



# UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

UNIDAD DE EDUCACIÓN A DISTANCIA

*Carrera de Administración de Empresas*

## TÍTULO:

“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA AGENCIA DE VIAJES EN LA CIUDAD DE CHAGUARPAMBA, CANTÓN CHAGUARPAMBA, PROVINCIA DE LOJA”

TESIS PREVIA A LA  
OBTENCIÓN DEL GRADO DE  
INGENIERO COMERCIAL.

**AUTOR:**

*Andrés Marcelo Bustos Carrión*

**DIRECTOR:**

*Ing. Carlos Alfredo Rodríguez Armijos Mg. Sc.*

1859

LOJA-ECUADOR

2018

## CERTIFICACIÓN

Ing. Carlos Alfredo Rodríguez Armijos Mg. Sc.

**DIRECTOR DE TESIS.**

**CERTIFICA:**

Que la tesis titulada “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA AGENCIA DE VIAJES EN LA CIUDAD DE CHAGUARPAMBA, CANTÓN CHAGUARPAMBA, PROVINCIA DE LOJA”, elaborada por el señor **Andrés Marcelo Bustos Carrión**, luego de verificar que cumple con las normas generales para la graduación en la Universidad Nacional de Loja, autorizo su presentación para que la aspirante pueda continuar con los trámites de rigor como requisito previo para obtener el grado de Ingeniero Comercial.

Loja, marzo de 2018



Ing. Carlos Alfredo Rodríguez Armijos Mg. Sc.

**DIRECTOR DE TESIS**

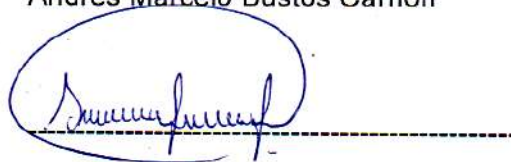
## AUTORÍA

Yo, **Andrés Marcelo Bustos Carrión**, declaro ser el autor del presente trabajo de Tesis y eximo expresamente a la Universidad Nacional de Loja y a sus representantes jurídicos de posibles reclamos o acciones legales, por el contenido de la misma.

Adicionalmente acepto y autorizó a la Universidad Nacional de Loja, la publicación de mis tesis en el Repositorio Institucional – Biblioteca Virtual.

Autor: Andrés Marcelo Bustos Carrión

Firma:



Cédula: 1104310824

Fecha: Loja, marzo de 2018

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

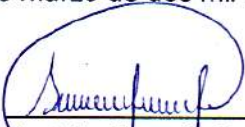
Yo, **Andrés Marcelo Bustos Carrión**, declaro ser el autor de la tesis titulada **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA AGENCIA DE VIAJES EN LA CIUDAD DE CHAGUARPAMBA, CANTÓN CHAGUARPAMBA, PROVINCIA DE LOJA”**, como requisito para obtención del Título de Ingeniero Comercial, autorizo al Sistema 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 del 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 28 días del mes de marzo de dos mil dieciocho, firma el autor.

Firma:



Autor: Andrés Marcelo Bustos Carrión

Cédula: 1104310824

Dirección: Chaguarpamba, Junto al Parque Central

Email: chelo\_andres@hotmail.es

Teléfono: 0993813305

**DATOS COMPLEMENTARIOS**

**Director de Tesis:** Ing. Calos A. Rodríguez Armijos Mg. Sc.

**Tribunal de Grado:**

**Presidente** Ing. Edwin Bladimir Hernández Quezada Mg. Sc.

**Vocal** Ing. Víctor Nivaldo Anguisaca Guerrero Mg. Sc.

**Vocal** Ing. Galo Eduardo Salcedo López Mg. Sc.

## **DEDICATORIA**

A mi Dios que me ha dado la oportunidad de la vida y de regalarme una familia extraordinaria.

A mi querida madre que ha sido y es mi principal fuente de inspiración en todo momento, puesto que me han apoyado y han hecho posible que se cumplan mis anhelos de superación.

*Andrés Marcelo Bustos Carrión*

## **AGRADECIMIENTO**

Quiero dejar constancia de mi profundo agradecimiento a la Universidad Nacional de Loja, en la persona de sus autoridades, que con su entrega total a las labores docentes y administrativas que forjan día a día el progreso y adelanto de Nuestra Alma Mater.

A la Unidad de Educación a Distancia, a los docentes de la Carrera de Administración de Empresas, quienes supieron brindarme sus conocimientos y forjaron en mí, el deseo permanente de superación.

A mis queridos padres, a mis familiares por su apoyo brindado y a todos los que contribuyeron a cumplir con este trabajo académico, previó a la obtención del título de Ingeniero Comercial.

Un agradecimiento especial al Ing. Com. Carlos Alfredo Rodríguez Armijos, Director de Tesis, quien con responsabilidad, paciencia y dedicación supo guiarme en la elaboración de la presente Tesis.

***Andrés Marcelo Bustos Carrión***

**a. TÍTULO**

**“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA AGENCIA DE VIAJES EN LA CIUDAD DE CHAGUARPAMBA, CANTÓN CHAGUARPAMBA, PROVINCIA DE LOJA”**

## **b. RESUMEN**

El título del presente trabajo investigativo es: “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA AGENCIA DE VIAJES EN LA CIUDAD DE CHAGUARPAMBA, CANTÓN CHAGUARPAMBA, PROVINCIA DE LOJA”, tiene como objetivo Realizar un Estudio de Factibilidad para la creación de una Agencia de Viajes en la ciudad de Chaguarpamba, Cantón Chaguarpamba, provincia de Loja, en vista de que en esta ciudad y provincia existe un alto porcentaje de turistas nacionales y extranjeros que acuden a la provincia de Loja.

La metodología utilizada para este proyecto de tesis fue: El método analítico, descriptivo, inductivo, deductivo, estadístico y las técnicas empleadas fueron la encuesta a una muestra de 388 turistas nacionales y extranjeros que acuden a la provincia de Loja y una entrevista al representante de una agencia de viajes de Chaguarpamba.

Entre los principales resultados tenemos una demanda potencial de 12665,82; demanda real de 7907,58; demanda efectiva 2646,67, una oferta de 1066,58 servicios y una demanda insatisfecha de 1580,09. En lo que respecta al plan de comercialización se ha establecido que el canal comercial de la empresa al cliente o usuario, sin emplear ningún intermediario.

En el estudio técnico, existe una capacidad instalada de 1300 y una capacidad utilizada de del 75% o 975.



En el estudio administrativo - legal, se plantea la estructura organizativa de esta agencia tanto estructural, funcional y posicional, además se ha descrito el manual de funciones para cada uno de los puestos requeridos.

La inversión total que requiere para la puesta en marcha de esta agencia es \$24132,08, cuyo financiamiento será del 62,16% con crédito de BanEcuador a 5 años plazo; los ingresos previstos serán para el primer año de \$ 112625,00

En lo que respecta a la Evaluación Financiera se obtuvo un VAN de \$ 53577,28, una TIR de 30,90%, la Relación Beneficio/Costo es de \$1,24, el PRC será de 3 años 8 meses y 27 días, el Análisis de Sensibilidad con incremento del 10,85% en los costos, el Análisis de Sensibilidad con disminución del 9,00% en los ingresos, lo cual indica que el proyecto es factible de realizarlo.

Los resultados obtenidos nos demostraron que existe demanda insatisfecha de una Agencia de Viajes en Chaguarpamba; y finalmente se determinaron conclusiones y recomendaciones.

## **ABSTRACT**

The title of this research work is: "STUDY OF FEASIBILITY FOR THE CREATION OF A TRAVEL AGENCY IN THE CITY OF CHAGUARPAMBA, CANTON CHAGUARPAMBA, PROVINCE OF LOJA", aims to conduct a feasibility study for the creation of a travel agency in the city of Chaguarpamba, Canton Chaguarpamba, province of Loja, in view of the fact that in this city and province there is a high percentage of national and foreign tourists who come to the province of Loja.

The methodology used for this thesis project was: The analytical, descriptive, inductive, deductive, statistical method and the techniques used were the survey of a sample of 388 domestic and foreign tourists who come to the province of Loja and an interview with the representative of a travel agency of Chaguarpamba.

Among the main results we have a potential demand of 12665.82; actual demand of 7907.58; effective demand 2646.67, an offer of 1066.58 services and an unsatisfied demand of 1580.09. With regard to the marketing plan, it has been established that the company's commercial channel to the client or user, without using any intermediary.

In the technical study, there is an installed capacity of 1300 and a used capacity of 75% or 975.

In the administrative-legal study, the organizational structure of this agency is considered as structural, functional and positional, and the manual of functions for each of the required positions has been described.

The total investment required for the start-up of this agency is \$ 24132.08, whose financing will be 62.16% with a 5-year BanEcuador loan; the expected income will be for the first year of \$ 112625.00

Regarding the Financial Evaluation, a NPV of \$ 53577.28 was obtained, a TIR of 30.90%, the Benefit / Cost Ratio is of \$ 1.24, the PRC will be of 3 years, 8 months and 27 days, the Sensitivity analysis with an increase of 10.85% in costs, the Sensitivity Analysis with a 9.00% decrease in income, which indicates that the project is feasible.

The results obtained showed us that there is an unmet demand from a Travel Agency in Chaguarpamba; and finally conclusions and recommendations were determined.

### **c. INTRODUCCIÓN**

El Ecuador posee innumerables zonas de gran atractivo turístico que se destacan por su variada cultura y gran biodiversidad, así en la sierra, costa, oriente y región insular, presentan una gran riqueza. Desde el año 2001, el turismo ocupa el cuarto renglón de divisas del Ecuador, con un monto de 430 millones de dólares, luego de las exportaciones de petróleo, remesas de migrantes y banano. Durante el período de 1997 al 2001 se ha producido un incremento del turismo receptor del 3.6 %. Los mayor cantidad de turistas vienen de Estados Unidos, Europa (en especial de Alemania) y América Latina (mayoritariamente colombianos).

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

La falta de agencias de viajes de servicios turísticos en el cantón Chaguarpamba, ha originado que no se ofrezca al turista nacional y extranjero servicios de: alimentación, hospedaje, convivencia cultural, servicio de guía, caminatas por los diferentes senderos, ríos y esteros. Que el visitante pueda

conocer y apreciar la inmensa variedad de flora y fauna, la ferias religiosas, entre otros.

El presente trabajo está enmarcado en el análisis de factibilidad de un proyecto titulado “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACION DE UNA AGENCIA DE VIAJES EN LA CIUDAD DE CHAGUARPAMBA, CANTÓN CHAGUARPAMBA, PROVINCIA DE LOJA”, el mismo que para su realización se ha planteado objetivos claramente definidos y que están orientados al estudio de mercado, técnico, organizacional, financiero y evaluativo.

La estructura que posee la presente investigación está establecida de la siguiente manera; título en donde refleja claramente el giro de la empresa y donde será ejecutado; luego se presenta el resumen, el mismo que es una redacción en donde se muestra el extracto del trabajo desarrollado con datos que permitan tener una visión general; Introducción, en la misma se hace una caracterización del tema a tratarse, así como también de la estructura general; Revisión de Literatura, en este ítem se describen y conceptualizan todos los términos inherentes a la temática que han sido tratados para afianzar el conocimiento, desglosados en el marco referencial y el marco conceptual; Materiales y métodos, en éste apartado se hace la descripción de los materiales utilizados para el desarrollo de esta investigación, así como el uso de los métodos como el deductivo, inductivo, analítico-sintético, estadístico, los mismos que han servido para desarrollar las diferentes fases de la presente, así mismo se describen y detallan las técnicas empleadas para recabar información como la encuesta y la entrevista; Resultados, en esta sección se

presenta toda la información obtenida en el trabajo de campo como los resultados de las encuestas y las entrevistas; Discusión, en este punto se hace el detalle en función a los estudios realizados para la puesta en marcha del proyecto, en donde se parte del estudio de mercado que sirve para determinar la demanda insatisfecha, posteriormente se hace la descripción del plan de comercialización, luego en el estudio técnico se hace la descripción del tamaño y localización del proyecto, la ingeniería del proyecto y la descripción de maquinarias y equipos requeridos. En cuanto al estudio organizacional se presenta la estructura jurídica y administrativa; en lo financiero se hace el detalle de las inversiones, el financiamiento y la evaluación financiera conclusiones, se hace una descripción general acerca del trabajo realizado. Recomendaciones, son las sugerencias que se hacen luego de haber concluido la presente investigación; Bibliografía, en la que constan todos los libros y enlaces a los cuales se ha recurrido para sustentar la parte teórica del presente trabajo. Anexos son los soportes a los cuales se tuvo acceso.

## **d. REVISIÓN DE LITERATURA**

### **MARCO REFERENCIAL**

#### **AGENCIA DE VIAJES**

“Una agencia de viajes es una empresa asociada al turismo, cuyo oficio es la intermediación, organización y realización de proyectos, planes e itinerarios, elaboración y venta de productos turísticos entre sus clientes y determinados proveedores de viajes, como por ejemplo: transportistas (aerolíneas, cruceros), servicio de alojamiento (hoteles), con el objetivo de poner los bienes y servicios turísticos a disposición de quienes desee y puedan utilizarlos” (Espinoza, 2016, pág. 23).

La compañía británica Cox & Kings, creada en 1858, es la agencia de viajes más antigua del mundo y Thomas Cook uno de sus más notables pioneros, por su planificación desde 1841 de excursiones religiosas en grupo. En cualquier caso, las agencias de viajes se desarrollaron sobre todo a partir de los años veinte, con el desarrollo de la aviación comercial.

“La frase agencia de viajes ha cambiado su significado desde la emergencia de compañías como la antes citada, que hoy en día es considerada más bien un tour operator. La diferencia es que los tour operators ofrecen de una forma muy cerrada los planes de viaje, mientras que las agencias intentan más bien plegarse lo más posible a los clientes, tomando sus servicios, entre otros, del mayor número posible de tour operators” (Espinoza, 2016, pág. 23).

## TIPOS DE AGENCIAS DE VIAJES

“Existe una gran variedad de agencias de viaje, tanta que este término agrupa a negocios cuyo único denominador común es su función, aunque en tamaño, modo de trabajar y organización sean completamente distintos. Para proporcionar una visión algo más precisa de este sector, las agencias de viaje pueden clasificarse de acuerdo a varios criterios tales como su tamaño, su canal de distribución y otros. Aquí destacaremos los más importantes tipos de agencia, agrupados según la clasificación de acuerdo con distintos criterios de interés” (Espinoza, 2016, pág. 23).

### SEGÚN EL TAMAÑO

Una primera clasificación es la que se basa en el tamaño de las ventas de la agencia. No es criterio meramente cuantitativo, sino que según la cantidad de las ventas, la función y el modo de organizarse de la agencia varía, por lo que también es una diferencia cualitativa, como se puede observar a continuación:

- **Agencias mayoristas o wholesaler.** Se ocupan de organizar viajes, pero no los venden directamente al cliente final, sino que lo hacen a través de agencias minoristas.
  
- **Agencias minoristas o detallistas:** A diferencia de las agencias mayoristas, se encargan de vender directamente al cliente final productos turísticos organizados por otras agencias.



– **Agencias mixtas**, de organización y de prestación de servicios o mayoristas-minoristas. Son intermedias entre las mayoristas y minoristas, es decir, se encargan de vender al cliente los viajes que ellas mismas organizan.

## **SEGÚN SU LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA Y SU ACTIVIDAD EMISORA O RECEPTORA**

Dado que un viaje tiene geográficamente un punto de origen y un punto de destino, las agencias de viaje pueden clasificarse según se ubiquen en un lugar o en el otro, cosa que hará que su forma de trabajar con los clientes sea distinta, organizando viajes hacia otros lugares o bien organizando viajes desde otros lugares:

– **Agencias emisoras (outgoing)**: Son aquellas cuya sede física se sitúa en el lugar de origen de los viajeros. De este modo, su público es principalmente la población cercana a las mismas, que desea viajar a otros lugares. (Espinoza, 2016, pág. 30).

– **Agencias receptoras (incoming)**: En contraste con las emisoras, sitúan físicamente su sede en los lugares a los cuales la gente desea viajar, y por tanto organizan viajes destinados a personas de otros lugares, a las cuales quieren atraer. (Espinoza, 2016, pág. 30).

– **Agencias emisoras-receptoras**: Son una combinación de las dos anteriores, es decir, organizan tanto viajes hacia el lugar en el que están ubicadas tanto como viajes desde dicho lugar hacia otras partes. (Espinoza, 2016, pág. 30)

## **ANTECEDENTES**

Chaguarpamba se halla ubicado a 111 Km. de Loja rodeado de paisajes hermosos guarda secretos ancestrales del paso de los Paltas por el territorio, lleno de historias y leyendas constituye el paso obligatorio a la Costa, especialmente a la provincia de El Oro. Es un maravilloso paisaje de la geografía lojana con verdes y extensas llanuras en las que se puede disfrutar de un clima veraniego delicioso y de una gastronomía exquisita que deleita el paladar de los viajeros que hallan aquí el lugar ideal para descansar, ya que debemos mencionar que Chaguarpamba se encuentra ubicado al margen de la carretera principal hacia la Costa. Chaguarpamba es la ciudad que une a la hermosa serranía con la costa, es por ello que en su gente se sienten las costumbres de ambas regiones, su clima es bastante cálido siendo ideal para disfrutar recorriendo cada una de los lugares turísticos que posee esta bella ciudad.

Lugares que pueden ser visitados por los turistas son: el centro histórico, petroglifos de Misquillana, el cerro Surapo, Pan de Azúcar, el río Pindo, balneario Las Juntas, entre otros.

## **MARCO CONCEPTUAL**

### **Proyecto**

“Un proyecto es aquel que tiene por objetivo conseguir un resultado de negocios, cuyo alcance se define por el alcance de sus metas para un conjunto de indicadores de gestión de interés” (Hurtado, 2014)

### **Proyecto de inversión**

“Es aquel plan que, si se le asigna determinado monto de capital y se le proporcionan diversos insumos, producirán un bien o un servicio útil a la sociedad” (Prieto, 2013)

Empresa dedicada a gestionar asuntos o prestar determinados servicios.

"Agencia inmobiliaria; agencia de noticias; agencia de viajes; agencia de información turística; las empresas encargan sus anuncios a agencias de publicidad"

### **Estudio de mercado**

“Esta guía está diseñada precisamente para que sea de utilidad a aquellos emprendedores que estén alimentando la idea de iniciar un negocio al que le suponen unas buenas perspectivas económicas y de futuro, con no poca ilusión, y en muchos casos con recursos financieros limitados, de forma que por sí mismos lleven a cabo ciertas indagaciones que les pueden ser de gran

utilidad, ayudándoles a evitar o a ponderar con más realismo ciertos riesgos que conlleva el inicio de toda actividad, sobre todo aquellas que requieren de gran esfuerzo económico.” (Creación y Desarrollo de mercado, 2015)

## **Mercado**

“Es el conjunto de personas u organizaciones que tienen la necesidad de determinados productos o servicios y que además disponen de los recursos y la capacidad (legal, moral, etc.) para adquirirlo” (Baena, 2014)

## **Segmentación de mercado**

“Consiste en dividir un mercado global en grupos de compradores que tengan características semejantes; para los cuales resulte rentable destinar una determinada oferta y establecer acciones de promoción. Para segmentar el mercado debemos considerar los diferentes deseos de compra y las exigencias de los clientes; es decir, tener en cuenta aspectos como; precio, calidad, variedad, edad del cliente, ingresos o cualquier otro factor diferencial.” (Iborra, 2014)

## **Investigación de mercado**

“La investigación de mercados es la reunión, el registro y el análisis de todos los hechos acerca de los problemas relacionados con la transferencia y venta de bienes y servicios del productor al consumidor.”. (Prieto, 2013)

## **Demanda**

“La demanda es la cantidad total de un bien o servicio que la gente desea adquirir. Por tanto comprende una amplia gama de bienes y servicios que pueden ser adquiridos a precios de mercado, bien sea por un consumidor específico o por el conjunto total de consumidores en un determinado lugar, a fin de satisfacer sus necesidades y deseos.” (Ruíz, 2015)

### **Demanda potencial**

“La demanda potencial es el volumen máximo que podría alcanzar un producto o servicio en un horizonte temporal establecido. La demanda potencial de mercado se calcula a partir de la estimación del número de compradores potenciales a los que se determina una tasa de consumo individual.” (Romero Juan, 2016)

### **Demanda real**

“Es la cantidad de bienes o servicios que se consumen o utilizan actualmente en el mercado.

### **Demanda efectiva**

Conjunto de mercancías y servicios que los consumidores realmente adquieren en el mercado en un tiempo determinado y a un precio dado (Baca U., 2014).”

### **Demanda insatisfecha**

“Se llama Demanda Insatisfecha a aquella Demanda que no ha sido cubierta en el Mercado y que pueda ser cubierta, al menos en parte, por el Proyecto”.  
(Vázquez, 2016)

### **Oferta**

“Se define a la oferta como aquella cantidad de bienes y servicios que los ofertantes están dispuestos a poner a la venta en el mercado a unos precios concretos” (Economipedia, 2015)

### **PLAN DE COMERCIALIZACION**

“La comercialización es el conjunto de actividades realizadas por la empresa para lograr que el bien o servicio que ofrece esté al alcance de los consumidores.” (Aguirre Luis, 2011)

### **Servicio**

Un Servicio son un conjunto de acciones las cuales son realizadas para servir a alguien, algo o alguna causa. Los servicios son funciones ejercidas por las personas hacia otras personas con la finalidad de que estas cumplan con la satisfacción de recibirlos (Prieto, 2013)

## **Precio**

“El precio es aquel que ofrece información sobre el valor del servicio que una empresa ofrece al mercado. Este valor puede estar representado como forma monetaria e incluso como costes no monetarios, que el comprador de un bien entrega a cambio de la utilidad que recibe al adquirir el mismo.” (Galán O., 2014)

### **“La fijación del precio**

Las orientaciones básicas para la fijación del precio del servicio son tres:

1. La competencia.
2. Los costes.
3. La demanda.

Teniendo en cuenta estas tres orientaciones la empresa fijará una determinada estrategia en cuyo marco fijará los precios”. (Martínez, 2016)

## **Canal de Distribución**

“Los canales de distribución son considerados intermediario y constituyen un canal de distribución o canal comercial. Los canales de distribución son conjuntos de organizaciones interdependientes que participan en el proceso de poner a disposición de los consumidores un producto o servicio para su uso o consumo.” (Blanco & Prado, 2014)

## **Clasificación de los canales de distribución:**

**Canal directo:** como su nombre lo indica, este tipo de canal cuenta con la particularidad de que el productor de un determinado bien o servicio comercializa al mismo de forma directa al consumidor final, sin la necesidad de intermediarios. La mayor parte de los servicios son vendidos a través de este canal. En cambio, son pocos los productos comercializados por medio de canales de distribución directos.

**Canal indirecto:** recibe esta denominación debido a que entre el productor del bien o servicio y el consumidor se presenta un intermediario. El tamaño puede variar en función de la cantidad de intermediarios que conformen la senda atravesada por el bien o servicio. A partir de esto, se pueden distinguir dos canales indirectos:

- **Canal corto:** está constituido por dos peldaños, por ello cuenta con sólo un mediador entre el productor y el consumidor final. Algunos ejemplos de un canal corto de distribución podrían ser: venta de automóviles, indumentaria exclusiva, entre otros.
- **Canal largo:** de manera contraria al precedente, el canal largo se caracteriza por la presencia de una cantidad numerosa de intermediarios, y suele identificar a la gran mayoría de productos de consumo.



Este canal suele incluir a mayoristas, distribuidores especiales, revendedores, etc. Existe una idea generalizada acerca de que mientras mayor sea la cantidad de mediadores en un canal de distribución, mayor será también el precio del producto o servicio. (Tipos de Org., 2012)

## **Promoción**

“La promoción es aquella en la que analizan los diferentes esfuerzos a los que una empresa se somete para poder ofrecer y dar a conocimiento sus productos o servicios con la finalidad de incrementar sus ventas y obtener mayores rendimientos y resultados económicos. Pueden incluirse en esta variable los aspectos publicitarios, las relaciones públicas, la fuerza de ventas, así como las labores de promociones entre otros.” (Galán O., 2014)

## **Publicidad**

“La publicidad es una técnica de promoción o comunicación que consiste en dar a conocer, informar y hacer recordar un producto o servicio al público, así como en persuadir, estimular o motivar su compra, consumo o uso, a través del uso de una comunicación y medios impersonales, es decir, a través de una comunicación y medios que van dirigidos a varias personas a la vez.” (Crece Negocios , 2014)

## **Estudio técnico**

“El estudio técnico no es un estudio aislado, ni tampoco se refiere exclusivamente a aspectos relacionados con la producción del proyecto. Por el contrario, deberá tomar la información del estudio de mercado referente a la necesidad de locales de venta y distribución para determinar la inversión en obra física respectiva. De igual forma deberá procederse respecto al estudio organizacional para el dimensionamiento y cuantificación de la inversión en oficinas, bodegas y procesos y otras inversiones de carácter administrativo gerencial. (Hernández Cabrera, 2011)

## **Tamaño óptimo de la planta**

“La determinación del tamaño de la planta está definido por la cantidad a producir en función de la fracción del mercado que sea satisfacer. Aquí establece una conexión con el estudio de mercado en donde se definió la demanda efectiva del proyecto y el mercado objetivo del proyecto.” (Fernández E., 2013)

## **Capacidad instalada**

“La capacidad instalada es el volumen máximo de producción que se estipula y se define como objetivo desde el primer año de proyección del estudio para ser alcanzado en el último año de proyección.

## **Capacidad utilizada**

La capacidad utilizada es el volumen máximo de producción que se genera efectivamente en cada uno de los años de la proyección.” (Da Silva, 2016)

## **Localización**

“Localización adecuada de la Empresa que se crearía con la aprobación del Proyecto puede determinar el éxito o fracaso de un negocio. Por ello, la decisión de donde ubicar el Proyecto obedecerá no solo a criterios Económicos, sino también a criterios estratégicos, institucionales, e incluso, de preferencias emocionales. Con todos ellos, sin embargo, se busca determinar aquella Localización que maximice la Rentabilidad del Proyecto.

## **Macro localización**

“Es decir, la selección de la región o zona más adecuada, evaluando las regiones que preliminarmente presenten ciertos atractivos para la industria de que se trate.

## **Micro localización**

Es decir, la selección específica del sitio o terreno que se encuentra en la región que ha sido evaluada como la más conveniente.” (Casio C., 2014)

## **Factores que influyen en la localización**

Los Factores que influyen más comúnmente en la decisión de la Localización de un Proyecto se analizan en este apartado. Las Alternativas de instalación de la Planta deben compararse en Función de las Fuerzas Ocasionales típicas de los Proyectos. Una clasificación concentrada debe incluir por lo menos los siguientes Factores Globales: Medios y costos de transporte. Disponibilidad y costo de mano de obra. Cercanía de las Fuentes de abastecimiento. Factores Ambientales. Cercanía del Mercado. Costo y disponibilidad de terrenos. Topografía de suelos. Estructura impositiva y legal. Disponibilidad de agua, energía y otros suministros. Comunicaciones. Posibilidad de desprenderse de desechos.

La tendencia de Localizar el Proyecto en las cercanías de las Fuentes de materias primas, por ejemplo, depende del costo de transporte. Normalmente, cuando la materia prima es procesada para obtener productos diferentes, la Localización tiende hacia la Fuente de insumo; en cambio, cuando el Proceso requiere variados materiales o piezas para ensamblar un Producto Final, la Localización tiende hacia el Mercado. Respecto a la mano de obra, la cercanía del Mercado laboral adecuado se convierte con frecuencia en un Factor predominante en la elección de la Ubicación, y aún más cuando la Tecnología que se emplee sea intensiva en mano de obra. Sin embargo, diferencias significativas en los niveles de remuneración entre Alternativas de Localización podrían hacer que la consideración de este Factor sea puramente de Carácter Económico.

