



# UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

## MODALIDAD DE ESTUDIOS A DISTANCIA

CARRERA DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS

### TITULO:

**“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN CENTRO TURÍSTICO COMUNITARIO EN EL CANTÓN TENA DE LA PROVINCIA DE NAPO”**

TESIS PREVIO A LA  
OBTENCIÓN DEL GRADO DE  
INGENIERA COMERCIAL

**AUTORA:**

*Katy Marisol Portero Grefa*

**DIRECTOR:**

*Dr. Luis Quizhpe Salinas MAE.*

**LOJA – ECUADOR**

**2016**

## CERTIFICACIÓN

**Dr. Luis Quizhpe Salinas MAE.**

**DIRECTOR DE TESIS**

### CERTIFICA

Haber dirigido, revisado el trabajo de tesis titulado: **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN CENTRO TURÍSTICO COMUNITARIO EN EL CANTÓN TENA DE LA PROVINCIA DE NAPO”**, elaborado por la Sra. **Katy Marisol Portero Grefa**, previo a la obtención del Título de Ingeniera Comercial, ha sido elaborado bajo mi dirección y revisado en su totalidad. En efecto, autorizo su presentación.

Para los fines legales correspondientes.

Loja, Septiembre del 2016

Atentamente,



**DR. LUIS QUIZHPE SALINAS MAE.  
DIRECTOR DE TESIS**

## AUTORÍA

Yo Katy Marisol Portero Grefa declaro ser autora del presente trabajo de tesis y eximo expresamente a la Universidad Nacional de Loja y a sus representantes jurídicos de posibles reclamos o acciones legales, por el contenido de la misma.

Adicionalmente acepto y autorizo a la Universidad Nacional de Loja la publicación de mi tesis en el Repositorio Institucional – Biblioteca Virtual.

Autora: Katy Marisol Portero Grefa

Firma:  .....

Cédula: 1500857295

Fecha: Loja, Agosto de 2016

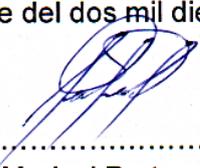
**CARTA DE AUTORIZACIÓN DE TESIS POR PARTE DE LA AUTORA PARA LA CONSULTA, REPRODUCCIÓN PARCIAL O TOTAL, Y PUBLICACIÓN ELECTRÓNICA DEL TEXTO COMPLETO**

Yo, Katy Marisol Portero Grefa, declaro ser autora de la tesis titulada **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN CENTRO TURÍSTICO COMUNITARIO EN EL CANTÓN TENA DE LA PROVINCIA DE NAPO”** como requisito para optar al grado de **INGENIERA COMERCIAL**; autorizo al Sistema Bibliotecario de la Universidad Nacional de Loja para que con fines académicos, muestre al mundo la producción intelectual de la Universidad, a través de la visibilidad de su contenido de la siguiente manera en el Repositorio Digital Institucional:

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

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

Para constancia de esta autorización, en la ciudad de Loja, a los 26 días del mes de Septiembre del dos mil dieciséis, firma la autora.

Firma:.....

**Autora:** Katy Marisol Portero Grefa

**Cédula:** 1500857295

**Dirección:** Tena, Barrio: Las Palmas calles: Luis Dávila y Carlos Rivadeneira

**Correo Electrónico:** katymariso@ hotmail.com

**Teléfono:** 0987547123

**DATOS COMPLEMENTARIOS**

**Director de Tesis:** Dr. Luis Quizhpe Salinas MAE

**Tribunal de Grado**

**PRESIDENTE:** Ing. Carlos Manuel Rodríguez Mg. Sc

**VOCAL:** Ing. Andrea Paulina Colambo Mg. Sc.

**VOCAL:** Ing. Edwin Hernández Quezada Mg. Sc.

## DEDICATORIA

A Dios, por haberme dado salud y vida durante estos años de estudios universitarios, para que pueda culminar mi carrera con éxito, la misma que pondré al servicio de quienes más la necesiten, de manera profesional, sencilla, honesta y responsable.

Katy Marisol Portero Grefa

## **AGRADECIMIENTO**

Mi sincero agradecimiento a la UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA, a todos los que conforman la Carrera de Administración de Empresas, por abrirme sus puertas y guiarme hacia el futuro, durante estos cinco años de mi carrera universitaria, para hoy culminar con éxito mis estudios superiores.

De igual forma quiero agradecer a mi Madre, mis hijas Joselyn y Alexa que son el motivo de mi inspiración en el desarrollo de esta tesis demostrando así mi deseo de superación.

Katy Marisol Portero Grefa

## **a. TÍTULO**

**“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE  
UN CENTRO TURÍSTICO COMUNITARIO EN EL CANTÓN TENA  
DE LA PROVINCIA DE NAPO”**

## **b. RESUMEN**

La presente investigación se desarrolló en la ciudad de Tena, su objetivo general fue el estudio de factibilidad para la implementación de un Centro Turístico Comunitario en el cantón Tena de la Provincia de Napo. Para determinar la factibilidad comercial se desarrolló el estudio de mercado, para lo cual se segmentó a los turistas de objeto de estudio, que como resultado se obtuvo a 399 turistas distribuyendo para las 5 cantones de la Provincia de Napo, lo que orientó al conocimiento de los servicios y preferencias de los turistas al momento de hacer uso del servicio. Para alcanzar tal conocimiento se aplicó la observación y la encuesta para conocer los parámetros del mercado en cuanto al turismo.

Se obtuvo como resultado la demanda potencial en el primer año de 121.849 turistas que hicieron uso del servicio, una demanda efectiva de 86.318 con esta información se pudo obtener la demanda insatisfecha de 64.162 resultado que se obtiene entre la demanda proyectada menos los resultados de la oferta.

En el estudio técnico permitió determinar la macro y micro ubicación del Centro Turístico Comunitario en el Cantón Tena, su capacidad instalada es de 21.900 y en la cual se puede utilizar un 70% para el primer año y se aumentará un 10% para el segundo año; en función de la capacidad instalada el máximo de la capacidad utilizada anual 15330 turistas; por lo tanto se inició en el 2016 con el 70% ya que está dentro de los parámetros de atención de la misma y hasta llegar al 90% de la capacidad máxima.

Se diseñó los diagramas de los procesos de ingreso, recuperación y gestión operativa y los recursos físicos, las instalaciones, maquinaria, equipos, muebles y enseres. Bienvenida del Turista en 30m, Recepción del Turista, 30m Entrega del

servicio 2h Agradecimiento al turista 30m, Control de calidad 1h, Despedida del turista 30m.

El estudio administrativo permitió establecer los aspectos legales y la estructura orgánica funcional con su organigrama estructural, posicional y funcional, manual de puestos.

El estudio financiero determina el valor de los activos fijos de 224742,42 activos diferidos 2721,08 capital de trabajo 17.047,79

En la evaluación financiera se establece la viabilidad del proyecto, ayudo a determinar el VAN Valor Actual Neto 177.275,09 lo que asegura un rendimiento del valor del centro turístico comunitario al final de los 5 años de vida del proyecto; la TIR Tasa interna de Retorno del proyecto es de 36,12% Por lo cual el proyecto se acepta ya que es mayor a la tasa del costo de oportunidades del dinero; el periodo de recuperación de capital PRC es de 2 años con 5 meses y 12 días; en tanto que la Relación Beneficio Costo R(B/C) es de 1,50 lo que indica que por cada dólar invertido se recibirá 0,50 centavos de dólar de utilidad; en cuanto al análisis de sensibilidad del proyecto soporta hasta un incremento de Costos del 15.30% y con una disminución de Ingresos del 10,20% lo que se acepta el proyecto.

## ABSTRACT

This research was conducted in the city of Tena overall objective was the feasibility study for implementation of a Community Resort in the Tena canton of Napo Province. To determine the commercial feasibility study of market developed, for which he segment tourists object of study, which resulted in 399 tourists was obtained distributed for the

5 cantons of the Province of Napo, which oriento knowledge of services and preferences of tourists to the time of availing the service. To achieve such knowledge observation and survey to market parameters as applied to tourism.

the potential in the first year of 121,849 tourists made use of the service, effective demand for 86,318 with this information could be obtained unmet demand for 64,162 result obtained between the projected least the results of the supply demand demand was obtained as a result .

In the technical study allowed to determine the macro and micro location of the Tourist Community Center in Canton Tena, its installed capacity of 21,900 and which can be used 70% for the first year and 10% for the second year will increase; depending on the maximum installed capacity of 15330 annual capacity utilization tourists; therefore it began in 2014 with 70% as it is within the parameters care of it and to reach 90% of maximum capacity. diagrams admissions processes, recovery and operational management and physical resources, facilities, machinery, equipment, furniture and fixtures designed. Welcome Tourist in 30m, Receiving Tourist, 2h 30m Delivery service, thanks to the tourist 30, Quality Control 1h, 30m Farewell tourist. The administrative study produced the legal and functional organizational structure with its structural, positional and functional organization, manual jobs. The financial study determines

the value of fixed assets deferred assets 224,742.42 2,721.08 17,047.79 working capital The financial evaluation of the project feasibility stable, helped determine the NPV Net Present Value 177,275.09 which ensures performance value of community resort at the end of the 5 year life of the project; IRR Internal Rate of Return of the project is 36.12% Therefore the project is accepted as it is greater than the opportunity cost cup of money; the capital recovery period PRC is 2 years 5 months and 12 days; while the Benefit Cost Ratio R (B / C) is 1.50 indicating that for every dollar invested 0.50 cents receive utility; in terms of sensitivity analysis it supports the project to a cost increase of 15.30% and a decrease of 10.20% Income what the project is accepted.

### **c. INTRODUCCIÓN**

Lo anterior descrito plantea una nueva opción de servicio en el campo turístico siendo el caso del Turismo Comunitario.

Puesto que la realidad laboral del país tiene actualmente una tasa de desempleo 5.7% lo que obliga a ser partícipes activos en la generación de fuentes de trabajo, razón por la cual se plantea la implementación de un Centro Turístico Comunitario en la provincia de Napo.

Actualmente en el mercado Témense, no ha sido aprovechado en su totalidad el turismo comunitario, para destacar sus recursos naturales y su identificación de los destinos ecológicos.

Es por ello que se ve en la necesidad de contar con un nuevo Centro Turístico Comunitario especializado en este campo, la misma que oferten nuevas opciones de turismo viajes ecológicos, recreacionales, de negocios y a su vez un centro turístico con alto nivel de aceptación.

La investigación consta de los siguientes estudios:

Estudio de Mercado. Es la aplicación de métodos y técnicas, con el afán de obtener información que permite determinar las condiciones de mercado como es: Oferta, demanda actual y futura, conocer el comportamiento de la competencia.

Estudio Técnico. Se relaciona con el tamaño, capacidad instalada, capacidad utilizada y localización del Centro considerando varios factores como: abastecimiento de materia prima, mano de obra, servicios básicos.

También consta la ingeniería del proyecto, donde se pondrá énfasis al proceso de recuperación y los requerimientos de infraestructura básica.

Estudio Administrativo. Describe los aspectos legales y organizativos de la Centro, cumpliendo así con los requerimientos necesarios para su funcionamiento, consta el organigrama estructural, funcional y posicional, de acuerdo a los respectivos niveles jerárquicos del Centro, manual de funciones para cada uno de los puestos de trabajo.

Estudio Financiero. Describen los rubros necesarios para la inversión, buscando la forma más eficiente para su financiamiento tanto interno como externo, determinación de costos, punto de equilibrio y los ingresos y egresos que tendrá el Centro durante su vida útil.

Evaluación Financiera. Son los cálculos relacionados con los principales indicadores entre los que se analiza el Valor Actual Neto, Tasa Interna de Retorno, Relación Costo Beneficio, Período de Recuperación del Capital y Análisis de Sensibilidad.

Finalmente consta de conclusiones y recomendaciones, la bibliografía de donde se obtuvo la información necesaria y los anexos correspondientes.

El trabajo de investigación consta de lo siguiente:

Tema: "Estudio de Factibilidad para la implementación de un centro comunitario en el Cantón Tena de la provincia de Napo"

Resumen: Sintetiza lo que contiene la investigación.

Introducción: permite contextualizar antecedentes importantes para el posterior desarrollo del tema.

Revisión Literaria: Consiste en la reconstrucción de trabajos ya realizados por otros, como fin el consultar la bibliografía y otros materiales que pueden ser útiles a los propósitos del estudio, así como extraer y recopilar la información para la investigación.

Metodología y Métodos: conjunto de procedimientos lógicos a través de los cuales se plantean los problemas científicos y se ponen a prueba las hipótesis y los instrumentos que permiten obtener la información.

Resultados: Son los resultados obtenidos en la investigación los mismos que nos indicaran si el proyecto es viable.

Discusión: explicar los resultados obtenidos y comparar estos con datos obtenidos por otros investigadores

## **d. REVISIÓN DE LITERATURA**

### **MARCO REFERENCIAL**

#### **Antecedentes**

“Cuando los españoles fundaron las ciudades de Archidona, Ávila y Alcalá del Río Dorado, se repartieron las tierras, incluidos los indígenas que allí habitaban, para su explotación y beneficio.

Los indígenas cansados de soportar los excesos de los españoles huyeron hacia la selva, escogieron las orillas de los ríos Tena, Pano o Napo para formar sus centros poblados.

Con la llegada de los Jesuitas estas concentraciones humanas tomaron los nombres de Tena, Puerto Napo, San Javier (cerca de donde hoy es Puerto Misahualli), Ahuano, Santa Rosa, (cerca del actual Hotel Jaguar) entre otras. Fueron Pueblos que pertenecían al radio de influencia de Archidona. Unos desaparecieron mientras otros adquirieron su propio prestigio.

Los quijos, en determinado momento de la historia, perdieron su idioma original y pasaron a llamarse quichuas, alamas o yumbos. Los grupos quichuas se diferenciaban unos a otros tomando el nombre del lugar donde habitaban, así teníamos los panos, misahuallíes, ongotas, ahuanos.

En la época de la conquista española nuestro Cantón formó parte del territorio de la Gobernación de Quijos; en los primeros tiempos de la república perteneció a la Provincia de Pichincha como parte integrante del Cantón Quijos. Desde 1861 se crea la Provincia de Oriente y este territorio entra a formar parte del cantón Napo,

nombre que se mantiene hasta el 30 de Abril de 1969 en que pasa a denominarse Tena. Los Kichwas, quienes convertidos en sus primeros habitantes sobresalieron por su espíritu libertario y su concepto de independencia; supieron aprovechar claramente la ruptura de relaciones entre los comerciantes blancos y los misioneros para obtener notorias ventajas en la conservación de su status de vida libre y nómada.

El oro, la canela, el Ishpingo, las pieles y los animales exóticos que abastecían la demanda serranega daban a la zona una fama de riqueza, pero la forma de guerrear de su gente, pueblo fuertemente identificado entre sí por su amor a la selva, con sus técnicas de caza, pesca, manejo de la tierra, su mundo espiritual y su comportamiento social.

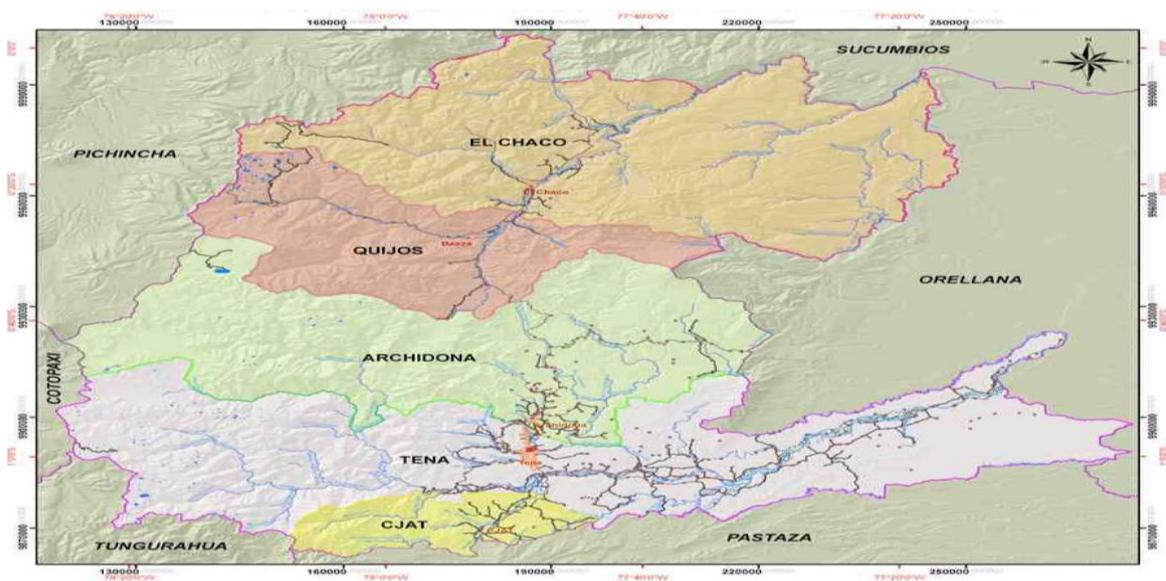
De esta unión nació su cultura, religión, costumbres, tradiciones y su afán de conquista alcanzaron un significativo nivel cultural. Los migrantes de la sierra y la costa que vinieron a poblar la ciudad de Tena, en calidad de colonos y posteriormente a los misioneros originarios de Europa y EEUU. Esta integración cultural marcó el inicio para que San Juan de los Dos Ríos de Tena se convierta en capital de la provincia de Napo y en el referente de la identidad amazónica.

Su desarrollo es el vivo reflejo de todo este proceso cultural. Tena va tomando forma a comienzos del siglo XX, con la construcción de la Plaza Central, marcando de esta manera el inicio del desarrollo de nuestra ciudad.

La riqueza cultural de nuestros kichwas, el trabajo fecundo de los colonos y la orientación espiritual de sus misioneros cada día con esfuerzo y sacrificio fueron engrandeciéndola a nuestra ciudad. Hoy su desarrollo se sustenta en el

compromiso de todos sus ciudadanos por mejorar su educación, ampliar la cobertura de salud y diversificar las distintas actividades productivas procurando en todo momento cumplir con el objetivo del "Sumak Causay". Todo esto sin duda ha permitido para que Tena en la actualidad se haya convertido en un verdadero destino turístico.<sup>(1)</sup> [www.ame.gob.ec/](http://www.ame.gob.ec/)

**Grafica N° 1**



Fuente: [www.napo.gob.ec](http://www.napo.gob.ec)

## El turismo

“Consiste en los viajes y estancias que realizan personas en lugares distintos a su entorno habitual, por un período mínimo de un pernocte (una noche de estadía como unidad) y como máximo 365 días, por ocio, negocios u otros motivos.” <sup>(2)</sup> <http://unwto.org/es>. Organización mundial del turismo.

## **Turismo Comunitario**

“El turismo comunitario ofrece expectativa para mejorar la calidad de vida a nivel familiar y comunitario, conservando los recursos naturales y revalorizando la cultura ancestrales de las comunidades.

### **Importancia del Turismo Comunitario**

Es importante porque es una actividad productiva, para su desarrollo se debe tomar en cuenta varios factores integradores los que se enmarcan en aspectos de sostenibilidad medio ambientales, económicos, sociales y culturales.

### **Características del Turismo Comunitario**

Se caracteriza por la realidad de las actividades turísticas, permitiendo al turista compartir y descubrir a profundidad las tradiciones, costumbres y hábitos de una etnia o pueblo determinado.

## **MARCO CONCEPTUAL**

**Proyecto de Inversión.-** “Es un plan que, si se le asigna determinado monto de capital y se le proporcionan insumos de varios tipos, producirá un bien o un servicio, útil al ser humano o a la sociedad.

### **Ciclo del Proyecto**

El Ciclo de Proyecto son las Fases de Pre inversión, Inversión y Postinversión.

Fase de Preinversión de un proyecto se identifica un problema determinado y luego se analizan y evalúan - en forma iterativa - alternativas de solución que permitan para encontrar la de mayor rentabilidad social.

Fase de Inversión se pone en marcha la ejecución proyecto conforme a los parámetros aprobados en la declaratoria de viabilidad para la alternativa seleccionada.

Fase de Post Inversión, el proyecto entra a operación y mantenimiento y se efectúa la evaluación ex post.”<sup>(3)</sup> (Gabriel Baca Urbina. Evaluación de proyectos) 6ta Edición

**Grafica N°2**



**Fuente:** Gabriel Baca Urbina, Evaluación de Proyecto 6ta edición

### **Estructura de un proyecto de factibilidad**

La estructura de un proyecto de factibilidad es:

- Estudio de mercado
- Estudio técnico
- Estudio administrativo
- Estudio Económico
- Evaluación Financiera

## ESTUDIO DE MERCADO

El estudio de mercado es la determinación y cuantificación de la oferta y la demanda, el análisis de los precios y el estudio de la comercialización.

**Mercado.**-Son los compradores reales y potenciales de un producto.

### **Demanda y Oferta**

**Demanda.**-Es la cantidad de un bien o servicio que la gente desea adquirir.

- **Demanda Potencial.** Es la cantidad máxima que se puede alcanzar en un producto o servicio en un tiempo determinado.
- **Demanda Real.**- Es la cantidad de clientes que adquirirían el producto, dentro de un periodo de tiempo planificado.
- **Demanda Efectiva.**-Es la cantidad de un bien que los consumidores desean y pueden adquirir a un precio dado en un momento determinado.
- **Demanda Insatisfecha.**- Es la demanda que no se ha logrado cubrir el mercado.

**Oferta.**-Es la cantidad de bien o servicio que el vendedor pone a la venta.

**Marketing.**- Se refiere a las 4 Ps` ; producto, precio, distribución y promoción.

- **Producto.**-Es el producto que se va a poner a la venta
- **Distribución.**-Es la forma de cómo se va distribuir el producto desde que se crea hasta que llega a las manos del consumidor.
- **Precio.**-Es el precio del producto que se va a ofrecer en el mercado.
- **Publicidad.**-La publicidad del producto analiza todos los esfuerzos que la empresa realiza para dar a conocer el producto y aumentar sus ventas en el público.

## ESTUDIO TÉCNICO

“A través del Estudio Técnico diseña la función de producción óptima que mejor utiliza los recursos disponibles para obtener el producto deseado, sea éste un bien o un servicio” (4) (G. ZEHLES, FRIEND. S. Como diseñar un plan de negocios. Primera Edición. Buenos Aires: The Economist, 2010.

### Tamaño del Proyecto.

“El tamaño del proyecto se refiere a la capacidad de producción instalada que tendrá, ya sea diaria, semanal, por mes o año.

- a) **Capacidad Instalada.-** Es la cantidad máxima de bienes y servicios que pueden obtener de la planta y equipos de una empresa por unidad de tiempo, bajo condiciones tecnológicas. Es el volumen de la producción que puede obtener en un periodo determinado.
- b) **Capacidad Utilizada.-** Es la fracción de la capacidad instalada que se utiliza y se mide en porcentaje que va a producir la empresa.
- c) **Capacidad financiera.-** Es la capacidad que tiene para poner en marcha el proyecto, los recursos financieros permiten seleccionar el tamaño de la empresa, esto depende del volumen del mercado.
- d) **Capacidad administrativa.-** Es la capacidad que tienen de mantener el control en una empresa para manejarla y hacerla funcionar de forma correcta.

### Localización

Es analizar los diferentes lugares donde es posible ubicar el proyecto, con el fin de establecer el lugar que ofrece y los beneficios, los mejores costos, es decir en donde se obtengan la máxima ganancia.

- **Macro localización**

Es decidir la zona general en donde se instalará la empresa o negocio, encontrar la ubicación más ventajosa para el proyecto.

- **Micro localización**

La micro localización busca seleccionar el emplazamiento óptimo del proyecto, básicamente se describe las características y costos de los terrenos, infraestructura y medio ambiente, leyes y reglamentos imperantes en el emplazamiento, dirección del emplazamiento”(5) MENESES Edilberto, preparación de proyectos cuarta Edición, Pág. 103

**La selección de la localización óptima.** “En este caso, se trata de establecer el sitio donde se hará el emplazamiento final del Centro, con el fin de que todos los análisis económico-financieros se refieran a dicha localización.” (6) Juan Gallardo Cervantes. FORMULACIÓN Y EVALUACIÓN DE PROYECTOS – UN ENFOQUE DE SISTEMAS McGraw Hill, México 1998.

La localización óptima del proyecto, debe considerar adicionalmente los siguientes aspectos:

- ✓ Espacios de estacionamiento.
- ✓ Provisión de todos los servicios públicos básicos.
- ✓ Adecuadas vías de acceso.
- ✓ Amplias instalaciones.
- ✓ Cercanía de Instituciones públicas y empresariales importantes

**Método cualitativo por puntos.**-Se aplica para determinar el lugar óptimo de localización cuando se tienen varias alternativas posibles.

“El método consiste en identificar los factores que se consideran determinantes, para la ubicación. Luego se asigna un peso específico a cada uno de ellos dependiendo de la importancia que tenga para el proyecto.”(7) Juan Gallardo Cervantes. FORMULACIÓN Y EVALUACIÓN DE PROYECTOS – UN ENFOQUE DE SISTEMAS McGraw Hill, México 1998.

