

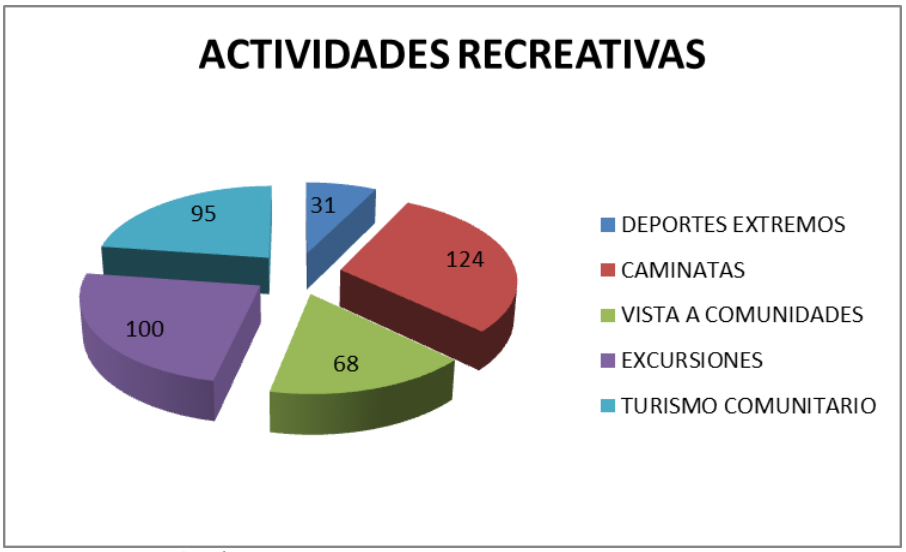
CUADRO 11
ACTIVIDADES RECREATIVAS

RESPUESTAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
DEPORTES EXTREMOS	31	10%
CAMINATAS	124	42%
VISTA A COMUNIDADES	68	23%
EXCURSIONES	100	34%
TURISMO COMUNITARIO	95	32%

Fuente: Encuesta aplicada a los turistas nacionales y extranjeros

Elaboración: El Autor

GRÁFICA 9



Fuente: Cuadro No. 11
Elaboración: El autor

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

En lo referente a las actividades recreativas que realizaron en su último viaje el 42% de ellos realizaron caminatas; el 34% excursiones; el 32% turismo comunitario; el 23% visita a comunidades; y, el 10% deportes extremos, esta pregunta los encuestados manifestaron o contestaron varias alternativas, por tratarse de una pregunta de varias alternativas.

10.- ¿En caso de que se creara una empresa comunitaria de servicios turísticos en el cantón Guamote utilizaría sus servicios?

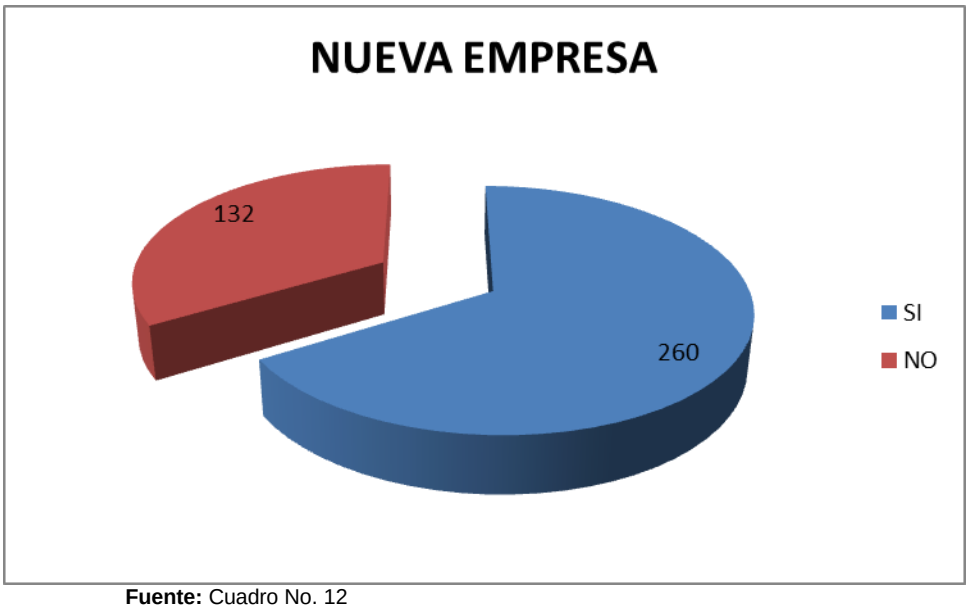
CUADRO 12
NUEVA EMPRESA

RESPUESTAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	260	66%
NO	132	34%
TOTAL	**392**	**100%**

Fuente: Encuesta aplicada a los turistas nacionales y extranjeros

Elaboración: El Autor

GRÁFICA 10



Fuente: Cuadro No. 12
Elaboración: El autor

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Se les preguntó si en caso de que se creara una empresa comunitaria de servicios turísticos en el cantón Guamote utilizaría sus servicios, el 66% de ellos manifiesta que SI; mientras que el 34% manifiesta que NO ya que prefieren utilizar los servicios que ya vienen utilizando.

11.- ¿En qué ocasiones utilizaría los servicios turísticos de la empresa comunitaria?

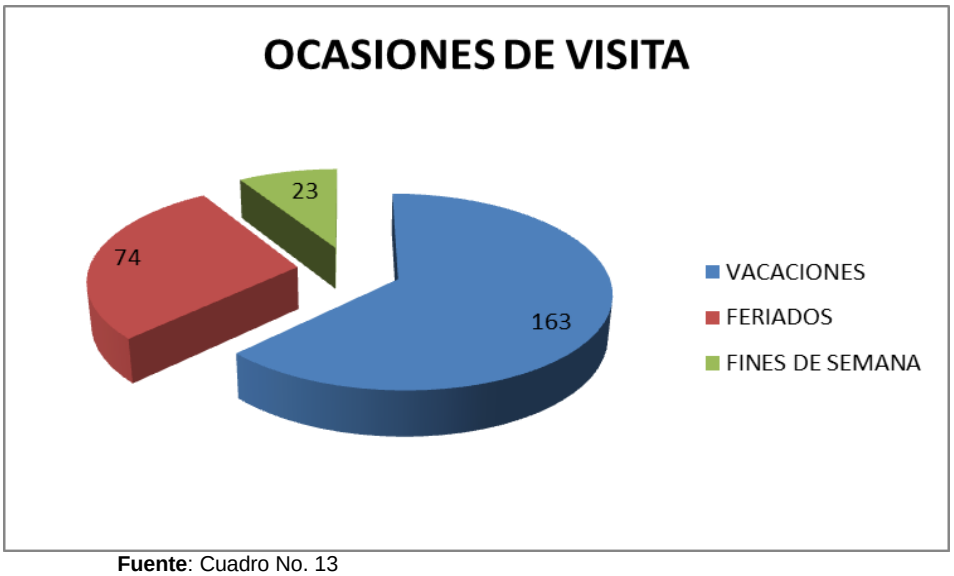
CUADRO 13
OCASIONES DE VISTA

RESPUESTAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
VACACIONES	163	63
FERIADOS	74	28
FINES DE SEMANA	23	9
TOTAL	**260**	**100**

Fuente: Encuesta aplicada a los turistas nacionales y extranjeros

Elaboración: El Autor

GRÁFICA 11



Fuente: Cuadro No. 13
Elaboración: El autor

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

El 63% de los encuestados manifiestan que utilizarían los servicios de la empresa comunitaria de turismo en vacaciones, el 28% en feriados; mientras, que únicamente el 9% lo realizaría los fines de semana, esto determina que la empresa tendrá una buena afluencia de turistas en las vacaciones y feriados.

12.- ¿ De los siguientes servicios que se enlistan a continuación, Cuáles cree Usted que debería implementar la empresa Comunitaria Turística?.

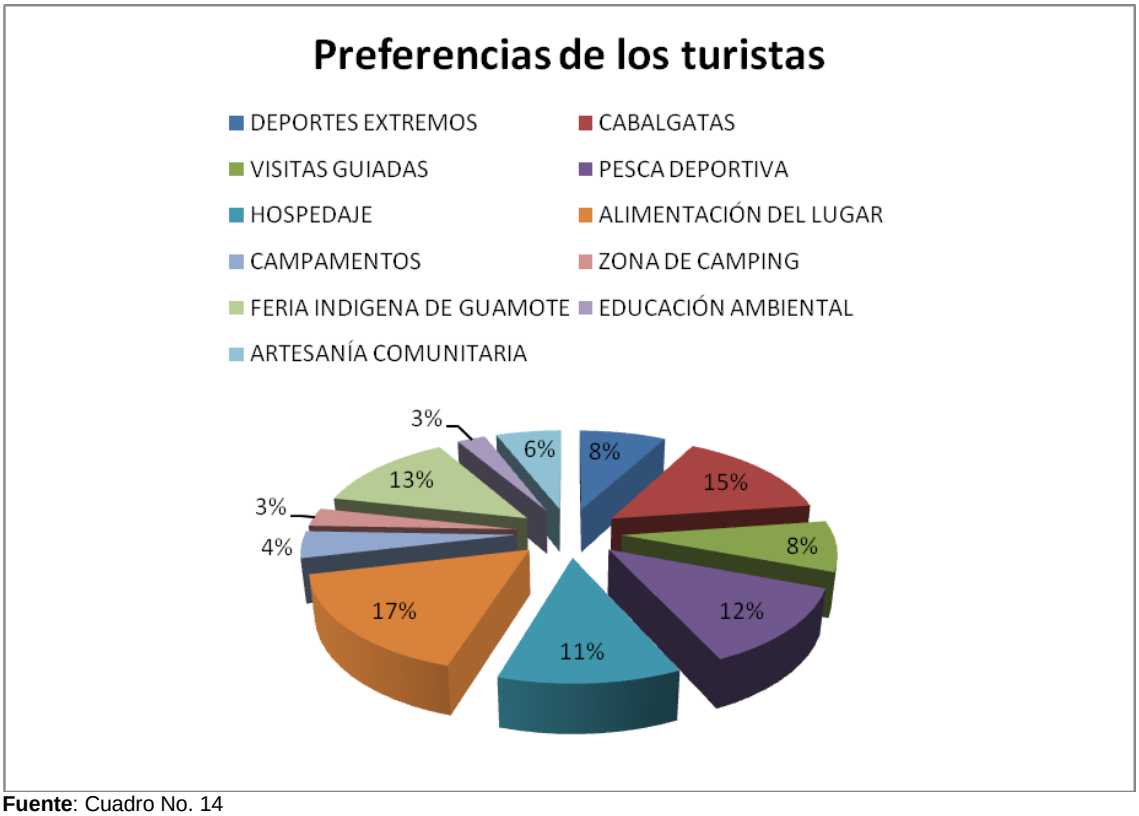
CUADRO 14
PREFERENCIAS DE LOS TURISTAS

RESPUESTAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
DEPORTES EXTREMOS	64	8%
CABALGATAS	121	15%
VISITAS GUIADAS	66	8%
PESCA DEPORTIVA	101	12%
HOSPEDAJE	94	12%
ALIMENTACIÓN DEL LUGAR	135	17%
CAMPAMENTOS	35	4%
ZONA DE CAMPING	24	3%
FERIA INDIGENA DE GUAMOTE	106	13%
EDUCACIÓN AMBIENTAL	21	3%
ARTESANIAS COMUNITARIA	48	6%

Fuente: Encuesta aplicada a los turistas nacionales y extranjeros

Elaboración: El Autor

GRÁFICA 12



Fuente: Cuadro No. 14
Elaboración: El autor

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Cuando se les preguntó a los encuestados que visitarían y harían uso de la nueva empresa comunitaria de turismo cuáles serían los servicios que debería implementar, los encuestados contestaron de varias alternativas, siendo estas, el 17% alimentación del lugar esto es comita típica; el 15% cabalgatas; el 13% feria libre de Guamote; con 12% el hospedaje y pesca deportiva; el 8% deportes extremos como rápidos, ascensos a montañas, ciclismo, etc., y visitas guiadas respectivamente; el 6% Artesanías Comunitarias; y, el 4% campamentos; zona de camping y educación ambiental el 3%.

13.- ¿Ha través de qué medios de comunicación le gustaría enterarse de los servicios turísticos que prestaría la empresa comunitaria?

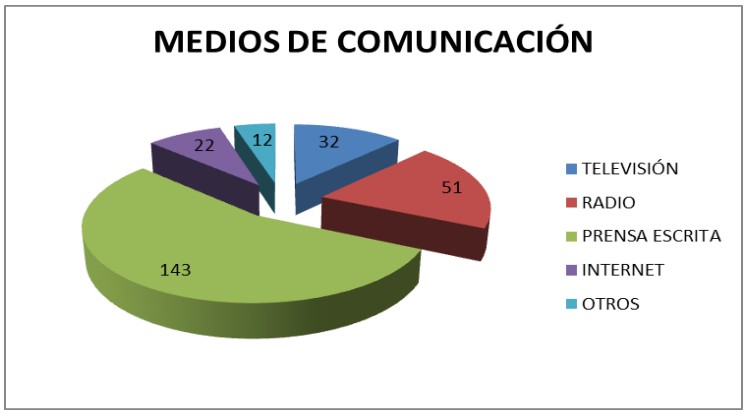
CUADRO 15
MEDIOS DE COMUNICACIÓN

RESPUESTAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
TELEVISIÓN	32	12%
RADIO	51	20%
PRENSA ESCRITA	143	55%
INTERNET	22	8%
OTROS	12	5%
TOTAL	**260**	**100%**

Fuente: Encuesta aplicada a los turistas nacionales y extranjeros

Elaboración: El Autor

GRÁFICA 13



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Sobre la preferencia de los medios de comunicación para que se dé a conocer la nueva empresa comunitaria, el 55% prefieren la prensa escrita; el 20% la Radio; el 12% la televisión y el Internet respectivamente; y, únicamente el 1% otros como vallas, revistas, etc.

g) DISCUSIÓN

ESTUDIO DE MERCADO

Permite conocer cuál es la situación de la demanda del servicio, es decir, nos da a conocer los clientes y futuro de nuestro servicio, se analiza el mercado potencial a fin de establecer la demanda insatisfecha en función de los servicios hoteleros.

DETERMINACIÓN DE LAS VISITAS PERCAPITA

Las visitas percapita es el número de veces que una persona utiliza los servicios de un Hotel, Hostería u Hotel Residencial. Para determinar la frecuencia promedio de asistencia al año se realizó el siguiente análisis en base a los datos de la pregunta número ocho de la encuesta que hace referencia al tiempo que realiza turismo.

CUADRO 16
TURISTAS

VARIABLES	FRECUENCIA	TIEMPO	CANT. ANUAL
SEMANALMENTE	35	52	1.820
CADA MES	88	12	1.056
TRIMESTRALMENTE	171	4	684
ANUALMENTE	98	1	98
TOTAL	**392**		**3.658**

FUENTE: Cuadro Nº 08
ELABORACIÓN: El Autor

Para determinar las vistas per cápita, se divide la cantidad anual de visitas para el número de personas que realizan turismo, como se determina a continuación:

VP = CA/F

En donde:

VP = Visitas Per cápita

CA = Cantidad Anual

F = Frecuencia

VP = 3.658 / 392

VP = 9 Visitas anualmente por turista

ANÁLISIS DE LA DEMANDA

Para analizar la demanda se encuestó a las personas que realizan turismo a la provincia de Chimborazo, específicamente al cantón Guamote, siendo estos 1.539 turistas extranjeros, 15.159 turistas nacionales; y, 3.949 turistas provinciales (datos del Ministerio de Turismo) siendo esta muestra de 392 encuestados para la demanda total.

DEMANDA POTENCIAL

La demanda potencial son todos los turistas que pueden realizar actividades turísticas, siendo estas representadas con el 100% de la población por

obvias razones.

CÁLCULO DE LA DEMANDA POTENCIAL

Demanda Potencial = Total turistas

Demanda Potencial = 20.647

Demanda Potencial = 100%

CUADRO 17

DEMANDA POTENCIAL

TOTAL POBLACIÓN TURISTAS	DEMANDA POTENCIAL	PORCENTAJE
20.647	20.647	100%

FUENTE: Cuadro 2
ELABORACIÓN: El Autor

La demanda Potencial para el año base es del 100% de la población de turistas, que son potencialmente aptos para realizar turismo.

DEMANDA REAL

Es la demanda que existe en el mercado para el servicio de empresa y que por diversos factores, no ha llegado a cubrir satisfactoriamente las necesidades del consumidor en cuanto se refiere a una empresa se servicios comunitarios turísticos. Para determinar la demanda real se preguntó en la encuesta, si realizan turismo. Ver cuadro Nº 5 de la pregunta Nº 3.

CÁLCULO DE LA DEMANDA REAL

Demanda real = Demanda Potencial – % de personas que realizan turismo

Demanda real = 20.647 * 100%

Demanda real = 20.647 equivalente al **100**%

CUADRO 18

DEMANDA REAL

DEMANDA POTENCIAL	PORCENTAJE QUE REALIZAN TURISMO	DEMANDA REAL
20.647	100%	20.647

FUENTE: Cuadro 4
ELABORACIÓN: El Autor

Para obtener la demanda real obtenemos de las 20.647 turistas de la demanda potencial el Nº de porcentaje que realizan turismo que es del 100% dándonos una demanda real de 20.647 turistas que representa el 100% del total de los encuestados.

DEMANDA EFECTIVA

Para obtener la demanda efectiva se preguntó. ¿En caso de que se creara una empresa comunitaria de servicios turísticos en el cantón Guamote utilizaría sus servicios? Ver resultados en el cuadro 12.

CÁLCULO DE LA DEMANDA EFECTIVA

Demanda Efectiva= Demanda Real * % de personas que utilizarían los servicios de la nueva empresa

Demanda Efectiva = 20.647 * 66%

Demanda Efectiva = 13.627

Demanda Efectiva = 66**%**

CUADRO 19
DEMANDA EFECTIVA DE LA MUESTRA

DEMANDA REAL	% PORCENTAJE DE ACEPTACIÓN NUEVA EMPRESA	DEMANDA EFECTIVA
20.647	66%	13.627

FUENTE: Cuadro 13
ELABORACIÓN: El Autor

Para obtener la demanda efectiva multiplicamos de las 20.647 personas turistas y que les gustaría asistir a la nueva empresa que son el 66%, dándonos una demanda de 13.627 personas o familias.

Para determinar el total de visitas a la empresa comunitaria de servicios turísticos en el año, se multiplica la demanda efectiva por el número de visitas promedio por persona o familia que es de 9, obteniendo un total de visitas de 122.643

CUADRO 20

CUADRO DE RESUMEN DE LA DEMANDA FUTURA

AÑOS DE VIDA UTIL	POBLACIÓN TURISTAS	DEMANDA POTENCIAL 100%	DEMANDA REAL 100%	DEMANDA EFECTIVA 66%	VISITAS PERCAPITA ANUAL	DEMANDA FUTURA (VISITAS)
0	20.647	20.647	20647	13627	9	122.643
1	20709	20.709	20709	13668	9	123.011
2	20771	20.771	20771	13709	9	123.380
3	20833	20.833	20833	13750	9	123.750
4	20896	20.896	20896	13791	9	124.122
5	20959	20.959	20959	13833	9	124.494
6	21021	21.021	21021	13874	9	124.867
7	21085	21.085	21085	13916	9	125.242
8	21148	21.148	21148	13958	9	125.618
9	21211	21.211	21211	13999	9	125.995
10	21275	21.275	21275	14041	9	126.373

FUENTE: Cuadros 2, 17, 18, 19 (TC. 1,8% INEC)
ELABORACIÓN: El Autor

ESTUDIO DE LA OFERTA

La oferta es la cantidad de bienes y servicios que los oferentes están dispuestos a ofrecer a los usuarios o consumidores, en este caso a los turistas nacionales y extranjeros a precios alternativos, durante un periodo de tiempo determinado.

Según los datos obtenidos, podemos conocer que no existe oferta dentro de la circunscripción territorial, ya que al no exisitir empresas que ofrezcan Turismo Comunitario en el Cantón Guamote provincia de Chimborazo por tal razón la oferta es cero.

ANÁLISIS DE LA OFERTA Y DEMANDA / DEMANDA INSATISFECHA

Es la relación que existe entre la demanda y la oferta, la cual permite determinar el número de demandantes o usuarios que no pudieron hacer uso del servicio por falta de ofertantes en el mercado.

Con respecto a la oferta de servicios comunitarios de turismo en el cantón Guamote, no existe, por tanto la oferta será cero.

Para poder cuantificar esta demanda se realiza un balance entre la oferta y la demanda; y de esta manera se toma como base la cantidad demandada y la cantidad ofertada establecidas en la proyección de la demanda y la oferta, lo que se demuestra en el siguiente cuadro.

CUADRO 21
DEMANDA INSATISFECHA

AÑOS DE VIDA ÚTIL	DEMANDA FUTURA (VISITAS)	OFERTA	DEMANDA INSATISFECHA
0	122.643	0	122.643
1	123.011	0	123.011
2	123.380	0	123.380
3	123.750	0	123.750
4	124.122	0	124.122
5	124.494	0	124.494
6	124.867	0	124.867
7	125.242	0	125.242
8	125.618	0	125.618
9	125.995	0	125.995
10	126.373	0	126.373

FUENTE: Cuadro 20
ELABORACIÓN: El Autor

PLAN DE COMERCIALIZACIÓN

Para lograr que el proyecto sea competitivo, se requiere de planteamiento de estrategias competitivas de Diferenciación.

Las estrategias detalladas a continuación van enfocadas principalmente a las características del producto, precio, distribución y por su puesto a la promoción. Cabe recalcar que dichas estrategias son propuestas iniciales, ya que con la ejecución del proyecto y su evolución mediante un estudio continuo de mercado, se tendrá que ir acoplando a la realidad en dicho momento.

Estrategias de Diferenciación con respecto al Producto:

El Proyecto de Creación de una empresa Comunitaria de servicios turísticos en el cantón Guamote; propiciará el desarrollo de una oferta integral, capaz de retener al turista un mayor tiempo al actual, ofertando servicios de alojamiento, alimentación y distracción; también tendrá a disponibilidad del turista una amplia gama de información turística, recomendaciones, precauciones, respaldada en mapas turísticos ubicando los diferentes atractivos que no han sido muy bien explotados en la zona, que a la vez constarán dentro de los diferentes paquetes turísticos, que despertará el interés de realizar esta actividad.

GRAFICA 14

Otra estrategia de diferenciación con respecto al producto, es que todo servicio estará bajo un control de calidad total; es así como servicios tanto de alojamiento como de alimentación y más aún de distracción brindaran total satisfacción, seguridad, higiene y sobre todo salud.

La falta de higiene en la preparación de alimentos es un problema continuo que repercute en los turistas, por lo que esta empresa comunitaria brindará salud, seguridad y garantizará un alimento higiénicamente preparado. También existirá una variedad de platillos con el fin de satisfacer las preferencias del Turista.

En cuanto a las habitaciones, a diferencia de los establecimientos hoteleros existentes, se adecuarán cuartos con baño privado que estén provistos con los implementos necesarios para la estadía del turista; de esta manera brindar privacidad y confort. La edificación tanto **de las habitaciones de las familias integrantes a este importante proyecto**, será implementado de una manera muy rústica, es decir con material del medio no costoso que a su vez dará ese toque original, sencillo y sobrio.

Las familias futuras a prestar los servicios de turismo comunitario, será en un

comienzo capacitado; aun así tengan conocimiento sobre el proyecto ya que el personal pese a su disposición de trabajo muchas de las veces no es lo suficientemente capacitado en servicio al cliente, calidad en arreglo de habitaciones y demás servicios; por lo que será capacitado en diferentes áreas según su necesidad y las necesidades de la empresa comunitario de turismo. De esta manera se involucra a la comunidad, creando plazas de trabajo.

También una estrategia en cuanto al personal; existen muchos pobladores de Guamote que se están instruyendo en los Institutos, Politécnica de Chimborazo y la Universidad Nacional Chimborazo de la Ciudad de Riobamba; para lo cual se podría abrir plazas de prácticas para que a su vez en las distintas ramas de la carrera, acudan a realizar prácticas estrictamente vigiladas para no atentar con la calidad del producto; de esta manera reduciendo costos y sobre todo que los mismos practicantes con conocimientos más avanzados vayan actualizando y/o aprendiendo del personal de planta.