La Tecnología de los Procesos puede también en algunos casos convertirse en actor prioritario de Análisis, esto si requerirá algún insumo específico en abundancia. Existen además una serie de Factores no relacionados con el Proceso Productivo, pero que condiciona en algún grado la Localización del Proyecto, a este respecto se puede señalar tres Factores denominados genéricamente ambientales:

La Disponibilidad y Confiabilidad de los Sistemas de Apoyo. Las Condiciones Sociales y Culturales. Las Consideraciones Legales y Políticas. Al estudiar la Localización otras veces será el Transporte el Factor determinante en la decisión. Es común, especialmente en niveles de prefactibilidad, que se determine un costo tarifario, sea en volumen o en peso, por kilómetro recorrido. Si se emplea esta unidad de medida, su Aplicación difiere según se compre la materia puesta en Planta o no. (Jaco M., 2015)

### **Ingeniería del proyecto**

“Comprende los aspectos técnicos y de infraestructura que permitan el proceso de fabricación del producto o la prestación del servicio.” (Talledos, 2016)

### **Requerimientos para la producción**

“La planeación de requerimientos de materiales es una técnica de planeamiento de prioridades coordinada en el tiempo que calcula los

requerimientos y programaciones de materiales para lograr la demanda en todos los productos o servicios y partes en una o más plantas.” (Rivera, 2013)

### **Proceso productivo**

“El proceso productivo es la secuencia de actividades requeridas para elaborar bienes que realiza el ser humano para satisfacer sus necesidades; esto es, la transformación de materia y energía (con ayuda de la tecnología) en bienes y servicios (y también, inevitablemente, residuos). (Rivera, 2014)

### **Diagrama de flujo de procesos**

“Es un una representación gráfica en donde se muestran las actividades asociadas a un proceso con frecuencia se afectan entre sí, por lo cual es importante considerar el desempeño simultáneo de una serie de actividades que operan al mismo tiempo” (Chase, 2014)

### **Tipos de diagramas de flujo**

“Los diagramas de flujo pueden ser representados de diferentes maneras, dependiendo de cómo se quiera representar el proceso de flujo de operaciones, se puede destacar diferentes tipos:

**Formato vertical:** el flujo o la secuencia de las operaciones, va de arriba hacia abajo. Es una lista ordenada de las operaciones de un proceso con toda la información que se considere necesaria, según el propósito.

**Formato horizontal:** el flujo o la secuencia de las operaciones, va de izquierda a derecha.

**Formato arquitectónico:** describe el itinerario de ruta de una forma o persona sobre el plano arquitectónico del área de trabajo.” (Vera L, 2015)

### **Distribución de la planta.**

“La distribución física tiene muchas consecuencias prácticas y estratégicas. Introducir modificaciones en la distribución puede afectar a la organización y el grado de eficiencia con el que satisface sus prioridades competitivas, al:

- Facilitar el flujo de materiales e información
- Acceder a la eficiencia en la utilización de mano de obra y el equipo,
- Brindar mayor comodidad al cliente e incrementar las ventas en las tiendas que venden al por menor,
- Reducir los peligros para los trabajadores,
- Mejorar el ánimo de los empleados, y
- Mejorar la comunicación.” (Carro P, 2013)

## **Estudio organizacional.**

### **La estructura organizativa**

La estructura de la organización es considerada como el conjunto de las unidades que la componen, así como las conexiones y relaciones que se establecen en ellas.

Para el estudio de la estructura de la organización se ha establecido las siguientes variables estructurales:

- Centralización. Forma en la que se halla distribuido el poder y la toma de decisiones.
- Complejidad organizativa. Dada la variedad de unidades en que se agrupa a los miembros de una organización, puede ser horizontal (distribución de funciones entre departamento y unidades), y vertical (distinción en función del rango de dichas funciones jerárquica).
- Formalización y estandarización. Por formalización se entiende el establecimiento de reglas y procedimientos. Por estandarización se entiende la regularización de procesos, métodos y resultados.” (Garcia M, 2013)



## **Organización Legal**

“Es aquella que proporciona la estructura jurídica indispensable para que cualquier organismo social pueda ser administrado”.

### **Requisitos para constituirse en una compañía**

- Ir al portal de Superintendencia de Compañías del Ecuador.
- Seleccionar la opción “Portal de Constitución electrónica de Compañías
- Reserva de denominación
- Datos adicionales.
- Integración de capital.
- Representante legal.
- Documentos a adjuntar.
- Servicios notariales.
- Aceptación de trámite.” (Rivera, 2015)

### **Organización Administrativa**

“La organización de una empresa (organización empresarial) es una función administrativa que comprende la organización, estructuración e integración de las unidades orgánicas y los recursos (materiales, financieros, humanos y tecnológicos) de una empresa, así como el establecimiento de sus atribuciones y las relaciones entre estos.” (Rivera , 2015)

## Organigramas

“Es un instrumento que indica los aspectos más importantes de una estructura de organización, incluyendo las principales funciones y relaciones de cada empleado. Representa gráficamente la estructura organizativa de la empresa: la división de departamentos, los niveles jerárquicos, los canales formales de comunicación. Los niveles de autoridad y responsabilidad.” (Del Arco Eva & Vázquez B., 2013)

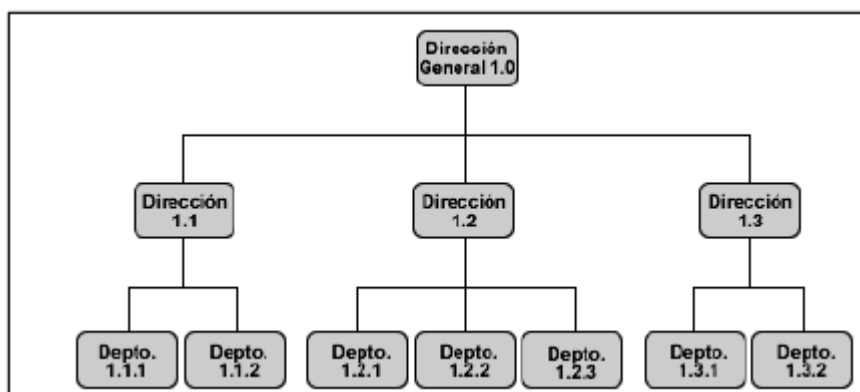
### Clases de organigramas

“Los organigramas por su contenido se dividen en tres:

**Integrales:** Este organigrama representa toda la estructura de la organización pero relacionan la jerarquía entre los departamentos así como también la dependencia que existe entre ellos.

**Gráfico N°.1**

### Organigrama estructural

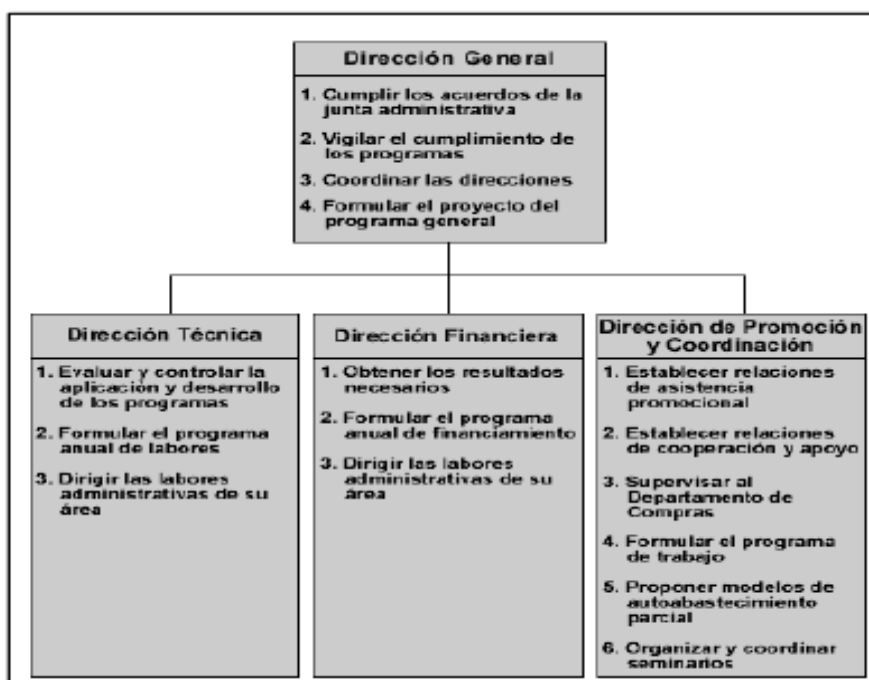


Fuente y elaboración: (Vásquez R., 2012)

**Funcionales:** Esta estructura gráfica resalta las principales funciones que tienen a cargo los diferentes departamentos. En la figura 4 se muestra un ejemplo de este tipo de organigrama.

**Gráfico N°.2**

**Organigrama funcional**



Fuente y elaboración: (Vásquez R., 2012)

**De puestos:** Organigrama de gran importancia en el área de recursos humanos debido a que aparecen los nombres de las personas que integran cada área y el número de personas que ahí, es útil porque es fácil determinar en qué nivel se encuentran las personas y a donde pueden ascender o ser movidas de puesto da una visión más general de los niveles y dependencias entre el personal. En la figura 5 se muestra en ejemplo.

**Gráfico N°.3**  
**Organigrama posicional**



Fuente y elaboración: (Vásquez R., 2012)

### Niveles Jerárquicos

“Niveles jerárquicos son el conjunto de órganos agrupados de acuerdo con el grado de autoridad y responsabilidad” (Pensamiento colectivo organizacional, 2012).

### Manual de funciones

“El manual de funciones o de puestos es un documento donde se describen todos los puestos de la organización. En él se recopilan los descriptivos de puestos de todas las posiciones que integran, usualmente compilados por áreas o familias de puestos. Al elaborar el manual de puestos, es posible visualizar de manera conjunta todas las posiciones y su interrelación.” (Alles, 2012)

### **Hoja de descriptivo de funciones**

“Este documento hace referencia a la desagregación del cargo en todos sus componentes; que hace el ocupante, cómo, cuándo, dónde lo hace, en qué condiciones y porqué. Además se muestra a través de éste documento escrito el contenido, tareas o cometidos, las responsabilidades, los deberes, las relaciones internas y externas, el nivel de autonomía, la jerarquía, la dependencia, la ubicación dentro de la estructura organizacional, entre otros.”  
(Torres L., 2014)

### **Estudio Financiero**

“Es aquel que tiene por objetivo determinar, por medio de indicadores financieros, la rentabilidad del proyecto, para lo cual es necesario estima en detalle, los ingresos, así como los costos de inversión inicial y los costos de operación del proyecto” (Fernández E., 2011)

### **Presupuestos**

“El presupuesto es una herramienta importante de la planificación, siendo una expresión cuantitativa de un plan de acción propuesto por la gerencia, y ayuda a la coordinación cuando esta es necesaria para la ejecución de un plan.”  
(Horngren, Datar, & Raja, 2012)

## **Inversión**

“Se entiende por inversión a la adquisición de bienes de activo que van a ser utilizados en el proceso productivo y su consumo va a ser fragmentado y diferido, dando lugar a diferentes magnitudes de coste en la medida en que dichos factores se vayan consumiendo a lo largo del tiempo. La inversión incluye, además del importe facturado por el vendedor, todos los gastos adicionales que se produzcan hasta su puesta en condiciones de funcionamiento del activo y correspondan a cualquier tipo de financiación ajena destinada a financiar dicha adquisición” (Garcia M, 2013)

“**Activo Fijo:** activos permanentes que únicamente son necesarios para llevar a cabo el giro habitual de una empresa. Están constituidos generalmente por maquinaria y equipo, edificios, terrenos, etc. Son bienes duraderos empleados en la producción de mercancías y en la prestación de servicios. Estos pueden ser: de consumo, de trabajo, de inversiones permanentes legales y económicas.

## **Depreciación**

Término contable que denota la disminución en el valor de un activo fijo tangible debido al deterioro físico o desgaste natural; el propio tiempo desgasta gradualmente un bien capital, independientemente de que se utilice o no; y las mejoras en la técnica pueden reducir el valor de las existentes al quedar esas obsoletas. (Blas J., 2014)

**Activo Diferido:** Constituye una parte de los gastos que es aplicable a ejercicios o períodos posteriores a la fecha de un balance general. Se les conoce como cargos diferidos o gastos diferidos.

### **Amortización**

“La amortización es una distribución sistemática del importe amortizable de un activo no corriente a lo largo de la vida útil, no es manera de acumular dinero para recuperar el inmovilizado cuando ésta ya sea útil, aunque indistintamente ayude a ello.” (Blas J., 2014)

**Activo circulante:** Es el conjunto de cuentas de los activos de una empresa que se anticipan su conversión en efectivo en un plazo menor a un año. Están constituidos generalmente por caja, bancos, cuentas por cobrar, inventarios, etc.” (Blas J., 2014)

### **Costos**

“El costo se la puede definir como la cantidad consumida de insumos, valoradas en unidades monetarias, necesarias para llevar a cabo el proceso productivo de la empresa.” (Escribano R., Fuentes M, & Alcaraz C., 2014)

### **Costo fijo**

“Los costos fijos son aquellos cuya cuantía es independiente del volumen de producción. Dentro de estos están considerado los gastos de nómina de empleados (en su componente de salario fijo), seguros, alquileres, costes de

puesta en marcha de la maquinaria, etc., que se mantienen invariables independientemente del volumen de producción. (Escribano R., Fuentes M, & Alcaraz C., 2014)

### **Costo variable**

Son aquellos que varían claramente con el nivel de producción, como son el consumo de materia prima, de luz, materiales auxiliares, parte de los sueldos en forma de primas a la productividad, etc. (Escribano R., Fuentes M, & Alcaraz C., 2014)

### **Contribución marginal**

**Concepto:** “Se llama Margen de Contribución porque muestra como contribuyen los precios de los productos o servicios a cubrir los costos fijos y a generar utilidad, que es la finalidad que persigue toda empresa”. (Breitner Leslie k. 2016)

La Contribución Marginal es la diferencia entre el Precio de Venta y el Costo Variable Unitario.

**Contribución Marginal = Precio de Venta-Costo Variable Unitario**

## **ESTADOS FINANCIEROS PROFORMA**

Para evaluar la situación financiera futura del proyecto se requiere construir los siguientes estados financieros.



## **Estado de pérdidas y ganancias**

“Informa sobre las ganancias o pérdidas de una empresa durante un periodo determinado, reflejando las fuentes de ingreso y los gastos asociados a los mismos”. (Breitner Leslie k. 2016)

La finalidad del análisis del estado de resultados o pérdidas y ganancias es calcular la utilidad neta y los flujos netos de efectivo del proyecto, que son, en forma general, el beneficio real de la operación de la planta y que se obtiene restando a los ingresos todos los costos en que incurren en la planta y los impuestos que debe pagar.

**Ingresos:** están conformados por el resultado de las ventas u otros ingresos.

$$IT = \text{Productos fabricados} \times \text{precio de venta}$$

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

## **Punto de equilibrio**

“El punto de equilibrio es aquella cantidad de producción vendida a la cual los ingresos totales son iguales a los costos totales, es decir, la cantidad de producción vendida queda como resultado \$0 de utilidad (Horngren, Datar, & Raja, 2012)

## **Flujo de efectivo**

“Este tipo de estado financiero es del tipo contable básico, el cual informa sobre los movimientos de efectivo y sus equivalentes a partir de tres categorías o principios fundamentales: actividades operativas, de inversión y financiamiento.” (Ekhine, 2016)

## **Evaluación Financiera**

“Se podría definir de manera concisa como el análisis económico-financiero que se realiza a fin de determinar si la inversión en determinados activos reales (proyecto) creará valor para los accionistas bajo un escenario esperado.” (Aquirre, 2013)

## **VALOR ACTUAL NETO (Van)**

“El método del Valor Actual Neto (VAN), se obtiene como la suma de todos los movimientos de fondos actualizados al origen de cálculo de la inversión mediante una tasa de descuento que exprese la rentabilidad mínima exigida por la empresa a sus inversiones.

Para aceptar una inversión su VAN ha de ser positivo, es decir, los fondos generados actualizados han de ser superiores (al menos iguales) a los fondos absorbidos por la inversión, también actualizados. El VAN se calcula con la función de Excel = VNA (tasa; rango de datos cuya fórmula es:

$$\text{VANP} = \sum \text{VAN} - \text{Inversión inicial} \text{ (Pérez Juan, 2013)}$$

## TASA INTERNA DE RENTABILIDAD (Tir)

“La tasa interna de rentabilidad expresa el tipo de interés compuesto que genera la inversión, durante toda su vida, es decir, es el rendimiento en porcentaje anual obtenido sobre el capital invertido.

Su cálculo consiste en determinar el tipo de interés que anula el sumatorio del movimiento de fondos, desde el año 1 al n, actualizando al momento en que tiene lugar el primer desembolso. La fórmula será:

$$TIR = T_m + DT \frac{VAN \text{ Menor}}{VAN \text{ Menor} - VAN \text{ Mayor}}$$

En donde:

TIR	=	Tasa Interna de Retorno
T <sub>m</sub>	=	Tasa Menor o VAN Menor
DT	=	Diferencia de TIR (Blas J., 2014).

## RELACIÓN BENEFICIO COSTO (B/C)

Es una herramienta financiera que mide la relación entre los costos y beneficios asociados a un proyecto de inversión con el fin de evaluar su rentabilidad, entendiéndose por proyecto de inversión que se pueden hacer en un negocio en marcha, tales como el desarrollo de un nuevo producto o al adquisición de una nueva maquinaria” (Blas J., 2014).

“Para calcular la relación (B/C), primero se halla la suma de los beneficios descontados, traídos al presente, y se divide sobre la suma de los costes también descontados. Para una conclusión acerca de la viabilidad de un

proyecto, bajo este enfoque, se debe tener en cuenta la comparación de la relación B/C hallada en comparación con 1, así tenemos lo siguiente:

$$\text{Relación B / C} = \frac{\text{Ingresos Actualizados}}{\text{Costos Actualizados}} - 1$$

- B/C > 1 indica que los beneficios superan los costes, por consiguiente el proyecto debe ser considerado.
- B/C=1 Aquí no hay ganancias, pues los beneficios son iguales a los costes.
- B/C < 1, muestra que los costes son mayores que los beneficios, no se debe considerar.” (Ucañán Leyton, 2015)

## **PERÍODO DE RECUPERACIÓN**

“El periodo de recuperación es aquel que mide el tiempo que ha de transcurrir para que los fondos generados o ingresos igualen a los fondos absorbidos o desembolsos. Estima, pues, el tiempo necesario para recuperar la inversión. Para calcular éste indicador, hay que definir como origen temporal el del primer desembolso y aplicar las dos siguientes fases:

- Calcular el flujo de fondos de cada período, actualizado al origen de la inversión.
- Sumar el movimiento de fondos de cada año hasta que los fondos generados iguales a los absorbidos.

El PR es más una medida del riesgo y de la liquidez que la rentabilidad, puesto que no contempla toda la vida del proyecto y se limita a estimar cuando se recuperará la inversión realizada. Su aplicación, en la evaluación y selección de inversiones, exige definir un período de recuperación máximo que actúa como criterio limitador. Por ello siempre se debe utilizar como complemento a otros indicadores económicos.

$$\text{PRC} = \text{Año que sup. Inv.} + \frac{\text{Inv.} - \sum \text{de primeros flujos}}{\text{Flujo del año que supera la inversión}}$$

(Pérez Juan, 2013)

## ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD

“Es un método que permite dentro de lo posible, estimar el impacto de las variaciones de los factores más importantes en las utilidades y consecuentemente, en la tasa interna de rendimiento en forma tal que podamos conocer el impacto en dicha tasa de una variación en ventas”

- “Si el coeficiente de sensibilidad es > que 1, el proyecto es sensible.
- Si el coeficiente de sensibilidad es = a 1 el proyecto es indiferente.
- Si el coeficiente es < que 1, el proyecto no es sensible.

## FÓRMULAS.

$$\text{Diferencia de TIR} = \text{TIR del proyecto} - \text{Nueva TIR}$$

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

$$\text{Sensibilidad} = \frac{\% \text{ variación}}{\text{Nueva TIR}} \text{ (Blas J., 2014).}$$

## **e. MATERIALES Y MÉTODOS**

### **MATERIALES**

Entre los materiales que se utilizó antes y durante el desarrollo del presente trabajo, se mencionan a los siguientes:

- 1 Equipo de computación
- 1 Impresora Canon
- 1 Celular Nokia
- 1 Flash Memory
- Suministros de oficina
- Impresiones
- Copias
- Internet
- Libros

### **MÉTODOS**

#### **MÉTODO DEDUCTIVO**

“El método deductivo de investigación permite inferir nuevos conocimientos o leyes aún no conocidas. Este método consiste en inducir una ley y luego deducir nuevas hipótesis como consecuencia de otras más generales. (Carvajal, 2013)

Se utilizó este método para analizar los conceptos teóricos relacionados con la realización del presente proyecto de factibilidad aplicándolos en el desarrollo de los estudios de mercado, técnico, organizativo, económico y financiero, los mismos que permitieron determinar la factibilidad de crear una agencia de Viajes en Chaguarpamba, provincia de Loja.

### **MÉTODO INDUCTIVO**

“El método deductivo se obtiene a partir de generalizaciones, que son leyes o premisas, las conclusiones se extraen por medio de inferencias de cada uno de los casos particulares” (Navarro T., 2014)

Se utilizó este método porque en base a las particularidades encontradas en el desarrollo del proyecto de inversión para la creación de una Agencia de Viajes en Chaguarpamba, ayudaron a generar conclusiones y recomendaciones.

### **MÉTODO ANALÍTICO - SINTÉTICO**

“Estudia los hechos, partiendo de la descomposición del objeto de estudio en cada una de sus partes para estudiarlas en forma individual (análisis) y luego se integran dichas partes para estudiarlas de manera holística e integral (síntesis).” (Jimenez S., Alamilla T., 2016)

Se utilizó para analizar la información y se pudo establecer la realidad actual de la problemática, y posteriormente se sintetizó en la aplicación de los estudios



de mercado, técnico, administrativo y financiero del proyecto de inversión, estableciendo las conclusiones y recomendaciones pertinentes, a través del análisis y síntesis de los datos que se obtuvo.

## **MÉTODO ESTADÍSTICO**

El método estadístico es aquel que “utiliza la estadística como ciencia que proporciona las herramientas necesarias para el estudio empírico de los fenómenos sociales” (Alea, & 2014)

Se utilizó en la determinación de la población objeto de estudio y en el cálculo de la muestra, así como en la tabulación y análisis de la información obtenida en la investigación de campo, a través de sus diferentes técnicas, que fue presentada a través de cuadros y gráficos estadísticos.

## **TÈCNICAS**

### **Encuesta:**

“La encuesta. A través de este método se obtiene información de los grupos que se estudian. Ellos mismos proporcionan la información sobre sus actitudes, opiniones, sugerencias, etc.” (Martínez, 2014)

La presente técnica se la aplicó a turistas nacionales y extranjeros que visitan la provincia de Loja, de acuerdo a los datos proporcionados por el (Ministerio de Turismo - Loja), 12.665,82 turistas durante el año 2016 y con un índice de crecimiento proporcional anual del 2,65%

**Entrevista:**

“La entrevista es una técnica personal que permite la recolección de la información en profundidad donde el informante expresa o comparte oralmente y por medio de una relación interpersonal con el investigador su saber (opiniones, creencias, sentimientos, puntos de vista y actitudes) respecto de un tema o hecho. Lo más importante en esta técnica es particularmente la forma de hacer las preguntas.” (Martínez, 2014)

Para determinar la oferta se aplicó entrevistas a 1 Agencia de Viaje de Chaguarpamba, con la finalidad de establecer el segmento que cubren dicha agencia.

**Proyección de la población**

$$pn = pa(1 + i)^n$$

**En donde:**

**Pn=** crecimiento de poblacional turística

**Pa=** población actual de turistas

**n=** número de años

**i=** índice de crecimiento

$$pn = pa(1 + i)^n$$

$$Pn = 12640,46$$

**Tabla N°. 1 Proyección de turistas**

<b>Año</b>	<b>Demanda proyectada</b>
2014	12640,46
2015	12653,14
<b>2016</b>	<b>12665,82</b>
2017	12678,50
2018	12691,17
2019	12703,85
2020	12716,53
2021	12729,21
2022	12741,89
2023	12754,57
2024	12767,60
2025	12780,28
2026	12792,96

**Fuente:** Ministerio de turismo – Loja - 2016

**Elaboración:** El autor

### Tamaño De La Muestra

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

**En donde:**

**N=** Población total

**e =** Margen de error (5%)

$$n = \frac{12665,82}{1 + (12665,82 * 0.05^2)}$$

$$n = \frac{12665,82}{32,66} = 387,80 = 388$$

**n = 388 encuestas**

## f. RESULTADOS

En el presente apartado se presenta la información obtenida a partir de la aplicación de la encuesta a turistas

### Pregunta N° 1

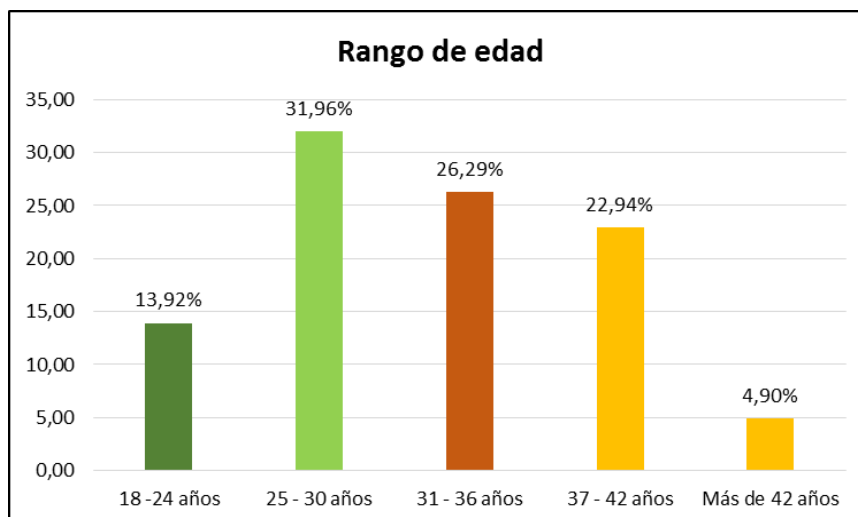
¿Rango de edad?

**Cuadro N° 1**  
**Rango de edad**

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
18 -24 años	54	13,92
25 - 30 años	124	31,96
31 - 36 años	102	26,29
37 - 42 años	89	22,94
Más de 42 años	19	4,90
<b>TOTAL</b>	<b>388</b>	<b>100,00</b>

**Fuente:** Encuesta aplicada a turistas que acuden a Chaguarpamba

**Elaboración:** El autor



**ANÁLISIS:** de acuerdo a la información proporcionada por los turistas el 31,96% corresponden al rango de edad de 25 a 30 años; el 26,29% al rango de 31 a 36 años; el 22,94% al rango de 37 a 42 años; el 13,92% al rango de 18 a 24 años y finalmente el 4,90% a más de 42 años.

## Pregunta N° 2

¿Género de los turistas?

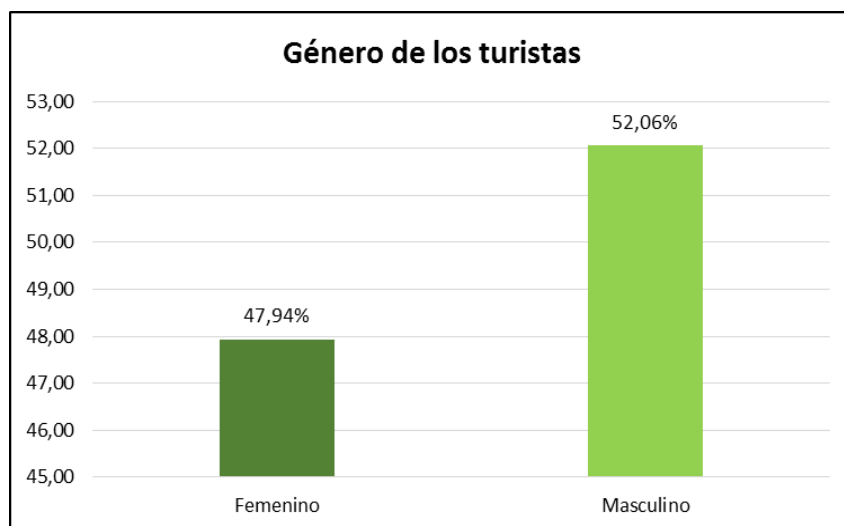
**Cuadro N° 2**

### Género de los turistas

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Femenino	186	47,94
Masculino	202	52,06
<b>TOTAL</b>	<b>388</b>	<b>100,00</b>

**Fuente:** Encuesta aplicada a turistas que acuden a Chaguarpamba  
**Elaboración:** El autor

**Gráfico N° 2**



**ANÁLISIS:** un 52,06% de la población de turista que acuden a Loja son de género masculino, mientras que el 47,94% de turistas son del género femenino.