### **Factor de localización**

Es donde se localiza la empresa, una vez tomada la decisión y realizada la inversión un error en la localización incide durante largos periodos de tiempo sobre la marcha de la empresa, en su posición competitiva en el mercado. Una mala localización influye en el proceso empresarial y es difícil de compensar y corregir.

**Ingeniería del Proyecto.-** Es conocer todo lo referente al funcionamiento del servicio, desde la descripción del proceso, adquisición de equipo y maquinaria hasta la distribución óptima de la planta.

- **Componente Tecnológico.-**Consiste en describir el tipo de maquinarias y equipos serán necesarios para la prestación del servicio.
- **Infraestructura Física.-** Es la construcción que está bajo el nivel del suelo.
- **Distribución de la Planta.-**“Es la forma en que se dispondrán las máquinas, herramientas y los flujos de producción, lo cual permitirá organizar el trabajo eficientemente” (8) Eco. Luis Barreno , “MANUAL Y EVALUACIÓN DE PROYECTOS” quito 2005
- **Proceso de producción.-**“ Es la forma en que una serie de insumos se transforman en productos mediante la participación de una determinada

tecnología (combinación de mano de obra, maquinaria, métodos y procedimientos de operación)

Según el tipo de producto, el proceso se clasificará en función de los bienes o servicios que se van a producir; por ejemplo, procesos extractivos, de transformación química, de montaje, de salud, transporte”<sup>(9)</sup> Nassir y Reinaldo Sapag Chain, PREPARACION Y EVALUACION E PROYECTOS, Mac Graw Hill Interamericana, Cuarta edición, México, 2003

- **Diseño del producto.-** Son los elementos que se utiliza en el proceso de planeación en la cual las características del producto son desarrolladas a una forma final: que son el Desarrollo de Prototipos, para verificar que el producto o servicio cumpla los objetivos del cliente. Un primer diseño debe permitir cumplir la producción y los volúmenes de producción, y ser consistente con los requerimientos de ingeniería, calidad, inversiones, peso, a través de un análisis de factibilidad se define y se da prioridad a la características especiales del producto para el control del proceso definitivo.

## FLUJOGRAMA DE PROCESO



### Operación

Son las actividades que da como resultado un cambio físico o químico en un producto.



### Inspección

Es la verificación de características contra los estándares de calidad o cantidad establecida para el mismo.



### Transporte

Son los movimientos que no sea parte integral de una operación o inspección.

Es la distancia recorrida por el producto para cada actividad.



### Retraso

Es el período en el que un componente del producto esté esperando para operación, inspección o transporte.



### Almacenamiento

Mantener un producto o materia prima en el almacén, hasta que se requiera para su uso o venta” <sup>(10)</sup> Aquilano, Jacobs, “Gerencia de Operaciones”, Pág. 15 Ed. Norma, Bogota,2005

## ESTUDIO ADMINISTRATIVO

### Base Legal

“Toda empresa para su libre operación debe reunir ciertos requisitos exigidos por la ley, entre ellos tenemos:

**Acta constitutiva**

Es el documento certificador de la conformación legal de la empresa, en él se debe incluir los datos referenciales de los socios con los cuales se constituye la empresa.

**La razón social o denominación**

Es el nombre bajo el cual la empresa operará, el mismo debe estar de acuerdo al tipo de empresa conformada y conforme lo establece la Ley.

**Domicilio**

Toda empresa en su fase de operación estará sujeta a múltiples situaciones derivadas de la actividad y del mercado, por lo que deberá indicar claramente la dirección domiciliaria en donde se la ubicará en caso de requerirlo los clientes u otra persona natural o jurídica.

**Objeto de la sociedad**

Al constituirse una empresa se lo hace con un objetivo determinado, ya sea: producir o generar o comercializar bienes o servicios, ello debe estar claramente definido, indicando además el sector productivo en el cual emprenderá la actividad.

**Capital Social**

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

**Tiempo de duración de la sociedad**

Toda actividad tiene un tiempo de vida para el cual se planifica y sobre el cual se evalúa posteriormente para medir los resultados obtenidos frente a los

esperados, por ello la empresa debe asimismo indicar para qué tiempo o plazo operará.

### **Administradores**

Ninguna sociedad podrá ser eficiente si la administración general no es delegada o encargada a un determinado número de personas o una persona que será quien responda por las acciones de la misma.”<sup>(11)</sup>

<https://es.scribd.com/doc/41767724/ESTUDIO-ADMINISTRATIVO>

### **Niveles Jerárquicos**

“Son la dependencia y relación que tienen las personas dentro de la empresa.

- **Nivel directivo**

Las funciones principales son; legislar políticas, crear y normas procedimientos que debe seguir la organización. También realizar reglamentos, decretar resoluciones que permitan el mejor desenvolvimiento administrativo y operacional de la empresa. Este organismo constituye el primer Nivel jerárquico de la empresa, formado principalmente por la Junta General de Accionistas.

- **Nivel ejecutivo**

Es el segundo al mando de la organización, es el responsable del manejo de la organización, su función consiste en hacer cumplir las políticas, normas, reglamentos, leyes y procedimientos que disponga el nivel directivo. Así como también planificar, dirigir, organizar, orientar y controlar las tareas administrativas de la empresa.

Este nivel, se encarga de manejar Planes, Programas, Métodos y otras técnicas administrativas de alto nivel, en coordinación con el nivel operativo y auxiliares, para su ejecución. Velara el cumplimiento de las leyes y reglamento obligatorios y necesarios para el funcionamiento de la organización.

El nivel ejecutivo o directivo es unipersonal, cuando exista un Director o Gerente.

- **Nivel asesor**

No tiene autoridad en mando, únicamente aconseja, informa, prepara proyectos en materia jurídica, económica, financiera, contable, industrial y demás áreas que tenga que ver con la empresa.

- **Nivel auxiliar o de apoyo**

Apoya a los otros niveles administrativos, en la prestación de servicios, en forma oportuna y eficiente.

- **Nivel operativo**

Constituye el nivel más importante de la empresa y es el responsable directo de la ejecución de las actividades básicas de la empresa, siendo el pilar de la producción y comercialización.

Tiene el segundo grado de autoridad y es responsable del cumplimiento de las actividades encomendadas a la unidad, bajo su mando puede delegar autoridad, más no responsabilidad.”<sup>(12)</sup> Gavilanes. J. Niveles Jerárquicos de la Empresa u Organización 2012

## **Organigramas**

Es la representación gráfica de la estructura orgánica de una

empresa u organización que refleja, en forma esquemática, la posición de las áreas que la integran, sus niveles jerárquicos, líneas de autoridad y de asesoría.

### **Clases de Organigramas**

**1.- Por su Naturaleza.-** “Estos tipos de organigramas responde a una composición con vínculo de relación de forma completa o por área, de igual modo por la relación de forma interna o externa de una organización con otra semejante. Este grupo se divide en modelos de organigrama.

- **Micro administrativo:** Representa a una única organización, y pueden referirse a ella en forma general o global o plasmar alguna de las áreas que la conforman.
- **Macro administrativos:** Este tipo de organigrama brinda una representación en la cual interactúan más de una única organización.
- **Meso administrativos:** Es la representación gráfica en la cual se toma a más de una única organización, estas son de un mismo sector productivo o actividad empresarial.

**2.- Por su Finalidad.-** Como bien se ha expresado de manera tácita líneas arriba el organigrama tiene diferentes consecuencias. Esta clasificación toma como referencia el beneficio que proporciona el organigrama a los diferentes actores de la empresa. Estos son los siguientes:

- **Informativo:** Es llamado así porque su estructura tiene como objetivo ser presentado al público en general, este tipo de organigrama es accesible a personas no muy familiarizadas con ellos, de esta manera estos organigramas debe ser de manera general o mostrando una estructura

global de la organización, así como también mostrarse sencilla para su comprensión.

- **Analítico:** Este tipo de organigrama permite observar diferentes aspectos del comportamiento organizacional, por otra parte refleja una visión macro o global de la misma, con la finalidad por ejemplo de análisis para un presupuesto, para distribuir los trabajadores a las diferentes áreas, etc. Estos modelos de organigramas van dirigidos a personas muy familiarizadas o especializadas en sus aplicaciones.
- **Formal:** Este modelo es denominado formal por el hecho que se encuentra aprobada por la Columna vertebral de la organización, es decir por la dirección o por la cabeza de la organización, de cualquier modo expresado cuenta con el instrumento escrito de su aprobación. Por mencionar un ejemplo, el organigrama de una Sociedad Anónima Cerrada (S.A.C.) es considerado organigrama de tipo formal cuando este fuese aprobado por la Junta general de accionistas.
- **Informal:** Este tipo de organigrama es todo lo contrario al mencionado con anterioridad (FORMAL), este Se forma a partir de las relaciones de amistad o de antagonismo o del surgimiento de grupos informales, la diferencia con los organigramas formales; radica, que este tipo de organigrama no se encuentra representados en un documento formal aprobado por la cabeza de la organización.

**3.- Por su Ámbito:** Estos tipos de organigrama de cierta manera tratan de reflejar la complejidad estructural que una organización presenta, así pues tenemos General y Específicos.

- **Generales:** Estos organigramas brindan información representativa de la

empresa, resaltando cierto nivel jerárquico.

- **Específicos:** Específicos: Estos tipos de organigramas representan una porción o área de la empresa, pero ejemplo en nuestro caso, tratamos de representar el área de ventas.

**4.- Por su Contenido:** Estos organigramas representan por un lado las posibles relaciones, funcionalidades, obligaciones o áreas de trabajo y la jerarquía de las distintas áreas de la organización pero de un modo general, es decir toda la empresa sin restricción alguna, por otro lado permiten observar desde una perspectiva cualitativa a la organización.

- **Integrales:** Estos tipos de organigramas presentan a la organización de forma global, es por ello que existe el consenso de que son similares a los organigramas General, pues ella al igual que su similar expresan la relaciones de jerarquía o dependencia que existe en la empresa, sin duda es algo abrumador entonces describirlo, pero la explicación de este organigrama es que presenta la empresa de una forma integrada, presentando su jerarquía; yo lo entiendo así: existen manzanas unas más deliciosas que otras, unas dulces otras menos dulces pero al final que expresan la variedad de ellas.
- **Funcionales:** Estos tipos de organigramas son muy poco usados por el mismo hecho de que existen un manual organizacional, la cual de cierto modo describe la responsabilidad que tiene que tiene cada área de la empresa; quizás en organizaciones pequeñas sean necesarias este tipo de organigramas

**5.- Por su Presentación o Disposición Gráfica:** Estos tipos de organigramas son calificados según su dirección geométrica, teniendo en cuenta siempre la Jerarquía.

- **Verticales:** Estos tipos de organigramas hacen representación de una administración vertical, es decir empezamos en la parte superior del organigrama con la cabeza de la empresa, llegando a si a los puestos menos jerárquicos de la organización, a mi parecer estos tipos de organigramas presentan muy poca o escasa comunicación entre sus miembros sin embargo son los de uso más generalizado en la administración, por lo cual, los especialistas en organización recomiendan su empleo.
- **Horizontales:** Este tipo de organigrama representan a una organización de una manera singular, son muy poco usados, en este tipo de organigrama se presenta a la cabeza de la organización a un extremo izquierdo, al(o los) inmediatos jerárquicos des le coloca del mismo modo, todos como columnas que representa un mismo nivel jerárquica.
- **Mixtos:** Este tipo de organigramas surgen por las combinación de organigramas verticales y horizontales de este modo da mucha mayor posibilidad de plasmar la estructura de una empresa, estos organigramas son muy utilizados cuando se una organización cuenta con un gran número de áreas con un mismo nivel jerárquico.”<sup>(13)</sup> Agustín Reyes Ponce, ADMINISTRACION MODERNA Pág. 300

## ESTUDIO FINANCIERO

Es el análisis económico, que tiene como objetivo de ordenar y sistematizar la información de carácter monetario que proporcionan las etapas anteriores y elaboran los cuadros analíticos que sirven de base para la evolución económica.

Comienza con la determinación de los costos totales y de la inversión inicial, cuya base es los estudios de ingeniería, ya que tanto los costos como la inversión inicial dependen de la tecnología seleccionada.

## **La Inversión del Proyecto**

### **Inversiones Fijas**

Son los activos cuya vida útil es mayor a un año y cuya finalidad es proveer las condiciones necesarias para que la empresa lleve a cabo sus actividades.

La Inversión en activos fijos se recupera mediante el mecanismo de depreciación.

#### **a) Terrenos y Recursos Naturales**

Incluye valor del terreno, impuestos, gastos notariales, pago único por servidumbre o derecho de paso.

Los terrenos son los únicos activos que no se deprecian. Los recursos naturales no renovables, como los yacimientos mineros, están sujetos a una forma particular de depreciación denominada agotamiento, que es la gradual extinción de la riqueza por efecto de la explotación.”<sup>(14)</sup>NISSIR SAPAG Chain/  
Reinaldo Sapag preparación y evaluación de proyectos Caen mc Graw Hill

#### **b) Edificios y Construcciones**

El costo global de las obras incluye cierta derogaciones iniciales de preparación y adaptación para la construcción, tales como limpieza, replanteo, nivelación, drenajes. Por su alto costo en proyectos de extensión agrícola estas labores de mejoramiento de suelo suelen ser independiente del costo del terreno.

**c) Maquinaria y Equipos**

Comprende las inversiones necesarias para la producción o prestación del servicio, así como los equipos que se utilizan en las instalaciones auxiliares.

**d) Vehículos**

Corresponde a todos los equipos de movilización interna y externa, tanto de pasajeros como de carga, ya sea para el transporte de insumos o de los productos destinados a los consumidores

**e) Muebles y Equipo de Oficina**

Se trata de la dotación de las oficinas y bodegas previstas en la estructura administrativa.

**Inversiones Diferidas**

Las inversiones diferidas son aquellas que se realizan sobre la compra de servicios o derechos que son necesarios para la puesta en marcha del proyecto.

- **Estudios Técnicos y Jurídicos.**

Estos estudios previos pueden ser de carácter técnico o jurídico. Se trata de estudios de suelos, selección de procesos, asesoría tributaria y de sociedades, titularizaciones y conceptos jurídicos.

- **Gastos de organización.**

Todos los gastos que implican la implantación de una estructura administrativa, ya sea para el período de instalación como para el período de operación, como: acuerdos de voluntades, registro de sociedad, matrícula mercantil, solicitud y tramites de crédito.

- **Gastos de montaje.**

La instalación del equipo se suele contratar con el mismo proveedor, por un precio que resulta de un porcentaje del valor del equipo, cuando la tecnología

no es muy avanzada la empresa puede optar por contratar personal independiente al proveedor, buscando mejores condiciones de precios, sin descuidar obviamente la eficiencia técnica ofrecida por el vendedor y las garantías propias de los contratos.

- **Instalación pruebas y puestas en marcha.**

En algunos proyectos se deben prever recursos para atender obras provisionales como campamentos, depósitos, oficinas, cuyo objetivo es prestar servicios durante la etapa preliminar mientras se adelantan las obras definitivas. Algunas de estas inversiones pueden recuperarse al final del período de instalación. Antes de comenzar la producción del bien o la prestación del servicio en forma regular, la organización deberá asumir ciertos costos, como salarios de operarios, materias primas y materiales, honorarios de ingenieros y supervisores, con el fin de probar y auditarla calidad del producto y garantizar el óptimo funcionamiento del equipo.

- **Uso de licencias y puesta en marcha.**

Por el uso de patentes, marcas, registros o derechos similares, se paga al principio una suma global, este valor constituye una inversión, y se podrá cargar como costo sin ser desembolso, en los cinco primeros años del proyecto, pero sea cuerda un pago anual por su uso, estese cargar a como un costo de operación, como cualquier otro.

- **Capacitación**

Todos los gastos ocasionados por el entrenamiento, capacitación, adiestramiento y mejoramiento del personal, tanto directivo, como ejecutivo, técnico y operativo, se cargaran a este rubro.

- **Gastos financieros durante la instalación.**

El costo causado por el uso del capital ajeno, durante el período de instalación, que incluye intereses, costos de administración del crédito, lo mismo que las comisiones que se pagan en la emisión y colocación de nuevas acciones o para suscripción de valores.

### **Capital de Trabajo o de Operación**

Es el conjunto de recursos necesarios, en la forma de activos corrientes, para la operación normal de proyecto durante un ciclo productivo, para una capacidad y tamaños determinados.

- Efectivo en Caja y Bancos
- Cuentas por Cobrar
- Inventarios de materiales y materia prima
- Anticipos a Proveedoras y Gastos Pagados por Adelantado

### **Financiamiento**

Determinados los montos correspondientes a las inversiones fijas, capital de trabajo y, en consecuencia, el costo total del proyecto, se requiere analizar la manera de financiarlo.

El financiamiento del proyecto debe indicar las fuentes de recursos financieros necesarios para su ejecución, funcionamiento, y describir los mecanismos mediante los cuales se canalizarán estos recursos hacia los usos específicos del proyecto.

## **Primera Forma**

### **a.- Fuentes Internas de financiamiento**

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

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

### **b.- Fuentes Externas de Financiamiento**

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

- **Mercado de Capitales**

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

Las Obligaciones o Bonos, son títulos emitidos por las sociedades, garantizados por sus activos o por una institución financiera que los coloca

en el mercado. Son realmente préstamos que los compradores de los títulos hacen a la empresa a un plazo fijo y con un rendimiento también fijo. Algunas obligaciones pueden llevar la opción a ser convertidas en acciones, en el momento de su rescate.”<sup>(15)</sup>Zvi Bodie, Robert C. Merton.

FINANCIAMIENTO INTERNA DE LA EMPRESA 2003

- **Sistema Bancario**

En el sistema bancario se pueden obtener créditos a corto, mediano y largo plazo. Generalmente se considera financiamiento a corto plazo al inferior a un año, mediano plazo sobre un año hasta los cinco años, y, a largo plazo, sobre los cinco años. En el sistema bancario se deben diferenciar los créditos de bancos o financieras privadas que son menos ventajosos que los de bancos o financieras de desarrollo, entidades que manejan fondos públicos.

- **Proveedores**

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

## **Segunda Forma**

### **a) Recursos Propios**

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

### **b) Créditos**

Son los que se obtienen de bancos y financieras privadas o de fomento, de proveedores o a través de la emisión de obligaciones propias de la empresa.

## **Presupuestos**

Es la cantidad de dinero que se estima que será necesaria para hacer frente a ciertos gastos.

- **Funciones**

“La principal función de los presupuestos se relaciona con el Control financiero de la organización.

El control presupuestario es el proceso de descubrir qué es lo que se está haciendo, comparando los resultados con sus datos presupuestados correspondientes para verificar los logros o remediar las diferencias.

Los presupuestos pueden desempeñar tanto roles preventivos como correctivos dentro de la organización.” Zvi Bodie, Robert C. Merton.

FINANCIAMIENTO INTERNA DE LA EMPRESA 2003

- **Importancia**

“Los presupuestos son importantes porque ayudan a minimizar el riesgo en las operaciones de la organización y se mantiene el plan de operaciones de la empresa en unos límites razonables.

Las partidas del presupuesto sirven como guías durante la ejecución de programas de personal en un determinado periodo de tiempo, y sirven como norma de comparación una vez que se hayan completado los planes y programas.

- **Objetivos**

Planear integral y sistemáticamente todas las actividades que la empresa debe desarrollar en un periodo determinado.

Controlar y medir los resultados cuantitativos, cualitativos y, fijar responsabilidades en las diferentes dependencias de la empresa para lograr el cumplimiento de las metas previstas.”<sup>(16)</sup>Burbano, Jorge y ORTIZ, Alberto. Presupuestos: Enfoque moderno de Planeación y Control de recursos. Mc. Graw Hill Bogotá. Segunda Edición.

## **Depreciaciones**

Es la reducción anual del valor de una propiedad, planta o equipo.

## **Cálculo de Costos Unitarios**

### **Costos**

Son útiles para llamar la atención sobre el origen y el efecto de los Costos

### **Clasificación de los costos:**

- a) Según su Forma de Fabricación**
- b) Según su Variabilidad**

- **Costos fijos.-** Son aquellos que se mantienen constantes durante el periodo completo de producción. Se incurre en los mismos por el simple transcurso del tiempo y no varían como resultado directo de cambios en el volumen.
- **Costos Variables.-** Son los que varían en forma directa con los cambios en el volumen de producción.

### **Costos Total de Producción**

Es la producción como la creación de utilidad de la capacidad de un bien o servicio para satisfacer a la sociedad.

### **Ingresos**

Son las cantidades que recibe una empresa por la venta de sus productos o servicios.

### **Punto de Equilibrio**

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

### **Flujo de Caja**

“Es la acumulación neta de activos líquidos en un periodo determinado y, por lo tanto, constituye un indicador importante de la liquidez de una empresa.”<sup>(17)</sup>

BREALEY MYERS (2008) Principios de Finanzas Corporativas. Mc. Graw Hill

### **Elementos del Flujo de Caja**

El Flujo de Caja de cualquier Proyecto se compone de cuatro elementos básicos:

- a. “Los egresos iniciales de fondos.

- b. Los ingresos y egresos de operación.
- c. El momento en que ocurren estos ingresos y egresos.
- d. El valor de desecho o salvamento del Proyecto

**Los egresos iniciales de fondos.-** Corresponden al total de la Inversión inicial requerida para la puesta en marcha del Proyecto.

**Los ingresos y egresos de operación.-** Constituyen todos los Flujos de entradas y salidas reales de caja.

**El momento en que ocurren estos ingresos y egresos.-** Constituyen todos los Flujos de entradas y salidas reales de caja.

#### **Estructura de un Flujo de Caja.**

La construcción de los Flujos de Caja puede basarse en una estructura general que se aplica a cualquier finalidad del estudio de Proyectos.

#### **EVALUACIÓN FINANCIERA**

“Es una técnica para evaluar Proyectos que requieren de Financiamiento de créditos, como tal, permite medir el valor financiero del Proyecto considerando el costo de capital financiero y el aporte de los accionistas. Evaluar un Proyecto de Inversión desde el punto de vista financiero o Empresarial consiste en medir el valor proyectado incluyendo los factores del Financiamiento externo, es decir, tener presente las amortizaciones anuales de la deuda y los intereses del préstamo en el horizonte de planeamiento.

Este tipo de Evaluación permite comparar los beneficios que genera el Proyecto asociado a los fondos que provienen de los préstamos y su respectiva corriente anual de desembolsos de gastos de amortización e intereses.

La Evaluación Financiera de Proyectos de Inversión se caracteriza por determinar las alternativas factibles u óptimas de Inversión utilizando los siguientes indicadores.

### **Valor Actual Neto (VAN)**

Conocido como el valor presente neto y se define como la sumatoria de los Flujos netos de caja anuales actualizados menos la Inversión inicial. Con este indicador de Evaluación se conoce el valor del dinero actual (hoy) que va recibir el Proyecto en el futuro, a una tasa de interés y un periodo determinado, a fin de comparar este valor con la Inversión inicial.

El valor actual neto de una Inversión corresponde al Flujo neto de caja actualizado con una determinada tasa de descuento, la misma que tendrá un valor que puede ser calculada en función al aporte propio y al monto financiado. Previo al cálculo del VAN, es necesario precisar que el Flujo neto de caja puede ser constante anualmente o diferente; como también la tasa de actualización ser la misma cada año o por el contrario distinta.

### **Fórmula**

$$VAN = \sum \frac{FNC}{(1+i)^n} - I$$

### **Datos**

$$VAN = FNC (1+i)^{-n}$$

VAN = Valor actual neto.

FNC = Flujo Neto de Caja.

I = Tasa de Interés,

N = Número de periodos,

FA = Factor de actualización. Y su fórmula.

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

### **Tasa Interna de Retorno (TIR).**

Conocida como tasa de Rentabilidad financiera (TRF) y representa aquella tasa porcentual que reduce a cero el valor actual neto del Proyecto. La TIR muestra al inversionista la tasa de interés máxima a la que debe contraer préstamos” (18) John Canadá, “Técnicas de Análisis Económico para Administradores e Ingenieros” México Diana 1978 Pág. 223

La (TIR) es la tasa de descuento que hace que el valor presente (VAN), de entradas de efectivo sean igual a la inversión neta relacionada con un proyecto. Además se utiliza para evaluar un proyecto en función de una tasa única de rendimiento anual, en donde la totalidad de los beneficios actualizados son exactamente iguales a los desembolsos expresados en moneda actual.

### **Fórmula**

$$TIR = TASA MENOR + DIFERENCIA DE TASA \frac{VAN TASA MENOR}{VAN MENOR + VAN MAYOR}$$

### **Relación Beneficio/Costo**

“Muestra la cantidad de dinero actualizado que recibirá el Proyecto por cada unidad monetaria invertida. Se determina dividiendo los ingresos brutos

actualizados (beneficios) entre los costos actualizados. Para el cálculo generalmente se emplea la misma tasa que la aplicada en el VAN.

Este indicador mide la relación que existe entre los ingresos de un Proyecto y los costos incurridos a lo largo de su vida útil incluyendo la Inversión total.

