



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

**“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA
IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICROPRESA
PRODUCTORA DE TARJETAS POSTALES Y SU
COMERCIALIZACIÓN A LOS TURISTAS
NACIONALES E INTERNACIONALES QUE VISITAN
EL CANTÓN SARAGURO”.**

**TESIS PREVIA A LA
OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
INGENIERO COMERCIAL.**

AUTOR:

PABLO GONZALO MORA JARAMILLO

DIRECTORA DE TESIS:

ING. ENMA JARAMILLO

LOJA – ECUADOR

2013

CERTIFICACIÓN

Ing.

Enma Jaramillo

DOCENTE DE LA CARRERA DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS

CERTIFICA

Haber asesorado, revisado y orientado el desarrollo de la investigación titulada, **“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICROPRESA PRODUCTORA DE TARJETAS POSTALES Y SU COMERCIALIZACIÓN A LOS TURISTAS NACIONALES E INTERNACIONALES QUE VISITAN EL CANTÓN SARAGURO”**. De la autoría del Sr. Pablo Mora Jaramillo.

Por reunir las condiciones de Fondo y Forma, autorizo proseguir con los trámites legales pertinentes para su presentación y defensa.

Loja, Enero de 2013

Ing. Enma Jaramillo

DIRECTORA DE TESIS

AUTORÍA

Las ideas, opiniones y recomendaciones expuestas en el presente trabajo investigativo, son de exclusiva responsabilidad del autor.

Pablo Gonzalo Mora Jaramillo

AGRADECIMIENTO

Quiero dejar constancia del más profundo agradecimiento sincero a la Ing. Enma Jaramillo quien con su experiencia y vastos conocimientos, supo orientarme correctamente como Directora, para que esta tesis sea realizada de conformidad con la reglamentación interna pertinente y de esta manera lograr el objetivo académico.

A la Universidad Nacional de Loja, a la Carrera de Administración de Empresas Modalidad a Distancia y a los Señores Profesores, quienes con sus ilustrados conocimientos y ética profesional supieron guiarme por el camino del trabajo, la verdad y la justicia y de esta manera poder demostrar todos los conocimientos adquiridos en el momento idóneo y oportuno.

El Autor

DEDICATORIA

A Dios, por iluminarme siempre.

A mis padres, esposa, mi hijo y familiares por el apoyo incondicional brindado y por compartir mis sueños de superación.

Pablo Gonzalo

a. TÍTULO:

“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICROPRESA PRODUCTORA DE TARJETAS POSTALES Y SU COMERCIALIZACIÓN A LOS TURISTAS NACIONALES E INTERNACIONALES QUE VISITAN EL CANTÓN SARAGURO”.

b. RESUMEN:

“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICROEMPRESA PRODUCTORA DE TARJETAS POSTALES Y SU COMERCIALIZACIÓN A LOS TURISTAS NACIONALES E INTERNACIONALES QUE VISITAN EL CANTÓN SARAGURO”

Es un trabajo investigativo cuyo objetivo general es, elaborar un estudio para determinar la factibilidad de implementar una microempresa productora de tarjetas postales de los lugares turísticos del cantón Saraguro y su comercialización a los turistas nacionales e internacionales impulsando el desarrollo regional.

Los métodos usados fueron:

1. Método deductivo, que marcó el inicio del proyecto y se concluyó con una nueva idea o solución. En el estudio de mercado este método fue empleado para determinar la demanda real del producto (postales), en el estudio técnico para conocer el flujograma del proceso productivo, en el estudio financiero para conocer la inversión y fuente de financiamiento, en la evaluación económica para conocer la factibilidad del proyecto y en el estudio organizativo el personal que laborará en la empresa.
2. El método científico con el cual se establece el marco teórico, descriptivo, explicativo, deductivo, Método aplicado en el análisis del turismo del Cantón Saraguro, también se utilizó para conceptualizar las definiciones de todo el proyecto. Y el sistema organizativo para detallar las funciones del personal que laborará en la empresa.

3. Método estadístico, en la cual se maneja estadísticas de visita o afluencia de turísticas que visitan Saraguro, tomando en cuenta los registros de alojamiento en los establecimientos prestadores de servicios turísticos

Las técnicas aplicadas fueron:

1. La observación directa de los atractivos culturales y paisajísticos del cantón.
2. Encuestas a los posibles demandantes de tarjetas postales.

Estos permitieron obtener una mayor cantidad de datos cuantitativos de los fenómenos existentes para su posterior sistematización y análisis.

Debido a lo extenso de la población, se elaboro una muestra, se utilizo la técnica del muestreo cuya base será la población que visita, (Saraguro) (2562 visitantes) y un margen de error del 5%.

Las encuestas fueron aplicadas a los 346 (100%) turistas que visitan el Cantón Saraguro.

Por tanto el tamaño de la muestra fue de 346.

Continuando con el proyecto se realizo un estudio técnico que estuvo fundamentado con el acopio de información de campo y que fue examinado por medio de modelos matemáticos. Esto nos permitió determinar el tamaño y la ubicación de la empresa, su capacidad y su proceso productivo así como los suministros requeridos.

Para cuantificar el monto de las inversiones y costos de operación pertinentes, se empleo un proceso contable basado en los presupuestos realizados previamente con la información obtenida de las actividades anteriores.

Para la implementación de la empresa se requiere de una inversión total de 11650.56 dólares, de este total el 74.25% que equivale a 8650.56 dólares el mismo que será aportaciones de los socios y que pertenecen a las fuentes internas; y el 25.75 % que representa a 3000 dólares serán financiados por el Banco Nacional de Fomento para un plazo de 2 años con una tasa de interés anual del 12. %.

Según la evaluación financiera se evidencia la factibilidad del proyecto por los siguientes indicadores:

- ✓ Valor Actual Neto (VAN) = 72241.36
- ✓ Tasa Interna de Retorno (TIR) = 88.63 %.
- ✓ Relación Beneficio Costo (RBC) = 1.37
- ✓ Periodo de Recuperación de Capital (PRC) = 1 años 7 meses y 6 días
- ✓ Análisis de Sensibilidad. 0.9892517
- ✓ Incremento en los costos del 12.82 %.
- ✓ Disminución de los ingresos del 9.87 %

En lo que se refiere a lo administrativo para la ejecución del proyecto se requiere del siguiente personal: un Gerente, un Asesor Jurídico temporal, una Secretaria-Contadora, un vendedor y un Tec. Diseñador Gráfico (Producción).

La implementación de esta pequeña empresa contribuirá al desarrollo socio-económico de Saraguro. Además generará fuentes de empleo.

SUMMARY

"PROJECT FEASIBILITY FOR THE IMPLEMENTATION OF A PRODUCER MICROENTERPRISE POSTCARDS AND SALES TO DOMESTIC AND INTERNATIONAL TOURISTS VISITING THE CANTON SARAGURO"

It is a research project whose overall objective is to develop a study to determine the feasibility of implementing a small business producing postcards of the sights of Canton Saraguro and sales to domestic and international tourists boosting regional development.

The methods used were:

1. Deductive method, which marked the beginning of the project and concluded with a new idea or solution. In the market study this method was used to determine actual product demand (orders), in the technical study to determine the flow chart of the production process in the financial study to determine the source of financing investment in the economic evaluation know the feasibility of the project and the organizational study the personnel working in the company.
2. The scientific method which establishes the theoretical, descriptive, explanatory, deductive method applied in the analysis of tourism Saraguro Canton, was also used to conceptualize the entire project definitions. And the organizational system to detail the functions of the personnel working in the company.
3. Statistical method, which is handled in statistics or influx of tourist visit visiting Saraguro, taking into account the records of accommodation establishments in the tourism service providers

The techniques used were:

1. Direct observation of cultural and scenic attractions of the county.
2. Surveys of potential plaintiffs postcards.

These allow for a greater amount of quantitative data from existing phenomena for further systematization and analysis.

Due to the extent of the population, produced a sample whose results can be applied to the whole universe, we used the technique of sampling the population whose base will be visiting, (Saraguro) (2562 visitors) and a margin of error of 5 %.

The surveys were applied to 346 (100%) tourists visiting the Canton Saraguro.

Thus the sample size was 346.

Continuing the project is a technical study that was founded with the collection of field data and q was examined using mathematical models. This allowed us to determine the size and location of the company, its capacity and production process as well as the supplies required.

To quantify the amount of investment and operating costs relevant, we used a process-based accounting estimates made previously with the information obtained from previous activities.

For the implementation of the company requires a total investment of 11650.56 dollars, of this total, 74.25% equivalent to 8650.56 dollars which will be contributed by a member and belong to internal sources, and representing 25.75% \$ 3,000 will be funded by the National Development Bank for a term of two years with an annual interest rate of 12. %.

According to the financial evaluation of project feasibility evidence for the following indicators:

- ✓ Net Present Value (NPV) = 72241.36
- ✓ Internal Rate of Return (IRR) = 88.63%.
- ✓ Cost Benefit Ratio (CBR) = 1.37
- ✓ Capital Recovery Period (PRC) = 1 year 7 months 6 days
- ✓ Sensitivity Analysis. 0.9892517
- ✓ Increased costs of 12.82%.
- ✓ Decreased revenues 9.87%

In regard to the administrative implementation of the project requires the following staff: a manager, a temporary Counsel, a Secretary-Accountant, a seller and a Tec Graphic Designer (Production).

The implementation of this small company will contribute to the socio-economic Saraguro. Also generate employment opportunities.

c. INTRODUCCIÓN

El presente proyecto se realizó con la finalidad de dar a conocer los atractivos del Cantón Saraguro, mediante tarjetas postales, que no solo muestren la imagen del Cantón sino también informen.

La investigación se presenta y contiene cinco fases o estudios (exposición y discusión de resultados, estudio de mercado, estudio técnico, estudio económico-financiero, y organizativo) que conforman la estructura básica de evaluación de proyectos de inversión.

En la primera parte se analiza el Cantón Saraguro que destaca aspectos básicos del lugar, aspectos generales y después en el sentido estricto del turismo, aquí se destacan los atractivos de la zona y se describe cada uno de ellos. Por último se muestra la infraestructura con que cuenta el lugar para acoger al turista.

El Estudio de Mercado, comprende lo que constituye el punto de partida de la presentación del documento del proyecto: contiene información tanto de fuentes primarias (encuestas a los compradores del producto), como de fuentes secundarias (ITUR, Municipio de Saraguro), la cual, mediante su procesamiento determina el punto fundamental del estudio.

El Estudio Técnico, está integrado por los factores que determinan el tamaño y la localización de la planta. Se analizan aspectos como: la disponibilidad de la materia prima, el tamaño del mercado y la producción calculada, que orientan hacia la decisión referente al tamaño del proyecto. Así mismo, se analiza y concluye sobre la futura ubicación de la unidad productora.

La ingeniería del proyecto muestra aspectos referentes al proceso de producción, la maquinaria y el equipo necesarios para la fabricación del producto, la distribución de la planta y la organización de la empresa.

En el Estudio financiero y la evaluación económica, se presentan los presupuestos de los costos y gastos en que se incurrirá para lograr el funcionamiento normal de las operaciones.

Se determina la factibilidad y la rentabilidad del proyecto, vía tasa interna de rendimiento y tasa de rendimiento sobre capital social. También presenta un análisis de sensibilidad y del punto de equilibrio del proyecto.

Finalmente en el Estudio Organizativo, se podrá mostrar el establecimiento de la administración de la empresa. En este punto, se indican varios organigramas que muestran cual es la ubicación, el nivel jerárquico y la descripción de puestos y funciones.

Del análisis de los aspectos citados anteriormente dependerá la decisión de si el proyecto se lleva a la fase de ejecución.

Una vez realizado y analizado minuciosamente el proceso investigativo desarrollado en los Cantones Saraguro y Loja se muestra que en estas ciudades no existe ninguna empresa dedicada a producir y comercializar las tarjetas postales de los lugares turísticos del cantón Saraguro, ya que este producto tiene suficiente demanda en la actualidad y sobre todo se evidencia claramente la factibilidad del proyecto por parte de todos los coeficientes o indicadores económicos; razón por la cual se pretende introducir el producto (postales) al mercado cumpliendo con las normas de calidad correspondientes, cuya finalidad es la de destacar los beneficios que puede otorgar la naturaleza para la sociedad.

Problemática

Siendo conocedores y consientes de la gran variedad de materias primas existentes en el Ecuador, el país tiene posibilidades de desarrollar diversas industrias y que en los últimos tiempos una de la rama de la actividad económica del país con gran capacidad de explotación es el turismo.

Ecuador tiene los más bellos lugares del mundo y la más amplia gama de climas y productos en su regiones naturales en forma tal , que constituyen un atractivo turístico a nivel mundial .La provincia de Loja es un ejemplo maravilloso por sus riquezas naturales, culturales, atractivos turísticos que la hacen diferente de los otros lugares.

En la década de los años noventa, Loja vio florecer lo que muchos denominan la industria sin chimeneas, el turismo el cual se fortaleció con la firma de la paz entre Ecuador y Perú en 1998

No obstante este despegue, a criterio de varios entendidos y analistas, no ha logrado madurar, manteniéndose incipiente, considerando que el factor turístico atraviesa una etapa de posicionamiento y que lamentablemente se hace por fortificarlo, como tampoco se emprende en una verdadera campaña de difusión de este recurso.

Otros factores que han obstaculizado el desarrollo de la actividad turística son:

1. Insuficiencia hotelera.
2. Falta de adecuada política nacional y privada de promoción turística.
3. Necesidad de mejoramiento de los medios de comunicación.
4. La adecuación de numerosos lugares que podrían ser explotados con fines turísticos.
5. Insuficiencia de personal profesional preparado para esta actividad.
6. Propaganda nacional e internacional para estos fines.
7. Falta de capitales para invertir en esta clase de industrias.

Es por todas estas razones que este trabajo consideramos pertinente el estudio del siguiente problema.

Al norte, en la trayectoria hacia la capital azuaya a distancia de 64km.de la ciudad de Loja se encuentra el cantón Saraguro, también conocido como la tierra del maíz, representa la principal comunidad indígena de la provincia un sector habitado por personas pertenecientes a una raza orgullosa que se niegue a mezclarse con otra, que mantiene sus tradiciones y costumbres desde la época del incario.

Esa defensa de las costumbres se aprecia en su vestimenta tradicional y que junto a diversos atractivos turísticos de la zona (el baño del inca, el bosque de Huashapamba el cerro de arcos, el Puglla, turismo comunitario) hacen de una visita a Saraguro una aventura etnoturística, aunque no han sido promocionados adecuadamente. No existe información de los atractivos, faltan senderos y señalización que dirijan a los lugares, inclusive algunos parajes son desconocidos por los mismos habitantes del lugar por lo que su promoción y difusión es casi nula.

La falta de publicidad nacional e internacional de los lugares turísticos del cantón Saraguro de la provincia de Loja no permite que se desarrolle la industria del turismo en este sector.

El sector micro empresarial hoy en día ha sido influenciado por una serie de situaciones ya que bien sea la producción y comercialización y se lo realiza en un mercado muy estrecho, Considerando que esto se debe a la carencia de estudios de factibilidad sobre producción de un bien o servicio basados especialmente en poder potenciar y fortalecer a un sitio como destino turístico.

Por tal razón se ha considerado plantear un proyecto de factibilidad para la implementación de una microempresa productora y comercialización de

tarjetas postales de los lugares turísticos del Cantón Saraguro, considerando que este lugar se caracteriza por poseer un entorno natural hermoso y atractivo, con la finalidad de ofrecer a los visitantes un producto de calidad, el mismo que podrá ser motivo de grandes recuerdos para los turistas.

OBJETIVOS ESPECIFICOS

- Determinar la oferta y la demanda de nuestro producto mediante un estudio de mercado.
- Efectuar un estudio técnico para establecer el tamaño, la localización y el proceso productivo de la microempresa.
- Estructurar el sistema organizativo de la empresa y los aspectos legales
- Definir las inversiones y el financiamiento necesario para la microempresa por medio de los índices económicos.
- Efectuar la Evaluación Financiera.

d. REVISIÓN LITERARIA

MARCO REFERENCIAL

La **tarjeta postal ilustrada**, llamada simplemente "**postal**", "**tarjeta postal**", o tarjeta de correo, es una pieza rectangular de cartulina, o cartón fino, preparada para escribir y enviar por el correo tradicional, sin necesidad de usar un sobre.

Historia y características

Antigua tarjeta postal de Funchal, Madeira, Portugal. Fue enviada en el año 1914. Impresa en fototipia, con tinta azul. Autor de la fotografía original: M. O. Perestrello.

Tarjeta postal de Guayaquil (Ecuador), impresa en fototipia, antes del año 1906. La locomotora de vapor era la número 2 de la "Aduana de Guayaquil".

Las primeras postales fueron editadas por las administraciones de Correos. Eran postales oficiales, que tenían impreso el franqueo en una de sus caras. La otra cara estaba completamente en blanco, para que se pudiese escribir un mensaje.

La primera postal oficial española fue emitida en diciembre de 1873. Pero no era una postal ilustrada (salvo el sello impreso y una orla). Las ediciones oficiales, de todos los países, también se llaman "entero postales". Estas postales eran monótonas y aburridas.

Con la mejora de los métodos de impresión, en la última década del siglo XIX, triunfaron las verdaderas tarjetas postales ilustradas, impresas y editadas por la industria privada.

A finales del siglo XIX, la Unión Postal Universal reguló el formato de las postales. Se recomendó que sus dimensiones fuesen: 9 x 14 centímetros. Ese es el formato de las postales antiguas, que se mantuvo hasta cerca del Año 1960. Las postales modernas son un poco más grandes, midiendo alrededor de 10,5 x 15 centímetros.

En el anverso, las postales llevan impreso un dibujo o fotografía, a menudo del lugar en donde fueron compradas, por lo que son un artículo habitual de venta en tiendas de recuerdos, quioscos de prensa, y hoteles, en países muy turísticos, como España.

En el año 1901 se puso de moda el intercambio de tarjetas postales.¹ Al éxito contribuyó que el coste de su envío era la mitad que el de una carta normal. Además, muchas de las postales antiguas tenían una gran calidad de impresión. Esas postales hoy en día son objeto de coleccionismo, por su gran valor documental.

Desde el año 1906, el reverso de la postal se suele encontrar dividido en dos mitades: la izquierda para contener el mensaje enviado, y la derecha para pegar el sello y poner la dirección del destinatario.

La principal diferencia con respecto a una carta convencional es que la postal no utiliza sobre; así que su contenido puede ser leído con facilidad, por lo que no se aconseja su uso para envíos cuya privacidad sea importante.

Impresores y editores

Hasta la Primera Guerra Mundial (1914-1918), las mejores imprentas eran las del área germánica (Alemania, Austria y Suiza), que destacaron por la perfecta producción de postales impresas con los procedimientos llamados fototipia y cromolitografía (litografía en varios colores).

Catedral de La Habana (Cuba). Tarjeta postal impresa en fototipia, en el año 1900, por "Hauser y Menet". Editor: "Wilson". Ejemplar escrito en 1901.

En España, desde el año 1890, la imprenta más prestigiosa fue el taller de fototipia "Hauser y Menet", de Madrid. Esta casa fue fundada por dos impresores suizos: los señores Oscar Hauser y Adolfo Menet. Su empresa está considerada la primera que editó postales de vistas y monumentos en España, a partir del año 1892.²

La producción de Hauser y Menet fue inmensa. Por ejemplo, en un anuncio publicado en la revista "España Cartófila",³ en diciembre de 1902, se afirmaba: "Producción mensual: 500.000 tarjetas postales", "Especialidad en tarjetas postales ilustradas en fototipia". En ese año la empresa tenía sus talleres en la calle de la Ballesta, número 30, de Madrid.

Hauser y Menet también fueron editores, además de impresores. En 1897 iniciaron la publicación de una amplia serie general de vistas y monumentos de España. En 1905 se alcanzó el número 2.000 de esa serie. Paralelamente, imprimieron postales para muchos editores locales, y también recibieron algunos encargos desde América (Cuba, Ecuador y Colombia).

Hasta el año 1950, la empresa Hauser y Menet mantuvo el sistema de impresión en fototipia. A continuación adoptó otras técnicas, como el huecograbado, y se especializó en la impresión de revistas de gran tirada, llegando a contar con una plantilla de mil trabajadores en 1978. Pero en esos años ya no producían postales.

A partir de 1958

En el caso de las postales españolas modernas, impresas desde finales de los años cincuenta, es posible dotarlas gracias a la normativa del Depósito Legal. Hasta el año 1957, en los reversos era normal sólo encontrar el nombre de la imprenta, o del editor, y el lugar de la toma, pero no el año de

la edición. Es a partir de 1958, cuando por el Reglamento del Servicio del Depósito Legal aprobado por Decreto de 23 de diciembre de 1957 (BOE n. 17, de 20.1.1958) se reguló que, a partir de esa fecha, todas las postales deberían llevar en su parte posterior, tras el número del Depósito legal, el año de edición; o en su defecto, un número romano, tomando como año cero, precisamente, 1957. Es decir, si la postal lleva un "I", la imagen fue impresa en 1958; una "V" sería 1962, "IX" 1966, y así sucesivamente.

ANÁLISIS DEL TURISMO DEL CANTÓN SARAGURO

Indudablemente el fenómeno turístico, contribuye de una manera determinante en la economía de un país y se le han asignado cometidos para contribuir al desarrollo.

El análisis de lo que ofrece un lugar para el desarrollo de la actividad turística, debe partir de considerar cuales son los atractivos (naturales y culturales) infraestructura o construcciones subterráneas, transportación y equipo de transporte y superestructuras u obras de superficie como hoteles, restaurantes, lugares de recreo, etc., que posee el lugar.

Dentro de esta introducción los atractivos y facilidades para el desarrollo de la actividad que ofrece el Cantón Saraguro, a todo aquel que lo visita, los podemos desglosar de la siguiente manera:

ATRATIVOS TURÍSTICOS

ATRATIVOS TURÍSTICOS DEL CANTÓN.

PARROQUIA	ATRATIVO	CATEGORIA	TIPO	SUB TIPO
Saraguro	Baño del Inka	Sitio Natural Ríos	Ambiente lacustre	Cochas
Manú	Cerro de Arcos	Sitio Natural	Montaña	Colina
Urdaneta	León Dormido	Sitio Natural	Montaña	Colina
Saraguro	Bosque Natural Washapamba	Sitio Natural	Bosque	Nublado Oriental
Saraguro	Taita Puglla	Sitio Natural	Montaña	Colina
Urdaneta	Wilka Marka	Manifestación Cultural	Histórica	Arquitectura militar
Saraguro	Inka Pirka	Manifestación cultural	Histórica	Zona histórica, conjuntos parciales
Urdaneta (Vía Saraguro-Yacuambi)	Laguna de Condorshillu	Sitio Natural	Ambiente lacustre	Lagunas
Manú-Celén	Laguna de Chinchilla	Sitio Natural	Ambiente Lacustre	Laguna
Saraguro	Comunidades Indígenas	Manifestaciones culturales	Etnográfica	Grupo étnico

Saraguro es un Cantón que posee gran variedad de atractivos, para nuestro estudio los hemos dividido en atractivos: naturales y culturales.

ATRATIVOS NATURALES

Es importante también considerar que, Saraguro por poseer gran variedad de climas y microclimas, dispone de una amplia gama de atractivos turísticos, los mismos que se encuentran enumerados a continuación.

BAÑO DEL INKA

- **Ubicación**

“Sitio que relumbra dentro de la historia de nuestros antepasados y se encuentra ubicado al extremo norte de la cabecera cantonal, a 2 Km. de distancia de la ciudad de Saraguro, en el trayecto hacia la ciudad de Cuenca, a 300 m. de la vía panamericana, con una altura de 2570 m.s.n.m.. y una temperatura que oscila entre 6 y 18 ° C”.¹

- **Características**

Es un paraje de enigmáticas y sorprendentes formas, una fuente de agua cristalina, es la puerta de entrada a un mundo maravilloso y distinto, parece que aquí se han reunido todos los encantos naturales, pues en sus escabrosas rocas, existen cuevas o cavernas así también una cascada natural de agua muy límpida y plateada que alimenta permanentemente la fuente ya descrita y a los costados de todo este paraje surge una fértil vegetación que sirvió de cortina para proteger del frío y del sol al poderoso Inca Atahualpa que según la historia dicen que Este se bañaba en el lugar es esta la razón por lo que se le ha asignado ese nombre. Hoy en día se

¹ TRIPTICO DE LA INFORMACION TURISTICA DEL MUNICIPIO DE SARAGURO.

realizan los rituales más importantes del Inti Raymi y Kapak Raymi (21 de junio y 21 de diciembre respectivamente) por considerarlo un aposento sagrado, de purificación del Inca.

- **Vía de Acceso**

El visitante que quiera conocer este lugar lo puede hacer en vehículo por la vía panamericana hasta la entrada a la comunidad de Ñamarin. Seguidamente se toma el sendero a mano derecha, el mismo nos conduce por un pequeño bosque de eucaliptos, en su trayecto encontramos un sendero rocoso, finalmente nos encontramos con una verde vegetación que cubre en parte esta belleza natural.

El tiempo que se demora en ascender hasta dicho lugar (tiempo de caminata) desde la vía panamericana es de aproximadamente 20 minutos.

- **Recomendaciones para el turista.**

- ✓ Quienes deseen visitar este lugar deben hacerlo en época de verano (en los meses de mayo a septiembre), de preferencia en días soleados.
- ✓ Es recomendable ir con ropa ligera, zapatos bajos y adecuados para la caminata.
- ✓ Se debe llevar provisiones para el camino como son: agua embotellada o gaseosa y algún alimento dependiendo del tiempo de duración de su visita.
- ✓ Es importante acotar que el sendero a dicho atractivo es muy angosto y en cierto momento arriesgado, por ello que se recomienda al visitante tener precaución.

- **Problemas existentes.**

- ✓ Uno de los principales problemas que se observa, es el poco caudal de agua que en la actualidad desciende de la chorrera por situaciones de que la misma es utilizada para riego de potreros y además por los largos estiajes que se dan con frecuencia en la zona.
- ✓ Otro problema de fundamental importancia es la falta de señalización, promoción y conservación de este lugar por el poco interés de las autoridades competentes así como la de los inversionistas.

CERRO DE ARCOS

- **Ubicación**

Pirámides naturales de piedra, que tienen forma de arcos y animales prehistóricos. “Se encuentra ubicado al occidente del Cantón Saraguro en la parroquia de Manú, a 70 Km. de distancia de la cabecera cantonal, con una altura de 3772 m.s.n.m. aproximadamente”². Su temperatura es de 4 -15 ° C.

- **Características**

Su paisaje es impresionante, su tipo de rocosidad y la planicie existente tienen características especiales que lo hacen totalmente diferente a otros sitios de atracción turística. Por sus hermosas formaciones naturales de piedra, ruinas en formas de arcos, adquiere su incondicional nombre y son su principal atractivo.

² ORDOÑEZ, Marco y Ronald. Propuesta de Desarrollo Eco turístico del Cantón Saraguro. Periodo 2000-2005 (p. 86)

Aquí también encontramos una cueva natural de aproximadamente 3m de altura con una profundidad de 6m, la entrada a la cueva esta parcialmente cubierta con matorrales de vegetación natural o endémica.

El cerro de arcos debió constituirse en un atractivo muy especial para los indígenas y antepasados, por su estructura misma, su capacidad rocosa; su topografía, por la esponjosidad de su suelo y por supuesto por su entorno natural, que puede convertirse en un centro turístico de excelentes magnitudes digno de ser visitado por propios y extraños.

- **Vía de Acceso**

Para quienes deseen llegar a este lugar lo pueden hacer en carro desde la cabecera cantonal hasta la parroquia de Manú, (barrio Bella vista) continuando a mano izquierda por el carretero, luego seguir a mano derecha, hasta el final de la vía carrozable, hasta este punto puede llegar todo tipo de vehículo. Además existe un trayecto de aproximadamente 1 Km. al cual también se arriba en vehículo, cabe aclarar que este espacio es bastante espinado y corresponde a un pajonal.

En adelante tenemos que continuar a pie por unas pendientes hasta llegar al sitio rocoso. El tiempo de duración de esta caminata dependerá del lugar donde se inicie la misma, así de iniciar desde el final de la vía carrozable existe aproximadamente una hora con quince minutos.

- **Recomendaciones para el turista**

- ✓ Se recomienda llevar ropa impermeable para protegerse de las posibles lluvias debido a que el clima es muy cambiante.
- ✓ De preferencia visitar el lugar en días soleados (entre los meses de mayo a septiembre).

- ✓ Llevar alimentos y bebidas necesarias debido a que no existen lugares donde se puede adquirir.
- ✓ Si desea acampar se recomienda llevar carpas y el equipaje adecuado.
- ✓ Por la altura también es aconsejable llevar dulces u otros alimentos que contengan azúcar.
- ✓ Así mismo se recomienda llevar ropa abrigada, pudiendo hacer uso de botas y guantes.

- **Problemas existentes**

- ✓ El mal estado de la vía que conduce desde la cabecera cantonal de Saraguro hacia la parroquia de Manú.
- ✓ En toda la parroquia de Manú no existe ningún lugar en el cual los turistas puedan hospedarse y alimentarse para que la visita no sea temporal.
- ✓ Por otro lado, debemos anotar también la falta de: señalización, senderos, guías que brinden mayores facilidades de arribo hacia el atractivo.
- ✓ Existe una carencia de promoción y difusión del lugar así como un descuido por parte de las autoridades competentes.

ATRATIVOS CULTURALES.

COMUNIDADES INKAIKAS.

A través de las montañas vamos encontrando la vida rural y un curioso pueblo: Saraguro, pequeño pueblo colonial con población mayoritariamente indígena, los quichuas de la sierra. Descendientes de los incas, este grupo era nómada hasta asentarse en estas tierras. La cabecera cantonal (Saraguro) se levanta entre varias comunidades indígenas: Lagunas,

Ilincho, Yucucapac, Kiskinchir, Tucalata, Gera, Puente chico, Matara, Gunudel, Gulacpamba, Ñamarin, Tuncarta, Tambopamba, Oñacpac; y cada parroquia esta dividida en el centro urbano con sus comunidades indígenas y/o comunidades campesinas.

Saraguro es un pueblo quechua de tradición milenaria, asentados en jurisdicciones comunitarias, dueños de su propia identidad, la misma que se manifiesta a través de su vestimenta, idioma, religiosidad, gastronomía, arquitectura, etc.

INDUMENTARIA

“En Saraguro, los hombres siguen vistiendo con orgullo el mismo traje que adoptaron durante las colonias, lucen un pantalón corto negro, cinturón de cuero y samarro, sombrero de lana, de ala bien ancha. El poncho es el complemento para resguardarse del frío y la bolsa típica: alforja para albergar sus más ligeras pertenencias.

Las mujeres también conservan su tradicional vestimenta con tonos oscuros para su anaco, pollera y reboso, pero con el complemento siempre presente de pulseras, collares y pendientes o zarcillos, por supuesto sin prescindir de sus sombreros también de lana. Las joyas más valiosas las conservan para ceremonias especiales y las más famosas son los “Topos” broches de plata que adornan sus chales. El cáncer de Sudamérica (la inseguridad), les hacía padecer asaltos en las ciudades para despojarlas de todas sus joyas y eso provocó que para el día a día usen joyas o bisutería mas discreta y de menor valor”.³

Tanto el hombre como la mujer llevan camisa bordada y su cabello trenzado a su espalda. Toda la indumentaria tradicional es de lana de oveja,

³ VARIOS AUTORES; Los Saraguros, Fiesta y Ritualidad. 1994. (p. 14)

generalmente tinturada de negro o azul marino excepto el samarro, el sombrero y las camisas.

FESTEJOS

En la cabecera cantonal de Saraguro se realizan festividades típicas, cuya importancia radica en la absoluta naturalidad con la que se celebran y en su extraordinario colorido y solemnidad. Casi todas giran entorno al tema religioso, siendo las principales: Semana Santa, Navidad, Tres Reyes, Corpus Cristi, Veinticuatro de Mayo y las fiestas de San Pedro. Otra celebración que no tiene nada que ver con lo religioso es el 10 de marzo fecha de independencia de Saraguro.

EL Kapak Raymi, que se celebra el 21 de diciembre en las comunidades de llincho y el Inti Raymi, que se celebra el 21 de junio en la comunidad de Lagunas. Son festividades netamente de carácter cultural que no se mezclan con la ideología católica, sino se basan en la propia cosmovisión del Pueblo Andino. En estas festividades encontramos: ritos, ceremonias (de limpieza, de agradecimiento, de purificación, de invocación, etc.) artesanías, pintura, comida típica y danza.

ARTESANÍAS

“La mayor parte de la producción manufacturera es de carácter artesanal, habiendo permanecido estancada en viejas técnicas y métodos de trabajo casi medieval, bajo este contexto se puede afirmar que es otra de las manifestaciones de un pueblo”.⁴

Hay que considerar que en su mayoría todos los productos artesanales sirven para la satisfacción de las necesidades de la población

⁴ ORDOÑEZ, Marco y Ronald. Propuesta de Desarrollo Eco turístico del Cantón Saraguro. Periodo 2000-2005 (p. 120)

especialmente indígena, debido a que casi la totalidad de la población se dedica a la agricultura y la ganadería.

Entre las principales actividades artesanales podemos señalar: la Textil, Chaquira o Mullos (elaboración de hermosos collares multicolores con mullo y nylon, Platería, Talabartería (confección de artículos con cuero de res tratado o curtido => suela), Elaboración de Sombreros y Cerámicas.

COMIDAS TÍPICAS

En el Cantón Saraguro sus comidas tradicionales son:

- Sopa de Kinua
- Sopa de Chuchuga (choclo semicocinado y secado que luego es molido)
- Caldo y estofado de gallina criolla
- Cuy asado con papas y mote
- Carne de res
- Trigo con papas
- Mote pelado y con cáscara
- Tortilla de Walus (choclo molido, amasado y asado en tiesto de barro)
- Tamales y Humitas
- Colada de maíz, de suero, de machica
- Sopa de zambo.

BEBIDAS TÍPICAS

- Aswa: chicha de jora.
- Aguas aromáticas.
- Wajanku.- se lo saca del sumo de penco.
- Horchata.- agua cocida con plantas medicinales.
- Aguado: licor (punta) con leche, azúcar y canela

MARCO CONCEPTUAL

ESTUDIO DE MERCADO

GENERALIDADES

CONCEPTO

“El estudio de mercado nos permite conocer, que tipo de productos o servicios se va a vender, a quienes, cómo y a qué precios hacerlo y cómo presentarlos para atraer la mayor cantidad de clientes. Es decir, analiza los posibles clientes (demanda), competencia (oferta), precios y comercialización”.⁵

ETAPAS

Las etapas del estudio de mercado son:

- ❖ Recopilación de información ya existente o por lo general de variables como población ingresos, consumo, etc.
- ❖ Elaboración de proyecciones utilizando todos los datos disponibles.
- ❖ Conclusiones finales en base a la información.

COMPORTAMIENTO DEL MERCADO

“Se entiende por mercado el área en que confluyen las fuerzas de la oferta y la demanda para realizar transacciones de bienes y servicios a precios determinados”.⁶

⁵ PAZMIÑO Y REQUENA, Seminario Taller. Como iniciar una microempresa. 2001.

⁶ STANTO, ETEZL Y WALKER, Fundamentos de Marketing.

PRODUCTO.

Se entiende como producto a la combinación o conjunto de características, unidades de forma fácilmente identificables, que incluyan el envase, color, calidad y la marca: con las cuales el comprador acepte como algo que le sirva para satisfacer sus deseos o necesidades. Además el producto es el punto central del estudio de mercado, ubicándose en los bienes que la empresa pretende vender, además de las características que deben tener.

