



UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

MODALIDAD DE ESTUDIOS A DISTANCIA CARRERA DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS

TITULO.

**“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN
CAMPAMENTO VACACIONAL PARA NIÑOS, NIÑAS Y
ADOLESCENTES DE 6 A 16 AÑOS DE EDAD EN LA PARROQUIA LA
MATRIZ DE LA CIUDAD DE GUANO PROVINCIA DE CHIMBORAZO”**

**Tesis previa a la obtención del
Grado de Ingeniera Comercial.**

AUTORA:

GLENDA MARIA AULLA ARGUELLO.

DIRECTOR:

ING. CARLOS RODRIGUEZ ARMIJOS MG. SC.

LOJA – ECUADOR

2015

CERTIFICACIÓN

Ing. Com.
Carlos Rodríguez Armijos Mg. Sc.
DIRECTOR DE TESIS.

CERTIFICA:

Haber dirigido el proceso de investigación realizado por la señora Glenda María Aulla Arguello, en la ejecución del presente trabajo denominado **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN CAMPAMENTO VACACIONAL PARA NIÑOS, NIÑAS Y ADOLESCENTES DE 6 A 16 AÑOS DE EDAD EN LA PARROQUIA LA MATRIZ DE LA CIUDAD DE GUANO PROVINCIA DE CHIMBORAZO”** de la carrera de Administración de Empresas de la Modalidad de Estudios a Distancia, el mismo que cumple con la reglamentación sobre el sistema de graduación vigente en la Universidad Nacional de Loja, autorizando su presentación.

Loja, Julio del 2015

Atentamente.



Ing. Carlos Rodríguez Armijos Mg. Sc.
DIRECTOR DE TESIS.

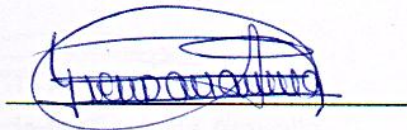
AUTORIA

Yo Glenda María Aulla Arguello, declaro ser autora del presente trabajo de tesis y eximo expresamente a la Universidad Nacional de Loja y a sus representantes jurídicos de posibles reclamos o acciones legales, por el contenido de la misma.

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

Autora: Glenda María Aulla Arguello

Firma:



Cédula: 0602879546

Fecha: Loja, Julio del 2015

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

Yo, Glenda María Aulla Arguello, declaro ser autora de la tesis titulada: "ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN CAMPAMENTO VACACIONAL PARA NIÑOS, NIÑAS Y ADOLESCENTES DE 6 A 16 AÑOS DE EDAD EN LA PARROQUIA LA MATRIZ DE LA CIUDAD DE GUANO PROVINCIA DE CHIMBORAZO", como requisito para optar el grado de Ingeniera Comercial autorizo al Sistema Bibliotecario de la Universidad Nacional de Loja para que con fines académicos, muestre al mundo la producción intelectual de la Universidad, a través de la visibilidad de su con tenido de la siguiente manera en el Repositorio Digital Institucional.

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

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

Para constancia de esta autorización, en Loja ciudad de Loja, a los 30 días del mes de Julio del dos mil quince, firma la autora.

Firma: 
Autora: Glenda María Aulla Arguello
Cédula: 0602879546
Dirección: Riobamba Conjunto La Pradera N° 23
Correo: glensita@hotmail.com
Celular: 0999814781 032622350

DATOS COMPLEMENTARIOS

Director de Tesis: Ing. Carlos Rodríguez Armijos Mg. Sc.

Tribunal de Grado:

Presidente: Dr. Luis Quizhpe Salinas MAE.
Vocal: Ing. Galo Salcedo López Mg. Sc.
Vocal: Ing. Edison Espinosa Bailón MAE.

DEDICATORIA

Quiero dedicar este trabajo de investigación a toda mi familia, quienes desde el primer momento de mi formación han sabido ayudarme y guiarme para la culminación de toda mi carrera profesional.

Glenda María.

AGRADECIMIENTO

Con gran gratitud hago mi reconocimiento a la Universidad Nacional de Loja, a la Modalidad de Estudios a Distancia de la Universidad Nacional de Loja, a los Catedráticos de la Carrera de Administración de Empresas, quienes con sus conocimientos y experiencia, contribuyeron a mi formación.

Quiero dejar constancia de mi agradecimiento al Director de Tesis, quien ha apoyado el desarrollo y culminación del presente trabajo de investigación.

La autora.

a. TITULO.

**“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN
CAMPAMENTO VACACIONAL PARA NIÑOS, NIÑAS Y
ADOLESCENTES DE 6 A 16 AÑOS DE EDAD EN LA PARROQUIA LA
MATRIZ DE LA CIUDAD DE GUANO PROVINCIA DE CHIMBORAZO”**

b. RESUMEN.