**Fórmula:**

$$R (B/C) = \frac{\text{Ingreso Actualizado}}{\text{Costo Actualizado}}$$

**Período de Recuperación de Capital**

Son los años que la empresa tarda en recuperar la inversión inicial mediante las entradas de efectivo que la misma produce. Mediante este criterio se determina el número de periodos necesarios para recaudar la inversión. Resultado que se compara con el número de periodos aceptables para la empresa.

**Fórmula:**

$$PRC = \text{AÑO ANTERIOR A CUBRIR LA INVERSIÓN} + \frac{\text{INVERSIÓN} - \sum \text{PRIMEROS FLUJOS}}{\text{FLUJO DE AÑO QUE SUPERA LA INVERSIÓN}}$$

**Análisis de Sensibilidad**

Es un estudio que permite ver de qué manera se alterara la decisión económica se varían algunos factores. Se conoce como desfases económicas a través de un incremento o decremento de los costos o de los Ingresos en función de cómo se prevea esta variación

Existen cuatro formas de aumentar la utilidad de un negocio a partir de la base dada por el punto de equilibrio:

- Buscar disminución de los costos fijos.
- Aumentar el precio unitario de la venta,
- Disminuir el costo variable por unidad.

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

Conocer la tasa interna de retomo del proyecto.

Establecer los nuevos flujos netos de caja,

Determinar las nuevas tasas internas de retorno

Para luego establecer la sensibilidad del proyecto

**Fórmula:**

$$NTIR = TM + DT \frac{VAN\ MENOR}{VAN\ MENOR + VAN\ MAYOR}$$

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

### 1. Diferencia de TIR

$$\text{Diferencia TIR} = \text{TIR Proyecto} - \text{Nueva TIR}$$

### 2. Porcentaje de Variación

$$\% \text{ Variación} = (\text{Diferencia TIR} / \text{TIR del Proyecto}) * 100$$

### 3. SENSIBILIDAD

$$\text{Sensibilidad} = \% \text{ Variación} / \text{Nueva TIR}$$

## e. MATERIALES Y MÉTODOS

### MATERIALES UTILIZADOS

Se detalla a continuación los materiales utilizados en el desarrollo de la presente tesis:

- **Materiales de Oficina:** Papel Bond, Carpetas, esfero, lápiz, borrador, resaltador, anillos.
- **Equipo de Oficina:** Calculadora, Perforadora, Computadora, Impresora, Internet.
- **Material Bibliográfico:** Libros, Revistas Publicaciones y Prensa.

### MÉTODOS UTILIZADOS

Para el desarrollo del proyecto se han buscado metodologías de investigación, entre estas son:

- **Método Deductivo.-** Este método sigue un proceso que sirve principalmente, para determinar la relación causa efecto, del proceso de negociación y comercialización.  
  
Este método se lo utilizó para tener en cuenta los procedimientos históricos ya establecidos para aplicarlos en este proyecto.
- **Método Analítico:** Ayuda a realizar el respectivo análisis de toda la información recopilada acerca del proyecto entre estos pueden ser datos teóricos, así como datos estadísticos lo cual permitió tener una mejor visión de nuestro producto frente al mercado al que se pretende introducir y tomar las respectivas decisiones.
- **Método Descriptivo:** Se utilizó en la descripción de los hechos y fenómenos actuales, este método se sitúa en el presente, a la observación

de los hechos, ha de acompañar el análisis y la interpretación imparcial de los mismos.

## TÉCNICAS

Para el desarrollo de la tesis se han buscado técnicas para la investigación entre ellas:

**La encuesta:** Es una técnica que ayudó a diseñar un formato con una serie de preguntas, las mismas que se utilizó con un número determinado de turistas para conocer sus preferencias que se tomaron en cuenta en la realización de la investigación.

Se realizaron encuestas que fueron aplicadas a los turistas que visitan el cantón Tena de la provincia de Napo, para conocer sus preferencias al momento de adquirir el servicio, de esta manera determinamos el tamaño de la muestra de la población objeto de estudio.

## POBLACIÓN Y MUESTRA

### Población

La población a estudiar es a los turistas que visitan el Cantón Tena, que cuenta con un total de 130.000 turistas. Comprendida entre hombres y mujeres, según lo determina el ministerio de turismo durante el año 2014.

**GRAFICA N°4**  
**TURISTAS QUE INGRESARON EN EL AÑO 2014**

CANTON TENA	CANTIDAD
<b>TURISTAS</b>	<b>130.000</b>
<b>TOTAL</b>	<b>130.000</b>

**Fuente:** Ministerio de Turismo  
**Elaborado:** Katy Portero

## Proyección de los turistas

Los turistas al ser considerada como una variable con el transcurso del tiempo está propensa a sufrir cambios bajo un estudio de variación lineal de manera igual en el tiempo. El siguiente estudio nos permitirá realizar planes de contingencia y tomar decisiones financieras.

En este caso se realizará una proyección de los turistas que ingresaron en el año 2014 con la aplicación de la siguiente fórmula financiera:

$$C_n = C_0 (1+i)^n$$

$C_n$  = Demanda proyectada

$C_0$  = Turista que visitan la Provincia de Napo 2014 (**130000 turistas**)

$i$  = Tasa de crecimiento de la población (**0.3% turismo gob.ec**)

$N$  = número de años (**1 año**)

### Desarrollo

$$C_0 = 130.000 (1+0,03)^0$$

$$C_1 = 130.000 (1+0,03)^1$$

### Proyección de los turistas que visitan el Cantón Tena Periodo 2014

**Cuadro 1**

Nº	AÑO	DEMANDA PROYECTADA
0	2014	130.000
1	2015	133.900

Elaboración: Katy Portero

El total de la demanda proyectada al año 2015 con un crecimiento del 0.03% de los turistas está representada por el total de **133.900 turistas** con un incremento de **3900** turistas desde el año 2014 hasta el 2015.

## Determinación del tamaño de la muestra

Se utilizará el método gráfico, y el tamaño de la muestra a nivel de factibilidad será el siguiente:

**Cuadro 2**

Descripción	Turista
Población objetivo	Turistas que visitan el Cantón Tena (133.900 turistas)
Alcance	Cantón Tena (turistas)
Tamaño	399 Turistas
Margen de error	5 %

Fuente: Ministerio de Turismo

Elaborado: Katy Portero

### Fórmula

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

### Leyenda:

**n** = Número de elementos de la muestra.

**N** = Número de elementos del universo.

**e** = Margen de error permitido 5%.

### Aplicación de Fórmula

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

$$n = \frac{133.900}{(0.05)^2(133900 - 1) + 1}$$

$$n = \frac{133900}{0.0025(133899) + 1}$$

$$n = \frac{133900}{335.7475}$$

$$n = 399 \text{ Turistas}$$

## Distribución de la muestra

### Cuadro 3

<b>Cantones de la Provincia de Napo</b>	<b>Población</b>	<b>%</b>	<b>N° de Encuestas</b>
Tena	60.880	58,80%	185
Carlos Julio Arosemena	3.664	3,40%	45
Archidona	24.969	24,20%	80
Quijos	6.224	6,10%	42
Chaco	7.960	7,50%	47
<b>Total</b>	<b>103.697</b>	<b>100,00%</b>	<b>399</b>

**Fuente:** Fascículo Provincial Napo

**Elaboración:** Katy Portero

## f. RESULTADOS

### ENCUESTAS PARA DETERMINAR LA DEMANDA

#### 1. ¿Realiza Turismo?

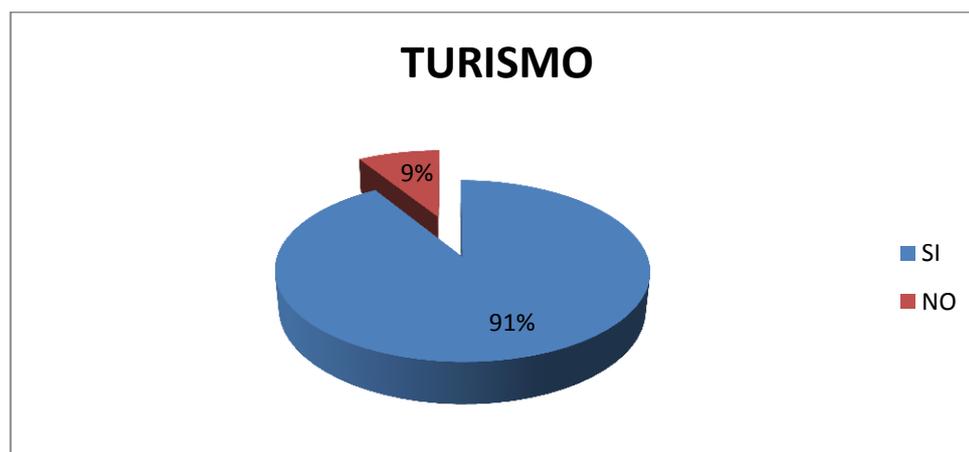
**Cuadro 4**  
**CANTON TENA**

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	364	91%
No	35	9%
<b>TOTAL</b>	<b>399</b>	<b>100%</b>

Fuente: Turismo

Elaboración: Katy Portero

**Grafica 3**



#### **ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:**

Mediante el análisis del cuadro 4, se determina que de las 399 encuestas aplicadas en el Cantón Tena, 364 responden que si realizan turismo en el Cantón Tena, que representa el 91%; 35 contestaron que no conocen, que corresponde al 9%. Por lo tanto si conocen los Centros Turísticos Comunitarios del cantón Tena dato importante para el para la ejecución del Proyecto.

## 2. ¿Qué actividades turísticas realiza?

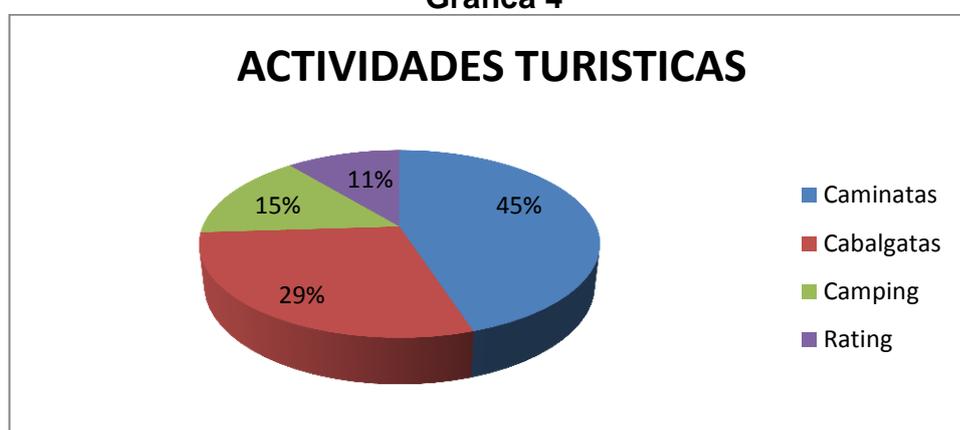
**Cuadro 5**  
**ACTIVIDADES TURISTICAS**

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Caminatas	180	45%
Cabalgatas	114	29%
Camping	60	15%
Rating	45	11%
<b>TOTAL</b>	<b>399</b>	<b>100%</b>

Fuente: Actividades Turísticas

Elaboración: Katy Portero

**Grafica 4**



### ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

Como se puede ver en el presente cuadro, de los 399 encuestados 180 contestaron que las actividades turísticas son por caminatas, que representa el 45%, 114 contestaron que conocen las actividades de turismo por cabalgatas, lo que corresponde al 29%, 60 se manifestaron que las actividades turísticas que realizan es por camping, lo que representa el 15% y, 45 contestaron que las actividades turísticas que conocen es por rating, representando el 11%. Por lo tanto la actividad que conocen es por caminatas.

### 3. ¿Cuánto gasta en turismo al mes?

**Cuadro 6**  
**GASTO EN TURISMO**

DETALLE	FRECUENCIA	PORCETAJE
\$ 50,00 - 100,00	230	58%
\$ 101,00 - 150,00	114	29%
\$ 151,00 - 200,00	38	10%
\$ 201,00 - 250,00	17	4%
<b>TOTAL</b>	<b>399</b>	<b>100%</b>

Fuente: Gasto en Turismo

Elaboración: Katy Portero

**Grafica 5**



#### **ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:**

Continuando con la interpretación de los datos tenemos que el 399 gastaría en turismo de 50 a 100 dólares, representado por el 58% 114 personas gastarían de 101a 150 dólares, con un porcentaje de 29%, 38 gastarían de 151 a 200 dólares en turismo que representa el 10% 17 manifiestan que gastarían de 201 a 250 dólares el 4%. Por lo tanto se debe tomar en cuenta el valor de 50 a 100 dólares que se gastarían en turismo.

#### 4. ¿Conoce Ud. Centros Turísticos Comunitarios?

**Cuadro 7**

**CENTRO TURISTICO COMUNITARIO**

DETALLE	FRECUENCIA	PORCETAJE
SI	364	91%
NO	35	9%
<b>TOTAL</b>	<b>399</b>	<b>100%</b>

Fuente: Centros Turísticos Comunitarios

Elaboración: Katy Portero

**Grafica 6**



#### **ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:**

De acuerdo a los resultados obtenidos de que conocen un centro turístico comunitario es el 91% y 9% que no conocen un centro turístico comunitario. Por lo tanto es necesaria la implementación de un nuevo centro turístico Comunitario.

## 5. ¿Ha utilizado los servicios de Centros Turísticos Comunitarios?

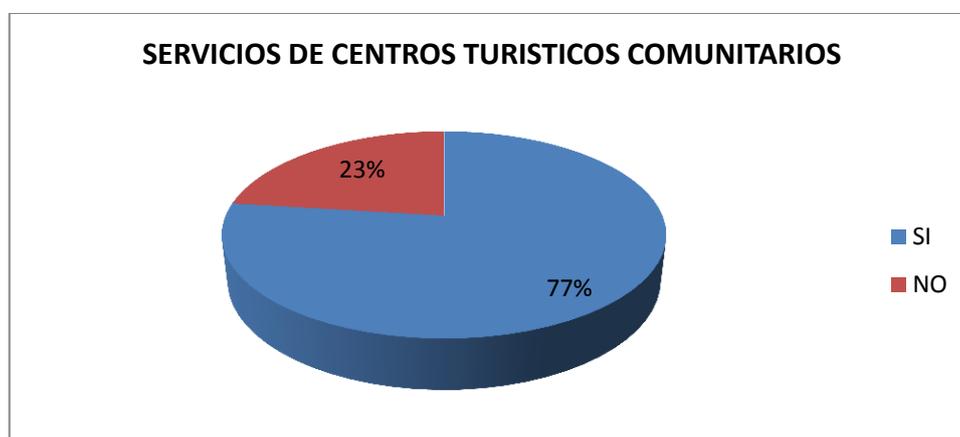
**Cuadro 8**

SERVICIOS DE CENTRO TURISTICOS COMUNITARIOS		
DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
Si	279	77%
No	85	23%
<b>TOTAL</b>	<b>364</b>	<b>100%</b>

Fuente: Servicios de Centros Turísticos Comunitarios

Elaboración: Katy Portero

**Grafica 7**



### **ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:**

De los datos obtenidos del turismo comunitario, 279 encuestados manifiestan que si hacen turismo comunitario que representa el 77%, 85 personas manifiestan que no realizan turismo comunitario representado por el 23%. Por lo tanto nos hace ver que 23% no realizan turismo comunitario.

## 6. ¿Cuántas veces realiza Turismo Comunitario al año?

**Cuadro 9**

### VECES QUE REALIZAN TURISMO COMUNITARIO AL AÑO

DETALLE	FRECUENCIA	F.X	PORCENTAJE
1 Ves	210	210	75%
2 Veces	34	68	12%
3 Veces	19	57	7%
4 Veces	12	48	4%
5 Veces	3	15	1%
6 Veces	1	6	0,004
Más de 6 Veces	0	0	0.00
<b>TOTAL</b>	<b>279</b>	<b>404</b>	<b>100%</b>

Fuente: Veces que realizan turismo Comunitario al año

Elaboración: Katy Portero

**Grafica 8**



### ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

De los datos obtenidos de 279 encuestados, 210 encuestados manifiestan que realizan turismo 1 vez al año que representa el 75% 34 que realizan 2 veces al año representado 12% 19 que lo realizan 3 veces al año representado por el 7% 12 que realizan 4 veces al año, 3 contestaron que realizan 5 veces al año representado por el 1%, 1 persona realiza turismo 6 veces turismo al año representado por 0.004/ y más de 6 veces el 0.00. Se puede determinar que realizar 1 veces al año turismo de los 279 encuestado.

Calculo de visitas promedio anual:

$$\text{Promedio} = 404/279 = 1.44$$

$$\text{Promedio} = 1.44 = 1 \text{ vez al año}$$

7. ¿En caso de implementarse un Centro Turístico Comunitario, en la ciudad de Tena, utilizaría los servicios?

**Cuadro 10**  
**IMPLEMENTACION DEL CENTRO TURISTICO COMUNITARIO**

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	193	92%
NO	17	8%
<b>TOTAL</b>	<b>210</b>	<b>100%</b>

Fuente: Implementación del Centro Turístico Comunitario

Elaboración: Katy Portero

**Grafica 9**



**ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:**

De los resultados obtenidos podemos ver que de los encuestados, 210 encuestados 193 manifiestan que si utilizarían este servicio del centro comunitario representado por 92% 17 encuestados que no lo utilizaran que representa el 8%. Por lo tanto nos hace ver que el 92% de los encuestados si utilizaran este nuevo servicio del centro turístico comunitario.

## 8. ¿Cuánto tiempo se quedaría en el centro turístico comunitario?

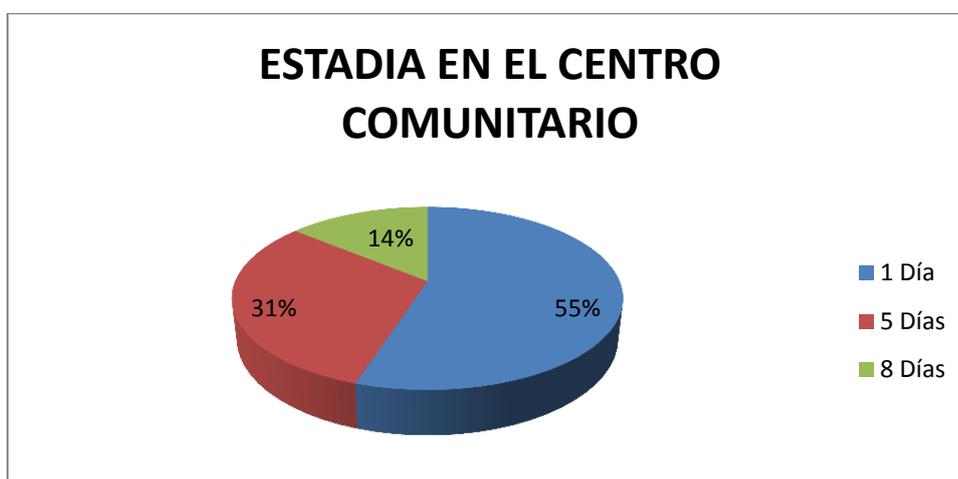
Cuadro 11

ESTADIA EN EL CENTRO TURISTICO COMUNITARIO		
DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1 Día	115	55%
5 Días	65	31%
8 Días	30	14%
<b>TOTAL</b>	<b>210</b>	<b>100%</b>

Fuente: Turista que visitan el cantón Tena

Elaboración: Katy Portero

Grafica 10



### ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

De los resultados obtenidos podemos ver que de los 210 encuestados, 115 se quedarían en el centro comunitario por 1 día que representa el 55%, 65 manifestaron que se quedarían por 5 días que representa el 31% 30 manifestaron que se quedarían por 8 días que representa el 14%. Por lo tanto si es factible implementar le centro turístico en el cantón Tena.

## 9. ¿Qué servicios le gustaría tener dentro de Centro Turismo Comunitario?

**Cuadro 12**

### SERVICIO QUE LE GUSTARIA QUE PRESTEN EN CENTRO TURISTICO COMUNITARIO

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Hospedaje	105	50%
Alimentación	55	26%
Guianza	50	24%
<b>TOTAL</b>	<b>210</b>	<b>100%</b>

Fuente: Turista que visitan el cantón Tena

Elaboración: Katy Portero

**Grafica 11**



### ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

De los datos tenemos que la mayoría manifiesta que el servicio que le gustaría que preste es por hospedaje que representa 50% el 26% de los encuestados es por alimentación, 24% es por guianza. Por lo tanto se deberá tomar en cuenta el servicio de hospedaje.

## 10. ¿Cuánto pagaría por un paquete de turismo comunitario?

Cuadro 13

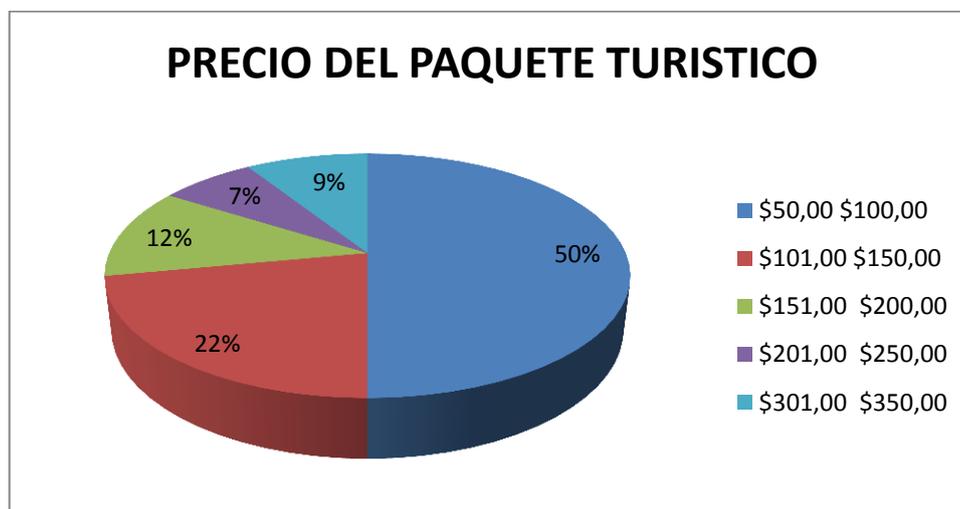
### PAGO DEL PAQUETE TURISTICO

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
\$50,00 \$100,00	105	50%
\$101,00 \$150,00	46	22%
\$151,00 \$200,00	25	12%
\$201,00 \$250,00	15	7%
\$301,00 \$350,00	19	9%
<b>TOTAL</b>	<b>210</b>	<b>100%</b>

Fuente: Turista que visitan el cantón Tena

Elaboración: Katy Portero

Grafica 12



### ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

En el cuadro N° 13, 105 manifestaron que pagarían el de 50 a 100 dólares por el paquete turístico que representa el 50%, el 22% pagaría de 101 a 150 dólares, 12% manifiestan que pagarían por el paquete turístico de 151 a 200 dólares, el 7% manifestaron que pagaría el 201 a 250, 9% de 301 a 350 dólares. Por lo tanto el de mayor acogida es de 50 a 100 dólares que pagaría por el paquete turístico.

### 11. ¿El precio del turismo que utiliza es?

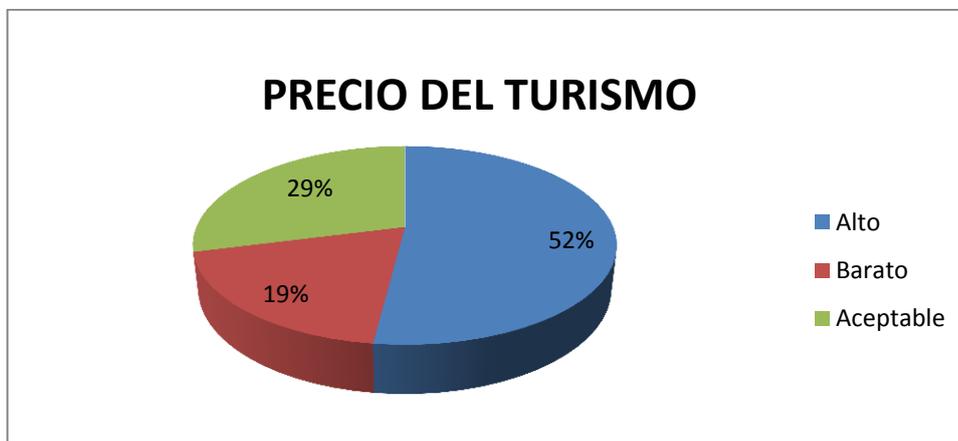
**Cuadro 14**  
**PRECIO DEL TURISMO**

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Alto	110	52%
Barato	40	19%
Aceptable	60	29%
<b>TOTAL</b>	<b>210</b>	<b>100%</b>

Fuente: Turista que visitan el cantón Tena

Elaboración: Katy Portero

**Grafica 13**



#### **ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:**

De acuerdo a los datos tenemos el 52% manifiesta que el precio del turismo es aceptable 19 % es barato, el 29% es alto. Por lo tanto es barato el precio del turismo que utiliza.