SERVICIO

Es un conjunto de actividades que buscan responder a una o más necesidades de un cliente.

MERCADO

Entendemos por mercado el lugar en que asisten las fuerzas de la oferta y la demanda para realizar la transacción de bienes y servicios a un determinado precio.⁷

DEMANDA

Demanda es la cantidad de bienes o servicios que el mercado requiere o solicita para buscar la satisfacción de una necesidad específica a un precio determinado”.⁸

La demanda está enmarcada en una serie de factores como: el nivel de ingresos de la población, la necesidad que existe del bien o servicio, su precio, productos sustitutos, productos complementarios y otros

⁷ www.monografias.com/mercado/mercado.

⁸ STANTON, ETZEL, Walter. Fundamentos de Marketing.

CLASES DE DEMANDAS

DEMANDA POTENCIAL

La demanda potencial o mercado potencial es el límite de la demanda global en un entorno dado. Su nivel depende de dos tipos de factores explicativos: factores del entorno socioeconómico y factores de marketing.

DEMANDA ACTUAL O REAL

La demanda real es la cantidad de bienes y servicios que se necesita en el mercado para satisfacer las necesidades de los usuarios.

DEMANDA EFECTIVA

En términos generales. La demanda efectiva es la determinante del nivel de renta y del volumen de la oferta global alcanzada”⁹. Significa conocer en términos reales la cantidad del producto que se necesita en el mercado para satisfacer las necesidades.

DEMANDA INSATISFECHA

Está constituida por la cantidad de bienes que hacen falta en el mercado para satisfacer las necesidades del consumidor.

OFERTA

Es una fuerza del mercado que representa la cantidad de bienes o servicios que los individuos, empresas u organizaciones quieren y pueden vender en el mercado a un precio determinado.

⁹ [http// www. Search msn.es](http://www.Search.msn.es).

COMERCIALIZACIÓN DEL PRODUCTO

La comercialización es el proceso mediante el cual la empresa hace llegar al consumidor los bienes o servicios producidos. En este proceso la empresa concentra sus esfuerzos, encaminados a estimular la demanda y a satisfacerla. Es decir, es el proceso comercial por el cual los productos se igualan y ajustan a los mercados.

Para la comercialización de: (las tarjetas postales) se tomara en consideración la mezcla de mercado, así tenemos:

- Producto
- Precio
- Plaza
- Promoción

PRODUCTO

Producto es aquel bien o servicio que satisface una necesidad o deseo humano. El producto está unido a un conjunto de características o atributos tangibles e intangibles.”¹⁰

MARCA

La marca es un elemento que sirve para identificar el producto de la empresa.”¹¹

¹⁰ KOTLER, Philip, Mercadotecnia. Tercera edición. Editorial Frenetice Hall Hispanoamericana.

¹¹ ARELLANO, Rolando. Marketing. Enfoque en América Latina.

TAMAÑO

La dimensión que tendrá el producto que se va a comercializar

ETIQUETA

La etiqueta es la zona donde se inscribe datos sobre el producto. Su función es atraer e informar al cliente, identificar y diferenciar al producto.”¹²

PRESENTACIÓN

Consiste en dar a conocer al público voluntariamente las características que un bien o servicio posee.

PRECIO

El precio de un producto se determina de acuerdo a los costos de producción, la competencia, la capacidad de compra del cliente (ingresos).”¹³

13

PLAZA

Plaza es el lugar donde se venden los bienes o servicios y donde se tiene el trato común con el cliente.”¹⁴

¹² PERREAUT, Mc Cartey. Marketing Teoria y Practica. Undécima edition. Tomo I.

¹³ GARRIDO FERNANDEZ, Marketing. como conseguir una red comercial.

¹⁴ ARELLANO, Rolando. Marketing. Enfoque en América Latina.

PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD

PROMOCIÓN

La promoción es el elemento de una empresa que sirve para informar, persuadir y recordar al mercado sobre la empresa y sus productos. La promoción es un plan de marketing de corta duración destinado a lograr objetivos específicamente delimitados por la empresa.”¹⁵

PUBLICIDAD

Conjunto de métodos y actividades, llevadas a cabo por una persona o empresa para dar a conocer un producto en el mercado y fomentar su demanda.

ESTUDIO TÉCNICO.

El estudio técnico analiza aquellos factores estrictamente vinculados al proceso de producción, comprende todo lo relacionado con el funcionamiento y operatividad del propio proyecto”.¹⁶

TAMAÑO.

El tamaño de un proyecto se define a través de su volumen de producción anual, es decir, está dado por la capacidad de producción que tiene este en un periodo operacional determinado. En este punto se establece la capacidad instalada y la capacidad utilizada.

¹⁵ PERREAUT, Mc Cartey. Marketing. Teoría y práctica.

¹⁶ PAZMIÑO, R; REQUENA, J. SEMINARIO TALLER. Como iniciar una microempresa, 2001

CAPACIDAD INSTALADA

La capacidad instalada está determinada por el volumen de producción que efectivamente puede hacer o producir la empresa. Representa un nivel máximo de producción bajo condiciones previamente establecidas.

CAPACIDAD UTILIZADA.

“La capacidad utilizada se determina por los niveles de producción que alcanza la empresa en función de unidad de tiempo, es decir es aquello que hace o utiliza la empresa”.¹⁷

LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO

Los factores que influyen mas comúnmente en la decisión de la localización de la empresa son: medios y costos de transporte, disponibilidad y costo de mano de obra, cercanía a las fuentes de abastecimiento, cercanía al mercado, disponibilidad de materia prima, vías de acceso para la comercialización, factores ambientales, costo de terreno, servicios básicos, aspectos legales, entre otros.

Para explicar de una mejor manera la localización de nuestra planta es importante realizar una macro y micro localización.

MACROLOCALIZACIÓN

La macro localización es la indicación general del lugar en donde estará ubicada la empresa.

¹⁷ MELNICK, Julio, MANUAL DE PROYECTOS DE DESARROLLO ECONOMICO.

MICROLOCALIZACIÓN

Micro localización es la especificación exacta del lugar donde se ubicará la futura empresa.

DISEÑO DE LA PLANTA

“Un buen diseño de la planta es aquel que proporciona condiciones de trabajo aceptable y permite la operación más económica, a la vez que mantiene las condiciones óptimas de seguridad y bienestar para los trabajadores”.¹⁸

INGENIERÍA DEL PROYECTO

La ingeniería del proyecto determina el proceso de producción óptimo para la utilización eficiente y eficaz de los recursos disponibles para la producción del bien o del servicio que se haga

PROCESO PRODUCTIVO

El proceso de producción es el procedimiento técnico que se utiliza en el proyecto para obtener los bienes y servicios a partir de los insumos y se identifica como la transformación de una serie de insumos para convertirlos en productos mediante una determinada función de producción.

ESTUDIO ADMINISTRATIVO

Es la estructuración administrativa de la nueva entidad para que pueda funcionar y cumplir sus objetivos.

¹⁸ BACA, Gabriel. EVALUACIÓN DE PROYECTOS. Tercera edición. 1997.

ORGANIZACIÓN LEGAL

Esta constituidos por un equipo multidisciplinario de profesionales, ya que toda empresa debe cumplir con ciertos requerimientos que están estipulados por la ley.

RAZÓN SOCIAL

Nombre legal de una sociedad que utiliza para distinguirse de otra, el mismo debe estar de acuerdo al tipo de empresa conformada y conforme lo establece la ley.

OBJETO SOCIAL

Puede definirse como la contribución activa y voluntaria de la empresa al mejoramiento social económico y ambiental con el objetivo de mejorar su situación competitiva y su valor añadido.

CAPITAL SOCIAL

Es el dinero con el cual se constituye a la empresa conformada por aportaciones de los socios, créditos empresariales, capital propio con el que cuenta para llevar a cabo el establecimiento y funcionamiento de la empresa.

DOMICILIO

Toda empresa, industria deberá indicar la dirección en donde se la podrá ubicar en caso de requerimiento los clientes u otras persona natural o jurídica.

NUMERO DE SOCIOS

EL número de personas que estarán conformando la empresa

CAPITAL SOCIAL

Es el monto que tendrá la empresa en dinero o dólares, el mismo que estará conformado por aportaciones de los socios.

ORGANIZACIÓN ADMINISTRATIVA

Se refiere a planear y organizar la estructura de órganos y cargos que componen la empresa y dirigir, controlar sus actividades.

Demás requerimientos legales: Ruc, permiso de funcionamiento, registro sanitario, etc.

NIVELES JERÁRQUICOS

NIVEL LEGISLATIVO

Es el nivel máximo de la empresa, aquí se encuentran la Junta General de Socios.

NIVEL EJECUTIVO

Este nivel está conformado por el Gerente-Administrativo el cual será nombrado por la Junta General de Socios.

NIVEL ASESOR

Está conformado por un asesor jurídico, este puede ser temporal o estar sujeto a las normas y procedimientos de la empresa.

NIVEL AUXILIAR

Se conforman con todos los puestos de trabajo que tienen relación directa con las actividades administrativas de la empresa.

NIVEL OPERATIVO.

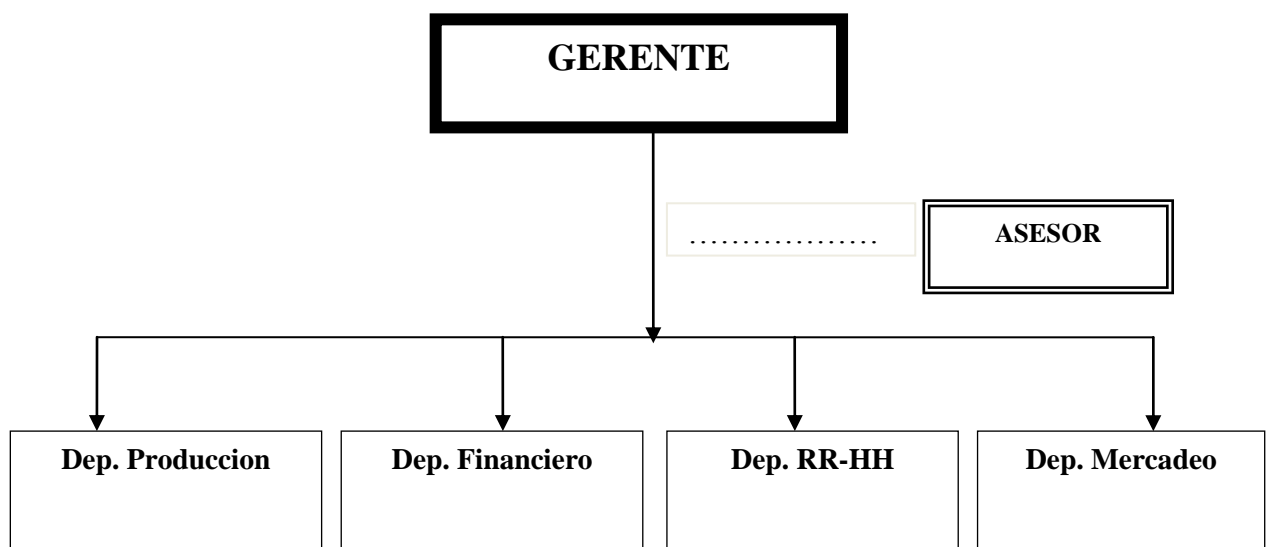
Está conformado por todos los puestos de trabajo que tienen relación directa con la planta de producción y comercialización de la empresa.

ORGANIGRAMAS

Es una gráfica estadística y muestra su constitución interna pero no su funcionamiento.

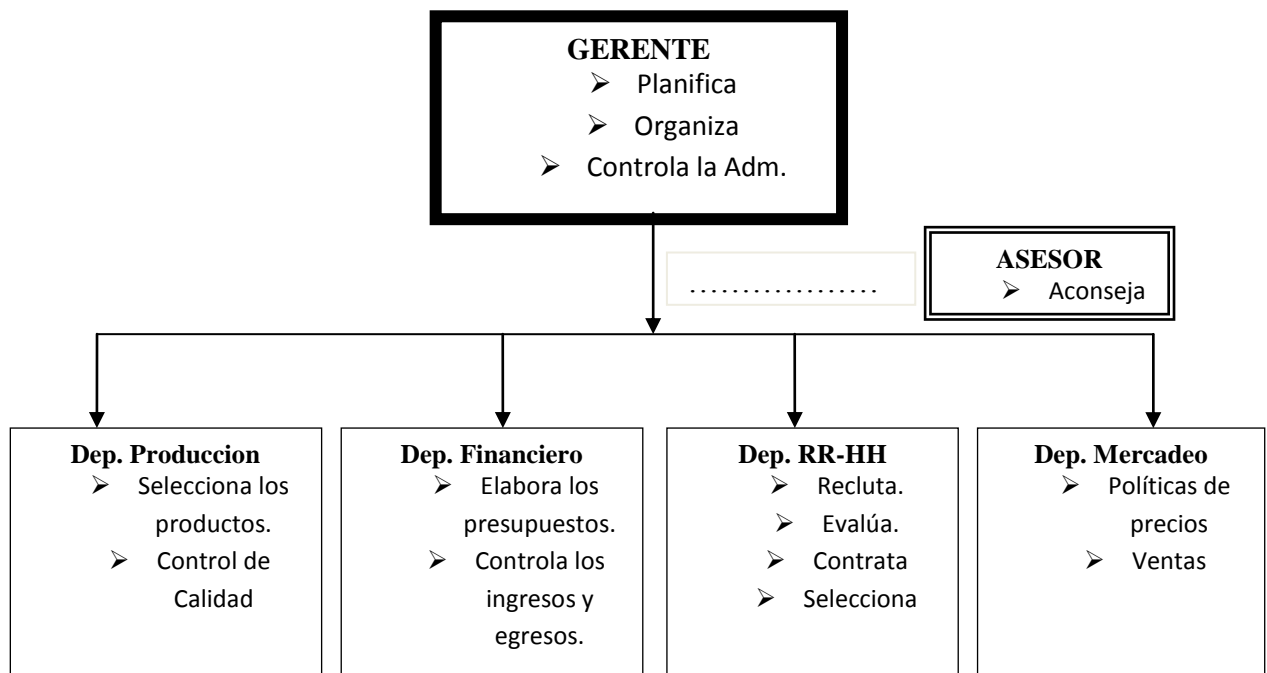
ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL

Tiene por objeto la representación de los órganos que integran el organismo social. Ejemplo



ORGANIGRAMA FUNCIONAL

Indican las funciones principales que tienen cada uno de los integrantes de la empresa. Ejemplo



ORGANIGRAMA POSICIONAL

Señalan en cada órgano los diferentes puestos establecidos así como el número de puestos existentes y requerimientos.

MANUAL DE FUNCIONES

Es una herramienta de trabajo que enfoca con claridad las tareas que debe cumplir cada puesto de trabajo y unidad administrativa.

<p>CÓDIGO: 01</p> <p>TÍTULO DEL PUESTO: Gerente</p> <p>DEPENDENDE: Junta General de Socios</p> <p>NATURALEZA DEL PUESTO:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Planificar, organizar, ejecutar, dirigir y controlar todas las actividades de la empresa.
<p>FUNCIONES:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Ejercer la presentación legal (judicial y extrajudicial) de la empresa. ▪ Diseñar, implementar y mantener procedimientos de compras de materia prima. ▪ Nombrar y controlar el personal, cumpliendo con los requisitos del caso. ▪ Organizar cursos de capacitación. ▪ Presentar a la Junta General de Socios programas de producción, propuestas, pronósticos de ventas y más documentos para su aprobación. ▪ Informar a los socios sobre la marcha de la empresa. ▪ Convocar a reuniones para coordinar actividades de la empresa.
<p>CARACTERÍSTICAS DE CLASE:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Supervisar, controlar y coordinar las actividades del personal bajo su mando, y de la empresa en general. ▪ Actuar con dependencia profesional usando su criterio para la solución de los problemas inherentes al cargo.
<p>REQUISITOS MÍNIMOS:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Educación : Formación Profesional. Título de Ingeniero Comercial. ▪ Experiencia: Dos años en funciones similares.

ESTUDIO FINANCIERO

El estudio financiero ayuda a determinar cual es el monto necesario de los recursos económicos, para la realización de un proyecto, esto significa definir el costo total de la operación de la empresa

INVERSIONES

La realización de un proyecto implica la asignación de recursos para la obtención de determinados bienes y servicios con la expectativa de obtener un rendimiento en el futuro,

ACTIVO FIJO

Comprende las inversiones fijas sujetas a depreciación a excepción del terreno y se genera en la instalación de la empresa (son bienes tangibles).

ACTIVO DIFERIDO

Es un bien intangible, son valores derivados de los costos ocasionales por la formulación e implementación del proyecto antes de sus operaciones.

DEPRECIACIONES

Constituyen el desgaste de un valor económico de un activo fijo que al finalizar su vida útil quedara en cero.

AMORTIZACIÓN

Solo se aplica a los activos diferidos o intangibles. Amortización significa el cargo anual que se hace para recuperar esa inversión.

ACTIVOS CIRCULANTE

Son costos necesarios que la empresa debe cubrir para poder laborar hasta que empiece a obtener ingresos provenientes de sus ventas. Entre ellos tenemos:

COSTO PRIMO

MATERIA DIRECTA

Son los insumos que forman aparte del producto elaborado, para este proyecto la materia prima directa

COSTOS DE FABRICACIÓN

MATERIA PRIMA INDIRECTA

Es la parte auxiliar que se requiere para la realización del producto.

COSTOS DE OPERACIÓN

GASTOS ADMINISTRATIVOS

Se consideran los siguientes aspectos:

- Sueldos administrativos
- Suministros de oficina
- Consumo de telefónico
- Útiles de aseo
- Agua Potable

GASTOS DE VENTAS

Son los valores que se relacionan con la venta del producto.

FINANCIAMIENTO

Consiste en la obtención de recursos económicos para el funcionamiento de la empresa. Se usará las fuentes internas y externas del financiamiento.

FUENTES INTERNAS

Son aportaciones de los socios o accionistas, el cual puede ser en efectivo o en especies

FUENTES EXTERNAS

Son todas las instituciones del sector financiero, público y privado.

COSTO UNITARIO DE PRODUCCIÓN

Tiene como finalidad determinar el costo de producción por cada unidad producida, este valor sirve de base para realizar una comparación con el precio de venta de la competencia y así poder calcular el margen de utilidad posible para el proyecto.

Para determinar el costo unitario de producción se utiliza la siguiente fórmula:

$$\text{CUP} = \frac{\text{CTP}}{\text{N}^{\circ} \text{U}}$$

En donde: CUP = costo unitario de producción

CTP = costo total de producción

Nº U = número de unidades

DETERMINACIÓN DEL PRECIO DE VENTA AL PÚBLICO

Para determinar el precio de venta se utiliza la siguiente fórmula:

$$PVC = CUP + MU$$

En donde:

PVP = Precio de venta al público

CUP = Costo unitario de Producción

MU = Margen de utilidad

INGRESO POR VENTAS

Para determinar el ingreso por ventas se toma en cuenta: el precio de venta de cada año y la cantidad a producir y se aplica la siguiente fórmula:

$$IV = (PVP) (\#U)$$

En donde:

IV = Ingreso por ventas

PVP = Precio de venta al público

#U = Número de unidades a producir

ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS

“Es un documento contable que presenta los resultados obtenidos en un período económico, sean estos pérdidas o ganancias, para lo cual se comparan los rubros de ingresos y egresos incurridos en el período”.¹⁹

Es uno de los Estados Financieros básicos que tiene por objeto mostrar un resumen de los ingresos y gastos durante un ejercicio clasificándolos de acuerdo con las principales operaciones de la empresa mostrando por Consiguiente las utilidades o pérdidas obtenidas en las operaciones realizadas.

¹⁹ BACA. Gabriel. Elaboración y Evaluación de Proyectos de Investigación, Editorial Mc Graw Hill, México. 1997.

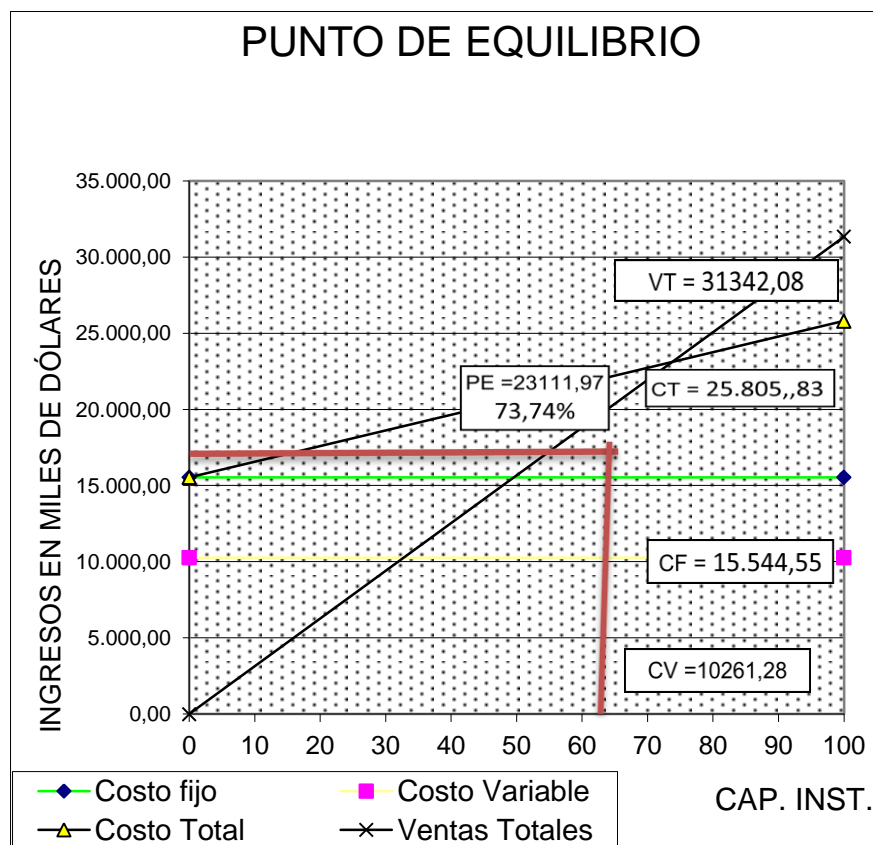
Estos resultados sirven para obtener mediante un análisis conclusiones que permitan conocer como desenvuelve la empresa y hacer previsiones para el futuro.

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

EGRESOS: Se forma por la sumatoria del costo primo, gastos del proceso de producción y gastos financieros.

PUNTO DE EQUILIBRIO

El punto de equilibrio es un balance entre los ingresos y egresos. Cuando los ingresos y egresos son iguales se denomina punto de equilibrio, es decir que no hay perdidas ni utilidades, pero si se estima por encima del punto de equilibrio entonces se obtendrá utilidades.



CLASIFICACIÓN DE LOS COSTOS

COSTOS FIJOS

Se denominan por el hecho de cubrir algunos rubros para que la empresa exista, y no guardan relación con los niveles de producción.

COSTOS VARIABLES

Su valor varía en proporción directa por los niveles de producción.

EVALUACIÓN FINANCIERA

La evaluación financiera es la parte final de toda la secuencia de análisis de la factibilidad de un proyecto. Detalla la rentabilidad económica del proyecto, es la base donde se apoyan los inversionistas para tomar decisiones”.²⁰

FLUJO DE CAJA

El flujo de caja consiste en estudiar el dinero que entrará a un negocio y el dinero que debe ser pagado durante ciertos períodos de tiempo.”²¹

VALOR ACTUAL NETO

“El valor actual neto (VAN) es el retorno líquido actualizado generado por el proyecto. Representa también en valores actuales, el total de los recursos que quedan en manos de la empresa al final de su vida útil”.²²

$$VAN = \sum_{t=1}^n \frac{V_t}{(1+k)^t} - I_0$$

²⁰ NACIONES UNIDAS. Manual de proyectos de Desarrollo Económico, Editorial Naciones Unidas. México 1986.

²¹ VALERA, Rodrigo; Evaluación económica de alternativas operacionales y proyectos de inversión.

²² VALERA, Rodrigo; Evaluación económica de alternativas operacionales y proyectos de inversión.

RELACIÓN BENEFICIO COSTO

“La Relación Beneficio Costo es la cantidad que una empresa obtiene por cada dólar que invierte, es decir que se interpreta como la cantidad obtenida en calidad de beneficio”.²³

$$RBC = \frac{\sum TIA}{\sum CTPA}$$

Donde:

RBC = Relación Beneficio Costo

$\sum TIA$ = Sumatoria total de Ingresos Actualizados

$\sum CTPA$ = Sumatoria de los Costos Totales de Producción Actualizados

PERÍODO DE RECUPERACIÓN DEL CAPITAL

El periodo de recuperación de capital es el tiempo que se requiere para recuperar la inversión inicial.

Importancia.-El período de recuperación del capital debe ser inferior a la vida útil de la empresa para que su ejecución sea conveniente”.²⁴

$$\text{P.R.C.} = \frac{\text{Inversión} - \square \text{ Primeros}}{\text{Flujo del año que supera la inversión}}$$

²³ OXENFELD, Alfred R; MAIGNASHCA Franklin: Análisis de Costo – Beneficio para la toma de decisiones.

²⁴ VALERA, Rodrigo: Evaluación Económica de Alternativas Operaciones y Proyectos de Inversión.

TASA INTERNA DE RETORNO

La Tasa Interna de Retorno es aquella tasa que iguala el valor presente de los flujos de ingresos con la inversión inicial.

La tasa interna de retorno (TIR) representa la tasa de interés más alta que un inversionista podrá pagar sin perder dinero, si todos los fondos para el financiamiento de la inversión se tomaran prestados y el préstamo se pagará con los ingresos de la empresa a medida que se vayan produciendo”.²⁵

La TIR como criterio de decisión.-Es conveniente realizar la inversión cuando la tasa de interés activa (tasa actual que cubra la banca 12.%) es menor que la tasa interna de retorno (TIR); si es igual, es indiferente la realización de la inversión y si la tasa activa es mayor que la tasa interna de retorno no es conveniente la realización.

$$TIR = Tm + Dt \frac{VAN_{menor}}{VAN_{menor} - VAN_{mayor}}$$

ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD

“El análisis de sensibilidad es la interpretación dada a la incertidumbre en lo que respecta a la posibilidad de implantar un proyecto, debido a que no se conocen las condiciones que espera en el futuro”.²⁶

Importancia.-Este análisis de Sensibilidad permite medir si le afecta o no a un proyecto dos factores como: el aumento en los costos y la disminución en los ingresos.

DIFERENCIA DE TIR = TIR del Proyecto - Nueva TIR

% de Variación = $\frac{\text{Diferencia entre TIR}}{\text{TIR del Proyecto}} \times 100$

Sensibilidad = $\frac{\% \text{ de Variación}}{\text{Nueva TIR}}$

²⁵ VALERA, Rodrigo: Evaluación Económica de Alternativas Operaciones y Proyectos de Inversión.

²⁶ BACA. Gabriel. Elaboración y Evaluación de Proyectos de Investigación, Editorial Mc Graw Hill, México. 1997.

e. MATERIALES Y MÉTODOS

➤ MATERIALES

Los materiales que se utilizó en el presente trabajo son:

- Computador
- Cámara fotográfica
- Filmadora
- Papel Boon
- Esferográficos
- Carpetas

➤ MÉTODOS

Entendiendo el proceso como una serie de fases de un fenómeno y la investigación científica como actividad intelectual del hombre, encaminada a la búsqueda y organización de la información, se acordó que el presente proyecto “Producción de tarjetas postales de los lugares turísticos del Cantón Saraguro” sea abordado mediante los siguientes métodos, procedimientos y técnicas de investigación científica:

Los métodos usados fueron:

1. Método deductivo, que marcó el inicio del proyecto y se concluyó con una nueva idea o solución. En el estudio de mercado este método fue empleado para determinar la demanda real del producto (postales), en el estudio técnico para conocer el flujograma del proceso productivo, en el estudio financiero para conocer la inversión y fuente de financiamiento, en la evaluación económica para conocer la factibilidad del proyecto y en el estudio organizativo el personal que laborará en la empresa.

2. El método científico con el cual se establece el marco teórico, descriptivo, explicativo, deductivo, Método aplicado en el análisis del turismo del Cantón Saraguro, también se utilizó para conceptualizar las definiciones de todo el proyecto. Y el sistema organizativo para detallar las funciones del personal que laborará en la empresa.

3. Método estadístico, en la cual se maneja estadísticas de visita o afluencia de turísticas que visitan Saraguro, tomando en cuenta los registros de alojamiento en los establecimientos prestadores de servicios turísticos

Las técnicas aplicadas fueron:

1. La observación directa de los atractivos culturales y paisajísticos del cantón.
2. Encuestas a los posibles demandantes de tarjetas postales. (346)
Encuestas

MESES	NUMERO DE TURISTAS DEL AÑO 2010		
	SARAGURO	LOJA	TOTAL
Enero	197	742	939
Febrero	173	1208	1381
Marzo	327	1068	1395
Abril	193	709	902
Mayo	157	679	836
Junio	214	562	776
Julio	215	1383	1598
Agosto	232	987	1219
Septiem.	232	1062	1294
Octubre	218	1231	1449
Noviembre	201	1450	1651
Diciembre	203	796	999
TOTAL	2562	11877	14439

Usando la siguiente fórmula:

$$n = \frac{N}{1 + (e)^2 N}$$

En donde:

n = Tamaño de la muestra

N = Población

e = Margen de error

2562

5% = 0,05

Aplicando la fórmula para la obtención de la muestra.

$$n = \frac{2562}{1 + (0.05)^2 2562}$$

$$n = \frac{2562}{1 + (0.0025)2562}$$

$$n = \frac{2562}{1 + 6.41}$$

$$n = \frac{2562}{7.41}$$

$$n = 346 \text{ encuestas.}$$

Por tanto el tamaño de la muestra será de 346.

Las encuestas serán aplicadas a los 346 turistas

f. RESULTADOS

ENCUESTAS REALIZADAS A LOS DEMANDANTES DE TARJETAS POSTALES

1. ¿Por qué razones visita el cantón de Saraguro?

CUADRO Nº 1

RAZONES PORQUE VISITAN SARAGURO

Razones por que visita Saraguro	Frecuencia F	Porcentaje %
Distracción	69	15,37
Negocio	104	23,16
Conocer cultura	207	46,10
Salud	0	0%
Otros.	69	15,37

Fuente: Encuestas Directas.

Elaborado por: Autor de la tesis.

GRAFICO Nº 1

REPRESENTACION GRÁFICA



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE DATOS

El 46,10 % de los turistas encuestados responden que la razón por la que visitan Saraguro es por conocer nuevas culturas, el 23,16 % lo hace por negocio, un 15,37 % lo hace por distracción y otro 15,37 % manifiesta que tiene otras razones para su visita, tales como: estar de paso, saludar a sus conocidos y disfrutar de la tranquilidad del lugar.

Es evidente entonces que este lugar es visitado por la cultura que presenta y que es motivo de curiosidad para algunos.

2. ¿Adquiere Usted tarjetas Postales?

CUADRO N°2

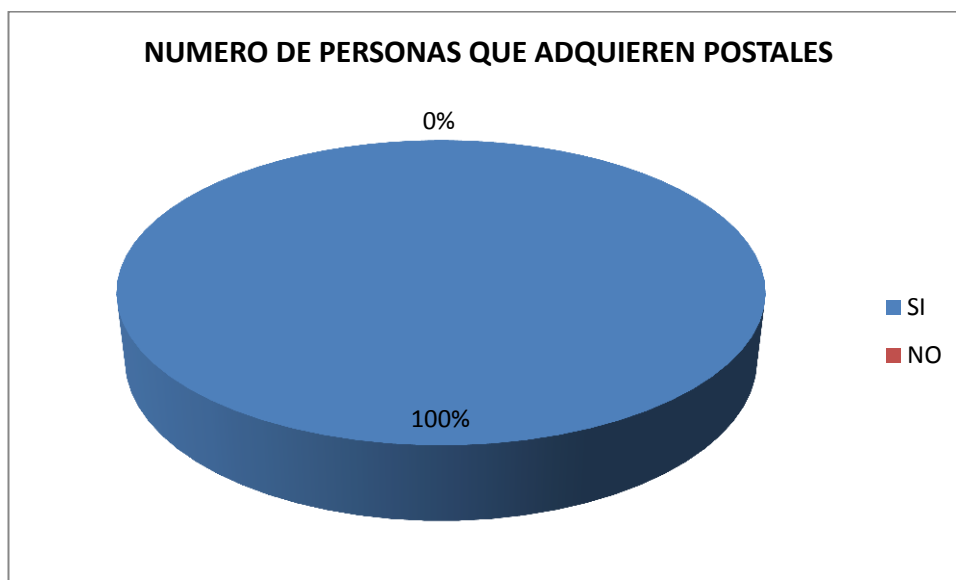
NÚMERO DE PERSONAS ADQUIEREN TARJETAS POSTALES

Personas que adquieren tarj.Postales	Frecuencia F	Porcentaje %
SI	346	100,00
NO	0	0
TOTAL	346	100,00

Fuente: Encuestas Directas

Elaboración: Autor de tesis

**GRAFICO N° 2
REPRESENTACION GRAFICA**



ANÁLISIS E ITERPRETACIÓN DE DATOS

El 100 % de los turistas encuestados responden que si adquieren tarjetas postales, considerando que es evidente la adquisición de las mismas.

- 3 ¿Al comprar una postal usted qué aspecto considera de mayor importancia para ser su elección?**

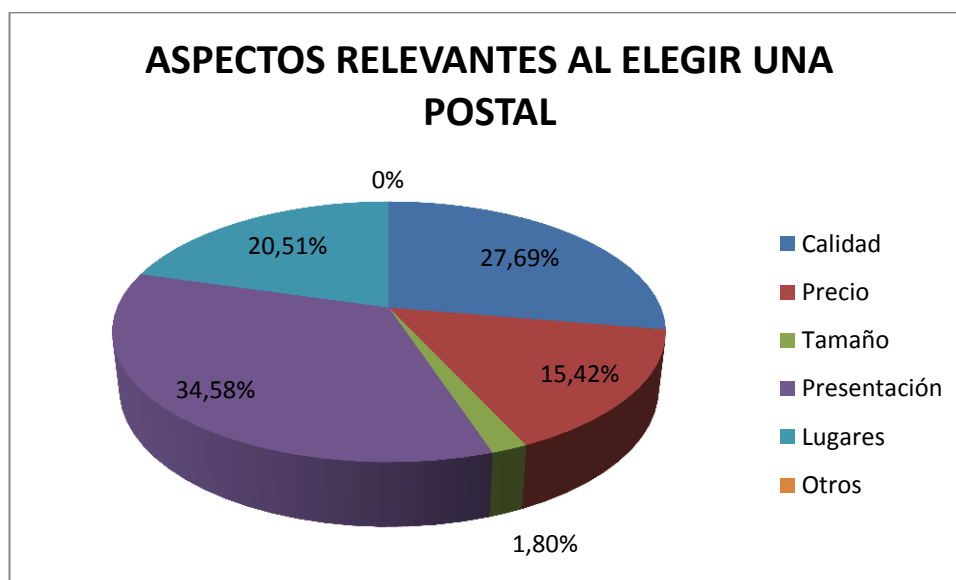
**CUADRO N°3
ASPECTOS RELEVANTES AL ELEGIR UNA POSTAL**

Opciones de Elección	Frecuencia F	Porcentaje %
Calidad	185	27,69
Precio	103	15,42
Tamaño	12	1,80
Presentación	231	34,58
Lugares	137	20,51
Otros	0	0%

Fuente: Encuestas Directas.