### Pregunta N° 3

¿Precedencia?

#### Cuadro N° 3

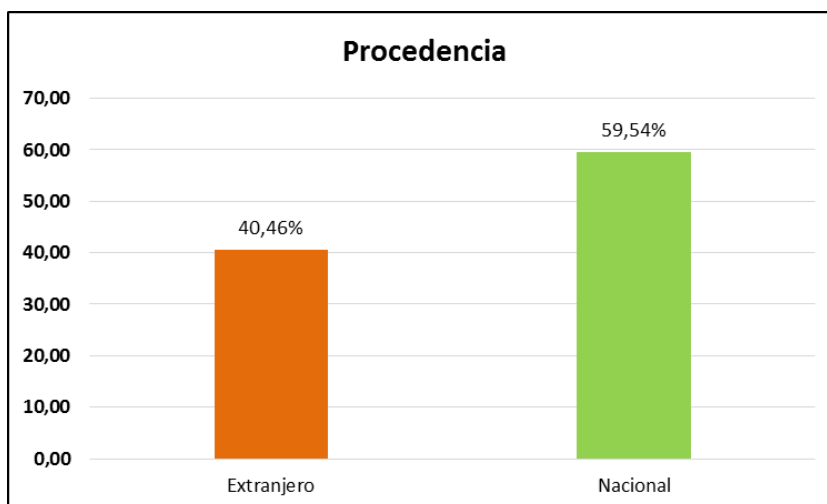
#### Precedencia

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Extranjero	157	40,46
Nacional	231	59,54
<b>TOTAL</b>	<b>388</b>	<b>100,00</b>

**Fuente:** Encuesta aplicada a turistas que acuden a Chaguarpamba

**Elaboración:** El autor

#### Gráfico N° 3



**ANÁLISIS:** En cuanto a la procedencia de los turistas el 59,54% son nacionales mientras que el 40,46% son extranjeros.

### Pregunta N° 4

¿Usted acude a las agencias de viajes a adquirir sus servicios?

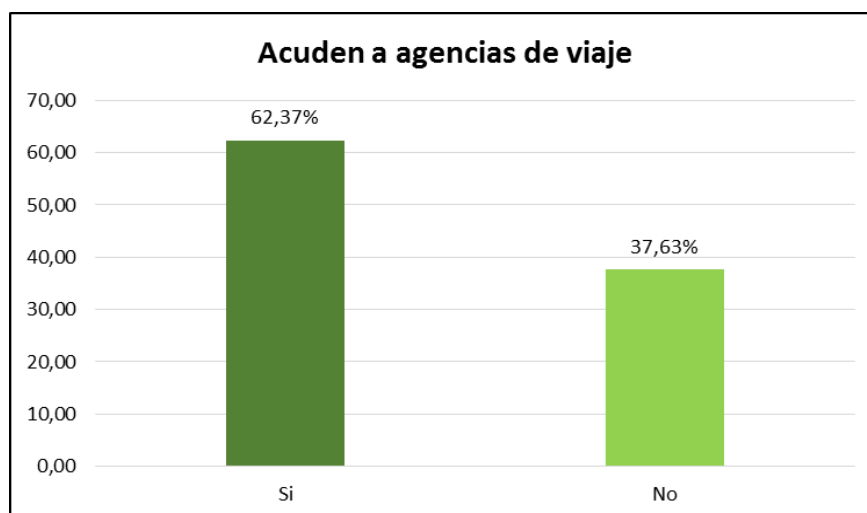
**Cuadro N° 4**

#### Acuden a agencias de viajes

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	242	62,37
No	146	37,63
<b>TOTAL</b>	<b>388</b>	<b>100,00</b>

**Fuente:** Encuesta aplicada a turistas que acuden a Chaguarpamba  
**Elaboración:** El autor

**Gráfico N° 4**



**ANÁLISIS:** El 62,37% de turistas encuestados responden que si acuden a agencias de viaje para adquirir sus servicios, mientras que el 37,63% dicen que no.

## Pregunta N° 5

### ¿Ocupación?

#### Cuadro N° 5

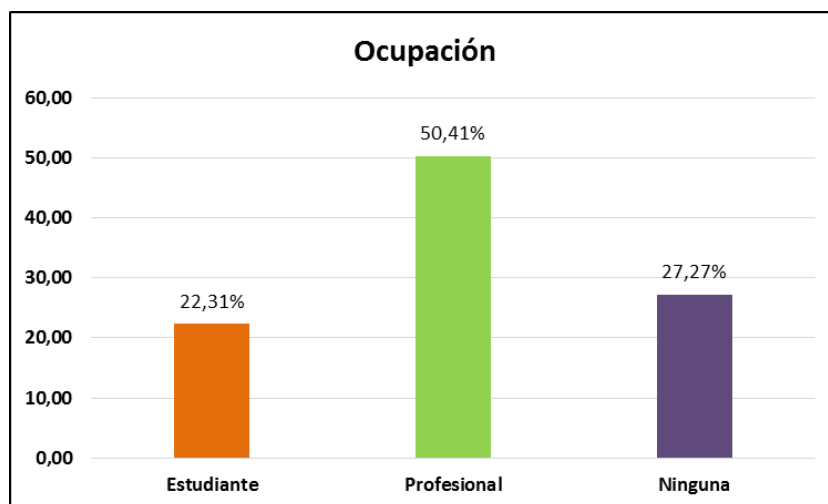
#### Ocupación

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Estudiante	54	22,31
Profesional	122	50,41
Ninguna	66	27,27
<b>TOTAL</b>	<b>242</b>	<b>100,00</b>

**Fuente:** Encuesta aplicada a turistas que acuden a Chaguarpamba

**Elaboración:** El autor

#### Gráfico N° 5



**ANÁLISIS:** de la información obtenida de los turistas el 50,41% son profesionales, el 27,27 no tienen ninguna ocupación porque ya son jubilados, y mientras el 22.31% son estudiantes.



## Pregunta N° 6

¿Cuántas veces sale usted de vacaciones al año?

**Cuadro N° 6**

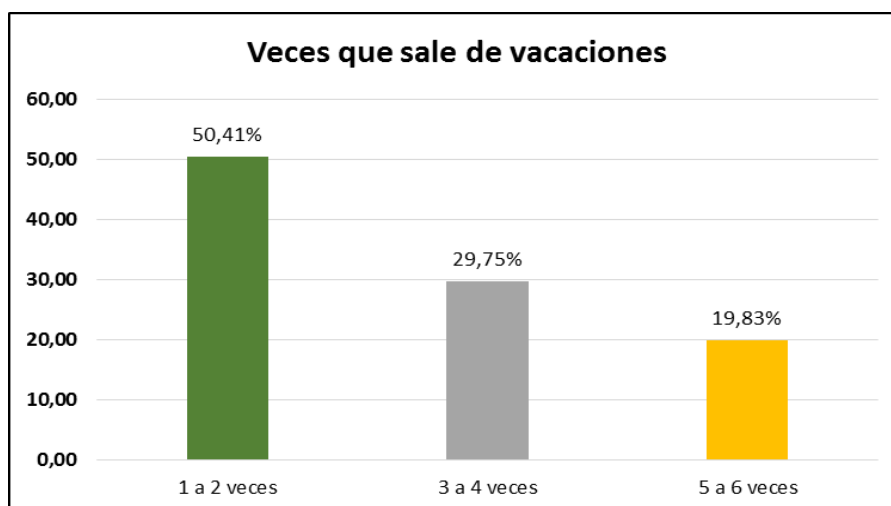
### Veces que sale de vacaciones

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1 a 2 veces	122	50,41
3 a 4 veces	72	29,75
5 a 6 veces	48	19,83
<b>TOTAL</b>	<b>242</b>	<b>100,00</b>

**Fuente:** Encuesta aplicada a turistas que acuden a Chaguarpamba

**Elaboración:** El autor

**Gráfico N° 6**



**ANÁLISIS:** El 50,41% de los turistas responden que salen de vacaciones 1 a 2 veces al año, el 29,75% 3 a 4 veces al año y el 19,83% 5 a 6 veces al año.

## Pregunta N° 7

¿Cuántos días toma de vacaciones?

**Cuadro N° 7**

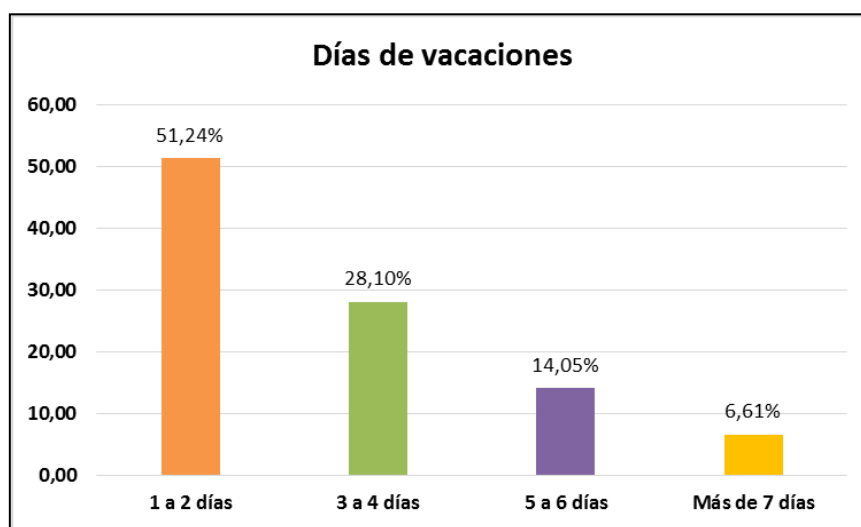
### Días de vacaciones

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1 a 2 días	124	51,24
3 a 4 días	68	28,10
5 a 6 días	34	14,05
Más de 7 días	16	6,61
<b>TOTAL</b>	<b>242</b>	<b>100,00</b>

**Fuente:** Encuesta aplicada a turistas que acuden a Chaguarpamba

**Elaboración:** El autor

**Gráfico N° 7**



**INTERPRETACIÓN:** En cuanto a los días de vacaciones el 51,24% están de 1 a 2 días; el 28,10% de 3 a 4 días, el 14,05% de 5 a 6 días, el 6,61% más de 7 días.

## Pregunta N° 8

¿Cuánto sale de viaje generalmente cuantas personas lo acompañan?

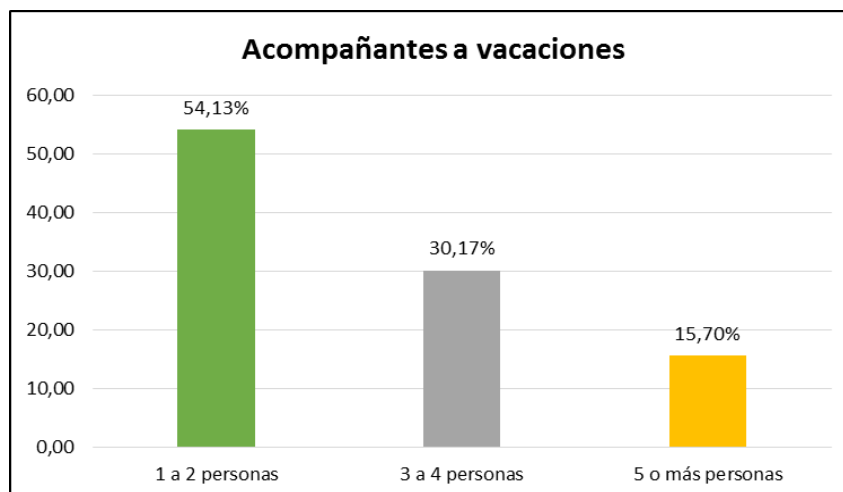
**Cuadro N° 8**

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1 a 2 personas	131	54,13
3 a 4 personas	73	30,17
5 o más personas	38	15,70
<b>TOTAL</b>	<b>242</b>	<b>100,00</b>

**Fuente:** Encuesta aplicada a turistas que acuden a Chaguarpamba

**Elaboración:** El autor

**Gráfico N° 8**



**INTERPRETACIÓN:** En cuanto a los acompañantes en las vacaciones el 54,13% dicen que son de 1 a 2; el 30,17% dicen que es de 3 a 4 personas; y el 15,70% dicen que de 5 o más acompañantes.

### Pregunta N° 9

¿Si se creara una Agencia de Viajes en Chaguarpamba usted si la utilizaría?

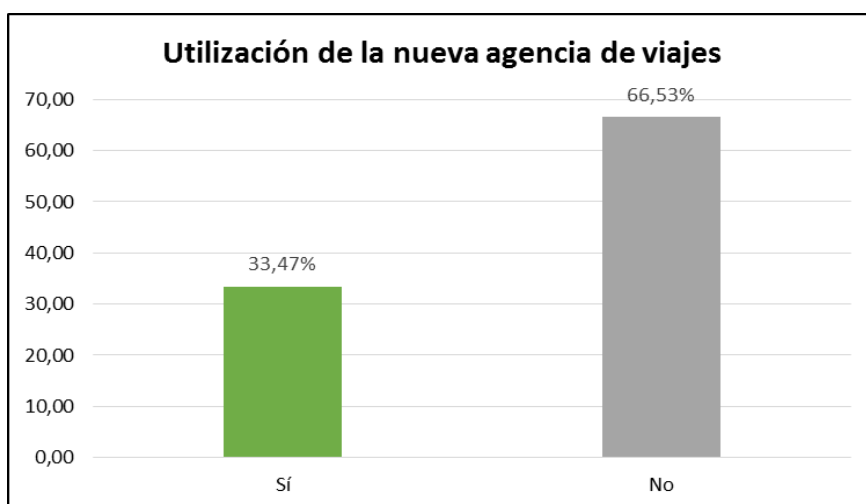
**Cuadro N° 9**

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Sí	81	33,47
No	161	66,53
<b>TOTAL</b>	<b>242</b>	<b>100,00</b>

**Fuente:** Encuesta aplicada a turistas que acuden a Chaguarpamba

**Elaboración:** El autor

**Gráfico N° 9**



**INTERPRETACIÓN:** En cuanto a los turistas que harían uso de la nueva Agencia de Viajes el 33,47% dicen que Sí, y el 66,53% dicen que no.

**Resultado de la entrevista al propietario de la Agencia de Viajes de  
Chaguarpamba**

**Empresa: "TITAN Express"**

**1. Datos Generales:**

Nombre: Francisco Balcázar Largo

Título Académico: Ingeniero comercial

Cargo: Gerente

**2. ¿Qué tipo de actividades realiza su Agencia de Viajes?**

Venta de boletos hacia el interior y exterior.

Venta de paquetes turísticos hacia Ecuador y otras partes del mundo.

**3. ¿Qué tipo de turistas atiende en su agencia?**

Nacionales un 70%

Extranjeros un 30%.

**4. ¿Su Agencia de Viajes ofrece paquetes turísticos dentro del cantón  
Chaguarpamba?**

La empresa no ofrece este tipo de paquetes turísticos, dentro del Cantón Chaguarpamba?

**5. ¿Qué porcentaje es el margen de utilidad en la venta de boletos y  
paquetes turísticos?**

El margen de utilidad oscila entre un 25% a un 30%.

**6. ¿Cuántos turistas promedio atiende diariamente?**

La empresa atiende de 4 a 5 turistas diarios?

**7. ¿Los turistas viene acompañados o solos?**

Acompañados en pareja un 70%.

Acompañados con sus familiares un 20%.

Acompañados de amigos un 10%

**8. ¿Edad promedio de los turistas?**

65% la edad oscila entre 35 a 45 años.

25% la edad oscila entre 46 y más años.

10% la edad oscila entre 34 y menos años.

**9. ¿Cada que tiempo regresan los turistas?**

Los turistas acuden un promedio de 2 veces por año.

## **Análisis Personal de la entrevista al gerente de la Agencia de Viajes “TITAN Express”**

De la información recabada en la entrevista al señor gerente de esta Agencia de Viajes se puede indicar lo siguiente: que en esta Agencia se expende boletos de viajes a los turistas, así como la venta de paquetes turísticos hacia otros lugares del Ecuador y del mundo, el mayor porcentaje de los turistas son nacionales en un 70% mientras que los extranjeros son un 30%, la edad de los turistas mayormente oscila entre 35 años y 45 años, los turistas en la mayoría vienen acompañados de su pareja, esta Agencia de viajes no promociona los diferentes atractivos turísticos del Cantón Chaguarpamba, los turistas regresan o acuden de vacaciones 2 veces por año, el margen de utilidad por la venta de boletos y paquetes turísticos oscila entre un 25% a 30%, la cantidad de turistas promedio que atiende la Agencia “TITAN Express” es de 4 turistas diarios.

.

## **g. DISCUSIÓN**

### **Estudio de mercado**

El estudio de mercado enmarcado dentro de las fases fundamentales para la puesta en marcha de un proyecto, cualquiera que fuese su giro o actividad, tienen como objetivo conocer la demanda existente de servicios de la agencia de viajes y por ende establecer la demanda insatisfecha.

Con las variables antes descritas, se obtiene elementos suficientes para elaborar el plan de comercialización.

### **Análisis de la demanda**

El análisis de la demanda consiste en determinar la cantidad de consumidores existentes, en el presente caso de usuarios de la agencia de viajes en la ciudad de Chaguarpamba, para lo cual se identifica en primer lugar la demanda potencial.

### **Demanda Potencial**

La base fundamental para el estudio de mercado es determinar el segmento de mercado al cual va ir dirigido el proyecto, que para la ciudad de Chaguarpamba ha sido considerado los turistas que van desde los 18 años hasta más de 46 años, lo cual significa una población de 12.666 turistas y con una tasa de



crecimiento turístico del 2,65% constituyéndose de esta manera el segmento de análisis.

### Cuadro N°.10 DEMANDA POTENCIAL

Año	Demanda proyectada
2014	12640,46
2015	12653,14
2016	12665,82
2017	12678,50
2018	12691,17
2019	12703,85
2020	12716,53
2021	12729,21
2022	12741,89
2023	12754,57
2024	12767,60
2025	12780,28
2026	12792,96

**Fuente:** Cuadro N°.1, Ministerio de Turismo  
(Índice de crecimiento turístico 2,65%)

**Elaboración:** El autor

### Demanda real

La demanda real ha sido calculada en base a la interrogante acerca de la adquisición del servicio de la agencia de viajes, de la cual se ha podido extraer que el 62,37% de la población si adquiere ése tipo de servicios.

Una vez obtenido el segmento de la población que realmente adquiere el diario, se procede a proyectar para 10 años que tendrá de vida útil el proyecto.

**Cuadro N°. 11 DEMANDA REAL**

<b>Año</b>	<b>Demanda proyectada</b>	<b>DEMANDA REAL 62,37%</b>
0	12665,82	7899,67
1	12678,5	7907,58
2	12691,17	7915,48
3	12703,85	7923,39
4	12716,53	7931,30
5	12729,21	7939,21
6	12741,89	7947,12
7	12754,57	7955,03
8	12767,6	7963,15
9	12780,28	7971,06
10	12792,96	7978,97

Fuente: Cuadro N°.1 y 4

Elaboración: El autor

### **Demanda efectiva**

Con respecto a la demanda efectiva, esta se ha determinado en base a la demanda real, lo cual significa que representa el nivel de aceptación de la población hacia el proyecto propuesto.

**Cuadro N°. 12 DEMANDA EFECTIVA**

<b>Año</b>	<b>Demanda proyectada</b>	<b>DEMANDA REAL 62,37%</b>	<b>DEMANDA EFECTIVA 33,47%</b>
0	12665,82	7899,67	2644,02
1	12678,5	7907,58	2646,67
2	12691,17	7915,48	2649,31
3	12703,85	7923,39	2651,96
4	12716,53	7931,30	2654,61
5	12729,21	7939,21	2657,25
6	12741,89	7947,12	2659,90
7	12754,57	7955,03	2662,55
8	12767,6	7963,15	2665,27
9	12780,28	7971,06	2667,91
10	12792,96	7978,97	2670,56

Fuente: Cuadro N°. 1, 4, 9, 11

Elaboración: El autor

Una vez establecida la demanda efectiva se procede a proyecta mediante el cálculo de uso Per cápita anual, para lo cual se toma de referencia los valores obtenidos en el cuadro N° 2 acerca del número de viaje de los turistas, luego de aplicada la fórmula para el cálculo del per cápita se multiplica por los 12 meses del año, teniendo así el un per cápita anual:

### Per Cápita

**Cuadro N°. 13 PER CÁPITA**

Opción	Xm	Frecuencia	F.(xm)
1 a 2	1,5	122	183
3 a 4	3,5	72	252
5 a 6	5,5	48	264
<b>TOTAL</b>	<b>10,5</b>	<b>242</b>	<b>699</b>

Fuente: Cuadro N°. 6

Elaboración: El autor

$$\bar{X} = \frac{\sum \text{per cápita anual}}{N}$$

N

$$\bar{X} = \frac{699}{242} = 2,88 \times 12 \text{ meses} = 34,66 \text{ anual}$$

**Cuadro N°. 14 PROYECCION DE LA DEMANDA**

AÑO	DEMANDA EFECTIVA
0	2644,02
1	2646,67
2	2649,31
3	2651,96
4	2654,61
5	2657,25
6	2659,9
7	2662,55
8	2665,27
9	2667,91
10	2670,56

Fuente: Cuadros N°.12 Y Cuadro N°.13

Elaboración: El autor

### **Análisis de la oferta**

Hoy en día la oferta de servicios de las Agencias de Viajes se ha vuelto competitiva, ya que existen en la ciudad de Chaguarpamba una sola Agencia de Viajes.

En lo que ocupa a la ciudad de Chaguarpamba; y, de acuerdo a la información proporcionada por el Gerentes de la Agencia de Viajes “Chaguarpamba Travel” se ha podido determinar que existe una oferta diaria de 4 turistas diarios, ahora este mismo valor se lo procede a multiplicar por los 22 días del mes obtenemos la cantidad de 88 turistas y luego se multiplica por los 12 meses del año, dando como resultado 1056 servicios anuales, como se lo representa en el siguiente cuadro.

**Cuadro N°.15 OFERTA**

<b>Agencia de Viaje</b>	<b>Mensual</b>	<b>Anual</b>
<b>“Chaguarpamba Travel”</b>	88	1.056,00
	88	1.056,00

**Fuente:** Entrevista medios de comunicación págs. 61 y 62

**Elaboración:** El autor

En el Departamento de Rentas del GAD Municipal de la ciudad de Chaguarpamaba, no se registra incremento alguno de empresas de Agencias de Viajes, ya que de acuerdo al catastro vigente para los permisos de funcionamiento de dichos empresas. Por tal motivo se ha estimado el 1% de

incremento, dicho porcentaje responde al volumen de venta de servicios de Agencias de Viajes.

**Cuadro N°.16 PROYECCIÓN DE LA OFERTA**

AÑO	OFERTA
0	1.056,00
1	1.066,58
2	1.077,22
3	1.087,99
4	1.098,87
5	1.109,86
6	1.120,96
7	1.132,16
8	1.143,49
9	1.154,92
10	1.166,47

Fuente: Cuadro N°. 15  
Elaboración: El autor

### **Demanda Insatisfecha**

Para calcular la demanda insatisfecha, se ha tomado los datos provenientes de la demanda efectiva proyectada y los datos del cuadro de la oferta; con dicha información se ha procedido a establecer la diferencia entre estas dos variables, de lo cual resulta la demanda insatisfecha para el presente proyecto.

**Cuadro N°.17 DEMANDA INSATISFECHA**

AÑO	DEMANDA	OFERTA	DEMANDA INSATISFECHA
	2644,02	1056,00	1.588,02
1	2646,67	1066,58	1.580,09
2	2649,31	1077,22	1.572,09
3	2651,96	1087,99	1.563,97
4	2654,61	1098,87	1.555,74
5	2657,25	1109,86	1.547,39
6	2659,9	1120,96	1.538,94
7	2662,55	1132,16	1.530,39
8	2665,27	1143,49	1.521,78
9	2667,91	1154,92	1.512,99
10	2670,56	1166,47	1.504,09

Fuente: Cuadro N°.14 y cuadro N°.15  
Elaboración: El autor

## **Plan de comercialización**

Para el desarrollo del presente proyecto se hace necesario la aplicación de un plan de comercialización, el mismo que se encuentra estructurado de la siguiente manera:

### **PRODUCTO**

El producto que en este caso serán los servicios de la Agencia de Viajes, que está dirigido a todos los turistas tanto nacionales como extranjeros y a la ciudadanía de Chaguarpamba, en el cual se venderán boletos y paquetes turísticos.

### **Características de los servicios de la Agencia de Viajes**

Las características que poseerán estos servicios se enmarcaran sobre los siguientes aspectos.

- Rapidez
- Responsabilidad.
- Eficacia
- Eficiencia
- Ética
- Contactos y convenios con operadoras turísticas a nivel nacional y mundial.
  - Se lo podrá adquirir a través de las oficinas en la ciudad de Chaguarpamba o vía internet.

Gráfico N°.10 Logotipo



**“CHAGUARPAMBA TRAVEL”**

*Chaguarpamba – Loja – Ecuador*  
[www.chaguarpambatravel@gmail.com](mailto:www.chaguarpambatravel@gmail.com)  
Teléfonos: 0995677834 - 072586164

Elaboración: El autor

### Slogan

***AGENCIA DE VIAJES “CHAGUARPAMBA TRAVEL”***

***Seguridad y confianza en sus viajes de vacaciones***

### PRECIO

El precio referencial de los servicios de la Agencia de Viajes guardará relación con la realidad del país, tomando en cuenta que la ciudad de Chaguarpamba solo cuenta con una Agencia de Viajes, que tienen su posicionamiento dentro

del mercado, el costo considerara una utilidad en los servicios del 30% del Total. De acuerdo con los datos de la pregunta N° 5 de la entrevista pág. 61.

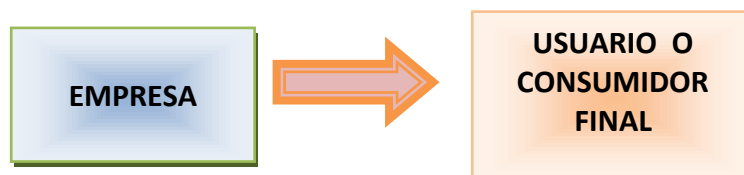
## **PLAZA**

El sistema de comercialización que utilizara La Agencia de Viajes “Chaguarpamba Travel”. Estará enmarcado en las oficinas de La Agencia en Chaguarpamba o mediante el internet.

En cuanto a los canales de distribución que se emplearán para la comercialización de éstos servicios de la Agencia de Viajes, se ha considerado dos tipos de canales, como se indica en el siguiente gráfico

**Gráfico N°.11 Canales de Distribución**

### **Gráfico**



## **PROMOCIÓN**

Para la difusión de nuestra empresa se lo realizará utilizando plataformas informáticas, se hará el impulso mediante visitas a los diferentes locales comerciales de nuestra ciudad, haciéndoles conocer una nueva alternativa de Agencia de Viajes.



## **ESTUDIO DE TÉCNICO**

Para poder desarrollar todas las actividades relacionadas al ámbito de la nueva empresa, que para el presente caso se requiere de abrir una Agencia de de Viajes en la ciudad de Chaguarpamba, se debe cumplir con algunos aspectos y requerimiento que el estudio técnico así lo exige, y por ello dicho estudio requiere de información secuencial del estudio de mercado, el mismo que en esta instancia es importante para poder realizar o especificar todo lo concerniente al tamaño y localización del proyecto, así como la ingeniería del mismo.