## 12. ¿Qué medio publicitario usted prefiere?

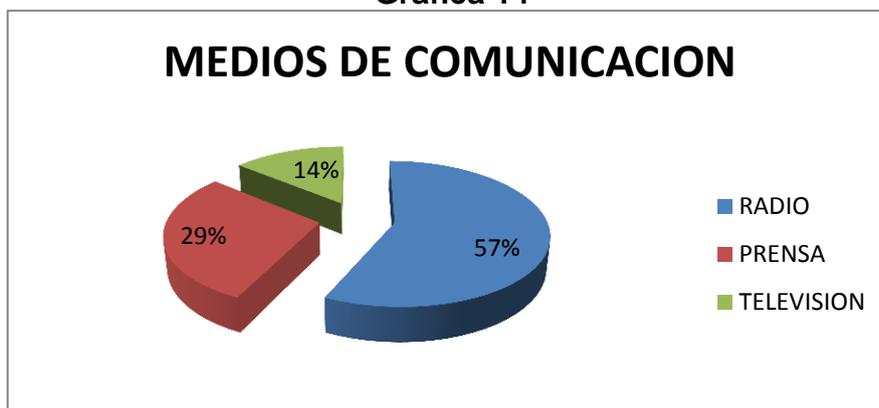
**Cuadro 15**

<b>MEDIO PUBLICITARIO</b>		
<b>DETALLE</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
Radio	120	57%
Televisión	60	29%
Prensa escrita	30	14%
<b>TOTAL</b>	<b>210</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Turista que visitan el cantón Tena

**Elaboración:** Katy Portero

**Grafica 14**



### **ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:**

De acuerdo a los resultados obtenidos podemos apreciar que 57% manifestaron que el medio de publicidad es la radio, 29% es la prensa escrita, 14% prefieren la televisión como medio de publicidad. Por lo tanto el medio de mayor publicidad es la radio.

## ENCUESTAS PARA DETERMINAR LA OFERTA

### PREGUNTA N°1

#### 1. Desarrolla turismo comunitario en su establecimiento

Cuadro 16

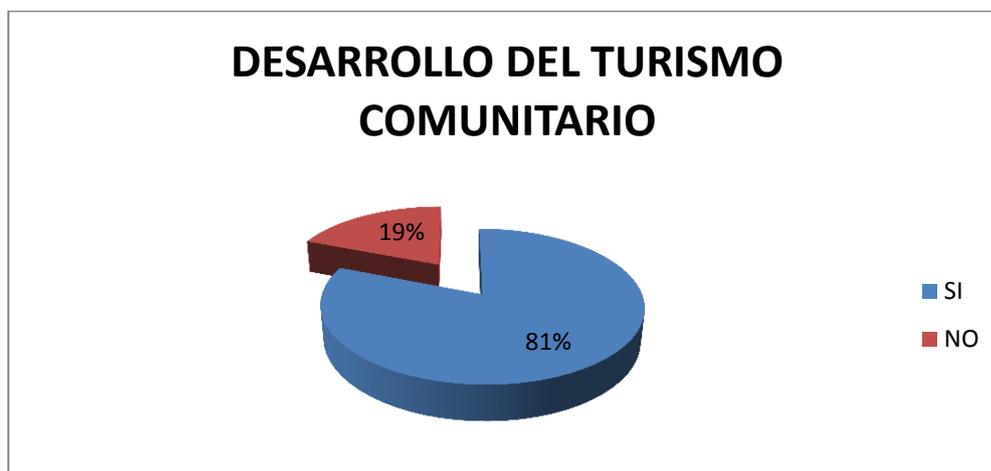
#### DESARROLLO DE TURISMO COMUNITARIO

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	11	73%
NO	4	27%
<b>TOTAL</b>	<b>15</b>	<b>100%</b>

Fuente: Centros turísticos del cantón Tena

Elaboración: Katy Portero

Grafica 15



#### ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Podemos ver que en el cuadro que antecede se determina que de las 15 encuestas aplicadas en el cantón Tena 11 responden que si realizan turismo comunitario en su establecimiento que representa al 73% y 4 manifestaron que no realizan lo que corresponde al 27% del total. Por lo tanto es importante tomar en cuenta que la mayoría de estos establecimientos si realizan el turismo comunitario, una información oportuna para el emprendimiento de la empresa.

## PREGUNTA N°2

### 2. ¿Qué servicios ofrece en su establecimiento?

Cuadro 17

#### SERVICIOS QUE OFRECE

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Alimentación	3	27%
Hospedajes	6	55%
Guianza	2	18%
<b>TOTAL</b>	<b>11</b>	<b>100%</b>

Fuente: Centros turísticos del cantón Tena

Elaboración: Katy Portero

Grafica 16



#### ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

En este cuadro se detalla que ofrece de 11 encuestados, 3 respondieron que utilizan servicio de alimentación que representa al 27%, 6 manifestó que dan hospedaje que representa al 55% y el 18% de guianza. Por lo tanto significa que el servicio de mayor utilización es hospedaje, lo que sería tomada en cuenta para su comercialización en nuestra empresa.

### PREGUNTA N°3

#### 3. ¿Los turistas que ingresan a su establecimiento son?

Cuadro 18

#### INGRESOS QUE OBTIENE DEL TURISMO

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Nacionales	16	76
Extranjeros	5	24
<b>TOTAL</b>	<b>21</b>	<b>100</b>

Fuente: Centros turísticos del cantón Tena

Elaboración: Katy Portero

Grafica 17



#### ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

En el presente cuadro se puede determinar 76% son turistas nacionales y el 24% son turistas extranjeros. Por lo tanto la mayoría que visitan los lugares atractivos del cantón Tena son nacionales.

## PREGUNTA N°4

4. ¿Qué cantidad de turistas ingresan a su establecimiento mensualmente?

**Cuadro 19**  
**INGRESOS QUE OBTIENE DEL TURISMO**

CANTIDAD	Xm	FRECUENCIA	Xm.F	PORCETAJE
50-100	75	17	1275	81%
101-150	126	3	377	14%
201 mas	201	1	201	5%
<b>TOTAL</b>	<b>402</b>	<b>21</b>	<b>1853</b>	<b>100%</b>

Fuente: Centros turísticos del Cantón Tena

Elaboración: Katy Portero

**Grafica 18**



### ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

En el presente cuadro se puede determinar que el ingreso mensual de turistas en los establecimientos donde se realizó las encuestas, de manera que 17 de ellos respondieron que ingresan de 50 a 100 que representa el 81%, 3 respondieron que ingresan de 101 a 150 que representa el 14%, 1 manifestó que ingresan de 201 lo que corresponde al 5%,.Al realizar los cálculos correspondientes para determinar la venta promedio tenemos:

$$\text{Promedio} = \sum X_m.F/n$$

$$\text{Promedio} = 1853,00/21$$

$$\text{Promedio} = 88 \text{ mensual}$$

Con ello se tiene un promedio mensual es de 88 turistas en cada uno de los establecimientos del cantón, si lo multiplicamos por los 21 establecimientos se obtiene 1848 mensuales \* 12 = 22176 por año.

## PREGUNTA N°5

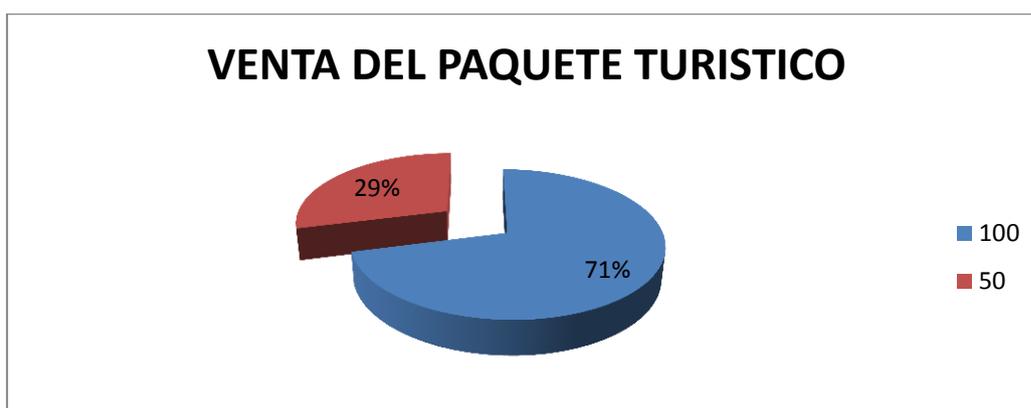
### 5. ¿A qué precio vende el paquete de turismo?

**Cuadro 20**  
**PRECIO DE VENTA DEL PAQUETE TURISTICO**

PRODUCTO	PRECIOS	FRECUENCIA	%
Turismo	\$ 50.00	15	71%
	\$ 100,00	6	29%
<b>TOTAL</b>		<b>21</b>	<b>100%</b>

Fuente: Centros Turísticos del cantón Tena  
Elaboración: Katy Portero

**Grafica 19**



### ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Este cuadro se puede apreciar que de los 21 encuestados, 15 de ellos respondieron que el paquete lo venden a 50 dólares que representa el 71%, 6 respondieron que venden el paquete turístico 100 dólares lo que corresponde al 29%. Por lo tanto son datos importantes para poder determinar los precios de nuestros servicios.

## **g. DISCUSIÓN**

### **ESTUDIO DE MERCADO**

El estudio de mercado del presente proyecto, nos permite analizar la factibilidad comercial, para determinar la oferta, demanda y las estrategias de comercialización del centro turístico comunitario originario de la nueva unidad productiva para la población en estudio.

#### **Propósito del Estudio de Mercado**

El propósito del estudio de mercado para el centro turístico comunitario, es establecer las condiciones del servicio que va a ofrecer al turista y con bases técnicas, determinar las posibilidades de instalar un centro turístico que ofrezca al turista un servicio con calidad y calidez.

#### **Comportamiento del Mercado**

La información obtenida (datos primarios) en la aplicación de las encuestas de acuerdo a la segmentación dividida por parroquias, son organizados, presentados, analizados e interpretados.

### **ESTUDIO DE LA DEMANDA**

Nos permite conocer a los demandantes del centro turístico comunitario que tiene como finalidad determinar la cantidad o volumen de la demanda en un tiempo determinado.

**Demanda Potencial.-** Es toda la población de estudio segmentada. Se proyectará para 5 años.

Proyección de los turistas del año 2014 que visitan el cantón Tena, aplicando la siguiente fórmula:

**Fórmula:  $C_n = C_o (1+i)^n$**

Cuadro 21

TURISTA QUE INGRESAN 2014	TASA DE CRECIMIENTO	PROYECCIÓN DE LOS TURISTAS
130.000,00	0,03%	133.900

Fuente: www.turismo.gob.ec

Elaboración Katy Portero

**Determinación de la Demanda Potencial:** Para la determinación de la demanda potencial fue necesario tomar el resultado del porcentaje extraído de las encuestas aplicadas a los turistas que ingresan al cantón Tena.

Por lo tanto con este procedimiento se pudo elaborar la tabla que a continuación se pone a consideración en la que se evidencia la demanda potencial proyectada hasta el año 2019.

Cuadro 22

Años	Población	Porcentaje	Demanda Potencial de Estudio
0	133.900	91%	121849
1	138.453		125992
2	147.456		134185
3	162.070		147484
4	183.832		167287
5	215.188		195821

Fuente: www.turismo.gob.ec, Cuadro 7, 21 y Pregunta 4

Elaborado Katy Portero

**Demanda Real.-** Es toda la población segmentada que realmente realiza turismo comunitario.

Cuadro 23

Años	Demanda Potencial de Estudio	Porcentaje	Demanda Real
0	121.849	77%	93.824
1	125.992		97.014
2	134.185		103.322
3	147.484		113.562
4	167.287		128.811
5	195.821		150.782

Fuente: Cuadro N° 22,8y pregunta 5 de la Tabulación de Encuestas – cantón Tena

Elaboración: Katy Portero

**Uso Per cápita.-** Es la cantidad del servicio que va a realizar cada turista.

**Cuadro 24**

Años	Demanda Real	Visita anual por turista	Promedio Anual
0	93.824	1	93.824
1	97.014		97.014
2	103.322		103.322
3	113.562		113.562
4	128.811		128.811
5	150.782		150.782

Fuente: Cuadro 23 y pregunta 9

Elaboración: Katy Portero

**Demanda Efectiva.-** Es toda la población segmentada que en la práctica son requeridos nuestro servicio por el mercado.

**Cuadro 25**

Años	Demanda Real	Porcentaje	Demanda Efectiva
0	93.824	92%	86.318
1	97.014		89.253
2	103.322		95.057
3	113.562		104.477
4	128.811		118.506
5	150.782		138.720

Fuente: Cuadro 10 y 24 y pregunta 7

Elaboración: Katy Portero

## ESTUDIO DE LA OFERTA

Realizando el análisis de la oferta en el mercado turístico se encuentra en el Cantón Tena, que oferta turismo utilizando sus atractivos Naturales y culturales que las convierten en competencia directa para el cantón.

### Comportamiento del Oferente

Para consultar a los oferentes de acuerdo a lo establecido en la metodología, corresponden encuestas repartidas en el Cantón Tena en los diferentes atractivos turísticos actualizados al año 2014, ha catalogado 21 atractivos turísticos:

**Cuadro 26**

Puerto Misahuallí	Cascada Rayu Rumi
Centro Ecoturismo Comunitario KAMAK MAKI	Cascada los Tayos
Comunidad de Shiripuno	Balneario Río Sol
Cascada de Latas y Umbuni	Trajes Típicos
El Parque Amazónico "La Isla"	Caverna "La Cueva del Duende"
Estación Jatun Sacha	Balneario Peña Colorada
Iglesia Catedral de Tena	Cueva Chiuta
Balneario Natural Ongota	Río Tena
Área Protegida "La Isla de los Monos"	Balneario Curiuras Ongota
Monumento a Jumandy	Cascada Morfo
Balneario la Soga	

Fuente: Ministerio de Turismo del Cantón Tena, AME

Elaboración: Katy Portero

### Oferta proyectada

**Cuadro 27**

Atractivos turísticos	%	Visitas al día	Vistas al Mes	Visitas/ Anual
21	0,24	88	1848	22176

Fuente: Cuadro 21, Ministerio de Turismo

Elaboración: Katy Portero

**Cuadro 28**

Años	Oferta (0,03) * Tasa de Crecimiento
0	22.176
1	22.366
2	23.820
3	26.181
4	29.696
5	34.761

Fuente: Cuadro 28

Elaboración: Katy Portero

### DEMANDA INSATISFECHA A CUBRIR (BALANCE OFERTA-DEMANDA)

La demanda insatisfecha es la que no se ha logrado atender las necesidades requeridas por los turistas. En la investigación realizada se pudo conocer que debido a que las parroquias que están más lejos no son visitadas constantemente por los turistas.

Se menciona que la mayoría de los turistas están dispuestos a adquirir nuestro servicio por la razón de ser un centro turístico comunitario Tenense, nuevo en el mercado turístico esto aportara al crecimiento y desarrollo del turismo. En el

siguiente cuadro se puede observar la diferencia entre la oferta y la demanda efectiva que da como resultado la demanda insatisfecha.

**Cuadro 29**

<b>Años</b>	<b>Demanda Efectiva</b>	<b>Oferta</b>	<b>Demanda Insatisfecha</b>
0	86.318	22.176	64.142
1	89.253	22.366	66.887
2	95.057	23.820	71.237
3	104.477	26.181	78.297
4	118.506	29.696	88.810
5	138.720	34.761	103.958

Fuente: Cuadro N° 27 y 29  
Elaboración: Katy Portero

## **ESTRATEGIA DE MERCADO**

Se buscara estrategias promocionales dando a conocer de los servicios que brindara el Centro turístico comunitario ubicado en el cantón Tena, detallando cada uno de los beneficios que se ofrece

- **SERVICIO**

Es un lugar de distracción, dirigido a los turistas que visiten el Centro Turístico Comunitario, sus instalaciones tendrán las comodidades para hospedaje, alimentación área de recreación, piscina, canchas deportivas.

También se demostrara las costumbres, tradiciones de las etnias kwichuas y Huaorani.

- **SLOGAN**

Siendo un centro turístico comunitario se busca una frase que represente. Principalmente lo que se busca es resaltar el centro turístico comunitario.

Considerada como los nombres y expresiones graficas que facilitan la identificación del servicio turístico.

Grafica 20



**DESCANSO CON COMODIDAD**

**Y**

**CONFORT**

- **PRECIO**

Para que el centro turístico sea competitivo y atractivo, el precio se establezca de acuerdo a las exigencias del entorno, ya que se trata de un servicio que siempre fluctúa en la demanda, por lo tanto se mantendrá y fortalecerá con los servicios que se preste.

El precio será de 24,02 por turista para el primer año

- **PLAZA**

Se oferta un programa para recreación de los turistas, los principales canales de distribución serán los convenios con agencias de viajes, que puedan

contactar con nuestro centro turístico comunitario, para dar el servicio a los turistas que necesiten de nuestro servicio.

Se harán convenios con estaciones de radios, para poder participar como invitados en programas de entrevistas, de esta manera poder informar a la comunidad de la existencia del centro turístico comunitario y los servicios que presta.

**Grafico N° 21**



**Elaboración:** Katy Portero

- **PROMOCIÓN**

La base publicitaria para proyectar la imagen al mercado se efectuará en medios masivos de comunicación a través del internet, televisión y la radio Canela de mayor frecuencia en el Cantón, en las cuales se pasaran cuñas publicitarias en horas de mayor sintonía (5 días a la semana, 6 pasadas diarias),

**Grafico N° 22**



**Elaboración:** Katy Portero

## **ESTUDIO TÉCNICO**

El estudio técnico está dirigido para determinar el tamaño conveniente que tendrán las instalaciones del Centro Turístico Comunitario en base al estudio de mercado.

### **Objetivos del Estudio Técnico**

- Determinar el tamaño del proyecto y las alternativas que más favorezca la inversión.
- Definir la localización del Centro Turístico Comunitario.
- Especificar la ingeniería del proyecto, dimensionando con exactitud los materiales, mano de obra, insumos y equipos para el funcionamiento del Centro Turístico Comunitario.

### **Tamaño y localización proyecto**

Su objetivo es determinar la capacidad instalada y utilizada, que tendrá el Centro Turístico Comunitario y los requerimientos necesarios para la prestación de sus servicios. El tamaño del proyecto está condicionado por la demanda insatisfecha y la disponibilidad de recursos humanos y financieros.

### **Capacidad Instalada**

Para determinar la capacidad instalada se consideró el ingreso anual que es de 130.000 turistas que visitan el cantón Tena.

Basada en estas visitas se construirá 5 habitaciones con literas para 2 turistas, 5 habitaciones dobles para 2 turistas, 5 habitaciones triple para 3 turistas, 5 habitaciones familiares para 4 turistas y 5 habitaciones individuales, que compartirán durante el tiempo que realicen turismo comunitario.

La capacidad máxima del centro turístico comunitario es de acuerdo al número de habitaciones que tiene el centro turístico comunitario que tiene capacidad para 60 turistas diarios y 365 al año son 21900 turistas.

**Cuadro 30**

Años	Demanda Insatisfecha	Porcentaje a cubrir %	Turistas	Capacidad Instalada
0	64.142	2,93	60	21900
1	66.412	3,03	60	21900
2	70.825	3,23	60	21900
3	77.999	3,56	60	21900
4	88.705	4,05	60	21900
5	104.173	4,76	60	21900

Elaborado: Katy Portero

El centro turístico comunitario brindara el servicio a los turistas que visiten días feriados, mensualmente, semestral y anual, dividiendo así la capacidad máxima del centro turístico comunitario. La capacidad instalada mensual será de 70% y al año será de 15.330 turistas.

### **Capacidad Utilizada**

La capacidad de ingresos está en función de la capacidad instalada, es necesario mencionar que se plantea el 70% de operación de la capacidad instalada del centro turístico comunitario, siendo el máximo anual de 15330 turistas nacionales y extranjeros. Al captar el 70% de turista en el 2014 se inicia con 15330 turistas que está dentro de los parámetros posibles de atención de la misma; hasta llegar al 90% total de la capacidad máxima.

Se reserva el 10% de la capacidad instalada por efectos de mantenimiento del centro turístico comunitario.

Cuadro 31

Año	Capacidad Instalada	%	Capacidad utilizada (Producción anual)
1	21.900	70%	15.330,00
2	21.900	75%	16.425,00
3	21.900	80%	17.520,00
4	21.900	85%	18.615,00
5	21.900	90%	19.710,00

Elaboración: Katy Portero

### Localización del proyecto

Para el análisis y localización del proyecto se realizó un estudio macro y micro del mismo.

### Macro localización

El Centro Turístico Comunitario Cruscaspi para turistas, estará ubicado en la parroquia Tena cantón Tena, Provincia de Napo.

Grafica 23



Fuente: [www.napo.gob.ec](http://www.napo.gob.ec)

### Micro localización

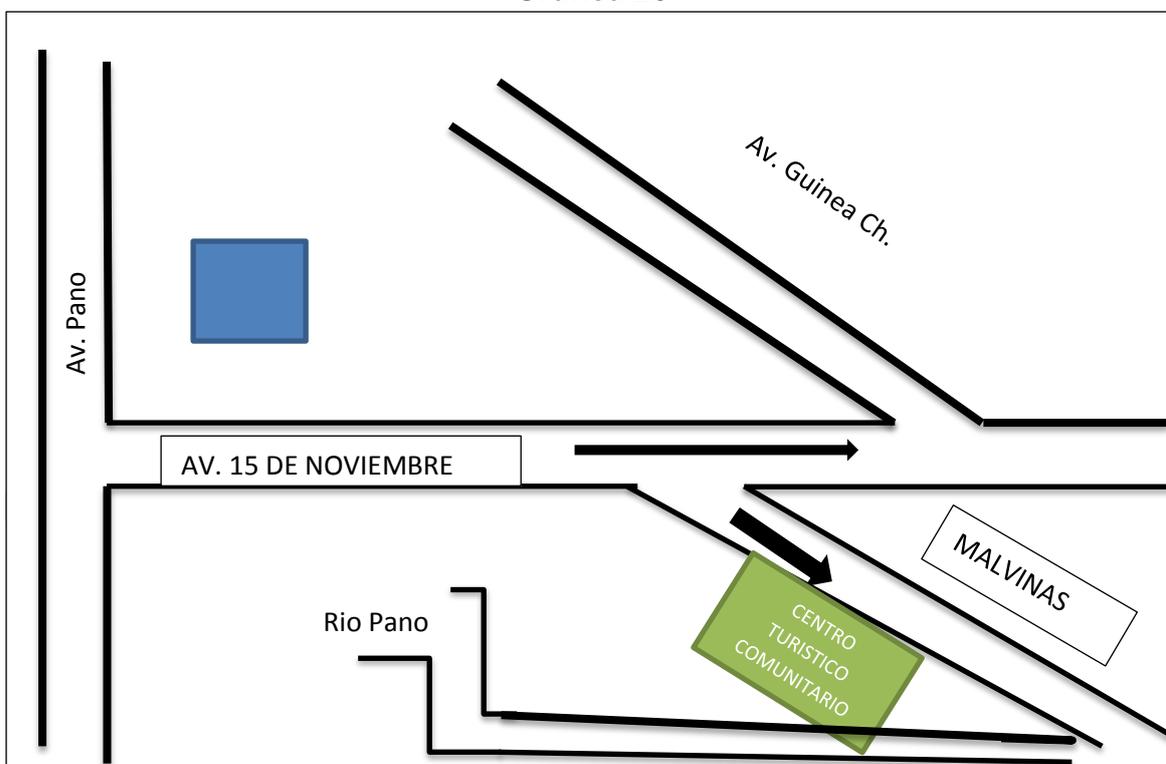
El proyecto estará ubicado en el sector de Malvinas de la parroquia Tena, está ubicado a 10 minutos de la ciudad de Tena.

**Grafica 24**



Fuente: [www.oocities.org](http://www.oocities.org)

**Grafica 25**



Elaboración: Katy Portero

**Cuadro 32**  
**Matriz de Factores**

FACTOR RELEVANTE	PESO SIGNADO	CALIFICACIÓN	ZONA NORTE	CALIFICACIÓN	ZONA SUR
ESPACIOS VERDES	0,15	7	1,05	11	1,65
COSTO DE CONSTRUCCIÓN	0,15	11	1,65	11	1,65
VÍAS DE ACCESO Y TRANSPORTE	0,15	7	1,05	9	1,35
COSTOS SERVICIOS PÚBLICOS	0,15	10	1,50	10	1,50
REGLAMENTOS AMBIENTALES	0,15	10	1,50	10	1,50
UBICACIÓN CLIMA	0,1	5	0,50	8	0,80
FACILIDAD DEL TERRENO	0,15	9	1,35	9	1,35
TOTAL	1		8,6		9,8

Elaborado por: Katy Portero

### **Servicios Básicos**

La opción sur cuenta con los servicios básicos necesarios como agua potable, alcantarillado, energía eléctrica, y reciclaje de basura en forma eficiente para desempeñar las funciones en este sector.

### **Proximidad y disponibilidad de materia prima**

Los elementos necesarios para desarrollar las actividades se los puede encontrar en los mercados que se encuentran cerca de la zona.