Elaboración: Autor de la tesis.

GRAFICO Nº 3
REPRESENTACIÓN GRÁFICA



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE DATOS

Los turistas mencionan que al comprar una postal ellos consideran más importante: la presentación en un 34,58 %; la calidad en un 27,69 %; los lugares en un 20,51 %; el precio en un 15,42 % y el tamaño en un 1,80 %.

El aspecto de mayor importancia para los turistas a la hora de elegir una postal es la presentación de la misma.

4. De acuerdo a las visitas q usted realice a Saraguro ¿Cuántas Postales adquiere al mes?

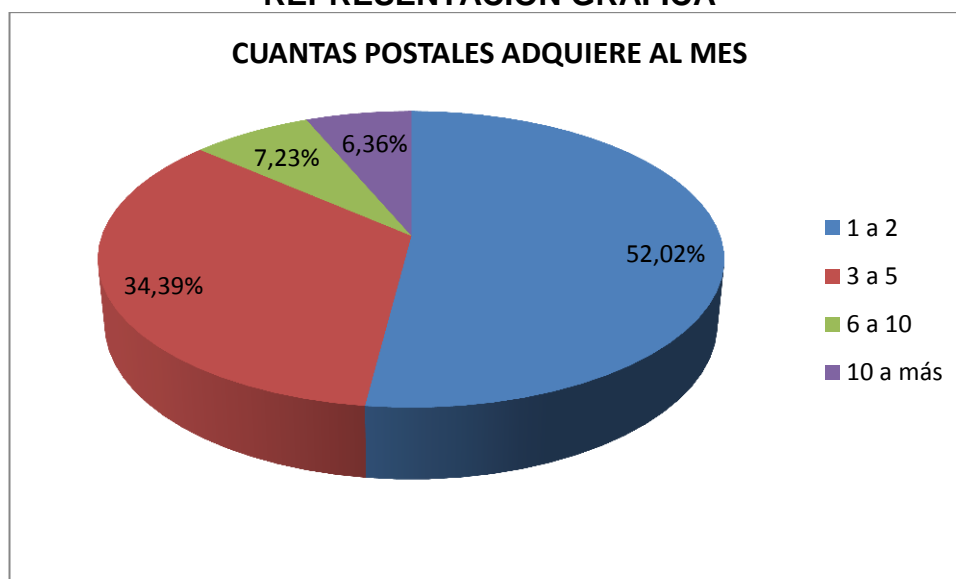
CUADRO N° 4
CUANTAS POSTALES ADQUIERE AL MES

CANTIDAD	FRECUENCIA	%
1 a 2	180	52,02
3 a 5	119	34,39
6 a 10	25	7,23
10 a más	22	6,36
TOTAL	346	100%

Fuente: Encuestas Directas

Elaboración: Autor de la tesis.

GRAFICO N° 4
REPRESENTACIÓN GRÁFICA



ANALISIS E INTERPRETACION DE DATOS

Con los datos obtenidos se manifiesta: que los turistas adquieren al mes: 1 – 2 dos postales la cantidad de 180; de 3 – 5 postales 119; de 6 a 10 postales 25, y de más de 10 postales 22, comprados por 346 turistas (nacionales y extranjeros).

5. ¿Qué lugares atractivos del Cantón Saraguro conoce usted? Indique

CUADRO Nº 5

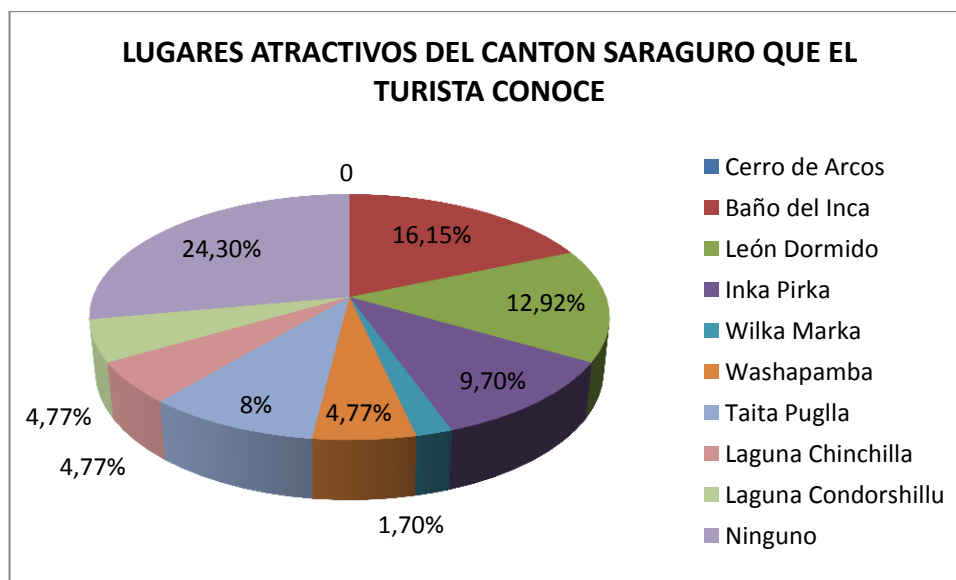
LUGARES ATRACTIVOS DEL CANTÓN SARAGURO QUE EL TURISTA CONOCE

Lugares que Conoce	Frecuencia F	Porcentaje %
Cerro de Arcos	92	12,92
Baño del Inca	115	16,15
León Dormido	92	12,92
Inka Pirka	69	9,7
Wilka Marka	12	1,7
Washapamba	34	4,77
Taita Puglla	57	8,00
Laguna Chinchilla	34	4,77
Laguna Condorshillu	34	4,77
Ninguno	173	24,30

Fuente: Encuestas Directas.

Elaboración: Autor de la tesis.

GRAFICO Nº 5
REPRESENTACION GRÁFICA



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE DATOS

De las respuestas obtenidas se desprende que un 24.30 % de los turistas desconoce los lugares turísticos que posee Saraguro. Un número menor 16.15 % dice conocer el sitio Baño del Inca; con un porcentaje similar 12,92 % se presenta en aquellas personas que han visitado el Cerro de Arcos y León Dormido; el 9,7 % afirma conocer Inka Pirka; de la misma forma un 8 % han llegado al Taita Puglla; como en el caso anterior con igual cantidad de visitantes 4,77 % se encuentra el Bosque de Washapamba y las Lagunas de chinchilla y de Condorshillu, pese a que mencionadas lagunas se encuentran bastante alejadas. Uno de los lugares menos concurridos es Wilka Marka con un 1,7 % de turistas.

Queda claro con estas respuestas que el turista desconoce los atractivos de Saraguro.

6. De los lugares mencionados en la pregunta anterior y no conoce, ¿cuales desearía conocer?

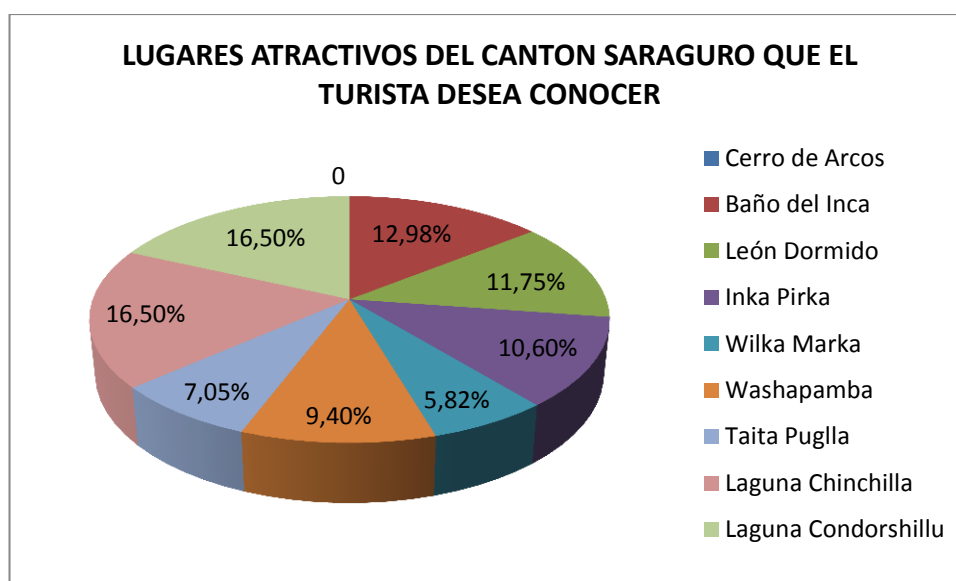
CUADRO N°6
LUGARES ATRACTIVOS DEL CANTÓN SARAGURO QUE EL TURISTA DESEA CONOCER.

Lugares que desea conocer	Frecuencia F	Porcentaje %
Cerro de Arcos	92	9,40
Baño del Inca	127	12,98
León Dormido	115	11,75
Inka Pirka	104	10,6
Wilka Marka	57	5,82
Washapamba	92	9,40
Taita Puglla	69	7,05
Laguna Chinchilla	161	16,5
Laguna Condorshillu	161	16,5

Fuente: Encuestas Directas.

Elaboración: Autor de la tesis.

GRAFICO N° 6
REPRESENTACIÓN GRÁFICA



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE DATOS

Los lugares que desean conocer los turistas son: con un 16,5 % de preferencia las Lagunas de Chinchilla y Condorshillu, con un 12,98 % el Baño del Inca, con un 11,75 % León Dormido, con un 10,6 % Inka Pirka, con un 9,40 % Cerro de Arcos y el Bosque Washapamba, con un 7,05 % el Cerro Puglla y con un 5,82 % Wilka Marka,

Los sitios que más llaman la atención del turista y que desean conocer son. Las lagunas de Chinchilla, Condorshillu y el Baño del Inka.

7. Al implementar una microempresa productora y comercializadora de tarjetas postales, ¿Le gustaría comprar tarjetas postales para que recuerde los diversos paisajes y atractivos turísticos que conoció del Cantón Saraguro?

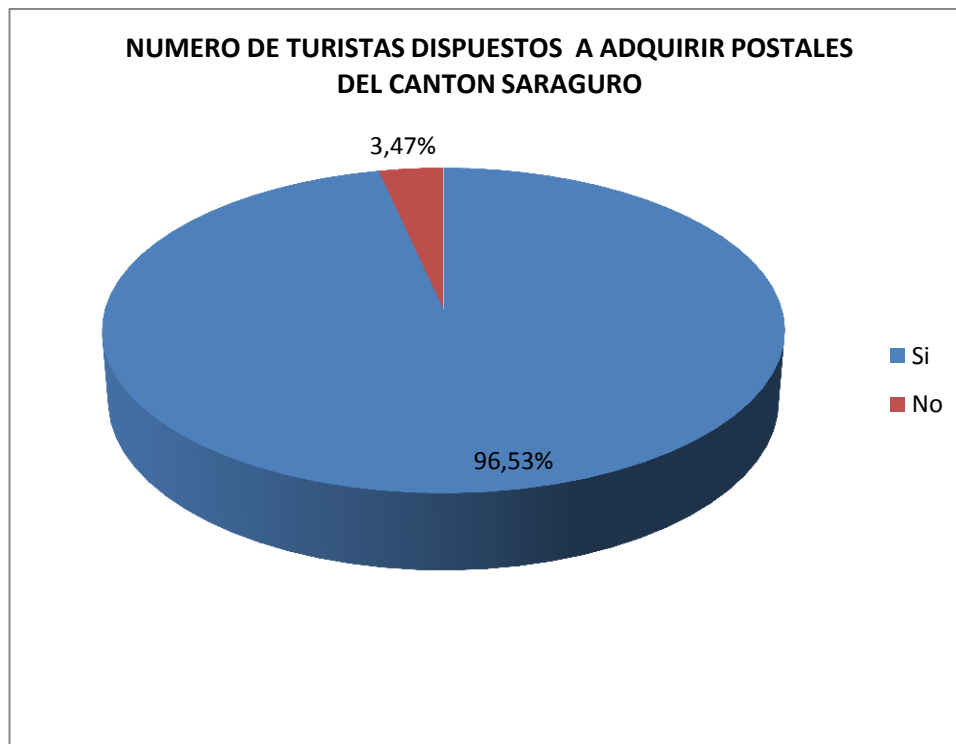
CUADRO N°7
NÚMERO DE TURISTAS DISPUESTOS A ADQUIRIR POSTALES DEL
CANTÓN SARAGURO.

Le gustaría adquirir postales	Frecuencia F	Porcentaje %
Si	334	96,53
No	12	3,47
TOTAL	346	100,00

Fuente: Encuestas Directas

Elaboración: Autor de la tesis.

GRAFICO N° 7
REPRESENTACION GRÁFICA



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE DATOS

El 96,53 % (334 turistas) demuestran una predisposición para adquirir postales de los lugares turísticos del Cantón Saraguro; mientras que el 3,47 % no está de acuerdo. Por tanto, con este número de turistas (**334**) se trabajará las próximas preguntas.

La mayoría de los encuestados manifiestan que comprarían las postales del Cantón Saraguro.

8. Si ya conoce los lugares atractivos del Cantón Saraguro. ¿De cuáles de ellos le gustaría adquirir postales?

CUADRO N°8

LUGARES QUE PREFIEREN LOS TURISTAS EN LAS POSTALES

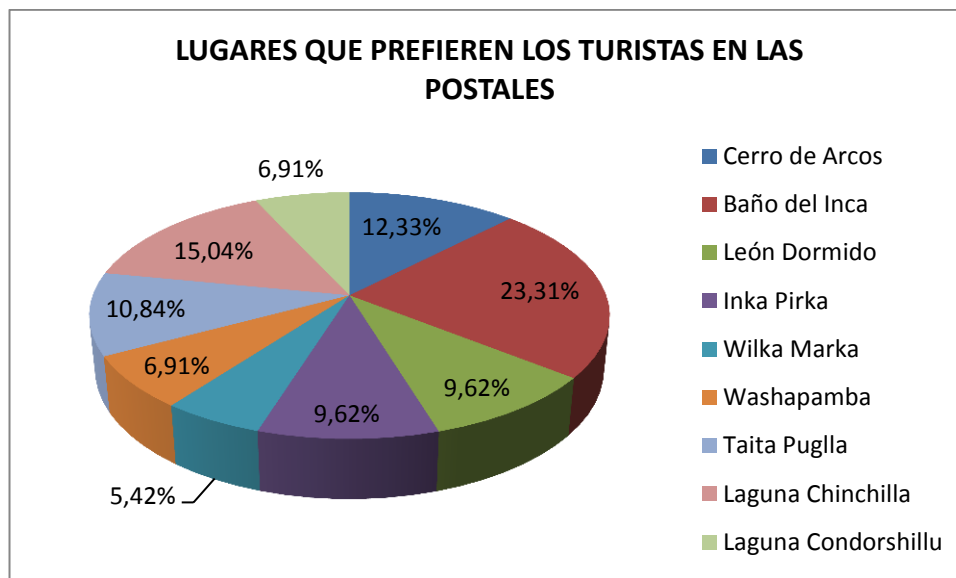
Adquisición de Postales	Frecuencia F	Porcentaje %
Cerro de Arcos	91	12,33
Baño del Inca	172	23,31
León Dormido	71	9,62
Inka Pirka	71	9,62
Wilka Marka	40	5,42
Washapamba	51	6,91
Taita Puglla	80	10,84
Laguna Chinchilla	111	15,04
Laguna Condorshillu	51	6,91

Fuente: Encuestas Directas.

Elaboración: Autor de la tesis.

GRAFICO N° 8

REPRESENTACIÓN GRÁFICA



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE DATOS

Con respecto a esta pregunta los encuestados demuestran con un 23,31 % mayor inclinación por comprar tarjetas postales de el lugar Baños del Inca; a continuación está con un 15,04 % La Laguna de Chinchilla; con un 12,33 % el Cerro de Arcos; con 10,84% el Taita Puglla; seguido con un 9,62 % por el sitio de el León Dormido e Inka Pirka y con un 6,91% el Bosque Washapamba y la Laguna de Condorshillu y en último lugar se encuentra con un 5,42% el sitio de Wilka Marka.

Los turistas afirman su preferencia por las postales que contengan atractivos como: El Baño del Inka y la Laguna de Chinchilla.

9. ¿De qué tamaño le gustaría las postales?

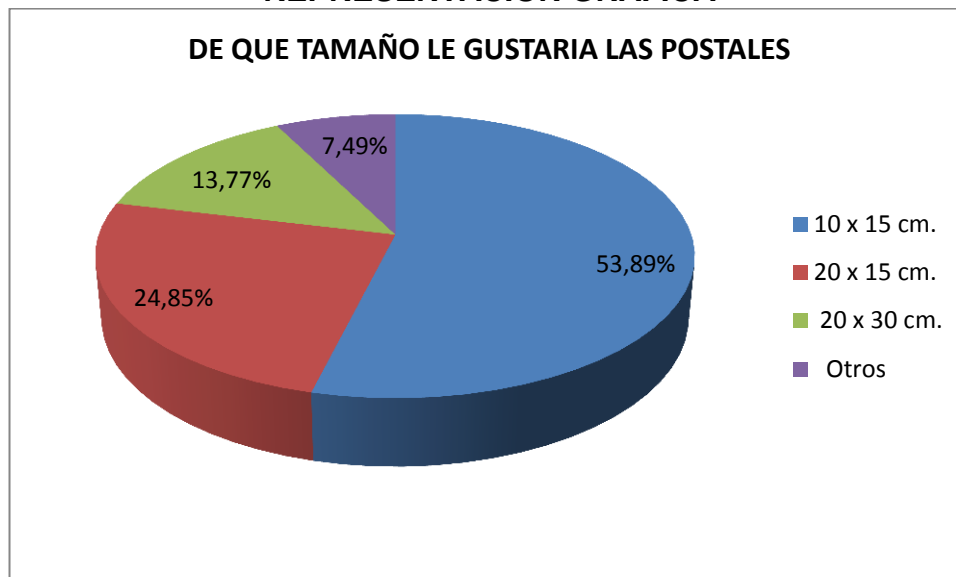
CUADRO Nº 9
TAMAÑO DE LAS POSTALES

Tamaño	Frecuencia f	Porcentaje %
10 x 15 cm.	180	53.89
20 x 15 cm.	83	24.85
20 x 30 cm.	46	13.77
Otros	25	7.49
TOTAL	334	100.00

Fuente: Encuestas Directas.

Elaboración: Autor de la tesis.

GRAFICO N° 9
REPRESENTACIÓN GRÁFICA



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE DATOS

- El 53.89 % (180 turistas) afirman que a ellos les gusta adquirir postales de 10x15 cm. de tamaño.
- El 24. 85 % (83 turistas) están de acuerdo en comprar postales de 20x15 cm.
- El 13,77 % (46 turistas) manifiestan que prefieren postales de 20x30 cm.
- Y el 7.49 % (25 turistas) desean postales en otros tamaños.

Se elaborará postales de un tamaño de 10x15 cm. ya que el 53.89 % (180 turistas) desean adquirir.

10. ¿En qué material le gustaría que sean elaboradas las postales?

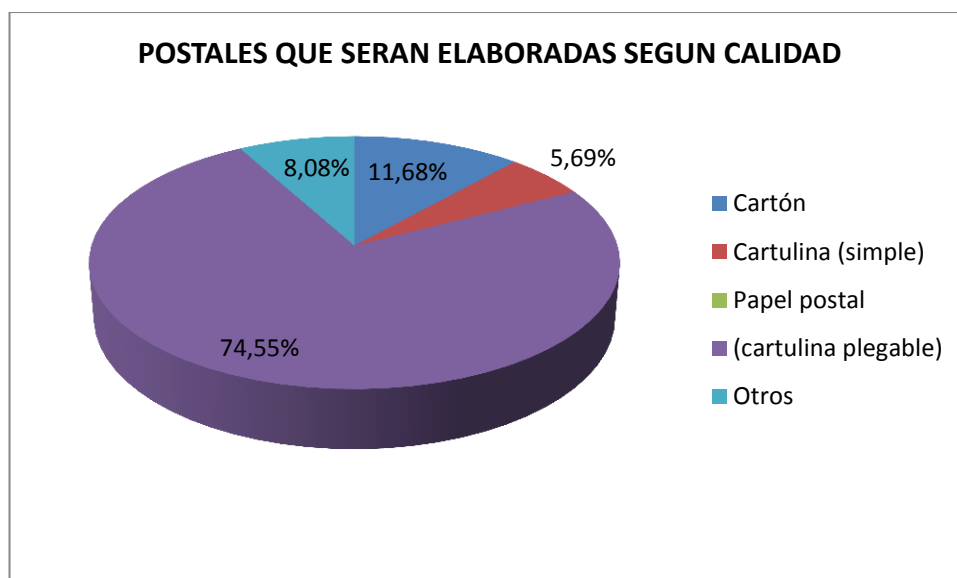
CUADRO Nº 10
POSTALES QUE SERAN ELEBORADAS SEGUN CALIDAD

Material	Frecuencia F	% según el material de preferencia
Cartón	39	11.68
Cartulina (simple)	19	5.69
Papel postal (cartulina plegable)	249	74.55
Otros	27	8.08
TOTAL	334	100

Fuente: Encuestas directas

Elaboración: Autor de la tesis.

GRAFICO Nº 10
REPRESENTACIÓN GRÁFICA



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE DATOS

A la hora de elegir las postales la mayoría de los encuestados toman en cuenta la calidad y prefieren el mejor material para la postal, así:

- El 74.55 % (249 turistas) están dispuestos a adquirir postales que sean elaborados en cartulina plegable.
- El 11.68 % (39 turistas) están de acuerdo en comprar postales que estén fabricados en cartón.
- El 5.69 % (19 turistas) están dispuestos en adquirir postales elaborados en cartulina simple.
- Y el 8.08 % (27 turistas) prefieren que las postales sean elaboradas en otros materiales.

Las postales serán elaboradas en cartulina plegable ya que según las encuestas realizadas este material tiene una aceptación del 74.55 % (249 turistas).

11. ¿Cuánto pagaría por cada postal?

**CUADRO N° 11
PRECIO DE LAS POSTALES**

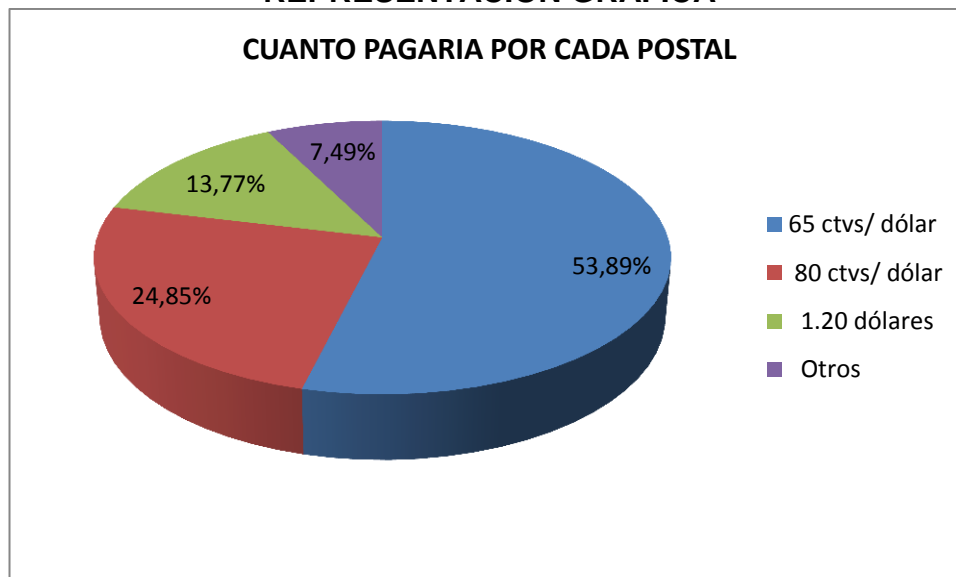
Precio	Tamaño	Frecuencia f	Porcentaje %
65 ctvs/ dólar	10 x 15 cm.	180	53.89
80 ctvs/ dólar	20 x 15 cm.	83	24.85
1.20 dólares	20 x 30 cm.	46	13.77
Otros		25	7.49
TOTAL		334	100.00

Fuente: Encuestas Directas.

Elaboración: Autor de la tesis.

GRAFICO Nº 11

REPRESENTACIÓN GRÁFICA



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE DATOS

- El 53.89 % (180 turistas) afirman que ellos pagarían 65 centavos de dólar por una postal de 10x15 cm.
- El 24.85 % (83 turistas) están de acuerdo en pagar 80 centavos de dólar por una postal de 20x15 cm.
- El 13.77 % (46 turistas) manifiestan que prefieren pagar 1.20 dólares por una postal de 20x30 cm.
- Y el 7.49 % (25 turistas) desean postales con precios y tamaños diferentes.

Con respecto al precio, los turistas se inclinan por el más bajo que para el caso corresponde a 65 centavos de dólar.

13. ¿En qué lugares de Saraguro preferiría comprar las postales?

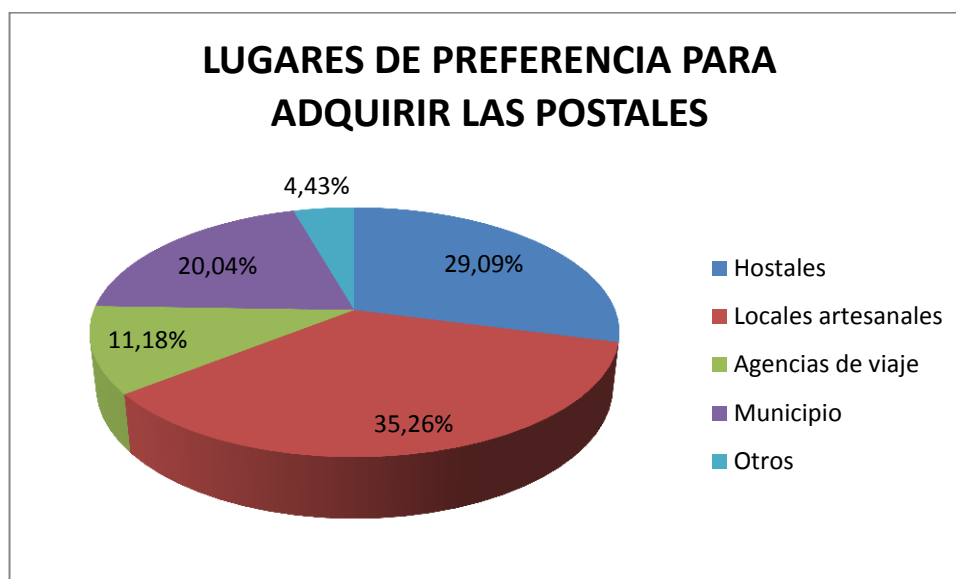
CUADRO Nº 13
LUGARES DE PREFERENCIA PARA ADQUIRIR POSTALES

Puntos de venta	Frecuencia F	Porcentaje %
Hostales	151	29,09
Locales artesanales	183	35,26
Agencias de viaje	58	11,18
Municipio	104	20,04
Otros	23	4,43

Fuente: Encuestas Directas.

Elaboración: Autor de la tesis.

GRAFICO Nº 13
REPRESENTACIÓN GRÁFICA



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE DATOS

Acerca de esta pregunta los turistas manifiestan que el lugar de preferencia para comprar las postales con un 35,26 % son los locales de artesanías, con un 29,09 % los hostales; con un 20,04 % el Municipio; con un 11,18 % las Agencias de Viajes y con un 4,43 % en otros lugares.

El turista manifiesta que el lugar más conveniente para comprar una postal es un local de artesanías.

g. DISCUSIÓN

DEMANDA POTENCIAL

Para determinar la Demanda Potencial de compra de tarjetas postales por turista. Utilizamos la población como Demanda Potencial que muestra el porcentaje que adquieren tarjetas postales.

CUADRO Nº 13

Años	POBLACION PROYEC.	% (100%)	DE. POTENCIAL
2010	2562	100%	2562
2011	2694	100%	2694
2012	2833	100 %	2833
2013	2979	100%	2979
2014	3132	100%	3132
2015	3293	100%	3293
2016	3463	100%	3463
2017	3654	100%	3654
2018	3842	100%	3842
2019	4040	100%	4040
2020	4248	100%	4248

Fuente: Cuadros 2 y 17

Elaboración: Autor de Tesis

DEMANDA REAL O ACTUAL

Para determinar la demanda actual nos basamos en la pregunta nº2 donde se verifica los porcentajes obtenidos que adquieren las tarjetas postales los mismos que nos sirve para conocer el número de personas que están dispuestas a adquirir el producto. Para determinar la demanda actual,

tomamos como referencia la demanda potencial, como lo indica el siguiente cuadro:

CUADRO N°14

DEMANDA POTENCIAL	PORCENTAJE	DEMANDA REAL
2562	100%	2562
2694	100%	2694
2833	100%	2833
2979	100%	2979
3132	100%	3132
3293	100%	3293
3463	100%	3463
3654	100%	3654
3842	100%	3842
4040	100%	4040
4248	100%	4248

Fuente: Cuadro 2 y 13

Elaboración: Autor de tesis

PROMEDIO DE COMPRA

El consumo o compra promedio anual es igual a la sumatoria de todas las compras ya sea semanal, quincenal y mensual, se obtiene de la pregunta 4, cuadro nº 4. Para determinar la compra promedio nos basamos en la pregunta 4 para ver la cantidad de postales que comprarían, calculamos el punto medio sumando 1 a 2, 3 a 5, 6 a 10 y 10 a más y dividimos para 2 luego sumamos la frecuencias, multiplicamos por el punto medio para obtener la compra anual y multiplicar por 12 que son los meses que tiene el año.

CUADRO N°15

VISITAS A SARAGURO	CANTI. DE POSTALES	PUNTO MEDIO	FRECUENCIA	Xn.F	PERIODO MESES	CONSUMO O COMPRA ANUAL EN UNIDADES
		x.n	F			
1 a 2 veces	1 a 2	1,5	180	270	12	3240
3 a 5 veces	3 a 5	4	119	476	12	5712
6 a 10 veces	6 a 10	8	25	200	12	2400
10 a más veces	10 a más	10	22	220	12	2640
	TOTAL		346	1166		13992

Fuente. Cuadro N° 4

Elaboración: Autor de la tesis

A continuación se indica como aplicamos la formula de Consumo o compra-per capita, tal como lo mostramos en el siguiente cuadro:

CUADRO N° 16

FORMULA	
$CP = \frac{C.A}{F}$	$= \frac{13992}{346} \quad 40 \text{ consumo o compra}$ <p style="text-align: right;">posta. Por turista</p>

El análisis de la demanda en este proyecto de tarjetas postales de los lugares turísticos del Cantón Saraguro, se realizó en base al posible número de compradores, datos obtenidos a través de la información recopilada en la aplicación de encuestas.

CUADRO Nº 17
PROYECCIÓN DE LOS TURISTAS AL CANTON SARAGURO

Años	Población proyectada (+ 5.15%)
2010	2562
2011	2694
2012	2833
2013	2979
2014	3132
2015	3293
2016	3463
2017	3654
2018	3842
2019	4040
2020	4248

Fuente: Itur Saraguro. (HOSTALES)

Elaboración: Autor de la Tesis

Para proyectar la población de los turistas se tomó como base los datos del último año (2010) la cantidad de $2562 \times 5.15\% + 2562 = 2694$ turistas para el año 2011, el mismo procedimiento se utilizó para los siguientes años.

DEMANDA EFECTIVA

Para determinar la demanda efectiva, utilizamos la respuesta dada por la pregunta 7 en donde se indica que el 96,53 % estarían dispuestos a adquirir las tarjetas postales, y tomando como referencia la demanda real, y que a continuación se detalla en el siguiente cuadro.

CUADRO Nº 18

DEMANDA REAL	PORCENTAJE %	DEMANDA EFECTIVA
2562	96,53%	2473
2694	96,53%	2601
2833	96,53%	2735
2979	96,53%	2876
3132	96,53%	3023
3293	96,53%	3179
3463	96,53%	3343
3654	96,53%	3527
3842	96,53%	3709
4040	96,53%	3900
4248	96,53%	4101

Fuente: Cuadro 7, 14

Elaboración: Autor de la tesis

RESUMEN DE LAS DEMANDAS**CUADRO Nº 19**

AÑOS	DEMANDA POTENCIAL	DEMANDA REAL 100%	DEMANDA EFECTIVA 96,53
2010	2562	2562	2473
2011	2694	2694	2601
2012	2833	2833	2735
2013	2979	2979	2876
2014	3132	3132	3023
2015	3293	3293	3179
2016	3463	3463	3343
2017	3654	3654	3527
2018	3842	3842	3709
2019	4040	4040	3900
2020	4248	4248	4101

Fuente: Cuadro 13, 14, 17, 18

Elaborado: Autor de la tesis

DEMANDA PROYECTADA

Para la obtención de la demanda Proyectada se toma los datos de la Demanda Efectiva y esto lo multiplicamos por el consumo o compra per-cápita anual de las mismas, tal como se presenta a continuación:

CUADRO Nº 20

DEMANDA EFECTIVA	CONSUMO O COMPRA PROMEDIO ANUAL	DEMANDA PROYECTADA
2473	40	98920
2601	40	104040
2735	40	109400
2876	40	115040
3023	40	120920
3179	40	127160
3343	40	133720
3527	40	141080
3709	40	148360
3900	40	156000
4101	40	164040

Fuente: Cuadro 19,16

Elaborado: Autor de tesis

ANÁLISIS DE LA OFERTA

El objetivo del análisis de la oferta es determinar la cantidad de un bien o servicio y las condiciones en que una empresa puede y quiere ponerlo a disposición del mercado.

Para analizar la situación actual de la oferta de las tarjetas postales del Cantón Saraguro es necesario indicar que en este Cantón no existe ninguna empresa que elabore postales, esto se justifica con una certificación del departamento de Turismo de la ciudad de Saraguro, y una certificación de las oficinas de Rentas del Municipio de Saraguro, Anexos Pag.215, 216.

Por lo antes mencionado no se puede establecer la oferta de tarjetas de los lugares turísticos del Cantón Saraguro por cuanto no existe este producto en el mercado local, por consiguiente se considera que la oferta de tarjetas postales de los lugares turísticos del Cantón Saraguro es cero.

BALANCE ENTRE OFERTA Y DEMANDA

CUADRO N°21

AÑOS	DEMANDA PROYECTADA	OFERTA	DEMANDA INSATISFECHA
1	104040	0	104040
2	109400	0	109400
3	115040	0	115040
4	120920	0	120920
5	127160	0	127160
6	133720	0	133720
7	141080	0	141080
8	148360	0	148360
9	156000	0	156000
10	164040	0	164040

COMERCIALIZACIÓN DEL PRODUCTO

Para la comercialización de: (las tarjetas postales) se tomara en consideración la mezcla de mercado, así tenemos:

- Producto
- Precio
- Plaza
- Promoción

PRODUCTO

Los productos a realizarse serán tarjetas postales, elaboradas en cartulina plegable en el cual se mostraran en su portada paisajes de singular belleza del Cantón Saraguro, así como en el reverso llevarán cierta información.

OBJETIVO

La empresa ofrecerá al mercado un producto de excelentes características, basados en las normas de calidad para satisfacer las necesidades del mercado objetivo. Para el cumplimiento de los mismos se hará uso de materiales de alta calidad, mano de obra calificada y maquinaria moderna.