### **Tamaño y localización del proyecto**

#### **Tamaño**

Para determinar el tamaño de éste proyecto vinculado a las agencias de Viajes se ha considerado en primer lugar la demanda insatisfecha, la capacidad del componente tecnológico durante le vida útil del presente proyecto que será de 10 años, a más de ello se ha tomado en cuenta la competencia existente en la ciudad de Chaguarpamba.

#### **Capacidad instalada**

La capacidad instalada para la puesta en marcha del presente proyecto está determinada por la capacidad del componente tecnológico, para el presente

caso se trata de una impresora, cuya función realizar los contactos telefónicos con operadoras de turismo o Agencias de Viaje Mucho más grandes, luego imprimir y otorgar los boletos o comprobantes de los paquetes turísticos despachados, el resultado de éste proceso.

La tecnología que se empleara es la más desarrollada logrando atender a un usuario en una hora. Así mismo se debe indicar que la empresa trabajará las 8 horas del día; esto representa para la empresa 5 usuarios diarios, por 5 días nos arroja 25 usuarios semanales, multiplicados por 52 tendremos 1300 servicios al año.

**Cuadro N°.18 Capacidad Instalada**

<b>Año</b>	<b>Demanda insatisfecha</b>	<b>Capacidad instalada</b>	<b>Porcentaje de participación</b>
0	1.588,02	1.300,00	81,86%
1	1.580,09	1.300,00	82,27%
2	1.572,09	1.300,00	82,69%
3	1.563,97	1.300,00	83,12%
4	1.555,74	1.300,00	83,56%
5	1.547,39	1.300,00	84,01%
6	1.538,94	1.300,00	84,47%
7	1.530,39	1.300,00	84,94%
8	1.521,78	1.300,00	85,43%
9	1.512,99	1.300,00	85,92%
10	1.504,09	1.300,00	86,43%

**Fuente:** Cuadro N°.16

**Elaborado:** El autor

## Capacidad utilizada

La capacidad utilizada se la calcula tomando en cuenta la jornada de trabajo de 8 horas, en la cual resulta una producción de 1300 servicios atendidos anualmente, a esto se debe indicar que por ser una empresa que va a iniciar su actividad operativa en la ciudad de Chaguarpamba y como parte introductoria en el mercado está iniciará con un 75% de su capacidad instalada, lo que representa 1560 usuarios anuales.

Como se demuestra a continuación en el cuadro no. 18 la capacidad utilizada en función a la capacidad instalada y la participación de esta empresa en el mercado de la ciudad de Chaguarpamba, cuyo porcentaje de participación es relativamente bajo (4,89%).

**Cuadro N°.19 Capacidad utilizada**

Año	Demanda insatisfecha	Capacidad instalada	% de capacidad utilizada	Capacidad utilizada	Participación real en mercado
1	1.580,09	1.300,00	75,00%	975	61,70%
2	1.572,09	1.300,00	75,00%	975	62,01%
3	1.563,97	1.300,00	80,00%	1040	66,49%
4	1.555,74	1.300,00	80,00%	1040	66,85%
5	1.547,39	1.300,00	85,00%	1105	71,41%
6	1.538,94	1.300,00	85,00%	1105	71,80%
7	1.530,39	1.300,00	90,00%	1170	76,45%
8	1.521,78	1.300,00	90,00%	1170	76,88%
9	1.512,99	1.300,00	95,00%	1235	81,62%
10	1.504,09	1.300,00	95,00%	1235	82,10%

**Fuente:** Cuadro N°.17 Y 18

**Elaboración:** El autor

## Localización del proyecto

Para que la localización del presente proyecto resulte favorable a ésta empresa Agencia de Viajes, se hace necesario el análisis de la macro localización, así como de la micro localización, en la cual se hace análisis de aspectos importantes que sean beneficios para la empresa.

## Macro localización

Con la finalidad de definir el área geográfica en donde se desarrollara el presente proyecto, se analizará el sitio más ventajoso para esta empresa, el mismo que está ubicado en la provincia de Loja y ciudad del mismo nombre.

**Gráfico N°. 12 Macro localización**



Fuente: <https://www.google.com.ec/maps/place/Loja/>

## Chaguarpamba

### “Límites:

Norte: Provincia de El Oro.

Sur: Olmedo y Paltas.

Este: Catamayo.

Oeste: Paltas y la provincia del Oro.

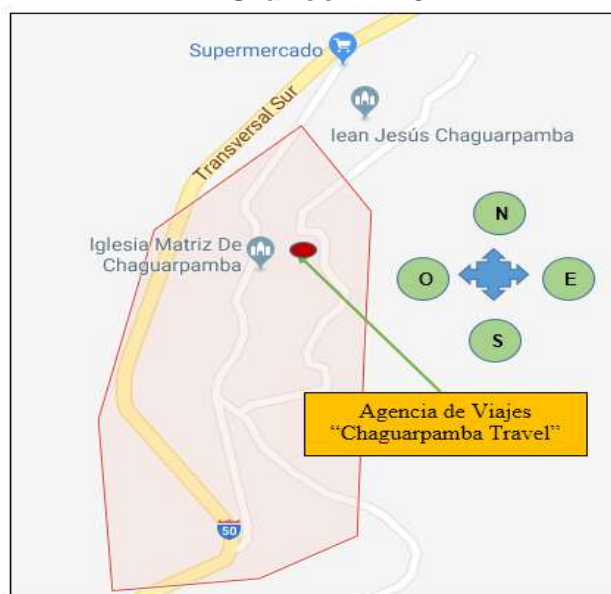
## Chaguarpamba

Chaguarpamba es un cantón de la Provincia de Loja en Ecuador, su población estimada es de 7.161 habitantes. El Alcalde actual es el Ingeniero Líder Moisés Córdova Robles. Su extensión territorial es 311.7 km<sup>2</sup>, con una altitud promedio de 1050 msn.

## Micro localización

La micro localización de la empresa Agencia de viajes Chaguarpamba Travel, se ha realizado en base a un análisis de los factores determinan el sitio óptimo para el desempeño de las actividades diarias que son de gran ayuda para la elección de la mejor ubicación para la misma.

Gráfico N° 13



Fuente: <https://www.google.com.ec/maps/place/Loja/>

Una vez que se ha realizado un sondeo, análisis de factores localizacionales y ponderación de la posible ubicación de las instalaciones para el funcionamiento de la empresa Agencia de Viajes Chaguarpamba Travel, se ha determinado que será ubicado en la parte céntrica de la ciudad de Chaguarpamba junto a la iglesia Matriz de la ciudad.

### Cuadro N°.20 Matriz de localización

<b>IDEA DE NEGOCIO / PROYECTO:</b> AGENCIA DE VIAJES CHAGUARPAMBA TRAVEL							
<b>PARROQUIA / CANTÓN / CIUDAD:</b> CHAGUARPAMBA							
<b>MICROLOCALIZACIÓN:</b>							
<b>a. opción</b>	Centro: Junto a la iglesia Matriz						
<b>b. opción</b>	Sur: A la entrada a Chaguarpamba						
<b>c. opción</b>	Norte: A La Salida de Chaguarpamba						
<b>MICROLOCALIZACIÓN</b>							
<b>ELEMENTO</b>	<b>P (%)</b>	<b>A</b>	<b>p</b>	<b>B</b>	<b>p</b>	<b>C</b>	<b>P</b>
<b>1) Acceso a mercados</b>	20	10	20,00	8	16,00	7	14,00
<b>2) Disponibilidad de:</b>							
a) M.O. calificada	15	10	15,00	10	15,00	10	15,00
b) M.O. No calificada	10	10	10,00	10	10,00	10	10,00
<b>4) Transporte:</b>	10	10	10,00	9	10,00	8	8,00
<b>5) Servicios básicos</b>	10	10	10,00	10	10,00	10	10,00
<b>6) Servicios de Seguridad</b>	10	9	9,00	8	9,00	8	8,00
<b>7) Disponibilidad de materias primas</b>	15	9	13,50	7	10,50	7	10,50
<b>8) Disponibilidad de instalaciones:</b>	10	9	9,00	7	9,00	7	7,00
<b>TOTAL</b>	<b>100</b>		<b>96,50</b>		<b>89,50</b>		<b>82,5</b>

**Fuente:** Sondeo locales de la ciudad de Chaguarpamba

**Elaboración:** El autor

### Factores de localización

#### ➤ Proximidad al Mercado objetivo

Este factor hace referencia a la cercanía que la empresa tiene con respecto al mercado que pretende cubrir con la venta de servicios de Agencia de Viajes.

➤ **Disponibilidad de mano de obra**

La disponibilidad de mano de obra tanto calificada como no calificada, resulta para la empresa un aspecto del cual no se preocupar ya que en nuestra ciudad existe oferta de trabajo en todas las profesiones especialmente, en las áreas o especialidades que esta empresa requiere.

➤ **Transporte**

Nuestra ciudad por excelencia se encuentra servida de medios de transporte que facilitan el traslado de las personas, además que por medio de sus vías se puede acceder a cualquier punto de nuestra ciudad.

➤ **Servicios básicos**

En cuanto a los servicios básicos, hoy en día la ciudad cuenta con un sistema integrado de servicios básicos que para la empresa resulta muy beneficioso, ya que su actividad depende de estos.

➤ **Servicio de Seguridad**

El sector en el cual se ubicará la empresa cuenta con la vigilancia necesaria, para precautelar los bienes materiales, tanto de la empresa como la de los demás negocios que se ubican en el sector.

➤ **Disponibilidad de Materias Primas**

La accesibilidad a las materias primas por parte de la empresa, es un factor importante, ya que de ella dependerá el abastecimiento de estos para que la empresa pueda desarrollar su actividad de servicios.

➤ **Disponibilidad de instalaciones.**

Al momento de realizar el análisis de localización de la empresa existen múltiples locales a disposición, escogiendo el sitio más estratégico para el funcionamiento de la misma, tomando en cuenta el área disponible en cada uno de los locales.

## **INGENIERÍA DEL PROYECTO**

La ingeniería del proyecto está vinculada directamente con el proceso de atención del servicio de forma detallada y de forma gráfica, así mismo se hace contar la descripción de la maquinaria y equipos que se requieren para dicho proceso:

### **Descripción del proceso de servicio de la Agencia de Viajes Chaguarpamba Travel.**

Para el proceso de servicio de la Agencia de Viajes se requiere de una serie de fases básicas y fundamentales, en las cuales se describe actividades que conllevan a obtener un servicio que garantice la aceptación de los clientes y por lo tanto garantice a la empresa un reconocimiento por el tipo de servicios que pueda prestar.

A continuación se detalla dichas fases que se requiere para realizar el servicio a los usuarios en la Agencia de Viajes:

#### **- Atención a los usuarios**

La secretaria realiza la recepción a los clientes, les da la bienvenida y les hace sentar y ponerse cómodos.



**- Información a los usuarios**

Luego la secretaria les informa acerca de la venta de boletos o paquetes turísticos que requieran.

**- Contacto para la compra de boletos de viaje o paquetes turísticos**

En este punto los usuarios son atendidos por la cajera vendedora y procede a realizar el contacto con operadoras turísticas más grandes, para poder atender el servicio requerido por los usuarios.

**- Facturación y cobro**

Una vez que se han realizado la compra a las operadoras más grandes se procede a la facturación y cobro del servicio requerido.

**- Entrega de facturas y comprobantes de la compra**

En esta fase se entrega facturas y comprobantes del servicio adquirido a la agencia de viajes.

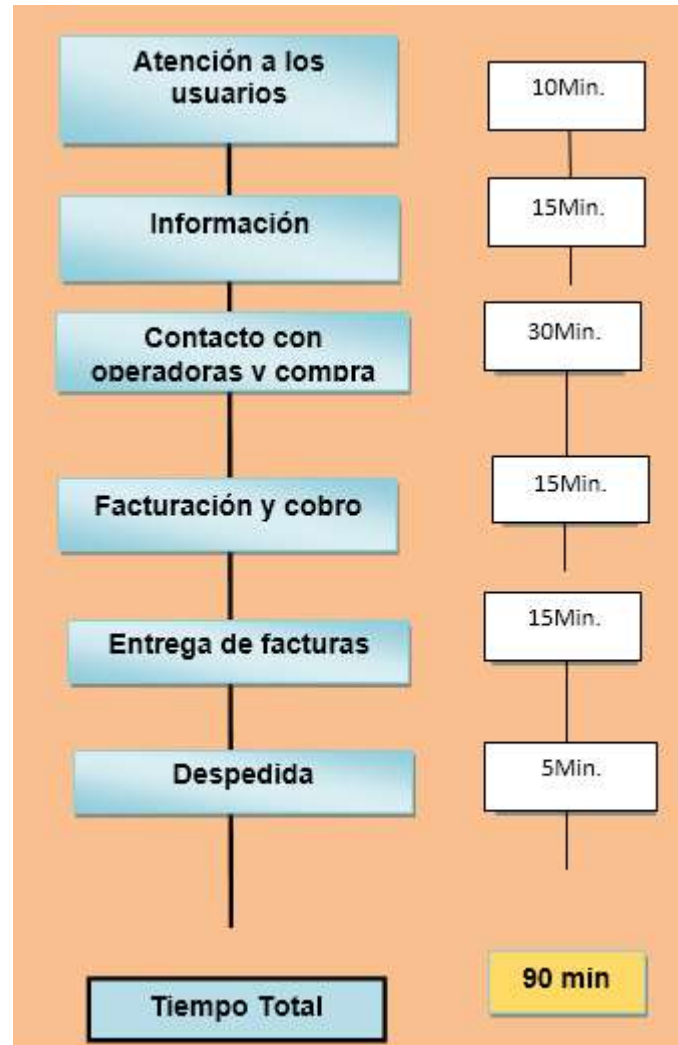
**- Despedida**

La secretaria realiza la despedida amablemente a los usuarios.

Gráfico N°. 14

## FLUJOGRAMA DE PROCESO DEL SERVICIO DE LA AGENCIA DE VIAJES

## CHAGUARPAMBA TRAVEL



Elaboración: El autor

**Diseño y distribución de planta**

De acuerdo a los requerimientos establecidos para el diseño de las instalaciones en donde funcionará la Agencia de Viajes Chaguarpamba Travel, y tomando en cuenta las instalaciones que se va arrendar, se lo ha establecido de la siguiente manera:

Gráfico N°.15 DISEÑO Y DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA



## PLANTA ARQUITECTÓNICA

Elaboración: El autor

## Descripción de maquinaria, equipos e insumos

Para la puesta en marcha del presente proyecto se ha considerado la siguiente maquinaria y equipo.

**Gráfico N°. 16 filmadora**



Fuente: [www. Google.com](http://www.Google.com)

- ✓ Sistema de Señal: NTSC 1080/60i, 30p, 24p.
- ✓ Dispositivo de imagen: 1/3" Clear Vid 3CMOS con Exmor TM Tecnología 1.2 Megapíxeles.
- ✓ Lente: 20x G-Lens 29.5 -590mm (equivalente 35mm) f/1 6-3.4 72mm filtro de rosca.
- ✓ Resolución Horizontal: 1080 líneas; Iluminación Mínima: 1.5 lux.
- ✓ Filtros Incorporados: 1/6, 1/32, 1/64.
- ✓ LCD: 3.2", 921.000 píxeles; Visor / Viewfinder: 0.45" color, 1.2 megapíxeles.
- ✓ Ranura para Tarjeta de Memoria: Memory Stick Duo.
- ✓ Rango de Velocidad del Obturador: 60i/30p: 1/4-1/10000, 24p: 1/3-1/10000.
- ✓ Formato de Cinta: HDV.
- ✓ Velocidad de Cinta: DV 18.8mm/s, HDV 18.8mm/s.

- ✓ Tiempo de Grabación Máxima: HDV 63min. ( con PHDVM-63DM cassette), DV 63min. (con PHDVM-63DM cassette).
- ✓ Formato de la Señal de Audio: HDV MPEG1 capa de audio II.
- ✓ Respuesta de Frecuencia de Audio: 20Hz a 20kHz.
- ✓ Conectores Input & Output: HDMI, FireWire/i.Link, Audífonos, Micrófono, LANC.
- ✓ Requisitos de Energía: Batería 7.2 VDC, AC adaptador 8.4VDC; Consumo de Energía: 6.5W.
- ✓ Dimensiones: (16.9 x 17.8 x 34.9cm); Peso: 4.6 lbs (2.1Kg).

#### **Requerimientos de muebles y enseres**

- ✓ Escritorios 5
- ✓ Sillón ejecutivo 2
- ✓ Archivador 4
- ✓ Sillas 6
- ✓ Mesas de madera de trabajo 1

#### **Equipos de oficina**

- ✓ Teléfono fax 1
- ✓ Sumadora 1

#### **Equipo de cómputo**

- ✓ Computadora 4
- ✓ Impresora Canon 1

**Útiles de oficina**

✓ Portapapeles	5
✓ Caja de Clips	1
✓ Facturas	1
✓ Sacapuntas	3
✓ Resma de hojas	1
✓ Corrector	3
✓ Sellos	1
✓ Borradores	5
✓ Lápices	5
✓ Grapadora	2
✓ Perforadora	2
✓ Capetas archivadoras	5

**Materiales y útiles de aseo**

✓ Franelas	2
✓ Toalla	1
✓ Jaboncillo	2
✓ Detergente pequeño	2
✓ Desinfectante	1
✓ Paquete de fundas de basura	1
✓ Trapeador	1
✓ Escobas	2
✓ Basureros	4
✓ Recogedor de basura	2

**Requerimiento de Talento Humano**

✓ Gerente	1
✓ Secretaria – contadora	1
✓ Cajera	2
✓ Ejecutivo de ventas	1
✓ Mensajero	1

## **Estudio Organizacional**

Dentro del estudio organizacional también se realizó la minuta para la Constitución de la Compañía de acuerdo al marco legal, la minuta será aprobada por las autoridades competentes de la ciudad de Loja, de acuerdo a las leyes vigentes.

### **MINUTA DE CONSTITUCIÓN DE LA EMPRESA AGENCIA DE VIAJES “CHAGUARPAMBA TRAVEL” CÍA. LTDA.**

#### **SEÑOR NOTARIO:**

En el protocolo de escrituras públicas a su cargo, sírvase Insertar una de constitución de compañía, contenida en las siguientes cláusulas: **PRIMERA.- COMPARECIENTES.** -Intervienen en el otorgamiento de esta escritura la **Señora Luisa Romero Castillo, el Señor Edison Antonio Riofrío, el Señor Juan Carlos Riofrío**, los comparecientes son ecuatorianos mayores de edad, casados los dos primeros y el tercero soltero, domiciliados todos en la ciudad de Chaguarpamba – provincia de Loja, hábiles para obligarse y contratar.

**SEGUNDA.-DECLARATORIA DE VOLUNTAD.-** Los comparecientes declaran que constituyen, como en efecto lo hacen, una compañía de responsabilidad limitada, que se someterá a las disposiciones de la Ley de compañías, a los convenios de las partes y a las normas del código civil.



## **TERCERA.-ESTATUTO DE LA COMPAÑÍA**

### **TITULO PRIMERO** Del nombre, domicilio, objeto y plazo

**Artículo Primero.-** Nombre.- El nombre de la compañía que se constituye es **AGENCIA DE VIAJES “CHAGUARPAMBA TRAVEL” CÍA. LTDA.**

**Artículo Segundo.-** Domicilio.- El domicilio principal de la compañía es el Cantón Chaguarpamba, Provincia de Loja, República del Ecuador. Pudiendo establecer agencias, sucursales o establecimientos en uno o más lugares dentro del territorio nacional o en el exterior, sujetándose a las disposiciones legales correspondientes.

**Artículo Tercero.-** Objeto.- El objeto de la compañía consiste en la prestar servicios de venta de boletos de viajes, y paquetes turísticos. En cumplimiento de su objeto, la compañía podrá celebrar todos los actos y contratos permitidos por la ley.

**Artículo Cuarto.-** Plazo.- El plazo de duración de la compañía es de treinta años, contados desde la fecha de inscripción de esta escritura. La compañía podrá disolverse antes del vencimiento del plazo indicado, o podrá prorrogarlo, sujetándose, en cualquier caso, a las disposiciones legales aplicables.

### **TITULO SEGUNDO.-** Del Capital

**Artículo quinto.-** Capital y participaciones.- El capital social es de cuatrocientos dólares de los Estados Unidos de América, dividido en cuatrocientos participaciones sociales de un dólar cada una.

### **TÍTULO TERCERO** Del Gobierno y de la Administración

**Artículo sexto.-** Norma general.- El gobierno de la compañía corresponde a la junta general de socios, y su administración al gerente y al presidente.

**Artículo séptimo.-** Convocatorias.- La convocatoria a junta general efectuará el gerente de la compañía, mediante nota dirigida a la dirección registrada por cada socio en ella, con ocho días de anticipación por lo menos, respecto de aquel en el que se celebre la reunión.

**Artículo octavo.-** Quórum de instalación.- Salvo que la ley disponga otra cosa, la junta general se instalará, en primera convocatoria, con la concurrencia de más del cincuenta por ciento del capital social. Con igual salvedad, en segunda convocatoria, se instalará con el número de socios presentes, siempre que se cumplan los demás requisitos de ley. En esta última convocatoria se expresará que la junta se instalará con los socios presentes.

**Artículo noveno.-** Quórum de decisión.- Salvo disposición en contrario de la ley, las decisiones se tomarán con la mayoría del capital social concurrente a la reunión.

**Artículo décimo.-** Facultades de la junta.-Corresponde a la junta general el ejercicio de todas las facultades que la ley confiere al órgano de gobierno de la compañía de responsabilidad limitada.

**Artículo décimo primero.-** Junta Universal.- No obstante lo dispuesto en los artículos anteriores, la junta se entenderá convocada y quedará válidamente constituida en cualquier tiempo lugar, dentro del territorio nacional, para tratar cualquier asunto siempre que esté presente todo el capital pagado y los asistentes, quienes deberán suscribir el acta bajo sanción de nulidad de las resoluciones, acepten por unanimidad la celebración de la junta.

**Artículo décimo segundo.-** Presidente de la compañía.- El presidente será nombrado por la junta general para un período de dos años, a cuyo término podrá ser reelegido. El presidente continuará en el ejercicio de sus funciones hasta ser legalmente reemplazado. Corresponde al presidente: a) Presidir las reuniones de la junta general a las que asista y suscribir, con el secretario, las actas respectivas; b) Suscribir con el gerente los certificados de aportación, y extender el que corresponda a cada socio; y, c) Subrogar al gerente en el ejercicio de sus funciones, en caso de que faltare, se ausentare o estuviere impedido de actuar, temporal o definitivamente.

**Artículo décimo tercero.-** Gerente de la compañía.- El gerente será nombrado por la junta general para un periodo de dos años, a cuyo término podrá ser reelegido. El gerente continuará en el ejercicio de sus funciones hasta ser legalmente reemplazado. Corresponde al gerente: a) Convocar a las reuniones de junta general; b) Actuar de secretario de las reuniones de junta general a las que asista, y firmar, con el presidente, las actas respectivas; c) Suscribir con el presidente los certificados de aportaciones, y extender el que corresponda a cada socio; d) Ejercer la representación legal, judicial y extrajudicial de la compañía, sin perjuicio de lo dispuesto en el artículo doce de la ley de compañías; y, e) Ejercer las atribuciones previstas para los administradores en la Ley de Compañías.

#### **TÍTULO CUARTO.-** Disolución y Liquidación

**Artículo décimo cuarto.-** Norma general.- La compañía se disolverá por una o más de las causas previstas para el efecto en la Ley de Compañías, y se

liquidará con arreglo al procedimiento que corresponda, de acuerdo con la misma ley.

**CUARTA.- APORTES.-** Se elaborará el cuadro demostrativo de la suscripción y pago del capital social tomando en consideración lo dispuesto por la Ley de Compañías en sus artículos ciento treinta y siete, numeral siete, ciento tres o ciento cuatro, o uno y otro de estos dos últimos, según el caso. Si se estipulare plazo para el pago del saldo deudor, este no podrá exceder de doce meses contados desde la fecha de constitución de la compañía. En aplicación de las normas contenidas en los artículos antes citados, se podría elaborar el cuadro de suscripción y pago del capital social a base de los siguientes datos generales.

**Cuadro N° 21**

<b>Nombres Socios</b>	<b>Capital Suscrito</b>	<b>Capital x pagar</b>	<b>Numero de Participaciones</b>	<b>Capital Total</b>
Luisa Romero Castillo	260	260	260	260
Edison Antonio Riofrío	70	70	70	70
Juan Carlos Riofrío	70	70	70	70
<b>TOTALES</b>	<b>400</b>	<b>400</b>	<b>400</b>	<b>400</b>

**QUINTA.- NOMBRAMIENTO DE ADMINISTRADORES.-** Para los períodos señalados en los artículos doce y trece del estatuto, se designa como presidente de la compañía al Señor Edison Antonio Riofrío, y como gerente a la Señora Luisa Romero Castillo, respectivamente.

**DISPOSICIÓN TRANSITORIA.-** Los contratantes acuerdan autorizar al Doctor Rodrín Palacios para que a su nombre solicite al Superintendente o a su

delegado la aprobación del contrato contenido en la presente escritura, e impulse posteriormente al trámite respectivo hasta la inscripción de este instrumento. Usted señor Notario, se dignará añadir las correspondientes cláusulas de estilo. Atentamente, doctor, Rodrin Palacios matricula número dos mil quinientos cincuenta y ocho del Colegio de Abogados del Loja. Hasta aquí la minuta que se agregan los comparecientes hace suyas las estipulaciones constantes en la minuta inserta, la aprueban en todas sus partes y ratificándose en su contenido la dejan elevada a escritura pública para que surta los fines legales consiguientes. Leído este instrumento íntegramente a los comparecientes, por mí la notaria, se ratifica en su contenido y firma conmigo en unidad de acto.- Doy Fe.

Edison Antonio Riofrío

Luisa Romero Castillo

Juan Carlos Riofrío

Adicionalmente, como va a ser una empresa AGENCIA DE VIAJES "CHAGUARPAMBA TRAVEL" CÍA. LTDA", debe contar con todos los permisos municipales de funcionamiento, los permisos otorgados por el Ministerio de Turismo.

## PERMISOS DE FUNCIONAMIENTO

- Copia del RUC otorgado por el SRI.
- Solicitud en papel valorado al GAD Municipal de la ciudad de Chaguarpamaba.
- Copia de cédula del representante legal.
- Permiso de funcionamiento del Cuerpo de Bomberos
- Pago de patente municipal.
- Pago del 1 x1000 por inicio de actividades comerciales.
- Registro en la asociación de turismo de la provincia de Loja.

A ello para poder operar dentro de la ciudad como una nueva empresa como lo es la Agencia de Viajes “Chaguarpamba Travel” Cía. Ltda. Se requiere gestionar el permiso de funcionamiento en el Municipio de Chaguarpamba y Ministerio de Turismo, cuyos requisitos se exhiben a continuación.

- “Copia de cédula y papeleta de votación del dueño o representante legal del medio
- Nombramiento del representante legal (en caso de tratarse de una empresa)
- Copia del RUC

## **Organización administrativa**

En cuanto la organización administrativa es menester brindar la estructura organizativa de ésta agencia de comunicación, para lo cual se ha establecido que debe contar con los siguientes niveles jerárquicos:

### **Niveles jerárquicos**

La Agencia de Viajes “Chaguarpamba Travel” Cía, Ltda., de la ciudad de Chaguarpamba, provincia de Loja estará constituida por los siguientes niveles jerárquicos, en los cuales se establecerán las líneas de mando y nivel de responsabilidad en cada uno de los niveles:

**NIVEL LEGISLATIVO.-** Este nivel lo conforma La Junta General de socios, quienes son los que establecen las políticas generales sobre las cuales opera esta empresa Agencia de Viajes “Chaguarpamba Travel” Cía. Ltda.

**NIVEL EJECUTIVO.-** Lo representa el Gerente Ejecutivo, quien es la persona que toma las decisiones generales de ésta empresa. En este nivel se planifica, orienta y dirige la vida administrativa de la empresa.

**NIVEL ASESOR.-** Este nivel está representado por el asesor jurídico, quién será quién resuelva posibles conflictos del diario, celebración de contratos, etc.