### **Vías de acceso y transporte**

Existen líneas de transporte urbano y rural que tienen acceso hasta el sector de Malvinas, que está a diez minutos de la ubicación del centro turístico Comunitario.

### **Zona de seguridad**

Está ubicado en una zona rural, existe vigilancia de la Policía.

### **Proximidad al mercado**

Es un lugar estratégico, porque existe una proximidad óptima del mercado, ubicada cerca de áreas de crecimiento residencial.

En este sector, se ha determinado que existen los factores adecuados para la instalación del Centro Turístico Comunitario, un lugar con las condiciones necesarias para hacer realidad el proyecto bajo las normas y el ambiente que exige para la ejecución del proyecto.

La mano de obra en este lugar es limitada, por lo que se deberá contratar personal de zonas aledañas. El lugar permite el acceso lo que es relativamente conveniente por las especificaciones del proyecto. Se ha decidido hacerlo en esta zona por los espacios verdes que ofrece y las garantías para quienes utilizarán el servicio.

### **INGENIERÍA DEL PROYECTO**

Se detallara todo lo relacionado al funcionamiento e instalación del Centro Turístico Comunitario, detallando los elementos a utilizar. Las actividades que se ejecutaran, distribución física, los recursos físicos y humanos disponibles para la presentación del servicio.

### **Diseño de las actividades**

La forma que se utilizará para la entrega de servicio a los turistas:

- Captación de Turistas
- Fases de distracción

### **Captación de turistas**

En este proceso consiste en realizar la publicidad para dar a conocer nuestro Centro Turístico comunitario mediante el desarrollo de las siguientes actividades.

- Elaboración de hojas volantes y trípticos
- Promocionar en el internet
- Realización de un modelo publicitario
- Publicidad en la Televisión.

### **HORARIOS DE ATENCIÓN**

El horario de atención será las 24h00 todos los días del año, también se ajustarán de acuerdo a los feriados o grupos que visiten el Centro Turismo Comunitario.

### **SERVICIOS**

Después de realizar el Estudio de Mercado se determina que los servicios que son requeridos por los turistas son:

- Alimentación
- Hospedajes
- Parques y Canchas
- Piscinas

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

### **PROCESO DEL SERVICIO**

El proceso que se realizará en los diferentes servicios que se pondrá a disposición de los turistas en el Centro Turístico Comunitario depende del tipo de servicio que elija el turista, es decir, de acuerdo al producto o paquetes turísticos.

## Proceso previo de ingreso del turista

### Diagrama 1

ACTIVIDADES							TIEMPO
a. Bienvenida del Turista							30m'
b. Recepción del Turista							30m'
d. Entrega del Servicio							21h'
e. Inspección de habilitación							30m'
f. Agradecimiento al turista							1h'
g. Despedida al turista							30m'
<b>TIEMPO</b>						<b>1440minutos</b>	<b>24 HORAS</b>

### INFORME TECNICO DEL INGRESO AL CENTRO TURISTICO COMUNITARIO

**Bienvenida del Turista:** Es la bienvenida y atención al Turista en primera instancia, en donde es recibido por la recepcionista.

**Recepción del Turista:** El turista realiza su respectiva recepción, donde se le entrega la orden para que pueda hacer uso de los servicios que ofrece el Centro Turístico Comunitario.

**Entrega del servicio:** Se guía al turista hacia su respectiva habitación, seguidamente se informa de los servicios que ofrece, así el turista hace uso de los servicios disponibles del Centro Turístico Comunitario.

**Inspección de habilidad:** Se inspecciona la habitación, con la finalidad de verificar si todo está de acuerdo a las políticas de entrega y servicio al turista.

**Agradecimiento al turista:** Se le agradece al turista por haber visitado y hacer uso de sus servicios que ofrece el Centro Turístico Comunitario.

**Despedida del turista:** La parte final de este proceso y con el fin de medir el grado de satisfacción del turista, se despide al turista.

## INFRAESTRUCTURA FÍSICA

Hace referencia al espacio físico necesario para la operación del Centro Turístico Comunitario, en este caso se iniciará las actividades en un terreno que cuenta con una construcción.

- Un Centro Turístico Comunitario de 10000m<sup>2</sup>.
- El Centro Turístico Comunitario consta con las debidas instalaciones para cada servicio a ofrecer equipadas para llevar a cabo cada una de las operaciones.

## DISTRIBUCIÓN FÍSICA DEL CENTRO TURISTICO COMUNITARIO

El espacio físico que contará este Centro será de 10000m<sup>2</sup>, los mismos que estarán debidamente distribuidos de acuerdo a las necesidades turísticas.

Como se indicó anteriormente para esta planta se necesita un espacio físico de 10000 metros cuadrados los cuales se distribuyen de la siguiente forma.

**Cuadro 33**

ÁREAS	METROS
Área de Recepción y Administración	10 m <sup>2</sup>
Área de Secretaria y Contabilidad	25 m <sup>2</sup>
Área de Comedor	30 m <sup>2</sup>
Parques y canchas	620m <sup>2</sup>
Cabañas	320m <sup>2</sup>
Piscina	60 m <sup>2</sup>
Bodega	12 m <sup>2</sup>
Estacionamiento	10m <sup>2</sup>
<b>Total</b>	<b>m<sup>2</sup></b>

Realizada por: Katy Portero



Cuadro 35

<b>EQUIPO DE OFICINA</b>
<b>Descripción</b>
Teléfono Panasonic Inalámbrico

**Elaboración:** Katy Portero

**Fuente:** Importadora Cevallos y Virtual PC. Ambato

Cuadro 36

<b>EQUIPO DE COMPUTO</b>	
<b>Ord.</b>	<b>Descripción</b>
1	Computador
2	Impresora tinta continua multifunciones

**Elaboración:** Katy Portero

**Fuente:** Importadora Cevallos y Virtual PC. Ambato

## **ESTUDIO ORGANIZACIONAL**

La administración es fundamental para el buen funcionamiento del Centro Turístico Comunitario, es así que su objetivo es la coordinación eficaz y eficiente de los recursos humanos, materiales y financieros para lograr sus objetivos con la productividad máxima.

### **Base Legal**

El Centro Turístico Comunitario se regirá por la Constitución Política de la República, la Ley de Compañías, Código de Trabajo, Código de Comercio, registrada por el SRI, ARSA y otros reglamentos pertinentes.

### **Conformación de la Planta**

Se conforma como PYMES porque es un Centro Turístico Comunitario que se mide por su nivel de servicio, capital social, cantidad de trabajadores y su volumen de producción o activos

**El Centro Turístico Comunitario está Constituido Legalmente como Persona Natural.**

Al momento de constituir el Centro Turístico Comunitario como persona natural, la persona humana es la que ejerce derechos y cumple con obligaciones asumiendo al título personal todas las obligaciones del Centro, implicando esto que está garantizado todas las deudas y obligaciones que se pueda contraer con todo el patrimonio que posee.

**Se forma como Persona Natural por lo siguiente:**

- Es más rápida de constituirse y no se presenta mayores trámites.
- No está obligado a llevar contabilidad.
- El control y la administración recae en una sola persona; propietario.

**Capital Social**

Al constituirse el Centro Turístico Comunitario, el capital estará conformado directamente con el capital que tenga la Persona Natural.

**Requisitos.**

- Patente Municipal
- Permiso de Funcionamiento del Cuerpo de Bomberos de Napo
- Permiso del Departamento de Gestión Ambiental del Municipio de Napo.
- RUC/ SRI
- ARCSA
- PERMISO DE FUNCIONAMIENTO

**Razón Social**

La Razón Social del Centro Turístico Comunitario estará puntualizada por la Persona Natural.

Para fines específicos de trabajo del Centro Turístico Comunitario se denominará: **CENTRO TURÍSTICO COMUNITARIO CRUSCASPI**

**Objetivo Social**

El objeto social del Centro Turístico Comunitario será dar servicio a los turistas como hospedaje, alimentación.

**Domicilio**

La empresa estará ubicada en:

**PROVINCIA** : Napo

**CANTÓN** : Tena

**PARROQUIA** : Tena

**Sector** : Malvinas

**CALLES** : Vía Tena- Malvinas

**Duración**

El tiempo de duración del Centro Turístico Comunitario será de 5 años, término del cual podrá ser renovado si así lo decide la Persona Natural.

**Tipo de Empresa**

La naturaleza del Centro Turístico Comunitario será de servicio, que brindara hospedaje y alimentación, no es necesaria la utilización de maquinaria de alta tecnología y mano de obra calificada, es así como se puede dar un buen servicio de calidad.

**Misión**

Ser un Centro Turístico Comunitario líder en dar servicios de hospedaje, alimentación, ofreciendo un buen servicio con calidez, dando a conocer eficientemente en el mercado, para contribuir así de forma sostenible con el servicio a nivel nacional y el desarrollo comunitario.

**Visión**

Difundir en el mercado a nivel nacional e internacional como Centro Turístico Comunitario para comercializar un buen servicio.

**ORGANIZACIÓN ADMINISTRATIVA**

Permite asignar funciones y responsabilidades a cada uno de los elementos que conforman el Centro Turístico Comunitario. Esto hará posible que los recursos especialmente el humano sea administrado eficientemente. La estructura administrativa se basa en la organización, ya que es un sistema que interrelaciona recursos humanos y materiales con el fin de cumplir determinadas metas y alcanzar objetivos.

La organización administrativa se representa por medio de los organigramas a los cuales se acompaña con los manuales de funciones.

**Niveles Jerárquicos**

La estructura administrativa del Centro Turístico Comunitario, estará establecida en cinco niveles jerárquicos, los cuales permitirán un buen funcionamiento del Centro.

**Nivel Ejecutivo**

Está conformado por el puesto del Gerente, el cual planifica, organiza, coordina, dirige y controla las labores administrativas, financieras y comerciales del Centro, también es el responsable de todas las actividades que se desarrollan en la misma.

**Nivel de Apoyo**

Está conformado por el puesto de secretaria-Contadora, la cual tiene relación directa con las actividades administrativas y contables del Centro Turístico Comunitario.

**Nivel Operativo**

Está conformado por los puestos que desempeñan las personas, labores de producción del Centro Turístico Comunitario.

**ORGANIGRAMAS**

El objetivo principal de los organigramas es dar a conocer la distribución funcional para el trabajo.

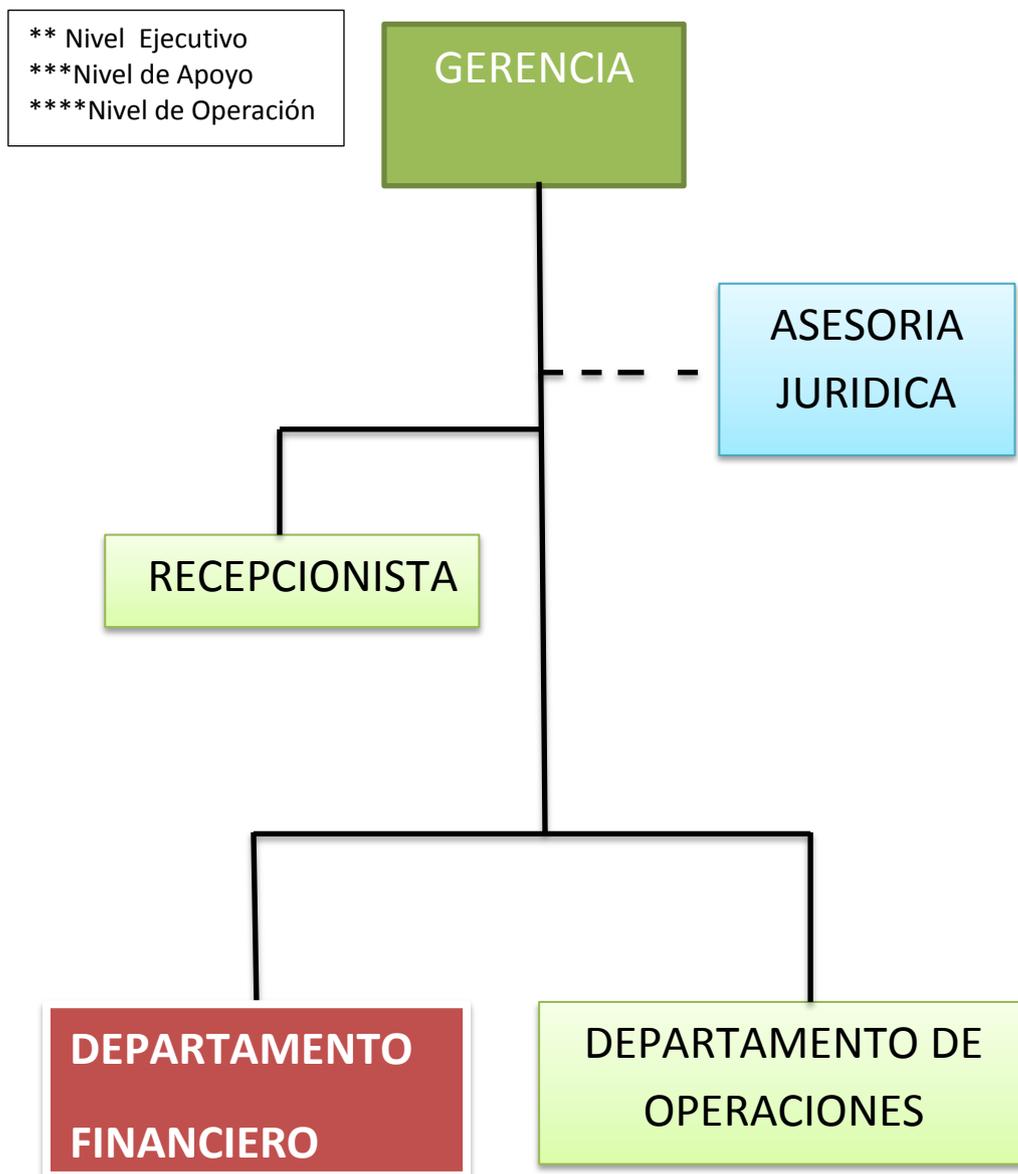
**Organigrama Estructural**

Consiste en la representación gráfica de la estructura administrativa del Centro Turístico Comunitario, este servirá para reflejar la división de funciones, los niveles jerárquicos, las líneas de autoridad y responsabilidad, los canales de comunicación y la naturaleza lineal de cada departamento.

**Organigrama funcional.-** Se representa gráficamente las funciones que deben desempeñar cada uno de los departamento o unidades administrativas.

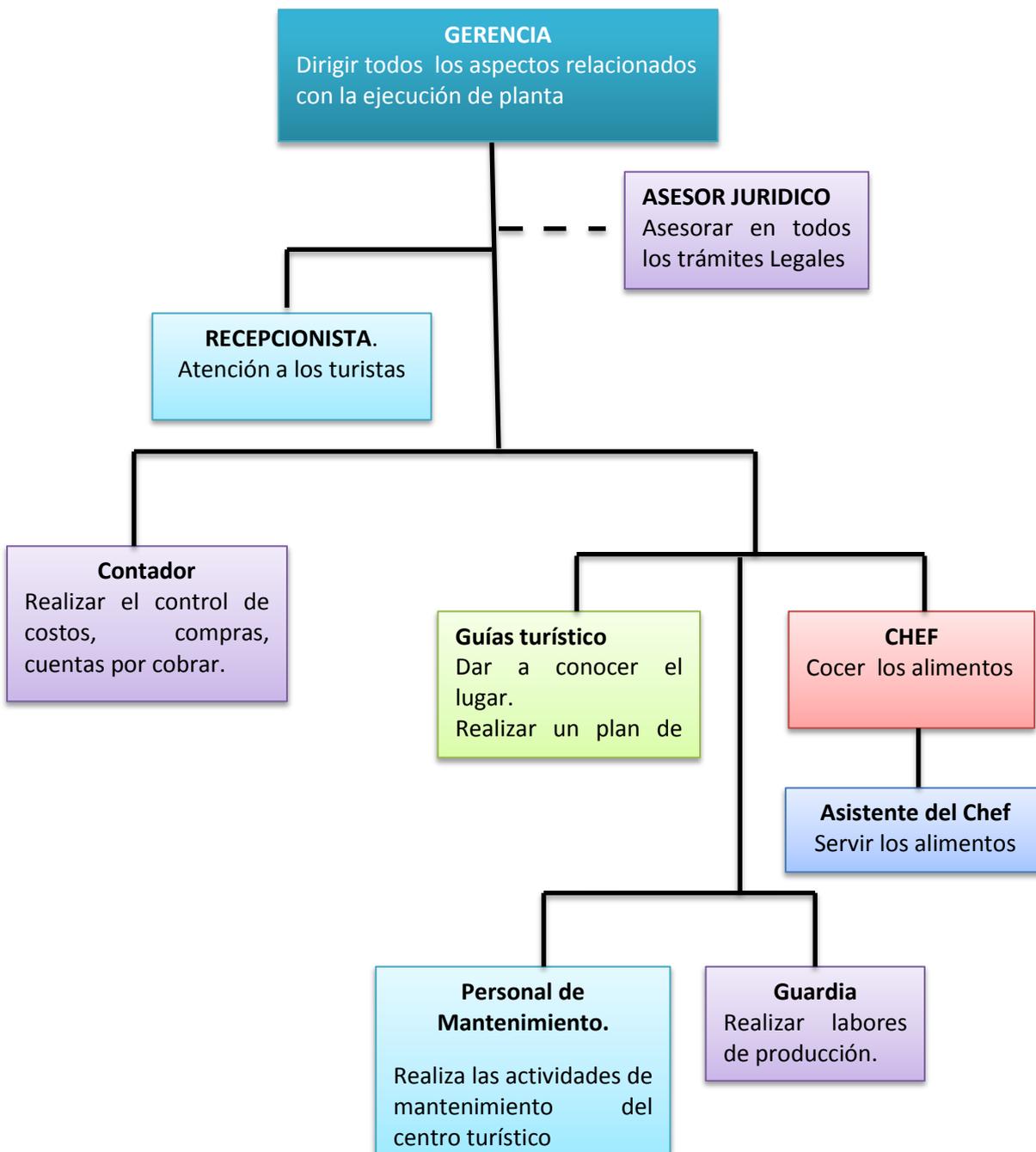
**Organigrama Posicional.-** En este organigrama se detallan aspectos como: distribución de personal, cargo que ejercen, denominación y el sueldo que perciben.

**Grafica 20**  
**Organigrama Estructural**  
**CENTRO TURISTICO COMUNITARIO**



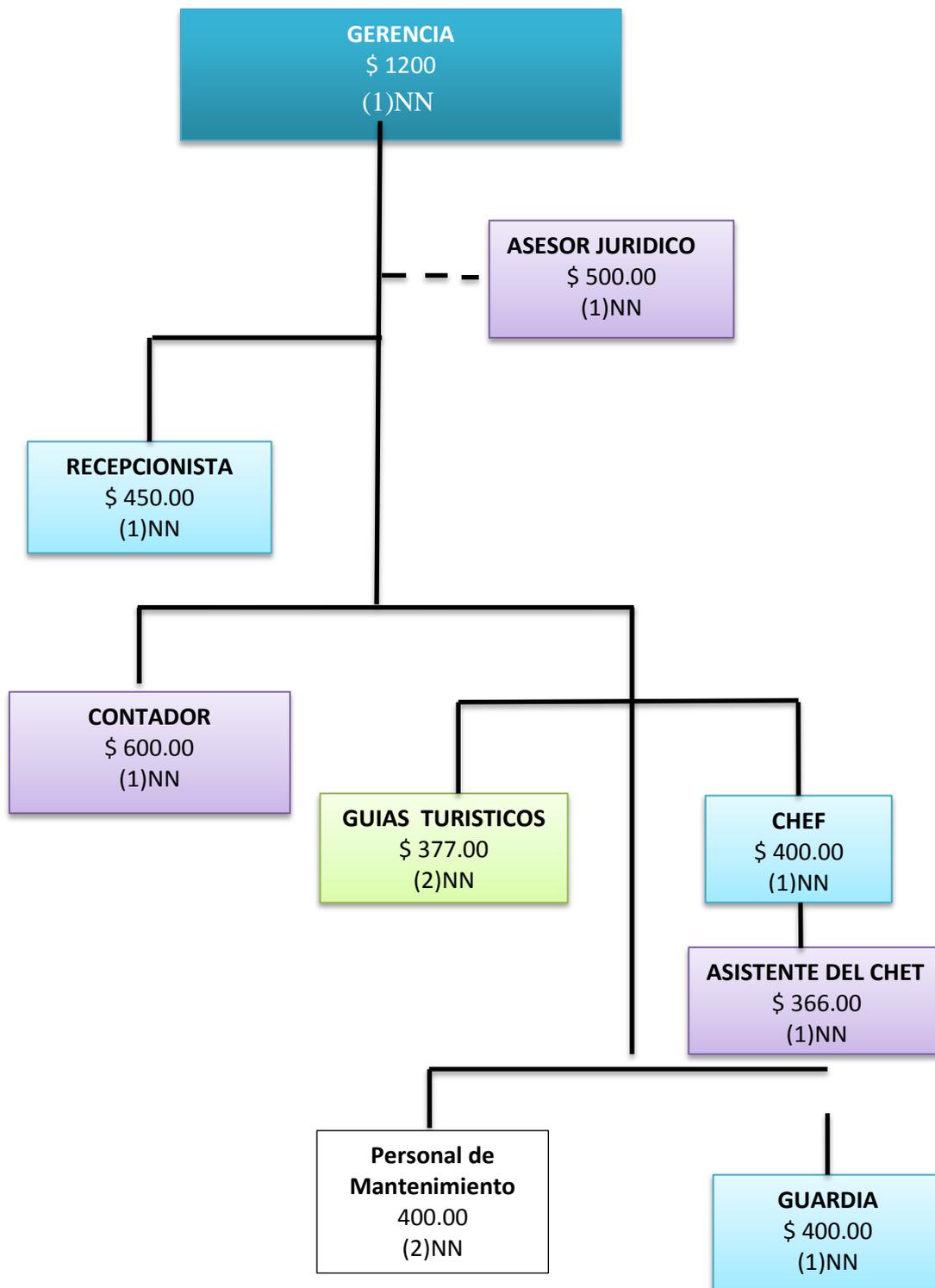
Realizada por: Katy Portero

**Grafica 21**  
**Organigrama Funcional**  
**CENTRO TURISTICO COMUNITARIO CRUSCASPI**



Realizada por: Katy Portero

**Grafica 22**  
**Organigrama Posicional**  
**CENTRO TURISTICO COMUNITARIO CRUSCASPI**



Realizada por: Katy Portero

## PERSONAL REQUERIDO

Para el funcionamiento de la Centro se requiere 10 trabajadores, los cuales se distribuyen como se indica

**Cuadro 37**  
**#Trabajador**

Nº DE TRABAJADORES	DENOMINACIÓN DEL PUESTO	DEPARTAMENTO
1	Gerente	Gerencia
1	Recepcionista	Administrativo-Financiero
1	Contador	Administrativo-Financiero
2	Personal de Mantenimiento	Operación
2	Guías	Operación
1	Chef	Operación
1	Asistente del Chef	Operación
1	Guardia	Operación

Elaboración: Katy Portero

### Manual de funciones

Constituye toda la información respecto a las tareas que deben cumplir cada persona en su puesto de trabajo y unidad administrativa, con el fin de obtener una mejor selección de personal para los diferentes cargos de la empresa y sus respectivas funciones.

**MANUAL ORGÁNICO FUNCIONAL DEL CENTRO TURISTICO COMUNITARIO  
CRUSCASPI**

<b>CODIGO:</b>	01
<b>NIVEL</b>	Ejecutivo
<b>DEPENDENCIA:</b>	GERENCIA
<b>TITULO DEL PUESTO:</b>	GERENTE
<b>SUPERVISA A:</b>	TODO EL PERSONAL
<b>NATURALEZA DE TRABAJO</b>	
Dirigir, planificar y controlar las actividades que se realizan en el Centro Turístico Comunitario	
<b>FUNCIONES TÍPICAS</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Dirigir la política administrativa y económica financiera de la Centro.</li> <li>✓ Diseñar e implementar procedimientos de producción, finanzas y de mercado.</li> <li>✓ Controlar y designar personal cumpliendo con los requisitos que la Planta requiere.</li> <li>✓ Realizar evaluaciones periódicas acerca del cumplimiento de las funciones de los diferentes departamentos.</li> <li>✓ Planear y desarrollar metas a corto y largo plazo junto con objetivos anuales y sus proyecciones.</li> <li>✓ Coordinar con las oficinas administrativas para asegurar que los registros y sus análisis se están ejecutando correctamente.</li> </ul>	
<b>CARACTERÍSTICAS DE CLASE</b>	
El puesto requiere de formación en administración de empresas, con criterio formado, alta iniciativa y capacidad para supervisar, coordinar y controlar las actividades del personal bajo su mando, así como del Centro Turístico en general.	
<b>REQUISITOS MÍNIMOS</b>	
<b>EDUCACIÓN</b>	: Ingeniero Comercial
<b>EXPERIENCIA</b>	: 2 años en cargos similares

<b>CODIGO</b>	02
<b>NIVEL</b>	EJECUTIVO
<b>DEPENDENCIA</b>	GERENCIA
<b>TITULO DEL PUESTO</b>	SECRETARIA - RECEPCINISTA
<b>SEPERVISA</b>	TODO EL PERSONAL
<b>NATURALEZA DEL TRABAJO.</b>	
Realizar labores de atención a los turistas, así como brindar asistencia directa a la Administración del Centro.	
<b>FUNCIONES TÍPICAS</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Excelente redacción y ortografía.</li> <li>✓ Facilidad de expresión verbal y escrita.</li> <li>✓ Persona proactiva, y organizada</li> <li>✓ Facilidad para interactuar en grupos.</li> <li>✓ Mantener al día los archivos del Centro.</li> <li>✓ Propender por una comunicación óptima y oportuna del Centro con los turistas.</li> <li>✓ Buenas relaciones interpersonales.</li> <li>✓ Administrar las comunicaciones telefónicas entrantes y salientes.</li> </ul>	
<b>CARACTERÍSTICAS DE CLASE</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Buenas relaciones personales</li> <li>✓ Administración del tiempo</li> <li>✓ Organización del tiempo</li> <li>✓ Iniciativa y discreción</li> </ul>	
<b>REQUISITOS MÍNIMOS</b>	
<b>EDUCACIÓN</b>	: Bachiller
<b>EXPERIENCIA</b>	: 1 año en funciones a fines.