MARCA

Por lo tanto las postales (producto a elaborarse) tendrán la siguiente marca: "Destino Postal "

Estableceré como estrategia del producto como es la de marca única, que m todos los diseños de postales tengan la misma marca

TAMAÑO

Las postales tendrán una medida de 10X15 cm. tamaño tomado de acuerdo a las encuestas realizadas (ver cuadro N° 9)

ETIQUETA

Las tarjetas postales de los atractivos turísticos del Cantón Saraguro, estarán impresos en cartulina plegable con brillo y al reverso de los mismos llevarán una etiqueta en la constará: una breve descripción sobre el lugar

(información para el turista), el logotipo, datos de la empresa, espacio para el sello postal, espacio para dedicatoria y su respectiva marca.

PRESENTACIÓN

El producto (tarjetas postales) estará compuesto de dos lados (anverso y reverso). En el anverso se imprimirá el lugar turístico a full color, con su respectivo nombre y con un margen de 0,5 cm. En el reverso estará la respectiva etiqueta.

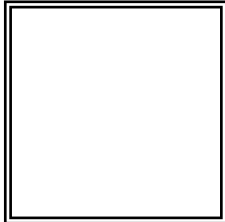
GRÁFICO Nº 13 ANVERSO: PRESENTACIÓN DE LA POSTAL



GRÁFICO N° 14 REVERSO: PRESENTACIÓN DE LA POSTAL

TARJETA POSTAL

CERRO DE ARCOS
Pirámides naturales de piedra, que tienen forma de arcos y animales prehistóricos. Se encuentra ubicado al occidente del Cantón Saraguro en la Parroquia de Manú a 70 Km de la Cabecera Cantonal.



"DESTINOS POSTAL". Impreso en Saraguro. Loja-Ecuador.
Telf.: Dirección: Calle Sucre - Saraguro

PRECIO

El precio que tiene suficiente aceptación por parte de los turistas (53.89 %) es el de 0.65 centavos de dólar por una postal de 10 x 15 cm, como lo indica el cuadro n° 11 Por esta razón, la empresa establecerá un precio competitivo basado en los costos en que incurrió la misma y en el precio fijado para una postal, así logrará aceptación del producto en el mercado. Con la finalidad de que el producto tenga su mercado se podría establecer algunas estrategias como son:

- Precios diferenciados o flexibles
- Precios de descuento
- Precios de distracción
- Precios garantizados

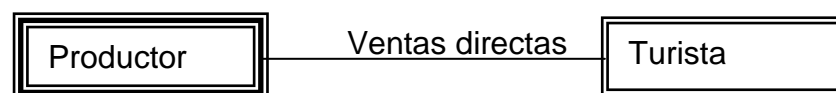
Estableceremos la política como es la de penetración, esta requiere precios bajos a volúmenes grandes.

PLAZA

Las postales producidas estarán dirigidas a los turistas nacionales y extranjeros, siendo el objetivo central el de captar el interés de los compradores.

Para el efecto se tomará como referencia los canales de distribución para el producto dependiendo de su destino, en el gráfico adjunto se presenta el canal de distribución que aplicará la empresa para lograr las ventas esperadas.

CANAL DE DISTRIBUCIÓN DE TARJETAS POSTALES



PROMOCIÓN

La promoción de tarjetas postales contendrá lo siguiente:

- Por la compra de más de 5 postales se dará una gratis (válido solo para los turistas).
- Crear un sorteo entre todos los clientes quienes hayan comprado las tarjetas, los mismos que junto con la compra recibirán un ticket para el sorteo o rifa de algún premio en un determinado tiempo.
- Ingresar los datos de los clientes ejemplo correo electrónico, redes sociales, etc, de los compradores potenciales o clientes más habituales, a quienes les podemos informar sobre nuevos modelos o nuevos diseños de postales a la venta.

PUBLICIDAD

- Se hará publicidad mediante afiches en tres idiomas (inglés, francés y español) los mismos serán colocados en lugares estratégicos. (hoteles, agencias de viajes, paradas vehiculares, Municipio, etc.
- Se presentará la publicidad en los medios de comunicación radial, mediante la Radio Municipal Saraguro, Radio frontera Sur, Radio OT Saraguro, Radio Buen Pastor.
- También utilizaremos medios de televisión como, Televisora Educativa Calasanz (medio local).

ESTUDIO TÉCNICO.

TAMAÑO.

En este punto se establece la capacidad instalada y la capacidad utilizada. Los factores más importantes que determinan el tamaño de un proyecto son: la demanda, los suministros e insumos, la tecnología y los equipos, el financiamiento y la organización.

CAPACIDAD INSTALADA

La capacidad instalada está determinada por el volumen de producción que efectivamente puede hacer o producir la empresa. Representa un nivel máximo de producción bajo condiciones previamente establecidas.

Tomando en consideración el perfil técnico de la postal, se procedió al cálculo de la capacidad instalada de la siguiente manera:

CUADRO N° 24
CARACTERISTICAS TECNICAS DE LA POSTAL

CARACTERISTICAS TECNICAS DE LA POSTAL	
Formato:	10x15 cm.
Impresión anverso:	Todo color
Impresión reverso:	Blanco y negro
Tipo de material de impresión :	Cartulina plegable
Tipo de impresión:	Láser Led

Elaboración: Autor de la tesis.

CUADRO N° 25
CARACTERISTICAS TECNICAS DE LA IMPRESORA

CARACTERISTICAS TECNICAS DE LA IMPRESORA	
Tipo de impresión:	Láser Led
Área de impresión	A 4
Medida de impresión	4ppm.

Fuente: www. oki. com.

Elaboración: Autor de la tesis.

Al definir la capacidad instalada es necesario conocer la capacidad de la impresora, por lo mismo en el cuadro N° 27 se detalla los datos pertinentes.

CUADRO N° 26
CALCULO DE RENDIMIENTO DE LA IMPRESORA

CAPACIDAD DE LA IMPRESORA	TIEMPO
1 pagina	1 min con 30s.
40 paginas	60min. (1 hora)

Fuente: www. oki. com.

Elaboración: Autor de la tesis.

CUADRO N° 27

CÁLCULO DE LA CAPACIDAD INSTALADA DE LAS POSTALES

• Impresión por hora	40Pág.
• Número de horas de trabajo diarias	8h
• Impresiones diarias	$40 \times 8 = 320$
• Impresiones al mes tomando en cuenta los (22) días al mes la media/días laborables.	$320 \times 22 = 7040$
• Impresiones anuales	$7040 \times 12 = 84480$

Elaboración: Autor de la tesis.

CUADRO N° 28

CÁLCULO DE LA CAPACIDAD INSTALADA DE LA GUILLOTINA

Corte diario	$40 \times 8 = 320$
Cortes al mes tomando en cuenta los (22) días al mes la media/días laborables.	$320 \times 22 = 7040$
Cortes anuales	$7040 \times 12 = 84480$

Elaboración: Autor de la tesis.

Como se puede observar en los cuadros anteriores tanto la impresión como el corte son de 84480 anuales.

La capacidad de la maquinaria es de 320 páginas impresas y cortes por día, 7040 páginas y cortes por mes alcanzando un número de impresiones y cortes anuales de 84480 páginas. Esta es una de las restricciones o especificaciones técnicas establecidas por el fabricante para las máquinas.

Por lo tanto la capacidad instalada aproximada es de 84480 postales al año.

Como :

104040 100%

84480 x

84480 x 100

X= ----- = 81,20%

104040

CUADRO N°29

PORCENTAJE DE LA CAPACIDAD INSTALADA

DEMANDA INSATISFECHA	%	CAPACIDAD INSTALADA
104040	81,20	84480

CAPACIDAD UTILIZADA.

CUADRO N° 30

CAPACIDAD UTILIZADA

Año	Capacidad instalada	Porcentaje	CAPACIDAD UTILIZADA
1	84480	70%	59136
2	84480	70 %	59136
3	84480	70 %	59136
4	84480	75 %	63360
5	84480	75 %	63360
6	84480	80 %	67584
7	84480	80 %	67584
8	84480	90 %	76032
9	84480	90 %	76032
10	84480	100 %	84480

Fuente: Cuadro N° 29

Elaboración: Autor de la tesis.

Se ha considerado empezar la producción con el 70 % de la capacidad instalada, tomando en cuenta que es un criterio técnico ya que la empresa está recién empezando, hasta poder ganar y posesionarse en el mercado, cubriremos el 100%

Es estas condiciones la empresa empezará la producción con el 70% de la capacidad instalada, que es 59136 de postales para el primero hasta el segundo y tercer año, el cuarto y quinto año al 75% que es de 63360 el sexto y séptimo año al 80% que es de 67584 el octavo y noveno año al 90 % que es 76032 y decimo año al 100% que es de 84480

LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO

Los factores que influyen más comúnmente en la decisión de la localización de la empresa son: medios y costos de transporte, disponibilidad y costo de mano de obra, cercanía a las fuentes de abastecimiento, cercanía al mercado, disponibilidad de materia prima, vías de acceso para la comercialización, factores ambientales, costo de terreno, servicios básicos, aspectos legales, entre otros.

Para explicar de una mejor manera la localización de nuestra planta es importante realizar una macro y micro localización.

MACROLOCALIZACIÓN

La empresa estará ubicada en el cantón Saraguro de la provincia de Loja

MACROLOCALIZACIÓN DEL PROYECTO

GRAFICO Nº 14

PROVINCIA DE LOJA



MICROLOCALIZACIÓN

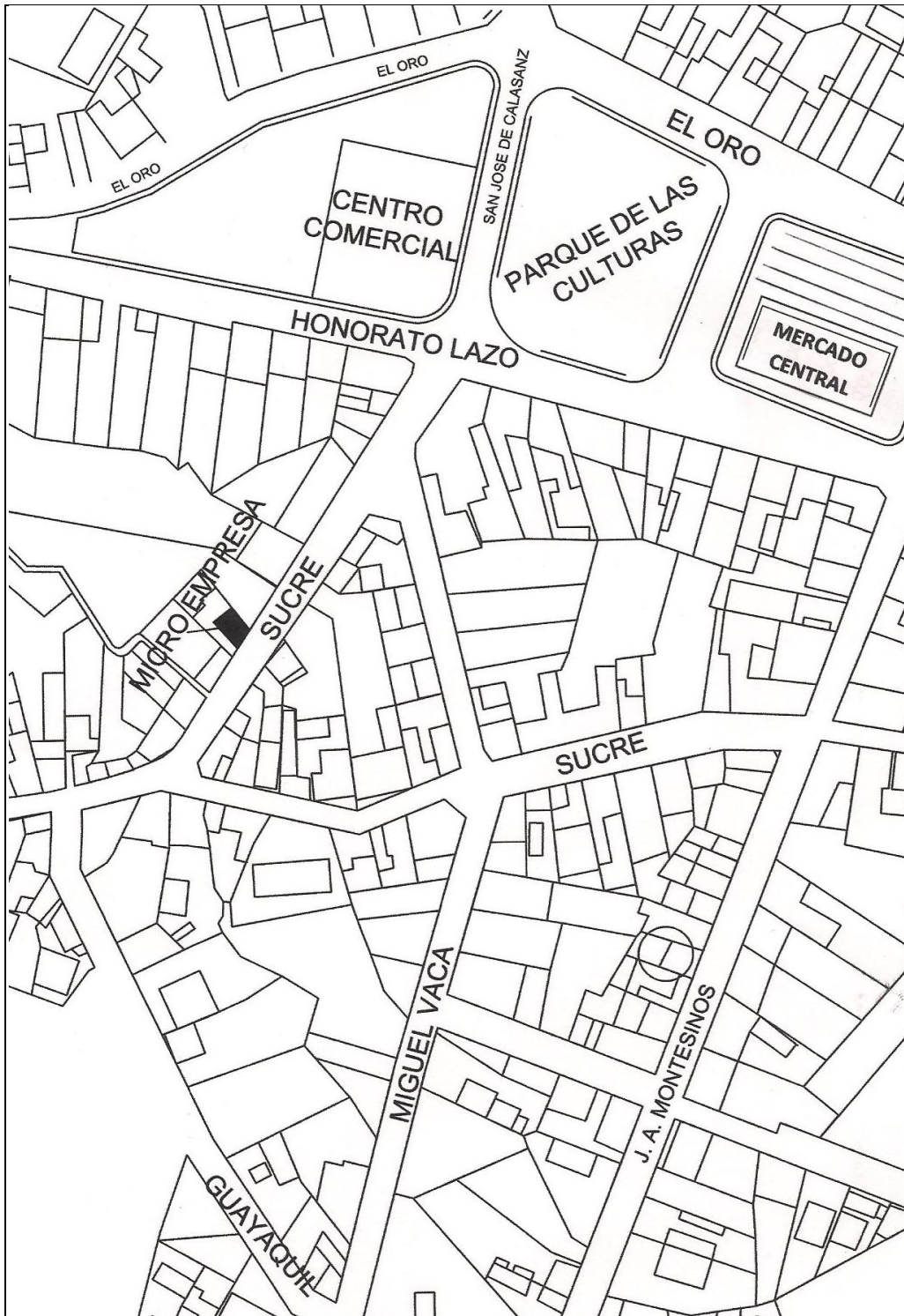
El inmueble donde funcionara la empresa estará ubicado en la calle Sucre Se tiene previsto el arrendamiento.

Se ha previsto en este sitio en vista de que se encuentra a pocos metros de los lugares más concurridos por los y las turistas que visitan Saraguro como es el Parque de las culturas y el centro comercial y tomando en cuenta que el arriendo no es muy elevado

- El abastecimiento de materias primas a utilizar se lo hará comprando a los distribuidores locales o nacionales.
- La mano de obra requerida no presenta dificultad, en función de que en el medio si existe.
- En relaciona los medios de transporte necesarios están a disposición, pues al no existir cargas grandes que recibir o despachar, el lugar permite estacionar vehículos pequeños.
- Se rentara un local que posea los servicios básicos necesarios para llevar a cabo la implementación y el funcionamiento de la planta industrial como administrativa.

GRAFICO Nº 15

MICROLOCALIZACIÓN DEL PROYECTO



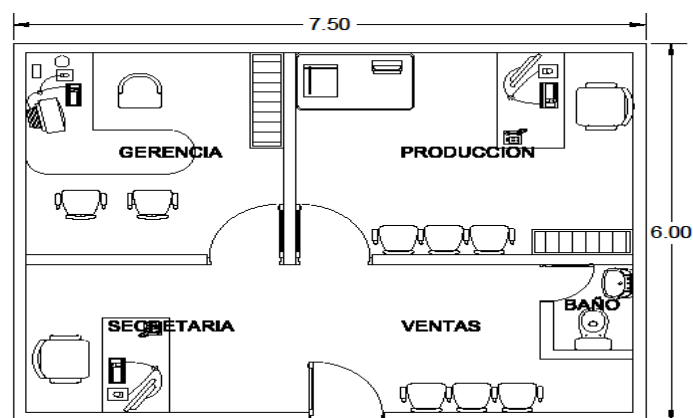
DISEÑO DE LA PLANTA

Los objetivos y principios básicos para diseñar una planta son:

1. Integración total.
2. Mínima distancia de recorrido.
3. Flexibilidad. Que pueda reajustarse fácilmente a los cambios que exija el medio.

Por lo tanto, la planta estará diseñada de tal manera que permita una adecuada atención a los clientes o turistas y el área necesaria deberá ser aproximadamente de 45m².

GRAFICO Nº 16
DISEÑO DE LA PLANTA



REQUERIMIENTO DE MATERIA PRIMA

Para cumplir el programa de producción es necesario:

MATERIA PRIMA DIRECTA

- Pliegos de cartulina plegable
- Tóner de tinta negra. (190 gr.)
- Tóner de tinta magenta. (190 gr.)
- Tóner de tinta cyan. (190 gr.)
- Tóner de tinta amarilla. (190 gr.)

MATERIA PRIMA INDIRECTA

- Memoria para la cámara digital (tarjeta de 2 gigahertz).

MOBILIARIO, EQUIPO Y MAQUINARIA

Considerando la naturaleza del proyecto y con la finalidad de restringir la inversión inicial del proyecto se contará con el siguiente mobiliario, equipo y maquinaria.

ÁREA ADMINISTRATIVA

Gerencia.

- 1 escritorio con tres gavetas.
- 1 sillón.
- 2 sillas.
- 1 estante con repisa.
- 1 teléfono con fax.
- 1 computadora.
- 1 calculadora.

Secretaria – contabilidad

- 1 escritorio con tres gavetas.
- 1 silla giratoria.
- 3 sillas.
- 1 computadora.
- 1 teléfono.

Ventas.

- 1 escritorio con tres gavetas.
- 1 silla giratoria.
- 4 sillas.
- 1 estante con repisa.
- 1 calculadora.
- 1 teléfono.

TOTAL DEL EQUIPO DEL ÁREA ADMINISTRATIVA

- 2 computadoras.
- 1 teléfono fax.
- 2 teléfonos.
- 2 calculadoras

TOTAL DEL MOBILIARIO DEL ÁREA ADMINISTRATIVA

- 3 Escritorios con tres gavetas.
- 1 sillón.
- 2 sillas giratorias.
- 9 sillas.
- 2 estantes con repisa.

AREA DE PRODUCCIÓN.**Total del equipo de producción.**

- una cámara fotográfica digital.

Total del mobiliario de producción.

- 1 mesa normal.
- 1 estación de trabajo.
- 1 silla giratoria.
- 3 sillas.
- 1 estante con repisa.

Total de la maquinaria de producción.

- 1 computadora.
- 1 impresora láser.
- 1 guillotina manual.

Es importante indicar que el área de producción estará conformada por:

Pre-Impresión.- estará establecida específicamente para el diseño, retoque fotográfico y diagramación, de la postal. Consta de:

- 1 computador INTEL. Monitor de 19" digital SVGA NI LG/SAMSUNG LCD.
- 1 computador INTEL. Monitor de 19" digital SVGA NI LG/SAMSUNG LCD.
- 1 Cámara fotográfica digital.

Impresión.- impresión a láser LED.

- 1 impresora OKIDATA Láser a colores C3200. con capacidad de impresión de 12 ppm. a color y 20 ppm. en blanco y negro. Coloca los cuatro colores en un solo paso. Es una impresora de página de LED (diodo electro luminoso)

Corte.- El trabajo de corte se lo realizará mediante una guillotina manual debido a su bajo costo.

REQUERIMIENTO DE MANO DE OBRA

MANO DE OBRA DIRECTA.

- 1 Diseñador grafico.
- 1 fotógrafo por obra cierta.

PERSONAL DE ADMINISTRACION Y VENTAS.

- 1 Gerente.
- 1 secretaria –contadora
- Vendedor

INGENIERÍA DEL PROYECTO

De la selección del proceso productivo se derivan las necesidades de equipos, espacio, obras físicas, la determinación de su distribución en planta. Define como vamos a trabajar, a producir, con que equipos con que personal, como vamos a realizar la distribución del producto, etc.








PROCESO PRODUCTIVO

El proceso a seguir en la producción de tarjetas postales será:

1. ***Acopio de información grafica que se incluirá en las postales.-***
Consiste en fotografiar los atractivos turísticos visitando los lugares en distintas fechas Se realiza con el objeto de conocer mas y tener diferentes tomas de estos parajes.
2. ***Traspaso de información.-*** como las fotografías han sido tomadas en una cámara digital, podemos pasar a la computadora con facilidad de poder escoger la mejor toma de cada lugar.

3. **Análisis y Selección de información.**-- se lo realiza para garantizar la calidad de las postales, ya que su contenido deberá caracterizarse por la belleza, atracción, importancia e información real.
4. **Digitación de los contenidos.**
5. **Corrección de los contenidos.**- Esto permite además verificar la calidad del producto.
6. **Diseño y diagramación de la postal.**
7. **Revisión de artes y selección de colores de los paisajes de las postales.**- con este paso quedan determinadas las características de las postales.
8. **Preparación del papel a ser utilizada.**
9. **Impresión de las postales.**
10. **Corte del papel mediante guillotina.**
11. **Almacenamiento**

FLUJOGRAMA DEL PROCESO PRODUCTIVO DE LA ELABORACIÓN DE 320 POSTALES DIARIAS

SIMBOLO	ACTIVIDAD	TIEMPO
	Acopio de información gráfica	50 min
	Traspaso de información	20min
	Análisis y selección de información	20 min
	Digitación de la Información	50 min
	Corrección de los contenidos	40 min
	Diseño y diagramación de la postal	40 min
	Revisión de artes y selección de colores de paisajes	40 min
	Preparación de papel	20 min
	Impresión de las postales	30 min
	Corte del papel	10 min
	Almacenamiento	365 dias Año
TOTAL		320
min		

Nota: El tiempo de las ventas no se encuentra considerado dentro del tiempo, ya que es un trabajo permanente.

ESTUDIO ADMINISTRATIVO

ORGANIZACIÓN LEGAL

En el marco legal de las empresas, existen 5 especies de compañías: la compañía en nombre colectivo, la compañía en comandita simple y dividida por acciones, la compañía de responsabilidad limitada, la compañía anónima y la compañía de economía mixta. La ley también reconoce a la compañía accidental o de cuentas en participación. Estas cinco especies de compañías constituyen personas jurídicas.

Al analizar los tipos de compañías se ha creído conveniente organizar a la empresa por el tipo de Compañía de Responsabilidad limitada, por los siguientes motivos:

El capital mínimo para su formación es de 400 dólares; el mismo que está fijado por la Superintendencia de Compañías.

Esta compañía podrá funcionar con un mínimo de tres socios y un máximo de quince.

El capital de esta compañía estará formado por las aportaciones de los socios, el cual será dividido en participaciones de acuerdo a su monto.

RAZÓN SOCIAL

La razón social de la empresa en postales turísticas del Cantón Saraguro es: “**DESTINOS POSTAL**” seguida por las siglas CIA. LTDA (compañía limitada); se constituirá mediante escritura pública, previo mandato a la Superintendencia de compañías y por la Ley de Compañías.

DOMICILIO

La empresa establecerá su domicilio en la ciudad de Saraguro, Cantón del mismo nombre, ubicado en el centro urbano en la calle Sucre

NÚMERO DE SOCIOS

La empresa estará integrada por un número de socios de tres, su responsabilidad está limitada por el monto de sus aportaciones y por cada participación tendrá derecho a un voto.

CAPITAL SOCIAL

El capital de la compañía tendrá un monto de 11650,56 dólares, el mismo que estará conformado por aportaciones de los socios y establecido de la siguiente manera. Los socios estarán conformados por dos familiares y mi persona.

Socio 1 = 3883.52

Socio 2 = 3883.52

Socio 3 = 3883.52

DURACIÓN

La empresa permanecerá en el mercado por 10 años.

ESTRUCTURA ORGANIZATIVA

Para un conveniente y mejor desarrollo de las actividades de la empresa se estima necesario establecer los siguientes niveles administrativos:

NIVEL LEGISLATIVO.- está conformado por La Junta General de Socios

NIVEL EJECUTIVO.- está representado por el Gerente, el mismo que será nombrado por la Junta General de Socios.

NIVEL ASESOR.- Lo conforma el profesional del Área Jurídica

NIVEL AUXILIAR.- Este nivel se encuentra conformado por la secretaria.

NIVEL OPERATIVO.- Lo conforman las personas que están ubicadas o que tienen relación directa con el proceso productivo;

A continuación se detalla la estructura administrativa que posee la empresa mediante los organigramas: estructural, funcional y de posición.

GRAFICO Nº 17

EMPRESA PRODUCTORA DE TARJETAS POSTALES DEL CANTÓN SARAGURO "SARAGURO DESTINO POSTAL CIA LDA."

ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL

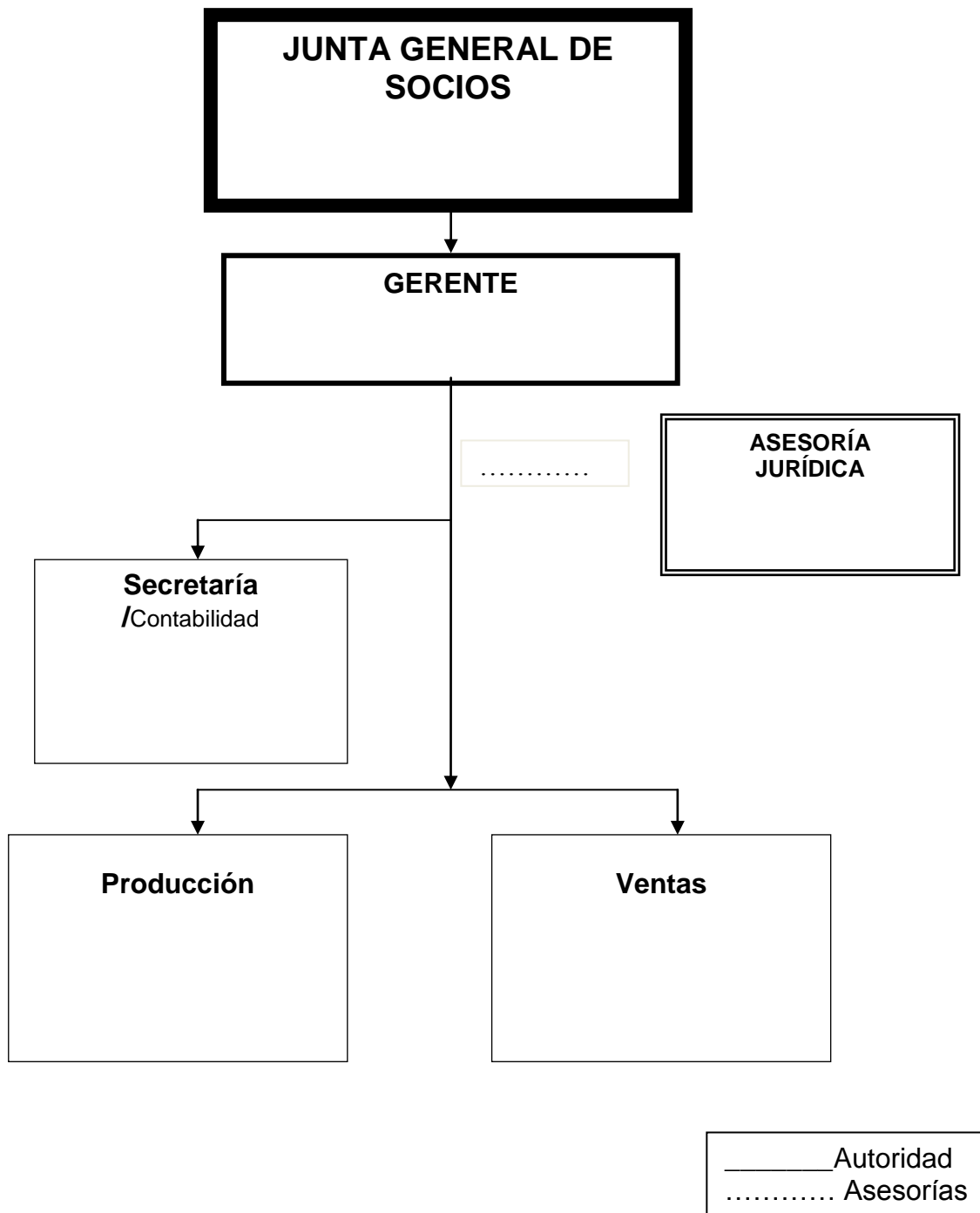


GRAFICO Nº 18

EMPRESA PRODUCTORA DE TARJETAS POSTALES DEL CANTÓN SARAGURO "SARAGURO DESTINO POSTAL CIA LDA."

ORGANIGRAMA FUNCIONAL

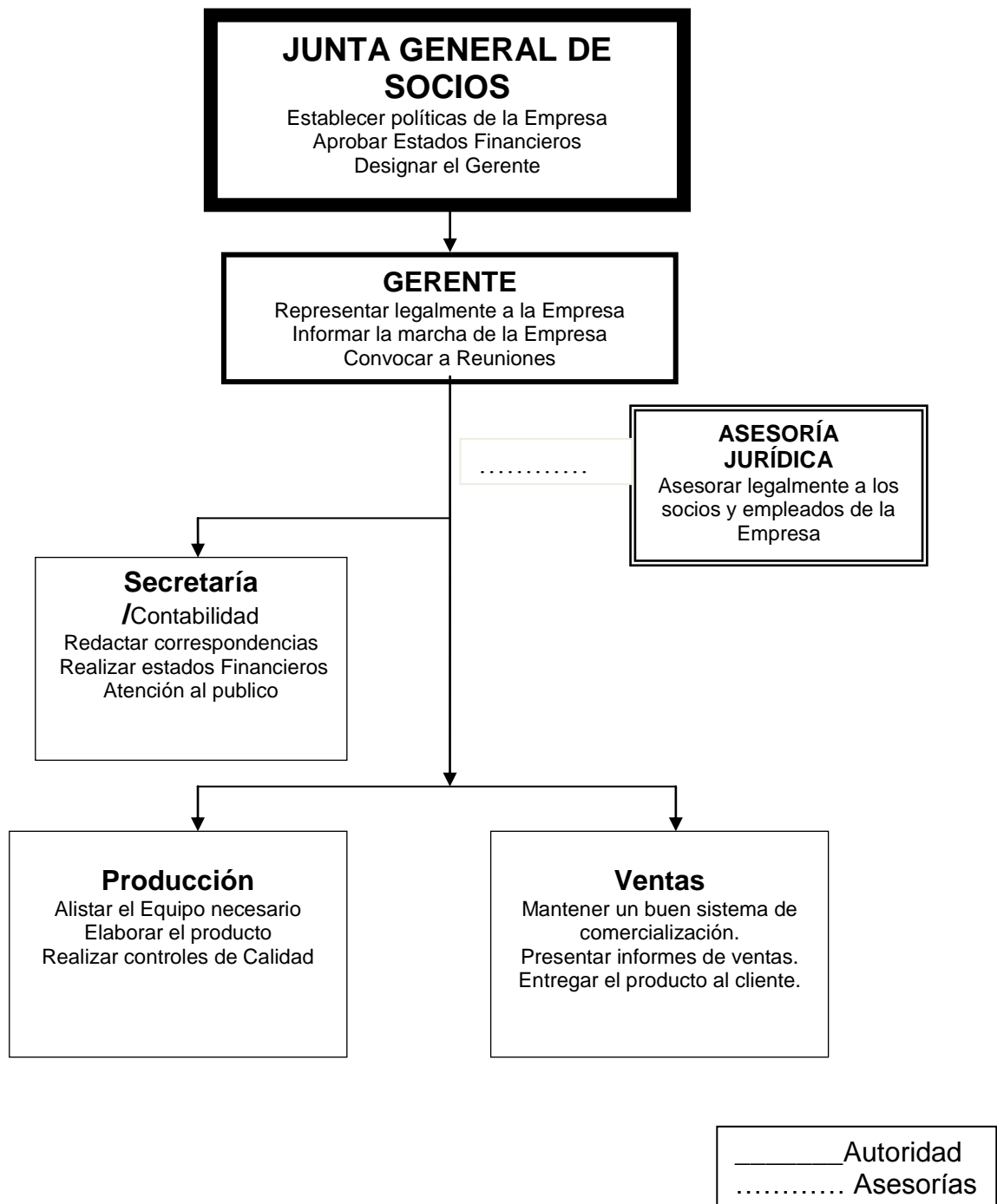
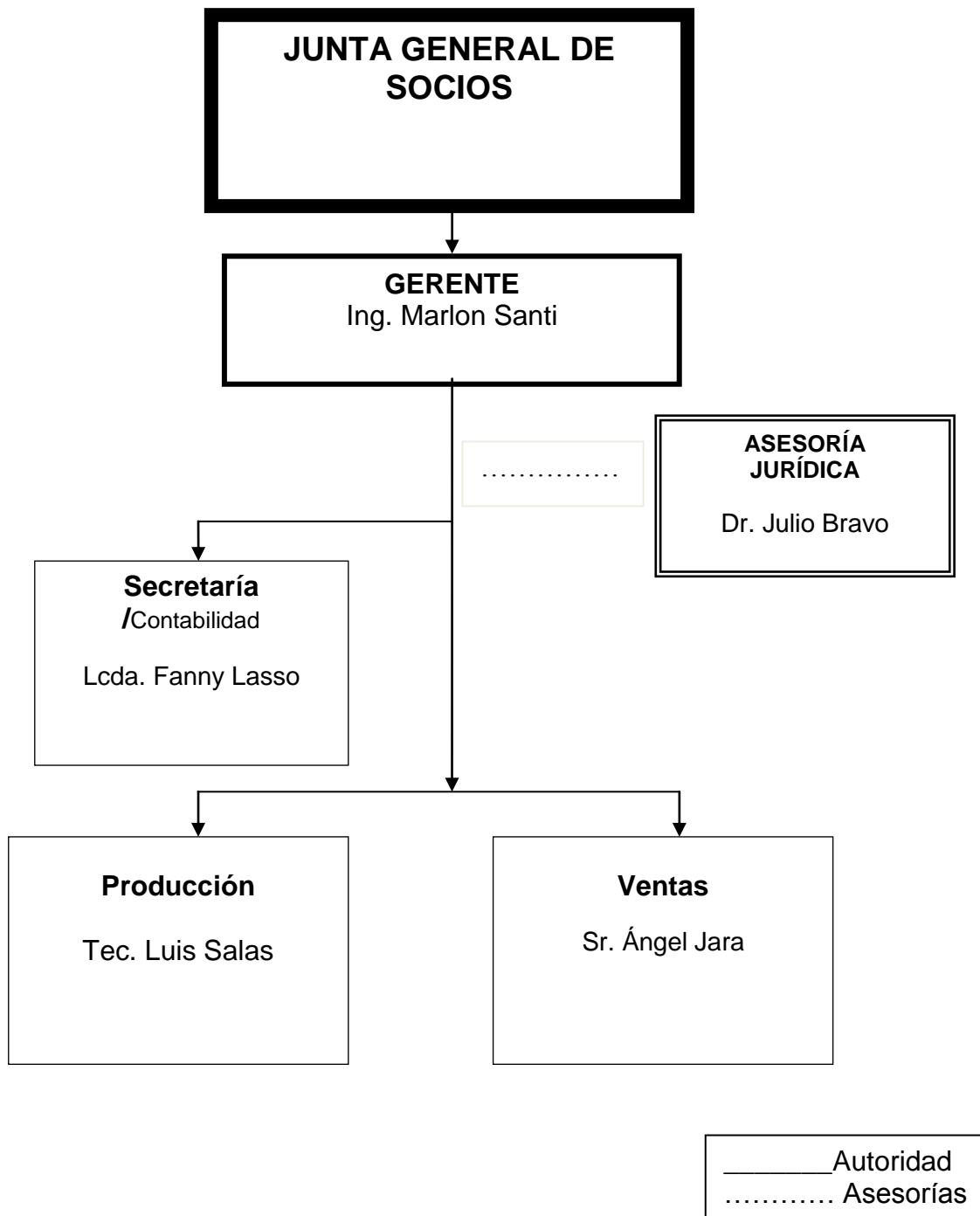


GRAFICO Nº 18

EMPRESA PRODUCTORA DE TARJETAS POSTALES DEL CANTÓN SARAGURO "SARAGURO DESTINO POSTAL CIA LDA."

ORGANIGRAMA POSICIONAL



ORGANIZACIÓN ADMINISTRATIVA

Al referirnos a la organización de la empresa se debe analizar los siguientes factores: autoridad, delegación, responsabilidad y el manual de funciones.

- 1. AUTORIDAD.-** está a cargo del Gerente quien tendrá la suficiente autoridad para hacer cumplir las tareas y funciones orientadas hacia la consecución de los objetivos de la empresa.
- 2. DELEGACION.-** el Gerente hará la delegación de funciones con el fin de racionalizar la estructura administrativa y dar fluidez a los procesos.
- 3. RESPONSABILIDAD.-** el personal será responsables por las diferentes tareas y funciones encomendadas.
- 4. MANUAL DE FUNCIONES.-** Todos quienes integran el recurso humano de la empresa deben conocer del trabajo de la misma y del suyo, de esto dependerá en gran parte la productividad de la organización.