**NIVEL DE APOYO o AUXILIAR.-** En éste nivel auxiliar, se encarga de brindar o suministrar apoyo a otros niveles administrativos, dicho nivel lo conforma la

Secretaria - Contadora, este nivel se limita a cumplir órdenes especialmente del ejecutivo y operativo.

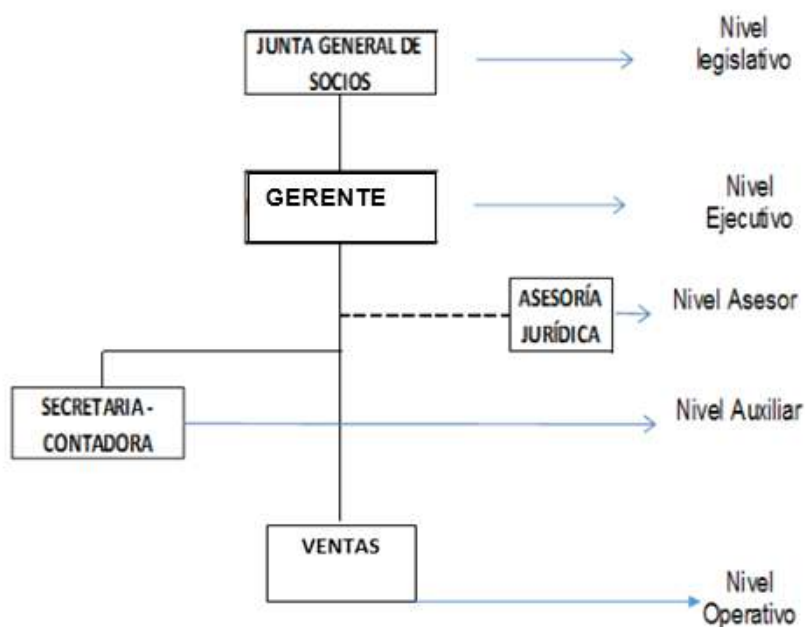
**NIVEL OPERATIVO.-** En este nivel se encuentra el departamento de ventas.

## ORGANIGRAMAS

Los organigramas por ser una representación gráfica en la que se muestra los niveles jerárquicos existentes de una empresa, estos permitirán a éste medio de comunicación establecer la forma de cómo estará conformado estructural y funcionalmente

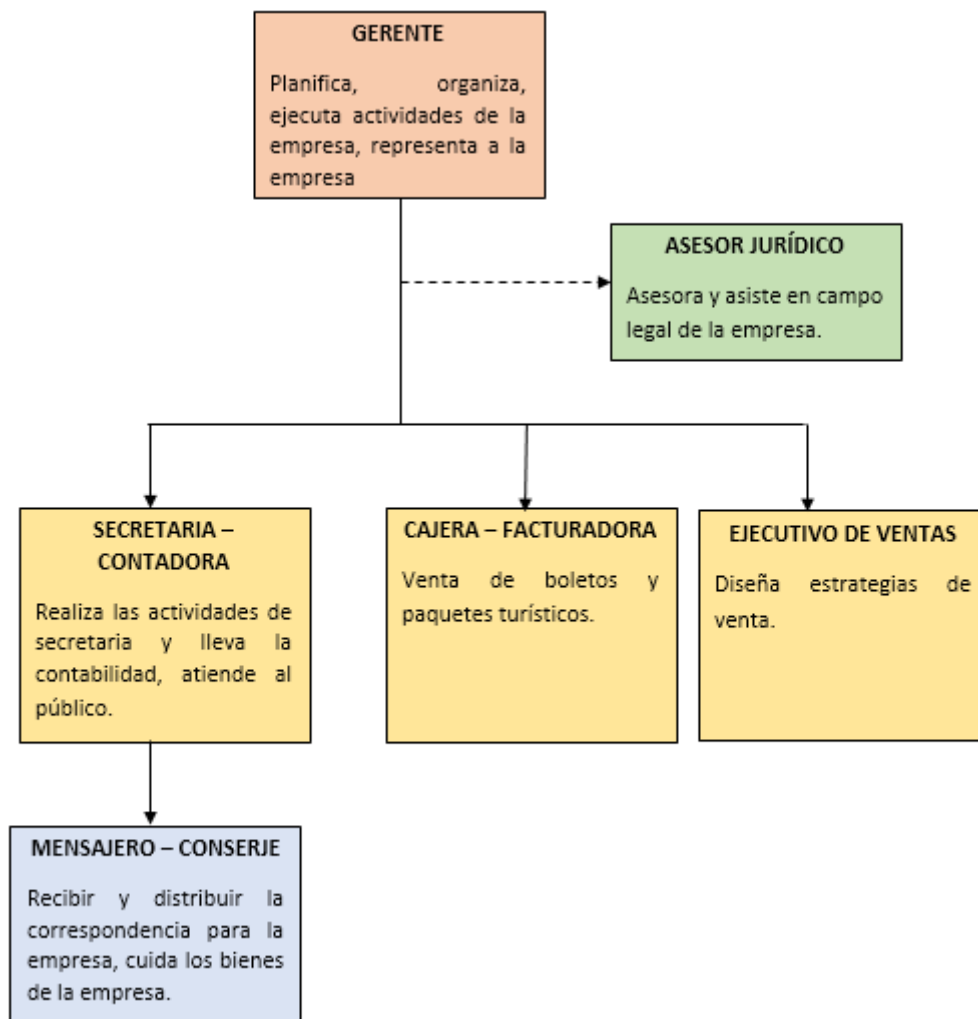
**Gráfico N°. 17**

### **ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL DE LA EMPRESA AGENCIA DE VIAJES "CHAGUARPAMBA TRAVEL" CÍA. LTDA.**

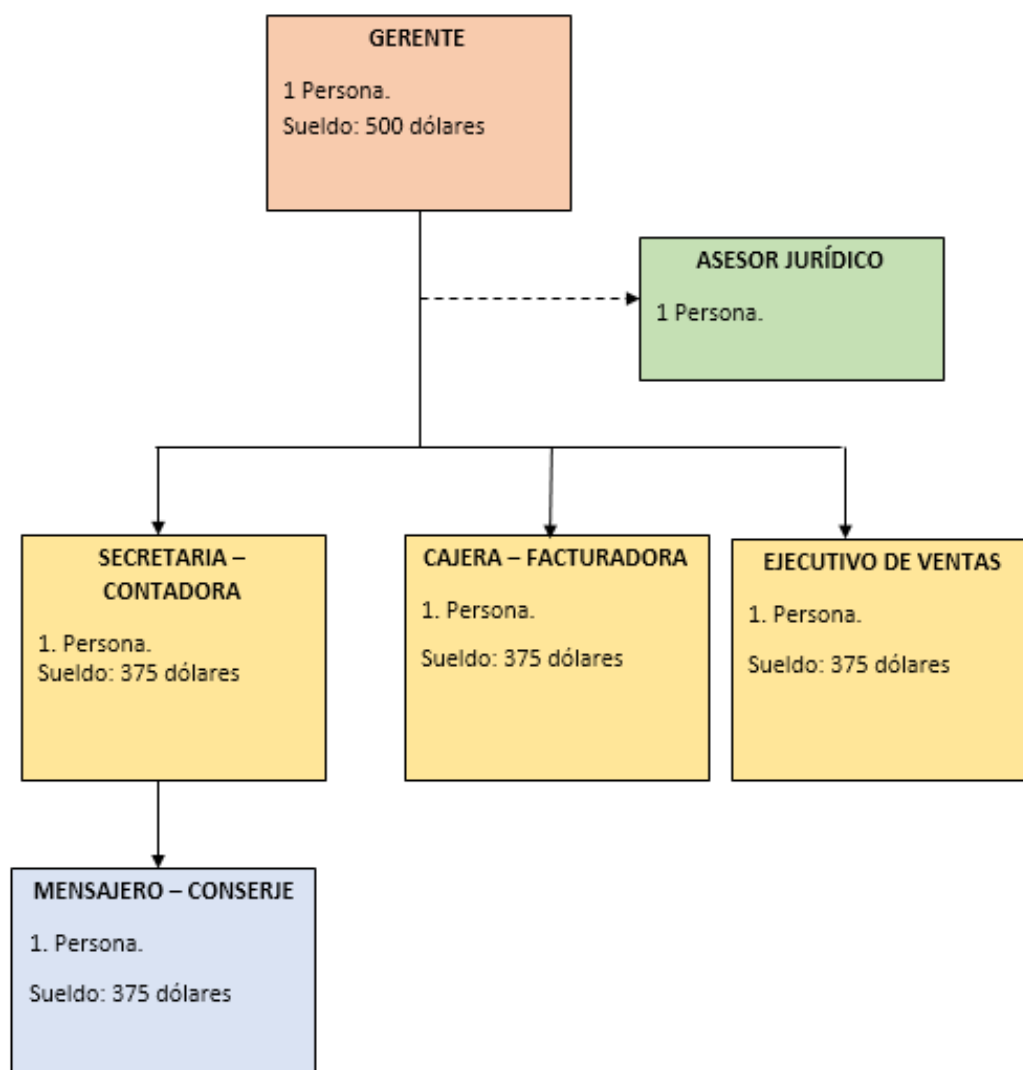


**Elaboración:** El autor



**ORGANIGRAMA FUNCIONAL DE LA EMPRESA****Gráfico N°. 18**

**Elaboración:** El autor

**ORGANIGRAMA FUNCIONAL DE LA EMPRESA****Gráfico N°. 19**

**Elaboración:** El autor

## MANUAL DE FUNCIONES

A continuación se describen las funciones principales que deben cumplir en cada puesto.

<b>CÓDIGO.</b>	01
<b>TÍTULO DEL PUESTO.</b>	GERENTE
<b>NIVEL JERARQUICO.</b>	Ejecutivo
<b>NATURALEZA DEL PUESTO</b>	
Planificar, controlar la línea de opinión; orientar a la empresa, supervisar el desempeño de los diversos departamentos y empleados.	
<b>FUNCIONES</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Representar judicial y extrajudicialmente a la empresa.</li> <li>- Acatar las normas y disposiciones emanadas por la Junta de Accionistas.</li> <li>- Dirigir las actividades administrativas y operativas de la empresa.</li> <li>- Administrar los fondos de la Empresa.</li> <li>- Trazar la política de comunicación e imagen de la empresa.</li> <li>- Tener responsabilidad del desenvolvimiento de la empresa.</li> <li>- Suministrar los recursos necesarios para el desenvolvimiento de la empresa</li> <li>- Manejo de las relaciones públicas de la empresa con la sociedad en sentido general.</li> <li>- Presentar informes a accionistas</li> <li>- Planificar y programar los cursos de actualización y capacitación del personal.</li> <li>- Nombrar y contratar personal.</li> </ul>	
<b>CARACTERÍSTICAS DEL PUESTO</b>	
Requiere de iniciativa, visión empresarial, liderazgo, dirección del talento humano y conocimiento de estrategias comerciales.	
<b>REQUISITOS</b>	
<p><b>Educación:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Título académico de Ingeniero Comercial</li> <li>- Cursos de actualización de administración de Empresas.</li> </ul> <p><b>Experiencia:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Dos años en labores similares</li> </ul> <p><b>Aptitudes:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Inteligencia, agilidad mental, don de mando, gran iniciativa, capacidad para desempeñar sus funciones bajo presión, alto sentido de responsabilidad, habilidad con las relaciones humanas.</li> </ul> <p><b>Responsabilidad:</b></p> <p>Responsable de la buena marcha administrativa y periodística de la Empresa</p> <p>.</p>	

<b>CÓDIGO.</b>	02
<b>TÍTULO DEL PUESTO.</b>	ASESOR JURÍDICO
<b>NIVEL JERARQUICO.</b>	Asesor
<b>NATURALEZA DEL PUESTO</b>	
Aconsejar, asesorar e informar sobre la ley de comunicación a la empresa	
<b>FUNCIONES</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Representar conjuntamente con el Director, judicial y extrajudicialmente a la empresa.</li> <li>- Asesorar a los directivos y empleados de la empresa sobre asuntos de carácter jurídico.</li> <li>- Atender demandas laborales por trabajadores o demandas en contra del medio de comunicación.</li> <li>- Elaborar los contratos, para los cuales la empresa requiera de su asistencia.</li> </ul>	
<b>CARACTERÍSTICAS DEL PUESTO</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Se caracteriza por tener autoridad funcional más no de mando en razón que se aconseja y recomienda pero no toma decisiones y su participación es eventual.</li> </ul>	
<b>REQUISITOS</b>	
<p><b>Educación:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Título académico de Abogado o Dr. en Jurisprudencia.</li> </ul> <p><b>Experiencia:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Dos años en ejercicio de su profesión.</li> </ul>	

<b>CODIGO.</b>	03
<b>TITULO DEL PUESTO.</b>	SECRETARIA - CONTADORA
<b>NIVEL JERARQUICO.</b>	Auxiliar
<b>NATURALEZA DEL TRABAJO</b>	
Ejecutar las actividades contables y de secretariado; manejar y tramitar documentos e información confidencial de la organización, mantener buena comunicación con todo el personal de la Empresa.	
<b>FUNCIONES:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Atender a los clientes que lleguen a la Agencia de Viajes.</li> <li>- Elaborar balances presupuestarios.</li> <li>- Hacer una evaluación periódica de proveedores para verificar el cumplimiento y servicios de estos.</li> <li>- Recibir e informar asuntos que tenga que ver con el departamento correspondiente para que todo estemos informados y desarrollar bien el trabajo asignado.</li> <li>- Atender y orientar al público que solicite los servicios de una manera cortés y amable para que la información sea más fluida y clara.</li> <li>- Hacer y recibir llamadas telefónicas para tener informado a su jefe inmediato de los compromisos y demás asuntos.</li> <li>- Obedecer y realizar instrucciones que le sean asignadas por su jefe</li> <li>- Preparar documentos para las reuniones de la Junta General de socios de la empresa.</li> <li>- Hacer las declaraciones del SRI.</li> </ul>	
<b>CARACTERÍSTICAS DEL PUESTO</b>	
Requiere de iniciativa permanente para el cumplimiento de las tareas, buenas relaciones interpersonales	
<b>REQUISITOS</b>	
<b>Educación:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Título de Contador Público Auditor.</li> </ul>	
<b>Experiencia:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Dos años en labores similares.</li> </ul>	
<b>Aptitudes:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Agilidad mental para cuentas, habilidad con las relaciones humanas.</li> </ul>	
<b>Responsabilidad:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Responsable los documentos de la Empresa.</li> </ul>	

<b>CODIGO.</b>	04
<b>TITULO DEL PUESTO.</b>	CAJERA - FACTURADORA
<b>NIVEL JERARQUICO.</b>	Auxiliar
<b>NATURALEZA DEL TRABAJO</b>	
Ejecutar las actividades contables; manejar y tramitar documentos e información confidencial de la organización, mantener buena comunicación con todo el personal de la Empresa.	
<b>FUNCIONES:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Atender a los clientes que lleguen a la Agencia de Viajes.</li> <li>- Venta de boletos y paquetes turísticos.</li> <li>- Recibir e informar asuntos que tenga que ver con el departamento correspondiente para que todo estemos informados y desarrollar bien el trabajo asignado.</li> <li>- Atender y orientar al público que solicite los servicios de una manera cortés y amable para que la información sea más fluida y clara.</li> <li>- Hacer y recibir llamadas telefónicas para tener informado a su jefe inmediato de los compromisos y demás asuntos.</li> <li>- Obedecer y realizar instrucciones que le sean asignadas por su jefe</li> <li>- Preparar documentos para las reuniones de la Junta General de socios de la empresa.</li> <li>- Ayudar en las declaraciones del SRI.</li> </ul>	
<b>CARACTERÍSTICAS DEL PUESTO</b>	
Requiere de iniciativa permanente para el cumplimiento de las tareas, buenas relaciones interpersonales	
<b>REQUISITOS</b>	
<p><b>Educación:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Título de Contador Público Auditor.</li> </ul> <p><b>Experiencia:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Dos años en labores similares.</li> </ul> <p><b>Aptitudes:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Agilidad mental para cuentas, habilidad con las relaciones humanas.</li> </ul> <p><b>Responsabilidad:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Responsable los documentos de la Empresa.</li> </ul>	

<b>CODIGO.</b>	05
<b>TITULO DEL PUESTO.</b>	MENSAJERO / CONSERJE
<b>NIVEL JERARQUICO.</b>	Auxiliar
<b>NATURALEZA DEL PUESTO</b>	
Recibir y distribuir la correspondencia que se tramita en la empresa.	
<b>FUNCIONES</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Recibir y organizar la correspondencia a ser distribuida.</li> <li>- Llevar y traer correspondencia, documentos diversos y valores desde y hacia fuera de la institución.</li> <li>- Transmitir mensajes orales y escritos que le sean requeridos por funcionarios y empleados de la institución.</li> <li>- Realizar depósitos bancarios según instrucciones.</li> <li>- Colaborar en labores sencillas de oficina.</li> <li>- Velar por el mantenimiento y buen uso del vehículo de transporte asignado.</li> <li>- Efectuar diligencias relacionadas con sus labores según se le ordene.</li> <li>- Cumplir las metas individuales que le sean asignadas y los compromisos que ellas conlleven conforme a la naturaleza del cargo.</li> <li>- Realizar otras tareas afines y complementarias, conforme a lo asignado por su superior inmediato.</li> </ul>	
<b>CARACTERÍSTICAS DEL PUESTO</b>	
Responsabilidad en la entrega rápida y segura de la documentación.	
<b>REQUISITOS</b>	
<p><b>Educación:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Bachiller</li> </ul> <p><b>Experiencia:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Minimo 6 meses en actividades similares.</li> </ul> <p><b>Aptitudes:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Buena disposición para trabajar bajo presión, Disciplina, buena comunicación oral, ser educado y digno de confianza</li> </ul> <p><b>Responsabilidad:</b></p> <p>Responsable el material y documentación a su cargo.</p>	

<b>CÓDIGO.</b>	06
<b>TÍTULO DEL PUESTO.</b>	EJECUTIVO DE VENTAS
<b>NIVEL JERARQUICO.</b>	Operativo
<b>NATURALEZA DEL PUESTO</b>	
Manejar los diferentes boletos de transporte y paquetes turísticos	
<b>FUNCIONES</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Ubicar puntos estratégicos de venta.</li> <li>- Mantener a las personas informadas acercándose lo más que se puedan a la objetividad</li> <li>- Actualización constante de la base de datos de turistas.</li> <li>- Apoyar en el diseño de estrategias de publicitarias en medios de comunicación</li> <li>- Apoyo en la cobertura de actividades como: entrega de llaves, inspecciones técnicas, firma de convenios, concursos públicos, talleres y/o eventos relacionados.</li> <li>- Establecer y mantener una relación fluida con la prensa radial y televisiva.</li> <li>- Gestiona las actividades administrativas propias del área de ventas.</li> <li>- Realizar la difusión interna y externa de los eventos.</li> </ul>	
<b>CARACTERÍSTICAS DEL PUESTO</b>	
El puesto requiere de gran eficiencia, responsabilidad y de persuasión hacia el cliente que requiere publicidad para su negocio/empresa	
<b>REQUISITOS</b>	
<p><b>Educación:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Título en Administración de Empresas, Marketing, Hotelería y turismo</li> </ul> <p><b>Experiencia:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 1 año</li> </ul> <p><b>Aptitudes:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Iniciativa, alto sentido de responsabilidad, tolerante, ser persistente y creativo.</li> </ul> <p><b>Responsabilidad:</b></p> <p>Responsables del producto a distribuir bajo su cargo.</p>	



## ESTUDIO FINANCIERO

El estudio financiero tiene como objetivo determinar las inversiones que se hacen por la puesta en marcha de un proyecto, así como también se establece la manera de cómo se va a financiar dicha inversión. Para lo cual se hace necesario establecer las inversiones de acuerdo al tipo de activo que tiene la empresa.

## INVERSIONES Y FINANCIAMIENTO

Las inversiones son aquellas erogaciones que se realiza por concepto de adquisición de activos fijos, diferidos o circulantes

## ACTIVOS FIJOS

Entre los activos que se requieren para Agencia de Viajes son:

### Maquinaria y Equipo:

Considerados como la tecnología para llevar a cabo el proceso de venta de boletos, paquetes turísticos, entre ellos tenemos:

**Cuadro N°. 22 Maquinaria y equipo**

Descripción	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Computadora	2	1500	3000
Impresora	2	350	500
Filmadora	1	2500	2500
<b>TOTAL</b>			<b>6000</b>

**Fuente:** Investigación de campo

**Elaboración:** El autor

## Equipos de cómputo

Para el cumplimiento de las actividades de diseño y venta de boletos, así como para el desarrollo de actividades administrativas se requiere de equipos de cómputo.

**Cuadro N° 23. Equipos de cómputo**

Descripción	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Computador	2	600	1200,00
Impresora Canon	1	100	100,00
<b>TOTAL</b>			<b>1300,00</b>

Fuente: INFOCOMPU

Elaboración: El autor

## Muebles y enseres

Corresponde a aquellos muebles y enseres que se requieren para el desarrollo diario de la empresa.

**Cuadro N° 24 Muebles y enseres**

Descripción	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Escritorio	4	120	480
Sillón ejecutivo	1	70	70
Archivador	4	110	440
Sillas	6	15	90
Mesa para el armado del diario	1	150	150
<b>TOTAL</b>			<b>1280</b>

Fuente: Mueblería REINA DEL CISNE

Elaboración: El autor

## Equipos de oficina

Entre los equipos de oficina que se requieren para el desenvolvimiento normal de la atención al público, se ha considerado a los siguientes:

**Cuadro N° 25. Equipos de oficina**

Descripción	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Teléfonos inalámbrico Philips 3 bases	1	80	80
Fax	1	45	45
Sumadora	1	10	10
<b>TOTAL</b>			<b>135</b>

Fuente: MARCIMEX

Elaboración: El autor

## ADECUACIONES

Se refiere a la adecuación de las oficinas, sanitarios y diversos ambientes necesarios para el funcionamiento de la empresa.

**Cuadro N° 26.**

PRESUPUESTO PARA ADECUACIONES			
Denominación	Cantidad	V. Unitario	V. Total
Adecuaciones	global	3.059,69	3.059,69
<b>Total</b>			<b>3.059,69</b>

Fuente: GAD. Chaguarpamba

Elaboración: El autor

## TOTAL DE INVERSIÓN EN ACTIVOS FIJOS

**Cuadro N° 27 Activos fijos**

Activos fijos	Valor
Maquinaria y Equipo	6000
Equipos de computo	2500
Muebles y enseres	1230
Equipos de oficina	135
Adecuaciones	3.059,69
Imprevistos 10%	1292,47
<b>TOTAL</b>	<b>14217,16</b>

Fuente: Cuadros N° 22 AL N° 26

Elaboración: El autor

Una vez estimados los montos correspondientes a las inversiones en activos fijos, se ha considerado establecer el 10% del total de estos activos, con la finalidad de cubrir ciertos desembolsos que no estén previstos al momento de realizar el cálculo de los activos.

### **Depreciación de activos fijos**

La depreciación en sí es el desgaste que tienen la mayor parte de activos, ya sea por uso que se les dé durante la vida útil de un proyecto, aún más si de ellos depende la producción de la empresa; por tal motivo en la empresa Agencia de Viajes “Chaguarpamba Travel” Cía. Ltda., ha previsto la adquisición de ciertos activos que será susceptibles a depreciación.

De acuerdo a la información del Servicio de Rentas Internas, la tabla de depreciación de algunos activos está determinada de acuerdo al nivel de obsolescencia del activo, considerando de ésta manera:” I) Inmuebles (excepto terrenos), naves, aeronaves, barcasas y similares 5% anual; (II) Instalaciones, maquinarias, equipos y muebles 10% anual; (III) Vehículos, equipos de transporte y equipo caminero móvil 20% anual; (IV) Equipos de cómputo y software 33% anual” (SRI, 2015).

Cabe indicar que los equipos de cómputo por tener una corta vida útil, este valor se lo procede a proyecta, con la finalidad de establecer en que períodos de debe realizar reinversiones.

Para realizar el cálculo de los valores depreciables se lo ha realizado por medio de la siguiente fórmula:

**FÓRMULA:**

$$\text{DEP. ANUAL} = \frac{\text{Valor Total} - \text{Valor de Desecho}}{\text{Número de años}}$$

**Cuadro N° 28. Depreciación de activos fijos**

Denominación	Valor	% de deprec.	Valor residual	Vida útil	Deprec. Anual
Maquinaria y equipo	6000	10%	600	10	540
Equipos de computo	2500	33%	825	3	558,33
Equipos de cómputo II	2728,64	33%	900,45	3	609,4
Equipos de cómputo III	2978,18	33%	982,8	3	665,13
Equipos de cómputo VI	3250,55	33%	1072,68	3	725,96
Muebles y enseres	1230	10%	123	10	110,7
Equipos de oficina	135	10%	13,5	10	12,15
Adecuaciones	3059,69	10%	305,96	10	275,37
<b>TOTAL</b>					<b>3344,06</b>

Fuente: Cuadro N°. 25 Y SRI

Elaboración: El autor

**Reinversión de equipo de cómputo:**

Como se había señalado anteriormente, para poder establecer los valores de depreciación en el cuadro que antecede, se ha procedido a proyectar el valor de los equipos de cómputo para los años de vida útil que tiene el proyecto.

**Cuadro N° 29**  
**Proyección de equipos de computación**

<b>Años</b>	<b>Valor total</b>
1	2500,00
2	2574,00
3	2650,19
4	2728,64
5	2809,40
6	2892,56
7	2978,18
8	3066,34
9	3157,10
10	3250,55

**Fuente:** Cuadro N°. 25

**Elaboración:** El autor

### **ACTIVOS DIFERIDOS**

En cuanto a la inversión que se estima en activos diferidos, a este rubro corresponde todos los valores que se realizan por concepto de la permisos de funcionamiento que son otorgados tanto por el GAD de Chaguarpamba y otros rubros considerados para éste efecto. Así mismo se ha considerado únicamente el 5% de imprevistos en lo que corresponde a éste activo, el mismo que servirá para cubrir ciertos gastos menores que se ocasionaren y que no están contemplados en estas previsiones.

**Cuadro N°. 30 Inversión en activos diferidos**

<b>Descripción</b>	<b>Valor</b>
Elaboración del perfil del proyecto	1781,04
Permisos de funcionamiento	80,00
Permiso de bomberos	40,00
Gastos varios de organización	20,00
Imprevistos 5%	96,05
<b>TOTAL</b>	<b>2017,09</b>

**Fuente:** GAD - Chaguarpamba

**Elaboración:** El autor

**Cuadro N° 31**  
**Amortización de activos diferidos**

<b>Descripción</b>	<b>Valor</b>	<b>%</b>
Activo Diferido	2017,09	201,71

**Fuente:** Cuadro N° 30

**Elaboración:** El autor

### **ACTIVO CIRCULANTE**

El cálculo de los valores que se invertirán en el activo circulante, se hallan estimados para el primer mes de operación de la empresa, en donde la empresa ya genera sus ingresos por la venta de boletos y paquetes turísticos.

Los valores correspondientes a éste activo lo conforman las siguientes cuentas:

#### **Mantenimiento de maquinaria y equipo**

Para el mantenimiento que se le brinde a los equipos y máquinas que dispone la empresa, se ha estimado el 5% para este rubro, considerando que para el primer año estos equipos y maquinas mantienen garantía de mínimo 1 año.

**Cuadro N° 32**

#### **Mantenimiento de maquinaria y equipo**

<b>Monto</b>	<b>%</b>	<b>Valor anual</b>	<b>Valor mensual</b>
11.157,47	5%	557,87	46,49
<b>TOTAL</b>		<b>557,87</b>	

**Fuente:** GASOSILVA

**Elaboración:** El autor

**Cuadro N°. 33****Proyección de mantenimiento de equipo**

<b>AÑOS</b>	<b>VALOR TOTAL</b>
1	557,87
2	965,11
3	993,10
4	1021,90
5	1051,53
6	1082,03
7	1113,41
8	1145,70
9	1178,92
10	1213,11

**Fuente:** Cuadro N°. 32

**Elaboración:** El autor

**Servicios básicos**

El contar con los servicios básicos hace suponer que las actividades dentro de la empresa se desarrollen de la mejor manera, ya que ellas representan la parte fundamental para el funcionamiento de maquinarias y equipos.