CODIGO	03
NIVEL	EJECUTIVO
DEPENDENCIA	GERENCIA
TITULO DEL PUESTO	CONTADOR CPA
SUPERVISA A:	
<b>NATURALEZA DEL TRABAJO.</b>	
<p>Validar los registros contables que se generen en forma automática, así como efectuar los registros contables directos que se produzcan en el Proceso Administrativo Financiero, realizar oportunamente los cierres mensuales y anuales, preparar los estados financieros básicos e informar sobre el comportamiento de los recursos y obligaciones del Centro.</p>	
<b>FUNCIONES TÍPICAS</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Apertura de los libros de contabilidad.</li> <li>✓ Establecer el sistema de contabilidad.</li> <li>✓ Estudiar los estados financieros y sus análisis.</li> <li>✓ Certificar de planillas para pago de impuestos.</li> <li>✓ Aplicar de beneficios y reportes de dividendos.</li> <li>✓ Elaborar de reportes financieros para la toma de decisiones.</li> <li>✓ Llevar mensualmente los libros generales de Compras y Ventas</li> </ul>	
<b>CARACTERÍSTICAS DE CLASE</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Tener experiencia</li> <li>✓ Ser transparente.</li> <li>✓ Ser independiente.</li> <li>✓ Tener credibilidad.</li> </ul>	
<b>REQUISITOS MÍNIMOS</b>	
<b>EDUCACIÓN</b>	: Contador CPA
<b>EXPERIENCIA</b>	: 2 años en funciones a fines

<b>CODIGO</b>	04
<b>NIVEL</b>	EJECUTIVO
<b>DEPENDENCIA</b>	GERENCI
<b>TITULO DEL PUESTO</b>	GUIAS TURISTICOS
<b>SUPERVISA A:</b>	
<b>NATURALEZA DEL TRABAJO.</b>	
Guiar, dar a conocer las actividades turísticas que se realizan en el Centro.	
<b>FUNCIONES TÍPICAS</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Dar a conocer el Centro Turístico Comunitario.</li> <li>✓ Acompañar a los turistas de compras</li> <li>✓ Tomar decisiones en situaciones especiales que afectan al turista</li> <li>✓ Coordinar los servicios que se realizaran mediante el recorrido</li> <li>✓ Habilidad para comunicar, orientar en informar.</li> <li>✓ Habilidad para la conducción de grupos.</li> </ul>	
<b>CARACTERÍSTICAS DE CLASE</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Habilidad de comunicación.</li> <li>✓ Habilidad para promover actividades de animación.</li> <li>✓ Habilidad para supervisar.</li> <li>✓ Habilidad para elaborar informes</li> </ul>	
<b>REQUISITOS MÍNIMOS</b>	
<b>EDUCACIÓN</b> : Bachiller	
<b>EXPERIENCIA</b> : 1 año en funciones a fines	

<b>CODIGO</b>	05
<b>DEPENDENCIA</b>	GERENCIA
<b>NIVEL</b>	EJECUTIVO
<b>TITULO DEL PUESTO</b>	CHEF
<b>DEPENDE DE</b>	GERENTE
<b>NATURALEZA DEL TRABAJO.</b>	
Realizar las actividades de preparación de alimentos en el Centro	
<b>FUNCIONES TÍPICAS</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Organizar general de la cocina</li> <li>✓ Elaborar y componer los menús</li> <li>✓ Hacer los pedidos de materia prima</li> <li>✓ Ser responsables por la utilidad de la cocina</li> <li>✓ Capacitar a su personal</li> <li>✓ Supervisar la cocina a la hora del servicio</li> </ul>	
<b>CARACTERÍSTICAS DE CLASE</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Conocimientos</li> <li>✓ Gusto</li> <li>✓ Destrezas</li> <li>✓ Dedicación</li> </ul>	
<b>REQUISITOS MÍNIMOS</b>	
<b>EDUCACIÓN</b>	: INENIERO NUTRICIONISTA
<b>EXPERIENCIA</b>	: 6 meses en funciones a fines

<b>NIVEL</b>	EJECUTIVO
<b>DEPENDENCIA</b>	GERENCIA
<b>CÓDIGO</b>	06
<b>TÍTULO DEL PUESTO</b>	ASESOR JURÍDICO
<b>DEPENDE DE</b>	GERENTE
<b>NATURALEZA DEL TRABAJO.</b>	
Realizar los trámites jurídicos para la instalación del Centro.	
<b>FUNCIONES TÍPICAS</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Planificar, dirección, asesoramiento y ejecución de actividades de carácter jurídico.</li> <li>✓ Prestar asesoramiento especializado en asuntos de su competencia.</li> <li>✓ Formular y recomendar alternativas de política de carácter jurídico.</li> <li>✓ Proporcionar asesoramiento especializado, sobre aspectos de su competencia</li> <li>✓ Estudiar e informar sobre expedientes de carácter técnico legal</li> <li>✓ Emite informes jurídicos sobre las distintas áreas de la empresa.</li> <li>✓ Negocia y redacta contratos.</li> </ul>	
<b>CARACTERÍSTICAS DE CLASE</b>	
Recopilar, sistematizar y uniformizar la legislación jurídica administrativa de relevancia para la planta.	
<b>REQUISITOS MÍNIMOS</b>	
<b>EDUCACIÓN</b>	: Título de Abogado.
<b>EXPERIENCIA</b>	: 2 años en funciones similares
	Capacitación especializada en el Área y experiencia en actividades técnicas legales.

<b>NIVEL</b>	EJECUTIVO
<b>DEPENDENCIA</b>	GERENCIA
<b>CÓDIGO</b>	07
<b>TITULO DEL PUESTO</b>	ASISTENTE DE CHEF
<b>DEPENDE DE</b>	GERENTE
<b>NATURALEZA DEL TRABAJO.</b>	
Ayudar en actividades de preparación de alimentos en el Centro	
<b>FUNCIONES TÍPICAS</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Organizar la cocina</li> <li>✓ Ayudar elaborar y componer los menús</li> <li>✓ Hacer los pedidos de materia prima</li> <li>✓ Ser responsables con la utilidad de la cocina</li> <li>✓ Capacitar a su personal</li> <li>✓ Supervisar la cocina a la hora del servicio</li> </ul>	
<b>CARACTERÍSTICAS DE CLASE</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Conocimientos</li> <li>✓ Gusto</li> <li>✓ Destrezas</li> <li>✓ Imaginación</li> </ul>	
<b>REQUISITOS MÍNIMOS</b>	
<b>EDUCACIÓN</b>	: Bachiller
<b>EXPERIENCIA</b>	: 5 meses en funciones a fines

<b>NIVEL</b>	EJECUTIVO
<b>DEPENDENCIA</b>	GERENCIA
<b>CÓDIGO</b>	08
<b>TITULO DEL PUESTO</b>	GUARDIA
<b>DEPENDE DE</b>	GERENTE
<b>NATURALEZA DEL TRABAJO.</b>	
Guiar a los turistas a conocer el Centro Turístico	
<b>FUNCIONES TÍPICAS</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Ser puntual y prestar su servicio con prolijidad</li> <li>✓ Cumplir con las órdenes impartidas por sus superiores jerárquicos</li> <li>✓ Garantizar confidencialidad en todas sus tareas y obligaciones</li> <li>✓ Mantener el orden dentro de las instalaciones</li> <li>✓ Tener una conducta intachable dentro y fuera de su trabajo</li> <li>✓ Cuidar las instalaciones y bienes del lugar de trabajo</li> <li>✓ Tener su informe vestimenta impecable</li> </ul>	
<b>CARACTERÍSTICAS DE CLASE</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Conocimientos</li> <li>✓ Destrezas</li> <li>✓ Dedicación</li> <li>✓ Responsabilidad</li> <li>✓ Puntualidad</li> </ul>	
<b>REQUISITOS MÍNIMOS</b>	
<b>EDUCACIÓN</b>	: Bachiller
<b>EXPERIENCIA</b>	: 6 meses en funciones a fines

<b>NIVEL</b>	EJECUTIVO
<b>DEPENDENCIA</b>	GERENCIA
<b>CÓDIGO</b>	09
<b>TITULO DEL PUESTO</b>	Personal de Mantenimiento
<b>DEPENDE DE</b>	GERENTE
<b>NATURALEZA DEL TRABAJO</b>	
Dar mantenimiento a los equipos del centro	
<b>FUNCIONES TÍPICAS</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Tener conocimiento de electricidad</li> <li>✓ Comunicación fluida y siendo asertivo manejando excelentes medios de comunicación.</li> <li>✓ · Capacidad de trabajar en grupo.</li> <li>✓ · Autonomía en la toma de decisiones.</li> <li>✓ · Manejar situaciones, problemas en su puesto de trabajo.</li> <li>✓ · Compromiso y Liderazgo.</li> <li>✓ · Usar el correcto tono de voz al dirigirse a los huéspedes y su personal de trabajo.</li> <li>✓ · Tratar en forma cortés al público en general</li> </ul>	
<b>CARACTERÍSTICAS DE CLASE</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Conocimientos</li> <li>✓ Destrezas</li> <li>✓ Dedicación</li> <li>✓ Responsabilidad</li> <li>✓ Puntualidad</li> </ul>	
<b>REQUISITOS MÍNIMOS</b>	
<b>EDUCACIÓN</b>	: Bachiller
<b>EXPERIENCIA</b>	: 12 meses en funciones a fines

## **ESTUDIO FINANCIERO**

### **Inversiones y Financiamiento**

De acuerdo a los diversos requerimientos que exige la tesis, se procede a realizar el monto total de la inversión en sus diferentes rubros; considerando las cotizaciones más convenientes, así como las mejores alternativas de financiamiento.

### **Inversiones**

Cuantifica los activos que requiere la tesis para el centro comunitario del monto de capital de operación requerido para el funcionamiento de la Centro para su implementación.

Las inversiones que tendrá la tesis será:

- Activos Fijos
- Activos Intangibles o Diferidos y,
- Capital de Trabajo

### **ACTIVOS FIJOS.**

Son las inversiones que se realizan en bienes tangibles y que son de propiedad del Centro, se aplican en el servicio, como en administración, para efectos contables, los activos fijos están sujetos a depreciaciones, los cuales se los hace de acuerdo a una tabla establecida por la contraloría. Los activos fijos que se van a utilizar son:

### **Terreno**

El área del terreno que está establecido para el centro turístico comunitario es de 10.000 metros.

**Cuadro 38**

<b>Terreno</b>					
Ord.	Descripción	Und. Med.	Tamaño	V. Unitario	Total
1	Terreno	m2	10.000,00	8,00	80.000,00

Elaboración: Katy Portero

### Edificio

La construcción del centro turístico comunitario debe ser amplia para recibir a los turistas que visiten el lugar.

**Cuadro 39**

<b>Edificio</b>					
Ord.	Descripción	Und. Med.	Tamaño	V. Unitario	Total
1	Recepción, Administración	m <sup>2</sup>	10,00	210,00	2.100,00
2	Guardianía	m <sup>2</sup>	17,88	180,00	3.218,40
3	Cocina	m <sup>2</sup>	25,00	210,00	5.250,00
4	Comedor	m <sup>2</sup>	30,00	210,00	6.300,00
5	Salón de uso múltiple	m <sup>2</sup>	45,00	210,00	9.450,00
7	Bodegas	m <sup>2</sup>	21,00	170,00	3.570,00
8	Cabañas	m <sup>2</sup>	320,00	225,00	72.000,00
10	Parques y canchas	m <sup>2</sup>	200,00	8,10	1.620,00
11	Estacionamientos	m <sup>2</sup>	100,00	10,00	1.000,00
12	Varios			10.000,00	10.000,00
<b>TOTAL</b>			<b>768,88</b>		<b>114.508,40</b>

Elaboración: Katy Portero

**MAQUINARIA Y EQUIPO DE PRODUCCIÓN:** Son elementos tecnológicos a utilizarse en las actividades propias de producción.

Cuadro 40

MAQUINARIA Y EQUIPO DE PRODUCCIÓN					
Ord.	Descripción	Und. Med.	Cant.	V. Unitario	Total
1	Lavadora 16kg	Und.	1	580,0	580,00
1	Refrigeradora Innova 1800CNF	Und.	1	890,0	890,00
1	Congelador SMC	Und.	1	980,0	980,00
1	Cafetera	Und.	1	45,0	45,00
1	Licuada Industrial	Und.	1	115,0	115,00
1	Cocina Industrial, cuatro quemadores	Und.	1	140,00	140,00
1	Menaje de casa	Und.	1	2740,00	2740,00
1	Televisor Led	Und.	2	615,00	1230,00
<b>TOTAL</b>					<b>6720,00</b>

**Fuente:** Almacenes Créditos SS y Electro Oferta, Tena

**Elaboración:** Katy Portero

**EQUIPO DE OFICINA:** Son los diversos instrumentos a utilizarse en el área administrativa del Centro

Cuadro 41

EQUIPO DE OFICINA					
Ord.	Descripción	Und. Med.	Cant.	V. Unitario	Total
1	Teléfono Panasonic Inalámbrico	Und.	1	36,00	36,00
<b>TOTAL</b>					<b>36,00</b>

**Fuente:** Almacén Créditos SS Hidrogas Tena

**Elaboración:** Katy Portero

Cuadro 42

EQUIPO DE COMPUTO					
Ord.	Descripción	Und. Med.	Cant.	V. Unitario	Total
1	Computador	Und.	2	530,00	1.060,00
2	Impresora tinta continua multifunciones	Und.	1	150,00	150,00
<b>TOTAL</b>					<b>1210,00</b>

**Elaboración:** Katy Portero

**Fuente:** Importadora Cevallos y Virtual PC. Ambato

**MUEBLES Y ENSERES:** Se relaciona con muebles asignados a las diferentes dependencias con que cuenta del Centro.

**Cuadro 43**

Fuente: Almacén el Regalón y Créditos SS Tena

<b>MUEBLES Y ENSERES</b>					
<b>Ord.</b>	<b>Descripción</b>	<b>Und. Med.</b>	<b>Cant.</b>	<b>V. Unitario</b>	<b>Total</b>
1	Escritorio	Und.	1	120,00	120,00
2	Sillas giratorias	Und.	1	92,00	92,00
3	Archivador de 4 gavetas	Und.	1	130,00	130,00
4	Juego de sala	Und.	2	550,00	1100,00
5	Mesa plásticas	Und.	5	26,00	130,00
6	Sillas Plasticas	Und.	20	9,00	180,00
7	Anaquele comedor	Und.	1	220,00	220,00
8	Camas 1 plaza	Und.	35	50,00	1750,00
9	Camas 2pl	Und.	30	180,00	5400,00
10	Mesa de comedor	Und.	6	120,00	720,00
11	Sillas	Und.	46	22,00	1012,00
<b>TOTAL</b>					<b>10.854,00</b>

Elaboración: Katy Portero

## INVERSIÓN DE ACTIVOS FIJOS

**Cuadro 44**

<b>Activos fijos</b>	
Terreno	80.000,00
Edificio	114.508,40
Maquinaria y equipo	6.720,00
Equipo de computo	1.210,00
Equipo de oficina	36,00
Muebles y enseres	10.854,00
Imprevistos 5%	10.666,42
<b>Total</b>	<b>223.994,82</b>

Fuente: Cuadro 36, 37, 38, 39, 40, 41

Elaboración: Katy Portero

## ACTIVOS INTANGIBLES O DIFERIDOS

Para la implementación del centro, es necesario considerar los activos intangibles llamados también activos diferidos los cuales se describen a continuación:

**Cuadro 45**

<b>ACTIVO DIFERIDO</b>				
<b>Ord.</b>	<b>Descripción</b>	<b>Cant.</b>	<b>V. Unitario</b>	<b>Total</b>
1	Permiso de Uso de Suelo	1	25,00	25,00
2	Patente Comercial	1	98,00	98,00
3	Permiso de Funcionamiento	1	101,50	101,50
4	Permiso de Intendencia	1	60,00	60,00
5	Notaria y Registradora	1	600,00	600,00
6	Permiso ambiental CPM	1	135,00	135,00
7	Permiso Dirección de Salud	1	72,00	72,00
8	Honorarios Abogado	1	1.500,00	1.500,00
9	Imprevistos 5%	1	129,58	129,58
<b>TOTAL</b>				<b>2.721,08</b>

**Fuente:** Municipio de Tena, Dirección de salud, ARCSA

**Elaboración:** Katy Portero

## Menaje de Habitación

Se dotara de lencería para las habitaciones para que hagan uso los turistas.

**Cuadro 46**

<b>Lencería</b>						
<b>Ord.</b>	<b>Descripción</b>	<b>Und. Med.</b>	<b>Cant.</b>	<b>V. Unitario</b>	<b>Mensual</b>	<b>Total</b>
1	Cubrecamas	Und.	50	25,00		1.250,00
2	Sabanas	Juego	50	17,00		850,00
4	Almohadas	Und.	50	3,10		155,00
5	Colchones	Und.	50	47,00		2.350,00
6	Toallas	Und.	50	2,50		125,00
						<b>4.730,00</b>

**Fuente:** Almacén el Ferretero

**Elaboración:** Katy Portero

### Materiales directos (Alimentación)

Son los que se utilizan en la producción de un producto, en este caso sería en la alimentación a los turista.

**Cuadro 47**

<b>COSTO DE ALIMENTACIÓN</b>							
Ord.	Descripción	Und. Med.	Cant.	V. Unitario	Cantidad	Mensual	Total
1	Desayuno	Anual	365	3,00	35,00	3193,75	38.325,00
2	Almuerzo	Anual	365	3,50	35,00	3726,04	44.712,50
3	Merienda	Anual	365	3,00	35,00	3193,75	38.325,00
				9,50		<b>10.113,54</b>	<b>121.362,50</b>

Elaboración: Katy Portero

### Publicidad

Los gastos de publicidad para poner en marcha el centro.

**Cuadro 48**

<b>PUBLICIDAD Y PROPAGANDA</b>						
Ord.	Descripción	Und. Med.	Cant.	V. Unitario	Mensual	Total
1	Radio	6 meses	150	2,00	50	300,00
2	Hojas volantes	6 meses	5000	0,10	83	500,00
<b>TOTAL</b>					<b>133,33</b>	<b>800,00</b>

Fuente: Radio Arcoíris

Elaboración: Katy Portero

### MANO DE OBRA DIRECTA.

El valor requerido para cubrir el pago de mano de obra directa total durante un año.

**Cuadro 49**

<b>MANO DE OBRA DIRECTA</b>							
CANT	CARGO	SUELDO	XIII S.	XIV S.	VACACIONES	TOTAL MENSUAL	TOTAL ANUAL
2	Recepcionista	450,00	37,50	30,50	18,75	1.380,50	16.566,00
2	Guías turísticos	377,00	31,42	30,50	15,71	705,50	8.466,00
1	Chef	400,00	33,33	30,50	16,67	442,25	10.614,00
1	Asistente del Chef	366,00	30,50	30,50	15,25	480,50	11.532,00
<b>Total</b>						<b>3.008,75</b>	<b>47.178,00</b>

Elaborado: Katy Portero

## MANO DE OBRA INDIRECTA.

El valor requerido para cubrir el pago de mano de obra indirecta total durante un año.

**Cuadro 50**

MANO DE OBRA INDIRECTA							
CANT	CARGO	SUELDO	XIII S.	XIV S.	VACACIONES	TOTAL MENSUAL	TOTAL ANUAL
1	Gerente	1.200,00	100,00	30,50	50,00	536,75	12.882,00
1	Contador	600,00	50,00	30,50	25,00	454,63	10.911,00
2	Personal Mantenimiento	366,00	30,50	30,50	15,25	480,50	5.766,00
2	Personal de Seguridad	400,00	33,33	30,50	16,67	442,25	5.307,00
<b>Total</b>						<b>1.914,13</b>	<b>34.866,00</b>

Fuente: Investigación

Elaborado: Katy Portero

## SERVICIOS BASICOS

Es el consumo que se realizara en la ejecución del Centro.

**Cuadro 51**

SERVICIOS BÁSICOS					
Ord.	Descripción	Und. Med.	Cant. M.	V. mensual	Total
1	Agua	m <sup>3</sup>	12	15,00	180,00
2	Energía eléctrica	Kw	12	30,00	360,00
3	Internet	Megabits	12	22,00	264,00
4	Teléfono	minuto	12	45,00	540,00
<b>TOTAL</b>				<b>112,00</b>	<b>1.344,00</b>

Fuente: Investigación

Elaborado: Katy Portero

## SUMINISTROS Y MATERIALES DE OFICINA

Materiales que se requieren en la operación del Centro.

**Cuadro 52**

Suministros y materiales de oficina						
Ord.	Descripción	Und. Med.	Cant.	V. Unitario	Mensual	Total
1	Tinta para impresora	Anual	1	25,00	25,00	300,00
2	Resma de papel bond	Anual	1	3,00	3,00	36,00
3	Carpetas archivadores	Anual	6	2,50	15,00	180,00
4	Cuadernos universitarios	Anual	1	1,20	1,20	14,40
					<b>44,20</b>	<b>530,40</b>

**Fuente:** Comercial la Feria

**Elaborado:** Katy Portero

## SUMINISTRO DE LIMPIEZA

Se utilizara en el área de producción.

**Cuadro 53**

Suministros de limpieza						
Ord.	Descripción	Und. Med.	Cant.	V. Unitario	Mensual	Total
1	Cloro	Litro	5	0,53	2,65	31,80
2	Desinfectante	Litro	2	1,90	3,80	45,60
3	Trapeadores	Und.	2	3,00	6,00	72,00
4	Escobas	Und.	2	2,00	4,00	48,00
5	Papel higiénico (paq)	Und.	3	5,20	15,60	187,20
6	Jabón liquido	Litro	2	1,50	3,00	36,00
7	Tips	Und.	3	2,20	6,60	79,20
8	Jabón platos	Und.	4	2,20	8,80	105,60
9	Guantes	Und.	1	1,30	1,30	15,60
10	Esponja de platos	Und.	1	0,70	0,70	8,40
11	Limpia vidrios	Und.	1	3,80	3,80	45,60
12	Fundas de basura (colores)	Und.	3	0,25	0,75	9,00
					<b>57,00</b>	<b>684,00</b>

**Fuente:** Comercial la Feria

**Elaborado:** Katy Portero

## **ACTIVO CORRIENTE O CAPITAL DE TRABAJO**

Es la inversión que se hace en la ejecución de una empresa durante un periodo de tiempo establecido. Se establece el capital de operación para 1 mes. Aquí los gastos que representará el capital de trabajo:

**Cuadro 54**

<b>C) Capital de trabajo (Primer mes)</b>	
<b>Mano de obra directa</b>	<b>2.089,89</b>
<b>Mano de obra indirecta</b>	<b>3.291,87</b>
<b>Suministros de oficina</b>	<b>44,20</b>
<b>Suministros de limpieza</b>	<b>57,00</b>
<b>Servicios básicos</b>	<b>112,00</b>
<b>Publicidad</b>	<b>133,33</b>
<b>Uniformes</b>	<b>0,00</b>
<b>Menaje de Habitación</b>	<b>394,17</b>
<b>Alimentación</b>	<b>10.113,54</b>
<b>Imprevistos 5%</b>	<b>811,80</b>
<b>Total</b>	<b>17.047,79</b>

Elaboración: Portero Katy

## **RESUMEN TOTAL DE INVERSIONES**

La inversión requerida que se necesita para la ejecución del proyecto esta ayudara a crear puestos de trabajo.