Aprovechando una de las fiestas más importantes como es la del Carnaval; una de las propuestas es impulsar la gastronomía típica, las actividades artísticas y las artesanías locales mediante la organización de ferias que involucren a las comunidades, y que se logre trasformar en un atractivo potencial en la fecha y en un futuro ser reconocido a nivel nacional por ser sede de este evento.

Para fomentar la oferta de artesanías, se organizará un grupo de artesanos locales que deseen expender sus productos, a manera de pequeños talleres

dentro de la circunscripción territorial zonificado, pudiéndose negociar alimentación y una pequeña zona para dicho actividad; mientras que la empresa de turismo comunitario se vería beneficiado solamente como parte del producto turístico.

Como parte indispensable en cuanto a la calidad de los servicios a ofertarse, se ha pensado en incluir un sistema de auto-calificación de la calidad de los diferentes servicios lo cual aparte de garantizar el nivel de calidad, también servirá como una herramienta para verificar y controlar el cumplimiento de las normas establecidas.

Igualmente es muy importante el realizar una investigación continua en relación al nivel de satisfacción del turista así como de sus expectativas y percepciones, lo cual se puede realizar mediante buzón de sugerencias y observaciones.

Un novedoso servicio de alimentación ágil y bajo costo es el de preparación al instante; consiste en mantener a manera de buffet los alimentos, ingredientes de demás especias sin cocción al alcance del consumidor, de esta manera el turista se acerca prepara sus alimentos a su elección y preferencia y posteriormente todo eso pasa a una enorme plancha, fuente de calor de esta manera sirve para la cocción de los alimentos escogidos y preparados por el turista; de esta manera, se satisfacen los gustos más variados y exigentes.

Estrategias de Diferenciación con respecto al Precio:

Realizar periódicamente Benchmarking, para evaluar tanto precios de otros

centros turísticos a nivel nacional, como también sondear su forma de operación.

Realizar un estudio de conveniencia con tercerizadoras; es decir algunos servicios muchas veces son más económicos si se los opera mediante una tercerizadora; que esté operando en la misma empresa comunitaria.

Una de las estrategias planteadas en el presente proyecto, pero que mediante un estudio de mercado se evaluará su posibilidad de ejecución, es el tratar de lograr una reducción de costos tanto en construcción, como en capacitación, mano de obra y alimentos; siempre y cuando no se atenté contra la calidad del producto; de esta manera se podría concebir igualmente precios competitivos.

El buscar acuerdos con los administradores tanto de los Trenes como también de otros destinos turísticos que se vayan a promocionar dentro de los paquetes turísticos; sería muy importante ya que mediante los mismos se intentará lograr costos bajos, los cuales favorezcan a la operación y precios de los mismos.

Igualmente en función de disminuir precios, se propone la existencia de membresías de esta manera fomentando el turismo nacional; sin embargo se trata de implantar cuotas bastante económicas para la membresía de dichos establecimientos.

Estrategias de Diferenciación con respecto a la Promoción:

En cuanto a la promoción; el paso inicial es darse a conocer al turista como EL TURISMO COMUNITARIO diferente a los demás; es así como se

propone realizar material publicitario en un comienzo como trípticos y volantes, que enfoquen la Ubicación estratégica de la empresa comunitaria y el panorama increíble donde uno puede observar las hermosas lagunas de Atillo, labores pre-culturales y culturales de la producción agropecuaria, rafting en el río Cebadas y paseo por las lagunas del Atillo, ciclismos por senderos que se conectan varias comunidades indígenas de la ruta, al tren partir y para los turistas extranjeros la feria indígenas más grande del país Guamote.

Como es lógico en un principio la promoción y oferta será dirigida con más fuerza hacia las agencias de Turismo tanto las que operan dentro del Cantón Guamote, como también incentivar a otras agencias a que tengan en cuenta esta zona como destino turístico. Por lo que la estrategia para promocionarse; será vender la idea inicial de alimentación.

Con la finalidad de promocionar nuevos servicios o enviar información; se cree necesario realizar una base de datos sobre los perfiles, e información necesaria de los turistas para tener una base estadística propia.

Un aspecto importante en la actualidad ligado al avance tecnológico es la creación del sitio web para la Internet, dicho medio como se mencionó anteriormente, abre un nexo directo entre demandantes y ofertantes, de esta manera se puede brindar un alto grado de información y comunicación e incluso mediante correos electrónicos personales.

Estrategias de Diferenciación con respecto a la Distribución:

Como se mencionó anteriormente, uno de los problemas que se da en

cuanto al flujo turístico con destino a Guamote, es que generalmente este lugar es visitado mediante una agencia de turismo, posteriormente a esta visita se dirigen rumbo a otro destino ya que no hay la infraestructura ni el incentivo suficiente para quedarse un tiempo más prolongado; es por esto que en un inicio, se tendrá muy en cuenta el ingresar al mercado mediante agencias de turismo. Además se contará con el turismo local que se pueda captar tanto en la ciudad de Riobamba como también en Cuenca. Posteriormente se tratará de manejar independientemente según las necesidades y el nivel de desarrollo alcanzado.

ESTUDIO TÉCNICO

El estudio técnico permite la identificación de requerimientos y componentes técnicos para implementar la Empresa, señalando cuáles son los factores relevantes de su tamaño, ubicación, equipamiento y distribución espacial, es decir, todo aquello que tenga relación con el funcionamiento y operatividad física del proyecto.

En el desarrollo de este capítulo se plantea las siguientes interrogantes.

¿Qué especificaciones? ¿Cuánto? ¿En qué lugar se va a desarrollar el proyecto? ¿Cómo se va a desarrollar los Procesos?

GRÁFICA 15

TAMAÑO DEL PROYECTO

Al ser un proyecto que está directamente relacionado con la prestación de servicios a turistas para establecer su tamaño parte de la capacidad que se alcanza a cubrir de la demanda insatisfecha determinada en el estudio de mercado de la provincia de Chimborazo.

FACTORES QUE AFECTAN EL TAMAÑO

El análisis de estos factores permite determinar un panorama claro con respecto a cuan viable o riesgoso resulta la implementación del proyecto.

Las perspectivas en este sentido dan la pauta de atractivo o no al inversionista, además de tomar en cuenta variables como: demanda, oferta, desarrollo futuro de la empresa, la disponibilidad de recursos financieros, tecnología, entre otras.

DETERMINACIÓN DE LA CAPACIDAD DEL PROYECTO

Para determinar la capacidad del proyecto, se parte del planteamiento de cuatro aspectos:

- Objetivos de crecimiento
- Disponibilidad de recursos financieros
- Materias primas e insumos
- Fijación de la capacidad de la empresa Comunitaria de servicios Turísticos

CAPACIDAD DEL PROYECTO

Para la determinación de la capacidad del proyecto, aprovechando el estudio de factibilidad para la **"CREACIÓN DE UNA EMPRESA COMUNITARIA DE SERVICIOS TURÍSTICOS EN EL CANTÓN GUAMOTE PARA LA PROVINCIA DE CHIMBORAZO"**, luego de varias reuniones con las diferentes comunidades que disponen de atractivos turísticos, naturales y los que están interesados en participar en esta empresa como prestadores

de servicios, se determinó la existencia de 8218 habitantes[35] y estas se dividió para 4 personas por familia, en las 39 organizaciones del cantón, dando un total de 2055 familias, de las cuales “el 73% esto es 1.500 familias que poseen casa propia” (según el PDOT, 2012), el 83% están en capacidad de ofrecer los servicios comunitarios de turismo siendo esto 1245 familias las cuales están en condiciones de recibir 31 visitas por familia/año, lo que resultan **38.595** visitas al año como capacidad instalada como se ilustra en el siguiente cuadro.

CUADRO 22

CAPACIDAD INSTALADA			
AÑOS	**DEMANDA INSATISFECHA**	**PORCENTAJE DE CAPTACIÓN**	**CAPACIDAD INSTALADA**
0	122.643	0	38.595
1	123.011	31,38%	38.595
2	123.380	31,28%	38.595
3	123.750	31,19%	38.595
4	124.122	31,09%	38.595
5	124.494	31,00%	38.595
6	124.867	30,91%	38.595
7	125.242	30,82%	38.595
8	125.618	30,72%	38.595
9	125.995	30,63%	38.595
10	126.373	30,54%	38.595

FUENTE: Cuadro 21
ELABORACIÓN: El Autor

Como se puede apreciar en el cuadro anterior los objetivos de crecimiento planteados respecto a la demanda insatisfecha alcanza al 31,38%, lo que demuestra una gran expectativa respecto al proyecto. El precio se estableció

[35] Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del Cantón Guamote, 2012

respecto al análisis realizado anteriormente; elemento indispensable para estimar los ingresos anuales que alcanzará el proyecto

DISPONIBILIDAD DE RECURSOS FINANCIEROS

Es necesario mencionar que los miembros del Centro Comunitario de Servicio Turísticos cuentan con recursos propios los mismo que se ilustran más adelante.

MATERIAS PRIMAS E INSUMOS

En el medio existe suficiente cantidad de materias primas e insumos para este tipo de actividad económica.

Las carnes materia prima básica para la preparación de los platos típicos que se ofertará en cada una de las familias interesadas ser parte de la empresa Comunitaria de Servicios Turísticos se producen en el cantón Guamote, parroquia Cebadas área de influencia del proyecto; por tanto contamos con suficiente oferta en el mercado local. Además reúnen las condiciones de excelente calidad y de acuerdo a lo que el mercado requiera para satisfacer su demanda. Al igual, se procederá a seleccionar proveedores para la adquisición de insumos complementarios que se utilizarán para la prestación de todos los servicios con calidad.

FIJACIÓN DE LA CAPACIDAD DE LA EMPRESA COMUNITARIA DE SERVICIOS TURÍSTICOS

Este aspecto en el tamaño del proyecto tiene relación con el volumen de su producción y su capacidad instalada, es decir, determinar cuál es capacidad técnica viable, tomando en cuenta las condiciones normales de trabajo derivada del estudio de mercado.

CAPACIDAD UTILIZADA

Considerando la capacidad instalada de la empresa la producción para el primer año será del 40% que equivale a 15.438 turistas entre nacionales y extranjeros, a partir del segundo año se aumentará el 5% cada año hasta llegar al décimo año que determina el 85% de la capacidad instalada.

CUADRO 23
CAPACIDAD UTILIZADA

AÑOS	DEMANDA INSATISFECHA	PORCENTAJE	CAPACIDAD UTILIZADA
1	38.595	40%	15.438
2	38.595	45%	17.368
3	38.595	50%	19.298
4	38.595	55%	21.227
5	38.595	60%	23.157
6	38.595	65%	25.087
7	38.595	70%	27.017
8	38.595	75%	28.946
9	38.595	80%	30.876
10	38.595	85%	32.806

FUENTE: CUADRO 22
ELABORACIÓN: EL AUTOR

LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO

Se refiere al sitio óptimo a localizar el proyecto, este aspecto es muy importante, ya que será aquel que permita producir con eficiencia obteniendo máxima producción y la mayor rentabilidad. Al momento de determinar la respectiva ubicación se debe analizar dos puntos:

a) Área geográfica llamada (Macro localización)

b) Lugar preciso de asentamiento denominado también (Micro localización)

MACROLOCALIZACIÓN

Para poder determinar la localización más adecuada del proyecto, se han analizado algunos factores que inciden directamente en la implementación de la empresa comunitaria de servicios turísticos.

- Disponibilidad de la Materia Prima y Mano de Obra – Ofertantes y prestadores de servicios
- Productos turísticos en la zona
- Vías de comunicación en óptimas condiciones Vía Riobamba - Macas
- Disponibilidad de servicios básicos como: agua potable, energía eléctrica, alcantarillado, teléfono, etc.

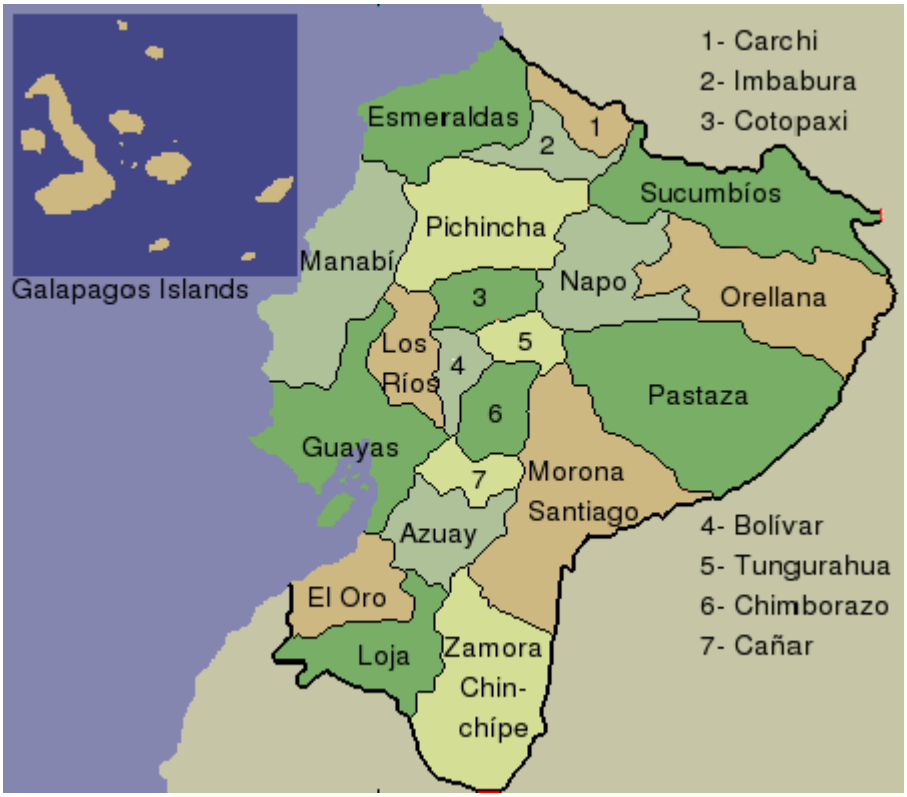
La Macro localización tienen relación con la ubicación de la empresa dentro de un mercado a nivel local, frente a un mercado de posible incidencia

regional, nacional e internacional.

La empresa estará ubicada:

- País: Ecuador
- Región: Centro
- Provincia: El Chimborazo

GRÁFICA 16



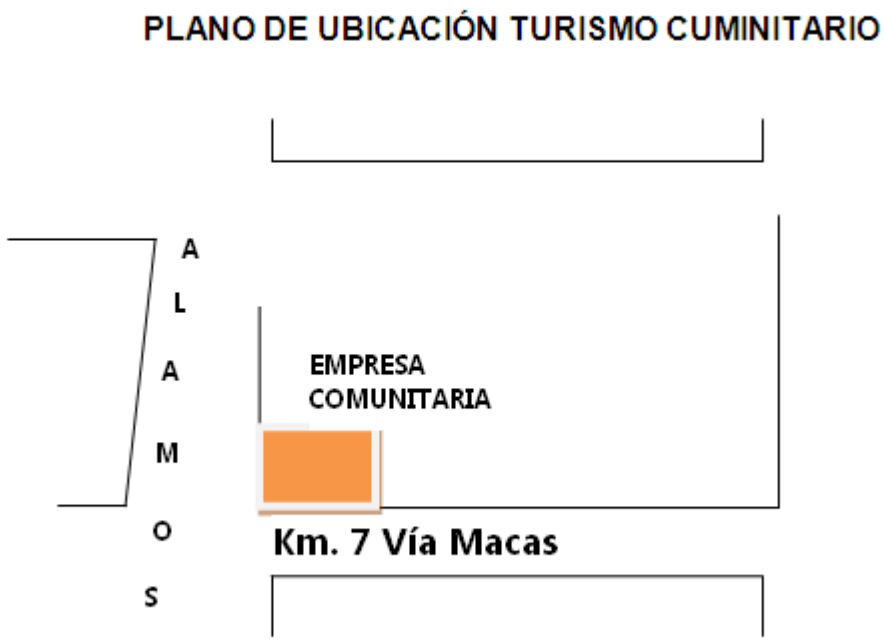
GRÁFICA 17

MICRO LOCALIZACIÓN

La empresa Comunitaria de servicios Turísticos funcionará en el cantón Guamote parroquia Cebadas, vía a Macas Km 7 desde la cabecera parroquial. Se ha elegido este lugar porque es un sitio estratégico por el paso de la vía Riobamba – Macas, mayor disponibilidad de recursos naturales y culturales turísticos en el cantón, suficiente materia prima e insumos para la prestación de servicios, mano de obra calificada y cuenta con todos los servicios básicos: agua, energía eléctrica, alcantarillado, teléfono; además es un lugar donde se puede acceder a los sectores

turísticos entre las dos regiones de la república del Ecuador.

GRÁFICA 18



ELABORACIÓN: El autor

INGENIERÍA DEL PROYECTO

Es la parte del proyecto que por su naturaleza queda fuera del ámbito de acción de la economía, sin embargo es necesario que éste disponga de ciertos elementos de juicio generales que le permitan organizar al equipo que tiene a su cargo la elaboración del proyecto, a fin de poder ordenar en forma sistemática todos los coeficientes e indicadores que originándose en el estudio de ingeniería puedan integrarse en forma coherente al cuerpo del

proyecto.

Para el servicio se elaboró el logotipo, nombre, horarios de atención, promociones, etc.

NOMBRE:

TURISMO COMUNITARIO CEBADAS GUAMOTE CIA. LTDA.

LOGOTIPO:

HORARIOS DE ATENCIÓN

El horario de atención será a partir de las 08h00 los todos los días del año, también se ajustarán de acuerdo a los feriados o grupos que visiten a la empresa de Turismo Comunitario y en la noche si se lo requiere.

SERVICIOS

Después de realizar el correspondiente Estudio de Mercado se determina que los servicios que mayormente son utilizados y requeridos por la ciudadanía, según el cuadro No. 14 son los siguientes:

1. Alimentación lugar
2. Cabalgatas
3. Feria indígena de Guamote
4. Hospedajes
5. Pesca deportiva
6. Visitas guiadas
7. Deportes extremos (rafting, ciclismo, escalada)
8. Artesanías comunitarias
9. Educación Ambiental

Todos estos servicios estará incorporadas dentro de los cuatro productos o paquetes turísticos, los mismos que garantizarán la calidad de la prestación de los servicios con calidez.

PROCESO DEL SERVICIO

El proceso que se realizará en los diferentes servicios que pondrá a disposición de la colectividad la empresa Comunitaria de Turismo depende

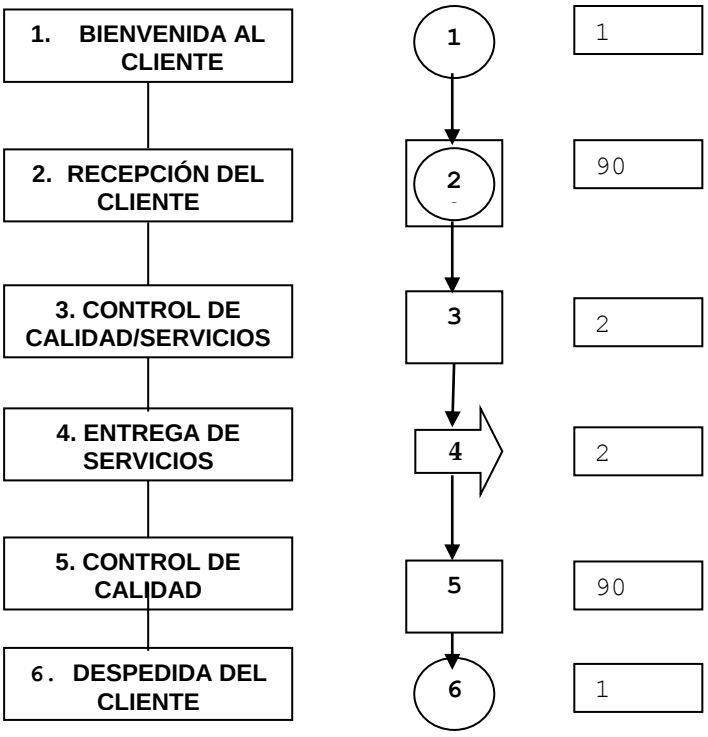
del tipo de servicio que elija el cliente, es decir, de acuerdo al producto o paquetes turísticos.

INGRESO A LA EMPRESA COMUNITARIA DE TURISMO DE FORMA DIRECTA

1. **Bienvenida del cliente:** Tiene que ver con la tención al cliente en primera instancia, en donde es recibido por la recepcionista.
2. **Recepción del cliente:** El cliente realiza su respectiva recepción, donde se le entrega un ticket para que pueda hacer uso de los diferentes servicios que ofrece la empresa Comunitaria de Turismo.
3. **Control de calidad:** Se revisa antes que el cliente vaya hacer uso de las instalaciones, con la finalidad de verificar si todo está de acuerdo a las políticas de atención y servicio al cliente que tiene la empresa.
4. **Entrega del servicio:** Se guía al cliente hacia su respectiva habitación, seguidamente se le brinda una cordial bienvenida, así el cliente hace uso de los servicios disponibles de la empresa comunitaria.
5. **Control de calidad:** Medimos la calidad del servicio mediante un buzón para comentarios y sugerencias.
6. **Despedida del cliente:** La parte final de este proceso y con el fin de medir el grado de satisfacción del cliente, se despide al cliente.

FLUGOGRAMA GENERAL DEL PROCESO DE GENERACIÓN DE SERVICIOS PARA EL INGRESO DEL CLIENTE A LA EMPRESA

GRAFICA 19



Simbología: Operación, Transporte, Inspección, Demora

Tiempo estimado en entrega: 15 min.

PRODUCTO O PAQUETE No. 1:

TRAVESÍA EN EL GRAN ATILLO DE LA PARROQUIA CEBADAS

1) Mercado Objetivo: Turismo Receptivo

2) Tiempo de duración: Dos días, una noche

3) Precio: 33,34 USD/pax

4) No. de pax: 8

5) Grado de dificultad: Alto

6) Itinerario:

DIA 1	
HORA	ACTIVIDADES
6H45	Concentración y salida desde Riobamba o desde el lugar de procedencia a Guamote - Charla introductoria, bienvenida - Explicación de itinerarios
07H45	Arribo a Guamote y salida a Guasán
08H45	Arribo a Guasán (Punto de partida de la ruta ciclística) - Breve instrucción sobre el uso de equipos. - Recomendaciones, equipamiento.
09H00	Inicio de la ruta ciclística
10H00	Parada de descanso - Interpretación Ambiental – Fotografía 1 - Control de equipos 1
11H00	Parada de descanso - Entrega de refrigerio - Control de equipos 2
12H00	Parada de descanso - Interpretación Ambiental – Fotografía 2

	- Control de equipos 3
13H00	Arribo al Complejo Lacustre de Atillo - Registro - Descanso
13H30	Almuerzo
15H30	Senderismo - Breve recorrido por el Complejo Lacustre de Atillo - Interpretación Ambiental – Fotografía 3
17H00	Descanso
18H30	Cena
DIA 2	
08H00	Desayuno
09H00	Pesca Deportiva (Proyecto Piscícola)
10H00	Opción 1: Paseo a caballo - Interpretación ambiental - Fotografía 4 Opción 2: Escalada en roca - Interpretación ambiental - Fotografía 5
12H00	Almuerzo
13H30	Salida a Cebadas
14H15	Recorrido por Cebadas Centro - Visita a las Unidades productivas artesanales de personas naturales.
15H00	Despedida y retorno a Riobamba
16H30	Arribo a Riobamba o al lugar que provienen

El paquete incluye: ……

- Transporte durante el recorrido: vehículo, bicicletas, dispositivos de seguridad, caballos, arrieros, montura / equipo de escalada.
- Alimentación: 1 desayuno, 2 almuerzos, 1 cena, 1 refrigerio.
- Guianza: Guía especializado y guía nativo.
- Pesca deportiva: 1 trucha
- Material informativo: plegable y postal

CUADRO 24 LISTA DE PROVEDORES

SERVICIOS TURÍSTICOS	PROVEEDORES
Guianza	
- Nativa	Comunidades
- Especializada	Turismo Comunitario Cebadas Guamote Cia Ltda.
Alimentación - Refrigerios - Almuerzo - Cena - Desayuno	Familias de la comunidad de San José de Atillo o Refugio Alto Andino Atillo.
Hospedaje	Familias que deseen acoger o en el Refugio Alto Andino Atillo.
Transporte	
- Terrestre (vehículo)	Cooperativa de Transportes Unidos Mushuk Yuyay Cia Ltada. Turismo Comunitario Cebadas Cía Ltda.
- Bicicletas	Turismo Comunitario Cebadas Guamote Cia Ltda.
- Caballos	Familias de la comunidad de San José de Atillo

SERVICIOS COMPLEMENTARIOS	PROVEEDORES
Manifestaciones Culturales	
- Conocimiento de producción	Unidades de producción artesanal de

de prendas de vestir para el consumo interno	personas naturales en las comunidades del Cantón
- Conocimiento Técnico y Científico (Piscicultura)	Proyecto Piscícola Atillo.
Recreación	
- Pesca deportiva	Proyecto Piscícola Atillo
- Escalada en roca	Turismo Comunitario Cebadas Guamote Cia Ltda.
- Material Informativo	Turismo Comunitario Cebadas Guamote Cia Ltda.