**Energía Eléctrica**

El valor del servicio de energía eléctrica será proyectado con el 2%, como frecuencia de consumo, ya que no existe elevación en las tarifas de energía eléctrica.



**Cuadro N°. 34****Energía eléctrica**

<b>Descripción</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Valor unitario</b>	<b>Valor total</b>	<b>Valor total anual</b>
Energía eléctrica Kw	350	0,35	<b>122,50</b>	1.470

**Fuente:** EERSSA.

**Elaboración:** El autor

**Cuadro N°. 35****Proyección de energía eléctrica**

<b>Año</b>	<b>Valor anual</b>
1	1470,00
2	1499,40
3	1529,39
4	1559,98
5	1591,18
6	1623,00
7	1655,46
8	1688,57
9	1722,34
10	1756,79

**Fuente:** Cuadro N°. 34

**Elaboración:** El autor

**Telefonía e internet**

En esta cuenta se registran los valores correspondientes al consumo de telefonía y el valor de internet.

**Cuadro N°. 36****Telefonía e internet**

<b>Descripción</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Valor unitario</b>	<b>Valor total</b>	<b>Valor total anual</b>
Teléfono e internet	1 mes	45,00	45,00	<b>540,00</b>
<b>TOTAL</b>			45,00	540,00

Fuente: CNT

Elaboración: El autor

**Cuadro N°. 37****Proyección de Telefonía e internet**

<b>AÑOS</b>	<b>VALOR TOTAL</b>
1	540,00
2	550,80
3	561,82
4	573,05
5	584,51
6	596,20
7	608,13
8	620,29
9	632,70
10	645,35

Fuente: Cuadro N°.36

Elaboración: El autor

**Servicio de Agua potable**

Este rubro corresponde al consumo de agua que se consumirá en la empresa.

**Cuadro N°. 38****Servicios de agua**

<b>Descripción</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Valor unitario</b>	<b>Valor total</b>	<b>Valor total anual</b>
Agua	60,00 m3	0,35	21,00	252
<b>TOTAL</b>			<b>21,00</b>	<b>252</b>

Fuente: GAD - Chaguarpamba

Elaboración: El autor

**Cuadro N°. 39****Proyección de servicio de agua**

<b>Año</b>	<b>Valor anual</b>
1	252,00
2	257,04
3	262,18
4	267,42
5	272,77
6	278,23
7	283,79
8	289,47
9	295,26
10	301,16

**Fuente:** Cuadro N°. 38

**Elaboración:** El autor

**Sueldos del personal administrativo**

En la sección administrativa, se cuenta con el personal que será de apoyo a las actividades administrativas.

**Cuadro N° 40****Sueldos del personal administrativo**

<b>ORDEN</b>	<b>NÓMINA</b>	<b>SUELDO BÁSICO</b>	<b>AP. Pat. (12,15%)</b>	<b>XIII SUELDO</b>	<b>XIV SUELDO</b>	<b>VACAC.</b>	<b>SUBTOTAL</b>
1	Gerente	742,22	90,18	61,85	31,25	30,93	956,43
1	Secretaria - contadora	375,02	45,56	31,25	31,25	15,63	498,71
1	Mensajero - Conserje	375,19	45,59	31,27	31,25	15,63	498,92
<b>TOTAL MENSUAL</b>		<b>1492,42</b>					<b>1954,06</b>
<b>TOTAL ANUAL</b>							<b>23448,68</b>

**Fuente:** MINISTERIO DE RELACIONES LABORALES

**Elaboración:** El autor

Para éste cálculo no se han considerado los fondos de reserva para el primer año, pero para el segundo si se realiza dicha estimación, de ésta manera tenemos:

$(\sum \text{Valor total anual} + \sum \text{sueldo Básico}) \% \text{ inflación}$

$\$ 23448,69 + \$ 1494,23 = 24942,92 * 2,96\%$

$= 25681,23$

### Cuadro N°. 41

#### Proyección de sueldos de personal administrativo

Años	Valor total
1	23448,69
2	25681,23
3	26441,40
4	27224,06
5	28029,89
6	28859,58
7	29713,82
8	30593,35
9	31498,92
10	32431,28

Fuente: Cuadro N°. 40

Elaboración: El autor

### Arriendo de local

Este rubro corresponde al pago por el arriendo de las instalaciones para la empresa.

### Cuadro N°. 42

#### Arriendo

Descripción	Cantidad	Valor unitario	Valor total	Valor total anual
ARRIENDO	1	400	400,00	4800

Fuente: Locales comerciales de la ciudad de Chaguarpamba

Elaboración: El autor

**Cuadro N°. 43****Proyección de arriendos**

<b>Años</b>	<b>Valor total</b>
1	4800,00
2	4942,08
3	5088,37
4	5238,98
5	5394,06
6	5553,72
7	5718,11
8	5887,37
9	6061,63
10	6241,06

**Fuente:** Cuadro N°. 42

**Elaboración:** El autor

**Suministros de oficina**

Los suministros que se requieren y que serán de apoyo a las actividades administrativas se detallan a continuación:

**Cuadro 44****Suministros de oficina**

<b>Denominación</b>	<b>Unidad</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Precio</b>	<b>Total</b>
Perforadora	unidad	1	1,50	1,50
Grapadora	unidad	1	1,50	1,50
Clips	caja x 100	2	0,75	1,50
Agenda	unidad	1	4	4
Grapas	caja x 100	3	0,50	1,50
Cinta adhesiva	unidad	2	0,40	0,80
Portapapeles	unidad	2	3,00	6,00
Papel bond	Resma	1	3,75	3,75
Esferos	Docena	1	2,40	2,40
Borradores	Unidad	1	0,25	0,25
Tinta impresora	Cartucho	2	30,00	60,00
Carpetas archivador	Unidad	4	2,75	11,00
Carpeta folder	Unidad	6	0,15	0,90
<b>TOTAL anual</b>				<b>95,10</b>
<b>Total Mensual</b>				<b>7,93</b>

**Fuente:** Industrial LA REFORMA

**Elaboración:** El autor

**Cuadro N°. 45****Proyección de suministros de oficina**

<b>Años</b>	<b>Valor total</b>
1	95,10
2	97,91
3	100,81
4	103,80
5	106,87
6	110,03
7	113,29
8	116,64
9	120,10
10	123,65

Fuente: Cuadro N°. 44

Elaboración: El autor

**Materiales y útiles de limpieza**

Entre los materiales y útiles de limpieza que se requieran se pueden describir a los donantes

**Cuadro N° 46****Materiales y útiles de limpieza**

<b>Denominación</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Valor unitario</b>	<b>Valor total</b>
Escoba (unidad)	2	2,50	5,00
cesto de basura (unidad)	5	8,00	40,00
Trapeador (unidad)	1	3,00	3,00
Papel Higiénico (unidad)	40	0,50	20,00
Desinfectante (galón)	2	5,00	10,00
Toalla rolo descartable(unidad)	1	5,00	5,00
Detergente (funda)	2	5,00	10,00
Jabón líquido litro	2	6,00	12,00
Recogedor de basura (unidad)	2	1,50	3,00
Franelas (unidad)	2	1,50	3,00
<b>TOTAL ANUAL</b>			111,00
<b>TOTAL MENSUAL</b>			<b>9,25</b>

Fuente: AUTOSERVICIOS.

Elaboración: El autor

**Cuadro N° 47****Proyección de útiles de limpieza**

<b>AÑOS</b>	<b>Valor total</b>
1	111,00
2	114,29
3	117,57
4	120,86
5	124,14
6	127,43
7	130,71
8	134,00
9	137,28
10	140,57

**Fuente:** Cuadro N°. 46

**Elaboración:** El autor

**Sueldo de ejecutivo de ventas**

Este rubro corresponde al pago al ejecutivo en ventas de la empresa, el mismo que se desglosa de la siguiente manera:

**Cuadro N° 48****Sueldo de ejecutivo de ventas**

<b>No. De empleados</b>	<b>NOMINA</b>	<b>SUELDO BASICO</b>	<b>Ap. Pat(12,15%)</b>	<b>XII SUELDO</b>	<b>XIV SUELDO</b>	<b>VACACIONES</b>	<b>SUBTOTAL</b>
1	Ejecutivo en ventas	377,98	45,925	31,50	30,50	15,75	486,901
<b>TOTAL ANUAL</b>							<b>5842,815</b>

**Fuente:** MINISTERIO DE RELACIONES LABORALES

**Elaboración:** El autor

Calculo para fondos de reserva:

$(\sum \text{Valor total anual} + \sum \text{sueldo Básico}) \% \text{ inflación}$

$\$ 5842,82 + \$ 377,98 = \$6220,80 * 2,96\%$

= \$6404,94

### Cuadro N° 49

#### Proyección de Sueldo

Años	Valor total
1	5842,81
2	6404,94
3	6594,53
4	6789,72
5	6990,70
6	7197,62
7	7410,67
8	7630,03
9	7855,88
10	8088,41

Fuente: Cuadro N°.48

Elaboración: El autor

### TOTAL DE ACTIVOS CIRCULANTES

Los rubros considerados para éste activo han sido tomados en cuenta en base a las necesidades y requerimientos de la empresa. No obstante pueden existir algunos aspectos que no han sido considerados por situaciones ajenas a la investigación y que no se han registrado, por tal motivo se ha estimado un 10% de imprevistos.



**Cuadro N° 50**  
**Activos circulantes**

<b>Activos circulante</b>	<b>Valor</b>
Materia prima directa	680
Mano de obra directa	3347,96
Mantenimiento de maquinaria y equipo	100
Energía eléctrica	122,5
Agua	21
Telefonía	45
Sueldos administrativos	1954,06
Arriendo de local	400
Suministros de oficina	7,93
Útiles de limpieza	9,25
Sueldo vendedor	486,9
Imprevistos 10%	723,23
<b>Total</b>	<b>7897,83</b>

**Fuente:** Cuadro N° .32 al 49

**Elaboración:** El autor

### Total de inversiones

En el presente cuadro se puede evidenciar las inversiones en los tres activos realizadas:

**Cuadro N°. 51**  
**INVERSIÓN TOTAL**

<b>ACTIVOS</b>	<b>MONTO</b>	<b>%</b>
<b>Activo fijo</b>		
Maquinaria y equipo	6000	
Equipos de computo	2500	
Adecuaciones	3059,69	
Muebles y enseres	135	
Equipos de oficina	1292,47	
Imprevistos 10%	11157,47	
<b>Total</b>	<b>14217,16</b>	<b>58,92</b>
<b>Activo diferido</b>		
Elaboración del proyecto	1781,04	
Permisos de funcionamiento	80,00	
Permiso de Bomberos	40,00	
Gastos organizativos	20,00	
Imprevistos 5%	96,05	
<b>Total</b>	<b>2017,09</b>	<b>8,36</b>
<b>Activo circulante</b>		
Materia prima directa	680,00	
Mano de obra directa	3347,96	
Mantenimiento de maquinaria y equipo	100,00	
Energía eléctrica	122,50	
Agua	21,00	
Telefonía	45,00	
Sueldos administrativos	1954,06	
Arriendo de local	400,00	
Suministros de oficina	7,93	
Útiles de limpieza	9,25	
Sueldo vendedor	486,90	
Imprevistos 10%	723,23	
<b>TOTAL</b>	<b>7897,83</b>	<b>32,72</b>
<b>MONTO TOTAL DE INVERSIÓN</b>	<b>24132,08</b>	<b>100,00</b>

Fuente: Cuadros N° 27,31, 50

Elaboración: El autor

## FINANCIAMIENTO

Ciertamente los directivos de la empresa Agencia de Viajes “Chaguarpamba Travel” Cía. Ltda., poseen la solvencia para enfrentar éste nuevo reto, no obstante la empresa asumirá el 37,84% de la inversión prevista, mientras que el 62,16% será financiado a través de un crédito a la banca del Estado.

**Fuente Interna o capital propio de la empresa:** este capital cubrirá la empresa el 37,84%, representando \$ 9.132,08

**Fuente Externa:** Éste lo constituye el crédito que concederá esta entidad financiera BanEcuador con una tasa de interés del 11,58% anual a 5 años plazo y pagos semestrales, el mismo que será sobre la base de \$15.000 representando el 62,16% de la inversión prevista

**Cuadro N° 52**  
**Financiamiento**

<b>Descripción</b>	<b>Monto</b>	<b>Porcentaje</b>
Capital Propio	9.132,08	37,84%
Crédito de BanEcuador	15.000,00	62,16%
<b>TOTAL</b>	<b>24.132,08</b>	<b>100,00%</b>

**Fuente:** Cuadro de inversiones

**Elaboración:** El autor

## SOLICITUD DE CRÉDITO

**Tipo de Crédito:** Pequeñas y medianas empresas - pymes

**Forma de Pago:** Semestral

**Tasa Efectiva:** 11,58 %

**Monto Deseado:** \$ 15,000.00

**Plazo:** 5 años

**Sistema de Amortización:** Cuota fija

**TABLA N° 2**

### AMORTIZACIÓN DE CRÉDITO

<b>Cuota</b>	<b>Saldo Capital</b>	<b>Capital</b>	<b>Interés</b>	<b>Valor a Pagar</b>
1	\$ 15,000.00	\$ 1,166.12	\$ 821.98	\$ 1992,21
2	\$ 13,833.88	\$ 1,230.02	\$ 758.08	\$ 1,991,89
3	\$ 12,603.87	\$ 1,297.42	\$ 690.67	\$ 1,991.55
4	\$ 11,306.45	\$ 1,368.52	\$ 619.58	\$ 1,991.19
5	\$ 9,937.93	\$ 1,443.51	\$ 544.58	\$ 1,990.82
6	\$ 8,494.42	\$ 1,522.61	\$ 465.48	\$ 1,990.42
7	\$ 6,971.81	\$ 1,606.05	\$ 382.04	\$ 1,990.01
8	\$ 5,365.76	\$ 1,694.06	\$ 294.04	\$ 1,989.57
9	\$ 3,671.70	\$ 1,786.89	\$ 201.20	\$ 1,989.10
10	\$ 1,884.81	\$ 1,884.81	\$ 103.28	\$ 1,988.61

**Fuente:** BANEQUADOR

**Elaboración:** El autor

## PRESUPUESTOS DE COSTOS

El presupuesto de costos está considerado para los diez años de vida útil del proyecto, en la cual se detallan todos los rubros que han sido considerados para éste efecto.

Cuadro N°. 53 Presupuesto de costos

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
<b>COSTO PRIMO</b>										
Materia prima	8160,00	8401,54	8650,22	8906,27	9169,89	9720,79	10008,52	10008,52	10304,77	10609,79
Mano de Obra directa	40.175,57	44040,72	45344,32	46686,51	48068,43	49491,26	50956,20	52464,51	54017,45	55616,37
<b>TOTAL DE COSTOS DE PRIMO</b>	<b>48.335,57</b>	<b>52442,25</b>	<b>53994,54</b>	<b>55592,78</b>	<b>57238,33</b>	<b>59212,05</b>	<b>60964,72</b>	<b>62473,03</b>	<b>64322,23</b>	<b>66226,17</b>
<b>COSTOS DE PRODUCCIÓN</b>										
Manten. de maquinaria y equipo	1200,00	1235,52	1272,09	1309,75	1348,51	1388,43	1429,53	1471,84	1515,41	1560,26
Servicio básico energía eléctrica	1470,00	1499,40	1529,39	1559,98	1591,18	1623,00	1655,46	1688,57	1722,34	1756,79
Deprec. de maquinaria y equipo	2160,00	2160,00	2160,00	2160,00	2160,00	2160,00	2160,00	2160,00	2160,00	2160,00
<b>TOTAL DE COSTOS INDIRECT. DE P.</b>	<b>4830,00</b>	<b>4894,92</b>	<b>4961,48</b>	<b>5029,72</b>	<b>5099,69</b>	<b>5171,43</b>	<b>5244,99</b>	<b>5320,41</b>	<b>5397,75</b>	<b>5477,05</b>
<b>TOTAL DE COSTOS DE PRODUC.</b>	<b>53.165,57</b>	<b>57.337,17</b>	<b>58.956,02</b>	<b>60.622,50</b>	<b>62.338,02</b>	<b>64.383,47</b>	<b>66.209,71</b>	<b>67.793,44</b>	<b>69.719,97</b>	<b>71.703,22</b>
<b>GASTOS DE OPERACIÓN</b>										
<b>Gastos administrativos</b>										
Sueldos y salarios	23448,69	25681,23	26441,40	27224,06	28029,89	28859,58	29713,82	30593,35	31498,92	32431,28
Servicios básicos( agua y teléfono)	792,00	807,84	824,00	840,48	857,29	874,43	891,92	909,76	927,95	946,51
Depreciación de muebles y enseres	110,70	110,70	110,70	110,70	110,70	110,70	110,70	110,70	110,70	110,70
Depreciación de equipos de oficina	12,15	12,15	12,15	12,15	12,15	12,15	12,15	12,15	12,15	12,15
Depreciación de equipos de cómp.	558,33	558,33	558,33	609,40	609,40	609,40	665,13	665,13	665,13	684,82
Útiles de oficina	95,10	97,91	100,81	103,80	106,87	110,03	113,29	116,64	120,10	123,65
Útiles de aseo	111,00	114,29	117,57	120,86	124,14	127,43	130,71	134,00	137,28	140,57
Arriendo de local	4800,00	4942,08	5088,37	5238,98	5394,06	5553,72	5718,11	5887,37	6061,63	6241,06
Amortización de activos diferidos	201,71	201,71	201,71	201,71	201,71	201,71	201,71	201,71	201,71	201,71
<b>Total de gastos administrativos</b>	<b>30129,68</b>	<b>32526,25</b>	<b>33455,04</b>	<b>34462,13</b>	<b>35446,20</b>	<b>36459,15</b>	<b>37557,54</b>	<b>38630,81</b>	<b>39735,57</b>	<b>40892,45</b>
<b>GASTOS</b>										
Sueldos y salarios	5842,81	6404,94	6594,53	6789,72	6990,70	7197,62	7410,67	7630,03	7855,88	8088,41
Adecuaciones	305,97	315,03	324,35	333,95	343,84	354,01	364,49	375,28	386,39	397,83
Gastos de publicidad	239,39	520,85	532,64	544,78	557,29	570,16	583,41	597,06	611,11	625,58
<b>Total de gastos de publicidad</b>	<b>6658,17</b>	<b>7240,81</b>	<b>7451,51</b>	<b>7668,46</b>	<b>7891,82</b>	<b>8121,79</b>	<b>8358,58</b>	<b>8602,37</b>	<b>8853,38</b>	<b>9111,81</b>
<b>Gastos financieros</b>										
Dividendo e intereses	3984,1	3982,74	3981,24	3979,58	3977,71	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
<b>Total de gastos financieros</b>	<b>3984,1</b>	<b>3982,74</b>	<b>3981,24</b>	<b>3979,58</b>	<b>3977,71</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>
<b>TOTAL GASTOS OPERATIVOS</b>	<b>40771,96</b>	<b>43749,79</b>	<b>44887,79</b>	<b>46110,16</b>	<b>47315,73</b>	<b>44580,94</b>	<b>45916,12</b>	<b>47233,17</b>	<b>48588,94</b>	<b>50004,26</b>
<b>TOTAL</b>	<b>93.937,53</b>	<b>101.086,97</b>	<b>103843,81</b>	<b>106732,67</b>	<b>109653,75</b>	<b>108964,42</b>	<b>112125,83</b>	<b>115026,61</b>	<b>118308,92</b>	<b>121707,48</b>

Fuente: Presupuestos

Elaboración: El autor

## Presupuesto de ingresos

La estimación de los ingresos se lo realiza en base a unidades que saldrán a la venta, así como a la comercialización de boletos de viaje y paquetes turísticos.

$$\text{CUP} = \frac{\text{CTP}}{\text{NUP}}$$

En Donde:

**CUP**= Costo unitario de producción

**CTP**= Costo total de producción

**NUP** = Número de unidades a producir

$$\text{CUP} = \frac{93.937,53}{1300}$$

**CUP**= 72,26 Dólares

Cuadro N° 54 ingresos proyectados

	a	b	C	d
AÑOS	SERVICIOS A PRODUCIR	COSTO DE PRODUCCIÓN	COSTO UNIT.	INGRESO TOTAL
1	975	93937,5	96,35	112625,0
2	975	101087,0	103,68	115055,9
3	1040	103843,8	99,85	123362,7
4	1040	106732,7	102,63	126111,4
5	1105	109653,8	99,23	135094,1
6	1105	108964,4	98,61	138190,1
7	1170	112125,8	95,83	147899,9
8	1170	115026,6	98,31	151375,0
9	1235	118308,9	95,80	161866,9
10	1235	121707,5	98,55	165755,4
			<b>b /a</b>	<b>a*c</b>

Fuente: Cuadros N°. 8 Y 32

Elaboración: El autor

Cuadro N° 55 Estructura y clasificación de costos

DESCRIPCIÓN	AÑO 1		AÑO 2		AÑO 3		AÑO 4		AÑO 5	
	Fijo	Variable	Fijo	Variable	Fijo	Variable	Fijo	Variable	Fijo	Variable
<b>COSTO PRIMO</b>										
Materia prima		8160,00		8401,54		8650,22		8906,27		9169,89
Mano de Obra directa		40.175,57		44040,72		45344,32		46686,51		48068,43
<b>TOTAL DE COSTOS DE PRIMO</b>	<b>0,00</b>	<b>48335,57</b>	<b>0,00</b>	<b>52442,25</b>	<b>0,00</b>	<b>53994,54</b>	<b>0,00</b>	<b>55592,78</b>	<b>0,00</b>	<b>57238,33</b>
<b>COSTOS DE PRODUCCIÓN</b>										
Mantenimiento de maquinaria y equipo	1200,00		1235,52		1272,09		1309,75		1348,51	
Servicio básico energía eléctrica		1470,00		1499,40		1529,39		1559,98		1591,18
Depreciación de maquinaria y equipo	2160,00		2160,00		2160,00		2160,00		2160,00	
<b>TOTAL DE COSTOS INDIRECTOS DE P.</b>	<b>3360,00</b>	<b>1470,00</b>	<b>3395,52</b>	<b>1499,40</b>	<b>3432,09</b>	<b>1529,39</b>	<b>3469,75</b>	<b>1559,98</b>	<b>3508,51</b>	<b>1591,18</b>
<b>TOTAL DE COSTOS DE PRODUC.</b>	<b>3360,00</b>	<b>49805,57</b>	<b>3395,52</b>	<b>53941,65</b>	<b>3432,09</b>	<b>55523,93</b>	<b>3469,75</b>	<b>57152,76</b>	<b>3508,51</b>	<b>58829,50</b>
<b>GASTOS DE OPERACIÓN</b>										
<b>Gastos administrativos</b>										
Sueldos y salarios	23448,69		25681,23		26441,40		27224,06		28029,89	
Servicios básicos( agua y teléfono)	792,00		807,84		824,00		840,48		857,29	
Depreciación de muebles y enseres	110,70		110,70		110,70		110,70		110,70	
Depreciación de equipos de oficina	12,15		12,15		12,15		12,15		12,15	
Depreciación de equipos de cómputo	558,33		558,33		558,33		609,40		609,40	
Útiles de oficina	95,10		97,91		100,81		103,80		106,87	
Útiles de aseo	111,00		114,29		117,57		120,86		124,14	
Arriendo local	4800,00		4942,08		5088,37		5238,98		5394,06	
Amortización de activos diferidos	201,71		201,71		201,71		201,71		201,71	
<b>Total de gastos administrativos</b>	<b>30129,68</b>		<b>32526,25</b>		<b>33455,04</b>		<b>34462,13</b>		<b>35446,20</b>	
<b>Gastos de Ventas</b>										
Sueldos y salarios	5842,81		6404,94		6594,53		6789,72		6990,70	
Adecuaciones	305,97		315,03		324,35		333,95		343,84	
Publicidad	509,39		520,85		532,64		544,78		557,29	
<b>Total de gastos de ventas</b>	<b>6271,17</b>		<b>6842,35</b>		<b>7041,26</b>		<b>7246,06</b>		<b>7456,92</b>	
<b>Gastos financieros</b>										
Dividendo e intereses	3984,10		3982,74		3981,24		3979,58		3977,71	
<b>Total de gastos financieros</b>	<b>3984,10</b>		<b>3982,74</b>		<b>3981,24</b>		<b>3979,58</b>		<b>3977,71</b>	
<b>TOTAL GASTOS OPERATIVOS</b>	<b>40384,96</b>		<b>43351,34</b>		<b>44477,54</b>		<b>45687,77</b>		<b>46880,84</b>	
<b>SUBTOTAL</b>	<b>44.131,96</b>	<b>49805,52</b>	<b>47145,32</b>	<b>53941,65</b>	<b>48319,88</b>	<b>55523,93</b>	<b>49579,91</b>	<b>57152,76</b>	<b>50824,25</b>	<b>58829,50</b>
<b>TOTAL</b>	<b>93937,53</b>		<b>101086,97</b>		<b>103843,81</b>		<b>106732,67</b>		<b>109653,75</b>	

Fuente: Cuadro N°. 53

Elaboración: El autor



DESCRIPCIÓN	AÑO 6		AÑO 7		AÑO 8		AÑO 9		AÑO 10	
	Fijo	Variable	Fijo	Variable	Fijo	Variable	Fijo	Variable	Fijo	Variable
<b>COSTO PRIMO</b>										
Materia prima		9720,79		10008,52		10008,52		10304,77		10609,79
Mano de Obra directa		49491,26		50956,20		52464,51		54017,45		55616,37
<b>TOTAL DE COSTOS DE PRIMO</b>	<b>0,00</b>	<b>59212,05</b>	<b>0,00</b>	<b>60964,72</b>		<b>62473,03</b>	<b>0,00</b>	<b>64322,23</b>	<b>0,00</b>	<b>66226,17</b>
<b>COSTOS DE PRODUCCIÓN</b>										
Mantenimiento de maquinaria y equipo	1388,43		1429,53		1471,84		1515,41		1560,26	
Servicio básico energía eléctrica		1623,00		1655,46		1688,57		1722,34		1756,79
Depreciación de maquinaria y equipo	2160,00		2160,00		2160,00		2160,00		2160,00	
<b>TOTAL DE COSTOS INDIRECTOS DE P.</b>	<b>3548,43</b>	<b>1623,00</b>	<b>3589,53</b>	<b>1655,46</b>	<b>3631,84</b>	<b>1688,57</b>	<b>3675,41</b>	<b>1722,34</b>	<b>3720,26</b>	<b>1756,79</b>
<b>TOTAL DE COSTOS DE PRODUCCIÓN</b>	<b>3548,43</b>	<b>60835,04</b>	<b>3589,53</b>	<b>62620,18</b>	<b>3631,84</b>	<b>64161,59</b>	<b>3675,41</b>	<b>66044,57</b>	<b>3720,26</b>	<b>67982,95</b>
<b>GASTOS DE OPERACIÓN</b>										
<b>Gastos administrativos</b>										
Sueldos y salarios	28859,58		29713,82		30593,35		31498,92		32431,28	
Servicios básicos( agua y teléfono)	874,43		891,92		909,76		927,95		946,51	
Depreciación de muebles y enseres	110,70		110,70		110,70		110,70		110,70	
Depreciación. De equipos de oficina	12,15		12,15		12,15		12,15		12,15	
Depreciación de equipos de cómputo	609,40		665,13		665,13		665,13		684,82	
Útiles de oficina	110,03		113,29		116,64		120,10		123,65	
Útiles de aseo	127,43		130,71		134,00		137,28		140,57	
Arriendo local	5553,72		5718,11		5887,37		6061,63		6241,06	
Amortización de activos diferidos	201,71		201,71		201,71		201,71		201,71	
<b>Total de gastos administrativos</b>	<b>36459,15</b>		<b>37557,54</b>		<b>38630,81</b>		<b>39735,57</b>		<b>40892,45</b>	
<b>Gastos de Ventas</b>										
Sueldos y salarios	7197,62		7410,67		7630,03		7855,88		8088,41	
Adecuaciones	354,01		364,49		375,28		386,39		397,83	
Publicidad	570,16		583,41		597,06		611,11		625,58	
<b>Total de gastos de ventas</b>	<b>7674,03</b>		<b>7897,55</b>		<b>8127,70</b>		<b>8364,66</b>		<b>8608,63</b>	
<b>Gastos financieros</b>										
Dividendo e intereses	0,00		0,00							
<b>Total de gastos financieros</b>	<b>0,00</b>		<b>0,00</b>							
<b>TOTAL GASTOS OPERATIVOS</b>	<b>44133,17</b>		<b>45455,10</b>		<b>46758,51</b>		<b>48100,23</b>		<b>49501,08</b>	
<b>SUBTOTAL</b>	<b>48129,37</b>	<b>60835,04</b>	<b>49505,64</b>	<b>62620,18</b>	<b>50865,02</b>	<b>64161,59</b>	<b>52264,35</b>	<b>66044,57</b>	<b>53724,53</b>	<b>67980,95</b>
<b>TOTAL</b>	<b>108964,42</b>		<b>112125,83</b>		<b>115026,61</b>		<b>118308,92</b>		<b>121707,48</b>	

Fuente: Cuadro No.53

Elaboración: El autor

## Cálculo del punto de equilibrio

El punto de equilibrio como herramienta financiera, permite determinar el momento en el cual las ventas cubrirán los costos, expresándose en valores, porcentaje o en unidades, además muestra la magnitud de la utilidades o pérdidas de la empresa cuando las ventas superan el punto de equilibrio o por el contrario estas se hallan por debajo del nivel.