Cuadro 55

<b>A) INVERSIONES</b>		
<b>Propiedad planta y equipo</b>		
<b>Activos fijos</b>		<b>Porcent aje</b>
Terreno	80.000,00	
Edificio	114.508,40	
Maquinaria y equipo	6.722,00	92%
Equipo de computo	1.210,00	
Equipo de oficina	46,00	
Muebles y enseres	11.554,00	
Imprevistos 5%	10.702,02	
<b>Subtotal</b>	<b>224.742,42</b>	
<b>B) Activos diferidos</b>		
Permiso de Uso de Suelo	25,00	
Patente municipal	98,00	
Permiso de Funcionamiento Cuerpo de Bomberos	101,50	
Permiso de Intendencia	60,00	
Notaria y Registraduría	600,00	
Permiso ambiental CPM	135,00	1%
Permiso Dirección de Salud	72,00	
Honorarios Abogado	1.500,00	
Imprevistos 5%	129,58	
<b>Subtotal</b>	<b>2.721,08</b>	
<b>C) Capital de trabajo (Primer mes)</b>		
Mano de obra directa	1.914,13	
Mano de obra indirecta	3.008,75	
Suministros de oficina	44,20	
Suministros de limpieza	57,00	
Servicios básicos	112,00	
Publicidad	133,33	
Lencería	394,17	7%
Alimentación	10.113,54	
Imprevistos 5%	811,80	
<b>Subtotal</b>	<b>15.601,17</b>	
<b>Total</b>	<b>242.317,06</b>	<b>100%</b>

Fuente: Cuadros de Inversiones

Elaboración: Katy Porter0

## FINANCIAMIENTO

Para financiar el monto de la inversión se hará uso de las fuentes internas y externas de financiamiento bajo los siguientes aspectos:

**Cuadro 56**

DENOMINACIÓN	MONTO	PORCENTAJE	DETALLE
CAPITAL PROPIO	121.640,93	50%	Será financiado con los ingresos del propietario
CAPITAL AJENO	121.640,93	50%	Se financiara con el Banco de Fomento al 11.20% por 10 años
<b>TOTAL</b>	<b>243.281,87</b>	<b>100%</b>	

**Elaboración:** Katy Portero

## TABLA DE AMORTIZACIÓN

**Monto:** 121.640,93

**Periodo:** 10

**INTERÉS:** 11.20%

**Cuotas Anuales:** 20.828,33

## TABLA DE AMORTIZACIONES

**Cuadro 57**

PERIODO	CANTIDAD	CAPITAL	INTERÉS	ACUMULADO	PENDIENTE
1	20.828,33	7.204,55	13.623,78	20.828,33	114.436,39
2	20.828,33	8.011,45	12.816,88	28.839,78	106.424,93
3	20.828,33	8.908,74	11.919,59	37.748,52	97.516,20
4	20.828,33	9.906,52	10.921,81	47.655,04	87.609,68
5	20.828,33	11.016,05	9.812,28	58.671,08	76.593,64
6	20.828,33	12.249,84	8.578,49	70.920,93	64.343,79
7	20.828,33	13.621,83	7.206,50	84.542,75	50.721,97
8	20.828,33	15.147,47	5.680,86	99.690,22	35.574,50
9	20.828,33	16.843,99	3.984,34	116.534,21	18.730,51
10	20.828,33	18.730,51	2.097,82	135.264,72	0,00

**Fuente:** Banco Nacional de Fomento

**Elaboración:** Katy Portero

## DEPRECIACIONES

Para la depreciación de los diferentes activos del Centro se aplica los coeficientes que ha establecido el Sistema de Rentas Internas, son los siguientes:

- Inmuebles 5% anual, 20 años
- Maquinaria, equipos y muebles herramientas 10% anual, 10 años
- Equipo de cómputo 33% anual, 3 años
- Vehículo 20% anual, 5 año

### Depreciación para el primer año

Son los valores anuales a depreciar

**Cuadro 58**

Denominación	Valor activo	Porcentaje residual	Valor residual	Valor a depreciar	Vida útil	Depreciación
Edificios	114.508,40	5,00%	5.725,42	108.782,98	20,00	5.439,15
Muebles y enseres	10.854,00	10,00%	1.085,40	9.768,60	10,00	976,86
Maquinaria y equipo	6.720,00	10,00%	672,00	6.048,00	10,00	604,80
Equipos de oficina	36,00	10,00%	3,60	32,40	10,00	3,24
Equipos de computo	1.210,00	33,30%	402,93	807,07	3,00	268,75
<b>Total Depreciaciones</b>	<b>133.328,40</b>		<b>7.889,35</b>	<b>125.439,05</b>		<b>7.292,80</b>

Elaboración: Katy Portero

### Depreciación del Equipo de Computo

El equipo de cómputo tiene una vida útil de 3 años que es menor al tiempo de vida útil del proyecto, se estima que debe reinvertirse en el mismo a partir del cuarto año de operación

**Cuadro 59**

<b>PERIODO</b>	<b>VALOR ACTUAL</b>	<b>DEPREC. ANUAL</b>	<b>DEPREC. ACUMULADA</b>	<b>VALOR EN LIBROS</b>
<b>COSTO</b>	<b>1.331,00</b>	V. RESIDUAL	443,22	1.331,00
1		295,63	295,63	1.035,37
2		295,63	295,63	<b>739,74</b>
3				

Fuente: Katy Portero

### **ESTRUCTURA DE COSTOS**

Los costos son todas los desembolsos realizados durante un año o ejercicio económico, estos costos constituyen uno de los aspectos importantes para la determinación de la rentabilidad del proyecto y los elementos indispensables para el correspondiente análisis o evaluación del mismo, proyectando la situación contable.

Cuadro 60

COSTOS Y GASTOS DE PRODUCCIÓN					
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>INCREMENTO ANUAL</b>		6,67%	6,30%	5,90%	5,60%
<b>COSTOS DE PRODUCCIÓN</b>					
<b>Costo Primo</b>					
Materiales Prima Directa	121.362,50	129.457,38	137.613,19	145.732,37	153.893,38
Mano de Obra Directa	34.866,00	37.191,56	39.534,63	41.867,17	44.211,74
<b>Costos de producción</b>					
Materiales Indirectos	10.113,54	10.788,11	11.467,77	12.144,36	12.824,45
<b>Total costos de Producción</b>	<b>166.342,04</b>	<b>177.437,06</b>	<b>188.615,59</b>	<b>199.743,91</b>	<b>210.929,57</b>
<b>GASTOS DE OPERACIÓN</b>					
<b>Gastos Administrativos</b>					
Depreciación Edificios	5.439,15	5.439,15	5.439,15	5.439,15	5.439,15
Depreciación de muebles y enseres	976,86	976,86	976,86	976,86	976,86
Depreciación equipo de computo	268,75	268,75	268,75	295,63	295,63
Amortización Activo Diferido	544,22	544,22	544,22	544,22	544,22
Servicios Básicos	1.344,00	1.433,64	1.523,96	1.613,88	1.704,26
Suministros de limpieza	684,00	729,62	775,59	821,35	867,34
Suministro de oficina	530,40	565,78	601,42	636,91	672,57
Mantenimiento	1.200,00	1.233,60	1.268,14	1.303,65	1.340,15
Sueldo de Administración	47.178,00	50.324,77	53.495,23	56.651,45	59.823,93
Depreciación equipo de oficina	3,24	3,24	3,24	3,24	3,24
Gasto publicidad	800,00	853,36	907,12	960,64	1.014,44
<b>Total gastos Administrativos</b>	<b>58.968,62</b>	<b>62.373,00</b>	<b>59.844,74</b>	<b>69.246,97</b>	<b>72.681,79</b>
<b>Gastos financieros</b>					
Interés del préstamo	13.623,78	14.532,49	15.448,04	16.359,47	17.275,60
<b>Total gastos financieros</b>	<b>13.623,78</b>	<b>14.532,49</b>	<b>15.448,04</b>	<b>16.359,47</b>	<b>17.275,60</b>
<b>TOTAL GASTOS</b>	<b>72.592,40</b>	<b>76.905,49</b>	<b>75.292,78</b>	<b>85.606,44</b>	<b>89.957,39</b>
<b>TOTAL COSTOS Y GASTOS</b>	<b>238.934,44</b>	<b>254.342,54</b>	<b>263.908,37</b>	<b>285.350,35</b>	<b>300.886,96</b>

Fuente: Cuadro 44, 45, 46, 47, 49, 50, 51, 52

Elaboración: Katy Portero

## INGRESOS TOTALES

Los ingresos son los servicios que presta el Centro como alimentación, hospedajes, piscina, canchas deportivas y áreas verdes. A continuación se presenta el cuadro de proyección de ingresos para la vida útil del proyecto.

**Cuadro 61**

<b>COSTOS</b>	<b>CAP. UTLIZADA</b>	<b>COST. UNITARIOS</b>	<b>MARG UTILIDAD 50%</b>	<b>PRECIO HOSPEDAJE</b>	<b>INGRESOS TOTALES</b>
238.934,44	15.330,00	15,59	7,79	23,38	358.401,67
254.342,54	16.425,00	15,49	7,74	23,23	381.513,81
263.908,37	17.520,00	15,06	7,53	22,59	395.862,56
285.350,35	18.615,00	15,33	7,66	22,99	428.025,53
300.886,96	19.710,00	15,27	7,63	22,90	451.330,44

**Fuente:** Cuadro 32

**Elaborado:** Katy Portero

**Costo Total de Producción.-** Para establecer la rentabilidad del proyecto y desarrollar el análisis financiero es necesario determinar el costo de producción y para su cálculo tenemos: Costo de fabricación, Gastos de Administración Gastos de Venta, Gasto Financiero y otros Gastos.

## ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS.

Nos permite ver cuál es la utilidad o pérdida que se ha obtenido durante un período económico y como se ha producido, sus resultados sirven para hacer un análisis, y conclusiones que permitan conocer cómo se desenvuelve la empresa y hacer previsiones para el futuro.

**Ingresos.-** Están conformados por el resultado de las ventas e ingresos.

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

Cuadro 62

<b>ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS PROYECTADO</b>					
	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
Ventas	358.401,67	381.513,81	395.862,56	428.025,53	451.330,44
(-) Costo de Producción	238.934,44	254.342,54	263.908,37	285.350,35	300.886,96
<b>(=) Utilidad Bruta</b>	<b>119.467,22</b>	<b>127.171,27</b>	<b>131.954,19</b>	<b>142.675,18</b>	<b>150.443,48</b>
(-) Gasto de Operación	47.978,00	51.178,13	54.402,35	57.612,09	60.838,37
Gastos administrativos	47.178,00	50.324,77	53.495,23	56.651,45	59.823,93
Gasto de Ventas	800,00	853,36	907,12	960,64	1.014,44
<b>(=) Utilidad operacional</b>	<b>71.489,22</b>	<b>75.993,14</b>	<b>77.551,83</b>	<b>85.063,08</b>	<b>89.605,11</b>
(-15%) Trabajadores	10.723,38	11.398,97	11.632,77	12.759,46	13.440,77
<b>(=) Utilidad desp. Part. Trab.</b>	<b>60.765,84</b>	<b>64.594,17</b>	<b>65.919,06</b>	<b>72.303,62</b>	<b>76.164,34</b>
(-22%) Impuesto	13.368,48	16.148,54	16.479,76	18.075,90	19.041,09
<b>(-)10% Reserva Legal</b>	<b>6.076,58</b>	<b>6.459,42</b>	<b>6.591,91</b>	<b>7.230,36</b>	<b>7.616,43</b>
<b>(=)Utilidad Neta</b>	<b>7.291,90</b>	<b>9.689,13</b>	<b>9.887,86</b>	<b>10.845,54</b>	<b>11.424,65</b>

Fuente: Cuadro 58

Elaboración: Katy Portero

## PUNTO DE EQUILIBRIO

Es el balance entre ingresos y egresos demostrando que no hay pérdidas ni ganancias.

Se establece que cuando los ingresos y egresos son iguales se produce el punto de equilibrio es decir que no existen utilidades ni pérdidas, es por ello que si vendemos menos que el punto de equilibrio obtendremos utilidades y si vendemos más del punto de equilibrio obtendremos utilidades.

## **CLASIFICACIÓN DE LOS COSTOS**

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

**COSTOS VARIABLES.-** Son aquellos que varían en forma directa con los cambios en el volumen de producción.

En el presente trabajo se calculará el punto de equilibrio utilizando el método matemático en función de la capacidad instalada y de las ventas, utilizando además la forma gráfica para su representación.

Cuadro 63

DESCRIPCIÓN	AÑO 1		AÑO 2		AÑO 3		AÑO 4		AÑO 5	
	C. FIJOS	C. VARIABLES								
Materiales directos		121.362,50		129.457,38		137.613,19		145.732,37		153.893,38
Materiales indirectos		10.113,54		10.788,11		11.467,77		12.144,36		12.824,45
Mano de obra directa		34.866,00		37.191,56		39.534,63		41.867,17		44.211,74
Depreciaciones	1.643,31		1.643,31		1.643,31		1.643,31		1.643,31	
Amortizaciones	11.157,73		11.901,95		12.651,78		13.398,23		14.148,53	
Mano de Obra indirecta	47.178,00		50.324,77		53.495,23		56.651,45		59.823,93	
Gastos Administración de la Empresa	47.178,00		50.324,77		53.495,23		56.651,45		59.823,93	
Activos diferidos	544,22		544,22		544,22		544,22		544,22	
Servicios Básicos	1.344,00		1.433,64		1.523,96		1.613,88		1.704,26	
Gastos de ventas	800,00		853,36		907,12		960,64		1.014,44	
<b>TOTAL</b>	<b>109.845,26</b>	<b>166.342,04</b>	<b>117.026,03</b>	<b>177.437,06</b>	<b>124.260,86</b>	<b>188.615,59</b>	<b>131.463,18</b>	<b>199.743,91</b>	<b>138.702,62</b>	<b>210.929,57</b>
<b>COSTO TOTAL</b>	<b>276.187,30</b>		<b>294.463,08</b>		<b>312.876,45</b>		<b>331.207,09</b>		<b>349.632,18</b>	

Fuente: Cuadro 58

Elaboración: Katy Portero

## MATEMÁTICAMENTE AÑO 1

Costo fijo	138702,615	<b>138702,62</b>
Costo Variable	210929,569	<b>210929,57</b>
Costo Total	138702,615	<b>349632,18</b>
Ventas Totales	0	<b>451330,44</b>

### a. PUNTO DE EQUILIBRIO EN FUNCIÓN DE LA CAPACIDAD INSTALADA

$$\text{PE} = \frac{\text{Costo Fijo Total}}{\text{Ventas Totales} - \text{Costo Variable Total}} \times 100$$

$$\text{PE} = \frac{138702,62}{451330,44 - 210929,57} \times 100$$

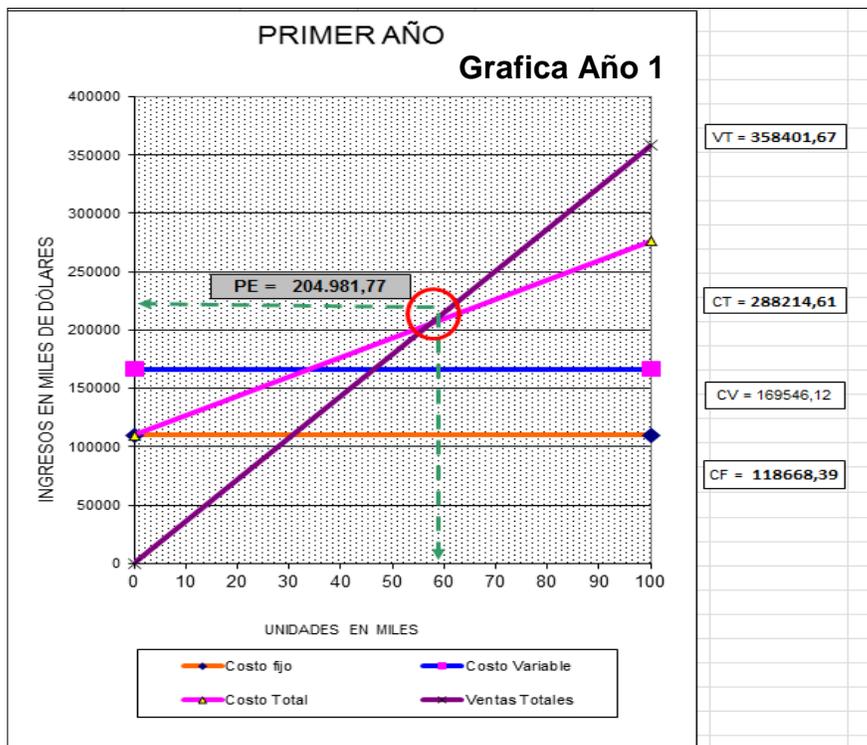
<b>PE = 57 %</b>
------------------

### b. EN FUNCIÓN DE LAS VENTAS

$$\text{PE} = \frac{\text{Costo Fijo Total}}{1 - \frac{\text{Costo Variable Total}}{\text{Ventas totales}}}$$

$$\text{PE} = \frac{138702,62}{1 - \frac{210929,57}{451330,44}}$$

<b>PE = \$ 204981.77</b>
--------------------------



Elaboración: Katy Portero

**Análisis:** El punto de equilibrio se produce cuando el Centro trabaja a una capacidad del 57% y tiene unas ventas 204.981,77 dólares.

**MATEMÁTICAMENTE AÑO 3**

Costo fijo	124260,858	<b>124260,86</b>
Costo Variable	188615,59	<b>188615,59</b>
Costo Total	124260,858	<b>312876,45</b>
Ventas Totales	0	<b>395862,56</b>

**a. PUNTO DE EQUILIBRIO EN FUNCION DE LA CAPACIDAD INSTALADA**

$$PE = \frac{\text{Costo Fijo Total}}{\text{Ventas Totales} - \text{Costo Variable Total}} \times 100$$

$$PE = \frac{124260,86}{395862,56 - 188615,59} \times 100$$

<b>PE = 60 %</b>
------------------

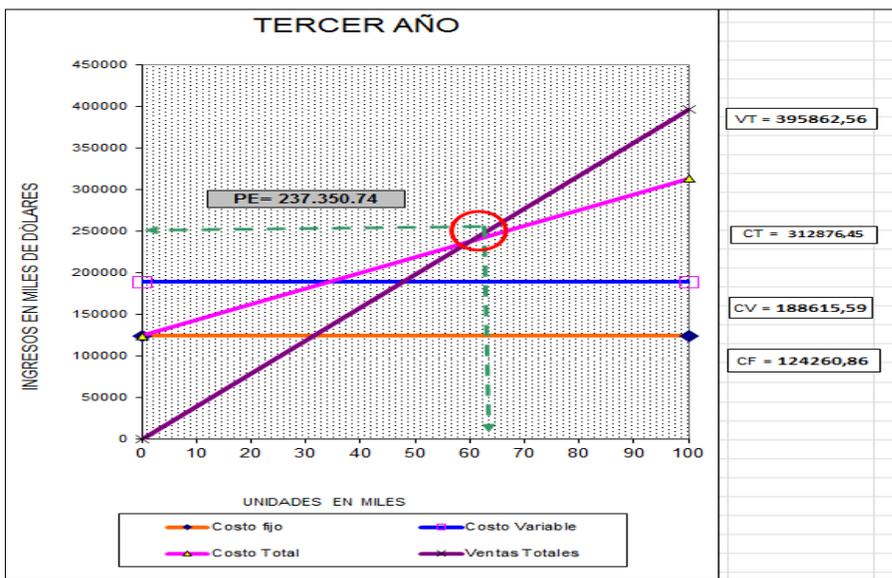
**b. EN FUNCIÓN DE LAS VENTAS**

$$PE = \frac{\text{Costo Fijo Total}}{1 - \frac{\text{Costo Variable Total}}{\text{Ventas totales}}}$$

$$PE = \frac{124260,86}{1 - \frac{188615,59}{395862,56}}$$

<b>PE = \$ 237.350,74</b>
---------------------------

**Grafica Año 3**



**Elaboración:** Katy Portero

**Análisis:** El punto de equilibrio se produce se produce cuando la empresa trabaja a una capacidad de 60% y tiene una venta de 237.350,74 dólares. En este punto debe aumentar sus ventas.

**MATEMÁTICAMENTE CINCO**

Costo fijo	138702,615	<b>138702,62</b>
Costo Variable	210929,569	<b>210929,57</b>
Costo Total	138702,615	<b>349632,18</b>
Ventas Totales	0	<b>451330,44</b>

**a. PUNTO DE EQUILIBRIO EN FUNCIÓN DE LA CAPACIDAD INSTALADA**

$$PE = \frac{\text{Costo Fijo Total}}{\text{Ventas Totales} - \text{Costo Variable Total}} \times 100$$

$$PE = \frac{138702,62}{451330,44 - 210929,57} \times 100$$

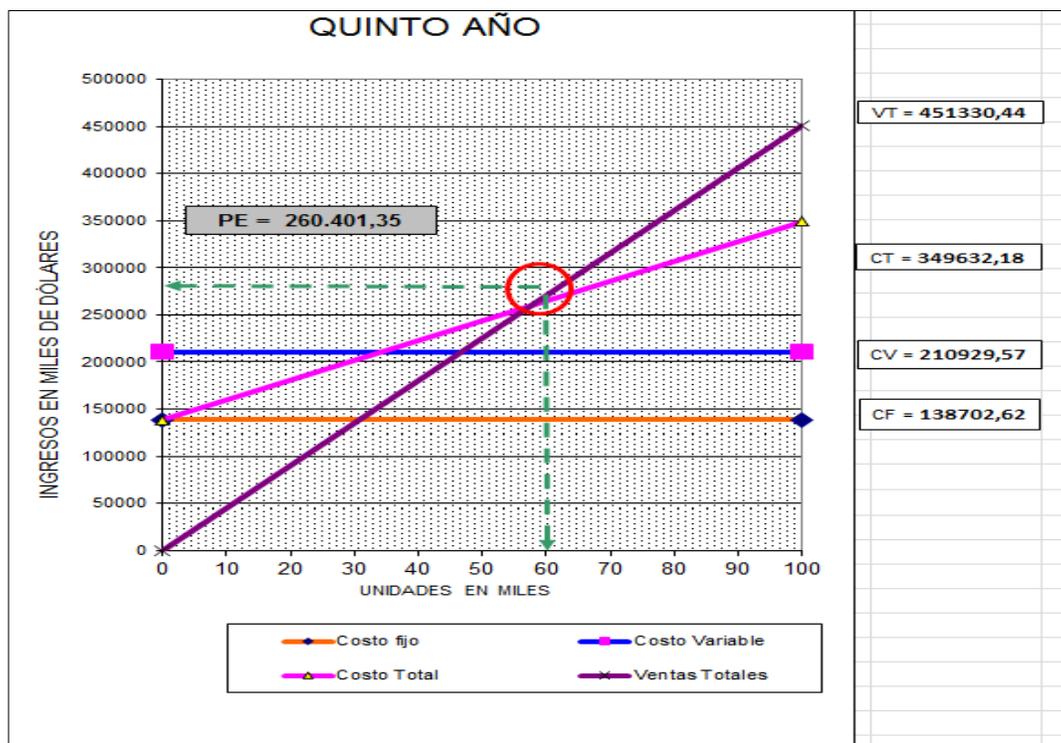
**PE = 60 %**

**b. EN FUNCIÓN DE LAS VENTAS**

$$\begin{array}{r}
 \text{Costo Fijo} \\
 \text{Total} \\
 \text{PE} = \frac{\text{Costo Fijo}}{\text{Costo Variable Total} - \text{Ventas Totales}} \\
 \text{PE} = \frac{138702,62}{210929,57 - 541330,44} \\
 \text{PE} = \frac{138702,62}{-330400,87}
 \end{array}$$

**PE = \$260.401,35**

**Grafica Año 5**



Elaboración: Katy Portero

**Análisis:** El punto de equilibrio se produce se produce cuando la empresa trabaja a una capacidad de 58% y tiene una venta de 260.401,35 dólares.

## FLUJO DE EFECTIVO

Para desarrollar algunos criterios de evolución, se hace necesario previamente el flujo de efectivo, en el que comparan los ingresos con los egresos.

**Cuadro 64**

FLUJO DE EFECTIVO					
RUBROS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>VENTAS</b>	358.401,67	381.513,81	395.862,56	428.025,53	451.330,44
Valor Residual			402,93		98.603,20
<b>TOTAL INGRESOS</b>	<b>358.401,67</b>	<b>381.513,81</b>	<b>396.265,49</b>	<b>428.025,53</b>	<b>549.933,64</b>
<b>Inversión Inicial</b>					
Presupuesto de Operación	238.934,44	254.342,54	263.908,37	285.350,35	300.886,96
15% Partic. Trabajadores	10.723,38	11.398,97	11.632,77	12.759,46	13.440,77
22% Impuesto Renta	13.368,48	16.148,54	16.479,76	18.075,90	19.041,09
Capital Pagado	2.721,08	2.721,08	2.721,08	2.721,08	2.721,08
Reinversión				1.331,00	
(-) Depreciación	-7.292,80	-7.292,80	-7.292,80	-7.292,80	-7.292,80
(-) Amortización Act. Diferido	-544,22	-544,22	-544,22	-544,22	-544,22
<b>TOTAL EGRESOS</b>	<b>257.910,37</b>	<b>276.774,11</b>	<b>286.904,97</b>	<b>312.400,78</b>	<b>328.252,87</b>
<b>FLUJO DE CAJA</b>	<b>100.491,30</b>	<b>104.739,70</b>	<b>109.360,52</b>	<b>115.624,75</b>	<b>221.680,77</b>

Fuente: Cuadro 59, 60

Elaboración: Katy Portero

## EVALUACIÓN FINANCIERA DEL PROYECTO

La evaluación financiera evalúa la utilidad de la inversión para saber si es factible o no la implementación del Centro.