Elaboración: El autor

Ver Anexos No. 29 y 30

PAQUETE No. 2:
CICLISMO DE MONTAÑA GUASÁN - ATILLO

1) Mercado Objetivo: Turismo Interno

2) Tiempo de duración: Un día.

3) Precio: 16,67USD/pax

4) No. de pax: 8

5) Grado de dificultad: Alto

6) Itinerario:

HORA	ACTIVIDADES
06H45	Concentración y salida desde Riobamba o del lugar de procedencia a Guamote - Charla introductoria, bienvenida. - Explicación de itinerario.
07H45	Arribo a Guamote y salida a Guasán
08H45	Arribo a Guasán (Punto de partida de la ruta ciclística) - Breve instrucción sobre el uso de equipos. - Recomendaciones, equipamiento.
09H00	Inicio de la ruta ciclística

HORA	ACTIVIDADES
10H00	Parada de descanso - Interpretación Ambiental – Fotografía 1 - Control de equipos 1
11H00	Parada de descanso - Entrega de refrigerio - Control de equipos 2
12H00	Parada de descanso - Interpretación Ambiental – Fotografía 2 - Control de equipos 3
13H00	Arribo al Complejo Lacustre de Atillo - Interpretación Ambiental – Fotografía 3
13H30	Almuerzo donde las familias que estan dispuestas a prestar estos servicios, en el Refugio Alto Andino Atillo o en el restaurante los Sasquines
14H00	Salida a la parroquia Cebadas
14H45	Recorrido por Cebadas Centro - Visita a las Unidades productivas artesanales de personas naturales.
15H30	Despedida y retorno a Riobamba o al lugar de procedencia
17H30	Arribo a Riobamba o al lugar de procedencia

El paquete incluye: …..

- Transporte durante el recorrido: vehículo, bicicletas y dispositivos de seguridad.
- Alimentación: 1 almuerzo, 1 refrigerio.
- Guianza: Guía especializado y guía nativo.
- Material informativo: plegable y postal

CUADRO 25 LISTA DE PROVEDORES

SERVICIOS TURÍSTICOS	PROVEEDORES
Guianza	
- Nativa	Comunidades
- Especializada	Turismo Comunitario Cebadas Guamote Cia Ltda.
Alimentación - Almuerzo - Refrigerio	Familias de la comunidad, Refugio Alto Andino Atillo o los Sasquines
Transporte	
- Terrestre	Cooperativa de Transportes Unidos y/o Mushuk Yuyay Cía Ltda. Turismo Comunitario Cebadas Guamote Cia Ltda.
- Bicicletas	Turismo Comunitario Cebadas Guamote Cia Ltda.

SERVICIOS COMPLEMENTARIOS	PROVEEDORES
Manifestaciones Culturales	
- Conocimiento de producción de prendas de vestir para el consumo interno	Visita a las Unidades productivas artesanales de personas naturales.
Recreación	
- Material Informativo y Plegable	Turismo Comunitario Cebadas Guamote Cia Ltda.

Elaboración: El autor
Ver Anexo No. 30

PAQUETE No. 3:
CAMINANDO JUNTO A LA CULTURA INDÍGENA

1) Mercado Objetivo: Turismo Receptivo

2) Tiempo de duración: Dos días, una noche

3) Precio: 33,34 USD/pax

4) No. de pax: 8

5) Grado de dificultad: Bajo

6) Itinerario:

DIA 1 - MIERCOLES	
HORA	ACTIVIDADES
10H00	Concentración y salida desde Riobamba o del lugar de procedencia a Cebadas - Charla introductoria, bienvenida. - Explicación de itinerarios
12H00	Arribo al Refugio Alto Andino Atillo - Registro - Almuerzo tradicional 1
14H00	Senderismo - Recorrido del Complejo Lacustre Atillo (proyecto Piscicultura) y la comunidad San José de Atillo. - Fotografía 1 - Interpretación Ambiental.
17H30	Descanso (momento libre)
18H00	Cena
19H00	Salida a Sasquines
19H30	Noche Cultural en los Sasquines - Presentación de Grupo Folklórico - Degustación de bebidas tradicionales - Convivencia – Fotografía 2
21H30	Retorno al Refugio Alto Andino Atillo
22H00	Descanso
DIA 2 - JUEVES	
08H00	Desayuno
09H00	Salida del Refugio Alto Andino Atillo
10H00	Recorrido por Cebadas Centro - Visita a unidades productivas artesanales en las comunidades cercanas

11H00	Salida a Guamote
12H30	Visita a la Feria Indígena en Guamote - Fotografía – 3 - Almuerzo tradicional 2
13H30	Despedida y salida a Riobamba
15H30	Arribo a Riobamba o lugar de procedencia

El paquete incluye:

- Transporte durante el recorrido.
- Alimentación: 1 desayuno, 2 almuerzos tradicionales, 1 cena, bebidas tradicionales.
- Guianza: Guía especializado y guía nativo.
- Recreación: noche cultural.
- Material informativo: plegable y postal

CUADRO 26 LISTA DE PROVEDORES

SERVICIOS TURÍSTICOS	PROVEEDORES
Guianza	
- Nativa	Comunidades
- Especializada	Turismo Comunitario Cebadas Guamote Cia Ltda.
Alimentación - Almuerzo tradicional - Cena - Desayuno	Familias de la parroquia Matriz; Refugio Alto Andino Atillo; Restaurantes: La Giralda, Guamote Centro.

- Bebidas tradicionales	Los Sasquines, San José de Atillo.
Hospedaje	Refugio Alto Andino Atillo
Transporte	
- Terrestre	Cooperativa de Transportes Unidos y/o Mushuk Yuyay Cía. Ltda. Turismo Comunitario Cebadas Guamote Cia Ltda.

SERVICIOS COMPLEMENTARIOS	PROVEEDORES

Manifestaciones Culturales	
- Grupos folklórico	Comunidades que disponen de grupos
- Conocimiento de producción de prendas de vestir para el consumo interno	Visita a las Unidades productivas artesanales de personas naturales.
- Conocimiento Técnico y Científico (Piscicultura)	Proyecto Piscícola Atillo.
- Formas de vida de la localidad	Comunidad San José de Atillo
- Feria Indígena de Guamote	Demandantes y ofertantes de la feria y Autoridades del cantón Guamote
- Material Informativo	Turismo Comunitario Cebadas Guamote Cia Ltda.

Elaboración: El autor

Ver: Anexo No 29 y 30

PAQUETE No. 4:
RAFTING EN EL RÍO CEBADAS

1) Mercado Objetivo: Turismo Interno

2) Tiempo de duración: Un día.

3) Precio: 16,67 USD/pax

4) No. de pax: 8

5) Grado de dificultad: Alto

6) Itinerario:

HORA	ACTIVIDADES
7H00	Concentración y salida desde Riobamba o del lugar de procedencia a Cebadas - Charla introductoria, bienvenida. - Explicación de itinerario.
08H30	Arribo a Cebadas - Desayuno.
09H15	Arribo a la Bocatoma, río Cebadas (Punto de partida de la ruta de rafting) - Breve instrucción sobre el uso de equipos. - Recomendaciones, equipamiento.
09H45	Inicio de la ruta de rafting
10H45	Parada en el puente San Antonio, sector Bajo Telán - Punto de control o evacuación 1 - Interpretación ambiental – fotografía 1
11H45	Parada en el Playa Azul

HORA	ACTIVIDADES
	- Punto de control o evacuación 2
12H45	Finalización de la ruta en el puente de madera Sector Tagmo - Retirar el equipo del río – fotografía 3
13H30	Arribo a Cebadas - Almuerzo
15H00	Recorrido por Cebadas Centro - Visita a las unidades productivas artesanales
16H00	Despedida y retorno a Riobamba
17H30	Arribo a Riobamba

El paquete incluye:

- Transporte durante el recorrido: vehículo y bote, dispositivos de seguridad y traje de neopreno.
- Alimentación: 1 desayuno, 1 almuerzo.
- Guianza: Guía especializado y guía nativo.
- Material informativo: plegable y postal.

CUADRO 27. LISTA DE PROVEDORES

SERVICIOS TURÍSTICOS	PROVEEDORES
Guianza	
- Nativa	Comunidades
- Especializada	Turismo Comunitario Cebadas Guamote Cia Ltda.
Alimentación	Familias o Restaurantes:

- Desayuno - Almuerzo	Los Sasquines, San José de Atillo. El Viajero, Cebadas Centro.
Transporte	
- Terrestre (vehículo)	Cooperativa de Transportes Unidos y/o Mushuk Yuyay Cía Ltda.
- Bote de Rafting	Turismo Comunitario Cebadas Guamote Cia Ltda.

SERVICIOS COMPLEMENTARIOS	PROVEEDORES

Manifestaciones Culturales	
- Conocimiento de producción de prendas de vestir para el consumo interno	Visita a las Unidades productivas artesanales de personas naturales.
- Material Informativo	Turismo Comunitario Cebadas Guamote Cia Ltda.

Elaboración: El autor

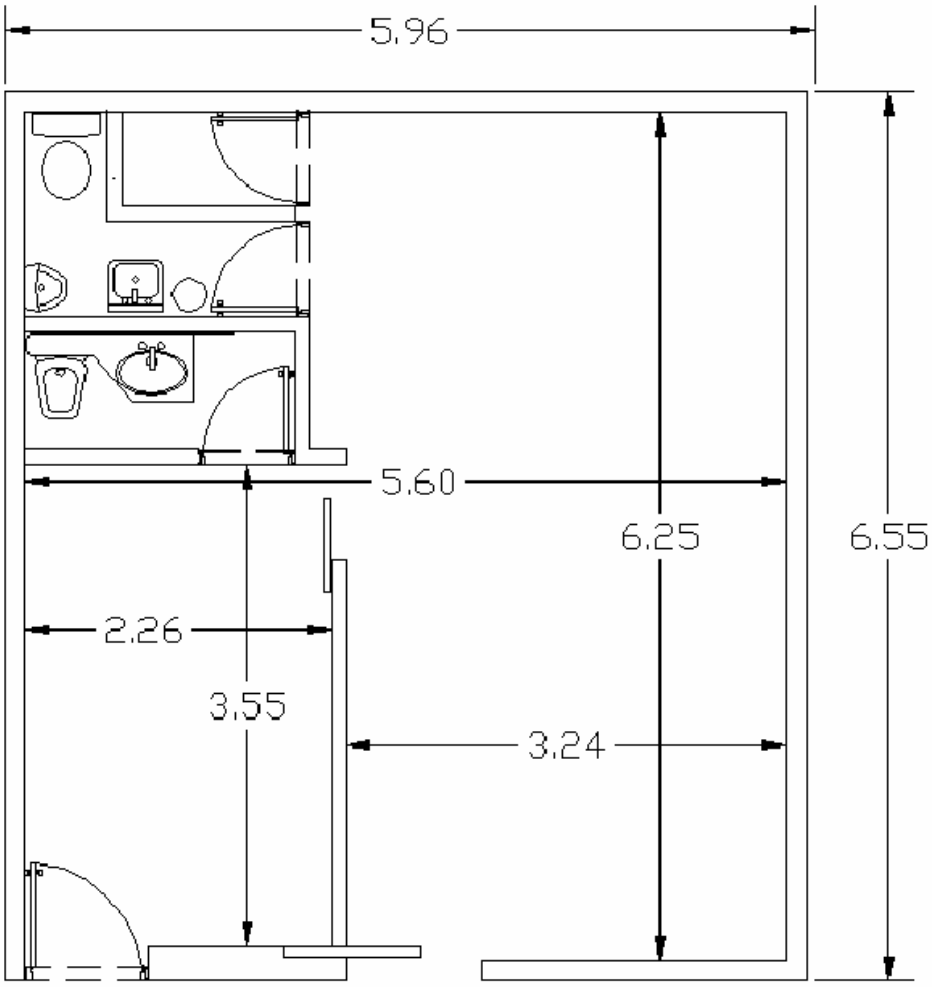
Ver Anexo No. 28 Mapa Temático: Rafting en el río Cebadas

DISTRIBUCIÓN FÍSICA DE LA PLANTA

Con la finalidad de ilustrar de una mejor manera la ubicación en la que se encuentra la empresa Comunitaria de Servicios Turísticos se detallará a continuación el aspecto físico de la misma. Donde el área total del local que se arrendará se prevee una oficina para Gerencia, otra para Secretaria Contabilidad y Recepción, Ventas y Servicios Generales.

GRAFICA 19

PLANTA ADMINISTRATIVA Y OPERATIVA DE LA EMPRESA



REQUERIMIENTO DE RECURSOS HUMANOS PARA EL SECTOR ADMINISTRATIVO Y OPERATIVO DE LA EMPRESA COMUNITARIA DE TURISMO

- 1 Conserje – Guardián
- 4 Guías turísticos
- 1 Gerente/a

- 1 Secretaria – Contadora - recepcionista
- 1 Asesor Jurídico (Ocasional)
- 1 Chofer

ESTUDIO ADMINISTRATIVO

MINUTA DE CONSTITUCIÓN DE COMPAÑÍA DE RESPONSABILIDAD LIMITADA

SEÑOR NOTARIO:

En el protocolo de escrituras a su cargo, sírvase insertar una de constitución de Compañía, contenida en las siguientes clausulas:

PRIMERA.- COMPARECIENTES.- Intervienen en el otorgamiento de esta escritura los accionistas, de nacionalidad ecuatoriana, portadores de la cédula de ciudadanía: Luis Alfonso Ortiz C.I. 060267062-2; Sonia Elizaberh Ponce Taday C.I. 060274578-8; y Nicolás Urquizo Caín C.I. 060283252-8.

SEGUNDA.- DECLARACIÓN DE VOLUNTAD.- Las comparecientes declaran que constituyen, como en efecto lo hacen, una compañía de responsabilidad limitada, que se someterá a las disposiciones de la Ley de Compañías, del Código de Comercio, a los convenios de las partes y a las normas del Código Civil.

TERCERA.- ESTATUTO DE LA COMPAÑÍA

Titulo 1

Del nombre, domicilio, objeto y plazo.

Articulo 1º.- Nombre.- El nombre de la compañía que se constituye es "TURISMO COMUNITARIO CEBADAS GUAMOTE CÍA. LTDA."

Articulo 2º.- Domicilio.- El domicilio principal de la compañía es en el cantón Guamote parroquia Cebadas, vía a Macas Km 7.

Artículo 3º.- Objeto.- El objeto de la compañía consiste en: Entregar al cliente momentos de esparcimiento, recreación e inclusive alimentación del lugar o a su elección de la comida ecuatoriana con la finalidad de que este se sienta satisfecho, por ello se entregará servicios de: hospedaje, alimentación, botes para rafting en el río Cebadas y paseo en la laguna, ciclismo, guíanza por senderos naturales y la feria indígena de Guamote, pesca deportiva, cabalgatas, estacionamientos, etc. *(Se estará a la dispuesta en el numeral 3º del artículo 137 de la Ley de Compañías.)* En cumplimiento de su objeto, la Compañía podrá celebrar todos los actos y contratos permitidos por la Ley.

Articulo 4º.- Plazo.- El plazo de duración de la compañía es de diez años (10 años) *(Se expresara en años),* contratos desde la fecha de inscripción de esta escritura.

Titulo II

Del Capital

Articulo 5º.- Capital y participaciones.- El capital suscrito es de… *(Suma en que se lo fije que no puede ser menor a 1.000,00. dólares de los Estados*

Unidos de América), divide en $ 10,00 *(Número de participaciones sociales en que se fraccione el capital)* participaciones sociales de *(valor de las participaciones, que deberá ser de un dólar a múltiplos de un dólar)*… de valor nominal de cada una.

OBLIGACIONES LABORALES

La empresa cumplirá con todas las obligaciones de la ley con sus empleados como son:

EMPLEADOR:

- Indemnizar a los clientes internos por los accidentes que sufran él en establecimiento por enfermedades profesionales.
- Permisos para sufragar en las elecciones.
- Conferir gratuitamente al cliente interno certificados relativos a su trabajo.
- Pagar las cantidades que correspondan al cliente interno de acuerdo a los códigos del trabajo.
- Suscribir al personal al Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social.
- Suministrar cada año uniformes gratuitos al personal.
- Capacitación permanente con el propósito de disponer los servicios de calidad.

EMPLEADO:

- Ejecutar el trabajo en los términos del contrato.
- Buena conducta durante el trabajo.

- Dar aviso al empleador cuando por causa justa faltara al trabajo.
- Restituir al empleador los materiales no usados y conservar en buen estado los instrumentos útiles de trabajo.
- Comunicar al empleador los peligros y daños materiales que pueden ocasionar en la vida, o en los intereses de empleadores y trabajadores.

BENEFICIOS LABORALES

- Vacaciones que se establecerán de acuerdo a los años laborales en la empresa
- A cada cliente interno que haya trabajado durante un año calendario se le pagara la décima tercera remuneración y décimo cuarta remuneración.
- Pago al Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social.
- Participación del 15% de las utilidades.
- Cuando hayan permanecido los clientes internos por más de un año en el establecimiento tendrán derecho a los fondos de reserva.
- Los clientes internos, que permanecieron por más de 25 años tienen derecho a la jubilación.

OBLIGACIONES TRIBUTARIAS

Para el funcionamiento de la empresa se necesita un permiso municipal que es la patente.

Para obtener dicho documente es necesario cumplir con las siguientes normas:

- Registrarse en la Jefatura Municipal de Rentas y cancelar el impuesto de patente anual.
- Presentar el formulario respectivo debidamente lleno.
- Adjuntar copia de la escritura de constitución.
- Copia de la resolución de la superintendencia de Compañías.
- Cedula de identidad del representante legal.
- Cancelar el valor siguiente.
- Para el cobro de impuestos se emite el Título de Crédito.
- De igual manera es necesario obtener el RUC (registro único contribuyente) y RUP (registro único de proveedores) en el sistema nacional de contratación pública.

SERVICIO DE RENTAS INTERNAS

Requisitos de Inscripción

INSCRIPCION EN EL RUC Y RUP

Las personas que deseen inscribirse en el RUC y en el RUP deberán presentar los siguientes requisitos:

- ❖ Copia certificada de la escritura pública de la constitución de la CIA Ltda;
- ❖ Copia certificada del estatuto;
- ❖ Nombramiento del gerente/a
- ❖ Nombre del contador/a de la empresa

- ❖ Presentaran el original de la cédula y certificado de votación del último proceso electoral, hasta un año posterior a su emisión por parte del Consejo Nacional Electoral (CNE).

Para la verificación del domicilio y de los establecimientos donde realiza su actividad económica, presentaran el original y entregaran una copia de cualquiera de los siguientes documentos:

- ✓ Planilla de servicio eléctrico, consumo telefónico, o consumo de agua potable, de uno de los últimos tres (3) meses anteriores a la fecha de inscripción; o,
- ✓ Contrato de arrendamiento legalizado o con el sello del juzgado de inquilinato vigente a la fecha de inscripción; o,
- ✓ Pago del impuesto predial, puede corresponder al año actual o al anterior a la fecha de inscripción; o,
- ✓ Pago del servicio de TV por cable, telefonía celular o estados de cuenta, de uno de los últimos tres (3) meses anteriores a la fecha de inscripción a nombre del contribuyente.

ESTRUCTURA EMPRESARIAL INTERNA

La organización administrativa de una empresa es de vital importancia en el proceso y desarrollo de las operaciones empresariales ya que permite asignar funciones y responsabilidades a cada una de las personas que conforman la empresa. Dentro de la estructura administrativa la empresa está constituida por niveles jerárquicos, organigramas y manual de

funciones.

NIVELES JERÁRQUICOS

Los niveles jerárquicos están integrados por niveles administrativos, con funciones y responsabilidades. El “TURISMO COMUNITARIO GUAMOTE CÍA. LTDA.” está integrada por los siguientes niveles jerárquicos:

NIVEL LEGISLATIVO

Representa el primer nivel jerárquico y está constituido por la Junta General de Socios, cuyas funciones básicas son las de normar y determinar las diferentes políticas a seguir por la empresa, normar mediante creación de reglamentos, resoluciones y acuerdos asuntos a competencia; planificar, organizar, dirigir y controlar planes de trabajo y acción que conlleven a obtener resultados favorables para la empresa a fin de alanzar los objetivos y metas.

NIVEL EJECUTIVO

El nivel ejecutivo está representado por el Gerente (a), quien es nombrado por la Junta General de Socios, sobre la base de requisitos previamente establecidos.

Este nivel es el encargado de la aplicación de los objetivos, políticas y metas

sugeridas e impuestas por la Junta General de Socios; toma decisiones basándose en las políticas generales, ejerce autoridad como tal, permitiéndole garantizar fiel cumplimiento a lo planificado.

NIVEL ASESOR

Este nivel está representado por el Asesor Jurídico y cuya función es asesorar, informar, analizar temáticas en materia jurídica y resolver cualquier problema de orden legal en la cual esté relacionado a empresa. En este caso la contratación de un Abogado será temporal o Adhoc.

NIVEL AUXILIAR O DE APOYO

Este nivel es considerado como un apoyo a los otros niveles administrativos y directivos, su responsabilidad se limita cumplir órdenes de los niveles ejecutivos y su grado de autoridad es mínimo. En esta empresa el nivel auxiliar estará representado por la Secretaria – Contadora - Recepcionista y el Conserje.

NIVEL OPERATIVO

Este nivel se encuentra conformado por las personas que directamente son los responsables de ejecutar, transformar, organizar y programar las actividades que se realizará en la empresa y está conformado por el personal que labora en el departamento de producción y ventas, está bajo las ordenes de los niveles, Legislativo y Ejecutivo.

En caso de esta empresa el nivel operativo estará representado por el Guía Turístico y Chofer

ORGANIGRAMA

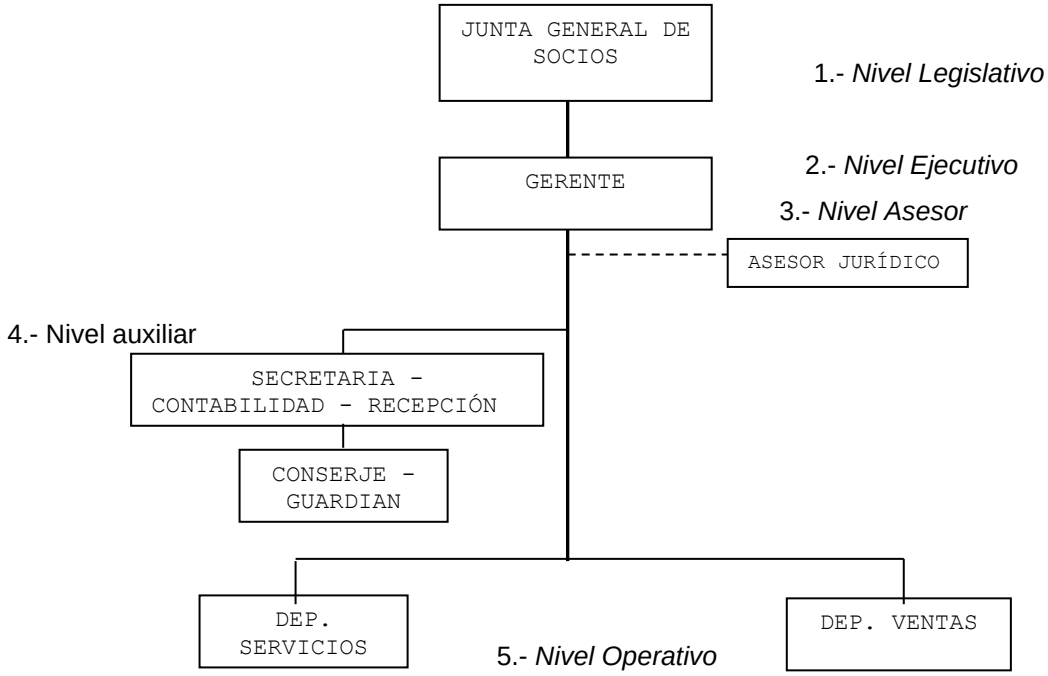
Son representaciones gráficas de la estructura organizativa; dar una visión rápida y resumida de la estructura de una organización o parte de ella. Un organigrama debe suministrar un cuadro donde se puedan ver la articulación de las distintas funciones de la estructura, los puestos de trabajo y las unidades existentes y su posición estructural, las relaciones formales, las líneas de comunicación y las conexiones existentes entre los distintos puestos y unidades.