Para el cálculo del punto de equilibrio es preciso conocer los costos fijos, variables y las ventas totales, con el objeto de tener la información necesaria para calcularlo de forma matemática y representarlo gráficamente.

### Cálculo del punto de equilibrio de forma matemática -primer año-

#### \* PE en función de la Capacidad Instalada

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

$$PE = \frac{44131,96}{112625,00 - 49805,52} \times 100$$

$$PE = 70,25 \%$$

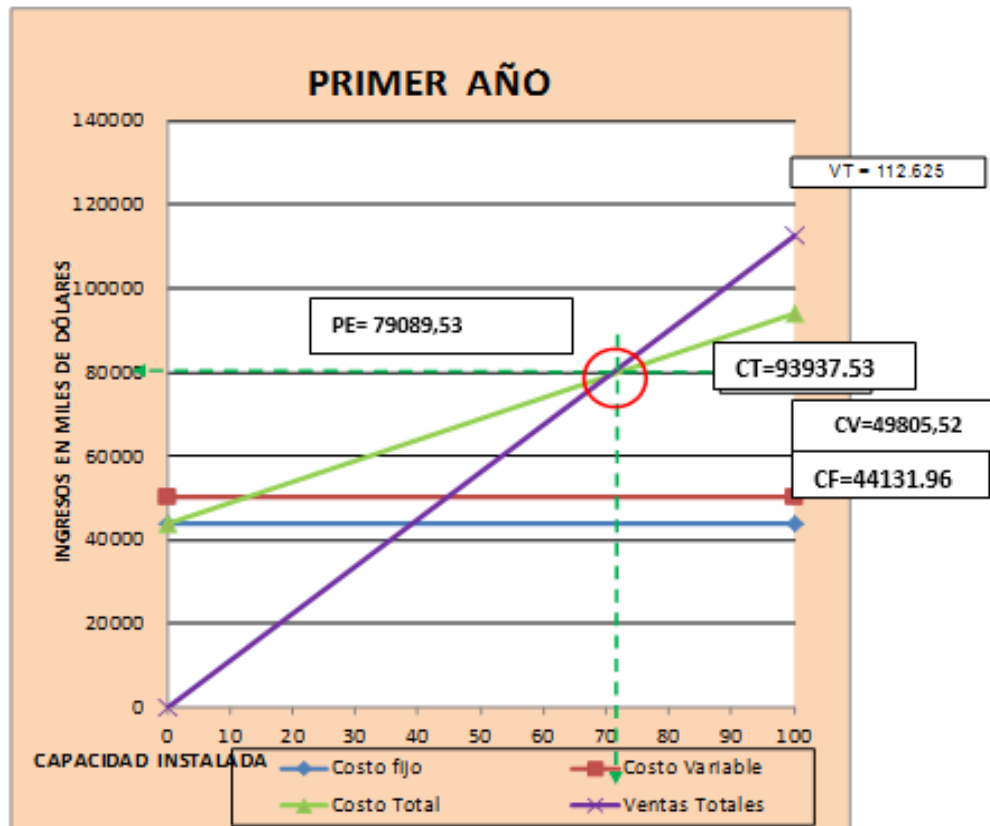
#### Punto de Equilibrio en función de los Ingresos (Ventas)

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

$$PE = \frac{44131,96}{1 - \frac{49805,52}{112625,00}}$$

$$PE = \$ 79.089,53$$

**Gráfico N°. 20**  
**PUNTO DE EQUILIBRIO AÑO 1**



**Fuente:** Cuadro N°. 61  
**Elaboración:** El autor

### Análisis:

Con los resultados obtenidos en cuanto al cálculo del punto de equilibrio de la forma matemática la empresa Agencia de Viajes “Chaguarpamba Travel” Cía. Ltda. Se ha establecido que la misma trabaja con una capacidad del **70,25%**, y tiene unas ventas que alcancen los \$ **79089,53**, con lo cual se establece que en este punto la empresa ni gana ni pierde en el primer año de operación.

### Cálculo del punto de equilibrio de forma matemática – quinto año

#### \* PE en función de la Capacidad Instalada

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

$$PE = \frac{50824,25}{135094,10 - 58829,50} \times 100$$

$$PE = 66,64 \%$$

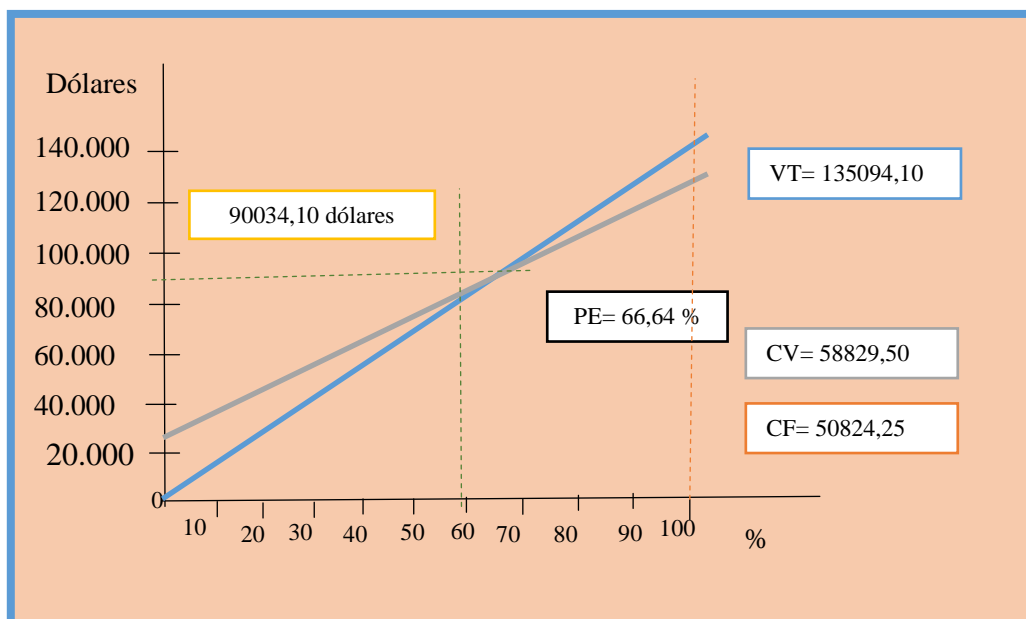
#### Punto de Equilibrio en función de los Ingresos (Ventas)

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

$$PE = \frac{50824,25}{1 - \frac{58829,50}{135094,10}}$$

$$PE = \$ 90034,10$$

**Gráfico N°. 21**  
**PUNTO DE EQUILIBRIO AÑO 5**



**Fuente:** Cuadro N°. 61  
**Elaboración:** El autor

### **Análisis:**

Con los resultados obtenidos en cuanto al cálculo del punto de equilibrio de la forma matemática la empresa Agencia de Viajes “Chaguarpamba Travel” Cía. Ltda. Se ha establecido que la misma trabaja con una capacidad del **66,64%**, y tiene unas ventas que alcanzarán los \$ **90034,10**, con lo cual se establece que en este punto la empresa ni gana ni pierde en el primer año de operación.

## Cálculo del punto de equilibrio de forma matemática - décimo año-

### \* PE en función de la Capacidad Instalada

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

$$PE = \frac{53723,53}{165755,37 - 67980,95} \times 100$$

$$PE = 54,94 \%$$

### \* PE en función de los Ingresos (Ventas)

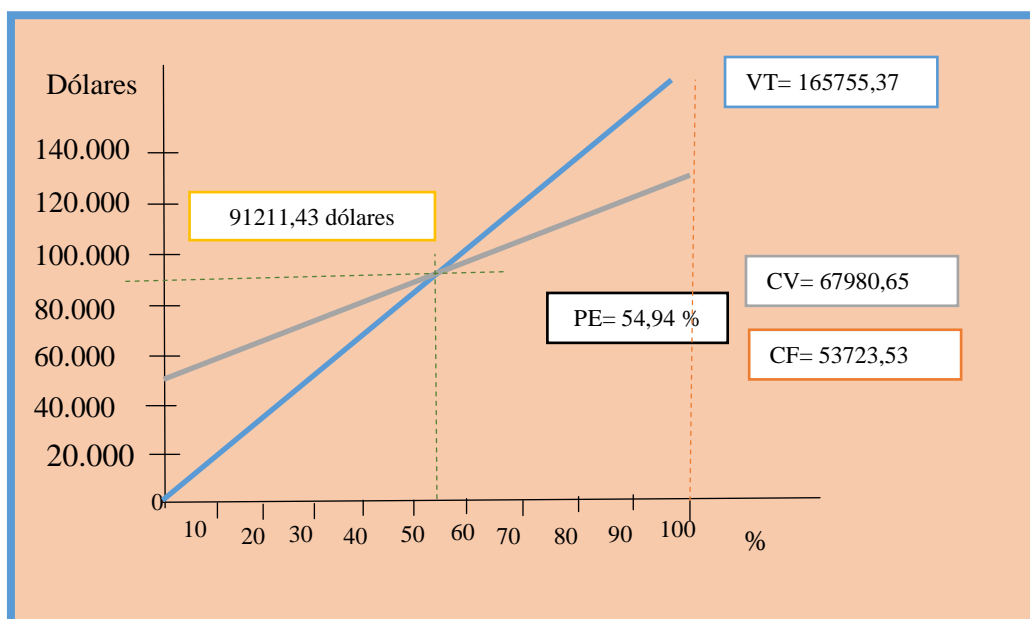
$$PE = \frac{\text{Costo Fijo Total}}{1 - \frac{\text{Costo Variable Total}}{\text{Ventas Totales}}}$$

$$PE = \frac{53723,53}{1 - \frac{67980,95}{165755,37}}$$

$$PE = \$ 91.211,43$$

## Gráfico N°. 22

AÑO 10



Fuente: Cuadro N°. 61

Elaboración: El autor

**Análisis.**

Con los resultados obtenidos en cuanto al cálculo del punto de equilibrio de la forma matemática la empresa Agencia de Viajes “Chaguarpamba Travel” Cía. Ltda., se ha establecido que la misma trabaja con una capacidad del **54,94%**, y tiene unas ventas que alcanzaran los \$ **91211,43**, con lo cual se establece que en este punto la empresa ni gana ni pierde en el décimo año de operación.

**ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS.**

Durante el ejercicio económico de la empresa Agencia de Viajes “Chaguarpamba Travel” Cía. Ltda., con respecto a los ingresos y costos proyectados, se establece el presente estado financiero, el mismo que presenta el resumen de los ingresos y los gastos, con lo cual se refleja las utilidades o pérdidas sufridas en las operaciones realizadas.

**Cuadro Nº 56 Estado de pérdidas y ganancias**

<b>Descripción</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>	<b>2022</b>	<b>2023</b>	<b>2024</b>	<b>2025</b>	<b>2026</b>
Ingresos por Ventas	112625,00	115055,90	123362,67	126111,41	135094,10	138190,08	147899,93	151374,97	161866,91	165755,37
(-) Costo de Producción	53165,57	57337,17	58956,02	60622,50	62338,02	64383,47	66209,71	67793,44	69719,97	71703,22
<b>(=) Utilidad Bruta neta</b>	<b>59459,43</b>	<b>57718,73</b>	<b>64406,65</b>	<b>65488,90</b>	<b>72756,08</b>	<b>73806,61</b>	<b>81690,22</b>	<b>83581,53</b>	<b>92146,94</b>	<b>94052,16</b>
(-) Costo de Operación	40771,96	43749,79	44887,79	46110,16	47315,73	44580,94	45916,12	47233,17	48588,94	50004,26
<b>(=) Utilidad en Ventas</b>	<b>18687,47</b>	<b>13968,93</b>	<b>19518,86</b>	<b>19378,74</b>	<b>25440,35</b>	<b>29225,67</b>	<b>35774,10</b>	<b>36348,36</b>	<b>43557,99</b>	<b>44047,90</b>
(-) 15% Utilidad Trabajadores	2803,12	2095,34	2927,83	2906,81	3816,05	4383,85	5366,11	5452,25	6533,70	6607,18
<b>(=) Utilidad antes de Impuestos</b>	<b>15884,35</b>	<b>11873,59</b>	<b>16591,03</b>	<b>16471,93</b>	<b>21624,30</b>	<b>24841,82</b>	<b>30407,98</b>	<b>30896,10</b>	<b>37024,30</b>	<b>37440,71</b>
(-) 22% Impuesto a la Renta	3494,56	2612,19	3650,03	3623,82	4757,35	5465,20	6689,76	6797,14	8145,34	8236,96
<b>(=) Utilidad antes de Reserva</b>	<b>12389,79</b>	<b>9261,40</b>	<b>12941,00</b>	<b>12848,10</b>	<b>16866,95</b>	<b>19376,62</b>	<b>23718,23</b>	<b>24098,96</b>	<b>28878,95</b>	<b>29203,76</b>
(-) 10% Reserva Legal	1238,98	926,14	1294,10	1284,81	1686,70	1937,66	2371,82	2409,90	2887,90	2920,38
<b>(=) Utilidad Neta</b>	<b>11150,81</b>	<b>8335,26</b>	<b>11646,90</b>	<b>11563,29</b>	<b>15180,26</b>	<b>17438,96</b>	<b>21346,41</b>	<b>21689,06</b>	<b>25991,06</b>	<b>26283,38</b>

Fuente: Cuadros No. 54 y 55

Elaboración: El autor



## FLUJO DE CAJA

### Cuadro N° 57 Flujo de caja

DESCRIPCION	AÑO 0	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026
Ventas		112625,00	115055,90	123362,67	126111,41	135094,10	138190,08	147899,93	151374,97	161866,91	165755,37
Valor residual					825,00			900,45			3519,30
Préstamo BanEcuador	15000,00										
Capital Propio	28989,83										
<b>TOTAL DE INGRESOS</b>	<b>43989,83</b>	<b>112625,00</b>	<b>115055,90</b>	<b>123362,67</b>	<b>126936,41</b>	<b>135094,10</b>	<b>138190,08</b>	<b>148800,38</b>	<b>151374,97</b>	<b>161866,91</b>	<b>169274,67</b>
<b>EGRESOS</b>											
Activo Fijo	34017,16										
Activo Diferido	2017,09										
Activo circulante:	7955,58										
Reinversión					2728,64			2978,18			3250,55
Costo de producción		53165,57	57337,17	58956,02	60622,50	62338,02	64383,47	66209,71	67793,44	69719,97	71703,22
Costo de operación		40771,96	43749,79	44887,79	46110,16	47315,73	44580,94	45916,12	47233,17	48588,94	50004,26
<b>EGRESO TOTAL</b>	<b>43989,83</b>	<b>93937,53</b>	<b>101086,97</b>	<b>103843,81</b>	<b>109461,30</b>	<b>109653,75</b>	<b>108964,42</b>	<b>115104,01</b>	<b>115026,61</b>	<b>118308,92</b>	<b>124958,03</b>
<b>UTILIDAD ANTES PART. TRAB.</b>		<b>18687,47</b>	<b>13968,93</b>	<b>19518,86</b>	<b>17475,10</b>	<b>25440,35</b>	<b>29225,67</b>	<b>33696,37</b>	<b>36348,36</b>	<b>43557,99</b>	<b>44316,65</b>
15% Utilidad Trabajadores		2803,12	2095,34	2927,83	2906,81	3816,05	4383,85	5366,11	5452,25	6533,70	6607,18
<b>UTILIDAD ANT. IMPTO.</b>		<b>15884,35</b>	<b>11873,59</b>	<b>16591,03</b>	<b>14568,29</b>	<b>21624,30</b>	<b>24841,82</b>	<b>28330,25</b>	<b>30896,10</b>	<b>37024,30</b>	<b>37709,46</b>
22% Impto. a la Renta		3494,56	2612,19	3650,03	3623,82	4757,35	5465,20	6689,76	6797,14	8145,34	8236,96
<b>UTILIDAD ANT. IMPTO.</b>		<b>12389,79</b>	<b>9261,40</b>	<b>12941,00</b>	<b>10944,47</b>	<b>16866,95</b>	<b>19376,62</b>	<b>21640,50</b>	<b>24098,96</b>	<b>28878,95</b>	<b>29472,51</b>
10% reserva legal		1238,98	926,14	1294,10	1284,81	1686,70	1937,66	2371,82	2409,90	2887,90	2920,38
<b>UTILIDAD GRAVABLE</b>		<b>11150,81</b>	<b>8335,26</b>	<b>11646,90</b>	<b>9659,66</b>	<b>15180,26</b>	<b>17438,96</b>	<b>19268,67</b>	<b>21689,06</b>	<b>25991,06</b>	<b>26552,13</b>
(+)Amortización de diferidos		183,75	183,75	183,75	183,75	183,75	183,75	183,75	183,75	183,75	183,75
(+)Depreciaciones		357,05	361,33	361,33	382,03	386,31	386,31	409,62	413,91	413,91	440,10
<b>FLUJO NETO DE CAJA</b>	<b>0,00</b>	<b>11691,61</b>	<b>9806,48</b>	<b>13486,08</b>	<b>11510,25</b>	<b>17437,01</b>	<b>19946,68</b>	<b>22233,87</b>	<b>24696,62</b>	<b>29476,61</b>	<b>30096,36</b>

Fuente: Cuadros N°. 27, 31 y 50

Elaboración: El autor

## EVALUACIÓN FINANCIERA

La importancia de evaluar un proyecto de inversión es de gran ayuda para la toma de decisiones, por tal motivo la empresa Agencia de Viajes “Chaguarpamba Travel” Cía. Ltda. Hace uso de los indicadores de evaluación para medir la rentabilidad del presente proyecto.

### 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 dicho cálculo se aplica la fórmula de factor de Actualización.

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

**Cuadro Nº 58 VALOR ACTUAL NETO**

Años	Flujo neto	Factor Act.	Valor actual
<b>0</b>	<b>43989,83</b>	11,58%	
1	11691,61	0,896217960	10478,23
2	9806,48	0,803206632	7876,63
3	13486,08	0,719848210	9707,93
4	11510,25	0,645140894	7425,73
5	17437,01	0,578186856	10081,85
6	19946,68	0,518181445	10336,00
7	22233,87	0,464403517	10325,49
8	24696,62	0,416206773	10278,90
9	29476,61	0,373011985	10995,13
10	30096,36	0,334300041	10061,21
<b>TOTAL</b>			<b>97567,11</b>

Fuente: cuadro N°. 57

Elaboración: El autor

$$\text{VAN} = \text{SUMATORIA VALOR ACTUALIZADO} - \text{INVERSIÓN INICIAL}$$

$$\text{VAN} = 97567,11 - 43989,83$$

$$\text{VAN} = \$ 53577,28$$

## TASA INTERNA DE RETORNO

A éste indicador se interpreta como la más alta tasa de interés que se podría pagar por un préstamo que financiara la inversión, además se debe tomar en cuenta las siguientes consideraciones:

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

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

Si la TIR es menor que el costo del capital debe rechazarse el proyecto.

**Cuadro N° 59 TIR**

Años	Flujo neto	Factor Act. 30,50%	Valor menor	Factor Act. 31%	Van mayor
0	43989,83				
1	11691,61	0,766283525	8959,09	0,76335878	8924,89
2	9806,48	0,587190441	5758,27	0,58271662	5714,40
3	13486,08	0,449954361	6068,12	0,44482185	5998,90
4	11510,25	0,344792613	3968,65	0,33955866	3908,40
5	17437,01	0,264208899	4607,01	0,25920509	4519,76
6	19946,68	0,202458927	4038,38	0,19786648	3946,78
7	22233,87	0,15514094	3449,38	0,15104311	3358,27
8	24696,62	0,118881946	2935,98	0,11530009	2847,52
9	29476,61	0,091097277	2685,24	0,08801533	2594,39
10	30096,36	0,069806342	2100,92	0,06718728	2022,09
<b>TOTAL</b>			581,22		-154,41

Fuente: Cuadro N°. 57

Elaboración: El autor

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

$$TIR = 30,50 + 0,50 \left( \frac{581,22}{581,22 - (-154,41)} \right)$$

$$TIR = 30,50 + 0,50 (0,79)$$

$$TIR = 30,90\%$$

**Análisis:**

Con el resultado proporcionado por éste indicador que es de 30,90%, se puede indicar que es mayor a la tasa de oportunidad que nos proporciona la entidad financiera que es de 11,58%

**RELACIÓN BENEFICIO / COSTO**

El presente indicador hace referencia al beneficio que tendrá la empresa por cada dólar que invierta; y, para ello se toma en cuenta las siguientes consideraciones:

- Análisis:**
- Si R (B/C) es mayor a uno se acepta el proyecto
  - Si R (B/C) es igual a uno el proyecto es indiferente
  - Si R (B/C) es menor a uno no se acepta el proyecto

**Cuadro N° 60 RELACIÓN BENEFICIO COSTO R (B/C)**

<b>Años</b>	<b>Ingresos originales</b>	<b>Costos originales</b>	<b>Fact. De act.</b>	<b>Ingresos actuales.</b>	<b>Costos actualiz.</b>
			<b>11,58%</b>		
1	112625,00	93937,53	0,89621796	100936,55	84188,50
2	115055,90	101086,97	0,803206632	92413,66	81193,72
3	123362,67	103843,81	0,71984821	88802,40	74751,78
4	126111,41	106732,67	0,645140894	81359,63	68857,61
5	135094,10	109653,75	0,578186856	78109,63	63400,36
6	138190,08	108964,42	0,518181445	71607,54	56463,34
7	147899,93	112125,83	0,464403517	68685,25	52071,63
8	151374,97	115026,61	0,416206773	63003,29	47874,85
9	161866,91	118308,92	0,373011985	60378,30	44130,64
10	165755,37	121707,48	0,334300041	55412,03	40686,81
<b>TOTAL</b>				<b>760708,26</b>	<b>613619,25</b>

**Fuente:** Cuadros No. 57,59

**Elaboración:** El autor

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

$$R (B/C) = \frac{760708,26}{613619,25}$$

$$R (B/C) = 1,24 \quad \text{Dólares}$$

### ANÁLISIS:

El proyecto en mención se acepta debido a que su RBC es mayor a uno. También es importante señalar que, por cada dólar invertido se recibirá 0,24 ctvs. De dólar de utilidad.

### PERÍODO DE RECUPERACIÓN DE CAPITAL

Con la aplicación de éste indicador permite conocer el tiempo en el cual se recuperará la inversión realizada tomando en cuenta el horizonte del proyecto.

**Cuadro N° 61 PERIODO DE RECUPERACIÓN DE CAPITAL**

Años	Inversión	Flujo neto	
		FLUJO NETO	FLUJO ACUMULADO
0	43964,20		
1		11691,61	11691,61
2		9806,48	21498,09
3		13486,08	34984,18
4		11510,25	46494,42
5		17437,01	63931,44
6		19946,68	83878,12
7		22233,87	106111,99
8		24696,62	130808,61
9		29476,61	160285,22
10		30096,36	190381,58
<b>TOTAL</b>		190381,58	

Fuente: Cuadro N°. 53

Elaboración: El autor

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

$$\text{PRC} = 4 + \frac{43989,83 - 46494,42}{11510,25}$$

$$\text{PRC} = 4 + (-0,217)$$

$$\text{PRC} = 4 - 0,217 = 3,74$$

**3 Años**

$$\text{PRC} = 0.74 \times 12 \text{ (Meses)} = 8,88$$

**8 Meses**

$$\text{PRC} = 0.88 \times 31 \text{ (Días)} = 8,68$$

**27 Días****Análisis:**

El periodo de recuperación del capital invertido para el presente proyecto tiene un tiempo estimado de 3 años, 8 meses y 27 días, de acuerdo a los cálculos realizados.

**ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD**

Siendo el análisis de Sensibilidad un indicador económico que permite conocer el grado de soporte que tenga el proyecto ante posibles cambios económicos, la empresa Agencia de Viajes “Chaguarpamba Travel” Cía. Ltda. Ha realizado el análisis de las variables de incremento en los costos y la variable de disminución en sus ingresos, para finalmente tomar una decisión en base a los siguientes criterios:

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

Cuadro N° 62 Análisis de sensibilidad con incremento del 10,85% en los costos

AÑOS	COSTO TOTAL ORIGINAL	COSTO INCREMENTADO	INGRESO ORIGINAL	ACTUALIZACIÓN				
				FLUJO NETO	FACTOR ACT.	VALOR ACTUAL.	FACTOR ACT.	VALOR ACTUAL
		10,85%			23,50%		23,75%	
	43.989,83					-43.989,83		-43.989,83
1	93.937,53	104.129,75	112.625,00	8.495,25	0,80972	6.878,74	0,80808	6.864,85
2	101.086,97	112.054,90	115.055,90	3.001,00	0,65564	1.967,58	0,65299	1.959,63
3	103.843,81	115.110,87	123.362,67	8.251,80	0,53088	4.380,75	0,52767	4.354,25
4	106.732,67	118.313,16	126.111,41	7.798,24	0,42987	3.352,19	0,42640	3.325,19
5	109.653,75	121.551,18	135.094,10	13.542,92	0,34807	4.713,87	0,34457	4.666,45
6	108.964,42	120.787,05	138.190,08	17.403,03	0,28184	4.904,82	0,27844	4.845,67
7	112.125,83	124.291,48	147.899,93	23.608,45	0,22821	5.387,64	0,22500	5.311,91
8	115.026,61	127.507,00	151.374,97	23.867,97	0,18478	4.410,42	0,18182	4.339,64
9	118.308,92	131.145,44	161.866,91	30.721,48	0,14962	4.596,63	0,14692	4.513,73
10	121.707,48	134.912,74	165.755,37	30.842,64	0,12115	3.736,65	0,11873	3.661,84
						339,45		-146,68

Fuente: Cuadro N°. 61

Elaboración: El autor

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

$NTR = 23,50 + 0,25 \left( \frac{339,45}{339,45 - 146,68} \right)$
--------------------------------------------------------------------

NTR = 23,67%



1) DIFERENCIA DE TIR	2) PORCENTAJE DE VARIACIÓN	3) SENSIBILIDAD
DIF. TIR.= 30,90%- NUEVA TIR	% VAR.= (DIF. TIR ÷ TIR PROY)*100	Sensibilidad=%VAR ÷ N TIR
DIF. TIR.= (30,90%- 23,67 %)	% VAR.= (7,23%÷ 30,90%)*100	Sensibilidad= 23,38%÷ 23,67 %)
DIF. TIR.= 7,23%	% VAR.= 23,38%	Sensibilidad = 0.9876960

### Análisis:

Con los resultados obtenidos luego de haber desarrollado las fórmulas correspondientes para obtener el coeficiente de sensibilidad, se ha determinado que la empresa tendría un coeficiente de 0.9876960 al incrementar los costos hasta en un 10,85%.