Seguidamente se expone el manual de funciones para la respectiva empresa:

**EMPRESA PRODUCTORA DE TARJETAS POSTALES DEL CANTÓN
SARAGURO “SARAGURO DESTINO POSTAL CÍA. LTDA”**

CÓDIGO: 01

TÍTULO DEL PUESTO: Gerente

DEPENDENDE: Junta General de Socios

NATURALEZA DEL PUESTO:

- Planificar, organizar, ejecutar, dirigir y controlar todas las actividades de la empresa.

FUNCIONES:

- Ejercer la presentación legal (judicial y extrajudicial) de la empresa.
- Diseñar, implementar y mantener procedimientos de compras de materia prima.
- Nombrar y controlar el personal, cumpliendo con los requisitos del caso.
- Organizar cursos de capacitación.
- Presentar a la Junta General de Socios programas de producción, propuestas, pronósticos de ventas y más documentos para su aprobación.
- Informar a los socios sobre la marcha de la empresa.
- Convocar a reuniones para coordinar actividades de la empresa.

CARACTERÍSTICAS DE CLASE:

- Supervisar, controlar y coordinar las actividades del personal bajo su mando, y de la empresa en general.
- Actuar con dependencia profesional usando su criterio para la solución de los problemas inherentes al cargo.

REQUISITOS MÍNIMOS:

- **Educación :**
Formación Profesional. Título de Ingeniero Comercial.
- **Experiencia:**
Dos años en funciones similares.

**EMPRESA PRODUCTORA DE TARJETAS POSTALES DEL CANTÓN
SARAGURO “SARAGURO DESTINO POSTAL CÍA. LTDA”**

CÓDIGO: 02

TÍTULO DEL PUESTO: Asesor Jurídico

DEPENDENDE: Gerente General.

NATURALEZA DEL PUESTO:

- Interviene en los asuntos legales de la empresa, su ámbito de acción es aconsejar, más no intervenir y tiene el carácter de ocasional.

FUNCIONES:

- Asesorar a la empresa y sus funcionarios sobre asuntos de carácter jurídico en forma temporal.
- Representar junto con el Gerente el aspecto judicial y extrajudicial de la empresa.
- Presentar proyectos de reformas legales de la empresa.
- Participar en sesiones de La Junta General de Socios.

CARACTERÍSTICAS DE CLASE:

- Se caracteriza por mantener autoridad funcional más no de mando en razón de que aconseja y recomienda pero no toma decisiones y su participación es eventual.

REQUISITOS MÍNIMOS:

- **Educación:**
Formación Profesional. Poseer Título de Abogado.
- **Experiencia:**
Tres años en funciones similares.

**EMPRESA PRODUCTORA DE TARJETAS POSTALES DEL CANTÓN
SARAGURO “SARAGURO DESTINO POSTAL CÍA. LTDA”**

CÓDIGO: 03

TÍTULO DEL PUESTO: Secretaria-Contadora.

DEPENDENDE: Gerente General.

NATURALEZA DE TRABAJO:

- Realizar labores de secretaria y asistencia al gerente general.

FUNCIONES:

- Redactar todo tipo de correspondencias.
- Atender al público que solicite información y concertar entrevistas al gerente.
- Llevar la contabilidad de la empresa.
- Revisar y firmar los egresos de la empresa.
- Controlar la asistencia del personal.
- Mantener en orden los archivos y documentos.
- Elaborar los estados financieros en cada periodo económico.
- Elaborar roles de pago.
- Elaborar cheques para el pago del personal.
- Atender las correspondencias enviadas.
- Asistir y tomar nota de las reuniones de la Junta General de Socios.

CARACTERÍSTICAS DE CLASE:

- Responsabilidad en el desarrollo de las funciones, ya que el puesto requiere de eficiencia, exactitud y destreza.

REQUISITOS MÍNIMOS:

▪ **Educación:**

Formación profesional. Poseer título de licenciada en contabilidad y tener cursos aprobados en relaciones humanas.

▪ **Experiencia:**

Dos años en funciones similares.

**EMPRESA PRODUCTORA DE TARJETAS POSTALES DEL CANTÓN
SARAGURO “SARAGURO DESTINO POSTAL CÍA. LTDA”**

CÓDIGO: 04

TÍTULO DEL PUESTO: Producción

DEPENDENDE: Gerente General.

NATURALEZA DE TRABAJO:

- Planificar y organizar en lo concerniente al área de producción. (elaboración de postales)

FUNCIONES:

- Alistar el equipo necesario para la producción.
- Realizar actividades de preparación de materia prima, elaboración y almacenamiento del producto terminado.
- Emitir informes periódicos al gerente sobre la producción.
- Presentar informes sobre los requerimientos del área.
- Controlar las salidas del producto.
- Asesorar a los socios sobre los asuntos de producción.
- Cumplir con su responsabilidad y horario de trabajo.

CARACTERÍSTICAS DE CLASE:

- Responsabilidad para el cumplimiento de las labores de: control de la existencia de materia prima, elaboración del producto, mantenimiento de los equipos y almacenamiento del producto final.

REQUISITOS MÍNIMOS:

- **Educación:**
Formación profesional. Tec. En diseño gráfico.
- **Experiencia:**
Dos años en funciones similares

**EMPRESA PRODUCTORA DE TARJETAS POSTALES DEL CANTÓN
SARAGURO “SARAGURO DESTINO POSTAL CÍA. LTDA”**

CÓDIGO: 05

TÍTULO DEL PUESTO: Ventas

DEPENDENDE: Gerente General.

NATURALEZA DE TRABAJO:

- Cumplir con las políticas de venta de la empresa.

FUNCIONES:

- Atender personalmente al público en el área de ventas.
- Reportar acerca de las actividades realizadas.
- Brindar una excelente atención a los clientes.
- Entregar los pedidos que tenga la empresa.

CARACTERÍSTICAS DE CLASE:

- Se caracteriza por su responsabilidad, honorabilidad y conocimiento en el área de comercialización.

REQUISITOS MÍNIMOS:

- **Educación:**
Bachiller en marketing.
- **Experiencia:**
Un año en ventas.

ESTUDIO FINANCIERO

INVERSIONES

La realización de un proyecto implica la asignación de recursos para la obtención de determinados bienes y servicios con la expectativa de obtener un rendimiento en el futuro. Para ello la empresa considera lo siguiente: activos fijos, activos diferidos y activos circulares o capital de trabajo.

Para la implementación de la microempresa productora de tarjetas postales de los lugares turísticos del cantón Saraguro se debe considerar lo siguiente.

ACTIVOS FIJOS

En este caso como activos fijos tenemos: maquinaria y equipo, muebles y enseres, equipo de oficina, el equipo de informática, y redes e instalaciones.

MAQUINARIA Y EQUIPO.- La maquinaria y equipo a utilizarse para la elaboración de las postales tiene un costo de \$ 2156.40. El mismo que servirá para el área de producción.

La empresa tomará en arriendo un local, el mismo que será apto para el funcionamiento de esta entidad y estará ubicado en un lugar estratégico.

El costo del arriendo es de \$ 100,00 mensuales que multiplicado por los doce meses da \$ 1200,00 anuales. Cuadro No. 55

CUADRO N° 31**PRESUPUESTO DE MAQUINARIA Y EQUIPO**

Descripción	Cantidad	Precio unitario	Valor total
Computadora Intel	1	1226.40	1226.40
Cámara fotográfica digital	1	330.00	330.00
Impresora Láser a colores OKIDATA	1	560.00	560.00
Guillotina manual	1	40.00	40.00
TOTAL			2156.40

Fuente: centros comerciales de la Ciudad de Saraguro.

Elaboración: Autor de la tesis.

MUEBLES Y ENSERES.- El valor total de los muebles y enseres de la empresa será de \$3302.00 los cuales se detallan a continuación.

CUADRO N° 32**PRESUPUESTO DE MUEBLES Y ENSERES**

Descripción	Cantidad	Precio unitario \$	Valor total \$
Escritorio con tres gavetas	3	270,00	810,00
Estación de trabajo(tablero 25mm posformado) porta teclado y C.P.U.	1	398,00	398,00
Estante con repisa (sistema camello.)	3	298,00	894,00
Sillón	1	280,00	280,00
Sillas giratoria	2	100,00	200,00
Sillas censa	12	50,00	600,00
Mesa normal	1	120,00	120,00
TOTAL			3302,00

Fuente: Almacenes de la ciudad de Loja.

Elaboración: Autor de la tesis.

EQUIPO DE OFICINA.- La empresa utilizará el siguiente equipo de oficina, Básico para el área administrativa. El valor es de 477.00

CUADRO N° 33
PRESUPUESTO DE EQUIPO DE OFICINA

Descripción	Cantidad	Precio unitario \$	Valor total \$
Sumadoras(Calculadoras)	2	56.00	112.00
Teléfono	2	75.00	150.00
Teléfono-fax	1	215.00	215.00
TOTAL			477.00

Fuente: Almacenes de la ciudad de Loja.

Elaboración: Autor de la tesis.

EQUIPO DE COMPUTACIÓN.- La microempresa comprara dos computadoras por un valor de \$ 1200.00.

Para poder determinar el valor total del equipo de oficina se sumará adicionalmente el valor del equipo de informática es decir
(477.00+1200.00) = \$ 1677.00

CUADRO N° 34
PRESUPUESTO DE EQUIPO DE COMPUTACIÓN

Descripción	Cantidad	Precio unitario \$	Valor total \$
Computadora	2	600.00	1200.00
TOTAL			1200.00

Fuente: Almacenes de la Ciudad de Loja.

Elaboración: autor de la tesis.

REDES E INSTALACIONES: La microempresa comprará una línea telefónica por un valor de \$150,00; el mismo que se utilizará en el área administrativa.

NOTA: Los bienes e instalaciones son activos no depreciables.

**CUADRO N° 35
PRESUPUESTO DE REDES E INSTALACIONES
(Línea telefónica)**

Descripción	Cantidad	Precio unitario \$	Valor total \$
Línea Telefónica	1	150.00	150.00
TOTAL			150.00

Fuente: Empresa Telefónica (CNT)

Elaboración: Autor de Tesis.

IMPREVISTOS.- Con la finalidad de prevenir errores, al elaborar este presupuesto, se tomará el 2% del presupuesto total de los activos fijos como imprevistos la cantidad de $(7285,40 * \text{el } 2\%) = 145,71 = 7431,11$

**CUADRO N° 36
RESUMEN DE ACTIVOS FIJOS**

DESCRIPCION	VALOR TOTAL \$
Maquinaria y equipo	2156,40
Muebles y enseres	3302,00
Equipo de oficina e informática	1677,00
Redes e instalaciones (línea telefónica)	150,00
Imprevistos 2 %	145,71
TOTAL	7431,11

Fuente: cuadros N° 31,32, 33, 34 y 35

Elaboración: Autor de la tesis.

DEPRECIACION DE ACTIVOS FIJOS

Depreciación.- Es la disminución del valor o precio de un activo fijo por el uso.

Para calcular las depreciaciones de los activos fijos se utiliza la siguiente fórmula:

$$DEP = \frac{VA - VD}{VU}$$

Donde: Dep = depreciación

VA = Valor del activo

VD = Valor depreciable

VU = Vida útil

DEPRECIACION DE MAQUINARIA Y EQUIPO

Para realizar la depreciación de maquinaria y equipo se toma como base la vida útil del bien depreciable (5 años) su valor es de \$ 2156.40, el valor depreciable es del 10% anual.

Utilizando la fórmula:

$$DEP = \frac{VA - VD}{VU}$$

$$DEP = \frac{2156.40 - 10\%}{5 \text{ años}}$$

$$DEP = \frac{2156.40 - 215.64}{5 \text{ años}}$$

$$DEP = \frac{1940.76}{5 \text{ años}}$$

$$DEP = 388.15 \text{ dolares.}$$

DEPRECIACION DE MUEBLES Y ENSERES

Para depreciar los muebles y enseres se toma en cuenta la vida útil de los bienes que es de 10 años, con un valor depreciable del 10% anual, cuyo valor del activo es de \$3302.00.

Utilizando la formula:

$$DEP = \frac{VA - VD}{VU}$$

$$DEP = \frac{3302.00 - 10\%}{10años}$$

$$DEP = \frac{3302.00 - 330,2}{10años}$$

$$DEP = \frac{2971,80}{10años}$$

$$DEP = 297,18dolares.$$

DEPRECIACION DE EQUIPO DE OFICINA

Para depreciar el equipo de oficina se toma como referencia la vida útil que tiene estos equipos que es de 10 años, su valor depreciable es de 10% anual, y su valor es de \$ 477.00

Utilizando la fórmula:

$$DEP = \frac{VA - VD}{VU}$$

$$DEP = \frac{477.00 - 10\%}{10años}$$

$$DEP = \frac{477.00 - 47.7}{10años}$$

$$DEP = \frac{429.3}{10años}$$

$$DEP = 42.93.dolares.$$

DEPRECIACION DE EQUIPO DE COMPUTACIÓN

La vida útil del equipo de informática es de 3 años, su valor depreciable es del 10% anual, el valor del equipo es de \$ 1200.00

Utilizando la formula:

$$DEP = \frac{VA - VD}{VU}$$

$$DEP = \frac{1200.00 - 10\%}{3 \text{ años}}$$

$$DEP = \frac{1200.00 - 120.00}{3 \text{ años}}$$

$$DEP = \frac{1080.00}{3 \text{ años}}$$

$$DEP = 360.00 \text{ dolares.}$$

CUADRO Nº 37

RESUMEN DE DEPRECIACIÓN DE ACTIVOS FIJOS

ACTIVOS FIJOS	VALOR	VALOR DEPRECIABLE	VIDA UTIL	DEPRECIACION
Maquinaria y equipo	2156.40	10 %	5 años	388,15
Muebles y enseres	2236.00	10 %	10 años	297,18
Equipo de oficina	477.00	10 %	10 años	42,93
Equipo de informática	1200.00	10 %	3 años	360,00

Fuente: cuadros Nº 31, 32, 33 y 34.

Elaboración: Autor de la tesis.

ACTIVOS DIFERIDOS

Constituyen los gastos de organización y puesta en marcha de la empresa, entre los principales tenemos: gastos por investigación y diseño preliminar, elaboración del proyecto, organización legal y jurídica, licencia e imprevistos.

GASTOS POR INVESTIGACIÓN Y DISEÑO PRELIMINAR.

Tiene un valor de \$100.00 las cuales se utilizaran antes de la elaboración del proyecto.

ELABORACION DEL PROYECTO

Comprende todos los gastos para la elaboración del proyecto de factibilidad para para la implementación de una microempresa productora de tarjetas postales y su comercialización a los turistas nacionales e internacionales que visitan el cantón Saraguro su valor es de \$ 1200.00

ORGANIZACIÓN LEGAL Y JURIDICA

Los gastos para la constitución legal y jurídica de la empresa, para lo cual estimamos un valor de \$ 300.00

PATENTES Y LICENCIAS

Son los gastos de inscripción del nuevo producto, así al Municipio de Saraguro se pagará \$ 56.63 anuales por este concepto.

Este valor lo obtenemos según la tabla para el cálculo de la patente mensual y anual y activos totales.

- para calcular el impuesto a la patente municipal se toma como base el capital de operación o el capital de trabajo calculado para un mes

(cuadro N° 56) la cantidad de 2529,69 a este valor se lo multiplica por 0.15 % ($2529.69 \times 0.0015 = 3,79$) Obteniendo \$ 3.79 por mes y para obtener el valor anual se multiplica por 12 meses ($3.79 \times 12 = 45.48$), Es decir el impuesto a la patente municipal que se debe cancelar anualmente es de \$ 45.48

- Y para calcular el impuesto a los activos totales (activos fijos) se toma como base 1.5 X 1000. en este caso empresa cuenta con la cantidad de \$ 7431.11 en activos fijos cuadro No.36, pero para calcular el 1.5 X 1000 se realiza mediante regla de tres:

$$\begin{array}{l} 1.5 \rightarrow 1000 \\ X \rightarrow 7431.11 \end{array}$$

$$X = \frac{1.5 \times 7431.11}{1000}$$

$$X = \frac{11146.67}{1000}$$

$$X = \$11.15$$

Es decir que el impuesto a los activos totales que se debe pagar al municipio de Saraguro es de \$ 11.15.

Por último se suma los impuestos a la patente municipal y de los activos totales ($45.48 + 11.15$) = \$56.63

IMPREVISTOS

Se tomará el 2% del total de los activos diferidos que constan en el siguiente cuadro. ($1656,63 \times 2\%$). El valor del imprevisto es de \$ 33.13

CUADRO N° 38

INVERSIONES EN ACTIVOS DIFERIDOS	
ACTIVOS DIFERIDOS	VALOR TOTAL
Investigación y Diseño preliminar	100,00
Elaboración del proyecto	1200,00
Organización Legal y Jurídica	300,00
Patente y Licencias	56,63
	1656,63
Imprevistos 2%	33,13
TOTAL	1689,76

Fuente: Municipio de Saraguro

Elaboración: Autor de Tesis.

AMORTIZACION DE ACTIVOS DIFERIDOS

AMORTIZACION.- Solo se aplica a los activos diferidos o intangibles. Amortización significa el cargo anual que se hace para recuperar esa inversión.

Para determinar el valor que tendrá cada año por concepto de amortización de activos diferidos se divide el total de los mismos \$ 1689.76 (cuadro N° 38), para 10 años de vida útil del proyecto; dando un valor anual de \$ 168,98 dólares.

ACTIVOS CIRCULANTES O CAPITAL DE TRABAJO

Se origina y efectiviza con la puesta en marcha o funcionamiento del proyecto, comprende los recursos necesarios en forma de activos corrientes para la operación del proyecto durante el ciclo productivo.

COSTO PRIMO

MATERIA PRIMA DIRECTA.- Son los insumos que forman aparte del producto elaborado, para este proyecto la materia prima directa será:

Tinta de diferentes colores:

- Tinta Negra – Toner de 190 gr.
- Tinta Magenta – Toner de 190 gr.
- Tinta Cyan – Toner de 190 gr.
- Tinta Amarilla – Toner de 190 gr.

Cartulina plegable:

- Pliegos de cartulina plegable de 70 x100 cm.

CALCULO DE LA MATERIA PRIMA DIRECTA.

TINTAS.- Estos insumos se colocan en la impresora en conjunto los cuatro colores (negra, magenta, cyan y amarilla). La tinta de cada color se lo adquiere en un Toner de 190 gr.

Para calcular la tinta necesaria para producir 98920(D Pro) postales para el primer año de vida útil del proyecto se realiza de la siguiente manera:

4 toners o 760gr., de tinta de todos los colores (negra 190gr., magenta 190gr., cyan 190gr., y amarilla 190gr.) alcanza para imprimir 3000 hojas del tamaño A4. Es decir que de una sola pasada la impresora láser coloca los 4 colores. Pero hay que tomar en cuenta que las postales llevan la impresión al reverso pero este es de un solo color (negra). Entonces se requiere de 1 toner de tinta negra adicional para imprimir las 3000 hojas del tamaño A4.,

El mismo procedimiento se realiza para obtener la materia prima directa para cada año de vida útil del proyecto.

Nota: Para calcular el costo (precio) de la materia prima directa para cada año se proyectó el precio de los mismos según la tasa de inflación anual del 2010 que fue de 3.33 %. Dato consultado (Banco Central del Ecuador). Este cálculo consta en los Anexos.

CUADRO N° 40
COSTO DE LA MPD NECESARIA PARA EL AÑO 1

Descripción	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Tinta (4 colores)			
Tinta negra	33	38,00	1254,00
Tinta magenta	16	38,00	608,00
Tinta cyan	16	38,00	608,00
Tinta amarilla	16	38,00	608,00
Subtotal			3078,00
Cartulina plegable			
Cartulina plegable	5496	0,30	1648,80
Subtotal			1696,80
TOTAL			4726,80

Fuente: Técnico en diseño gráfico.

Elaboración: Autor de la tesis.

CUADRO N° 41
PRESUPUESTO DE MATERIA PRIMA DIRECTA

Años	Valor anual
1	4726,80
2	5433.19
3	5876.40
4	6347.22
5	6845.44
6	7373.10
7	7941.74
8	8534.09
9	9162.38
10	9046.97

Fuente: Anexo 3.

Elaboración: Autor de la tesis.

CUADRO N° 42
PRODUCCIÓN ANUAL DE TARJETAS POSTALES SEGÚN LOS
ATRATIVOS

ATRATIVOS TURÍSTICOS	% pref.	PRODUCCION ANUAL DE POSTALES
		Año 1
Baño del Inca	23,31	24252
Laguna de Chinchilla	15,04	15648
Cerro de Arcos	12,33	12828
Taita Puglla	10,84	11278
León Dormido	9,62	10009
Inka Pirka	9,62	10009
Washapamba	6,91	7189
Laguna de Condorshillu	6,91	7189
Wilka Marka	5,42	5639
TOTAL	100	104040

Fuente: cuadro N° 8 y 21.

Elaboración: Autor de la tesis.

Para conocer la cantidad de tarjetas postales que se elaborarán en el primer año. Se toma la cantidad de producción para el año 1 (cuadro N°. 21) y se extrae el porcentaje de preferencia que tenga cada atractivo turístico (cuadro N°. 8). Y se procede de la siguiente manera:

Producción del año uno 104040; porcentaje de preferencia del baño del Inka 23.31 % por lo que se debe multiplicar $104040 \times 23.31\% = 24252$ postales de el mencionado lugar turístico.

El mismo procedimiento se lo realiza con los demás atractivos turísticos y este proceso se efectúa para cada año de vida útil del proyecto.

MANO DE OBRA DIRECTA.- La mano de obra directa es la encargada de transformar la materia prima en productos terminados. Para el presente proyecto la mano de obra directa constituye un diseñador grafico.

CUADRO N° 43
PRESUPUESTO DE MANO DE OBRA DIRECTA
AL AÑO

Cargo	R.M. U	11,15	Pago men.	Pago anual	Deci	Deci Terc.	Total anual
		A.P.			Cuar		
Diseñador grafico	292	32,56	324,56	3894,70	292	324,56	4511,26
							4511,26

Fuente: Registro Oficial 2010

Elaboración: Autor de la tesis.

COSTOS DE FABRICACIÓN

MATERIA PRIMA INDIRECTA.- Es la parte auxiliar que se requiere para la realización del producto. En este caso consta la memoria de la cámara digital o tarjeta de 2 gigaherz, la capacidad de almacenamiento de este es de 350 a 500 fotos. Se considera conveniente una tarjeta de 2 gigaherz por año.

CUADRO N° 44

PRESUPUESTO DE MATERIA PRIMA INDIRECTA

Descripción	Valor anual \$
Tarjeta o memoria de 2 gigaherz	120.00
TOTAL	120.00

Fuente: Centros fotográficos de la Ciudad de Saraguro.

Elaboración: Autor de la tesis.

MANO DE OBRA INDIRECTA.- Este rubro es importante hacer constar en este proyecto, pero este no interviene directamente en la producción. Para el caso la mano de obra indirecta será un fotógrafo, el mismo que será contratado por obra cierta. Es decir que la empresa contratara al fotógrafo 4 veces al año (trimestral) para que las fotografíe todos los lugares turísticos señalados del cantón Saraguro. El tiempo de demora de la persona contratada en fotografiar esos lugares tardará aproximadamente 6 días y por cada trabajo completo se le pagara \$ 300.00. Es decir que al año recibirá \$ 1200.00 por esta labor; ya que son 4 trabajos al año.

CUADRO N° 45

PRESUPUESTO DE MANO DE OBRA INDIRECTA

Concepto	Valor trimestral	Valor anual \$
Fotógrafo	300.00	1200.00
TOTAL		1200.00

Fuente: Registro oficial.

Elaboración: Autor de la tesis.

MANTENIMIENTO DE MAQUINARIA Y EQUIPO.- El mantenimiento que se le dará a la maquinaria y equipo será mensualmente. El costo del mantenimiento mensual es de \$ 35.00 consultado a un técnico en sistemas. Y diseño gráfico.

CUADRO Nº 46

PRESUPUESTO DE MANTENIMIENTO DE MAQUINARIA Y EQUIPO

Descripción	Valor mensual \$	Valor anual \$
Mantenimiento de maquinaria y equipo	35.00	420.00
TOTAL		420.00

Fuente: Técnico en diseño gráfico.

Elaboración: Autor de la tesis.

ENERGIA ELECTRICA.- Este rubro se calcula de acuerdo al consumo (por kilovatio) que tendrá la maquinaria. El valor de cada kilovatio según la tarifa comercial es de 0.12 centavos de dólar, precio establecido por parte de la Empresa Eléctrica Regional del Sur S.A.

Se ha estimado una cantidad promedio de 15 kilovatios diarios tanto para el área de producción, administración y ventas.

CUADRO Nº 47

PRESUPUESTO DE ENERGÍA ELÉCTRICA

Descripción	Kilovatios diarios	Kilovatios al mes (22 días laborables)	Costo del kilovatio	Valor mensual \$	Valor anual \$
Consumo de energía eléctrica	15	330	0.12	39.60	475.20
TOTAL					475.20

Fuente: Empresa Eléctrica Regional del Sur S.A. (EERSA)

Elaboración: Autor de la tesis.

COSTOS DE OPERACIÓN

GASTOS ADMINISTRATIVOS

SUELDOS ADMINISTRATIVOS.- En el presente proyecto se contratará al siguiente personal administrativo: un gerente, una secretaria-contadora-ventas.

Al determinar los sueldos básicos que la empresa pagará se tomó como referencia la tabla salarial establecida en el registro oficial del 2010. Y con lo cual se procedió a realizar un rol de pagos con el 11.15% aporte al IESS.

CUADRO Nº 48

PRESUPUESTO DE SUELDOS AL PERSONAL ADMINISTRATIVO

Cargo	R.M.U	11,15	Pago men.	Pago anual	Deci	Deci Terc.	Total anual
		A.P.			Cuar		
Gerente	424	47,28	471,28	5655,31	292	471,28	6418,59
Secretaria/contadora	344	38,36	382,36	4588,27	292	382,36	5262,63
Ventas	320	35,68	355,68	4268,16	292	355,68	4915,84
							16597,06

Fuente: Registro Oficial 2010

Elaboración: Autor de la tesis.

SUMINISTROS DE OFICINA.- Son los gastos por concepto de adquisición de papel, esferográficos, lápices, archivadora, grapadora, etc., que ayudan en el desarrollo diario de las actividades de la empresa, para el presente proyecto se estima un valor de \$ 54.20 dólares para el primer año. Los valores de cada suministro de oficina se los obtuvo de Gráficas Santiago.

Para realizar este presupuesto se multiplica la cantidad de suministros necesarios por su valor unitario y obtiene su valor total, ejemplo: 6 esferos por \$ 0.25 (valor unitario) = 1.50 dólares (valor total); el mismo procedimiento

se lo realiza para determinar el valor total que tiene cada suministro de oficina.

CUADRO N° 49

PRESUPUESTO DE SUMINISTRO DE OFICINA

Resma de papel bon	1	5,90	5,90
Esferos	6	0,25	1,50
Lápices	2	0,25	0,50
Tinta de impresión	1	38,00	38,00
Borradores	2	0,20	0,40
Cajas de grapas	1	0,50	0,50
Perforadora	1	3,00	3,00
Grapadora	1	2,50	2,50
Archivadora	1	1,90	1,90
TOTAL			54,20

Fuente: Gráficas Santiago.

Elaboración: Autor de la tesis

CONSUMO TELEFÓNICO.- Constituye el consumo del área administrativa, para determinar su valor se ha tomado en cuenta la base mensual de PACIFICTEL que la ha fijado en \$ 12,40 dólares y este consumo base será para el resto de los meses por ello el consumo base se lo multiplica por doce (12,40 x 12) dando un valor total de \$ 148,80 dólares por pagar el primer año.

CUADRO N° 50

PRESUPUESTO DE CONSUMO TELEFÓNICO

DESCRIPCION	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Consumo telefónico	12.40	148.80
TOTAL		148.80

Fuente: PACIFICTEL, CNT Sucursal Saraguro.

Elaboración: Autor de la tesis

ÚTILES DE ASEO.- Los útiles de aseo con los que contará la empresa son: escobas, trapeadores, desinfectantes, recogedores y fundas de basura.

El precio de diferentes útiles de aseo se los obtuvo de diferentes almacenes de la Ciudad de Loja, para realizar el presupuesto se multiplica la cantidad requerida al año por su precio unitario y luego se suma los totales, como se muestra en el siguiente cuadro.

CUADRO Nº 51
PRESUPUESTO DE ÚTILES DE ASEO

DESCRIPCION	CANTIDAD ANUAL \$	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL \$
Escobas	1	2,50	2,50
Trapeadores	1	3,00	3,00
Desinfectante (Litro)	1	1,50	1,50
Recogedores	1	1,00	1,00
Fundas de basura (100 unidades)	1	2,50	2,50
TOTAL			10,50

Fuente: Almacenes de la ciudad de Loja.

Elaboración: Autor de la tesis.

AGUA POTABLE.- Se estima un consumo promedio de agua potable de 10 m³ de agua al mes, a este valor lo multiplicamos por el valor de cada m³ de agua que cuesta 0.11 cts. de dólar ($10 \times 0.11 = 1.10$) entonces cuesta 1.10 cts. el consumo mensual de agua y para obtener el valor anual se multiplica el valor mensual por doce meses ($1.10 \times 12 = 13.20$ dólares). Por tanto el valor anual del consumo de agua potable es de 13.20 dólares.

CUADRO Nº 52
PRESUPUESTO DE AGUA POTABLE

CONCEPTO	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Consumo de agua potable	1.10	13.20
TOTAL		13.20

Fuente: Municipio de Saraguro. EMAPASA

Elaboración: Autor de la tesis.

PUBLICIDAD.- Se ha previsto realizar una campaña publicitaria por uno de los medios del Cantón Saraguro. Se pagará una cuña comercial al inicio y mediado de cada año (durante los meses de febrero, marzo y agosto, septiembre) cuyo valor de la cuña es de \$ 35.00 por mes y para obtener el valor anual se lo multiplica por 4 meses ($35.00 \times 4 = 140.00$) por consiguiente se obtiene \$ 140,00 dólares anuales.

No consideramos el pago en la TV Calasancia porque lo harán gratis una vez al año, y la elaboración de 1000 afiches por el valor de 100.00 dólares,

CUADRO Nº 53
PRESUPUESTO DE PUBLICIDAD

DESCRIPCION	VALOR MENSUAL \$	VALOR ANUAL \$
Campaña publicitaria	35.00	140.00
Elaboración de 1000 afiches tamaño A3		100.00
TOTAL		240.00

Fuente: Radio Municipal, Imprenta Santiago

Elaboración: Autor de la tesis.

PROMOCIONES.- La empresa otorgará promociones a los clientes que adquieran postales en un número considerable, (de 5 postales en adelante) la misma que consistirá en el obsequio de 1 postal más, por eso se estima un valor de \$ 2,00 dólares al mes por doce meses, resulta \$ 24.00 al año. Y para la compra de un regalo para el sorteo que se realizara entre los clientes que hayan adquirido el producto se estima 20,00 dólares.

CUADRO N° 54
PRESUPUESTO DE PROMOCIONES

DESCRIPCION	VALOR MENSUAL	VALO ANUAL
Obsequios de postal	2.00	24.00
Compra de regalo		20,00
TOTAL		44.00

Elaboración: Autor de la tesis

ARRIENDOS.- La empresa tomará en arriendo un local, el mismo que será apto para el funcionamiento de esta entidad y estará ubicado en un lugar estratégico.

El costo del arriendo es de \$ 100,00 mensuales que multiplicado por los doce meses da \$ 1200,00 anuales.

CUADRO N° 55
PRESUPUESTO DE ARRIENDO

DESCRIPCION	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Gasto de arriendo	100,00	1200.00
TOTAL		1200.00

Fuente: Locales comerciales del cantón Saraguro.

Elaboración: Autor de la tesis.

IMPREVISTOS

Para prevenir errores al elaborar estos presupuestos es conveniente tomar un 2% del total de los activos circulantes o capital de trabajo, así tenemos un valor de \$ 49.60 dólares.

RESUMEN DE LA INVERSION DE LOS ACTIVOS CIRCULANTES O
CAPITAL DE TRABAJO (Un Mes)

Para el presente proyecto se ha determinado el ciclo productivo de un mes, para ello se toma los valores anuales de todos los costos por producción y

se divide para 12 meses del año y así se obtiene el valor mensual de cada uno; por ejemplo:

Costo de la materia prima directa tiene un valor de \$ 4726.80 anual; se lo divide para los doce meses del año y es igual a: \$ 393.90 al mes.

El mismo procedimiento se realiza con el resto de los activos circulantes, luego de los totales se calcula el 2% de imprevistos; que es de \$ 49.60 (2480.09 x 2 %) y por último se suma los totales mensuales e incluyendo los imprevistos; obteniendo un total de capital de trabajo de 2529,69 dólares para el primer mes.

CUADRO Nº 56
INVERSIONES EN ACTIVOS CIRCULANTES O CAPITAL DE TRABAJO
(PARA UN MES)

DESCRIPCION	VALOR ANUAL	/12 MESES	VALOR MENSUAL
Materia prima directa	4726,80	12	393,90
Materia prima indirecta	120,00	12	10,00
Mano de obra directa	4511,26	12	375,94
Mano de obra indirecta	1200,00	12	100,00
Mantenimiento de maquinaria y equipo	420,00	12	35,00
Energía eléctrica	475,20	12	39,60
Sueldos administrativos	16597,06	12	1383,09
Suministros de oficina	54,20	12	4,52
Consumo telefónico	148,80	12	12,40
Útiles de aseo	10,50	12	0,88
Agua potable	13,20	12	1,10
Publicidad	240,00	12	20,00
Promociones	44,00	12	3,67
Arriendos	1200,00	12	100,00
			2480,09
Imprevistos (2%)			49,60
TOTAL			2529,69

Fuente: Cuadros Nº 41 y del 44 al 55

Elaboración: Autor de la tesis.

CUADRO Nº 57
INVERSION TOTAL EN ACTIVOS (FIJOS, DIFERIDOS Y CIRCULANTES
O CAPITAL DE TRABAJO)

ACTIVOS	VALOR TOTAL \$
ACTIVOS FIJOS	
Maquinaria y equipo	2156,40
Muebles y enseres	3302,00
Equipo de oficina e informática	1677,00
Redes e instalaciones (línea telefónica)	150,00
Imprevistos 2 %	145,71
Subtotal en activos fijos	7431,11
ACTIVOS DIFERIDOS	
Investigación y Diseño preliminar	100,00
Elaboración del proyecto	1200,00
Organización Legal y Jurídica	300,00
Patente y Licencias	56,63
Imprevistos 2%	33,13
Subtotal en activos diferidos	1689,76
ACTIVOS CIRCULANTES	
Materia prima directa	393,90
Materia prima indirecta	10,00
Mano de obra directa	375,94
Mano de obra indirecta	100,00
Mantenimiento de maquinaria y equipo	35,00
Energía eléctrica	39,60
Sueldos administrativos	1383,09
Suministros de oficina	4,52
Consumo telefónico	12,40
Útiles de aseo	0,88
Agua potable	1,10
Publicidad	20,00
Promociones	3,67
Arriendos	100,00
Imprevistos	49,6
Subtotal de activos circulantes	2529,69
TOTAL DE LA INVERSION	11650,56

Fuente: cuadro Nº 36, 38 y 56.