En esta empresa se ha considerado establecer tres tipos de organigramas como son: el Estructural y Funcional.

ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL DE LA EMPRESA DE

"TURISMO COMUNITARIO CEBADAS GUAMOTE CÍA. LTDA."

Gráfica 20



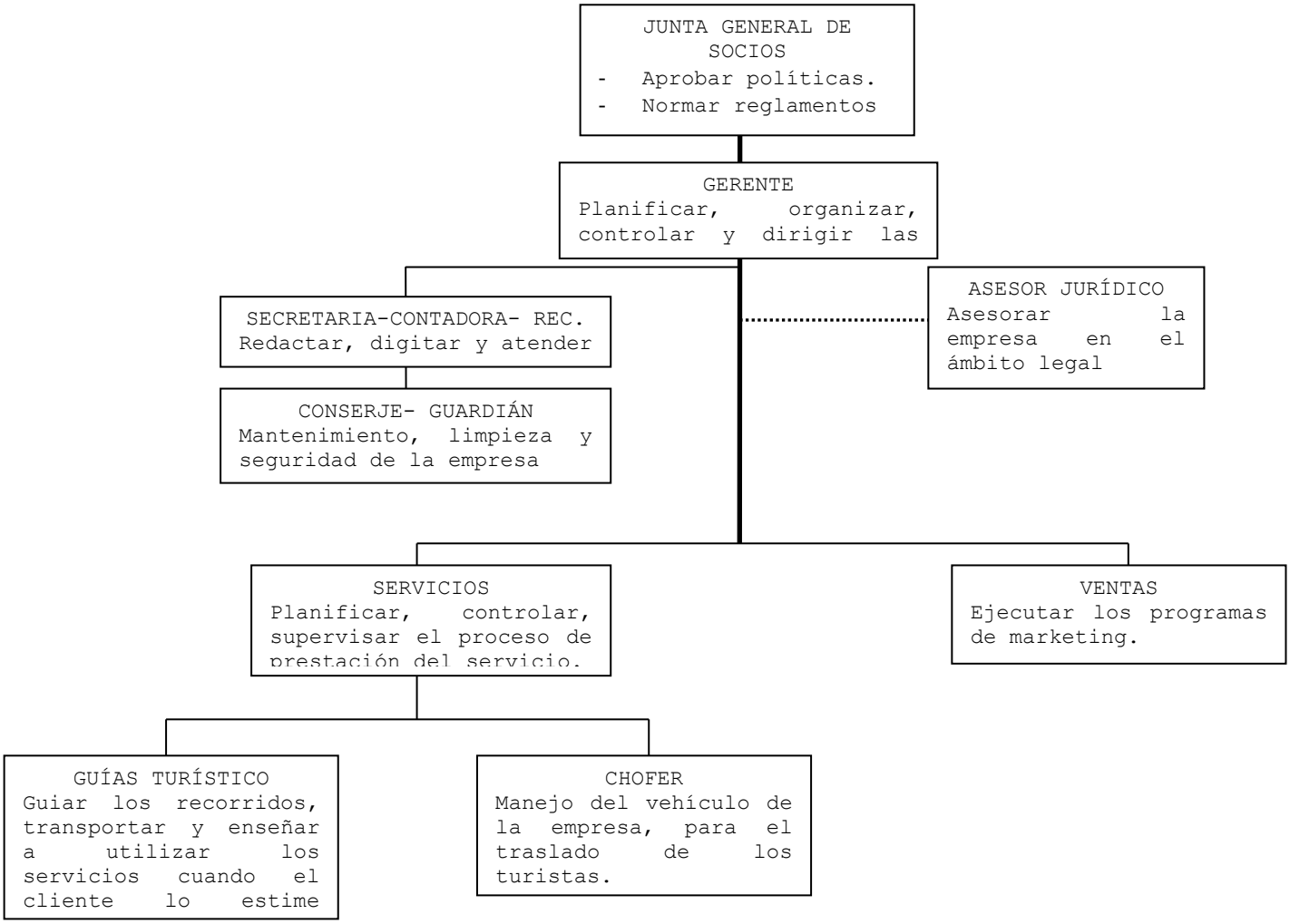
LEYENDA

1. Nivel Operativo
2. Nivel Ejecutivo
3. Nivel Asesor
4. Nivel Auxiliar
5. Nivel Operativo

ORGANIGRAMA FUNCIONAL DE LA EMPRESA DE

“TURISMO COMUNITARIO CEBADAS GUAMOTE CÍA. LTDA.”

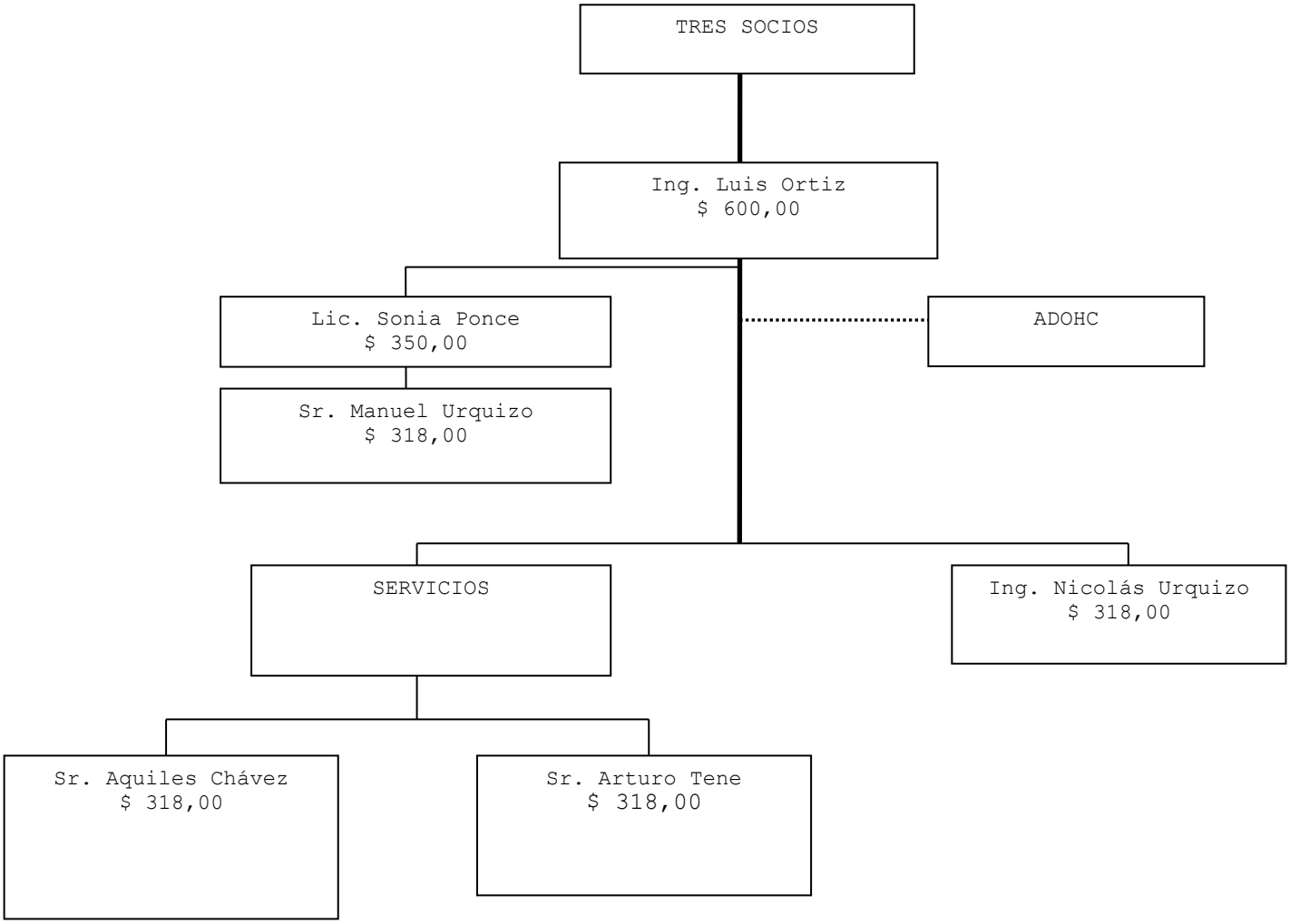
Gráfica 21



ORGANIGRAMA POSICIONAL DE LA EMPRESA DE

“TURISMO COMUNITARIO CEBADAS GUAMOTE CÍA. LTDA.”

Gráfica 22



MANUAL DE FUNCIONES

TÍTULO DEL PUESTO: JUNTA GENERAL DE SOCIOS

NATURALEZA DEL TRABAJO

Legislar y definir políticas que beneficien los intereses de la empresa.

FUNCIONES BÁSICAS

- Definir y aprobar las políticas que favorezcan el desarrollo económico y social de la empresa.
- Deliberar ya probar los montos de utilidad que corresponde a cada socio.
- Dictar reglamentos, resoluciones y acuerdos.
- Modificar los estatutos de acuerdo a las sugerencias de los socios.
- Aprobar o rechazar los presupuestos presentados por los directivos.
- Tomar decisiones y autorizar el aumento o disminución del capital social.
- Designar y remover al gerente y administradores de la empresa.

CARACTERÍSTICAS DE LA CLASE

Responsabilidad en la toma de decisiones para el buen funcionamiento de la empresa en general.

REQUISITOS MÍNIMOS

Ser socio activo de la empresa

TÍTULO DEL PUESTO: GERENTE

NATURALEZA DEL TRABAJO

Planificar, organizar, dirigir, controlar y coordinar las actividades y recursos de la empresa.

FUNCIONES BÁSICAS

- Ejercer la representación legal, judicial y extrajudicial de la empresa.
- Contratar, manejar y supervisar al personal de cada uno de los departamentos cumpliendo con los requisitos del caso y/o renovar de acuerdo a las normas internas de la empresa.
- Establecer relaciones estratégicas con instituciones públicas o privadas para el progreso y desarrollo de la empresa.
- Organizar talleres y cursos de capacitación dirigidos al personal que labora en la misma.
- Aprobar los programas y presupuestos.
- Analizar ya aprobar los planes y proyectos planteados por los jefes departamentales.
- Cumplir y hacer cumplir la ley, estatutos, normas y reglamentos.

CARACTERÍSTICAS DE LA CLASE

Se caracteriza por mantener la responsabilidad con la empresa sobre su representación legal.

REQUISITOS MÍNIMOS

Educación: Título en Administración de Empresas o carreras afines

Experiencia: Un año en funciones similares

Adicional: Cursos en gerencia empresarial, marketing, relaciones humanas, etc.

TÍTULO DEL PUESTO: ASESOR JURÍDICO

NATURALEZA DEL TRABAJO

Asesorar a la empresa en todo lo relacionado al aspecto legal y colaborar en la revisión y actualización de políticas internas de la misma.

FUNCIONES BÁSICAS

- Realizar acciones relacionadas con el asesoramiento legal y jurídico a los funcionarios de la empresa.
- Participar en sesiones de la Junta de Accionistas.

- Asesorar e informar sobre proyectos en materia jurídica y otras actividades legales.
- Revisar temas relacionados con la compra-venta de derechos y acciones, bienes e inmuebles entre otros casos.

CARACTERÍSTICAS DE LA CLASE

Se caracteriza por mantener la responsabilidad con la empresa sobre asuntos legales y jurídicos.

REQUISITOS MÍNIMOS

Educación: Título de Doctor en Jurisprudencia

Experiencia: Un año en asesoramiento

TÍTULO DEL PUESTO: SECRETARIA – CONTADORA-RECEPCIONISTA

NATURALEZA DEL TRABAJO

Realizar labores de secretaria y asuntos contables de la empresa.

FUNCIONES BÁSICAS

- Redactar y digitar todo tipo de correspondencia.
- Atender al público que solicite información acerca de los paquetes turísticos que ofrece la empresa.

- Archivar en orden los libros de: actas de sesiones, oficios entregados y recibidos, otros.
- Mantener y controlar la contabilidad general de la empresa.
- Presentar informes de las actividades que se realiza tanto en el ámbito económico y financiero al Gerente de la empresa.
- Elaborar el rol de pagos.
- Asistir a reuniones ordinarias y extraordinarias para efectos de tomar notas de las resoluciones emitidas.
- Atender al turista que necesite información acerca de los servicios paquetes turísticos que ofrece la empresa.
- Archivar en forma ordenada las fichas de ingreso a la empresa Comunitaria.

CARACTERÍSTICAS DE LA CLASE

Se requiere de responsabilidad, eficiencia y agilidad en el manejo de información y desarrollo de sus funciones.

REQUISITOS MÍNIMOS

Educación: Título Licenciada/o en Contabilidad y auditoria

Experiencia: Un año en funciones similares

Adicional: Cursos en Contabilidad Computarizada, Secretariado, Relaciones Humanas, Liderazgo, computación.

TÍTULO DEL PUESTO: CONSERJE - GUARDIA

NATURALEZA DEL TRABAJO

Ejecutar las labores de consejería y custodiar el área externa e interna de la empresa.

FUNCIONES BÁSICAS

- Velar por la seguridad y protección del mobiliario y equipos de la empresa.
- Realizar la limpieza y el mantenimiento respectivo de la empresa Comunitaria.
- Colaborar ocasionalmente en la ejecución de labores secundarias de oficina.
- Cumplir con las disposiciones que se le ordene.

CARACTERÍSTICAS DE LA CLASE

Responsabilidad y carácter para cumplir su labor.

REQUISITOS MÍNIMOS

Educación: Bachiller

Experiencia: No indispensable

Adicional: Haber pasado el servicio militar.

TÍTULO DEL PUESTO: CHOFER

NATURALEZA DEL TRABAJO

Realizar las actividades de manejo del vehículo de la empresa.

FUNCIONES BÁSICAS

- Llevar a los turistas hasta el lugar donde se realizará el Turismo Comunitario.
- Brindar una atención de calidad al turista para que decida hospedarse.
- Presentar un informe semanal de cuantos turistas han visitado la empresa.

CARACTERÍSTICAS DE LA CLASE

Se requiere de responsabilidad, facilidad de palabra, excelentes relaciones interpersonales, eficiencia y agilidad en atención al cliente.

REQUISITOS MÍNIMOS

Educación: Chofer Profesional Tipo C

Experiencia: Un año en funciones similares

TÍTULO DEL PUESTO: GUIA DE TURISMO

NATURALEZA DEL TRABAJO

Organizar y guiar a los turistas de acuerdo al producto o paquete de turismo Comunitario.

FUNCIONES BÁSICAS

- Conocimiento en la guianza de turistas de acuerdo a los productos o paquetes turísticos que ofrece la empresa.
- Conocimiento en manejo de paquetes informáticos y redes sociales
- Conocimiento básico del idioma kichwa para que el turista y los dueños de las unidades productivas artesanales puedan comunicarse con facilidad.
- Conocimiento básico de primeros auxilios y de rescate.

CARACTERÍSTICAS DE LA CLASE

Se requiere de responsabilidad, facilidad de palabra, excelentes relaciones interpersonales, eficiencia y agilidad en atención al cliente.

REQUISITOS MÍNIMOS

Educación: Guía o estudiante de turismo

Experiencia: Un año en funciones similares

Adicional: Cursos en, Idiomas, Primeros Auxilios, Rescate, Relaciones Humanas y computación.

TITULO DEL PUESTO: VENTAS

NATURALEZA DEL TRABAJO:

Planificar, organizar, dirigir y controlar todas las actividades de ventas y marketing de la empresa.

FUNCIONES TIPICAS:

- Diseñar planes de marketing y mercadeo para la empresa.
- Custodiar equipos y herramientas de la empresa y que estará a su cargo.
- Realizar cobros de facturas y cartera de la empresa.
- Diseñar planes y programas de ventas.
- Realizar continuos estudios de mercado para determinar el comportamiento del mismo.
- Demás funciones que el gerente le asigne.
- Establecer contactos con clientes y proveedores.

CARACTERÍSTICAS DE LA CLASE:

Iniciativa, creatividad y don de gentes para ejecución de su trabajo.

REQUISITOS MINIMOS:

- **Instrucción Formal:** Superior
- **Título:** Ingeniero en Marketing y Ventas
- **Experiencia:** Un año en labores similares
- **Capacitación:** Manejo de programas informáticos de diseño gráfico, curso de relaciones humanas.

h) ESTUDIO FINANCIERO

INVERSIONES

La inversión está considerada como los desembolsos de dinero que se deben efectuar para la implementación, funcionamiento y puesta en marcha de una unidad productiva. La inversión consta de bienes tangibles e intangibles que son necesarios para el desarrollo de las actividades empresariales.

INVERSIONES EN ACTIVOS FIJOS

Son aquellas inversiones que se realizan en bienes tangibles que se utilizarán en el servicio que prestará la empresa, los que tendrán una permanencia prolongada de vida útil, los cuales están integrados por los siguientes:

- **VEHÍCULO:** se considera necesario la adquisición de un vehículo, tanto para la transportación de los turistas como para atender el abastecimiento de los insumos y todos los productos que se necesita para la empresa, para lo cual es necesario adquirir un vehículo tipo furgón cuyo valor es de 30.000,00 dólares. Ver anexo Nº 3.

- **EQUIPO DE COMPUTACIÓN:** es la inversión en componentes de oficina para el desempeño de las actividades de la empresa, con un costo de 895,00. Ver anexo Nº 5

- **MAQUINARIA Y EQUIPO:** las inversiones que realizará la empresa en cuanto a maquinaria y equipo para la prestación del servicio en la empresa que se detallan a continuación ascienden a la cantidad de 1.780,00 dólares. Ver anexo Nº 6

- **EQUIPOS E INSUMOS PARA RAFTING, CICLISMO Y ESCALADA:** se refiere a equipos e insumos para rafting, ciclismo y escalad, esto en lo que tiene que ver a deportes extremos que son de gran acogida para los turistas, con un costo de 23.095,00. Ver anexo Nº 2.

- **MUEBLES Y ENSERES:** se refiere a muebles y enseres que se requieren para el funcionamiento de la empresa, con un costo de 930,00. Ver anexo Nº 7.

- **HERRAMIENTAS:** son las herramientas que se utilizarán en el proceso de producción y operación del presente proyecto, los que se tienen un costo de 425,00. Ver anexo Nº 8.

- **IMPREVISTOS:** es necesario contar con un valor para los imprevistos que puedan presentarse, en este caso se proveerá el 5% para imprevistos.

TOTAL DE LAS INVERSIONES FIJAS

A continuación se resumen los Costos Fijos, los cuales tienen un valor de **99.981,25** Dólares.

CUADRO 28

DETALLE	V. TOTAL (USD)
Adecuaciones viviendas comunitarias	40000
Vehículo	30.000,00
Equipos e insumos para juegos extremos	23.095,00
Equipo de Computación	895,00
Maquinaria y Equipo	1.780,00
Muebles y Enseres	930,00
Herramientas	425,00
Imprevistos 5%	2.856,25
TOTAL	**99.981,25**

FUENTE: CUADROS DE INVERSIÓN
ELABORACIÓN: EL AUTOR

INVERSIÓN DEL ACTIVO DIFERIDO

Se denominan también activos intangibles, son aquellos gastos que se realizan para la puesta en marcha del proyecto como: estudios e investigación, estudios de ingeniería, gastos de constitución, permisos de funcionamiento y operación.

CUADRO 29

INVERSIÓN EN ACTIVOS DIFERIDOS

DETALLE	V. TOTAL (USD)
Estudios de investigación	420,00
Estudios de ingeniería	300,00
Gastos de constitución	400,00
Permisos de funcionamiento y operación	380,00
Imprevistos 5%	75,00
TOTAL	**1.575,00**

FUENTE: INSTITUCIONES Y PROFECIONALES PERTINENTES
ELABORACIÓN: EL AUTOR

ACTIVO CORRIENTE O CAPITAL DE TRABAJO

El activo El activo circulante o capital de trabajo por cuanto no existe pasivo corriente en la constitución de una empresa nueva, está constituido por recursos necesarios para la operación normal del proyecto.

Estos rubros son calculados para un mes con lo que se determinará la inversión inicial, ya que después de transcurrido este tiempo se generan ingresos propios producidos por las ventas, a continuación se demuestran los rubros de este activo.

COSTOS DEL SERVICIO

Es parte importante para determinar la rentabilidad del proyecto, para calcular y mostrar los costos del servicio y operación del proyecto, se procede a desglosar los rubros principales agrupándoles en función de su evaluación, la técnica a utilizarse es trabajar a lo largo de los años de vida

útil del proyecto, en cuanto a costos se toma en cuenta el 4.16% como tasa de inflación del INEC correspondiente al año 2012.

- **MANO DE OBRA DIRECTA:** se necesita de cuatro guías: los mismos que arán las labores de Guías Turísticos y, sus remuneraciones se fijarán de acuerdo a las leyes vigentes. Ver anexo Nº 8.

GASTOS DE FABRICACIÓN

- **MANTENIMIENTO:** para mantener los activos fijos en óptimas condiciones de funcionamiento es necesario darles mantenimiento para lo cual se considera el 5% de las inversiones por cuanto son inversiones nuevas con un valor de 2.955,25 USD anual.

- **COMBUSTIBLES Y LUBRICANTES:** son valores de las compras de combustibles y lubricantes para el uso y mantenimiento del vehículo, las que suman un valor de 1.152,00 USD anual. Ver anexo Nº 9.

GASTOS ADMINISTRATIVOS

Comprende los gastos necesarios para las actividades administrativas de la empresa tales como: salarios, útiles de oficina, los gastos generales de administración. En lo que respecta a sueldos, se ha calculado las remuneraciones para el personal como es el Gerente, Secretaria-Contadora,

y Conserje-Guardián, para todos se calcula el sueldo de acuerdo a la ley vigente.

- **SUELDOS ADMINISTRATIVOS:** son los sueldos al Gerente, Secretaria-Contadora y conserje, las remuneraciones serán de acuerdo a la ley vigente. Ver anexo Nº 11.

- **GASTOS GENERALES DE ADMINISTRACIÓN:** los rubros que forman parte del de los gastos generales administrativos son: útiles de aseo y limpieza, útiles de oficina, luz eléctrica, agua potable, teléfono los mismos que serán utilizados por la empresa, lo tiene un costo de 991,20 USD anuales. Ver anexo Nº 12.

GASTOS DE VENTAS

- **GASTOS DE PUBLICIDAD:** son gastos que se emplearán en la promoción del servicio; se considera efectuar la publicidad mediante diferentes medios de comunicación, además se elaborarán trípticos para hacer conocer de mejor manera la empresa Comunitaria. Con un valor de 2.100,00 anuales. Ver anexo Nº 13.

- **IMPREVISTOS:** se considera un 5% de los costos con la finalidad de cubrir determinados incrementos en los precios presupuestados.