### VALOR ACTUAL NETO.

El método del Valor Actual Neto (VAN), consiste en determinar el valor presente de los flujos de costos e ingresos generados a través de la vida útil del proyecto.

Para tomar una decisión de aceptación o rechazo de un proyecto se debe tener en cuenta:

**Cuadro 65**  
**VALOR ACTUAL NETO**

Años	Flujo Neto	FACTOR 11.20%	VAN
0	-243.281,87		
1	100.491,30	0,8993	90.369,87
2	104.739,70	0,8087	84.703,58
3	109.360,52	0,7273	79.532,79
4	115.624,75	0,6540	75.619,13
5	221.680,77	0,5881	130.377,93
Suma flujo neto			460.603,30
Inversión Inicial			-243.281,87
VAN		11,20%	217.321,43

Fuente: Cuadro 62,51

Elaboración: Katy Portero

$$VAN = II + \frac{FNC_1}{(1+r)^1} + \frac{FNC_2}{(1+r)^2} + \dots + \frac{FNC_n}{(1+r)^n}$$

$$VAN = -243.281,87 + \frac{100.491,30}{(1 + 0,1120)^1} + \frac{104.739,70}{((1 + 0,1120))^2} + \frac{109.360,52}{((1 + 0,1120))^3} + \frac{115.624,75}{(1 + 0,1120)^4} + \frac{221.680,77}{((1 + 0,1120))^5}$$

$$VAN = 217.321,43$$

De acuerdo al resultado podemos concluir que el VAN es positivo, por lo tanto se recomendable realizar la inversión.

### TASA INTERNA DE RETORNO

Para aplicar este cálculo se debe interpretar como la más alta tasa de interés que se podría pagar por un préstamo que financiara la inversión. Este método actualmente se aplica en los bancos, empresas privadas, industrias, organismos de desarrollo económico y empresas estatales.

**Cuadro 66**  
**TAZA INTERNA DE RETORNO (TIR)**

Años	Flujo Neto	FACTOR	VAN NEMOR	FACTOR	VAN MAYOR
			Y2		Y1
0	-243.281,87		38,00%		39,00%
1	100.491,30	0,7246	72.819,78	0,7194	72.295,90
2	104.739,70	0,5251	54.998,79	0,5176	54.210,29
3	109.360,52	0,3805	41.612,45	0,3724	40.720,79
4	115.624,75	0,2757	31.881,19	0,2679	30.973,59
5	221.680,77	0,1998	44.292,74	0,1927	42.722,24
			245.605,34		240.923,20
		VAN MENOR	2.323,47		-2.358,67

**Fuente:** Cuadro 53, 62

**Elaboración:** Katy Portero

$$TIR = Tm - Dt - \frac{Van\ menor}{Van\ Menor - Van\ Mayor}$$

$$TIR = 36 - 1 - \frac{2.323,47}{2.323,47 - (-2358,67)}$$

$$TIR = 36 - 1 - \frac{2.323,47}{4682,14}$$

$$TIR = 36 - 1 - 0.4962412 \quad TIR = 38,49\%$$

### Análisis:

Por tanto, el proyecto se acepta por cuanto la TIR es mayor que el costo de oportunidad del dinero. La misma que es del 38,49%.

### PERIODO DE RECUPERACIÓN DE CAPITAL

Es el tiempo requerido para recuperar la inversión original.

En el siguiente cuadro se demuestra el tiempo requerido para que la Planta recupere la inversión inicial de capital

**Cuadro 67**

AÑOS	INVERSIÓN	FLUJO NETO	FLUJO ACUM.
0	-243.281,87		
1		100.491,30	100.491,30
2		104.739,70	205.231,00
3		109.360,52	314.591,52
4		115.624,75	430.216,27
5		221.680,77	651.897,04
		<b>651897,04</b>	<b>1.303.794,08</b>

Fuente: Cuadro 53, 62

Elaboración: Katy Portero

$PRC = \text{AÑO ANTERIOR A CUBRIR LA INVERSIÓN} + \frac{\text{INVERSIÓN} - \sum \text{PRIMEROS FLUJOS}}{\text{FLUJO DE AÑO QUE SUPERA LA INVERSIÓN}}$

$$PRC = 3 + \frac{109.360,52 - 243.281,30}{109.360,52}$$

$$109.360,52$$

$$PRC = 3 + \frac{71.309,65}{09.360,52}$$

$$09.360,52$$

$$PRC = 3 + 0,65$$

$$PRC = 3,65$$

3.65	3 años
0,65*12	7,8 MESES
0,8*30	24 DÍAS

**Análisis:** El capital se recupera en 3 años con 7 meses y 24 días.

## RELACIÓN BENEFICIO / COSTO

El indicador beneficio-costo, interpreta como la cantidad obtenida en calidad de beneficio, por cada dólar invertido, a esto se lo relaciona los ingresos actualizados frente a los costos actualizados que se producirán durante el periodo del proyecto.

**Cuadro 68**  
**RELACIÓN BENEFICIO COSTO R (B/C)**

AÑOS	COSTO TOTAL ORIGINAL	COSTO ACT.	COSTO ACTUALIZADO	INGRESO ORIGINAL	FACT. ACTUALIZACIÓN	INGRESO ACTUALIZADO
0						
1	238.934,44	0,8993	214.869,10	358.401,67	0,8993	322.303,66
2	254.342,54	0,8087	205.688,23	381.513,81	0,8087	308.532,34
3	263.908,37	0,7273	191.928,21	395.862,56	0,7273	287.892,31
4	285.350,35	0,6540	186.620,46	428.025,53	0,6540	279.930,69
5	300.886,96	0,5881	176.961,76	451.330,44	0,5881	265.442,64
Tasa	11,20%		976.067,76			1.464.101,64

Fuente: Cuadro 62

Elaboración: Katy Portero

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

$$R(B/C) = \frac{1.464101,64}{976.067,76}$$

$$R(B/C) = 1.50 \text{ Dólares}$$

### Análisis

En este caso el proyecto se acepta debido a que su RBC es mayor a uno.

También es importante decir que, por cada dólar invertido se recibirá 0,50 dólares de utilidad.

### ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD

Las variables que presentan mayor incertidumbre son los ingresos y los costos, por ello el análisis se lo efectúa tomando como parámetros un aumento del 15.30% en los costos y una disminución del 10,20% en los ingresos. Para la toma de decisiones debe tomarse en cuenta lo siguiente:

**Cuadro 69**

AÑOS	COSTO TOTAL ORIGINAL	COSTO TOTAL ORIGINAL	INGRESO ORIGINAL	FLUJO NETO	FACT. ACTUAL	VALOR ACTUAL	FACT. ACTUAL	VALOR ACTUAL
0		13,30%		243.281,87	27,00%	243.281,87	28,00%	243.281,87
1	238.934,44	270.712,73	358.401,67	87.688,94	0,7874	69.046,41	0,7813	68.506,99
2	254.342,54	288.170,10	381.513,81	93.343,71	0,6200	57.873,22	0,6104	56.972,48
3	263.908,37	299.008,19	395.862,56	96.854,37	0,4882	47.283,33	0,4768	46.183,76
4	285.350,35	323.301,95	428.025,53	104.723,58	0,3844	40.255,90	0,3725	39.012,57
5	300.886,96	340.904,93	451.330,44	110.425,51	0,3027	33.423,42	0,2910	32.138,05
					VAN MENOR	4.600,41	VAN MAYOR	-468,01

Fuente: Cuadro 53, 68

Elaborado: Katy Portero

$$F.A. = 1 / (1+i)^n$$

$$F.A. = 1 / (1+0.26)^1$$

$$F.A. = 1 / (1.26)^1$$

$$F.A. = 0.7937$$

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

$$TIR = 26 + 1 \left( \frac{4.600,41}{4.600,41 - 468,01} \right)$$

$$TIR = 26 + 1 \left( \frac{4.600,41}{5.068,42} \right)$$

$$TIR = 26 + 1 (0,91)$$

$$TIR = 26 + 0.91$$

$$TIR = 27,91\%$$

**1.- DIFERENCIA TIR = Tir. Proyecto – Nueva Tir.**

$$\text{Diferencia TIR} = 38,49\% - 27,91\% \quad \text{Diferencia TIR} = 10,59\%$$

**2.- Porcentaje de Variación = Diferencia Tir / Tir del Proyecto \* 100**

$$\text{Porcentaje de Variación} = 10,59\% / 38,49 * 100$$

$$\text{Porcentaje de Variación} = 27,50\%$$

**3.- Sensibilidad = Porcentaje de variación / Nueva Tir.**

$$\text{Sensibilidad} = 27,50\% / 27,91\%$$

$$\text{Sensibilidad} = 0.99$$

El coeficiente de la sensibilidad es 0,99 por lo tanto es menor a uno esto hace que el proyecto no es sensible los cambios no afectan al proyecto.

**Cuadro 70**

AÑOS	COSTO TOTAL ORIGINAL	INGRESO ORIGINAL	INGRESO ORIGINAL	FLUJO NETO	FACT. ACTUAL	VALOR ACTUAL	FACT. ACTUAL	VALOR ACTUAL
			8,90%	- 243.281,87	<b>27,00%</b>	- 243.281,87	<b>28,00%</b>	- 243.281,87
1	238.934,44	358.401,67	326.503,92	87569,47	0,78740	68.952,34	0,78125	68.413,65
2	254.342,54	381.513,81	347.559,09	93216,54	0,62000	57.794,37	0,61035	56.894,86
3	263.908,37	395.862,56	360.630,79	96722,42	0,48819	47.218,91	0,47684	46.120,84
4	285.350,35	428.025,53	389.931,26	104580,90	0,38440	40.201,06	0,37253	38.959,42
5	300.886,96	451.330,44	411.162,03	110275,07	0,30268	33.377,88	0,29104	32.094,27
					VAN MENOR	4.262,70	VAN MAYOR	-798,82

Fuente: Cuadro 53, 68

Elaborado: Katy Portero

$$F.A. = 1 / (1+i)^n$$

$$F.A. = 1 / (1+0,26)^1$$

$$F.A. = 1 / (1.26)^1$$

$$F.A. = 0.79365$$

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

$$TIR = 26 + 1 \left( \frac{4.262,70}{4.262,70 - 798,82} \right)$$

$$TIR = 26 + 1 \left( \frac{5.262,70}{5061,52} \right)$$

$$TIR = 26 + 1 (0,84)$$

$$TIR = 26 + ,84$$

$$TIR = 27,84\%$$

**1.- DIFERENCIA TIR = Tir. Proyecto – Nueva Tir.**

$$\text{Diferencia TIR} = 38,49\% - 27,84\% \quad \text{Diferencia TIR} = 10,65\%$$

**2.- Porcentaje de Variación= Diferencia Tir/ Tir del Proyecto\*100**

$$\text{Porcentaje de Variación} = 10,65\% / 27,65 * 100$$

$$\text{Porcentaje de Variación} = 27,65\%$$

**3.- Sensibilidad = Porcentaje de variación / Nueva Tir.**

$$\text{Sensibilidad} = 27,65\% / 27,67\%$$

$$\text{Sensibilidad} = 0.99$$

## **h. CONCLUSIONES**

Al finalizar la presente tesis de factibilidad para la implementación del Centro Turístico Comunitario se concluye lo siguiente:

- En el estudio de mercado desarrollado en el cantón Tena establece que el proyecto puede y debe ejecutarse por los resultados obtenidos en la oferta y la demanda. Se ha determinado que hay una demanda insatisfecha aceptable de turismo comunitario.
- El Centro Turístico Comunitario se instalara en el sector de Malvinas vía Pano, que cuenta con todos los servicios básicos.
- El Centro Turístico Comunitario estará formada por una PERSONA NATURAL, en consideración a la naturaleza del Centro al implementarse.
- El proyecto tiene una inversión de 243763,69 El mismo que se financiara con el aporte del representante legal que es el propietario el 50,00% de él y la otra parte se financiara en el Banco de Fomento el 50,00% correspondiente al 121881,84 dólares durante 10 años con el interés del 10% anual la misma que se financiara la adquisición de maquinaria y construcción del Centro Turístico Comunitario.
- El proyecto financieramente es factible ya que presenta una TIR del 38,49% indicando que es totalmente rentable,
- El VAN del presente proyecto es de 217.321,43 dólares lo que indica que es conveniente ejecutarlo por cuanto a las utilidades que se espera obtener durante la vida útil del proyecto son superiores a la inversión inicial

- La relación beneficio costo es de 1,50 dólares, revelando que por cada dólar que se invierta se obtiene una utilidad de 0,50 dólares.
- El periodo de recuperación de la inversión es de 3 años 7 meses, y 24 días es el tiempo que se recupera la inversión.
- La Centro puede soportar un incremento de los costos del 13,30% y una reducción del 8,90%

## **i. RECOMENDACIONES**

Como está estructurada la presente tesis, se pone a consideración para ponerlo a producir todo lo planeado debido a que muestra su alta rentabilidad lo siguiente:

- Es recomendable la implementación y puesta en marcha del Centro Turístico Comunitario por la rentabilidad y factibilidad demostrada en el estudio financiero puesto que es beneficioso para el propietario y para quienes hagan el uso de este servicio.
- Al ejecutar el presente proyecto se debe tomar en cuenta los costos en base a la inflación
- Es necesario la promoción del Centro Turístico Comunitario, indicando que se pueden hacer uso en cualquier ocasión, ya que brinda un buen servicio de calidad y calidez.
- Es una nueva oportunidad laboral para contratar mano de obra local para evitar de esta forma el desempleo que existe en el cantón.

## j. BIBLIOGRAFÍA

- [www.ame.gob.ec](http://www.ame.gob.ec)
- [www.napo.gob.ec](http://www.napo.gob.ec)
- Organización Mundial del Turismo
- Gabriel Baca Urbina, Evaluación de Proyecto 6ta edición
- Friend, G. Zehles, S. Cómo diseñar un plan de negocios. Primera Edición. Buenos Aires: The Economist, 2008.
- Meneses Edilberto, “Preparación y Evaluación de Proyectos”, Cuarta Edición, Pág. 103
- Formulación y Evaluación de Proyectos – un Enfoque de Sistemas, Juan Gallardo Cervantes, McGraw Hill, México 1998.
- Econ. Luis Barreno, “Manual de Formulación y Evaluación de Proyectos”, Quito, 2005
- Rafael Alcaraz , 4ta edición pág. 138
- Preparación y Evaluación de Proyectos, Nassir y Reinaldo Sapag Chain, Mac Graw Hill Interamericana, cuarta edición, México, 2003.
- Aquilano, Jacobs, “Gerencia de operaciones”, p. 15, Ed. Norma, Bogotá, 2005
- UNL-MED-Administración de Empresas-Módulo 9
- Gavilanes, J. (2012, junio 30). de: Niveles Jerárquicos de la Empresa u Organización.
- [Www.AdministracionModerna.com](http://Www.AdministracionModerna.com)

- Nassir Sapag Chain/Reinaldo Sapag Preparación y Evaluación de Proyectos Caen MC Graw Hill
- Burbano, Jorge y Ortiz, Alberto. Presupuestos: Enfoque Moderno de Planeación y Control de Recursos. MC Graw Hill Bogotá. Segunda Edición.
- Brealey Myers (2008). Principios de Finanzas Corporativas. Mc. Graw Hill.
- (5.1)John Canadá, "Técnicas de análisis económico para administradores e Ingenieros". México: Diana, 1978, p.223

**k. ANEXOS****ANEXO 1****FICHA DE RESUMEN DEL PROYECTO****a. TEMA**

**“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN CENTRO TURÍSTICO COMUNITARIO EN EL CANTÓN TENA DE LA PROVINCIA DE NAPO”**

**b. PROBLEMÁTICA**

Lo anteriormente descrito plantea una nueva opción de servicio en el campo Turístico, siendo el caso del Turismo Comunitario.

Por ello, se debe considerar que la realidad laboral del país, tiene actualmente una tasa de desempleo del 5,58% y el 49,81% de subempleo, lo que obliga a ser partícipes activos en la generación de fuentes de trabajo, razón por la cual se plantea la implementación de un Centro Turístico Comunitario en la provincia de Napo.

Puesto que la situación actual de la empresa, no está definida, debido a que no se encuentra en el mercado, sin embargo las posibilidades de aceptación y acogida por parte de los turistas son bastante altas.

Por ende, la comunidad Napense se ve en la necesidad de contar con un nuevo Centro Turístico Comunitario especializado en este campo, las mismas que oferten nuevas opciones de turismo viajes ecológicos,

recreacionales, de negocios y a su vez un centro turístico con alto nivel de aceptación.

Estudiar los problemas relacionados al turismo comunitario.

- Existen condiciones para para el turismo comunitario en la provincia de napo
- Existen Recursos naturales que no son explotados.
- Predisposición de las familias para asociarse.
- Existen familias que no se ha socializado.
- La existencia de vías de acceso de primer orden.
- La existencia de la situación geográfica apropiada.
- La falta de empleo

### **Planteamiento del problema**

La necesidad de implementación de un Centro Turístico Comunitario en la provincia de Napo.

## **c. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN**

### **1. General**

- Efectuar el Estudio de Factibilidad para la Implementación de un Centro Turístico Comunitario en la Provincia de Napo.

### **2. Específicos**

- Realizar un estudio de mercado para determinar la oferta y la demanda del servicio propuesto del “Centro Turístico Comunitario”, que permita conocer las preferencias de los turistas.

- Establecer un estudio técnico que permita obtener la base para el cálculo financiero que permita satisfacer la demanda estimada de la planeación.
- Efectuar un estudio administrativo para establecer la estructura orgánica funcional, organigramas, los cargos del Centro Turístico y el análisis de los puestos.
- Realizar una evaluación económica financiera que permita determinar el monto necesario de inversión, así como la rentabilidad que cree el proyecto.

#### **d. METODOLOGÍA**

##### **Métodos**

Para la realización del proyecto de factibilidad para la implementación de un Centro Turístico Comunitario, se ha seleccionado los siguientes métodos:

- **Método deductivo.-** Este método sigue un proceso que de servir principalmente, en la determinación de la relación causa efecto, del proceso de negociación y comercialización.
- **Método sintético analítico.-** Este método vamos a utilizar para conceptos, principios, definiciones ya conocidos para cada fase a estudiarse (Comercial, Gestión, Técnica y Financiera), hasta llegar a la demostración de la hipótesis planteada.
- Este método permitirá la realización de conclusiones y recomendaciones objetivas y concretas

- **Método sistemático estructural.-** Se utilizara para el área de producción se realizará una investigación exploratoria, cuya información proveerá datos de los procesos que deben ser clasificados, ordenados, analizados e interpretados a los cuales se debe someter el Centro Turístico Comunitario.

**Método estadístico.-** Aplicar en el área de comercialización se realizará una investigación aplicada la cual arrojará datos de clientes potenciales por medio de muestreos, al igual se realizará una investigación histórica, para obtener datos específicos de los canales de distribución de empresas importantes de Turismo, lo que permitirá iniciar la colocación en el mercado.

### **Técnicas**

**Las entrevistas-** Es una relación directa entre personas en la que se plantea objetivos claros fijados, al menos por parte del entrevistador, con una asignación de papeles diferenciales, entre el entrevistador y el entrevistado.

**La encuesta.-** La encuesta es una técnica que nos ayuda diseñar un formato con una serie de preguntas las mismas que se más tarde se las hará a un número determinado de personas para conocer sus gustos y preferencias las mismas que se tomaran en cuenta en la realización de la investigación.

La implementación de la encuesta como instrumento cuantitativo de investigación social, se realizara mediante un cuestionario dirigido a un grupo de personas elegidas de forma estadística.

Esta encuesta se realizara a través de un trabajo de campo. La información obtenida en cuestionarios aplicados a nuevos turista, se tabulara en tablas; además se representaran en gráficos estadísticos, para seguidamente ser analizados.

### **Población y muestra**

#### **Población**

La Total de turistas que visitan anualmente la provincia de Napo en el año 2014.

Para determinar el tamaño de la muestra, utilizaré la siguiente fórmula:

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

**Donde:**

n = Tamaño de la muestra

N = Población 130000 (Turistas)

e<sup>2</sup> = Margen de error, se aplica el 5%

APLICACIÓN DE LA FÓRMULA:

$$n = \frac{130000}{1 + (0.05)^2 \times 130000}$$

$$n = \frac{130000}{326} = 398.77 \cong 399$$

$$n \cong 399$$



## f. PRESUPUESTO Y FINANCIAMIENTO

### 1. Presupuesto

Para la realización del proyecto es necesaria la utilización de recursos materiales necesarios para su ejecución:

<b>ORD.</b>	<b>MATERIALES</b>	<b>COSTOS</b>
1	Adquisición de bibliografía	300,00
2	Estudio del proyecto	500,00
3	Transporte	450,00
4	Material de oficina	150,00
5	Copias, encuadernado, imprenta	250,00
6	Edición de tesis	200,00
7	Imprevisto	200,00
	<b>TOTAL</b>	<b>2050,00</b>

### 2. financiamiento

El presente proyecto tiene un costo de 2050,00 (dos mil cincuenta dólares) que será cubierto por el postulante para el desarrollo del presente proyecto de tesis.

**ANEXO 2****MODELO DE ENCUESTA****UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA****MODALIDAD DE ESTUDIOS A DISTANCIA****CARRERA DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS****Encuesta dirigida a los turistas del cantón Tena de la provincia de Napo**

**Objetivo:** REALIZAR UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACION DE UN CENTRO TURISTICO COMUNITARIO EN EL CANTON TENA DE LA PROVINCIA DE NAPO.

**Instrucciones:**

- De la manera más comedida y respetuosa le pedimos que se digne contestar las siguientes preguntas. Por favor marque con una X la respuesta acertada a cada interrogante.

**1. ¿Realiza turismo?**

SI

NO

**2. ¿Qué actividades turísticas realiza?**

Caminatas

Cabalgatas

Camping

Rating

**3. ¿Qué actividades turísticas realiza?****4. ¿Cuánto gasta en turismo al mes?**

50 a 100

101 a 150

151 a 200

201 a 250

**5. ¿Conoce Ud. Centros Turísticos Comunitarios?**

SI

NO

**6. ¿Ha utilizado los servicios de Centros Turísticos Comunitarios?**

SI

NO

**7. ¿ Cuántas veces realiza Turismo Comunitario al año**

1 Ves

2 Veces

3 Veces

4 Veces

5 Veces

6 Veces

Más de 6 veces

**8. ¿En caso de implementarse un Centro Turístico Comunitario, en la ciudad de Tena, utilizaría los servicios?**

SI

NO

**9. ¿Cuánto tiempo se quedaría en el centro turístico comunitario?**

1 Día

5 Días

8 Días

**10. ¿Qué servicios le gustaría tener dentro de Centro Turismo Comunitario?**

Hospedaje

Alimentación

Guianza

**11. ¿El precio del turismo que utiliza es?**

Alto

Barato

Aceptable

**12. ¿Qué medio publicitario usted prefiere?**

Radio

Televisión

Prensa escrita

**ANEXO 3****MODELO DE ENCUESTA****UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA****MODALIDAD DE ESTUDIOS A DISTANCIA****CARRERA DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS****Encuesta dirigida a los ofertantes del cantón Tena de la provincia de Napo**

**Objetivo:** REALIZAR UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACION DE UN CENTRO TURISTICO COMUNITARIO EN EL CANTON TENA DE LA PROVINCIA DE NAPO.

**Instrucciones:**

- De la manera más comedida y respetuosa le pedimos que se digne contestar las siguientes preguntas. Por favor marque con una X la respuesta acertada a cada interrogante.

**1. Desarrolla turismo comunitario en su establecimiento**

SI

NO

**2. ¿Qué servicios ofrece en su establecimiento?**

Alimentación

Hospedaje

Guianza

**3. ¿Los turistas que ingresan a su establecimiento son?**

Nacionales

Extranjeros

**4. ¿Qué cantidad de turistas ingresan a su establecimiento mensualmente?**

50 100

101 150

201 más

**5. ¿A qué precio vende el paquete de turismo?**

50

100

# ÍNDICE

PORTADA .....	i
CERTIFICACIÓN .....	ii
AUTORÍA.....	iii
CARTA DE AUTORIZACIÓN.....	iv
DEDICATORIA .....	v
AGRADECIMIENTO .....	vi
a. TÍTULO .....	1
b. RESUMEN.....	2
ABSTRACT.....	4
c. INTRODUCCIÓN .....	6
d. REVISIÓN DE LITERATURA.....	9
e. MATERIALES Y MÉTODOS.....	41
f. RESULTADOS.....	46
g. DISCUSIÓN .....	63
h. CONCLUSIONES .....	130
i. RECOMENDACIONES .....	132
j. BIBLIOGRAFÍA .....	133
k. ANEXOS .....	135
INDICE .....	147