Elaboración: Autor de la tesis.

El total de la inversión que tiene el presente proyecto es de \$ 11650.56 dólares.

FINANCIAMIENTO

Consiste en la obtención de recursos económicos para el funcionamiento de la empresa. Se usará las fuentes internas y externas del financiamiento.

FUENTES INTERNAS.

Son aportaciones de los socios o accionistas, el cual puede ser en efectivo o en especies; las aportaciones para el presente proyecto constituyen el 74.25 % que equivale a \$ 8650.56

FUENTES EXTERNAS

Son todas las instituciones del sector financiero, público y privado.

Optando la alternativa más conveniente se decidió solicitar un préstamo en el Banco Nacional de Fomento ya que este organismo concede créditos a largo plazo y con intereses más bajos que los otros.

El monto del crédito para este proyecto es de \$ 3000.00 dólares (25.75%) a 2 años plazo, con el interés anual del 12 % los pagos se realizaran semestralmente.

Este préstamo servirá para la adquisición de la maquinaria y equipo.

CUADRO Nº 58

FINANCIAMIENTO DE LA INVERSION

FINANCIAMIENTO	VALOR	PORCENTAJE
Fuentes internas	8650,56	74.25 %
Fuentes externas	3000.00	25.75 %
TOTAL	11650.56	100 %

Elaboración: Autor de la tesis

**AMORTIZACION DEL CREDITO CONCEDIDO POR EL BANCO
NACIONAL DE FOMENTO**

En el siguiente cuadro se puede apreciar los cálculos realizados sobre el interés y la amortización:

**CUADRO Nº 59
AMORTIZACION DEL CREDITO**

Semestres	Amortización	Interés	Interés + Amortización	Capital reducido 1000
1	750.00	180.00	930.00	2250.00
2	750.00	135.00	885.00	1500.00
3	750.00	90.00	840.00	750.00
4	750.00	45.00	795.00	000.00
TOTAL	3000.00	450.00	3450.00	

Fuente: Banco Nacional de Fomento.

Elaboración: Autor de la tesis.

Para calcular el interés que se pagará en el primer año se suman los intereses de los dos primeros semestres (180 + 135) dando un total de 315.00 dólares; para el segundo año se suman los dos restantes (90 + 45) dando un total de 135.00 dólares.

Al final del tiempo (2 años) se pagará un total de 3450.00 dólares (930+885+840+795)

PROYECCIONES DE LOS COSTOS

Para realizar las proyecciones de los costos del presente proyecto durante la vida útil del proyecto se ha considerado un porcentaje del 3,33 % de incremento en los costos de: mano de obra directa, mantenimiento de maquinaria y equipo, de materia prima indirecta, de mano de obra indirecta, energía eléctrica, sueldos administrativos, suministros de oficina, consumo telefónico, útiles de aseo, agua potable, publicidad, promociones y arriendos, cuya tasa inflacionaria anual fue consultada en el INEC y corresponde al año 2010.

PROYECCION DE MATERIA PRIMA INDIRECTA.- Para calcular la proyección de materia prima indirecta se ha considerado tomar un incremento del 3,33 % anual; porcentaje correspondiente a la inflación del año 2010. Para realizar esta apreciación se toma como base los datos del año uno \$ 120.00 a esta cantidad se lo multiplica por el (3,33 %) $120.00 \times 3,33 \% = \$ 124.00$ para el segundo año. El mismo procedimiento se sigue para el resto de los años, y para realizar la proyección de cada uno de los costos existentes.

PRESUPUESTO DE OPERACIÓN PARA LOS DIEZ AÑOS

Para realizar este presupuesto se requiere determinar los siguientes costos.

- **COSTO TOTAL DE FABRICACION.-** Para obtener estos datos se suman los valores de cada año de: costo de materia prima directa, materia prima indirecta, mano de obra directa, mano de obra indirecta, mantenimiento de maquinaria y equipo, depreciación de maquinaria y equipo, energía eléctrica, y amortización de activos diferidos.

- **COSTO TOTAL DE OPERACIÓN.-** para obtener este dato sumamos: gastos administrativos (en los que constan los valores anuales de sueldos administrativos, depreciación de muebles y enseres, depreciación de equipo de oficina, depreciación del equipo de informática, suministros de oficina, consumo telefónico, útiles de aseo, y agua potable), gastos de ventas (publicidad, promociones y arriendos) y gastos financieros (interés por préstamo)

- **COSTO TOTAL DE PRODUCCIÓN.-** Para determinar este valor se suma el total de costo de fabricación y el costo de operación.

NOTA: los valores de cada año de todos los gastos son tomados de los cuadros de proyecciones.

COSTO UNITARIO DE PRODUCCIÓN

Tiene como finalidad determinar el costo de producción por cada unidad producida, este valor sirve de base para realizar una comparación con el precio de venta de la competencia y así poder calcular el margen de utilidad posible para el proyecto.

Para determinar el costo unitario de producción se utiliza la siguiente fórmula:

$$\text{CUP} = \frac{\text{CTP}}{\text{N}^{\circ} \text{U}}$$

En donde: CUP = costo unitario de producción

CTP = costo total de producción

Nº U = número de unidades

Costo unitario de producción para el primer año

$$\text{CUP} = \frac{31333.26}{59136}$$

CUP = 0.53 ctvs. Por cada postal de 10 x 15 cm.

Costo unitario de producción para el segundo año

$$\text{CUP} = \frac{32144.30}{59136}$$

CUP = 0.54 cts. Por cada postal de 10 x 15 cm.

Este mismo procedimiento se lo realiza para los demás años obteniendo los datos que se muestran en el siguiente cuadro.

**CUADRO N° 62
COSTO UNITARIO DE PRODUCCIÓN**

AÑOS	Costo total de producción	Producción de Postales por año	Costo Unitario de producción
1	31333,26	59136	0,53
2	32144,30	59136	0,54
3	33031,54	59136	0,56
4	33729,62	63360	0,53
5	34822,94	63360	0,55
6	35564,52	67584	0,53
7	36731,86	67584	0,54
8	37938,08	76032	0,50
9	39184,47	76032	0,52
10	40472,36	84480	0,48

Fuente: Cuadro N° 30 y 61.

Elaboración: Autor de la tesis.

DETERMINACIÓN DEL PRECIO DE VENTA AL PÚBLICO

Para determinar el precio de venta al público que tendrá el producto se ha considerado conveniente incrementar un margen de utilidad del 20% ya que este porcentaje está estimado como normal dentro de las utilidades que debe generar una empresa, el porcentaje mencionado anteriormente se lo sumará al costo unitario de producción para el primer año y para los siguientes 5 años se irá incrementando en un 5%, a partir del sexto año se congelará el margen de utilidad en un 45% y un 60% en el Decimo Año.

Para determinar el precio de venta se utiliza la siguiente fórmula:

$$PVC = CUP + MU$$

En donde:

PVP = Precio de venta al público

CUP = Costo unitario de Producción

MU = Margen de utilidad

Aplicando la fórmula:

El precio de venta al público para el primer año

$$PVP = 0.53 + 20\%$$

$$PVP = 0.53 + 0.11$$

PVP = 0.64 ctvs. Cada postal de 10 x 15 cm.

El precio de venta al público para el segundo año

$$PVP = 0.54 + 25\%$$

$$PVP = 0.54 + 0.14$$

PVP = 0.68 ctvs. Cada postal de 10 x 15 cm.

La misma fórmula se aplica para determinar el precio de venta al público para todos los años, y los resultados se demuestran en el siguiente cuadro:

CUADRO N° 63
PRECIO DE VENTA AL PÚBLICO

AÑOS	Costo unitario de Producción	Margen de Utilidad	Precio de venta al público
1	0,53	20%	0,64
2	0,54	25%	0,68
3	0,56	30%	0,73
4	0,53	35%	0,72
5	0,55	40%	0,77
6	0,53	45%	0,77
7	0,54	45%	0,78
8	0,50	45%	0,73
9	0,52	45%	0,75
10	0,48	60%	0,77

Fuente: Cuadro N° 62 Costo Unitario de Producción.

Elaboración: Autor de la tesis.

INGRESO POR VENTAS

Para determinar el ingreso por ventas se toma en cuenta: el precio de venta de cada año y la cantidad a producir y se aplica la siguiente fórmula:

$$IV = (PVP) (\#U)$$

En donde:

IV = Ingreso por ventas

PVP = Precio de venta al público

#U = Número de unidades a producir

Aplicando la fórmula:

Ingreso por ventas para el primer año de producción

$$IV = (0.64) (59136)$$

$$IV = 37847.04$$

Ingreso por ventas para el 2do año de producción

$$IV = (0.68) (59136)$$

$$IV = 40212.48$$

La misma fórmula se aplica para determinar el ingreso por ventas para todos los años. Como se aprecia en el siguiente cuadro:

CUADRO N° 64
INGRESO POR VENTAS

AÑOS	Precio de venta al público	No. De unidades a producir por año	Ingreso por ventas
1	0,64	59136	37847,04
2	0,68	59136	40212,48
3	0,73	59136	43169,28
4	0,72	63360	45619,20
5	0,77	63360	48787,20
6	0,77	67584	52039,68
7	0,78	67584	52715,52
8	0,73	76032	55503,36
9	0,75	76032	57024,00
10	0,77	84480	65049,60

Fuente: Cuadro N° 30 y 63.

Elaboración: Autor de la tesis.

ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS

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

EGRESOS: Se forma por la sumatoria del costo primo, gastos del proceso de producción y gastos financieros.

El estado de pérdidas y ganancias del presente proyecto se lo realizó de la siguiente manera:

- ❖ Al ingreso por ventas (cuadro N° 64) se resta el Costo total de fabricación (cuadro N° 61) obteniendo la utilidad bruta en ventas.

- ❖ De la utilidad bruta en ventas se le resta el total de costo de operación (cuadro N° 61) dando la utilidad de operación.
- ❖ De la utilidad de operación se le resta el 15% de participación a los trabajadores, teniendo como resultado la utilidad antes de impuestos.
- ❖ Y a esta utilidad antes de impuesto se le resta el 25% del impuesto a la renta obteniendo la utilidad antes de Reserva.
- ❖ De la Utilidad antes de reserva se le resta el 10% Obteniendo la Utilidad Liquida del Ejercicio.

**CUADRO N° 65
ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS**

DESCRIPCIÓN	Año 1	Año 2	Año3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
Ingreso por ventas	37847,04	40212,48	43169,28	45619,20	48787,20	52039,68	52715,52	55503,36	57024,00	65049,60
(-) Costo de Fabricación	12010,39	12391,78	12785,88	13193,09	13613,87	13660,51	14109,78	14574,01	15053,69	15549,35
(=) Utilidad Bruta en Ventas	25836,65	27820,70	30383,40	32426,11	35173,33	38379,17	38605,74	40929,35	41970,31	49500,25
(-) Total Costos de Operación	19322,87	19752,52	20245,66	20536,53	21209,07	21904,01	22622,09	23364,07	24130,77	24923,00
(=) Utilidad de Operación	6513,78	8068,18	10137,74	11889,58	13964,26	16475,16	15983,65	17565,28	17839,54	24577,25
(-) 15% Particip. De Trabajadores	977,07	1210,23	1520,66	1783,44	2094,64	2471,27	2397,55	2634,79	2675,93	3686,59
(=) Utilidad antes de Impuestos	5536,71	6857,95	8617,08	10106,14	11869,62	14003,89	13586,10	14930,49	15163,61	20890,66
(-) 25 % Impuesto a la Renta	1384,18	1714,49	2154,27	2526,54	2967,41	3500,97	3396,53	3732,62	3790,90	5222,67
(=) UTILIDADES ANTES DE RESERVA	4152,53	5143,46	6462,81	7579,61	8902,22	10502,91	10189,58	11197,87	11372,71	15668,00
(-) 10% Capitalizacion para reserva	415,25	514,35	646,28	757,96	890,22	1050,29	1018,96	1119,79	1137,27	1566,80
(=) Utilidad liquida del Ejercicio	3737,28	4629,12	5816,53	6821,65	8011,99	9452,62	9170,62	10078,08	10235,44	14101,20

Fuente: Cuadros N° 61 y 64: Presupuesto de operación e ingresos por ventas.

Elaboración: Autor de la tesis.

PUNTO DE EQUILIBRIO

Para hacer este cálculo del punto de equilibrio es importante clasificar los costos en: Costos fijos y Costos variables. Y el ingreso por ventas que indica el cuadro N° 64

CLASIFICACIÓN DE LOS COSTOS

Costos Fijos

Costos variables

Los costos fijos y variables ayudan a determinar el punto de equilibrio.

En el siguiente cuadro se aprecia los costos fijos y variables para los 10 años de vida útil del proyecto.

En los 3 siguientes cuadros se aprecia los costos fijos y variables para los años: uno, cinco y diez de la vida útil del proyecto: con sus respectivos puntos de equilibrio para esos años.

CUADRO N° 66
CLASIFICACIÓN DE LOS COSTOS PARA EL AÑO 1

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	
	CF	CV
COSTOS DE FABRICACION		
Materia prima directa		4726,80
Materia prima indirecta		120,00
Mano de obra directa		4511,26
Mano de obra indirecta	1200,00	
Depreciación de maquinaria y equipo	388,15	
Mantenimiento de maquinaria y equipo		420,00
Energía eléctrica		475,20
Amortización de activos diferidos	168,98	
COSTO DE OPERACIÓN		
Gastos administrativos		
Sueldos administrativos	16597,06	
Depreciación de muebles y enseres	297,18	
Depreciación de equipo de oficina	42,93	
Depreciación de equipo de informática	360,00	
Suministros de oficina	54,20	
Consumo telefónico	148,80	
Útiles de aseo	10,50	
Agua potable	13,20	
Gastos de ventas		
Publicidad	240,00	
Promociones	44,00	
Arriendos	1200,00	
Gastos financieros		
Interés	315,00	
Amortización		10253,26
TOTAL	21080,00	10253,26

Fuente: Cuadro N° 61

Elaboración: Autor de la tesis.

CÁLCULO DEL PUNTO DE EQUILIBRIO PARA EL AÑO 1

a) En función de la capacidad instalada

$$PE = \frac{CFT}{VT - CVT} \times 100$$

En donde:

PE = Punto de equilibrio

CFT = Costo fijo total

VT = Ventas totales

CVT = Costo variable total

Aplicando la formula:

$$PE = \frac{21080.00}{37847.04 - 1253.26} \times 100$$

$$PE = \frac{21080.00}{36593.78} \times 100$$

$$PE = 0.576054 \times 100$$

$$PE = 57.61 \%$$

b) En función de las ventas

$$PE = \frac{CFT}{1 - \frac{CVT}{VT}}$$

Donde:

PE = Punto de equilibrio

CFT = Costo fijo total

CVT = Costo variable total

1 = La unidad

VT = Ventas totales

Aplicando la fórmula:

$$PE = \frac{CFT}{1 - \frac{CVT}{VT}}$$

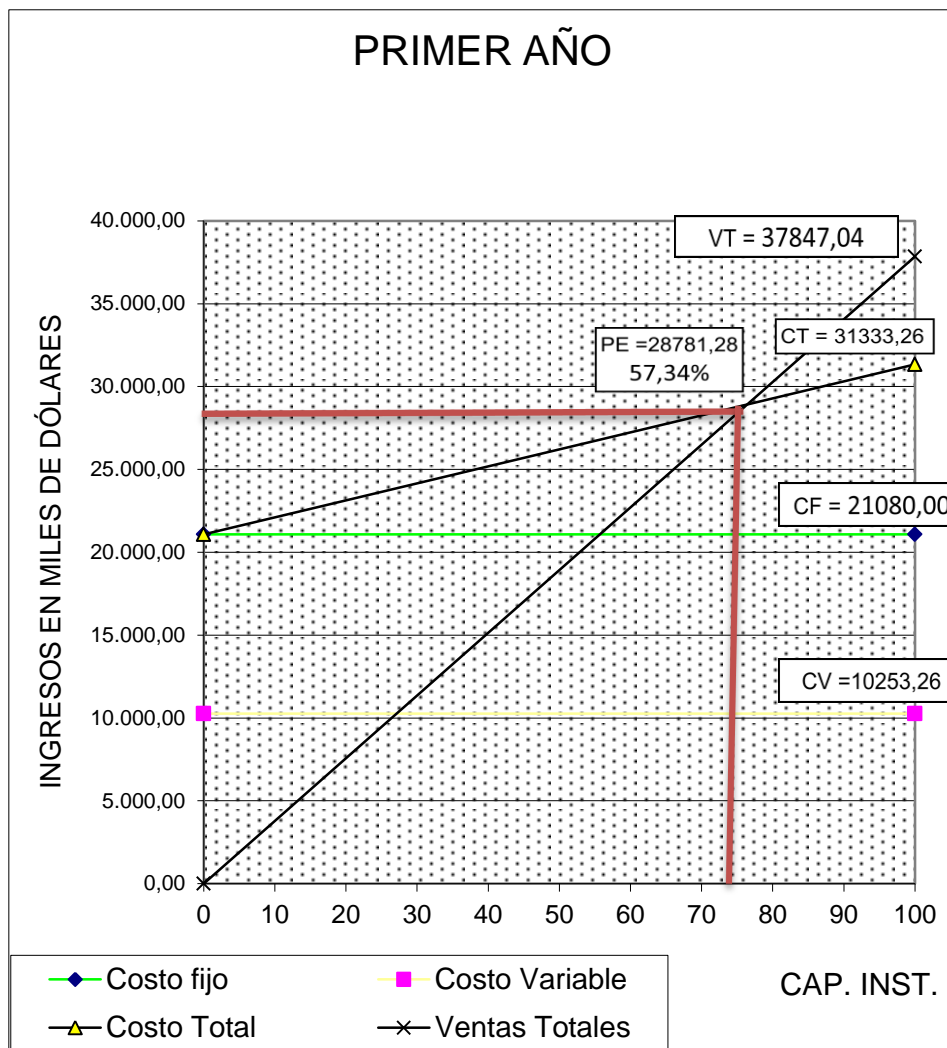
$$PE = \frac{21080.00}{1 - \frac{10253.26}{37847.04}}$$

$$PE = \frac{21080.00}{1 - 0.270913}$$

$$PE = \frac{21080.00}{0,729087}$$

$$PE = 28912.87$$

PUNTO DE EQUILIBRO PARA EL AÑO 1
GRAFICO N°19



ELABORACION: el autor

CUADRO N° 67

CLASIFICACIÓN DE LOS COSTOS PARA EL AÑO 5

DESCRIPCIÓN	AÑO 5	
	C F	C V
COSTOS DE FABRICACION		
Materia prima directa		5388,56
Materia prima indirecta		136,80
Mano de obra directa		5142,85
Mano de obra indirecta	1368,00	
Depreciación de maquinaria y equipo	388,15	
Mantenimiento de maquinaria y equipo		478,80
Energía eléctrica		541,73
Amortización de activos diferidos	168,98	
COSTO DE OPERACIÓN		
Gastos administrativos		
Sueldos administrativos	18920,69	
Depreciación de muebles y enseres	297,18	
Depreciación de equipo de oficina	42,93	
Depreciación de equipo de informática	0,00	
Suministros de oficina	59,86	
Consumo telefónico	169,63	
Útiles de aseo	11,97	
Agua potable	15,05	
Gastos de ventas		
Publicidad	273,60	
Promociones	50,16	
Arriendos	1368,00	
Gastos financieros		
Interés	0,00	
Amortización		
TOTAL	23134,20	11688,74

Fuente: Cuadro N° 61

Elaboración: Autor de la tesis.

CÁLCULO DEL PUNTO DE EQUILIBRIO PARA EL AÑO 5

a) En función de la capacidad instalada

$$PE = \frac{CFT}{VT - CVT} X100$$

En donde:

PE = Punto de equilibrio

CFT = Costo fijo total

VT = Ventas totales

CVT = Costo variable total

Aplicando la formula:

$$PE = \frac{23134.20}{48787.20 - 11688.74} X100$$

$$PE = \frac{23134.20}{37098.46} X100$$

$$PE = 0.623589 X100$$

$$PE = 62.36\%$$

b) En función de las ventas

$$PE = \frac{CFT}{1 - \frac{CVT}{VT}}$$

Donde:

PE = Punto de equilibrio

CFT = Costo fijo total

CVT = Costo variable total

1 = La unidad

VT = Ventas totales

Aplicando la fórmula:

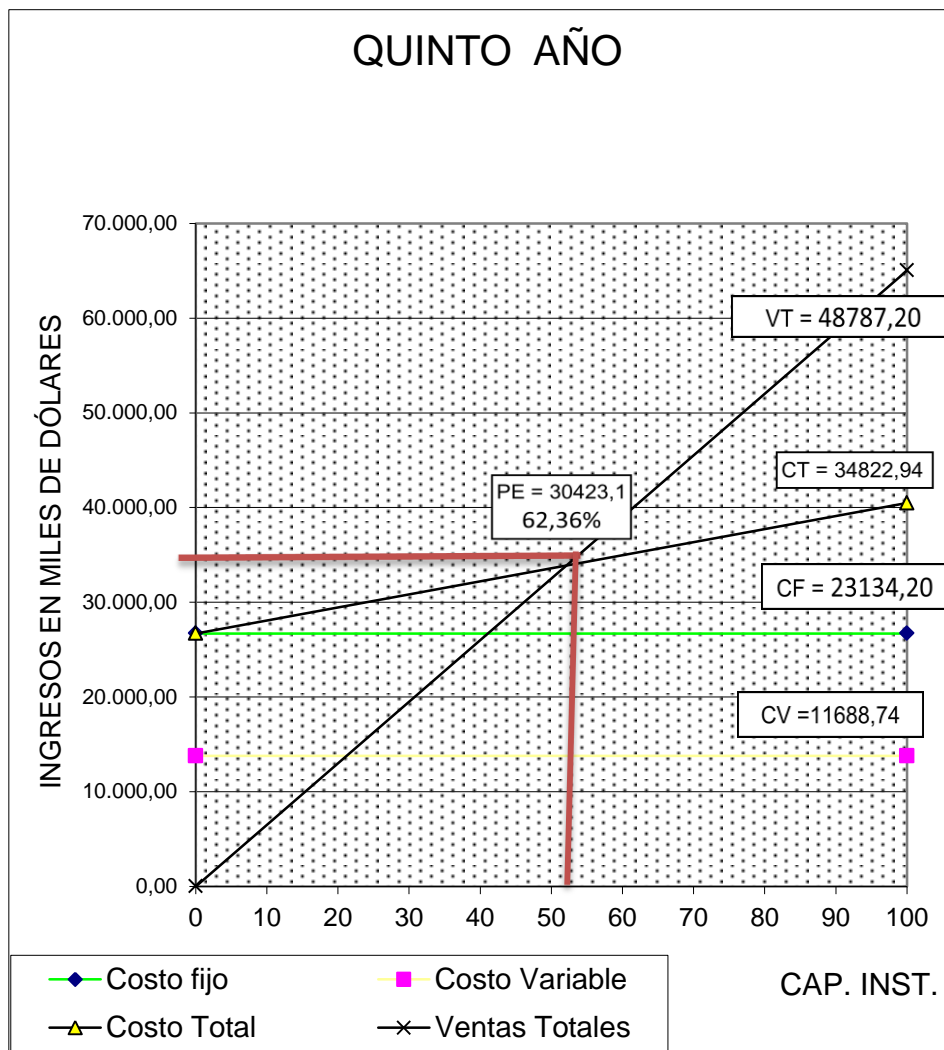
$$PE = \frac{23134.20}{1 - \frac{11688.74}{48787.20}}$$

$$PE = \frac{23134.20}{1 - 0.239586}$$

$$PE = \frac{23134.20}{0,760414}$$

$$PE = 30423.16$$

GRAFICO Nº 20
PUNTO DE EQUILIBRIO PARA EL AÑO 5



ELABORACION: el autor

CUADRO N° 68
CLASIFICACIÓN DE LOS COSTOS PARA EL AÑO 10

DESCRIPCIÓN	AÑO 10	
	C F	C V
COSTOS DE FABRICACION		
Materia prima directa		6347,53
Materia prima indirecta		161,15
Mano de obra directa		6058,09
Mano de obra indirecta	1611,46	
Depreciación de maquinaria y equipo	0,00	
Mantenimiento de maquinaria y equipo		564,01
Energía eléctrica		638,14
Amortización de activos diferidos	168,98	
COSTO DE OPERACIÓN		
Gastos administrativos		
Sueldos administrativos	22287,89	
Depreciación de muebles y enseres	297,18	
Depreciación de equipo de oficina	42,93	
Depreciación de equipo de informática	0,00	
Suministros de oficina	70,51	
Consumo telefónico	199,82	
Útiles de aseo	14,10	
Agua potable	17,73	
Gastos de ventas		
Publicidad	322,29	
Promociones	59,09	
Arriendos	1611,46	
Gastos financieros		
Interés	0,00	
Amortización		
TOTAL	26703,44	13768,92

Fuente: Cuadro N° 61.

Elaboración: Autor de la tesis.

CÁLCULO DEL PUNTO DE EQUILIBRIO PARA EL AÑO 10

a) En función de la capacidad instalada

$$PE = \frac{CFT}{VT - CVT} \times 100$$

En donde:

PE = Punto de equilibrio

CFT = Costo fijo total

VT = Ventas totales

CVT = Costo variable total

Aplicando la formula:

$$PE = \frac{26703.44}{65049.60 - 13768.92} \times 100$$

$$PE = \frac{26703.44}{51280.68} \times 100$$

$$PE = 0,520731 \times 100$$

$$PE = 52.07\%$$

b) En función de las ventas

$$PE = \frac{CFT}{1 - \frac{CVT}{VT}}$$

Donde:

PE = Punto de equilibrio

CFT = Costo fijo total

CVT = Costo variable total

1 = La unidad

VT = Ventas totales

Aplicando la fórmula:

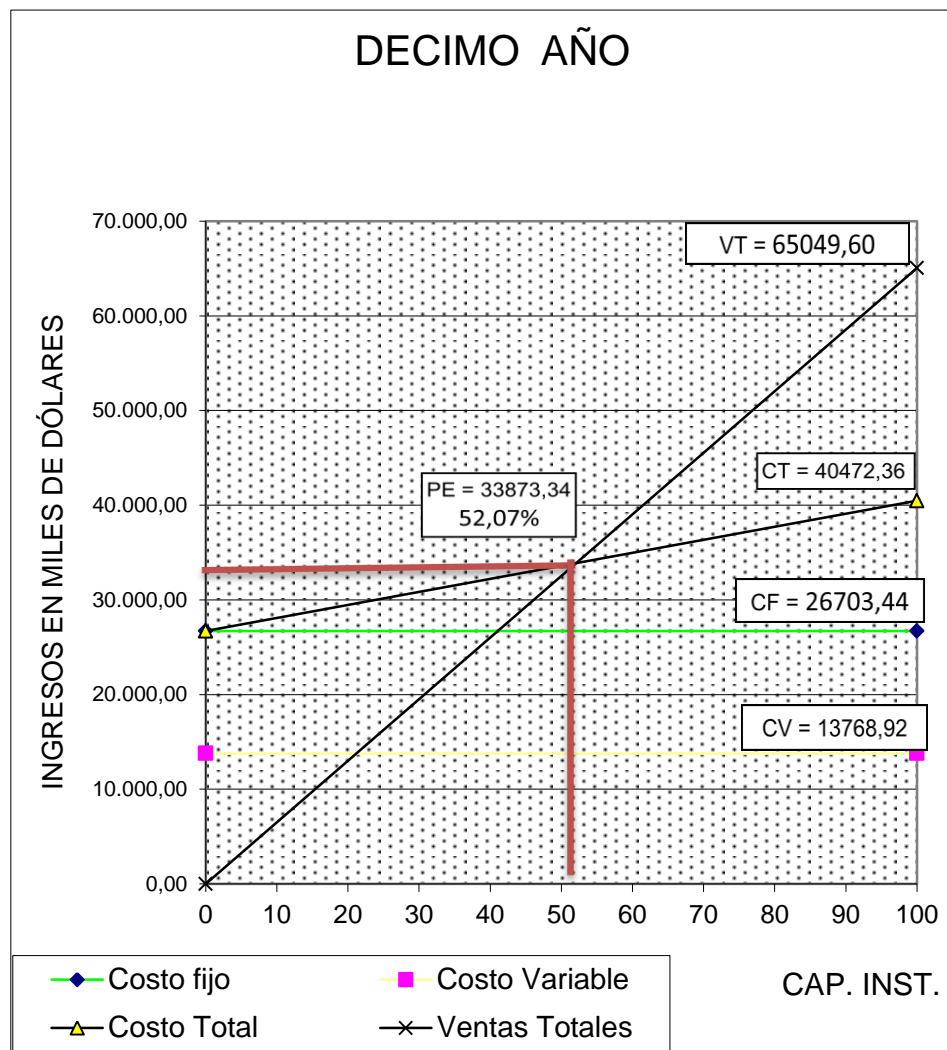
$$PE = \frac{26703.44}{1 - \frac{13768.92}{65049.60}}$$

$$PE = \frac{26703.44}{1 - 0.211668}$$

$$PE = \frac{26703.44}{0.788332}$$

$$PE = 33873.34$$

GRAFICO Nº 21
PUNTO DE EQUILIBRIO PARA EL AÑO 10



ELABORACION: el autor

EVALUACIÓN FINANCIERA

Para el siguiente proyecto se ha efectuado la evaluación financiera en base a los siguientes coeficientes:

- ❖ Flujo de caja
- ❖ Valor actual neto (VAN)
- ❖ Relación Beneficio Costo (RBC)
- ❖ Período de Recuperación de Capital (PRC)
- ❖ Tasa Interna de Retorno (TIR)
- ❖ Análisis de sensibilidad

FLUJO DE CAJA

Procedimiento.-Para calcularlo se suman los flujos descontados y se resta la inversión inicial, esto equivale a comparar todas las ganancias esperadas contra todos los desembolsos necesarios para producir esas ganancias.

En el Flujo de caja del presente proyecto, como total de ingresos para el año cero es la suma de: el crédito del Banco Nacional de Fomento, el capital Propio y el Valor Residual; y como total de egresos la suma de las inversiones en Activos Fijos, Activos diferidos y Activos circulantes o capital de trabajo, reinversión; el total de los ingresos y egresos son iguales por lo tanto la diferencia de éstos da el Flujo de Caja que es cero.

Para el primer año el total de ingresos por ventas es (37847,04 cuadro N° 64) y como total de egresos se tiene el costo total de producción menos las depreciaciones y la amortización del (31333.26 – 1257.24 cuadro N° 61) dando \$30076.02 y la diferencias de éstos da el Flujo de Caja para el primer año (37847.04 – 30076.02) que es de \$7771.02 dólares.

Para los siguientes años los ingresos son de igual manera los ingresos por ventas y los egresos la diferencia del costo total de producción menos las

depreciaciones y amortización, pero se lo toma de acuerdo al año correspondiente; como se detalla a continuación:

Nota: En el cuarto, sexto, séptimo y decimo año se comprará nuevamente equipo de cómputo, y la maquinaria y equipo para la producción de tarjetas postales de los lugares turísticos del Saraguro ya que estos bienes tienen su vida útil.

**CUADRO N° 69
FLUJO DE CAJA**

DESCRIPCIÓN	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
INGRESOS											
Ingreso por ventas			40212,48	43169,28	45619,20	48787,20	52039,68	52715,52	55503,36	57024,00	65049,60
Crédito Banco Nacional de Fomento	3000,00										
Capital Propio	8650,56										
Valor Residual				360,00		388,15	360,00			360,00	388,15
TOTAL DE INGRESOS	11650,56	37847,04	40212,48	43529,28	45619,20	49175,35	52399,68	52715,52	55503,36	57384,00	65437,75
EGRESOS											
Activo Fijo	7431,11										
Activo Diferido	1689,76										
Activo Circulante	2529,69										
Reinversion					1200,00		2156,40	1200,00			1200,00
Costo total de Producción		31333,26	32144,30	33031,54	33729,62	34822,94	35564,52	36731,86	37938,08	39184,47	40472,36
-Depreciaciones y amortización		1257,24	1257,24	1257,24	8097,24	8097,24	509,09	509,09	509,09	509,09	509,09
TOTAL EGRESOS	11650,56	30076,02	30887,06	31774,3	26832,38	26725,7	37211,83	37422,77	37428,99	38675,38	41163,27
FLUJO DE CAJA	00.00	7771,02	9325,42	11754,98	18786,82	22449,65	15187,85	15292,75	18074,37	18708,62	24274,48

Fuente: cuadros N° 57(activos), 58 (Crédito y Capital) 61(Costos totales de producción y suma de amort,y deprec.), y 64(Ingresos ventas).

Elaboración: Autor de la tesis.

VALOR ACTUAL NETO

Si el valor actual neto es mayor o igual a cero, el proyecto de inversión es conveniente; caso contrario no.

Procedimiento.-el proceso para obtener el VAN consiste en multiplicar los beneficios netos por el factor de descuento o descontados a una tasa de interés pagada por el beneficio del préstamo a obtener. Finalmente el valor monetario VAN resulta de restar la suma de los flujos descontados a la inversión inicial.

Para calcular el VAN de este proyecto se considera tomar en cuenta el siguiente orden:

Para el primer año de vida útil:

1. Se toma el flujo neto o flujo de caja del cuadro N° 69 la cantidad de 7771.02 dólares.
2. Se calcula el factor de actualización mediante la siguiente fórmula:

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

En donde:

FA = Factor de actualización

1 = La unidad

i = tasa inactiva

n = tiempo

La tasa activa (i) de este proyecto se ha tomado la misma tasa activa de interés actual que es del 12 % o (12 /100) 0.12.

Aplicando la fórmula

$$FA = \frac{1}{(1 + 0.12)^1}$$

$$FA = \frac{1}{(1.12)^1}$$

$$FA = \frac{1}{1.12}$$

$$FA = 0.8928571$$

El factor actual para el primer año es de: 0.8928571.

3. Una vez calculado el factor actual se procede a determinar al valor actual neto, éste se obtiene multiplicando el flujo neto o flujo de caja del primer año por el factor actualizado del mismo año, es decir:

$$VAN = (\text{flujo neto o flujo de caja del año 1}) (\text{factor actualizado del año})$$

$$VAN = (7771.02) (0.8928571)$$

$$VAN = \$ 6938.41$$

El valor actual neto para el primer año es de \$ 6938.41

Para los siguientes años se aplican las mismas fórmulas, con la única diferencia que en la fórmula para determinar el factor actualizado, en (tiempo) va variando de acuerdo al año de cálculo.

El VAN al final de la vida útil del proyecto es igual a la sumatoria de todos los valores actuales netos menos la inversión inicial, es decir:

$$VAN = \text{Sumatoria de los valores actuales} - \text{la inversión}$$

$$VAN = 83891.92 - 11650.56$$

$$VAN = 72241.36$$

El Valor Actual Neto del proyecto al final de su vida útil será de 72241.36 el Mismo que es mayor a cero, por lo tanto la inversión es conveniente.