CUADRO 30

VALOR DE LA INVERSIÓN CIRCULANTE O CAPITAL DE TRABAJO

DENOMINACIÓN	VALOR ANUAL	VALOR TOTAL MENSUAL
Mano de Obra Directa	20.152,51	1.679,38
Mantenimiento A. F.	2.955,25	246,27
Combustibles y Lub.	1152	96,00
Personal Administrativo	15.063,80	1.255,32
Gastos Administrativos	991,2	82,60
Gastos de Publicidad	2.100,00	175,00
Imprevistos 5%	2.120,74	176,73
TOTAL	**44.535,50**	**3.711,29**

FUENTE: CUADROS DE INVERSIÓN
ELABORACIÓN: EL AUTOR

Las depreciaciones y amortizaciones para los activos fijos y diferidos no se consideran en el cálculo del capital de operación, debido a que no constituyen egresos efectivos. Posteriormente se detalla la inversión que se necesita para implementar el presente proyecto destinado a la prestación de servicios.

CUADRO 31

INVERSIÓN INICIAL DEL PROYECTO

DETALLE	PARCIAL	TOTAL
1. ACTIVOS FIJOS		
Adecuaciones viviendas comunitarias	40000	
Vehículo	30.000,00	
Equipos e insumos para juegos extremos	23.095,00	
Equipo de Computación	895	
Maquinaria y Equipo	1.780,00	
Muebles y Enseres	930	
Herramientas	425	
Imprevistos 5%	2.955,25	
TOTAL		**99.981,25**
2. ACTIVOS DIFERIDOS		
Estudios de investigación	420	
Estudios de ingeniería	300	
Gastos de constitución	400	
Permisos de fun. y operación	380	
Imprevistos 5%	75	
TOTAL		**1.575,00**
3. ACTIVOS CORRIENTES		
Mano de Obra Directa	1.679,38	
Mantenimiento A. F.	246,27	
Combustibles y Lub.	96,00	
Personal Administrativo	1.255,32	
Gastos Administrativos	82,60	
Gastos de Publicidad	175,00	
Imprevistos	176,73	
TOTAL		**3.711,29**
TOTAL DE INVERSIÓN		**105.267,54**

FUENTE: CUADRO 28, 29 y 30
ELABORACIÓN: EL AUTOR

FINANCIAMIENTO DE LA INVERSIÓN

El presente proyecto hará uso de las fuentes de financiamiento internas y

externas, debido a que se trata de inversiones muy elevadas.

CUADRO 32

FINANCIAMIENTO

FINANCIAMIENTO	VALOR	%
Fuente Interna	55.267,54	52,50
Fuente Externa	50.000,00	47,50
TOTAL	105.267,54	**100,00**

FUENTE: CUADRO 31
ELABORACIÓN: EL AUTOR

FINANCIAMIENTO INTERNO O PROPIO

Están constituidas por las acciones que se emiten y se presentan a disposición de los proponentes. El monto del capital propio de la empresa será de 55.267,54 USD, lo que representa el 52,50% de la inversión total.

FINANCIAMIENTO EXTERNO O POR ENDEUDAMIENTO

Para poder adquirir el financiamiento externo, de requiere acudir a los créditos de entidades financieras particulares, en este caso se solicitará el crédito a la Corporación Financiera Nacional (CFN) el cual ofrece la tasa de interés más conveniente, por lo tanto se accede al préstamo bancario por el monto de 50.000,00 USD, lo que representa el 47,50% del total de la inversión a una tasa del 14% de interés.

CUADRO 33

AMORTIZACIÓN DEL PRESTAMO

CAPITAL:	50000		**PAGO:**	SEMESTRAL
INTERÉS:	14,00%			
TIEMPO:	10 AÑOS			
SEMESTRES	**CAPITAL**	**INTERÉS**	**DIVIDENDO**	**CAPITAL RED.**
0				50.000,00
1	2.500,00	3.500,00	6.000,00	47.500,00
2	2.500,00	3.325,00	5.825,00	45.000,00
3	2.500,00	3.150,00	5.650,00	42.500,00
4	2.500,00	2.975,00	5.475,00	40.000,00
5	2.500,00	2.800,00	5.300,00	37.500,00
6	2.500,00	2.625,00	5.125,00	35.000,00
7	2.500,00	2.450,00	4.950,00	32.500,00
8	2.500,00	2.275,00	4.775,00	30.000,00
9	2.500,00	2.100,00	4.600,00	27.500,00
10	2.500,00	1.925,00	4.425,00	25.000,00
11	2.500,00	1.750,00	4.250,00	22.500,00
12	2.500,00	1.575,00	4.075,00	20.000,00
13	2.500,00	1.400,00	3.900,00	17.500,00
14	2.500,00	1.225,00	3.725,00	15.000,00
15	2.500,00	1.050,00	3.550,00	12.500,00
16	2.500,00	875,00	3.375,00	10.000,00
17	2.500,00	700,00	3.200,00	7.500,00
18	2.500,00	525,00	3.025,00	5.000,00
19	2.500,00	350,00	2.850,00	2.500,00
20	2.500,00	175,00	2.675,00	0,00

FUENTE: CUADRO 32, Corporación Financiera Nacional (Crédito FOPINAR)
ELABORACIÓN: EL AUTOR

PRESUPUESTO DE COSTOS

ESTRUCTURA DE COSTOS

Constituye un sistema que permite determinar el costo de producción y de esta manera calcular el costo real de producir o generar un bien o servicio, para con estos datos fijar el precio de venta con el cual se pondrá al mercado este servicio.

CUADRO 34
PRESUPUESTO DE OPERACIÓN PARA LOS DIEZ AÑOS

COSTO DEL SERVICIO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
Mano de Obra Directa	20.152,51	20.990,85	21.864,07	22.773,62	23.721,00	24.707,80	25.735,64	26.806,24	27.921,38	29.082,91
Total costo del servicio	20.152,51	20.990,85	21.864,07	22.773,62	23.721,00	24.707,80	25.735,64	26.806,24	27.921,38	29.082,91
COSTO DE PRODUCCIÓN										
Depreciación Equipos juegos extremos	3.825,00	3.825,00	3.825,00	3.825,00	3.825,00	3.825,00	3.825,00	3.825,00	3.825,00	3.825,00
Depreciación de Otros equipos	332,10	332,10	332,10	332,10	332,10	332,10	332,10	332,10	332,10	332,10
Depreciación Adecuaciones e instalaciones	3.600,00	3.600,00	3.600,00	3.600,00	3.600,00	3.600,00	3.600,00	3.600,00	3.600,00	3.600,00
Depreciación Vehículo	5.400,00	5.400,00	5.400,00	5.400,00	5.400,00	5.400,00	5.400,00	5.400,00	5.400,00	5.400,00
Depreciación herramientas	38,25	38,25	38,25	38,25	38,25	38,25	38,25	38,25	38,25	38,25
Depreciación maquinaria y equipo	160,20	160,20	160,20	160,20	160,20	160,20	160,20	160,20	160,20	160,20
Combustibles y lubricantes	1.152,00	1.199,92	1.249,84	1.301,83	1.355,99	1.412,40	1.471,15	1.532,35	1.596,10	1.662,50
Mantenimiento	2.955,24	3.078,18	3.206,23	3.339,61	3.478,54	3.623,24	3.773,97	3.930,97	4.094,50	4.264,83
Imprevistos 5 %	873,14	881,68	890,58	899,85	909,50	919,56	930,03	940,94	952,31	964,14
Total carga proceso de fabricación	18.335,93	18.515,33	18.702,20	18.896,84	19.099,58	19.310,75	19.530,71	19.759,82	19.998,45	20.247,02
GASTOS DE OPERACIÓN										
ADMINISTRATIVOS										
Sueldos Administrativos	25.063,80	26.106,45	27.192,48	28.323,69	29.501,96	30.729,24	32.007,57	33.339,09	34.725,99	36.170,60
Depreciación de Muebles y Enseres	83,70	83,70	83,70	83,70	83,70	83,70	83,70	83,70	83,70	83,70
Depreciación de equipos de computación	198,90	198,90	198,90	198,90	198,90	198,90	198,90	198,90	198,90	198,90
Útiles de oficina	240,00	249,98	260,38	271,22	282,50	294,25	306,49	319,24	332,52	346,35
Gastos administrativos	991,20	1.032,43	1.075,38	1.120,12	1.166,72	1.215,25	1.265,81	1.318,46	1.373,31	1.430,44
Arriendos	2.400,00	2.499,84	2.603,83	2.712,15	2.824,98	2.942,50	3.064,91	3.192,41	3.325,21	3.463,54
Amortización de Activos Diferidos	157,50	157,50	157,50	157,50	157,50	157,50	157,50	157,50	157,50	157,50
Imprevistos 5 %	1.328,88	1.383,57	1.440,54	1.499,88	1.561,69	1.626,07	1.693,12	1.762,97	1.835,72	1.911,50
Total gastos administrativos	30.463,98	31.712,39	33.012,72	34.367,16	35.777,94	37.247,40	38.778,00	40.372,27	42.032,86	43.762,53
VENTAS										
Sueldo Ventas	5.115,22	5.328,01	5.549,66	5.780,52	6.020,99	6.271,47	6.532,36	6.804,11	7.087,16	7.381,98
Promoción y Publicidad	2.100,00	2.187,36	2.278,35	2.373,13	2.471,86	2.574,69	2.681,79	2.793,35	2.909,56	3.030,60
Imprevistos 5 %	105,00	109,37	113,92	118,66	123,59	128,73	134,09	139,67	145,48	151,53
Total gastos de ventas	2.205,00	2.296,73	2.392,27	2.491,79	2.595,45	2.703,42	2.815,88	2.933,02	3.055,04	3.182,13
FINANCIEROS										
Intereses por préstamo	6.825,00	6.125,00	5.425,00	4.725,00	4.025,00	3.325,00	2.625,00	1.925,00	1.225,00	525,00
Total gastos financieros	6.825,00	6.125,00	5.425,00	4.725,00	4.025,00	3.325,00	2.625,00	1.925,00	1.225,00	525,00
TOTAL COSTO DE PRODUCCION	77.982,42	79.640,30	81.396,27	83.254,41	85.218,97	87.294,37	89.485,23	91.796,35	94.232,73	96.799,59

Elaboración: El Autor

DISTRIBUCIÓN DE COSTOS.

Los costos se distribuyen en costos fijos y variable, de conformidad con la relación que tienen con la capacidad productiva de la empresa.

COSTOS FIJOS

Son los gastos en los que incurre la empresa por el solo hecho de existir, es un gasto que se incide así no produzca la empresa, normalmente dentro de estos gastos están los administrativos entre otros que generalmente sirven para realizar las operaciones no productivas.

COSTOS VARIABLES

Son los componentes del costo total a excepción del costo fijo, por ejemplo materia prima y materiales directos entre otros, los costos están relacionados directamente con la capacidad productiva.

CUADRO 35

CLASIFICACIÓN DE COSTOS

COSTO DEL SERVICIO	AÑO 1		AÑO 5		AÑO 10	
	C. FIJOS	C. VARIABLES	C. FIJOS	C. VARIABLES	C. FIJOS	C. VARIABLES
Mano de Obra Directa		20.152,51		23.721,00		29.082,91
Total costo primo	0,00	20.152,51	0,00	23.721,00	0,00	29.082,91
COSTO DE PRODUCCIÓN						
Depreciación Equipos juegos extremos	3.825,00		3.825,00		3.825,00	
Depreciación de Otros equipos	332,10		332,1		332,1	
Depreciación Adecuaciones e instalaciones	3.600,00		3.600,00		3.600,00	
Depreciación Vehículo	5400		5.400,00		5.400,00	
Depreciación herramientas	38,25		38,25		38,25	
Depreciación maquinaria y equipo	160,20		160,2		160,2	
Combustibles y lubricantes	1.152,00		1.355,99		1.662,50	
Mantenimiento	2.955,24		3.478,54		4.264,83	
Imprevistos 5%		349,26		363,8		385,66
Total carga proceso de fabricación	17.462,79	349,26	18.190,08	363,80	19.282,88	385,66
GASTOS DE OPERACIÓN						
ADMINISTRATIVOS						
Sueldos Administrativos	15.063,80		29.501,96		36.170,60	
Depreciación de Muebles y Enseres	83,70		83,7		83,7	
Depreciación de equipos de computación	198,90		198,9		198,9	
Útiles de oficina	240,00		282,5		346,35	
Gastos administrativos	991,20		1.166,72		1.430,44	
Arriendos	2.400,00		2.824,98		3.463,54	
Imprevistos 5%		531,55		624,68		764,6
Total gastos administrativos	18.977,60	531,55	34.058,76	624,68	41.693,53	764,60
VENTAS						
Promoción y Publicidad	2.100,00		2.471,86		3.030,60	
Imprevistos 5%		347,82		49,44		60,61
Total gastos de ventas	2.100,00	347,82	2.471,86	49,44	3.030,60	60,61
FINANCIEROS						
Intereses por préstamo	6.825,00		4.025,00		525	
Total gastos financieros	6.825,00	0,00	4.025,00	0,00	525	0,00
TOTAL COSTO DE PRODUCCION	45.365,39	21.381,14	58.745,70	24.758,92	64.532,01	30.293,78

ELABORACIÓN: EL AUTOR

PRESUPUESTO DE INGRESOS

La EMPRESA COMUNITARIA prestará varios servicios como son;

alimentación, hospedaje, pesca, guianza turística en los cuales su costo será tomando en cuenta la precios de los oferente. Los ingresos que se obtendrán por estos servicios se calculan para cada año de vida útil del proyecto; en la proyección tenemos que los precios se mantendrán.

INGRESOS POR PAQUETE TURISTICO: al pagar el costo de cualquiera de los cuatro paquetes turísticos el turista tiene derecho a hospedaje, juegos extremos, ciclismo, acceso y alimentación a centros turísticos, pesca deportiva, paseo a caballo, vista comunidades de Cebadas, se descontará el 60% de los ingresos que corresponde al pago a las familias que prestarán el servicio de hospedaje en sus hogares para el turismo comunitario.

CUADRO 36

INGRESOS POR VENTA DE PAQUETES

AÑO	COSTOS TOTALES	CAPACIDAD UTILIZADA	COSTO UNITARIO POR PAX	MARGEN DE UTILIDAD	PRECIO DE PAQUETE TURISTICO POR PERSONA	INGRESOS TOTALES	PAGO A FAMILIAS QUE PRESTAN EN SERVICIO TURISTICO	INGRESOS TURISTICO
1	77.982,42	15438	5,05	2,9	16,67	257341,99	102936,79	154405,19
2	79.640,30	15468	5,15	2,9	16,99	262812,99	105125,20	157687,79
3	81.396,27	16298	4,99	2,9	16,48	268607,69	107443,08	161164,61
4	83.254,41	17227	4,83	2,9	15,95	274739,55	109895,82	164843,73
5	85.218,97	18157	4,69	2,9	15,49	281222,60	112489,04	168733,56
6	87.294,37	19087	4,57	2,9	15,09	288071,42	115228,57	172842,85
7	89.485,23	20017	4,47	2,9	14,75	295301,26	118120,50	177180,76
8	91.796,35	20946	4,38	2,9	14,46	302927,96	121171,18	181756,77
9	94.232,73	21876	4,31	2,9	14,22	310968,01	124387,20	186580,81
10	96.799,59	21806	4,44	2,9	14,65	319438,65	127775,46	191663,19

FUENTE: CUADRO Nº 35
ELABORACIÓN: EL AUTOR

PUNTO DE EQUILIBRIO

El punto de equilibrio es el punto de balance entre ingresos y costos; teóricamente es el momento en que los ingresos se igualan con los gastos y por lo tanto la inversión no genera ganancias ni tampoco pérdidas; para ellos el costo total se divide en costos fijos, que es aquel que no varía cuando aumenta o disminuye el nivel de generación de los servicios; y el variable, cuyo valor se modifica para los distintos niveles de producción.

Para el análisis del presente proyecto el punto de equilibrio se ha calculado matemáticamente en base a los siguientes métodos:

CÁLCULO DEL PUNTO DE EQUILIBRIO AÑO UNO

- **En función de las ventas**

Se basa en el volumen de ventas de los servicios y los ingresos monetarios que generen; para su cálculo se aplica la siguiente fórmula.

FÓRMULA:

$$\textbf{PE=}\frac{CF}{1-\frac{CV}{VT}}$$

En donde:

PE= Punto de Equilibrio
CF= Costos Fijos
CV= Costos Variables
VT= Ventas Totales (Ingresos)

$$PE = \frac{CF}{VT - CV} * 100 = \frac{45362,39}{154405,19 - 21381,14} * 100 = \mathbf{34,10\%}$$

- **En función de la capacidad instalada**

Se basa en la capacidad de generación de servicios. Determina el porcentaje de capacidad que se debe utilizar con la finalidad de cubrir los costos ocasionados; para su cálculo se aplica la siguiente fórmula.

FÓRMULA:

$$\mathbf{PE=}\frac{CF}{VT - CV} \times 100$$

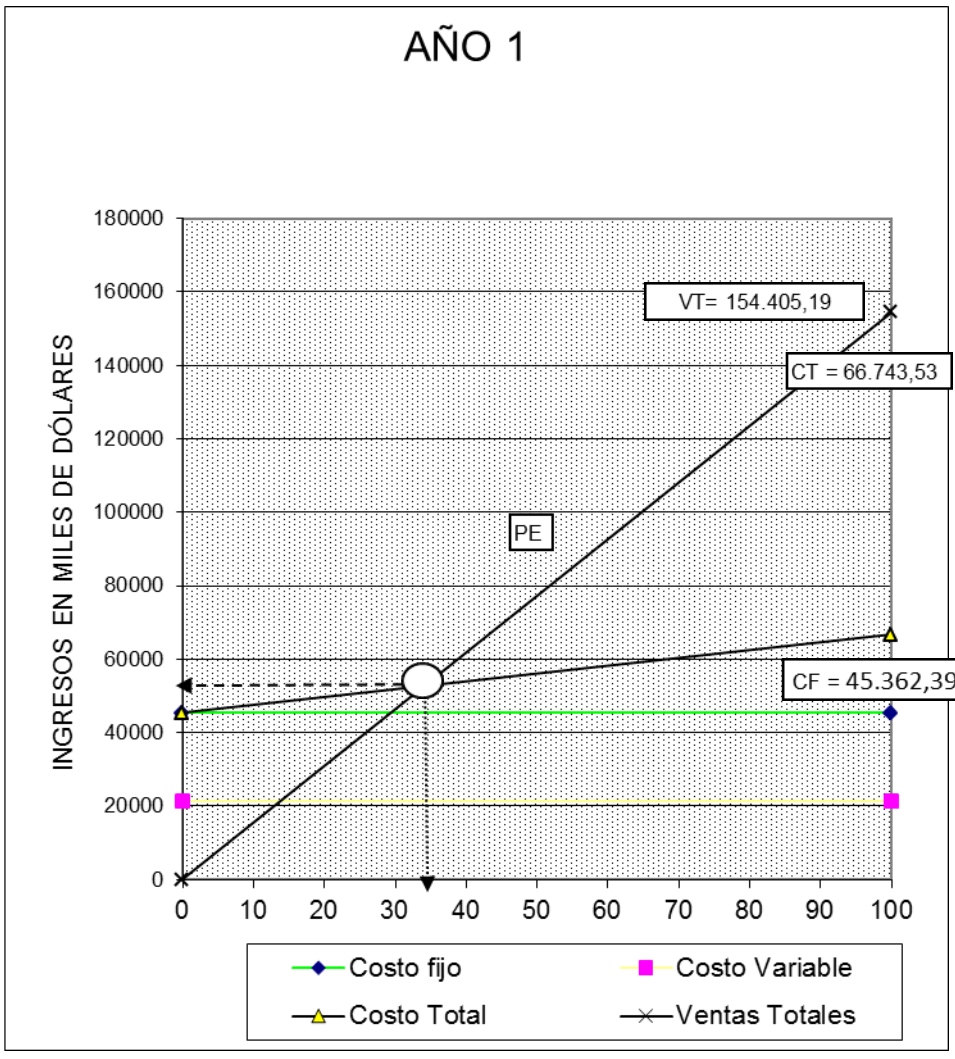
En donde:

PE= Punto de Equilibrio
CF= Costos Fijos
CV= Costos Variables
VT= Ventas Totales (Ingresos)

$$PE = \frac{CF}{1 - \frac{CV}{VT}} = \frac{45362,39}{1 - \frac{21381,14}{154405,19}} = \mathbf{52653,55}$$

GRÁFICA 23

PUNTO DE EQUILIBRIO EN FUNCION DE LAS VENTAS Y CAPACIDAD INSTALADA



ELABORACION: El Autor

ANÁLISIS: El punto de equilibrio se produce cuando la empresa trabaja con una capacidad instalada de 34,10% y con un ingreso en las ventas de 52.653,55 dólares, en éste punto la empresa no gana ni pierde.

CÁLCULO DEL PUNTO DE EQUILIBRIO AÑO CINCO

- **En función de las ventas**

Se basa en el volumen de ventas de los servicios y los ingresos monetarios que generen; para su cálculo se aplica la siguiente fórmula.

FÓRMULA:

$$\textbf{PE=}\frac{CF}{1-\frac{CV}{VT}}$$

En donde:

PE= Punto de Equilibrio
CF= Costos Fijos
CV= Costos Variables
VT= Ventas Totales (Ingresos)

$$PE = \frac{CF}{VT - CV} * 100 = \frac{58745,70}{168733,56 - 24758,92} * 100 = \textbf{40,80\%}$$

- **En función de la capacidad instalada**

Se basa en la capacidad de generación de servicios. Determina el porcentaje de capacidad que se debe utilizar con la finalidad de cubrir los costos ocasionados; para su cálculo se aplica la siguiente fórmula.

FÓRMULA:

PE= $\frac{CF}{VT - CV} \times 100$

En donde:

PE= Punto de Equilibrio

CF= Costos Fijos

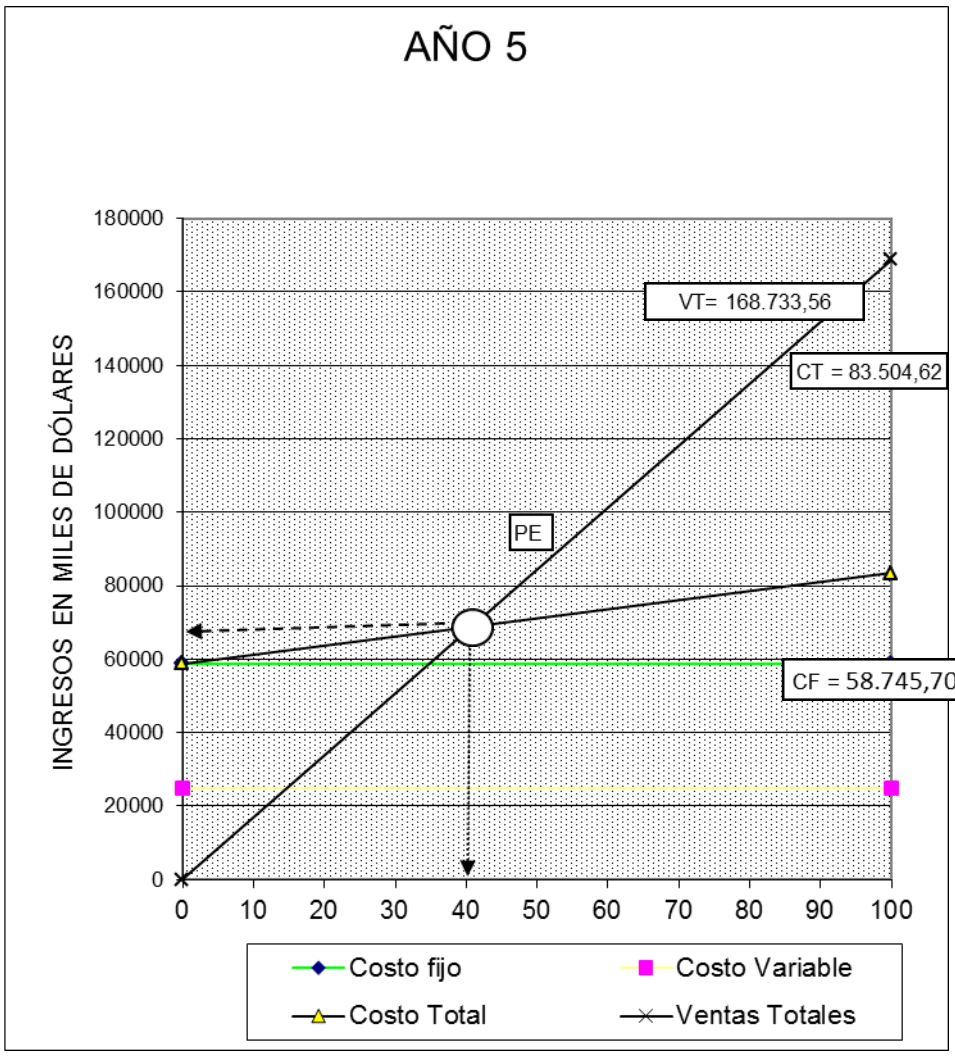
CV= Costos Variables

VT= Ventas Totales (Ingresos)

$$PE = \frac{CF}{1 - \frac{CV}{VT}} = \frac{58745,70}{1 - \frac{24758,92}{168733,56}} = \mathbf{68848,04}$$

GRÁFICA 24

PUNTO DE EQUILIBRIO EN FUNCION DE LAS VENTAS Y CAPACIDAD INSTALADA



ELABORACION: El Autor

ANÁLISIS: El punto de equilibrio se produce cuando la empresa trabaja con una capacidad instalada de 40,8% y con un ingreso en las ventas de 68848,04 dólares, en éste punto la empresa no gana ni pierde.