Cuadro N° 63 ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD CON DECREMENTO DEL 9,00% EN SUS INGRESOS

AÑOS	COSTO TOTAL ORIGINAL	INGRESO ORIGINAL	INGRESO ORIGINAL DISMINUIDO	ACTUALIZACIÓN				
				FLUJO NETO	FACTOR ACT.	VALOR ACTUAL	FACTOR ACT.	VALOR ACTUAL
			9,00%		22,15%		29,00%	
						-43.989,83		-43.989,83
1	93.937,53	112.625,00	02.488,75	8.551,22	0,8187	7.000,59	0,7752	6.628,85
2	101.086,97	115.055,90	04.700,87	3.613,90	0,6702	2.422,09	0,6009	2.171,69
3	103.843,81	123.362,67	12.260,03	8.416,22	0,5487	4.617,82	0,4658	3.920,56
4	106.732,67	126.111,41	14.761,38	8.028,71	0,4492	3.606,38	0,3611	2.899,26
5	109.653,75	135.094,10	22.935,63	13.281,88	0,3677	4.884,19	0,2799	3.718,01
6	108.964,42	138.190,08	25.752,98	16.788,56	0,3011	5.054,20	0,2170	3.643,13
7	112.125,83	147.899,93	34.588,93	22.463,11	0,2465	5.536,25	0,1682	3.778,69
8	115.026,61	151.374,97	37.751,22	22.724,61	0,2018	4.585,10	0,1304	2.963,32
9	118.308,92	161.866,91	47.298,89	28.989,97	0,1652	4.788,58	0,1011	2.930,49
10	121.707,48	165.755,37	50.837,39	29.129,91	0,1352	3.939,17	0,0784	2.282,66
						2.444,52		-9.053,16

Fuente: Cuadro N° 61

Elaboración: El autor

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

$$NTR = 22,15 + 6,85 \left( \frac{2.444,52}{2.444,52 + 9053,16} \right)$$

NTR = 23,61%

1) DIFERENCIA DE TIR	2) PORCENTAJE DE VARIACIÓN	3) SENSIBILIDAD
DIF. TIR.= 30,90%- NUEVA TIR	% VAR.= (DIF. TIR ÷ TIR PROY)*100	Sensibilidad=%VAR ÷ N TIR
DIF. TIR.= (32,71%- 23,61%)	% VAR.= (7,29%÷ 30,90%)*100	Sensibilidad= 23,60%÷ 23,61%)
DIF. TIR.= 7,29%	% VAR.= 23,60%	Sensibilidad = 0,9998970

### Análisis:

Con los resultados obtenidos luego de haber desarrollado las fórmulas correspondientes para obtener el coeficiente de sensibilidad, se ha determinado que la empresa tendría un coeficiente de 0,9998970 al disminuir sus ingresos hasta en un 9,00%.

## **h. CONCLUSIONES**

Al término del presente trabajo y luego de haber concluido con los objetivos planteados en lo que respecta al proyecto, se ha llegado a las siguientes conclusiones:

1. En la ciudad de Chaguarpamba solo existe una Agencia de Viajes que se dedica a la venta de boletos y paquetes turísticos con ingresos de 70 a 80 dólares por servicio, para turistas tanto nacionales como extranjeros.
2. Que existe acogida por parte de los turistas nacionales y extranjeros con la predisposición de utilizar esta nueva Agencia de Viajes
3. Los factores de localización señala que la empresa se debe estar situada en la parte céntrica de la ciudad de Chaguarpamba.
4. Que la maquinaria y equipo que se requiere será adquirida en la ciudad de Loja, ya que por las especificaciones técnicas de la maquinaria y los costos de la misma, se la obtendrá a precios más bajos que lo que normalmente se oferta en el mercado local.
5. La empresa está constituida como una Compañía Limitada se sujeta a la superintendencia de compañías.

6. La inversión total que requiere para la puesta en marcha de esta agencia es \$ 24132,08; cuyo financiamiento será del 62,16% con crédito de BanEcuador a 5 años plazo.
7. Sus ingresos por concepto de venta de boletos y paquetes turísticos será para el primer año de \$112625,00; mientras que para el quinto año será de \$135094,10; y, al término de la vida útil del proyecto será de \$165755,37
8. En la evaluación financiera se obtuvieron resultados de los diferentes indicadores que señalan lo siguiente:
  - El VAN es de \$ 53577,28, la TIR es de 30,90%, que resulta mayor a la tasa de oportunidad, la Relación Beneficio/Costo es de \$1,24, el PRC será de 3 años 8 meses y 27 días, el Análisis de Sensibilidad con incremento del 10,85% en los costos será con un índice de sensibilidad de 0.9876960, el Análisis de Sensibilidad con disminución del 9,00% en los ingresos será de 0,9998970
9. Con todos los resultados antes expuestos, durante el desarrollo del presente trabajo se considera que el proyecto es factible de ejecutarlo.

## **i. RECOMENDACIONES**

Las recomendaciones que se hacen al presente trabajo y tomando en cuenta las conclusiones a las cuales se ha llegado, se puede indicar que:

- Dado los resultados favorables en el estudio financiero se recomienda a sus directivos tomar la decisión de ejecutar el presente proyecto.
- Se recomienda ponerlo en ejecución, ya que cuenta con la aceptación de un segmento importante del mercado.
- Con la realización de éste proyecto, desde el punto de vista financiero sería conveniente, ya que así lo demuestran los resultados de los diferentes indicadores económicos.
- Mantener el contacto permanente con la casa matriz para obtener la materia prima en la cantidad requerida y con antelación.
- Con la ejecución de este tipo de proyecto, se estaría aportando con la generación de fuentes de trabajo.

## j. BIBLIOGRAFÍA

- Alles, M. (2012). *Diccionario de términos de Recursos humanos* (1ra ed.). Buenos Aires, Argentina: GRANICA.
- Aquirre, C. (21 de 11 de 2013). *educamericas.com*. Recuperado el 03 de 06 de 2016, de <http://www.educamericas.com/articulos/columnas-de-opinion/los-beneficios-de-la-evaluacion-financiera-de-proyectos-0>
- [www.asambleanacional.gob.ec/sites/default/files/.../old/constitucion\\_de\\_bolsillo.pdf](http://www.asambleanacional.gob.ec/sites/default/files/.../old/constitucion_de_bolsillo.pdf)
- Baca U., G. (2014). *Evaluación de proyectos* (7ma ed.). México: McGraw - Hill.
- Blas J., P. (2014). *Diccionario de Administración y Finanzas* (1ra ed.). EEUU: PALIBRIO LLC.
- [https://www.google.com.ec/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=11&cad=rja&uact=8&ved=0ahUKEwiH9KiBp-zMAhVlpB4KHQu-D5IQFghOMAO&url=http%3A%2F%2Fnulan.mdp.edu.ar%2F1620%2F1%2F15\\_capacidad\\_distribucion.pdf&usg=AFQjCNHVBgSZbfin4qPmUk\\_R5PW9yJQc2w](https://www.google.com.ec/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=11&cad=rja&uact=8&ved=0ahUKEwiH9KiBp-zMAhVlpB4KHQu-D5IQFghOMAO&url=http%3A%2F%2Fnulan.mdp.edu.ar%2F1620%2F1%2F15_capacidad_distribucion.pdf&usg=AFQjCNHVBgSZbfin4qPmUk_R5PW9yJQc2w)
- Chase, R. B. (2014). *Administración de Operaciones: Producción y cadena de suministros* (13ra ed.). México: McGrawHill.
- Comunidad de Emprendedores. (19 de Ene de 2011). *emprendices.co*. Recuperado el 03 de 06 de 2016, de <https://www.emprendices.co/plan-de-comercializacion/>
- Crece Negocios . (21 de 08 de 2014). *crecenegocios.com*. Recuperado el 03 de 06 de 2016, de <http://www.crecenegocios.com/que-es-y-como-hacer-publicidad/>
- Da Silva, A. (1 de 6 de 2016). *eumed.net*. Recuperado el 3 de 06 de 2016, de <http://www.eumed.net/cursecon/dic/ci1.htm>

- Del Arco Eva, A., & Vázquez B., B. (2011). *Empresa e iniciativa Emprendedora* (2da. ed.). (P. S.A., Ed.) Madrid, España.
- Fernández E., S. (2011). *Los proyectos de inversión: evaluación financiera* (2da. ed.). Cartago, Costa Rica: Edit. Tecnológica de Costa Rica.
- Fernández, M. J. (2012). *Empresa y Administración*. Argentina: EDITEX.
- *Decisiones estratégicas* (Vol. 18). (PUBLICAN, Ed.) Cantabria, España: UC.
- García M, F. P. (2013). *Dirección y gestión de la producción: Una aproximación mediante simulación* (1ra ed.). Barcelona, España: MARCOMBO S.A.
- Horngren, C. T., Datar, S. M., & Raja, M. V. (2012). *Contabilidad de Costos* (14ta ed.). Mexico: PEARSON.
- Martínez, A. (2 de 06 de 2016). *cienciasempresariales.info*. Recuperado el 3 de 06 de 2016, de <http://cienciasempresariales.info/el-precio-en-marketing/>
- Prieto, H. J. (2013). *Evaluación del proyecto* (2da ed.). Bogotá, Colombia: ECO EDICIONES.



## **k. ANEXOS**

### **Anexo No.1**

#### **FICHA DE RESUMEN**

##### **a. TEMA**

**“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA AGENCIA DE VIAJES EN LA CIUDAD DE CHAGUARPAMBA, CANTÓN CHAGUARPAMBA, PROVINCIA DE LOJA”**

##### **b. PROBLEMÁTICA**

El Ecuador posee innumerables zonas de gran atractivo turístico que se destacan por su variada cultura y gran biodiversidad, así en la sierra, costa, oriente y región insular, presentan una gran riqueza. Desde el año 2001, el turismo ocupa el cuarto renglón de divisas del Ecuador, con un monto de 430 millones de dólares, luego de las exportaciones de petróleo, remesas de migrantes y banano. Durante el período de 1997 al 2001 se ha producido un incremento del turismo receptor del 3.6 %. Los mayor cantidad de turistas vienen de Estados Unidos, Europa (en especial de Alemania) y América Latina (mayoritariamente colombianos).

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

En vista de tantos inconvenientes que atraviesan las empresas de la localidad y la actual situación socio-económica del país, muchos de los empresarios se estancan y no se desarrollan eficazmente en el mercado local, es por esto que se pretende implementar en el cantón Chaguarpamba una agencia de viajes. La falta de agencias

de viajes de servicios turísticos en el cantón Chaguarpamba, ha originado que no se ofrezca al turista nacional y extranjero servicios de: alimentación, hospedaje, convivencia cultural, servicio de guía, caminatas por los diferentes senderos, ríos y esteros. Que el visitante pueda conocer y apreciar la inmensa variedad de flora y fauna, la ferias religiosas, entre otros.

Chaguarpamba se halla ubicado a 111Km. de Loja rodeado de paisajes hermosos guarda secretos ancestrales del paso de los Paltas por el territorio, lleno de historias y leyendas constituye el paso obligatorio a la Costa, especialmente a la provincia de El Oro. Es un maravilloso paisaje de la geografía lojana con verdes y extensas llanuras en las que se puede disfrutar de un clima veraniego delicioso y de una gastronomía exquisita que deleita el paladar de los viajeros que hallan aquí el lugar ideal para descansar, ya que debemos mencionar que Chaguarpamba se encuentra ubicado al margen de la carretera principal hacia la Costa. Chaguarpamba es la ciudad que une a la hermosa serranía con la costa, es por ello que en su gente se sienten las costumbres de ambas regiones, su clima es bastante cálido siendo ideal para disfrutar recorriendo cada una de los lugares turísticos que posee esta bella ciudad.

Lugares que pueden ser visitados por los turistas son: el **centro histórico, petroglifos de Misquillana, el cerro Surapo, Pan de Azúcar, el río Pindo, balneario Las Juntas, entre otros**. Con la propuesta de una Agencia de Viajes es una oportunidad para que sean las propias habitantes de Chaguarpamba y no a través de “intermediarios”, las beneficiadas del turismo que se puede hacer, exhibiendo al mundo su propia raigambre cultural.

Por todo lo expuesto anteriormente he considerado que la problemática para la realización del presente trabajo investigativo es: **“LA FALTA DE UNA AGENCIA DE VIAJES EN LA CIUDAD DE CHAGUARPAMBA, CANTÓN CHAGUARPAMBA, PROVINCIA DE LOJA”**.

## **d. OBJETIVOS**

### **OBJETIVO GENERAL**

- Realizar un Estudio de Factibilidad para la creación de una Agencia de Viajes en la ciudad de Chaguarpamba, Cantón Chaguarpamba, provincia de Loja.

### **OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

- ✓ Realizar un estudio de mercado para determinar la oferta y la demanda a través de la correcta utilización de la encuesta para posicionar a la empresa y cubrir la demanda insatisfecha.
- ✓ Realizar el estudio técnico para determinar el tamaño y localización el proyecto de factibilidad.
- ✓ Establecer un estudio organizacional más idóneo, a partir de la distribución específica de jerarquías y responsabilidades.
- ✓ Realizar un estudio económico-financiero para determinar los costos y gastos de producción, administración y ventas implicados en el desarrollo de la empresa.
- ✓ Establecer la mejor alternativa de inversión y financiamiento.
- ✓ Realizar un estudio de evaluación financiera para establecer las proyecciones de éstas y el análisis de sensibilidad de los estados financieros y flujos de caja, a fin de calcular los índices financieros, valor actual neto, tasa interna de retorno, punto de equilibrio, relación beneficio/costo, etc., que permita una adecuada toma de decisiones.

## **e. METODOLOGÍA**

Para el desarrollo del presente trabajo, se hace necesario incurrir en una serie de métodos y técnicas que serán de gran utilidad al momento de desarrollar las diferentes etapas del presente proyecto.

Entre los métodos que se utilizará se describen los siguientes:

### **MÉTODOS**

#### **MÉTODO DEDUCTIVO**

“El método deductivo de investigación permite inferir nuevos conocimientos o leyes aún no conocidas. Este método consiste en inducir una ley y luego deducir nuevas hipótesis como consecuencia de otras más generales. (Carvajal, 2013)

Se utilizará este método para en base a los conceptos teóricos relacionados con la realización de un proyecto de factibilidad aplicarlos en el desarrollo de los estudios de mercado, técnico, organizativo, económico y financiero, los mismos que permitirán determinar la factibilidad de crear una Agencia de Viajes “Chaguarpamba Travel” Cía. Ltda., en la ciudad de Chaguarpamba provincia de Loja.

#### **MÉTODO INDUCTIVO**

“El método deductivo se obtiene a partir de generalizaciones, que son leyes o premisas, las conclusiones se extraen por medio de inferencias de cada uno de los casos particulares” (Navarro T., 2011)

Se utilizará este método para en base a las particularidades encontradas en el desarrollo del proyecto de inversión para la creación de una Agencia de Viajes “Chaguarpamba Travel” Cía. Ltda., generar conclusiones y recomendaciones que puedan ser utilizados para la implementación de otras empresas similares.

### **MÉTODO ANALÍTICO - SINTÉTICO**

“Estudia los hechos, partiendo de la descomposición del objeto de estudio en cada una de sus partes para estudiarlas en forma individual (análisis) y luego se integran dichas partes para estudiarlas de manera holística e integral (síntesis).” (Jimenez S., Alamilla T., 2016)

Se utilizará para analizar la información y poder establecer la realidad actual de la problemática, y posteriormente sintetizarla y usarla para los estudios de mercado, técnico, administrativo y financiero del proyecto de inversión, estableciendo las conclusiones y recomendaciones pertinentes, a través del análisis y síntesis de los datos obtenidos.

### **MÉTODO ESTADÍSTICO**

El método estadístico es aquel que “utiliza la estadística como ciencia que proporciona las herramientas necesarias para el estudio empírico de los fenómenos sociales” (Alea, & 2011)

Se aplicará en la determinación de la población objeto de estudio y en el cálculo de la muestra, así como en la tabulación y análisis de la información obtenida en la investigación de campo a través de sus diferentes técnicas, que será presentada a través de cuadros y gráficos estadísticos.

## **TÉCNICAS**

### **Encuesta:**

“La encuesta. A través de este método se obtiene información de los grupos que se estudian. Ellos mismos proporcionan la información sobre sus actitudes, opiniones, sugerencias, etc.” (Martínez, 2011)

La presente técnica se la aplicará a los turistas que pasan por Chaguarpamba cuyas edades están comprendidas entre los 18 y más de 55 años de edad. De acuerdo a los datos estadísticos del Ministerio de Turismo del Ecuador y del GAD de Chaguarpamba, y con un índice de crecimiento proporcional anual del 2,65%

Se a toma este segmento en estudio, considerando que este grupo son personas que se encuentra más interesadas en hacer uso de la nueva empresa.

### **Entrevista:**

“La entrevista es una técnica personal que permite la recolección de la información en profundidad donde el informante expresa o comparte oralmente y por medio de una

relación interpersonal con el investigador su saber (opiniones, creencias, sentimientos, puntos de vista y actitudes) respecto de un tema o hecho. Lo más importante en esta técnica es particularmente la forma de hacer las preguntas.” (Martínez, 2011)

Será aplicada a 1 representante de una Agencia de Viajes de la ciudad de Chaguarpamba.

### **Observación:**

“La observación directa es aquella donde el mismo investigador procede a la recopilación de la información sin dirigirse a los sujetos involucrados. Recurre directamente a su sentido de la observación” (Martínez, 2011)

Esta técnica se lo aplicará para determinar el segmento de turistas nacionales y extranjeros, así como también ayudará a verificar el mercado objetivo al cual ofrecerá dicho producto.

### **Proyección de la población**

$$pn = pa(1 + i)^n$$

#### **En donde:**

**Pn**= crecimiento de poblacional

**Pa**= población actual

**n**= número de años

**i**= índice de crecimiento

$$pn = pa(1 + i)^n$$

$$pn = 105.356 (1 + 0,0265)^6$$

$$pn = 123.257 \text{ habitantes}$$

**Tamaño De La Muestra**

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

**En donde:**

**N=** Población total

**e =** Margen de error (5%)

$$n = \frac{123257}{1 + (0.05)^2 * 123257}$$

$$n = \frac{123257}{1 + 30814,25}$$

**n = 388 encuestas**



## Anexo N°.2

Modelo de la Encuesta para demandantes



**UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA  
UNIDAD DE EDUCACIÓN A DISTANCIA  
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

La presente encuesta tiene como objetivo, obtener información acerca del “**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA AGENCIA DE VIAJES EN LA CIUDAD DE CHAGUARPAMBA, CANTÓN CHAGUARPAMBA, PROVINCIA DE LOJA**”, para lo cual ruego contestar con franqueza, para que la información recopilada sea real.

**Dirigida a:** Demandantes

**Marque con un X la alternativa que responda a la pregunta**

**Datos Generales:**

1. **Sexo:** Masculino ( ) Femenino ( )

**2. Ocupación**

Estudiante ( ) Profesional ( ) Otros ( )

**3. Edad**

20 – 25 ( ) 26 – 30 ( ) 31 – 35 ( )

36 – 40 ( ) 41- más ( )

**4. ¿Al implementarse una Agencias de Viajes en el Cantón Chaguarpamba. Ud. estaría dispuesto a utilizar los servicios de ella?**

SI ( ) NO ( )

**5. ¿Le gustaría viajar a través de esta agencia de viajes?**

SI ( ) NO ( )

**6. ¿Qué tipo de servicios le gustaría más a Ud.?**

- Dentro de la Provincia ( )  
Fuera de la Provincia ( )  
Dentro de Cantón Chaguarpamba ( )

**7. ¿Con cuántas personas le gustaría utilizar un city tour?**

- 1 persona ( ) 2 personas ( ) 3 personas ( )  
4 personas ( ) 5 personas ( )

**8. En ¿Qué meses te gustaría viajar?**

- Enero ( ) Marzo ( ) Junio ( ) Julio ( ) Agosto ( ) Septiembre ( ) Diciembre ( )

**9. ¿Cuál de los atractivos naturales visita normalmente?**

- a) Petroglifos de Misquillana ( )  
b) El cerro Surapo ( )  
c) Pan de Azúcar ( )  
d) El Río Pindo ( )  
e) Otros ( )

**12. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por día dentro del Cantón?**

- \$ 40.00 ( )  
\$ 43.00 ( )  
\$ 45.00 ( )

**13. Al momento de adquirir el servicio usted relaciona calidad y precio**

- a) Siempre ( )  
b) De vez en cuando ( )  
c) Nunca ( )

**14. ¿Qué es lo más importante para Ud. al momento que le brinde el servicio de esta empresa?**

- a) Buena Atención ( )  
b) Buen Servicio ( )  
c) Por los Paquetes ofrecidos ( )  
d) Otros ( )

**15. ¿Con qué tipo de servicios adicionales desea que cuente la Agencia?**

- a) Entrada a los atractivos Turísticos ( )  
b) Coffee Break ( )  
c) Otros ( )

**16. ¿Comúnmente con quién visitaría la Agencia?**

- Solo (a) ( )
- Amigos ( )
- Familia ( )
- Pareja ( )

**17. ¿Qué cree Ud. que sería necesario que preste la agencia de viajes en el sector?**

- a) Guías Capacitados ( )
- b) Alquiler de Transporte ( )
- c) Los Dos ( )

**18. ¿Por qué motivos Ud. realiza visitas?**

- Descanso ( )
- Conocimiento de los Atractivos ( )
- Otros ( )

**19. ¿Cuáles serían los motivos por lo que no concurriría a esta Empresa?**

- a) Mala Atención y Servicio ( )
- b) Falta de Información ( )
- c) Precios Elevados ( )
- d) Todos ( )

**20. ¿Cuáles considera que serían las ventajas de la Agencia de Viajes?**

- a) Generar Fuentes de Empleo ( )
- b) Contar con personal Capacitado ( )
- c) Otros ( )

**21. ¿Cómo desearía que sean las formas de pago?**

- a) Tarjeta ( )
- b) Efectivo ( )
- c) Crédito ( )

**22. ¿Porque medio de publicidad le gustaría que se promocione la Agencia?**

- Radio ( )
- Televisión ( )
- Prensa ( )
- Internet ( )
- Hojas Volantes ( )

**GRACIAS**

## Anexo N°.3

### MODELO DE LA ENCUESTA PARA TURISTAS



### UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA UNIDAD DE EDUCACIÓN A DISTANCIA CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

La presente encuesta tiene como objetivo, obtener información acerca del “**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA AGENCIA DE VIAJES EN LA CIUDAD DE CHAGUARPAMBA, CANTÓN CHAGUARPAMBA, PROVINCIA DE LOJA**”, para lo cual ruego contestar con franqueza, para que la información recopilada sea real.

**Dirigida a:** Turistas

Marque con un **X** la alternativa que responda a la pregunta

#### Datos Generales:

1. **Sexo:** Masculino ( ) Femenino ( )

#### 2. Ocupación

Estudiante ( ) Profesional ( ) Otros ( )

#### 3. Edad

20 – 30 ( ) 31 – 40 ( ) 41- más ( )

#### 4. Ha visitado Agencias de Viajes en la Provincia.

SI ( ) NO ( )

#### 5. ¿Por qué le gusta viajar?

- a) Esparcimiento ( )
- b) Descanso ( )
- c) Otros ( )

#### 6. Con ¿Cuántas personas le gustaría visitar un city tour?

1 persona ( ) 2 personas ( ) 3 personas ( )  
4 personas ( ) 5 personas ( )

**7. ¿Qué lugares le gustaría visitar?**

- a) Cantón Chaguarpamba ( )
- b) Provincia de Loja ( )
- c) Costa ( )
- d) Sierra ( )
- e) Oriente ( )

**8. En ¿Qué meses te gustaría viajar?**

Febrero ( ) Marzo ( ) Julio ( ) Agosto ( ) Septiembre ( )  
Noviembre ( ) Diciembre ( )

**9. ¿Qué tipo de atractivos visita?**

- a) Culturales ( )
- b) Naturales ( )

**10. ¿Cada que tiempo visita las Agencias de Viajes en la Provincia?**

- a) Una vez al mes ( )
- b) Semestralmente ( )
- c) Una vez al Año ( )

**11. ¿Con qué frecuencia Ud. visita normalmente la Provincia?**

- a) Fin de Semana ( )
- b) Cada 15 días ( )
- c) Una vez al mes ( )
- d) Otros ( )

**12. ¿Por qué motivos Ud. realiza visitas a la Provincia?**

- a) Estudio ( )
- b) Trabajo ( )
- c) Comercio ( )
- d) Turismo ( )

**13. Al implementarse una Agencias de Viajes en el Cantón Chaguarpamba Ud. estaría dispuesto a utilizar los servicios de esta.**

SI ( ) NO ( )

**14. Le gustaría realizar turismo mediante una Agencia de Viajes.**

SI ( ) NO ( )

**15. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por paquete de tres días, dos noches a la Costa?**

- \$ 98.00 ( )
- \$ 100.00 ( )
- \$ 105.00 ( )

**16. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por el paquete de cuatro días, tres noches a la Provincia?**

- a) \$ 225.00 ( )
- b) \$ 230.00 ( )
- c) \$ 240.00 ( )

**17. ¿Con qué tipo de servicios adicionales desea que cuente la Agencia?**

- a) Entrada a los atractivos Turísticos ( )
- b) Entrada a la Discoteca ( )

**18. ¿Con quién le gustaría Viajar?**

- Solo (a) ( )
- Amigos ( )
- Familia ( )
- Pareja ( )

**19. ¿Qué es lo más importante para Ud. al momento que le brinde el servicio de esta empresa?**

- a) Buena Atención ( )
- b) Buen Servicio ( )
- c) Por los Paquetes ofrecidos ( )
- d) Todos ( )

**20. Al momento de adquirir el servicio usted relaciona calidad y precio**

- a) Siempre ( )
- b) De vez en cuando ( )
- c) Nunca ( )

**22. ¿Cómo desearía que sean las formas de pago?**

- a) Tarjeta de crédito ( )
- b) Efectivo ( )

**23. ¿Porque medio de publicidad le gustaría que se promocióne la Agencia?**

- Radio ( )
- Televisión ( )
- Prensa ( )
- Internet ( )

**GRACIAS**

## Anexo N°. 4 Tasa de inflación



Seleccione otro indicador ▼

**Datos Comparables**

Selección dato a comparar: --- ▼

Fecha Inicial: 2015 ▼ Julio ▼  
1 ▼

Fecha Inicial: 2016 ▼ Julio ▼  
1 ▼

La inflación es medida estadísticamente a través del Índice de Precios al Consumidor del Área Urbana (IPCU), a partir de una canasta de bienes y servicios demandados por los consumidores de estratos medios y bajos, establecida a través de una encuesta de hogares.

Es posible calcular las tasas de variación mensual, acumuladas y anuales; estas últimas pueden ser promedio o en deslizamiento.

Desde la perspectiva teórica, el origen del fenómeno inflacionario ha dado lugar a polémicas inconclusas entre las diferentes escuelas de pensamiento económico. La existencia de teorías monetarias-fiscales, en sus diversas variantes; la inflación de costos, que explica la formación de precios de los

FECHA	VALOR
Julio-31-2016	1.58 %
Junio-30-2016	1.59 %
Mayo-31-2016	1.63 %
Abril-30-2016	1.78 %
Marzo-31-2016	2.32 %
Febrero-29-2016	2.60 %
Enero-31-2016	3.09 %
Diciembre-31-2015	3.38 %
Noviembre-30-2015	3.40 %
Octubre-31-2015	3.48 %
Septiembre-30-2015	3.78 %
Agosto-31-2015	4.14 %
Julio-31-2015	4.36 %
Junio-30-2015	4.87 %
Mayo-31-2015	4.55 %
Abril-30-2015	4.32 %
Marzo-31-2015	3.76 %
Febrero-28-2015	4.05 %
Enero-31-2015	3.53 %
Diciembre-31-2014	3.67 %
Noviembre-30-2014	3.76 %
Octubre-31-2014	3.98 %
Septiembre-30-2014	4.19 %
Agosto-31-2014	4.15 %



# 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 .....	58
h. CONCLUSIONES .....	142
i. RECOMENDACIONES .....	144
j. BIBLIOGRAFÍA .....	145
k. ANEXOS.....	147
ÍNDICE .....	163