**CUADRO N° 70
VALOR ACTUAL NETO**

AÑOS	FLUJO NETO	FACTOR ACT. 12,00%	VALOR ACTUA.
0	11.650,56		
1	7.771,02	0,8928571	6.938,41
2	9.325,42	0,7971939	7.434,17
3	11.754,98	0,7117802	8.366,96
4	18.786,82	0,6355181	11.939,36
5	22.449,65	0,5674269	12.738,53
6	15.187,85	0,5066311	7.694,64
7	15.292,75	0,4523492	6.917,66
8	18.074,37	0,4038832	7.299,93
9	18.708,62	0,3606100	6.746,52
10	24.274,48	0,3219732	7.815,73
			83.891,92
			11.650,56
			72.241,36

Fuente: Cuadro 69

Elaborado: Autor de la tesis

RELACIÓN BENEFICIO COSTO

Este indicador económico es importante para la toma de decisiones ya que ayuda a:

- ❖ Si la relación beneficio costo es mayor a uno se acepta el proyecto.
- ❖ Si la relación beneficio costo es menor a uno se rechaza el proyecto.
- ❖ Si la relación beneficio costo es igual a uno, es indiferente la realización o no del proyecto.

Para determinar la Relación Beneficio Costo que tiene el proyecto se necesita calcular lo siguiente:

Para el primer año de vida útil del proyecto:

1. El costo total de producción del primer año del proyecto, el mismo que se encuentra determinado en el cuadro N° 61 del Presupuesto de Operación, cuyo valor es de 31333.26 dólares.
2. El total de Ingreso, que está en el cuadro N° 64 el mismo que es de 37847.04
3. El factor de actualización, para lo cual se aplica la siguiente fórmula

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

En donde:

FA = Factor de actualización

1 = La unidad

i = tasa inactiva

n = tiempo

La tasa activa (i) para este proyecto se toma la misma tasa activa actual que es de 12. % o 0.12.

Aplicando la formula:

$$FA = \frac{1}{(1+0.12)^1}$$

$$FA = \frac{1}{(1.12)^1}$$

$$FA = \frac{1}{1.12}$$

$$FA = 0.8928571$$

El factor de actualización para el primer año es de 0.8928571

4. Costo total de Producción actualizado, es igual a la multiplicación del Costo total de producción por el factor actualizado.

$$\text{CTPA} = (\text{CTP}) (\text{FA})$$

Donde:

CTPA = Costo Total de Producción Actualizado

CTP = Costo Total de Producción

FA = Factor de Actualización

Aplicando la formula:

$$\text{CTPA} = (31333.26) (0.8928571)$$

CTPA= 23040.92dólares.

El Costo total de producción actualizado para el primer año es igual a: 27976.13 dólares.

5. Total de Ingresos Actualizados se lo obtiene multiplicando el total de ingresos por el factor de actualización.

$$\text{TIA} = (\text{TI}) (\text{FA})$$

Donde

TIA = Total de Ingresos Actualizados

TI = Total de Ingresos

FA = Factor de Actualización

Aplicando la fórmula:

$$\text{TIA} = (37847.04) (0.892857)$$

TIA = 33792,00 dólares.

El ingreso actualizado para el primer año es de: 33792,00 dólares.

Para determinar tanto los costos totales actualizados como los ingresos totales actualizados para todos los años de vida útil del proyecto, se aplican las mismas fórmulas, pero en la fórmula del factor actualizados n (tiempo) varía de acuerdo al año calculado.

CUADOR N° 71
RELACION BENEFICIO COSTO

AÑOS	ACTUALIZACION COSTO TOTAL			ACTUALIZACION INGRESOS		
	COSTO T. ORIG.	FACT, ACT.	COSTO ACTUAL	INGRE. ORIG	FACTOR ACT.	INGRE.ACTU
		12,00%			12,00%	
1	31.333,26	0,892857	27.976,13	37.847,04	0,892857	33.792,00
2	32.144,30	0,797194	25.625,24	40.212,48	0,797194	32.057,14
3	33.031,54	0,711780	23.511,20	43.169,28	0,711780	30.727,04
4	33.729,62	0,635518	21.435,78	45.619,20	0,635518	28.991,83
5	34.822,94	0,567427	19.759,47	48.787,20	0,567427	27.683,17
6	35.564,52	0,506631	18.018,09	52.039,68	0,506631	26.364,92
7	36.731,86	0,452349	16.615,63	52.715,52	0,452349	23.845,82
8	37.938,08	0,403883	15.322,55	55.503,36	0,403883	22.416,88
9	39.184,47	0,360610	14.130,31	57.024,00	0,360610	20.563,43
10	40.472,36	0,321973	13.031,02	65.049,60	0,321973	20.944,23
			195.425,42			267.386,46

Fuente: Cuadro N° 61 y 64.

Elaboración: Autor de la tesis.

6. Por último para determinar la Relación Beneficio Costo se utiliza la siguiente formula.

$$RBC = \frac{\sum TIA}{\sum CTPA}$$

Donde:

RBC = Relación Beneficio Costo

$\sum TIA$ = Sumatoria total de Ingresos Actualizados

$\sum CTPA$ = Sumatoria de los Costos Totales de Producción Actualizados

Aplicando la formula:

	INGRESO		
	ACTUALIZADO	267.386,46	
RELACION BENEFICIO		-----	
COSTO =	-----	=	1,37
	COSTO		
	ACTUALIZADO	195.425,42	

La relación beneficio Costo del presente proyecto es de \$1.37, es decir, que por cada dólar invertido se obtendrá un beneficio de: 0.37 centavos que es mayor a uno por lo tanto el proyecto es aceptable.

PERÍODO DE RECUPERACIÓN DEL CAPITAL

Procedimiento.- Para calcular se suman todos los flujos netos a esta sumatoria se le resta la inversión y se lo divide para el flujo neto que supera la inversión.

En la determinación del período de recuperación del capital que se utilizará en este proyecto se aplica el siguiente método:

CUADRO Nº 72
PERIODO DE RECUPERACION DE CAPITAL

AÑOS	INVERSION	FLUJO NETO			
		FLUJO	FLUJO ACTUA.	VALOR ACTUA.	FLUJO ACUMU.
0	11.650,56		12,00%		
1		7.771,02	0,8928571	6938,41	6938,41
2		9.325,42	0,7971939	7434,17	14372,58
3		11.754,98	0,7117802	8366,96	22739,54
4		18.786,82	0,6355181	11939,36	34678,90
5		22.449,65	0,5674269	12738,53	47417,44
6		15.187,85	0,5066311	7694,64	55112,08
7		15.292,75	0,4523492	6917,66	62029,74
8		18.074,37	0,4038832	7299,93	69329,67
9		18.708,62	0,3606100	6746,52	76076,19
10		24.274,48	0,3219732	7815,73	83891,92
TOTAL:					

Fuente: Cuadro 69

Elaborado: Autor de la tesis

Para determinar el período de recuperación de capital aplicamos la siguiente formula.

$$\text{P.R.C.} = \frac{\text{Inversión} - \square \text{ Primeros Flujos}}{\text{Flujo del año que supera la inversión}}$$

$$\text{P.R.C.} = 2 + \frac{11650.56 - 14372.58}{7434.17}$$

$$\text{P.R.C.} = 2 + (-0,366149) \quad \text{años}$$

$$\text{P.R.C.} = 1,63$$

La inversión se recuperará en 1 año con 7 meses y 6 días.

Para determinar con exactitud el tiempo que se necesita para recuperar el capital invertido se procede a:

El resultado obtenido de la aplicación de la fórmula es de 1,63 lo que quiere decir que los años necesarios para recuperar el capital son 1, pero como no se sabe los meses, se toma 0.6 y se lo multiplica por los 12 meses del año (0.6 x 12 meses) y se obtiene 7 meses; de igual manera para determinar los días, se multiplica 0.2 por 30 días del mes (0.2 x 30 días) y se tiene los días exactos que son 6 días.

TASA INTERNA DE RETORNO

Procedimiento.-Para determinar la tasa interna de retorno que tiene el presente proyecto se necesita calcular lo siguiente:

Para el primer año de vida útil del proyecto:

1. Flujo neto o flujo de caja el mismo que se determinó en el cuadro N° 69 (Flujo de Caja) cuyo valor es de: 7771.02
2. Para calcular el VAN menor y para que este valor sea positivo, tenemos que determinar el factor de actualización que en este caso es del 88.50 % o lo que es lo mismo 0.885 y se aplica la formula:

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

Donde:

FA = Factor de actualización

1 = la unidad

i = tasa activa

n = tiempo

Aplicando la fórmula

$$FA = \frac{1}{(1+0.885)^1}$$

$$FA = \frac{1}{1,885}$$

$$FA = 0.530504$$

El factor de actualización para el primer año en el VAN menor es de: 0.530504

Esta misma fórmula se aplica para todos los años, pero tomando en cuenta n(tiempo) ya que varía de acuerdo al año calculado,

Una vez calculado los factores actualizados de los diez años se procede a calcular el VAN menor mediante la siguiente fórmula:

VAN menor = (Flujo neto o flujo de caja del año 1) (Factor actualizado del año 1)

$$\text{VAN menor} = (7771.02) (0.530504)$$

$$\text{VAN menor} = \$4122.56$$

El VAN menor para el primer año es igual a: \$4122.56

Para calcular el VAN menor de los años siguientes se aplica la misma fórmula: una vez determinada se suma de todos los años, a este valor le restamos la inversión, obteniendo como VAN menor \$20.77

Para que el VAN mayor sea negativo, de igual manera se necesita determinar el factor de actualización que debe ser un porcentaje mayor al factor de actualización del VAN menor, y en este caso se considera un 88.80% o 0.888 se aplica la fórmula:

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

Donde:

FA = Factor de actualización

1 = la unidad

i = tasa activa

n = tiempo

Aplicando la fórmula

$$FA = \frac{1}{(1+0.888)^n}$$

$$FA = \frac{1}{1.888}$$

$$FA = 0.529661$$

El factor de actualización para el primer año en el VAN mayor es de: 0.529661

Para los siguientes años se aplica la misma fórmula, pero tomando en cuenta que n (tiempo) varía de acuerdo al año calculado.

Para determinar el VAN mayor del primer año se multiplica el flujo neto o flujo de caja por el factor de actualización del mismo año así:

$\text{VAN mayor} = (\text{Flujo neto o de caja del año 1}) (\text{Factor de actualización del año 1})$

$\text{VAN mayor} = (7771.02) (0.529661)$

$\text{VAN mayor} = \$4116.01$

El VAN mayor para el primer año es de \$4116.01

Para los siguientes años se utiliza el mismo procedimiento, luego de haber determinado cada VAN mayor que tendrán cada uno de los años se suma, y se le resta la inversión original obteniendo un valor negativo de \$ - 27.59 como VAN mayor del proyecto.

CUADRO N° 73 TASA INTERNA DE RETORNO

AÑOS	FLUJO NETO	ACTUALIZACION			
		FACTOR ACT.	VAN MENOR	FACTOR ACT.	VAN MAYOR
		88,50%		88,80%	
0	-11.650,56		-11.650,56		-11.650,56
1	7.771,02	0,530504	4.122,56	0,529661	4.116,01
2	9.325,42	0,281434	2.624,49	0,280541	2.616,16
3	11.754,98	0,149302	1.755,04	0,148592	1.746,69
4	18.786,82	0,079205	1.488,02	0,078703	1.478,58
5	22.449,65	0,042019	943,31	0,041686	935,84
6	15.187,85	0,022291	338,55	0,022079	335,34
7	15.292,75	0,011826	180,84	0,011695	178,84
8	18.074,37	0,006273	113,39	0,006194	111,96
9	18.708,62	0,003328	62,26	0,003281	61,38
10	24.274,48	0,001766	42,86	0,001738	42,18
			20,77		-27,59

Fuente: Cuadro N° 69

Elaboración: Autor de la tesis

Una vez determinado tanto el VAN menor como el VAN mayor se procede a calcular la tasa interna de retorno aplicando la siguiente fórmula:

$$TIR = Tm + Dt \frac{VAN_{menor}}{VAN_{menor} - VAN_{mayor}}$$

Donde:

TIR = Tasa interna de Retorno

Tm = Tasa menor

Dt = Diferencia de tasas

VAN menor = Valor actualizado neto menor

VAN mayor = Valor actualizado neto mayor

Dt= 88.50% (factor de actualización para VAN mayor) – 88.80% (Factor de actualización para VAN menor) o sea; 88.50 – 88.80 = 0.30

Aplicando la formula:

$$TIR = 88.50 + 0.3 \frac{20.77}{20.77 - (-27.59)}$$

$$TIR = 88.50 + 0,3 \frac{20.77}{48.36}$$

$$TIR = 88.50 + (0,3)(0.4294871)$$

$$TIR = 88.63\%$$

La tasa interna de Retorno del proyecto es de 88.63 % que es mayor que la tasa activa actual (12. %) lo que quiere decir que el proyecto es rentable.

ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD

Este indicador nos permite tomar decisiones como: si será factible o no realizar la inversión; basándonos en los siguientes resultados:

Si el análisis de sensibilidad es mayor que 1, el proyecto es sensible al cambio.

Si el análisis de sensibilidad es igual a 1, el proyecto es indiferente a los cambios.

Si el análisis de sensibilidad es menor que 1, el proyecto no es sensible al cambio.

Para realizar el análisis de sensibilidad del presente proyecto se ha considerado que los costos se incrementan en un 12.82%.

PROCEDIMIENTO.- Para el primer año de producción y con un incremento del 12.82% en los costos se siguen los siguientes pasos:

1. El costo total de producción (cuadro N° 61) cuyo valor es \$ 31333.26
2. Se incrementa el 12.82% al costo total de producción para lo cual se obtiene el 12.82% de 31333.26 ($31333.26 \times 12.82\%$) = 4016.923 y a este valor se le suma al costo total de producción incrementado para el año uno ($31333.26 + 4016.92 = 35350.18$).
3. El total de ingresos, que para el primer año es de: 37847.04
4. Flujo neto, se lo obtiene restando el total de ingresos y el costo total de producción incrementado.
5. Flujo neto = $37847.04 - 35350.18$
Flujo neto = 2496.86 para el año uno
6. Van menor.- para calcular este valor y que sea positivo se necesita determinar un valor de actualización el mismo que se lo ha establecido en 47.20 % o 0.472 y se lo aplica la siguiente fórmula.

$$FA = \frac{1}{(1+i)}$$

Donde:

FA = factor de actualización

1 = Unidad

i = tasa actual

n= tiempo

Aplicando la fórmula

$$FA = \frac{1}{(1+0.472)}$$

$$FA = \frac{1}{1.472}$$

$$FA = 0.67935$$

El factor de actualización para el primer año es de 0. 67935

Para los siguientes años se aplica la misma fórmula, con la diferencia de que n (tiempo) varía de acuerdo al año calculado.

Una vez calculado el factor actual para todos los años se procede a multiplicar el flujo neto por su respectivo factor de actualización. Para el primer año el valor es de (2496.86 X 0. 67935.) y se obtiene un valor de 1696.23 como flujo neto actualizado, para los demás años se sigue el mismo proceso.

El Van Menor es la suma de todos los flujos netos actualizados, a este valor se le resta la inversión del proyecto, y se obtiene como Van Menor 5.61

7. Para calcular el Van Mayor y que su valor sea negativo, de igual manera se lo determina el factor de actualización cuyo porcentaje se ha considerado un 47.50% y se emplea la fórmula:

$$FA = \frac{1}{(1+i)}$$

Donde:

FA= Factor de actualización

1 = la unidad

i = tasa actual

n = tiempo

Aplicando la fórmula

$$FA = \frac{1}{(1+0.475)}$$

$$FA = \frac{1}{1.475}$$

$$FA = 0.67797$$

El factor de actualización para el primer año es de 0.67797

Para los siguientes años se aplica la misma fórmula con la diferencia de que n (tiempo) varía de acuerdo al año calculado.

Una vez calculados todos los valores del factor de actualización se multiplica el flujo neto por estos valores y así para el año 1 se obtiene (2496.86 x 0,67797) y se tiene un valor de 1692.78 como flujo neto actualizado, para los demás años se realiza el mismo proceso.

El Van Mayor es la suma de todos los flujos netos actualizados, y a este valor se lo resta la inversión del proyecto y obteniendo un van mayor de: - 93.04 Cantidad negativa.

En el cuadro siguiente se demuestra todos y cada uno de los valores que se necesita para determinar el análisis de sensibilidad.

CUADRO Nº 74

AÑOS	COSTO TOTAL ORIGINAL	COSTO TOTAL ORIGINAL	INGRESO ORIGINAL	ACTUALIZACIÓN				
				FLUJO NETO	FACTOR ACT.	VALOR ACTUAL	FACTOR ACT.	VALOR ACTUAL
		12,82%			47,20%		47,50%	
						-11.650,56		-11.650,56
1	31.333,26	35.350,18	37.847,04	2.496,86	0,67935	1.696,23	0,67797	1.692,78
2	32.144,30	36.265,20	40.212,48	3.947,28	0,46151	1.821,72	0,45964	1.814,32
3	33.031,54	37.266,18	43.169,28	5.903,10	0,31353	1.850,79	0,31162	1.839,52
4	33.729,62	38.053,76	45.619,20	7.565,44	0,21299	1.611,40	0,21127	1.598,33
5	34.822,94	39.287,24	48.787,20	9.499,96	0,14470	1.374,62	0,14323	1.360,70
6	35.564,52	40.123,89	52.039,68	11.915,79	0,09830	1.171,32	0,09711	1.157,10
7	36.731,86	41.440,88	52.715,52	11.274,64	0,06678	752,92	0,06583	742,26
8	37.938,08	42.801,74	55.503,36	12.701,62	0,04537	576,23	0,04463	566,92
9	39.184,47	44.207,92	57.024,00	12.816,08	0,03082	394,99	0,03026	387,82
10	40.472,36	45.660,92	65.049,60	19.388,68	0,02094	405,95	0,02052	397,77
						5,61		-93,04

Fuente: Cuadro Nº 61 y 64

Elaboración: Autor de la tesis.

Para el cálculo del análisis de sensibilidad con el incremento del 12.82 % en los costos se aplican las siguientes fórmulas:

1. Nueva tasa interna de retorno

$$NTIR = Tm + Dt \left(\frac{VAN_{MENOR}}{VAN_{MENOR} - VAN_{MAYOR}} \right)$$

$$NTIR = 4 \left(\frac{5,61}{5,61 + 93,04} \right)$$

NTIR = 47,2%

Donde:

NTIR = Nueva tasa interna de retorno

Tm = Tasa menor

Dt = diferencia de tasas

VAN Menor = Valor actualizado neto menor

VAN Mayor = Valor actualizado neto mayor

1) DIFERENCIA DE TIR

Dif.Tir. = Tir proy. - Nueva Tir

Dif.Tir. = **41,41%**

2) PORCENTAJE DE VARIACIÓN

% Var. = (Dif. Tir / Tir del proy.) *100

% Var. = **46,73%**

3) SENSIBILIDAD

Sensib. = % Var./ Nueva Tir

Sensibilidad = **0,9895924**

El análisis de sensibilidad con el incremento del 12.82% en los costos es igual a: 0.9895924

Que es menor a 1 lo que quiere decir que el proyecto no es sensible a tal incremento.

**PARA EL PRIMER AÑO Y CON LA DISMINUCIÓN DEL 9.87% EN LOS
INGRESOS SE NECESITA CALCULAR**

1. Costo total de producción cuyo valor para el primer año es de \$31333.26 el mismo que se determinó en el cuadro N° 61 del Presupuesto de operación.
2. Total de ingresos cuyo valor para el año 1 es de \$37847.04 que se determinó en el cuadro N° 64 De Ingreso por ventas.
3. Total de ingresos disminuido el 9.87 % es decir que se calcula el 9.87 % del total de ingresos (37847.04 x 9.87 %) obteniendo un resultado de 3735.50 el mismo que se lo resta al total de ingresos (37847.04 -3735.50) dando un total de ingresos disminuido para el año 1 la cantidad de: 34111.54 dólares.
4. Flujo neto para determinar este valor se resta el total de ingresos disminuido el costo total de producción (34111.54 – 31333.26) obteniendo para el primer año un flujo neto de: \$ 2778.28 el mismo procedimiento se realiza para los años siguientes.
5. VAN menor para que este valor sea positivo se determina el factor de actualización que en este caso se ha considerado el 47.20 % y se aplica la siguiente fórmula:

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

Donde:

FA = Factor de actualización

1 = la unidad

i = tasa activa

n = tiempo

Aplicando la formula

$$FA = \frac{1}{(1 + 0.472)^n}$$

$$FA = \frac{1}{1.472}$$

$$FA = 0.679348$$

El factor de actualización para el año 1 es de: 0.679348 Para los siguientes años se aplica la misma fórmula pero n (tiempo) varía de acuerdo al año calculado.

Después de haber determinado cada valor del factor de actualización, se multiplica estos valores por cada uno de los flujos netos y así para el primer año se obtiene (2778.28×0.679348) la cantidad de \$ 1887.42 como flujo neto actualizado; y para los demás años se realiza el mismo proceso.

El VAN menor es igual a la suma de los flujos netos actualizados menos la inversión del proyecto = 7.89

6. El VAN mayor, para que este valor sea negativo se ha creído conveniente determinar como factor de actualización el 47,50 % y se lo aplica la siguiente fórmula:

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

Donde:

FA = Factor de actualización

1 = la unidad

i = tasa activa

n = tiempo

Aplicando la fórmula

$$FA = \frac{1}{(1 + 0.475)^n}$$

$$FA = \frac{1}{1.475}$$

$$FA = 0.677966$$

El factor de actualización para el año uno es de: 0.677966

Para los siguientes años se aplica la misma fórmula con la única diferencia de que n (tiempo) varía cada año de cálculo.

Luego se multiplica los flujos netos con los valores que tiene el factor de actualización así para el primer año como flujo neto actualizado es: $(2778.28 \times 0.677966) = 11883.58$ Para los demás años se aplica el mismo procedimiento.

El VAN mayor es igual a la suma de los flujos netos actualizados menos la inversión del proyecto y se obtiene una cantidad negativa de: - 88.10

CUADRO Nº 75

AÑOS	COSTO TOTAL ORIGINAL	INGRESO ORIGINAL	INGRESO ORIGINAL	ACTUALIZACIÓN				
				FLUJO NETO	FACTOR ACT.	VALOR ACTUAL	FACTOR ACT.	VALOR ACTUAL
			9,87%		47,20%		47,50%	
						-11.650,56		-11.650,56
1	31.333,26	37.847,04	34.111,54	2.778,28	0,679348	1.887,42	0,677966	1.883,58
2	32.144,30	40.212,48	36.243,51	4.099,21	0,461513	1.891,84	0,459638	1.884,15
3	33.031,54	43.169,28	38.908,47	5.876,93	0,313528	1.842,58	0,311619	1.831,36
4	33.729,62	45.619,20	41.116,58	7.386,96	0,212995	1.573,38	0,211267	1.560,62
5	34.822,94	48.787,20	43.971,90	9.148,96	0,144697	1.323,83	0,143232	1.310,42
6	35.564,52	52.039,68	46.903,36	11.338,84	0,098300	1.114,61	0,097106	1.101,07
7	36.731,86	52.715,52	47.512,50	10.780,64	0,066780	719,93	0,065835	709,74
8	37.938,08	55.503,36	50.025,18	12.087,10	0,045367	548,35	0,044634	539,49
9	39.184,47	57.024,00	51.395,73	12.211,26	0,030820	376,35	0,030260	369,52
10	40.472,36	65.049,60	58.629,20	18.156,84	0,020937	380,16	0,020515	372,49
						7,89		-88,10

Fuente: cuadro Nº 61 y 64.

Elaboración: Autor de la tesis.

Para calcular el análisis de sensibilidad que tiene el presente proyecto con el 9.87 % de disminución en los ingresos se necesita explicar las siguientes fórmulas:

1. Nueva tasa interna de retorno:

$$NTIR = Tm + Dt \frac{VANmenor}{VANmenor - VANmayor}$$

Dt = Diferencia de tasas (47.20 %- 47.50% = 0,30)

VAN menor = valor actualizado neto menor

VAN mayor = valor actualizado neto mayor

Utilizando la fórmula:

$$NTIR = 47,20 + 0,3 \left(\frac{7,89}{7,89 + 88,10} \right)$$

NTIR = 47,2%

2. Diferencia del TIR = Tasa Interna de Retorno del proyecto – la nueva TIR.

1) DIFERENCIA DE TIR

Dif.Tir. = Tir proy. - Nueva Tir

Dif.Tir.= **41,41%**

2) PORCENTAJE DE VARIACIÓN

% Var. = (Dif. Tir / Tir del proy.) *100

% Var. = **46,72%**

3) SENSIBILIDAD

Sensib. = % Var./ Nueva Tir

Sensibilidad = **0,9892517**

El análisis de sensibilidad con el 9.87 % de disminución en los ingresos es igual a: 0.9892517 que es menor a 1 lo que manifiesta claramente que el proyecto no es sensible a dicha disminución.

h. Conclusiones

Después del desarrollo del proyecto se determinan los siguientes resultados:

- Del estudio de mercado realizado en el Cantón Saraguro se demostró que existe una demanda insatisfecha de: 104040 postales de los lugares turísticos del cantón Saraguro para el primer año. De este total la empresa cubrirá el 81.20% que representa la cantidad de 84480 postales para el año 1.
- Se ha considerado empezar la producción con el 70 % de la capacidad instalada, tomando en cuenta que es un criterio técnico ya que la empresa está recién empezando, hasta poder ganar y posesionarse en el mercado, cubriremos el 100%. En estas condiciones la empresa empezará la producción con el 70% de la capacidad instalada, que es 59136 de postales para el primero hasta el segundo y tercer año, el cuarto y quinto año al 75% que es de 63360 el sexto y séptimo año al 80% que es de 67584 el octavo y noveno año al 90 % que es 76032 y decimo año al 100% que es de 84480.
- Para la implementación de la empresa se requiere de una inversión total de 11650.56 dólares, de este total el 74.25% que equivale a 8650.56 dólares el mismo que será aportaciones de los socios y que pertenecen a las fuentes internas; y el 25.75 % que representa a 3000 dólares serán financiados por el Banco Nacional de Fomento para un plazo de 2 años con una tasa de interés anual del 12. %.
- Según la evaluación financiera se evidencia la factibilidad del proyecto por los siguientes indicadores:

- ✓ Valor Actual Neto (VAN) = 72241.36
 - ✓ Tasa Interna de Retorno (TIR) = 88.63 %.
 - ✓ Relación Beneficio Costo (RBC) = 1.37
 - ✓ Periodo de Recuperación de Capital (PRC) = 1 años 7 meses y 6 días
 - ✓ Análisis de Sensibilidad. 0.9892517
 - ✓ Incremento en los costos del 12.82 %.
 - ✓ Disminución de los ingresos del 9.87 %
-
- En lo que se refiere a lo administrativo para la ejecución del proyecto se requiere del siguiente personal: un Gerente, un Asesor Jurídico temporal, una Secretaria-Contadora, vendedor un Tec. Diseñador Gráfico (Producción).
 - La implementación de esta pequeña empresa contribuirá al desarrollo socio-económico de Saraguro. Además generará fuentes de empleo.

i. Recomendaciones

Se recomienda lo siguiente:

- Se pudo comprobar que el proyecto es factible por lo que recomendamos la implementación a las personas que les interese la inversión.
- Fomentar el turismo como una importante actividad humana, cuya esencia es: conocer las culturas, los paisajes y disfrutar del tiempo libre.
- Con la implementación de esta empresa se ofrecerá un producto (postales) de calidad, capaz de satisfacer el deseo del cliente o turista.
- Que las entidades bancarias ayuden a quienes deseen invertir en este tipo de empresas con préstamos de mayor capital con bajos intereses y el plazo conveniente para la devolución de este crédito.
- Incentivar la producción de de tarjetas postales no solo del Cantón Saraguro sino también de toda la Provincia de Loja y del País.

j. Bibliografía

- FOLLETO DEL MINISTERIO DE TURISMO. 2002.
- MUNICIPIO DE LOJA. Guía práctica de la Provincia de Loja. 2004.
- WWW. Vivecuador.com.
- ORDOÑEZ, Marco y Ronald. Propuesta de Desarrollo Eco-turístico del Cantón Saraguro.2000.
- VARIOS AUTORES; Los Saraguros, Fiesta y Ritualidad. 1994.
- BELOTE, Linda S. Etnohistoria de los Saraguros. 1994.
- INFORMACIÓN DE CODENPE. 2001.
- PLAN ESTRATEGICO PARTICIPATIVO DEL CANTON SARAGURO. 2003.
- TRIPTICO DE LA INFORMACION TURISTICA DEL CANTON SARAGURO.
- <http://www.google.com>.
- <http://www.search.msn.es>.
- STANTO, ETEZL Y WALKER. Fundamentos de Marketing.
- PAZMIÑO; R. REQUENA, J. Seminario taller. Como iniciar una microempresa.
- PUGOL, Bruno. Diccionario de Marketing. Madrid España. 1999.
- GARRIDO FERNANDEZ, R. Marketing. Como conseguir una red comercial.
- KOTLER, Philip. Mercadotecnia. Tercera edición. Editorial Frenice Hall Hispanoamericana.
- ARELLANO, Rolando. Marketing. Enfoque en América Latina.
- PERREAUT, MC. Cartey. Marketing. Teoría y Práctica, undécima edición. Tomo I.
- BACA, Gabriel. Evaluación de proyectos. Tercera edición. 1997.

- MELNICK, Julio. Manual de proyectos de desarrollo económico.
- GITMAN, Lawrence, J. RESTREPOS, Carlos. Fundamentos de Administración Financiera.
- VALERA, Rodrigo. Evaluación económica de alternativas operacionales y proyectos de inversión.
- NACIONES UNIDAS. Manual de Proyectos de Desarrollo Económico. Editorial Naciones Unidas. México. 1986.
- OXENFELD, Alfred, MIGNASHCA, Franklin: Análisis de Costo-Beneficio para la toma de decisiones.
- BACA. Gabriel. Elaboración y Evaluación de Proyectos de Investigación. Editorial Mc Graw Hill. México. 1997.
- DUMESNIL, Albert, FONTANALS, Francisco. La estructura funcional de la empresa.
- Riego Amézaga, Bernardo (ed.), España en la tarjeta postal. Un siglo de imágenes, Barcelona, Lunweg Editores, 2011, 296 págs. ISBN: 9788497856737.

- La tarjeta postal en Badajoz (1900-1931). Francisco Javier García Ramos. Cicon Ediciones. 2001.

k. Anexos**UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA****MODALIDAD DE ESTUDIOS A DISTANCIA
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICROPRESA PRODUCTORA DE TARJETAS POSTALES Y SU COMERCIALIZACIÓN A LOS TURISTAS NACIONALES E INTERNACIONALES QUE VISITAN EL CANTÓN SARAGURO”.

**PROYECTO DE TESIS PREVIO
A LA OBTENCIÓN DEL
TÍTULO DE GRADO DE
INGENIERO COMERCIAL.**

AUTOR: Pablo Gonzalo Mora Jaramillo

LOJA – ECUADOR

-2012

a. TEMA

“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICROPRESA PRODUCTORA DE TARJETAS POSTALES Y SU COMERCIALIZACIÓN A LOS TURISTAS NACIONALES E INTERNACIONALES QUE VISITAN EL CANTÓN SARAGURO”.

b. PROBLEMÁTICA

Siendo conocedores y consientes de la gran variedad de materias primas existentes en el Ecuador, el país tiene posibilidades de desarrollar diversas industrias y que en los últimos tiempos una de la rama de la actividad económica del país con gran capacidad de explotación es el turismo.

Ecuador tiene los más bellos lugares del mundo y la más amplia gama de climas y productos en su regiones naturales en forma tal , que constituyen un atractivo turístico a nivel mundial .La provincia de Loja es un ejemplo maravilloso por sus riquezas naturales, culturales, atractivos turísticos que la hacen diferente de los otros lugares.

En la década de los años noventa, Loja vio florecer lo que muchos denominan la industria sin chimeneas, el turismo el cual se fortaleció con la firma de la paz entre Ecuador y Perú en 1998

No obstante este despegue, a criterio de varios entendidos y analistas, no ha logrado madurar, manteniéndose incipiente, considerando que el factor turístico atraviesa una etapa de posicionamiento y que lamentablemente se hace por fortificarlo, como tampoco se emprende en una verdadera campaña de difusión de este recurso.

Otros factores que han obstaculizado el desarrollo de la actividad turística son:

1. Insuficiencia hotelera.
2. Falta de adecuada política nacional y privada de promoción turística.
3. Necesidad de mejoramiento de los medios de comunicación.
4. La adecuación de numerosos lugares que podrían ser explotados con fines turísticos.
5. Insuficiencia de personal profesional preparado para esta actividad.
6. Propaganda nacional e internacional para estos fines.
7. Falta de capitales para invertir en esta clase de industrias.

Es por todas estas razones que este trabajo consideramos pertinente el estudio del siguiente problema.

Al norte, en la trayectoria hacia la capital azuaya a distancia de 64km.de la ciudad de Loja se encuentra el cantón Saraguro, también conocido como la tierra del maíz, representa la principal comunidad indígena de la provincia un sector habitado por personas pertenecientes a una raza orgullosa que se niegue a mezclarse con otra, que mantiene sus tradiciones y costumbres desde la época del incario.

Esa defensa de las costumbres se aprecia en su vestimenta tradicional y que junto a diversos atractivos turísticos de la zona (el baño del inca, el bosque de Huashapamba el cerro de arcos, el Puglla, turismo comunitario) hacen de una visita a Saraguro una aventura etnoturística, aunque no han sido promocionados adecuadamente. No existe información de los atractivos, faltan senderos y señalización que dirijan a los lugares, inclusive algunos parajes son desconocidos por los mismos habitantes del lugar por lo que su promoción y difusión es casi nula.

La falta de publicidad nacional e internacional de los lugares turísticos del cantón Saraguro de la provincia de Loja no permite que se desarrolle la industria del turismo en este sector

El sector micro empresarial hoy en día ha sido influenciado por una serie de situaciones ya que bien sea la producción y comercialización y se lo realiza en un mercado muy estrecho, Considerando que esto se debe a la carencia de estudios de factibilidad sobre producción de un bien o servicio basados especialmente en poder potenciar y fortalecer a un sitio como destino turístico.

Por tal razón se ha considerado plantear un proyecto de factibilidad para la implementación de una microempresa productora y comercialización de tarjetas postales de los lugares turísticos del Cantón Saraguro, considerando que este lugar se caracteriza por poseer un entorno natural hermoso y atractivo, con la finalidad de ofrecer a los visitantes un producto de calidad, el mismo que podrá ser motivo de grandes recuerdos para los turistas.

c. JUSTIFICACION

Durante los últimos años se han elaborado estudios de diferente naturaleza sobre la actividad turística, pero en la mayoría de los casos el estudio hace referencia al turismo como un todo.

JUSTIFICACION ACADÉMICA

Identificado con nuestra realidad, este proyecto no solo procura brindar una alternativa de solución a una problemática que afecta al convivir nacional, sino que además el tema de investigación cumple con los requisitos de formación o especialización de un administrador de empresas

JUSTIFICACION ECONOMICA

A diferencia de otros estudios, esta investigación con la finalidad de lograr un mejor aprovechamiento del mercado y producto turístico con que cuenta el cantón Saraguro, para captar otros tipos de turismo y prolongar la estancia del turismo actual, consientes que para ello es necesario conocer la oferta de atractivos turísticos existentes.

Es muy importante aprovechar la capacidad turística de Saraguro como base del crecimiento económico e impulsora del proceso de desarrollo, sirviendo de apoyo a las actividades productivas y como fuente generadora de empleo, mejores empleos, de mejores ingresos y de bienestar general.

JUSTIFICACION SOCIAL

El presente trabajo ofrecerá, una amplia visión de los más destacados atractivos culturales y paisajísticos del cantón Saraguro, pondrá a disposición de todos quienes se interesen por conocer o visitar este lugar, información ilustrada – descriptiva en donde se muestre y resalte con autenticidad y sencillez los perfiles del espíritu y del paisaje de una región que acogedora abre sus brazos a propios y extraños.

d. OBJETIVOS

OBJETIVO GENERAL

- Elaborar un estudio para determinar la factibilidad de implementar una microempresa productora de tarjetas postales de los lugares turísticos del cantón Saraguro y su comercialización a los turistas nacionales e internacionales impulsando el desarrollo regional.