CÁLCULO DEL PUNTO DE EQUILIBRIO AÑO DIEZ

- **En función de las ventas**

Se basa en el volumen de ventas de los servicios y los ingresos monetarios que generen; para su cálculo se aplica la siguiente fórmula.

FÓRMULA:

$$\textbf{PE=}\frac{CF}{1-\frac{CV}{VT}}$$

En donde:

PE= Punto de Equilibrio
CF= Costos Fijos
CV= Costos Variables
VT= Ventas Totales (Ingresos)

$$PE = \frac{CF}{VT - CV} * 100 = \frac{64532,01}{191663,19 - 30293,78} * 100 = \textbf{39,99\%}$$

- **En función de la capacidad instalada**

Se basa en la capacidad de generación de servicios. Determina el porcentaje de capacidad que se debe utilizar con la finalidad de cubrir los costos ocasionados; para su cálculo se aplica la siguiente fórmula.

FÓRMULA:

PE= $\frac{CF}{VT - CV} \times 100$

En donde:

PE= Punto de Equilibrio

CF= Costos Fijos

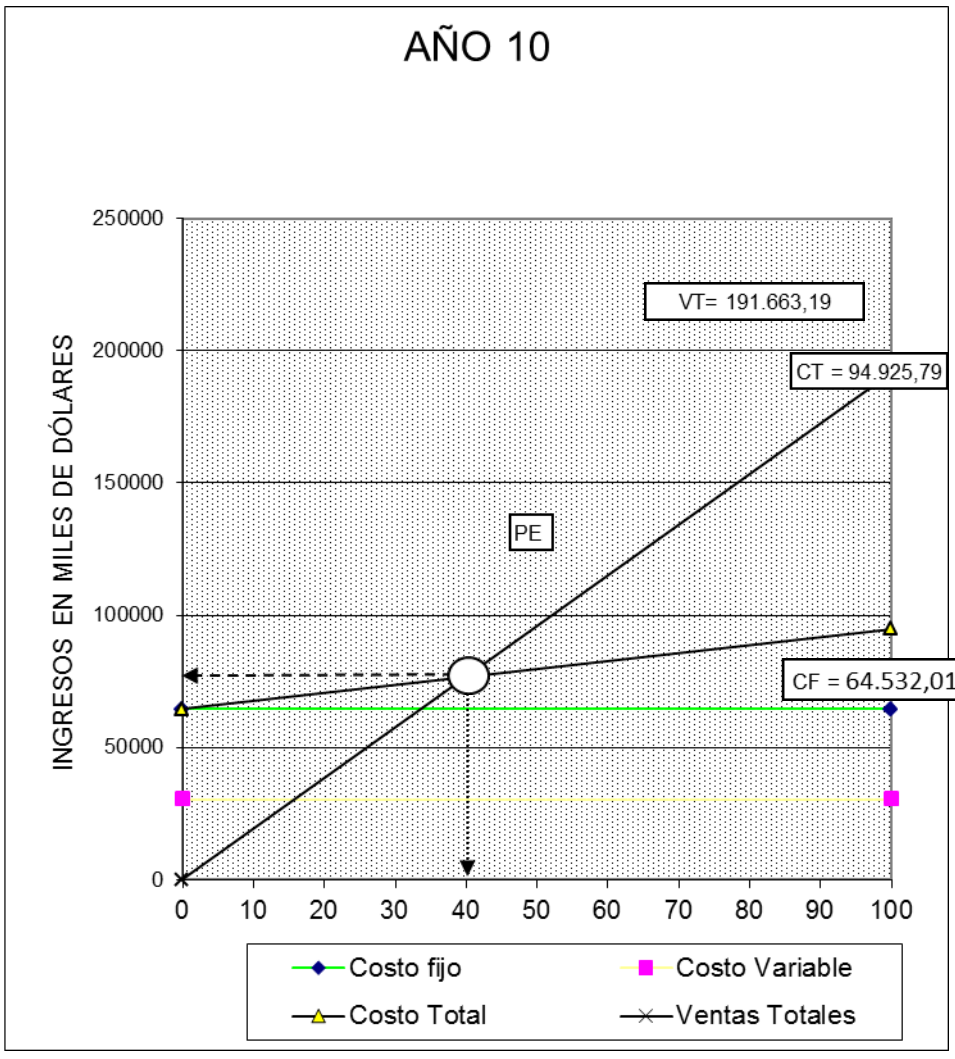
CV= Costos Variables

VT= Ventas Totales (Ingresos)

$$PE = \frac{CF}{1 - \frac{CV}{VT}} = \frac{64532,01}{1 - \frac{30293,78}{191663,19}} = \mathbf{76646,56}$$

GRÁFICA 25

PUNTO DE EQUILIBRIO EN FUNCION DE LAS VENTAS Y CAPACIDAD INSTALADA



ELABORACION: El Autor

ANÁLISIS: El punto de equilibrio se produce cuando la empresa trabaja con una capacidad instalada de 39,99% y con un ingreso en las ventas de 76.646,56 dólares, en éste punto la empresa no gana ni pierde.

ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS

El estado de pérdidas y ganancias presenta en forma resumida el comportamiento de los ingresos y egresos durante un ejercicio económico, en este caso anual y durante la vida útil de la empresa, y permite a la vez determinar relaciones que conducen al conocimiento de la rentabilidad en algunas formas que serán indicadas a continuación, por otro lado permite determinar la utilidad que se obtendrá cada año.

Para el presente proyecto se realizará anualmente: es decir, para cinco años de vida útil, para lo cual se basará en los datos del presupuesto proyectado.

CUADRO 37

ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS

PERIODOS	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Ingresos por ventas	154405,19	157687,79	161164,61	164843,73	168733,56	172842,85	177180,76	181756,77	186580,81	191663,19
(-) Costo Total	77.982,42	79.640,30	81.396,27	83.254,41	85.218,97	87.294,37	89.485,23	91.796,35	94.232,73	96.799,59
(=) Utilidad Bruta Ventas	76.422,77	78.047,49	79.768,34	81.589,32	83.514,59	85.548,48	87.695,53	89.960,42	92.348,08	94.863,60
(-) 15% Utilidad de Trabajadores	11.463,42	11.707,12	11.965,25	12.238,40	12.527,19	12.832,27	13.154,33	13.494,06	13.852,21	14.229,54
(=) Utilidad Ante Impuestos a la Renta	64.959,35	66.340,37	67.803,09	69.350,92	70.987,40	72.716,21	74.541,20	76.466,36	78.495,87	80.634,06
(-) 25% Impuesto a la renta	16.239,84	16.585,09	16.950,77	17.337,73	17.746,85	18.179,05	18.635,30	19.116,59	19.623,97	20.158,52
(=) Utilidad Liquida ejercicio	48.719,52	49.755,27	50.852,32	52.013,19	53.240,55	54.537,16	55.905,90	57.349,77	58.871,90	60.475,55
(-) 10% reserva Legal	4.871,95	4.975,53	5.085,23	5.201,32	5.324,06	5.453,72	5.590,59	5.734,98	5.887,19	6.047,55
(=) Utilidad Neta	**43.847,56**	**44.779,75**	**45.767,09**	**46.811,87**	**47.916,50**	**49.083,44**	**50.315,31**	**51.614,79**	**52.984,71**	**54.427,99**

FUENTE: CUADRO 35 y 36
ELABORACIÓN: EL AUTOR

EVALUACIÓN FINANCIERA.

"La evaluación financiera busca determinar los ingresos y egresos asociados a la ejecución de un proyecto y en función de ellos la rentabilidad que se generará. Se basa en la rentabilidad financiera, su clave es el flujo de fondos esperado. Se trabaja con precios de mercado"[36]

La evaluación financiera de un proyecto da la oportunidad de cuantificar los costos y beneficios que se podrán obtener como rentabilidad en períodos determinados de actividades. Para obtener la rentabilidad se estructuró el flujo de caja y el estado de pérdidas y ganancias, para lo cual se aplicó indicadores financieros y económicos para conocer los beneficios económicos que obtendrán los futuros inversionistas. Para evaluar la vialidad de un proyecto de inversión los indicadores más utilizados son: Valor Actual Neto, Tasa Interna de Retorno, Coeficiente Beneficio Costo, Periodo de Recuperación, entre otros.

FLUJO DE CAJA

El flujo de caja es la acumulación neta de los activos líquidos de un periodo determinado, por lo tanto, constituye un indicador importante de la liquidez de la empresa.

---

[36] PASACA MORA, Manuel, Elaboración y Evaluación de Proyectos

En el siguiente cuadro del Flujo de Caja se demuestra e identifica los recursos financieros requeridos en cada año o ejercicio económico del proyecto, también se muestra el resultado neto en relación con los recursos que los socios aportarán. La interpretación es sin duda que en caso de tener flujo de caja negativo, el gerente de la empresa tendrá que recurrir a un crédito inmediato o sobre-giro para cubrir los gastos.

CUADRO 38

FUJO DE CAJA

AÑOS / DETALLES	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
INGRESOS										
Ventas	154405,19	157687,79	161164,61	164843,73	168733,56	172842,85	177180,76	181756,77	186580,81	191663,19
Valor Residual			298,30		6.125,00	310,20			360,14	5.216,00
TOTAL INGRESOS	154.405,19	157.687,79	161.462,91	164.843,73	174.858,56	173.153,05	177.180,76	181.756,77	186.940,95	196.879,19
EGRESOS										
Costo de Producción	77.982,42	79.640,30	81.396,27	83.254,41	85.218,97	87.294,37	89.485,23	91.796,35	94.232,73	96.799,59
Reinversiones				1.625,00		1760	1.749,00			2015,00
EGRESOS	77.982,42	79.640,30	81.396,27	84.879,41	85.218,97	89.054,37	91.234,23	91.796,35	94.232,73	98.814,59
UTILIDAD BRUTA EN VENTAS	76.422,77	78.047,49	80.066,64	79.964,32	89.639,59	84.098,68	85.946,53	89.960,42	92.708,22	98.064,60
(-) 15% Utilidad Trabajadores	11463,42	11707,12	12010,00	11994,65	13445,94	12614,80	12891,98	13494,06	13906,23	14709,69
UTILIDAD ANT. IMPUESTO	64.959,35	66.340,37	68.056,64	67.969,67	76.193,65	71.483,88	73.054,55	76.466,36	78.801,99	83.354,91
(-) 25% Impuesto a la renta	16239,84	16585,09	17014,16	16992,42	19048,41	17870,97	18263,64	19116,59	19700,50	20838,73
UTILIDAD LIQUIDA	48.719,52	49.755,27	51.042,48	50.977,25	57.145,24	53.612,91	54.790,91	57.349,77	59.101,49	62.516,18
Amortización	157,50	157,50	157,50	157,50	157,50	157,50	157,50	157,50	157,50	157,50
Depreciaciones	6.132,00	6.132,00	6.132,00	6.132,00	6.132,00	6.132,00	6.132,00	6.132,00	6.132,00	6.132,00
UTILIDAD NETA	42.430,02	43.465,77	44.752,98	44.687,75	50.855,74	47.323,41	48.501,41	51.060,27	52.811,99	56.226,68
FUJO NETO DE CAJA	42.430,02	43.465,77	44.752,98	44.687,75	50.855,74	47.323,41	48.501,41	51.060,27	52.811,99	56.226,68

FUENTE: PRESUPUESTOS Y ESTRUCTURAS DE INGRESOS
ELABORACIÓN: EL AUTOR

VALOR ACTUAL NETO

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

El VAN, representa en valores actuales, el total de los recursos que quedan en manos de la empresa al final de toda su vida útil, mide la rentabilidad del proyecto en valores monetarios que exceden a una rentabilidad deseada después de recuperar la inversión.

Este indicador señala el saldo actualizado que queda luego de poner en ejecución el proyecto, es decir, los sobre beneficios, esto quiere decir el VAN que queda después de pagar los costos y ganar lo que el inversionista desea.

Criterios de Decisión:

- Si el VAN de un proyecto es positivo, la inversión deberá realizarse.

- Si el VAN es igual a cero la inversión queda al criterio del inversionista, ya que la empresa durante su vida útil mantiene el valor de la inversión en términos del poder adquisitivo.
- Si el VAN es negativo debe rechazarse.

FACTOR DE ACTUALIZACIÓN= $\frac{1}{(1+i)^n}$

FA= $\frac{1}{(1+0.107)^1}$

FA= $\frac{1}{(1.107)^1}$

FA= 0,877192982

CUADRO 39

VALOR ACTUAL NETO

PERIODO	FLUJO NETO	FACTOR ACTUALIZACIÓN 14%	VALOR ACTUALIZADO
0	105.267,54		
1	42.430,02	0,877192982	37.219,31
2	43.465,77	0,769467528	33.445,50
3	44.752,98	0,674971516	30.206,99
4	44.687,75	0,592080277	26.458,74
5	50.855,74	0,519368664	26.412,88
6	47.323,41	0,455586548	21.559,91
7	48.501,41	0,399637323	19.382,97
8	51.060,27	0,350559055	17.899,64
9	52.811,99	0,307507943	16.240,11
10	56.226,68	0,26974381	15.166,80
			243.992,85
			105.267,54
			138.725,31

FA = 1 / (1 + i)n

		SFNA	-	INVERSIÓN INICIAL
VAN	**=**			
VAN	**=**	243.992,85		105.267,54
VAN	**=**	**138.725,31**		

Siendo el van positivo quiere decir que el proyecto si es factible para la inversión.

TASA INTERNA DE RETORNO

Es un indicador financiero que expresa en forma porcentual, la capacidad máxima de rentabilidad de un proyecto de inversión. En términos relativos es la capacidad de recuperar la inversión a través de la ganancia, por lo cual un buen criterio de proyecto se tendrá cuando dicha tasa sea superior al costo de capital en el mercado.

La Tasa Interna de Retorno se define como la tasa de descuento que hace que el valor actual de los flujos netos que genera el proyecto, sea igual a la inversión neta realizada.

Los criterios para tomar decisiones de aceptación o rechazo de un proyecto se toman como referencia lo siguiente:

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

CUADRO 40

TASA INTERNA DE RETORNO

PERIODO	FLUJO NETO	ACTUALIZACIÓN			
		FACT. ACTUALIZ. 41,00%	VAN MENOR	FACT. ACTUALIZ. 42,00%	VAN MAYOR
0			105.267,54		105.267,54
1	42.430,02	0,7092198582	30.092,21	0,7042253521	29.880,29
2	43.465,77	0,5029928072	21.862,97	0,4959333466	21.556,13
3	44.752,98	0,3567324874	15.964,84	0,3492488356	15.629,93
4	44.687,75	0,2530017641	11.306,08	0,2459498842	10.990,95
5	50.855,74	0,1794338752	9.125,24	0,1732041438	8.808,42
6	47.323,41	0,1272580676	6.022,29	0,1219747492	5.772,26
7	48.501,41	0,0902539486	4.377,44	0,0858977107	4.166,16
8	51.060,27	0,0640098926	3.268,36	0,0604913456	3.088,70
9	52.811,99	0,0453970870	2.397,51	0,0425995391	2.249,77
10	56.226,68	0,0321965156	1.810,30	0,0299996754	1.686,78
			959,71		**-1.438,15**

$$TIR = Tm + Dt \left(\frac{\text{VAN menor}}{\text{VAN menor} - \text{VAN mayor}} \right)$$

$$TIR = 41 + 1{,}00 \left(\frac{959{,}71}{2397{,}86} \right)$$

$$TIR = 41 + 1{,}00 \left(0{,}40 \right)$$

$$TIR = 41 + 0{,}40 \left(\right.$$

TIR = 41,40 %

La TIR para el presente proyecto es de 41,40%, la misma que es mayor a la tasa de oportunidad en el mercado (14%), siendo este valor satisfactorio para realizar el proyecto.

RELACIÓN BENEFICIO COSTO

Este indicador permite medir en función de las unidades monetarias, el beneficio que ofrece el proyecto, por la inversión de cada una de ellas, es decir, la cantidad obtenida en calidad de beneficio por cada dólar a invertir.

Los criterios de decisión para este indicador son los siguientes:

- Si el resultado de la relación B/C, es mayor que 1, se puede realizar el proyecto.
- Si el resultado de la relación B/C, es igual a 1, es indiferente realizar el proyecto.
- Si el resultado de la relación B/C, es menor que 1, se debe rechazar el proyecto.

La fórmula a utilizarse para este cálculo es la siguiente:

BC= $\frac{\Sigma IA}{\Sigma EA}$

En donde:

BC= Beneficio Costo

Σ **IA=** Sumatoria de Ingresos Actualizados

Σ **EA=** Sumatoria de Egresos Actualizados

CUADRO 41

RELACIÓN BENEFICIO COSTO

ACTUALIZACIÓN COSTO TOTAL				ACTUALIZACIÓN INGRESOS		
PERIODO	**COSTO ORIGINAL**	**FACT. ACTUALIZ. 14,00%**	**COSTO ACTUALIZADO**	**INGRESO ORIGINAL**	**FACT. ACTUALIZ. 14,00%**	**INGRESO ACTUALIZADO**
0						
1	77982,42	0,8771929825	68405,63	154405,19	0,8771929825	135443,15
2	79640,30	0,7694675285	61280,62	157687,79	0,7694675285	121335,63
3	81396,27	0,6749715162	54940,16	161164,61	0,6749715162	108781,52
4	83254,41	0,5920802774	49293,29	164843,73	0,5920802774	97600,72
5	85218,97	0,5193686644	44260,06	168733,56	0,5193686644	87634,92
6	87294,37	0,4555865477	39770,14	172842,85	0,4555865477	78744,88
7	89485,23	0,3996373225	35761,64	177180,76	0,3996373225	70808,04
8	91796,35	0,3505590549	32180,04	181756,77	0,3505590549	63716,48
9	94232,73	0,3075079429	28977,31	186580,81	0,3075079429	57375,08
10	96799,59	0,2697438095	26111,09	191663,19	0,2697438095	51699,96
			440.980,00			873.140,39

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

$$R\ (B/C) = \frac{873140,39}{440980,00}$$

R (B/C) = 1,98 Dólares

El resultado de la Relación Beneficio Costo en el presente proyecto es de 1,98; esto significa que por cada dólar invertido se obtiene una utilidad de 0,98 centavos de dólar, por lo tanto, el proyecto es ejecutable.

PERIODO DE RECUPERACIÓN DEL CAPITAL

Es el tiempo requerido para recuperar aquellos fondos invertidos al inicio del proyecto, es una medida de la rapidez con que el proyecto reembolsará la inversión inicial. Comúnmente los periodos de recuperación de la inversión o capital se utilizan para evaluar las inversiones proyectadas, a través de este cálculo se puede establecer el número exacto de años, meses y días necesarios para recuperar la inversión inicial.

CUADRO 42

PERIODO DE RECUPERACIÓN DEL CAPITAL

PERIODO	INVERSIÓN	FLUJO NETO DE CAJA	F. ACUMULADO
0			
1		42.430,02	
2	105.267,54	43.465,77	85.895,79
3		44.752,98	130.648,77
4		44.687,75	175.336,53
5		50.855,74	226.192,27
6		47.323,41	273.515,67
7		48.501,41	322.017,09
8		51.060,27	373.077,36
9		52.811,99	425.889,35
10		56.226,68	482.116,03
		482.116,03	

FUENTE: CUADRO FLUJO DE CAJA
ELABORACIÓN: EL AUTOR

FÓRMULA.

P.R.C. =Año que se recupera la inversión **+** $\frac{Inversión - Primeros Flujos}{\text{Flujo Neto del año que supera la Inversión}}$

$$PRC = 3 \frac{105267,54 - 44752,98}{44687,75}$$

PRC = 4,35

		4	**Años**
0,35 * 12 =	4,25	**4**	**Meses**
0,25 * 30 =	7,50	**7**	**Días**

La inversión del presente proyecto se recuperará en 4 años, 4 meses, 7 días.

ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD.

El análisis de sensibilidad, se efectúa para conocer el grado de soporte del proyecto ante posibles o eventuales cambios económicos que podrían ocurrir en el futuro.

- **Análisis de sensibilidad con el incremento en los Costos**

En el proyecto se ha considerado que las variaciones con mayor incertidumbre, son los costos y los ingresos, por lo tanto se ha considerado determinar hasta qué punto la empresa soporta un incremento en los costos, lo cual se puede apreciar en el siguiente cuadro. En este caso el proyecto está en capacidad de resistir hasta un 54,7% de incremento en los costos, por lo que es factible implementarlo.

- **Análisis de sensibilidad con disminución en los Ingresos**

Al igual que en el caso anterior se establecerá hasta qué punto la empresa es sensible ante una disminución en sus ingresos, para conocer el grado de sensibilidad en el proyecto. En este proyecto la sensibilidad soporta una disminución en sus ventas hasta 28,3% en los ingresos.

CUADRO 43

ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD CON INCREMENTO DEL 54,7% EN LOS COSTOS

PERIODO	COSTO TOTAL ORIGINAL	COSTO TOTAL ORIGINAL 54,70%	INGRESO TOTAL ORIGINAL	ACTUALIZACIÓN				
				FLUJO NETO	FACT. ACTUALIZ. 31,00%	VAN MENOR	FACT. ACTUALIZ. 32,00%	VAN MAYOR
0						105.267,54		105.267,54
1	77.982,42	120.872,75	154.405,19	33.532,44	0,7633587786	25.597,28	0,7575757576	25.403,36
2	79.640,30	123.442,47	157.687,79	34.245,33	0,5827166249	19.955,32	0,5739210285	19.654,11
3	81.396,27	126.164,22	161.164,61	35.000,39	0,4448218511	15.568,94	0,4347886579	15.217,77
4	83.254,41	129.044,34	164.843,73	35.799,39	0,3395586649	12.155,99	0,3293853469	11.791,80
5	85.218,97	132.089,40	168.733,56	36.644,16	0,2592050877	9.498,35	0,2495343537	9.143,98
6	87.294,37	135.306,27	172.842,85	37.536,58	0,1978664792	7.427,23	0,1890411771	7.095,96
7	89.485,23	138.702,11	177.180,76	38.478,65	0,1510431139	5.811,94	0,1432130129	5.510,64
8	91.796,35	142.284,34	181.756,77	39.472,43	0,1153000869	4.551,17	0,1084947068	4.282,55
9	94.232,73	146.060,73	186.580,81	40.520,08	0,0880153335	3.566,39	0,0821929597	3.330,47
10	96.799,59	150.039,36	191.663,19	41.623,83	0,0671872775	2.796,59	0,0622673937	2.591,81
						1.661,67		**-1.245,10**

$$NTIR = Tm + Dt \left(\frac{\text{VAN menor}}{\text{VAN menor - VAN mayor}} \right) = 31{,}00 + 1{,}00 \left(\frac{1661{,}67}{2906{,}76} \right) = \mathbf{31{,}57\ \%}$$

Diferencias TIR = *Tir Proyecto - Nueva Tir* 41,40 - 31,57 = 9,83 %

Porcentaje de variación = *Diferencia. Tir / Tir del proyecto* 9,83 / 41,40 = 23,74%

Sensibilidad = *Porcentaje de variación / Nueva Tir* 23,74 / 31,57 = **0,920**

CUADRO 44

ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD CON DISMUNUCIÓN DEL 28,3% EN LOS INGRESOS

PERIODO	COSTO TOTAL ORIGINAL	INGRESO TOTAL ORIGINAL 28,30%	INGRESO TOTAL ORIGINAL	ACTUALIZACIÓN				
				FLUJO NETO	FACT. ACTUALIZ. 30,00%	VAN MENOR	FACT. ACTUALIZ. 31,00%	VAN MAYOR
0						105.267,54		105.267,54
1	77.982,42	110.708,52	154.405,19	32.726,10	0,7692307692	25.173,92	0,7633587786	24.981,76
2	79.640,30	113.062,15	157.687,79	33.421,85	0,5917159763	19.776,24	0,5827166249	19.475,46
3	81.396,27	115.555,03	161.164,61	34.158,76	0,4551661356	15.547,91	0,4448218511	15.194,56
4	83.254,41	118.192,95	164.843,73	34.938,54	0,3501277966	12.232,96	0,3395586649	11.863,69
5	85.218,97	120.981,96	168.733,56	35.762,99	0,2693290743	9.632,01	0,2592050877	9.269,95
6	87.294,37	123.928,32	172.842,85	36.633,95	0,2071762110	7.589,68	0,1978664792	7.248,63
7	89.485,23	127.038,60	177.180,76	37.553,37	0,1593663162	5.984,74	0,1510431139	5.672,18
8	91.796,35	130.319,60	181.756,77	38.523,25	0,1225894740	4.722,55	0,1153000869	4.441,73
9	94.232,73	133.778,44	186.580,81	39.545,71	0,0942995954	3.729,14	0,0880153335	3.480,63
10	96.799,59	137.422,51	191.663,19	40.622,92	0,0725381503	2.946,71	0,0671872775	2.729,34
						2.068,33		**-909,61**

$$NTIR = Tm + Dt \left(\frac{\text{VAN menor}}{\text{VAN menor - VAN mayor}} \right) = 30{,}00 + 1{,}00 \left(\frac{2068{,}33}{2977{,}94} \right) = \mathbf{30{,}69\ \%}$$

Diferencias TIR =	*Tir Proyecto - Nueva Tir*	41,40	-	30,69	=	10,71 %
Porcentaje de variación =	*Diferencia. Tir / Tir del proyecto*	10,71	/	41,40	=	25,86%
Sensibilidad =	*Porcentaje de variación / Nueva Tir*	25,86	/	30,69	=	**0,995**

h) CONCLUSIONES

En base al desarrollo de la presente investigación se llegó a determinar varias conclusiones:

- De acuerdo a la capacidad instalada en el primer año de vida de la empresa, se estará en capacidad de ofrecer a 38.595 turistas nacionales y extranjeros pero se atenderá el primer año a 15.438 personas de acuerdo a los paquetes turísticos ofertados.

- La puesta en marcha de este proyecto será mediante la suscripción de acciones de capital, ya sea en activos fijos o en dinero en efectivo. La empresa de Turismo Comunitario Cebadas Cía. Ltda., contará con tres socios los cuales aportarán con el 52,50% del total de la inversión y el resto mediante el financiamiento de la CFN.

- La empresa se ubicará en el cantón Guamote, parroquia de Cebadas, vía a Macas en el Km. 7.

- Se contará con un local amplio y agradable, utilizando la mejor capacidad de ofrecer los servicios para el turismo comunitario.

- El financiamiento del presente proyecto será con un crédito de $ 50.000,00 y el resto con recursos propios;

- Para establecer la factibilidad del proyecto, se utilizó la evaluación financiera tomando en consideración los diferentes indicadores económicos de acuerdo a los siguientes datos:

VAN = Es positivo ya que es mayor a cero.

B/C = Es mayor a uno, por lo tanto se puede realizar el proyecto.

TIR = Es mayor al costo del capital, por lo tanto el valor es satisfactorio.

Periodo de Recuperación = La inversión se la recupera en 4 años, 4 meses y 7 días.

- Por todas las razones aquí expuestas, se concluye que la demanda del servicio comunitario turístico tendrá éxito y por ello no se debe escatimar esfuerzo alguno.

i) RECOMENDACIONES

- ✓ El presente proyecto, está encaminado a la inversión privada dado que existe beneficios económicos y sociales para el adelanto del sector comunitario.
- ✓ Mediante la factibilidad: financiera, económica y técnica del presente proyecto, permite la ejecución del mismo brindando de esta manera la creación de fuentes de trabajo.
- ✓ Se debe realizar una buena campaña publicitaria con el fin de dar a conocer el servicio que ofrece la empresa y obtener aceptación en el mercado turístico.
- ✓ Al poner en marcha este proyecto, es importante contratar mano de obra del lugar, con el fin de ayudar al desarrollo comunitario y reducir en parte el problema del desempleo.
- ✓ Para este tipo de proyecto es necesario ofrecer al cliente servicios de calidad con la finalidad de poseer liderazgo en el mercado.
- ✓ Se hace necesario que para los proyectos de factibilidad que se realizan, sean tomados en cuenta para su ejecución, logrando así beneficios para los inversionistas y la sociedad.

j) BILBIOGRAFÍA

- ✓ ACOSTA, Alberto., **Curso Básico de Administración de Empresas, Mercadeo.**, Edit. Norma S.A., 1991.
- ✓ ACHIG, Lucas., **Metodología de la Investigación Social**., Edit. Idis., Universidad de Cuenca., Enero 1996.
- ✓ BACA URBINA, Gabriel., **Evaluación de Proyectos**., 2da. Edic., 1994.
- ✓ BELL, Martín L., **Mercadotecnia, Conceptos y Estrategias**., Edit. Continental S.A., México., 1971.
- ✓ BOLTEN, Steven., **Administración Financiera**., Edit. Limusa., Vol. I., México., 1981.
- ✓ DAVALOS ARCENALES, Nelson., **Enciclopedia Básica de Administración, Contabilidad y Auditoría**., Tomo II., 1990.
- ✓ FOLLETO., **El Comercio Fronterizo Peruano Ecuatoriano**., Características y Perspectivas.
- ✓ GAMBOA VELASQUEZ, Ramiro., **Curso Básico de Administración de Empresas (Finanzas)**., Edit. Norma S.A., Vol. 4., 1991.
- ✓ GOXENS, Antonio y GOXENS, María de los Angeles., **Biblioteca Práctica de Contabilidad**., Vol. 4., Ed. Grupo Océano.

- ✓ KOLHER, Eric., **Diccionario para Contadores**., Edit. Limusa S.A., México., 1992.
- ✓ LOAIZA CORTES, Carlos., **Práctica de Mercadotecnia**., McGraw-Hill., México., 2da. Ed., 1988.
- ✓ MOORE, Franklin., **Administración de la Producción**., Edit. Diana S.A., México., 1977.
- ✓ NACIONES UNIDAS., **Manual de Proyectos de Desarrollo Económico**., México D.F., Diciembre., 1968.
- ✓ OROZCO, José., **Contabilidad General**., Edit. Productora de Publicaciones., Quito., 1986.
- ✓ REYES PONCE, Agustín., **Administración de Empresas**., Edit. Limusa., México., 1982.
- ✓ ROSENBERG J.M., **Diccionario de Administración y Finanzas**., Edit. Océano., Barcelona-España.
- ✓ SELDON, Arthur, **Diccionario de Economía**., Edit. Oikos S.A., Barcelona-España., 1975.
- ✓ VASQUEZ, Víctor Hugo., **Organización Aplicada**., 1era. Ed., Quito-Ecuador., 1985.

k) ANEXOS

ANEXO Nº 1

FICHA RESUMEN

TEMA

"PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA COMUNITARIA DE SERVICIOS TURÍSTICOS EN EL CANTÓN GUAMOTE PARA LA PROVINCIA DE CHIMBORAZO"

PROBLEMA

El Ecuador posee innumerables zonas de gran atractivo turístico que se destacan por su variada cultura y gran biodiversidad, entre estas, la sierra centro y la Amazonía, presentan una gran riqueza.

Desde el año 2001, el turismo ocupa el cuarto renglón de divisas del Ecuador, con un monto de 430 millones de dólares, luego de las exportaciones de petróleo, remesas de migrantes y banano. Durante el período de 1997 al 2001 se ha producido un incremento del turismo receptor del 3.6 %. Los mayor cantidad de turistas vienen de Estados Unidos, Europa (en especial de Alemania) y América Latina (mayoritariamente colombianos).

También hay turismo interno, el cual viaja por vacaciones (24 %) por negocios o trabajo (62 %). En cuanto al ecoturismo, el Ecuador ofrece muchas opciones debido a su gran variedad de condiciones ambientales, lo que genera una impresionante diversidad de hábitats y tipos de vegetación. Se han inventariado más de 920 atractivos turísticos, de éstos, alrededor de 520 son naturales, destacándose los parques nacionales, la selva, los ríos y lagos, las montañas, etc.

En vista de tantos inconvenientes que atraviesan las empresas de la localidad y la actual situación socio-económica del país, muchos de los empresarios se estancan y no se desarrollan eficazmente en el mercado local, es por esto que se pretende implementar en el cantón Guamote una empresa Comunitaria de servicios Turísticos.

La falta de empresas de servicios Turísticos en nuestro cantón, ha originado que no se ofrezca al turista nacional y extranjero servicios de: alimentación, hospedaje en cabañas típicas, convivencia cultural, servicio de guía, caminatas por los diferentes senderos, ríos y esteros. Que el visitante pueda conocer y apreciar la inmensa variedad de flora y fauna, la feria indígena más grande del país, viaje en el tren Guamote – Nariz del diablo, lagunas de Atillo y otros.

Con la propuesta de una empresa Comunitaria de servicios Turísticos es una oportunidad para que sean las propias comunidades y no a través de “intermediarios”, las beneficiadas del turismo que se puede hacer,

exhibiendo al mundo su propia raigambre cultural, en la Sierra ecuatoriana se está empezando a edificar sobre cimientos sólidos el Turismo Comunitario.

Por todo lo expuesto anteriormente he considerado que la problemática para la realización del presente trabajo investigativo es:

"LA FALTA DE UNA EMPRESA COMUNITARIA DE SERVICIOS TURÍSTICOS PARA EL CANTÓN GUAMOTE, PROVINCIA DE CHIMBORAZONO PERMITE QUE LAS COMUNIDADES DEL CANTÓN SE DESARROLLEN TURÍSTICAMENTE Y SEAN UN ATRACTIVO CULTURAL NACIONAL"

JUSTIFICACIÓN

JUSTIFICACIÓN ACADÉMICA

La Universidad Nacional de Loja al implementar el Sistema Académico por Objetos de Transformación en el proceso de enseñanza-aprendizaje, me da la oportunidad de realizar este proyecto de tesis, basado en la investigación que me permite analizar las políticas y estrategias para crear empresa en la provincia de Chimborazo y específicamente en el cantón Guamote.

Así mismo la presente investigación se justifica porque permitirá poner en práctica los conocimientos adquiridos, con ayuda de los docentes con quienes he tenido la oportunidad de compartir enseñanzas y experiencias en los diferentes módulos de la Carrera de Administración de Empresas nos

han ido formando y orientando; además será un aporte importante para aquellas personas que quieran formar empresa siendo esta una fuente de consulta para futuros inversionistas.

JUSTIFICACIÓN SOCIAL

El presente proyecto se justifica en lo social, porqué al implementar esta empresa Comunitaria de servicios Turísticos en el cantón Guamote de la provincia de Chimborazo, ayudarán a solucionar de cierta manera problemas financieros, técnicos, humanos, productivos y de mercadotecnia en la generación de empresas, generando así servicios de calidad de acuerdo a las exigencias de los clientes. Además servirá como generadora de empleo a las diferentes comunidades del cantón Guamote y sean estas las generadoras de sus propios ingresos.

JUSTIFICACIÓN ECONÓMICA

Está justificado económicamente bajo el juicio que surge al analizar el desarrollo empresarial con el que cuenta nuestro cantón ya que no permite en su totalidad incrementar fuentes de empleo y mejorar la calidad de vida de su población. Con la implementación de esta empresa Comunitaria de servicios Turísticos en el cantón Guamote de la provincia de Chimborazo, se brindará un servicio personalizado a los turistas lo que permitirá que las comunidades de Guamote tengan una fuente de ingreso y por ende contribuir al desarrollo económico de la provincia, ciudad y del país.

Cuando una empresa se desarrolla económicamente bien, no solamente progresa ésta, sino que ayuda a fomentar el progreso de una sociedad, porque con la solvencia que generan pueden promover la creación de nuevas fuentes de trabajo y la rentabilidad a su vez incrementa el nivel económico de los ecuatorianos y por ende una sociedad con mejores posibilidades de desarrollo.

OBJETIVOS

OBJETIVO GENERAL

Realizar un estudio de factibilidad para la creación e implementación de una empresa Comunitaria de servicios Turísticos en el cantón Guamote de la provincia de Chimborazo.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Determinar la segmentación de mercado. (será posible incluir en el segundo objetivo)
- Determinar mediante una investigación de mercado la oferta, demanda y la demanda insatisfecha y el segmento del mercado a ofertar el servicio.
- Analizar mediante un estudio técnico el tamaño, localización y procesos administrativos a implementarse en el proyecto.

- Presentar la organización jurídica y administrativa, el cual regirá en la esta empresa Comunitaria de servicios Turísticos en el cantón Guamote de la provincia de Chimborazo.
- Establecer un estudio financiero que permita determinar la rentabilidad del proyecto, mediante indicadores como: VAN, TIR, Relación Beneficio Costo, Periodo de Recuperación de Capital, entre otros.

METODOLOGÌA

MÉTODOS

MÉTODO INDUCTIVO

En términos muy generales, consiste en establecer enunciados universales ciertos a partir de la experiencia, esto es, ascender lógicamente a través del conocimiento científico, desde la observación de los fenómenos o hechos de la realidad a la ley universal que los contiene.

Según este método, se admite que cada conjunto de hechos de la misma naturaleza está regido por una Ley Universal. El objetivo científico es enunciar esa Ley Universal partiendo de la observación de los hechos, en la presente investigación se lo utilizará de la revisión de empresas de servicios turísticos a nivel local, para determinar cómo se posesiona a nivel general.

MÉTODO DEDUCTIVO

Este Método se aplicará para desarrollar y ejecutar la investigación partiendo desde un análisis de lo general a lo particular; la investigación permitirá realizar una descripción de cómo se puede crear una empresa de servicios comunitarios turísticos. Y ayudará a determinar de qué forma están

estructuradas estas empresa comunitarias turísticas, cual es la forma de manejo hacia sus empleados e identificando la situación de la competencia, hasta llegar a la empresa de servicios comunitarios turísticos en el cantón Guamote.

MÉTODO SINTÈTICO

Implica la síntesis, esto es, unión de elementos para formar un todo.

El juicio analítico implica la descomposición del fenómeno, en sus partes constitutivas. Es una operación mental por la que se divide la representación totalizadora de un fenómeno en sus partes.

El método sintético se lo utilizará en la presente cuando utilicemos las ciencias administrativas ya que mediante ésta se extraerán las leyes generalizadoras de empresa de servicios comunitarios turísticos.

MÉTODO ESTADÍSTICO

Este método lo utilizaremos para realizar la correspondiente tabulación de los datos obtenidos luego de haber realizado la aplicación de las encuestas y así poder determinar el mayor porcentaje de los cuales permitirán determinar el problema de determinar la factibilidad de crear una empresa de servicios comunitarios turísticos.

TÉCNICAS UTILIZADAS

En lo que refiere a la recolección bibliográfica se utilizará libros, periódicos,

revistas, copiados, etc., los mismos que mediante la técnica de fichas bibliográficas permitirán estructurar el marco teórico, el cual servirá de base para conocer a fondo el problema en estudio.

También se realizará la observación, encuestas, entrevistas, con el objeto de tener datos cuantitativos que faciliten fortalecer el objeto del estudio.

Procedimientos

A continuación se procederá a realizar la elaboración del formulario para aplicar el censo, para luego proceder al análisis e interpretación de los datos recolectados con el fin de obtener los elementos de juicio necesarios y técnicas del proyecto.

Con los datos que se obtendrá se efectuara los cálculos necesarios para determinar el monto de las inversiones. La manera de financiar las operaciones. Así como la elaboración de los estados financieros y la evaluación del proyecto donde se demostrará su factibilidad.

Parte de la información secundaria que se necesitara para el análisis, se la encontrará en el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC), en los censos de población y vivienda 1990-2001, fuentes que servirán de información para determinar el tamaño de la muestra en el cantón Guamote.

TAMAÑO DE LA MUESTRA

El área de influencia comprende los habitantes de las parroquias principales del cantón que se la proyecta para el año 2011 de acuerdo a los datos obtenidos en el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC), con lo cual se obtiene que la población total de estudio es de 37.724 habitantes.

Proyección de la población del cantón Guamote.

AÑOS	POBLACION		
	URBANA	RURAL	TOTAL
1990	1952	28474	30426
1995	2173	31706	33879
2001	2419	35305	37724

Para el cálculo de la población proyectada se parte del hecho de tener el censo del 2001 realizado por el INEC con su respectiva tasa de crecimiento, para el caso es de 2,27%:

$$pf = Po\ (1 + i)^n$$

En donde: pf = Población para 2011
po = Población
I = Tasa de crecimiento poblacional
N = Períodos transcurridos

$$pf = Po\ (1 + i)^n$$

$$pf = 37.724(1 + 0.0227)^{10}$$

pf = 47.217 población para el año 2011

Para el presente trabajo de investigación se aplicará el 95% de confiabilidad, lo que produce un 5% de error. Para determinar el tamaño de la muestra aplicaremos la siguiente formula:

FORMULA:

$$n = \frac{N}{1 + P\ (\text{no será "N"})\ (e)^2}$$

n = Tamaño de la muestra

N = Población

e = margen de error

$$n = \frac{47.217}{1 + 47.217(0.05)^2}$$

n = 397 encuestas

ANEXO Nº 2

EQUIPOS E INSUMOS PARA RAFTING, CICLISMO Y ESCALADA

CONCEPTO	CANTID.	V. UNIT	V. TOTAL
EQU. CICLISMO DE MONTAÑA (9 bicicletas, 9 pares de rodilleras, 9 pares de guantes, 9 cascos, 9 chalecos)	9	950,00	8.550,00
EQU. RAFTING (1 bote, 1 bomba para inflar, 6 trajes neoprenos, 7 cascos, 7 remos)	1	9.500,00	9.500,00
EQU. ESCALADA EN ROCA (100 mts de cabo, mosquetones, arnés, 3 cascos 3 chalecos)	1	3.200,00	3.200,00
OTROS EQUIPOS			
EQU. PRIMEROS AUXILIOS	3	75,00	225,00
BINOCULARES	3	120,00	360,00
GPS	3	420,00	1.260,00
SUBTOTAL			**1.845,00**
TOTAL			**23.095,00**

FUENTE: MERCADO LIBRE EN LA INTERNET
ELABORADO POR: EL AUTOR

ANEXO Nº 3

INVERSIÓN EN VEHÍCULO

DETALLE	CANTIDAD	V. UNIT. (USD)	V. TOTAL (USD)
Furgoneta	1	30.000,00	30.000,00
		TOTAL	**30.000,00**

FUENTE: CHEVROLET
ELABORACIÓN: EL AUTOR

ANEXO Nº 4

MANTENIMIENTO DEL VEHÍCULO

DETALLE	UNIDAD	CANTIDAD	V. UNIT. (USD)	V. TOTAL (USD)
Mantenimiento de la furgoneta	Mensual	12	264,27	2.955,24
		TOTAL		2.955,24

FUENTE: MECÁNICA SILVA RIOBAMBA ECUADOR
ELABORACIÓN: EL AUTOR

ANEXO Nº 5

INVERSIÓN EN EQUIPO DE COMPUTACIÓN

DETALLE	CANTIDAD	V. UNIT. (USD)	V. TOTAL (USD)
Computadora	1	820,00	820,00
Impresora Canon	1	75,00	75,00
		TOTAL	**895,00**

FUENTE: ALMACÉNES CENTER RIOBAMBA
ELABORACIÓN: EL AUTOR

ANEXO Nº 6

INVERSIÓN EN MAQUINARIA Y EQUIPO

DETALLE	CANTIDAD	V. UNIT. (USD)	V. TOTAL (USD)
Televisor LG 29 PG.	2	510,00	1.020,00
Equipo de sonido LG	1	400,00	400,00
DVD LG	2	150,00	300,00
Calculadora	1	60,00	60,00
		TOTAL	**1.780,00**

FUENTE: IMPORTADORA JAHER
ELABORACIÓN: EL AUTOR

ANEXO Nº 7

INVERSIÓN EN MUEBLES Y ENSERES

DETALLE	CANTIDAD	V. UNIT. (USD)	V. TOTAL (USD)
Escritorio de madera	2	220,00	440,00
Sillones giratorios	2	95,00	190,00
Archivadores	3	100,00	300,00
		TOTAL	**930,00**

FUENTE: MUEBLERIA CHÁVEZ
ELABORACIÓN: EL AUTOR

ANEXO Nº 8

INVERSIÓN EN HERRAMIENTAS

DETALLE	CANTIDAD	V. UNIT. (USD)	V. TOTAL (USD)
Juego de herramientas	1	125,00	125,00
Cañas de pescar	5	60,00	300,00
		TOTAL	**425,00**

FUENTE: COMERCIAL"LA CONDAMINE"
ELABORACIÓN: EL AUTOR

ANEXO Nº 9

MANO DE OBRA DIRECTA

DESCRIPCIÓN	GUIA TURISTICA
REMUNERACIONES	
Salario Básico	318
13º Sueldo	26,50
14º Sueldo	18,17
Aporte Patronal (11.15%)	40,44
IECE (0.50%)	1,59
SETEC (0.50%)	1,9
Vacaciones	13,25
Total	**419,84**
Número de empleados	4
Total Mensual	**1679,38**
Total Annual	**20.152,51**

FUENTE: CÓDIGO DE TRABAJO
ELABORACIÓN: EL AUTOR

ANEXO Nº 10

COMBUSTIBLES Y LUBRICANTES

DETALLE	CANTIDAD	VALOR UNIT.	VALOR MENSUAL (USD)	VALOR ANUAL (USD)
Combustible	20 galones	1,60	32,00	384,00
Lubricantes	2 unid.	32,00	64,00	786,00
		TOTAL	**96,00**	**1.152,00**

FUENTE: GASOLINERAS
ELABORACIÓN: EL AUTOR

ANEXO Nº 11
UTILIES DE OFICINA

DETALLE	CANTIDAD	VALOR UNIT. (USD)	COSTO MENSUAL	COSTO ANNUAL
Útiles de Oficina	1	20,00	20,00	240,00
		TOTAL	**20,00**	**240,00**

FUENTE: LIBRERÍA EL ÉXITO
ELABORACIÓN: EL AUTOR

ANEXO Nº 12

PERSONAL ADMINISTRATIVO

DESCRIPCIÓN	Gerente	Secretaria Contadora	Conserje Guardia
REMUNERACIONES			
Salario Básico	600	350	318
13º Sueldo	50,00	29,17	26,50
14º Sueldo	24,33	24,33	24,33
Aporte Patronal (11.15%)	75,19	44,99	41,12
IECE (0.50%)	3	1,75	1,59
SETEC (0.50%)	1,9	1,47	1,47
Vacaciones	25,00	14,58	13,25
Total	**779,42**	**466,29**	**426,27**
Número de empleados	1	1	1
Total Mensual	**779,42**	**466,29**	**426,27**
Total Anual	**9.353,06**	**5.595,52**	**5.115,22**

FUENTE: CÓDIGO DE TRABAJO
ELABORACIÓN: EL AUTOR

ANEXO Nº 13

GASTOS DE ADMINISTRATION

DETALLE	UNIDAD	V. UNIT. (USD)	CANTIDAD CONSUMIDA	COSTO MENSUAL	TOTAL ANUAL (USD)
Energía Eléctrica	Kw.	0,12	100	12,00	144,00
Agua Potable	m^3	0,08	120	9,60	115,20
Teléfono cel.	minuto	0,15	100	15,00	180,00
Útiles de Oficina		31,00	1	31,00	372,00
Útiles de Aseo		15,00	1	15,00	180,00
			TOTAL	**82,60**	**991,20**