- **OBJETIVOS ESPECIFICOS**

- Determinar la oferta y la demanda de nuestro producto mediante un estudio de mercado.
- Efectuar un estudio técnico para establecer el tamaño, la localización y el proceso productivo de la microempresa.
- Estructurar el sistema organizativo de la empresa y los aspectos legales
- Definir las inversiones y el financiamiento necesario para la microempresa por medio de los índices económicos.
- Efectuar la Evaluación Financiera.

e. MARCO TEORICO

1. TURISMO

1.1. Origen y antecedentes.

Durante toda la historia de la humanidad, las personas han viajado por distintas razones. Sin embargo, son los egipcios, alios y persas quienes dieron los primeros pasos en la historia del turismo. Herodoto, es el primer turista reconocido, al viajar a través de Grecia “solo para satisfacer su curiosidad.”²⁷

Los primeros antecedentes del turismo en cuanto al movimiento de masas se sitúan en el Imperio Romano y en Grecia. Se desplazaban por toda Europa ,en busca del mar y de descanso. En al edad media (año 1130)surgió la primera guía de viajes, escrita por el monje francés Aimeri de Picard, y versaba sobre las mejores rutas que podían seguir los peregrinos para ir de los pirineos a la península Ibérica hasta la catedral de Santiago de Compostela, España.

En el periodo del renacimiento, muchas monarquías europeas promocionaron los viajes y colaboraron en al protección de los explotadores como métodos de financiación de sus estados. En el siglo XIII, Marco Polo, personaje nacido en Venecia, fue el primer turista estricto de la historia, autor además del primer libro sobre turismo del cual se tiene noticia en el mundo.

Así llegamos al nacimiento del turismo moderno, finales del siglo XVI para esta época, Saint Maurice publico la “Guía fiel de los extranjeros en los viajes por Francia” en ella detallaba sitios de interés, información y atractivos de Paris. La mayor parte de turistas eran ingleses.

En las primeras décadas del siglo XIX aparecen los románticos quienes son los verdaderos pioneros de la corriente que a partir de ese momento va ha comenzar a dar forma al turismo modero, un turismo esencialmente de elite, al que progresivamente Irán incorporándose capas menos favorecidas de la sociedad, en una corriente turística ya bastante semejante a las que entendemos hoy en día, aunque con las limitaciones de la dimensión que ha crecido de forma casi exponencial.

1.2. Concepto.

Turismo es el ejercicio de todas las actividades asociadas con el desplazamiento de personas hacia lugares distintos al de su residencia habitual, sin ánimo de radicarse permanentemente en ellos.

Turismo es una actividad humana cuya esencia son el óseo y el tiempo libre y que además de involucrar desplazamientos y la recepción de quienes se trasladan, se sustenta en el uso de recursos y en la prestación de servicios, generando repercusiones diversas.

En definitiva el turismo es una importante actividad social y económica que requiere tantos recursos naturales y fascinante patrimonio natural y cultural

²⁷ ORDOÑEZ, Marco y Ronald. Propuesta de Desarrollo Eco-turístico del Cantón Saraguro.2000.

(playas, bosques, zonas arqueológicas, museos, gastronomía, etc) que son el principal detonador de cada lugar.

1.3. Tipos de turismo.

Cárdenas Tabares.- Proporciona las siguientes definiciones de algunos de los tipos de turismo mas comunes, dependiendo del tipo de actividades que prefiera llevar a cabo el turista, o del motivo de su visita.

1. Turismo de negocios.-Las personas que viajan por razones de negocios tienen una finalidad directa o indirectamente lucrativa. Este tipo de turismo no es afectado por las estaciones turísticas, los hombres de negocios llegan durante todo el año, generalmente, a las grandes ciudades, que son lugares propicios para su actividad. La infraestructura turística debe ser adecuada o para este tipo de turismo. Por ejemplo un hotel para el hombre de negocios debe tener sus habitaciones aisladas, muy cómodas, con un escritorio para escribir, computador disponible, secretarias, suficiente papelería en los cuartos, servicios de bar, y todos aquellos implementos relacionados con el motivo de su viaje.

2. Turismo familiar y de amigos.-Este turismo se efectúa con el fin de visitar amigos o parientes en el, exterior o dentro del país. En buena parte ha sido el fruto de viajes anteriores, que han dado lugar a establecimiento de amistades con personas de la nación o naciones visitadas. Por lo general este tipo de turismo no utiliza los servicios de alojamiento.

3. Turismo académico.-(estudios) Los viajes siempre han sido considerados como complemento indispensable de la educación. Acontecimientos históricos de la más grande importancia pueden ser considerados como derivados de la amplitud de los conocimientos adquiridos en su desplazamientos y debemos admitir que la perfección de estos conocimientos no hubiera sido posible sin la realización de tales viajes. Los estudiantes que aprenden a viajar transmitirán a sus hijos esos buenos hábitos y en esta forma lograrán un mejor conocimiento de sus respectivos países, sirviendo a su vez de armas promocionales y , en consecuencia, del desarrollo turístico.

El turismo estudiantil lo podemos clasificar en turismo escolar, turismo colegial y el turismo universitario. Debido a la capacidad económica de los estudiantes y para evitar el costo del transporte, para este tipo de turismo se construyen albergues juveniles, localizados cerca de las ciudades. Estos albergues se construyen en poco espacio, con literas, con cocinas y comedores para autoservicio, los utensilios son desechables y cada estudiante aporta sus propias sábanas y almohadas, con el fin de que la tarifa sea reducida.²⁸

4. Turismo de convenciones y congresos.-En la actualidad el turismo denominado de congresos, convenciones, sinposicios y similares, se viene incrementando aceleradamente con el fin de intercambiar ideas de todo índole científica. Este turismo nace debido a que la complejidad de los

²⁸ ORDOÑEZ, Marco y Ronald. Propuesta de Desarrollo Eco-turístico del Cantón Saraguro.2000.

avances científicos y la de los problemas que la ciencia que nos lleva a conocernos hacen ver que es, desde todo punto de vista, imposible el dominio de todos los ramos del saber y que es imprescindible el intercambio de ideas entre especialistas de diversos países o grupos de trabajo, para intensificar el intercambio de conocimientos de adelantos que contribuyan a facilitar el avance hacia la solución de todas las incógnitas, ya que en nuestra época han quedado totalmente descartados los presentimientos y la intuición, y se tiende a poner al margen el prestigio individual.

El turismo de convenciones, ha sido una manera para solucionar, en parte, las fluctuaciones estacionales turísticas, ya que estos se fomentan en épocas de baja temporada, periodos en los cuales se puede brindar un mejor servicio y tarifas más moderadas.

Además a los países les interesa este tipo de turismo por los beneficios de tipo intelectual que genera, pues después de celebrados estos eventos generalmente queda una serie de ideas y documentos que los nacionales pueden aprovechar. Es importante invertir para el establecimiento de salas para los congresos, que desde luego deben seguir de una tensión esmerada al turista, para que el visitante se forme una buena imagen tanto de los intelectuales, nacionales como del estado, y decidan volver a visitar el país.

5. Turismo de descanso o placer.-Se puede relacionar con los periodos de reposo que permite reiniciar labores con nuevo animo y vigor No existe mejor descanso que el derivado de un cambio de ambiente, y este cambio no puede ser mas completo ni mas beneficioso que cuando es obtenido de un viaje, sea al exterior o dentro del propio país. En la actualidad este tipo de turismo no se discute, al contrario, se hace todo cuanto sea necesario para favorecerlo y estimularlo, dándose el caso de que se imponga obligatorio a quienes se dedican a determinadas actividades que exigen un esfuerzo físico o mental elevado. Este tipo de turismo se ha generalizado en tal forma que constituye una de las más grandes manifestaciones del turismo en general, y es la base sobre la cual se funda el postulado que el fuerismo debe ser considerado como fenómeno social.

6. Turismo de compras.-Este tipo de turismo busca adquirir productos comerciales del país o estado a visitar. Es importante tomar en cuenta que la artesanía juega un papel fundamental, ya que, además de ser de gran interés debe fomentarse, no solo su desarrollo sino que debe vigilarse la producción para llegar a ofrecer artículos artísticos que acrediten al país o estado de origen como nación laboriosa y de buen gusto.

7. Turismo de salud o medicinal.-Es el turismo que busca los medios para conservar, fomentar y restaurar la salud como clave fundamental del bienestar físico, mental y social. Para poder lograr lo anterior los turistas se desplazan a lugares de buen clima, que posean aguas termales, lugares de sano ambiente atmosférico, o donde residan médicos destacados en alguna rama de esta profesión, como la cardiología, la oncología y otras más. Este tipo de turismo ya esta en condiciones de desarrollarse en América Latina, como una consecuencia de la diversificación de la medicina en sus diferentes especialidades.

Los desplazamientos motivados por el turismo de salud son altamente rentables, de larga permanencia y de gran volumen, debido a que al paciente lo acompañan los familiares o amigos mas allegados, que aprovechan para conocer el país, mientras el enfermo recibe tratamiento. Los hoteles para este tipo de turismo son especializados, por ejemplo, en el caso de las aguas termales, en cada habitación existe un baño, si esas aguas son abundantes o, al menos, una piscina para servicios de todos los huéspedes. Deben contar con médicos especializados para la atención de los turistas, salones de gimnasia y demás aspectos que se relacionan con la salud.

8. Turismo religioso.- El objetivo principal del viaje es cumplir con una promesa, acudir a una peregrinación o romería a lugares que ya gozan de prestigio dentro del campo de la fe. Este turismo es de baja permanencia y de gastos muy reducidos, pues la índole del mismo, no permite establecer un programa de desarrollo de diversiones. En lo generalmente invierten son en alimentos y bebidas.

9. Turismo deportivo.- El turismo deportivo se ha desarrollado en la actualidad de una forma especial, debido a la implantación del deporte como norma de descanso y fortalecimiento de la raza humana. El desplazamiento se efectúa como consecuencia de la realización de eventos deportivos en diferentes lugares del mundo. El turismo deportivo es de larga permanencia, debido a que los turistas llegan antes de comenzar el evento para poder conseguir boletos para toda la temporada y salen después del evento y en muchos casos visitan otros países que se encuentran en la ruta de regreso a su país de origen.

El turismo deportivo se divide en :Alpinismo, pesca, casería, esquí, equitación y todos aquellos eventos que atraen a una infinidad de personas como: El fútbol, el tenis, la carrera de automóviles, los deportes acuáticos y el turismo de invierno entre otros Por ejemplo los mundiales de fútbol, los juegos olímpicos son muy disputados en vista de la infraestructura deportiva que queda para desarrollar los deportes entre la juventud, además se requiere construir y ampliar la infraestructura turística, aspecto que permitirá incrementar los desplazamientos del turismo. Los hoteles deben tener campos de golf, canchas de tenis y demás áreas para otros deportes.

10. Turismo de aventura.- El turismo de aventura es un de los mas rentables y de mas auge en la actualidad, pues el hombre siempre se ha llamado la atención lo desconocido, las regiones ignoradas, especialmente aquellas que tienen leyenda, quizás en muchas ocasiones producto de la imaginación de unos cuantos que las han visitado. Muchos países tienen gran oportunidad para desarrollar el turismo de aventura, en razón de disponer de amplias zonas aptas en las cuales se pueden establecer programa para subdesarrollo y propaganda para que logren alcanzar a corto y mediano plazo una imagen de alcance internacional.

11. Turismo cultural.- El turismo cultural corresponde aquella corriente de visitantes que admira museos, obras de arte y vestigios arqueológicos, de manera superficial y se forma imagen de los lugares de acuerdo a los pocos

valores que visitamos y analizamos, por lo que su estadía es corta. Las formas de vida de las diferentes civilizaciones y sus tradiciones son consideradas como manifestaciones culturales, que atraen a personas de diferentes regiones para intercambiar y comparar aspectos culturales.

12. Turismo ecológico.-Este tipo de turismo ha empezado a considerarse de gran importancia, pues se refiere al contacto del turista con la naturaleza pero sin alterarla. Este tipo de turismo puede considerarse como turismo sustentable, y que se refiere a la correcta administración de los recursos naturales, financieros, técnicos y humanos, para lograr el mayor grado de satisfacción del visitante y mayor beneficio para la comunidad receptora minimizando los impactos en la región.

1.4. Productos y servicios turísticos.

Se define como cualquier producto puesto a disposición del mercado, que es adquirido y consumido por un turista, teniendo en cuenta que la compra puede ser realizada a través de una empresa intermediaria o directamente en la empresa productora. Dentro de este concepto debemos diferenciar dos grupos de productos y servicios turísticos.

1.4.1 Generales.-Son aquellos que forman parte del viaje de la mayor parte de personas, independientemente de su motivo o destino turístico. Se diferencian seis tipos:

- a) Intermediación y programación de viajes.
- b) Servicios de alojamiento.
- c) Servicios y productos de alimentación.
- d) Servicios de transporte.
- e) Servicios de animación.
- f) Los seguros.

1.4.2. Especiales.-Son aquellos que adquieren los turistas para la realización de las actividades que son particulares a cada una de ellas. Estos productos y servicios están relacionados con las motivaciones de los turistas, y son correspondientes con los tipos de viajes y con los atractivos de la zona de destino, sucediendo que en ocasiones de coste económico. Podemos diferenciar 6 tipos de productos especializados.

- a) Productos naturales.
- b) Productos culturales.
- c) Productos de diversión o recreativo
- d) Productos deportivos.
- e) Productos profesionales.
- f) Productos de artículos y manufacturas.

1.5. Proyecto.

Proyecto es una idea, un sueño que se piensa realizar en el futuro cercano. Un proyecto es reunir y analizar información para averiguar si una empresa es una idea buena o no.

Proyecto es un conjunto de ideas bien organizadas que pretenden alcanzar un objetivo. Para lograr su implantación será necesario realizar una serie de actividades en forma planificada, las cuales posiblemente implicaran costos. A continuación se presentan los pasos para la elaboración de un proyecto.

1. Estudio de mercado.

2. Estudio técnico.
3. Estudio financiero.
4. Estudio económico.
5. Estudio administrativo.

1.5.1. Estudio de mercado.-Es uno de los factores mas críticos en la realización de un proyecto, es la determinación de su mercado, tanto por lo hecho de que así se define la cuantía de su demanda e ingresos de operación, como por los costos o inversiones implícitas.

Se entiende por mercado el área en que confluyen las fuerzas de la oferta y la demanda para realizar las transacciones de bienes y servicios a precios determinados.²⁹

1.5.2. Estudio técnico.-El estudio técnico tiene por objeto proveer información para cuantificar el monto de las inversiones y de los costos de operación pertinentes a esta área .Uno de los resultados de este estudio será definir la función de producción del bien o servicio del proyecto .De aquí podrá obtener la información de las necesidades de capital, mano de obra y recursos materiales, tanto para la puesta en marcha como para la posterior operación del proyecto.

Del estudio técnico deberán determinarse los requerimientos de equipos de fábrica para la operación y el monto de la inversión correspondiente. Por tanto el estudio técnico consiste en aquellos aspectos técnicos, analiza los factores estrictamente vinculados al proceso de producción, como son: el tamaño, la localización e ingeniería de proyecto.³⁰

1.5.3 Estudio financiero.-Esta parte del proyecto nos ayuda a definir las fuentes y formas de financiamiento del mismo, donde y bajo que condiciones se prevé financiar la pequeña empresa, además nos permite aclarar las inversiones a realizarlas, y los recursos que son necesarios para que puedan funcionar en función de la información obtenida de los aspectos de mercado y aspecto técnico.

El estudio financiero de un proyecto en ultimo termino determina su aprobación o rechazo, este mide la rentabilidad, luego la inversión, todo medido en base monetaria.

1.5.4 Estudio económico.-El estudio de la evaluación económica es la parte final de toda secuencia de análisis de la factibilidad de un proyecto. Si no han existido contratiempos se sabrá hasta este punto cuales son los recursos necesarios para la realización del proyecto, así como todos los costos en que se incurrirán. Sin embargo a pesar de conocer las utilidades probables del proyecto, aun no se habrá demostrado que la inversión propuesta será económicamente rentable.

Para comprobar la rentabilidad económica del proyecto se hará el análisis de los siguientes métodos:

-Flujo de caja.

²⁹ GARRIDO FERNANDEZ, R. Marketing. Como conseguir una red comercial.

³⁰ ARELLANO, Rolando. Marketing. Enfoque en América Latina

- Valor actual neto.
- Relación beneficio costo.
- Tasa interna de retorno.
- Periodo de recuperación del capital.
- Análisis de sensibilidad.

1.5.5. Estudio administrativo.- Para cada proyecto es importante definir una estructura organizativa que mas se adopte a los requerimientos de su posterior operación .Conocer esta estructura es fundamental para definir las necesidades de personal calificado para la gestión y por tanto, estimar con mayor precisión los costos indirectos de la mano de obra ejecutiva.

También es necesario definir de cómo se va a constituir legalmente la organización ya que el proyecto que se ha de ejecutar debe tener una denominación, una razón social, un objeto, etc. para así cumplir el aspecto legal.

f. METODOLOGIA

Los mecanismos o procedimientos a seguirse en esta investigación serán los siguientes.

Previo a un concienzudo análisis se establecerá el objeto de estudio (problema). Seguidamente se utilizara el método científico con el cual establece el marco teórico, descriptivo, explicativo, hipotético - deductivo, histórico y predictivo del proyecto, también se utilizará para conceptualizar las definiciones de todo el proyecto. Y en el sistema organizativo para detallar las funciones del personal que laborará en la empresa, con el fin de adquirir bases científicas usaremos la técnica de recolección bibliográfica.

El Método estadístico el cual permitirá describir la realidad objetiva en términos cuantitativos. Este se aplicará para determinar la población y muestra del proyecto, para obtener la tasa de crecimiento anual de los turistas. De igual manera para recolectar información de campo se realizara el sondeo, acercamiento metodológicamente organizado con la realidad y el estudio de mercado correspondiente.

Las técnicas a utilizar serán:

1. La observación directa de los atractivos culturales y paisajísticos del cantón.
2. Encuestas a los posibles demandantes de nuestro producto.
3. Entrevista a los ofertantes de productos turísticos similares al nuestro.

Estos permitirán obtener una mayor cantidad de datos cuantitativos de los fenómenos existentes para su posterior sistematización y análisis.

Debido a lo extenso de la población, se elaborará una muestra cuyos resultados pueden ser aplicados a todo el universo. Se utilizará la técnica del muestreo cuya base será la población que visita a la provincia de Loja, Saraguro (14439 visitantes) y un margen de error del 5%

MESES	NUMERO DE TURISTAS DEL AÑO 2010		
	SARAGURO	LOJA	TOTAL
Enero	197	742	939
Febrero	173	1208	1381
Marzo	327	1068	1395
Abril	193	709	902
Mayo	157	679	836
Junio	214	562	776
Julio	215	1383	1598
Agosto	232	987	1219
Septiembre	232	1062	1294
Octubre	218	1231	1449
Noviembre	201	1450	1651
Diciembre	203	796	999
TOTAL	2562	11877	14439

Usando la siguiente fórmula:

$$n = \frac{N}{1 + (e)^2 N}$$

En donde:

n = Tamaño de la muestra

N = Población

e = Margen de error

14439

5% = 0,05

Aplicando la fórmula para la obtención de la muestra.

$$n = \frac{14439}{1 + (0.05)^2 14439}$$

$$n = \frac{14439}{1 + (0.0025)14439}$$

$$n = \frac{14439}{1 + 36.0975}$$

$$n = \frac{14439}{37.0975}$$

$$n = 389 \text{ encuestas.}$$

Las encuestas serán aplicadas a los 389 turistas (100 %). De los cuales 346 encuestas (88.95 %) serán aplicadas a los turistas que visitan el Cantón Saraguro y 43 son las encuestas (11.05 %) realizadas a los turistas que visitan la Prov. Loja.

Por tanto el tamaño de la muestra será de 389.

Continuando con el proyecto se realizara un estudio técnico que estará fundamentado con el acopio de información de campo y será examinado por medio de modelos matemáticos. Esto permitirá determinar el tamaño y la ubicación de la empresa, su capacidad y su proceso productivo así como los suministros requeridos.

Para cuantificar el monto de las inversiones y costos de operación pertinentes, se empleará un proceso contable basado en los presupuestos realizados previamente con la información obtenida de las actividades anteriores.

Con todos estos antecedentes se procederá a realizar el análisis financiero en donde se analizará algunos índices económicos. Una vez aplicados los instrumentos de investigación y realizados los estudios de viabilidad del proyecto, se confrontará la información obtenida, determinando si es o no aceptada. Así mismo estaré en condiciones de presentar las debidas conclusiones y recomendaciones.

h. PRESUPUESTO Y FINANCIAMIENTO

En el presente proyecto tendrá una inversión de 997.00 dólares que lo desglosa de la siguiente manera.

*ADQUISICION DE EQUIPO

Cámara fotográfica.	120,00
Filmadora	350,00

*MATERIALES DE OFICINA

Papel boon una resma.	5,00
Esferográficos y marcadores	5,00
Carpetas	2,00

*TRANSPORTE

- De Saraguro a Cerro de arcos (Manu) 2 personas X dos días	20,00
- De Saraguro a Chaya zapa (Tenta) 2 personas X dos días	24,00
- De Saraguro a Cerro (Puglla) 2 personas X dos días	15,00
- De Saraguro a Urdaneta 2 personas X dos días	10,00
- De Saraguro a (Puente Chico) 2 personas X dos días	8,00
- De Saraguro a Tablón 2 personas x dos días	18,00
- De Saraguro a Carboncillo 2 personas X dos días	20,00
- De Saraguro a Celen 2 personas X dos días	22,00

*ALIMENTACIÓN

Son 16 días a 4,00 cada uno	128,00
-----------------------------	--------

*BIBLIOGRAFIA

-Adquisición de libros, folletos, revistas, guías turísticas	100,00
--	--------

*PUBLICIDAD DEL TRABAJO

- Digitación del documento, empastado y 4 copias con su respectivo empastado	150,00
--	--------

	TOTAL	\$ 997.00
FINANCIAMIENTO		
-Aspirante	100%	\$ 997.00
FINANCIAMIENTO		
-Aspirante	100%	\$ 997.00

ENCUESTA A LOS DEMANDANTES
UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA
MODALIDAD DE ESTUDIOS A DISTANCIA
Carrera de Administración de Empresas

Estimado (a) turista:

Reciba nuestro cordial saludo. Sírvase contestar el siguiente cuestionario, cuya finalidad es conocer la aceptación de un producto como son las Tarjetas postales de los lugares turísticos de Saraguro. Esperamos que sus respuestas sean lo más certero posible.

Sexo:

Lugar de origen:

1. ¿Por qué razones visita el cantón de Saraguro?

- | | | | |
|-------------|-----|-----------------|-----|
| Distracción | () | Conocer cultura | () |
|) | | | |
| Negocios | () | Salud | () |
|) | | | |
| Otros | () | | |

2. ¿Adquiere Usted tarjetas Postales?

- | | |
|----|-----|
| Si | () |
| No | () |

3. ¿Al comprar una postal usted que aspecto considera de mayor importancia para ser su elección?

- | | | | |
|---------|-----|--------------|-----|
| Calidad | () | Tamaño | () |
| Precio | () | Presentación | () |
| Lugares | () | Otros | () |

4. De acuerdo a las visitas q usted realice a Saraguro ¿Cuántas Postales adquiere al mes?

- | | |
|----------|-----|
| 1 a 2 | () |
| 3 a 6 | () |
| 6 a 10 | () |
| 10 a más | () |

5. ¿Qué lugares atractivos del Cantón Saraguro conoce usted? Indique.

Cerro de Arcos	()	Wilka Marka	()
Baño del Inca	()	Washapamba	()
León Dormido	()	Taita Puglla	()
Inka Pirka	()	Laguna de Chinchill()	
Laguna de condorshillo	()	Ninguno	()

6. De los lugares mencionados en la pregunta anterior y no conoce, ¿cuales desearía conocer?

Cerro de Arcos	()	Wilka Marka	()
Baño del Inca	()	Washapamba	()
León Dormido	()	Taita Puglla	()
Inka Pirka	()	Laguna de Chinchilla()	
Laguna de condorshillo	()	Ninguno	()

7. Al implementar una microempresa productora y comercializadora de tarjetas postales, ¿Le gustaría comprar tarjetas postales para que recuerde los diversos paisajes y atractivos turísticos que conoció del Cantón Saraguro?

Si ()
No ()

8. Si ya conoce los lugares atractivos del Cantón Saraguro. ¿De cuáles de ellos le gustaría adquirir postales?

Cerro de Arcos	()	Wilka Marka	()
Baño del Inca	()	Washapamba	()
León Dormido	()	Taita Puglla	()
Inka Pirka	()	Laguna de Chinchilla()	
Laguna de condorshillo	()	Ninguno	()

9. ¿De qué tamaño le gustaría las postales?

10 x 15cm ()
20 x 15cm ()
20 x 30cm ()
Otros ()

11. ¿En qué material le gustaría que sean elaboradas las postales?

- | | |
|-----------------------------------|-----|
| Carton | () |
| Cartulina (Simple) | () |
| Papel Postal (Cartulina Plegable) | () |
| Otros | () |

10. ¿Cuánto pagaría por cada postal?

- | | |
|----------------|-----|
| 65 ctvs/ dólar | () |
| 80 ctvs/ dólar | () |
| 1.20 dólares | () |
| Otros | () |

11. ¿En qué lugares de Saraguro preferiría comprar las postales?

- | | |
|---------------------|-----|
| Hostales | () |
| Locales artesanales | () |
| Agencias de viaje | () |
| Municipio | () |
| Otros | () |

¡Que disfrute de su estadía!

GRACIAS.

PROYECCION DE PRECIOS DE LA MATERIA PRIMA DIRECTA

Años	Tinta	Cartulina plegable
	Valor proyectado + 3,33 %	Valor proyectado + 3,33 %
1	38,00	0,30
2	39,26	0,31
3	40,56	0,32
4	41,91	0,33
5	43,30	0,34
6	44,74	0,35
7	46,22	0,36
8	47,75	0,37
9	49,34	0,38
10	50,98	0,39

Fuente: Tasa de inflación del año 2010 según BCE.

Elaboración: Autor de la tesis.

ANEXO

COSTO DE LA MATERIA PRIMA DIRECTA NECESARIA PARA LOS AÑOS 1,2,3,4,5,6,7,8,9 Y 10.

COSTO DE LA MPD NECESARIA PARA EL AÑO 1

Descripción	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Tinta (4 colores)			
Tinta negra	33	38,00	1254,00
Tinta magenta	16	38,00	608,00
Tinta cyan	16	38,00	608,00
Tinta amarilla	16	38,00	608,00
Subtotal			3078,00
Cartulina plegable			
Cartulina plegable	5496	0,30	1648,80
Subtotal			1696,80
TOTAL			4726,80

COSTO DE LA MPD NECESARIA PARA EL AÑO 2

Descripción	Cantidad Toners	Valor unitario	Valor total
TINTA 4 COLORES			
Tinta negra	35	39,26	1374,10
Tinta magenta	18	39,26	706,68
Tinta cyan	18	39,26	706,68
Tinta amarilla	18	39,26	706,68
Subtotal			3494,14
Cartulina plegable			
Cartulina plegable	5679,01	0,31	1760,49
Subtotal			1939,05
TOTAL			5433,19

COSTO DE LA MPD NECESARIA PARA EL AÑO 3

Descripción	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Tinta (4 colores)			
Tinta negra	36	40,56	1460,16
Tinta magenta	19	40,56	770,64
Tinta cyan	19	40,56	770,64
Tinta amarilla	19	40,56	770,64
Subtotal			3772,08
Cartulina plegable			
Cartulina plegable	5868,12	0,32	1877,80
Subtotal			2104,32
TOTAL			5876,40

COSTO DE LA MPD NECESARIA PARA EL AÑO 4

Descripción	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Tinta (4 colores)			
Tinta negra	37	41,91	1550,67
Tinta magenta	20	41,91	838,2
Tinta cyan	20	41,91	838,2
Tinta amarilla	20	41,91	838,2
Subtotal			4065,27
Cartulina plegable			
Cartulina plegable	6063,53	0,33	2000,9649
Subtotal			2281,95
TOTAL			6347,22

COSTO DE LA MPD NECESARIA PARA EL AÑO 5

Descripción	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Tinta (4 colores)			
Tinta negra	38	43,3	1645,40
Tinta magenta	21	43,3	909,30
Tinta cyan	21	43,3	909,30
Tinta amarilla	21	43,3	909,30
Subtotal			4373,30
Cartulina plegable			
Cartulina plegable	6265,45	0,34	2130,253
Subtotal			2472,14
TOTAL			6845,44

COSTO DE LA MPD NECESARIA PARA EL AÑO 6

Descripción	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Tinta (4 colores)			
Tinta negra	39	44,74	1744,86
Tinta magenta	22	44,74	984,28
Tinta cyan	22	44,74	984,28
Tinta amarilla	22	44,74	984,28
Subtotal			4697,70
Cartulina plegable			
Cartulina plegable	6474,09	0,35	2265,93
Subtotal			2675,40
TOTAL			7373,10

COSTO DE LA MPD NECESARIA PARA EL AÑO 7

Descripción	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Tinta (4 colores)			
Tinta negra	40	46,22	1848,80
Tinta magenta	23	46,22	1063,06
Tinta cyan	23	46,22	1063,06
Tinta amarilla	23	46,22	1063,06
Subtotal			5037,98
Cartulina plegable			
Cartulina plegable	6689,68	0,36	2408,2848
Subtotal			2903.76
TOTAL			7941,74

COSTO DE LA MPD NECESARIA PARA EL AÑO 8

Descripción	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Tinta (4 colores)			
Tinta negra	41	47,75	1957,75
Tinta magenta	24	47,75	1146
Tinta cyan	24	47,75	1146
Tinta amarilla	24	47,75	1146
Subtotal			5395,75
Cartulina plegable			
Cartulina plegable	6912,45	0,37	2557,6065
Subtotal			3138,34
TOTAL			8534,09

COSTO DE LA MPD NECESARIA PARA EL AÑO 9

Descripción	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Tinta (4 colores)			
Tinta negra	42	49,34	2072,28
Tinta magenta	25	49,34	1233,5
Tinta cyan	25	49,34	1233,5
Tinta amarilla	25	49,34	1233,5
Subtotal			5772,78
Cartulina plegable			
Cartulina plegable	7142,63	0,38	2714,1994
Subtotal			3389,6
TOTAL			9162,38

COSTO DE LA MPD NECESARIA PARA EL AÑO 10

Descripción	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Tinta (4 colores)			
Tinta negra	43	50,98	2192,14
Tinta magenta	26	50,98	1325,48
Tinta cyan	26	50,98	1325,48
Tinta amarilla	26	50,98	1325,48
Subtotal			6168,58
Cartulina plegable			
Cartulina plegable	7380,48	0,39	2878,39
Subtotal			3657,42
TOTAL			9046,97

1. De acuerdo a las visitas q usted realice a Saraguro ¿Cuántas Postales adquiere al mes?

Tiempo	Canti.	Frecuencia	Cantidad promedio	N° de días al año	N° de semanas al año	N° de meses al año	Cantidad anual
		F					
Diario	1 a 2	5	1,5	365			2738
Semanal	1 a 2	22	1,5		52		1716
Mensual	1 a 2	90	1,5			12	1620
Anual	1 a 2	63	1,5				95
SUBTOTAL		180					6168
Diario	3 a 5						
Semanal	3 a 5	17	4		52		3536
Mensual	3 a 5	23	4			12	1104
Anual	3 a 5	79	4				316
SUBTOTAL		119					4956
Diario	6 a 10						
Semanal	6 a 10						
Mensual	6 a 10						
Anual	6 a 10	25	8				200
SUBTOTAL		25					224
Diario	más de 10						
Semanal	más de 10						
Mensual	más de 10	10	10			12	1200
Anual	más de 10	12	10				120
SUBTOTAL		22					1320
TOTAL		346					12668

**Gobierno Local Municipal del Cantón Saraguro**TELEFONOS Central: 200100 – Alcaldía: 200107 – Dirección Financiera:
200108**SARAGURO - LOJA - ECUADOR***Jefatura de turismo*

Ingeniero.

Luis Muñoz Silva

JEFE DE TURISMO DEL GOBIERNO LOCAL DE SARAGURO**CERTIFICO:**

Una vez revisado los archivos e información que reposan en esta dependencia puedo certificar que no existe empresa alguna dedicada a la elaboración y comercialización de tarjetas postales en la ciudad de Saraguro.

Es todo cuanto puedo certificar en honor a la verdad, facultando al interesado hacer uso en la misma en lo que estime conveniente.

Saraguro, 07 de Diciembre del 2012



Ing. Luis Muñoz
JEFE DE TURISMO DEL GLMS
c.c. Archivo



Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Saraguro

Jefatura de Rentas
Tf. 2200100 ext. 134

Ing. Com.
Luz Angélica Tene Sarango

JEFE DE RENTAS DEL MUNICIPIO DE SARAGURO.

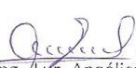
CERTIFICO:

Que revisado el registro de contribuyentes de Patentes Municipales y Activos Totales que reposan en esta dependencia del año 2012, se constata que no existe empresa alguna dedicada a la fabricación y comercialización de tarjetas postales en el Cantón Saraguro.

Lo certifico

Saraguro, 12 de Diciembre de 2012

Atentamente


Ing. Luz Angélica Tene Sarango
JEFE DE RENTAS MUNICIPALES

C.c. archivo



c. BIBLIOGRAFIA

- ARELLANO, Rolando. Marketing. Enfoque en América Latina
- GARRIDO FERNANDEZ, R. Marketing. Como conseguir una red comercial.
- MELNICK, Julio. Manual de proyectos de desarrollo económico.
- ORDOÑEZ, Marco y Ronald. Propuesta de Desarrollo Eco-turístico del Cantón Saraguro.2000.
- PLAN ESTRATEGICO DE TURISMO DEL CANTON SARAGURO. 2003.
- TRÍPTICO DE LA INFORMACIÓN TURISTICA DEL CANTÓN SARAGURO
- VARIOS AUTORES; Los Saraguros, Fiesta y Ritualidad. 1994.
- WWW. Vivecuador.com.
- Riego Amézaga, Bernardo (ed.), España en la tarjeta postal. Un siglo de imágenes, Barcelona, Lunweg Editores, 2011, 296 págs. ISBN: 9788497856737.
- La tarjeta postal en Badajoz (1900-1931). Francisco Javier García Ramos. Cicon Ediciones. 2001.

▪ ÍNDICE

▪ CERTIFICACIÓN.....	ii
▪ AUTORÍA.....	iii
▪ AGRADECIMIENTO.....	iv
▪ DEDICATORIA.....	v
▪ ESQUEMA DE CONTENIDOS.....	vi
▪ TÍTULO.....	1
▪ RESUMEN (INGLÉS).....	2
▪ INTRODUCCIÓN.....	8
▪ REVISIÓN DE LITERATURA.....	13
▪ MATERIALES Y MÉTODOS.....	47
▪ RESULTADOS.....	50
▪ DISCUSIÓN.....	67
▪ CONCLUSIONES.....	183
▪ RECOMENDACIONES.....	185
▪ BIBLIOGRAFÍA.....	186
▪ ANEXOS.....	188