FUENTE: EMPRESA ELÉCTRICA, CNT RIOBAMBA
ELABORACIÓN: EL AUTOR

ANEXO Nº 14

GASTOS DE PUBLICIDAD

DETALLE	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	V. MENSUAL (USD)	VALOR ANUAL (USD)
Cuñas Radiales	50 veces	1,00	50,00	600,00
Prensa Escrita	5 veces	8,00	40,00	480,00
Trípticos	100 ejemp.	0,40	40,00	480,00
Página Web	1 veces	540,00		540,00
		TOTAL	**175,00**	**2.100,00**

FUENTE: RADIO LA VOZ DE RIOBAMBA Y LA PRENSA
ELABORACIÓN: EL AUTOR

ANEXO Nº 15

PERSONAL DE VENTAS

DESCRIPCIÓN	Vendedor
REMUNERACIONES	
Salario Básico	318
13º Sueldo	26,50
14º Sueldo	24,33
Aporte Patronal (11.15%)	41,12
IECE (0.50%)	1,59
SETEC (0.50%)	1,47
Vacaciones	13,25
Total	**426,27**
Numero de empleados	1
Total Mensual	**426,27**
Total Anual	**5.115,22**

ANEXO Nº 16

SUELDO CHOFER

DESCRIPCIÓN	Vendedor
REMUNERACIONES	
Salario Básico	318
13º Sueldo	26,50
14º Sueldo	24,33
Aporte Patronal (11.15%)	41,12
IECE (0.50%)	1,59
SETEC (0.50%)	1,47
Vacaciones	13,25
Total	**426,27**
Numero de empleados	1
Total Mensual	**426,27**
Total Anual	**5.115,22**

ANEXO Nº 17
DEPRECIACIÓN DE EQUIPOS DE CICLISMO

VALOR DE ACTIVO: CICLISMO			8.550,00	
5	AÑOS DE VIDA UTIL		10%	DEPRECIACIÓN
AÑOS	**VAL. ACTIVO**	**VALOR RES.**	**DEPRECIACIÓN**	**VALOR ACTUAL**
0	8.550,00	855,00		7.695,00
1	7.695,00		1539	6.156,00
2	6.156,00		1539	4.617,00
3	4.617,00		1539	3.078,00
4	3.078,00		1539	1.539,00
5	1.539,00		1539	-

ELABORADO POR: EL AUTOR

ANEXO Nº 18
DEPRECIACIÓN DE EQUIPOS DE REFTING

VALOR DE ACTIVO: RAFTING			9.500,00	
5	**AÑOS DE VIDA UTIL**		**10%**	**DEPRECIACIÓN**
AÑOS	**VAL. ACTIVO**	**VALOR RES.**	**DEPRECIAC.**	**VALOR ACTUAL**
0	9.500,00	950,00		8.550,00
1	8.550,00		1710	6.840,00
2	6.840,00		1710	5.130,00
3	5.130,00		1710	3.420,00
4	3.420,00		1710	1.710,00
5	1.710,00		1710	-

ELABORADO POR: EL AUTOR

ANEXO Nº 19
DEPRECIACIÓN DE EQUIPOS DE ESCALADA

VALOR DE ACTIVO: ESCALADA			3.200,00	
5	**AÑOS DE VIDA UTIL**		10%	DEPRECIACIÓN
AÑOS	**VAL. ACTIVO**	**VALOR RES.**	**DEPRECIACIÓN**	**VALOR ACTUAL**
0	3.200,00	320,00		2.880,00
1	2.880,00		576	2.304,00
2	2.304,00		576	1.728,00
3	1.728,00		576	1.152,00
4	1.152,00		576	576,00
5	576,00		576	-

ELABORADO POR: EL AUTOR

ANEXO Nº 20
DEPRECIACIÓN DE OTROS EQUIPOS

VALOR DE ACTIVO: OTROS			1.845,00	
5	**AÑOS DE VIDA ÚTIL**		10%	DEPRECIACIÓN
AÑOS	**VAL. ACTIVO**	**VALOR RES.**	**DEPRECIACIÓN**	**VALOR ACTUAL**
0	1.845,00	184,50		1.660,50
1	1.660,50		332,1	1.328,40
2	1.328,40		332,1	996,30
3	996,30		332,1	664,20
4	664,20		332,1	332,10
5	332,10		332,1	-

ELABORADO POR: EL AUTOR

ANEXO Nº 21

DEPRECIACIÓN DE ADECUACIONES E INSTALACIONES

VALOR DEL ACTIVO: 40.000,00

10 AÑOS DE VIDA ÚTIL 10% DEPRECIACIÓN

AÑOS	VAL. ACTIVO	VAL. RES.	DEPRECIAC.	VAL. ACTUAL
0	40.000,00	4.000,00		36.000,00
1	36.000,00		3600	32.400,00
2	32.400,00		3600	28.800,00
3	28.800,00		3600	25.200,00
4	25.200,00		3600	21.600,00
5	21.600,00		3600	18.000,00
6	18.000,00		3600	14.400,00
7	14.400,00		3600	10.800,00
8	10.800,00		3600	7.200,00
9	7.200,00		3600	3.600,00
10	3.600,00		3600	0,00

ANEXO Nº 22

DEPRECIACIÓN DE VEHICULO

VALOR DEL ACTIVO: 30.000,00

5 AÑOS DE VIDA ÚTIL 10% DEPRECIACIÓN

AÑOS	VAL. ACTIVO	VAL. RES.	DEPRECIAC.	VAL. ACTUAL
0	30.000,00	3.000,00		27.000,00
1	27.000,00		5400	21.600,00
2	21.600,00		5400	16.200,00
3	16.200,00		5400	10.800,00
4	10.800,00		5400	5.400,00
5	5.400,00		5400	0,00

ANEXO Nº 23

DEPRECIACIÓN DE EQUIPOS DE CÓMPUTO

VALOR DEL ACTIVO:	**895,00**			
3	**AÑOS DE VIDA ÚTIL**		**33,33%**	**DEPRECIACIÓN**
AÑOS	**VAL. ACTIVO**	**VAL. RES.**	**DEPRECIAC.**	**VAL. ACTUAL**
0	895,00	298,30		596,70
1	596,70		198,8988333	397,80
2	397,80		198,8988333	198,90
3	198,90		198,8988333	0,00

ANEXO Nº 24

DEPRECIACIÓN DE MAQUINARIA Y EQUIPO

VALOR DEL ACTIVO:	**1.780,00**			
10	**AÑOS DE VIDA ÚTIL**		**10,00%**	**DEPRECIACIÓN**
AÑOS	**VAL. ACTIVO**	**VAL. RES.**	**DEPRECIAC.**	**VAL. ACTUAL**
0	1.780,00	178,00		1.602,00
1	1.602,00		160,2	1.441,80
2	1.441,80		160,2	1.281,60
3	1.281,60		160,2	1.121,40
4	1.121,40		160,2	961,20
5	961,20		160,2	801,00
6	801,00		160,2	640,80
7	640,80		160,2	480,60
8	480,60		160,2	320,40
9	320,40		160,2	160,20
10	160,20		160,2	0,00

ANEXO Nº 25

DEPRECIACIÓN DE MUEBLES Y ENSERES

VALOR DEL ACTIVO:	**930,00**			
10	**AÑOS DE VIDA ÚTIL**		**10,00%**	**DEPRECIACIÓN**
AÑOS	**VAL. ACTIVO**	**VAL. RES.**	**DEPRECIAC.**	**VAL. ACTUAL**
0	930,00	93,00		837,00
1	837,00		83,7	753,30
2	753,30		83,7	669,60
3	669,60		83,7	585,90
4	585,90		83,7	502,20
5	502,20		83,7	418,50
6	418,50		83,7	334,80
7	334,80		83,7	251,10
8	251,10		83,7	167,40
9	167,40		83,7	83,70
10	83,70		83,7	0,00

ANEXO Nº 26

DEPRECIACIÓN DE HERRAMIENTAS

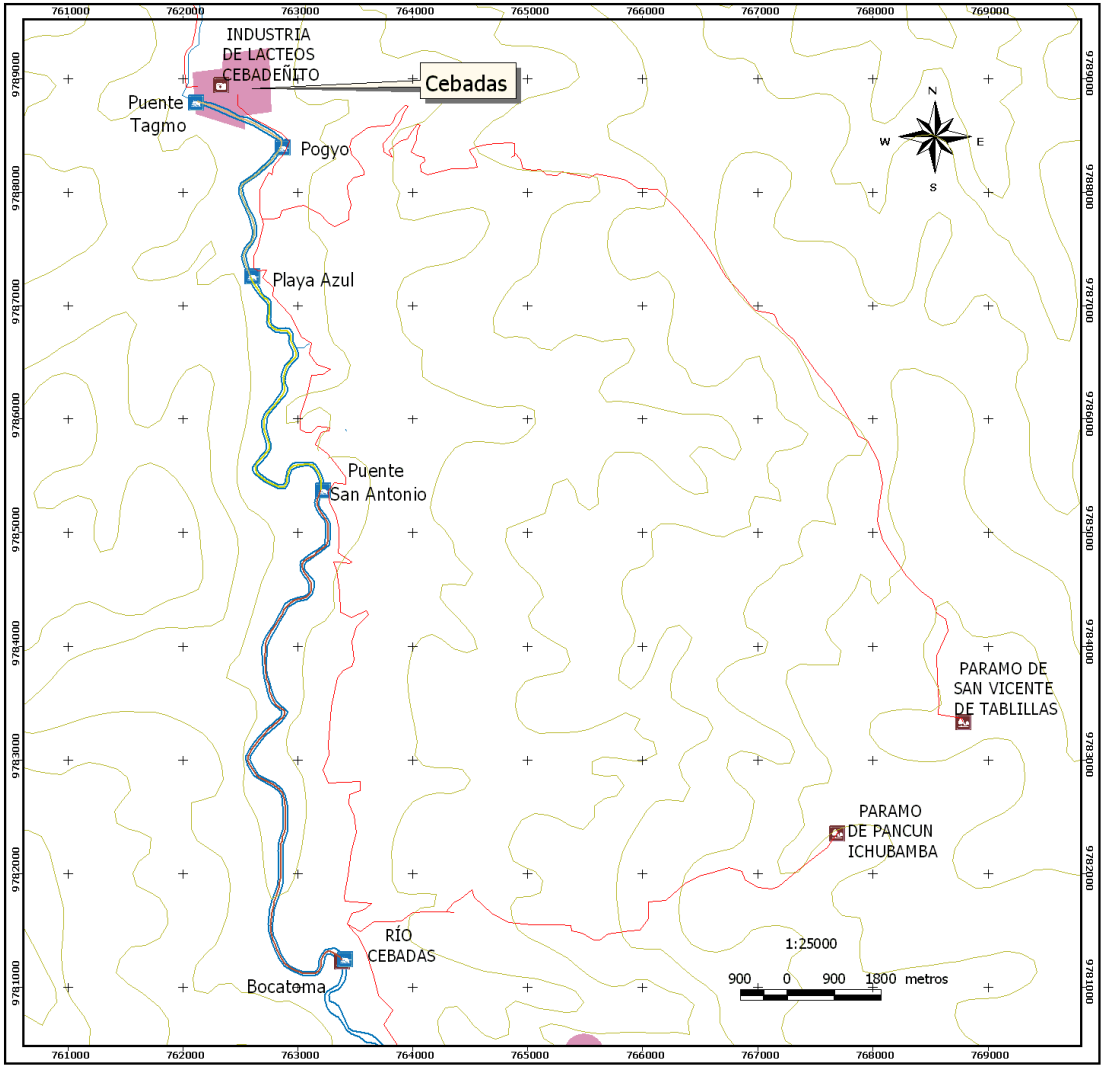
VALOR DEL ACTIVO:	**425,00**			
10	**AÑOS DE VIDA ÚTIL**		**10,00%**	**DEPRECIACIÓN**
AÑOS	**VAL. ACTIVO**	**VAL. RES.**	**DEPRECIAC.**	**VAL. ACTUAL**
0	425,00	42,50		382,50
1	382,50		38,25	344,25
2	344,25		38,25	306,00
3	306,00		38,25	267,75
4	267,75		38,25	229,50
5	229,50		38,25	191,25
6	191,25		38,25	153,00
7	153,00		38,25	114,75
8	114,75		38,25	76,50
9	76,50		38,25	38,25
10	38,25		38,25	0,00

ANEXO Nº 27

AMORTIZACIÓN ACTIVO DIFERIDO

AÑOS	VAL. ACT. DIF.	AMORTIZACIÓN	VALOR TOTAL
1	1.575,00	157,5	1.417,50
2	1.417,50	157,5	1.260,00
3	1.260,00	157,5	1.102,50
4	1.102,50	157,5	945,00
5	945,00	157,5	787,50
6	787,50	157,5	630,00
7	630,00	157,5	472,50
8	472,50	157,5	315,00
9	315,00	157,5	157,50
10	157,50	157,5	0,00

Anexo No. 28: Mapa Temático: Rafting en el río Cebadas



Turismo Comunitario
CEBADAS
UAMOTE

RUTA:
RAFTING EN EL RÍO CEBADAS

LEYENDA TEMÁTICA

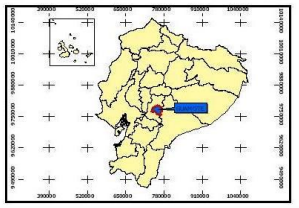
- Rafting
- Tramo # 1: Bocatoma - San Antonio
- Tramo # 2: San Antonio - Playa Azul
- Tramo # 3: Playa Azul - Pogyo
- Tramo # 4: Pogyo - Tagmo
- Explotación Agropecua
- Páramo
- Rapido

NOTA: Se ha utilizado los pictogramas del Manual Corporativo de Señalización Turística, proporcionado por el Ministerio de Turismo.

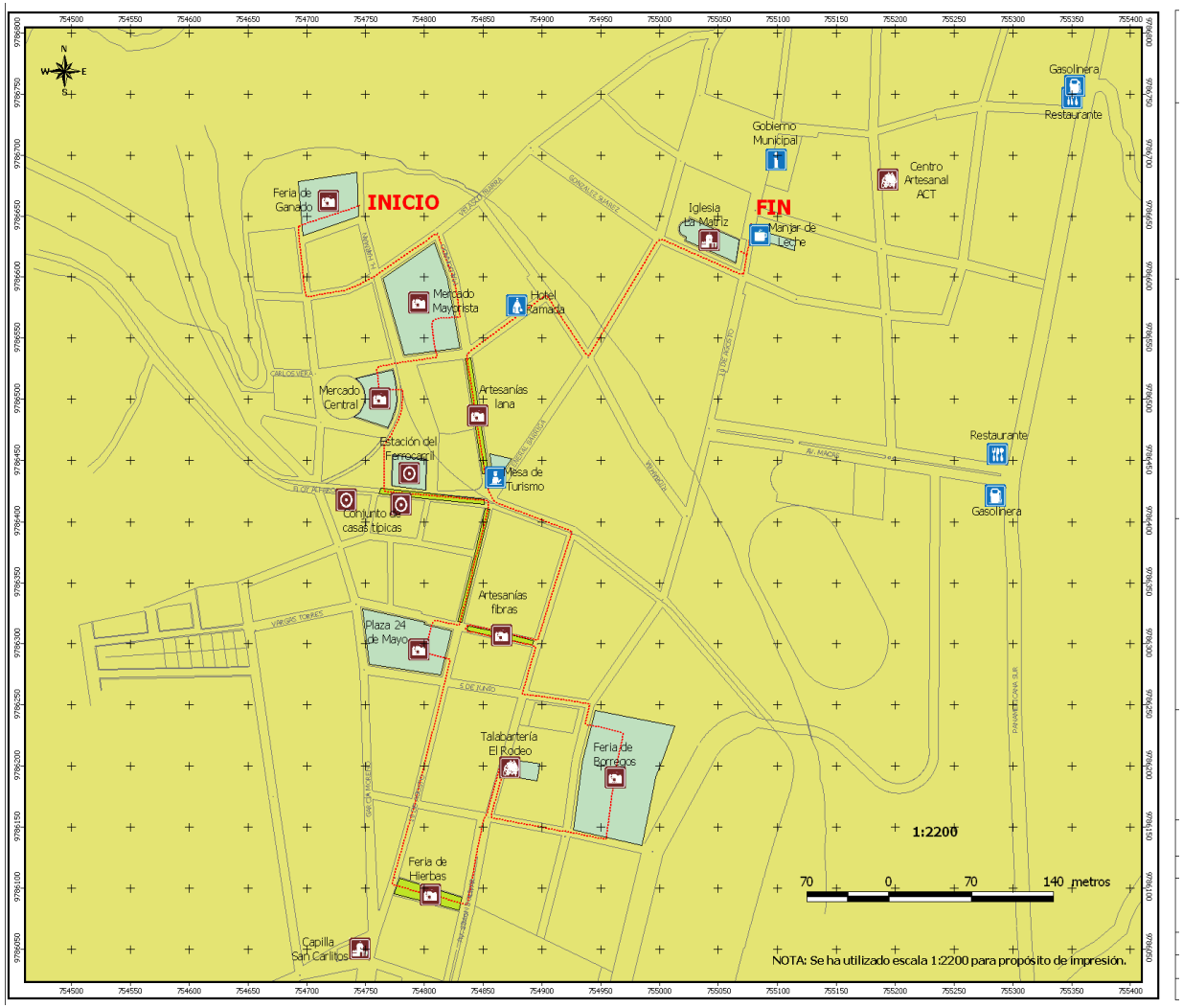
SIGNOS CONVENCIONALES

- Curvas de nivel 200 m
- Vías
- Ríos
- Cabeceras parroquiales

UBICACIÓN EN EL MAPA DEL ECUADOR



Anexo 29.- Mapa Temático: Caminando Junto a la Cultura Indígena



Turismo Comunitario CEBADAS GUAMOTE

RUTA TURÍSTICA FERIA INDÍGENA

NOTA: Se ha considerado los atractivos turísticosde categoría Sitio Natural y Manifestación Cultural, de acuerdo al propósito del estudio

LEYENDA TEMÁTICA

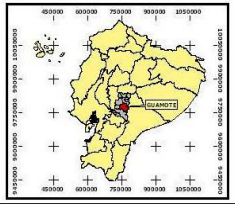
- Ruta Feria Indígena
- Arquitectura Religiosa
- Arquitectura Civil
- Centro Artesanal
- Feria Indígena
- Gastronomía Tìpica

SIGNOS CONVENCIONALES

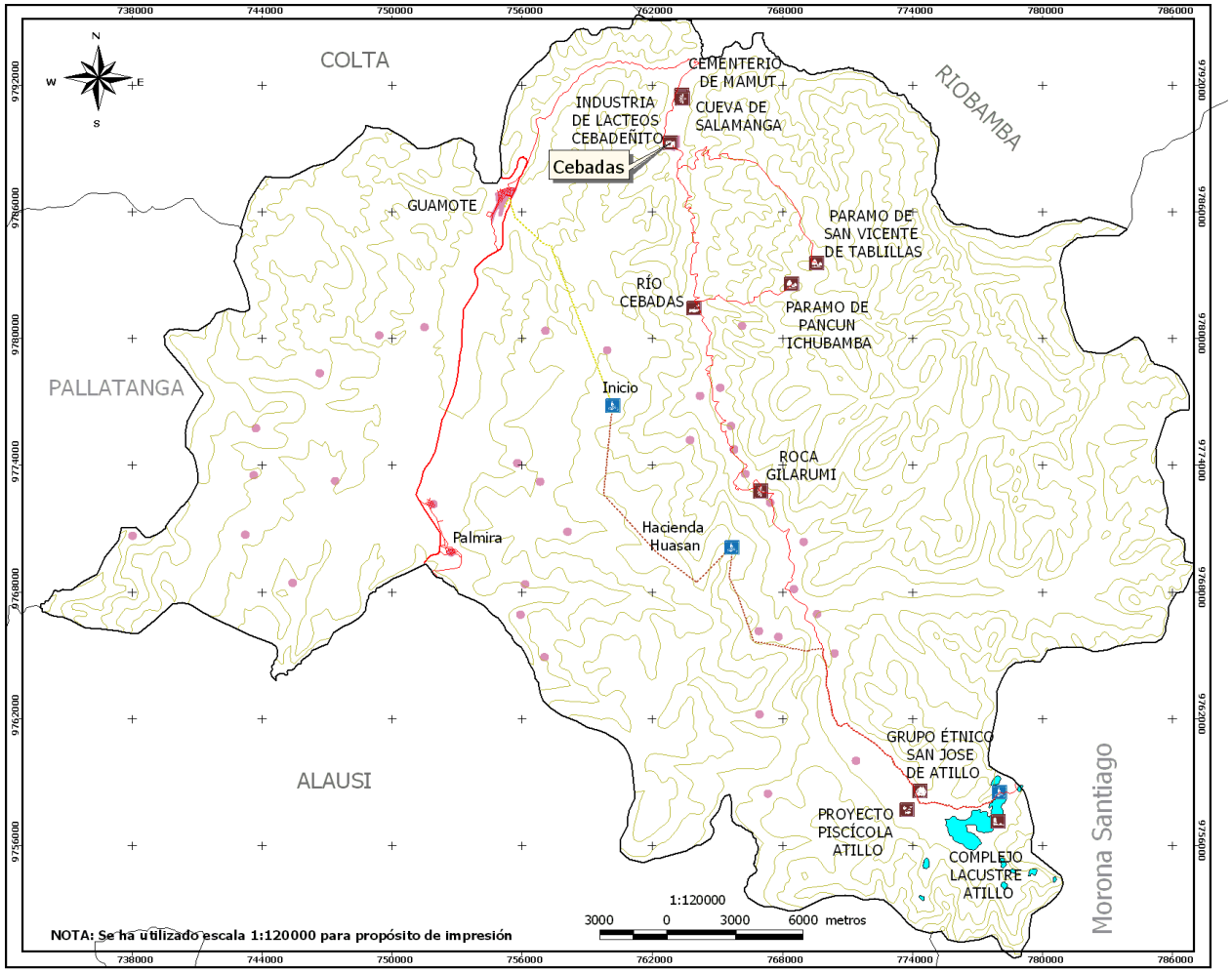
- Plano de Guamote
- Hotel
- Restaurante
- Gasolinera
- Información
- Información turística
- Sitios de interés Feria Indígena
- Sitios de interés Feria Indígena

NOTA: Se ha utilizado los pictogramas del Manual Corporativo de Señalización Turística, proporcionado por el Ministerio de Turismo.

UBICACIÓN EN EL MAPA DEL ECUADOR



Anexo 30.- Mapa Temático: Ciclismo de Montaña Guasán - Atillo



Turismo Comunitario CEBADAS GUAMOTE

RUTA: CICLISMO DE MONTAÑA

LEYENDA TEMÁTICA

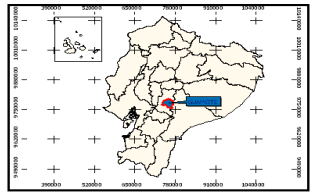
- Ciclismo de Montaña
- Tramo # 1: en vehículo
- Tramo # 2: en bicicleta
- Cueva
- Explotación Agropecua
- Explotación Piscícola
- Falla Escarpada
- Grupo Étnico
- Lagunas
- Páramo
- Rapido

NOTA: Se ha utilizado los pictogramas del Manual Corporativo de Señalización Turística, proporcionado por el Ministerio de Turismo.

SIGNOS CONVENCIONALES

- Vías
- Lagunas
- Cabeceras parroquiales

UBICACIÓN EN EL MAPA DEL ECUADOR



	INDICE	PAGINA
	Portada	i
	Certificación del Director de tesis	ii
	Autoría	iii
	Agradecimiento	IV
	Dedicatoria	V
a)	Título	1
b)	Resumen	2
	Abstract	6
c)	Introducción	9
d)	Revisión de Literatura	12
e)	Materiales y Métodos	55
f)	Resultados	60
g)	Discusión	75
h)	Conclusiones	176
i)	Recomendaciones	178
j)	Bibliografía	179
k)	Anexos	181
	INDICE	204