El presente proyecto de tesis, titulado “Estudio de factibilidad para la implementación de un Campamento Vacacional para niños, niñas y adolescentes de 6 a 16 años de edad en la parroquia La Matriz de la ciudad de Guano provincia de Chimborazo”, surgió como una necesidad de aprovechar los grandes atractivos existentes en el sector de la parroquia la Matriz, por ser un lugar que presta todos los componentes para crear un campamento vacacional para los niños de la ciudad de Guano, de la provincia e incluso del país.

Entre los objetivos que se plantearon para el presente proyecto de investigación fueron:

Como objetivo general:

- Elaborar un Estudio de factibilidad para la implementación de un Campamento Vacacional para niños, niñas y adolescentes de 6 a 16 años de edad en la parroquia La Matriz de la ciudad de Guano provincia de Chimborazo.

Como objetivos específicos:

1. Efectuar un estudio de mercado en donde se determinara la demanda potencial, real y efectiva, demanda insatisfecha
2. Establecer en el estudio técnico el tamaño y localización del proyecto y la ingeniería del mismo.
3. Establecer la organización jurídica y administrativa en la empresa.

4. Establecer el estudio financiero.
5. Definir la factibilidad económica del proyecto utilizando índices financieros de evaluación tales como, VAN, TIR, RB/C, PRC, AN/Sc para conocer la rentabilidad. Evaluar mediante formulas técnicas los resultados, para conocer la rentabilidad del proyecto.

Se aplicaron técnicas como: recopilación bibliográfica, observación directa, encuestas dirigidas a la muestra de la población de la ciudad de Guano provincia de Chimborazo.

Se empleó métodos tales como: científico, inductivo, deductivo, descriptivo, analítico y matemático. Como producto final se obtuvo la situación actual del sector del Cantón y la provincia.

En el Estudio de Mercado se estableció la implementación de un Campamento Vacacional, porque existe una demanda insatisfecha de 48.913 servicios a cubrir en el año.

En el Estudio Técnico, se determinó capacidad instalada para los servicios que prestará el Campamento Vacacional de 4.800 servicios anuales, el cual se incrementará a lo largo de la vida útil del proyecto, empezando con una capacidad utilizada del 85% para el primer año.

En el Estudio Administrativo se definió el tipo de Campamento Vacacional, el cual se va a constituir como una Compañía de Responsabilidad Limitada, con el nombre de Campamento Vacacional “El Labrador CIA. LTDA.”, también se estableció que se ha elaborado organigramas en los diferentes niveles jerárquicos y funciones que desempeñara cada uno de ellos, además se elaboró un manual de funciones para el personal.

En el Estudio económico, se describe los costos del proyecto dándonos una inversión de \$80.329,05 dólares. La misma que será financiada por un crédito de \$20.000,00 al 12% anual y la diferencia del capital lo cubrirán los socios del proyecto.

El estado de pérdidas y ganancias se determinó que la utilidad neta del primer año es de \$23.497,06, así como también se determinó el efectivo que tiene el Campamento Vacacional para cubrir sus operaciones mediante el flujo de caja.

Finalmente en los criterios para evaluar el proyecto, se determinó El VAN de \$81.224,72 el mismo que supera a la inversión inicial por lo cual se considera factible el proyecto. La TIR es de 32.36%, esta resultado mayor a la tasa de interés que cancelan las identidades financieras. En el análisis de sensibilidad con incrementó de costos del 10.42% y disminución en los ingresos del 8.65% nos indica que el proyecto no es sensible. Con referencia a la RBC es de \$1,20 lo que significa que por cada dólar invertido el proyecto tendrá una ganancia de \$ 0,20 centavos; y, la inversión del proyecto se recuperara en 2 años, 4 meses y 10 días.

ABSTRACT.

This thesis project entitled "Feasibility study for the implementation of a summer camp for children and adolescents 6-16 years of age in the parish Matrix City Guano Chimborazo province," emerged as a necessity to take advantage of the great attractions on the area of the matrix parish, as a place that provides all the components to create a summer camp for children Guano city, the province and even the country.

Among the goals they had set for this research project they were:

General objective:

Develop a feasibility study for implementation of a summer camp for children and adolescents 6-16 years of age in the parish Matrix City Guano Chimborazo province.

Specific objectives:

1. Perform a market research where potential demand real and effective is determined, unmet.
2. Set in the technical study the size and location of the project and the engineering of it.
3. To establish legal and administrative organization in the company.
4. Establish the financial study.
5. Define the economic feasibility of the project using financial evaluation indices such as NPV, IRR, RB / C, PRC, AN / Sc to meet profitability through technical formulas evaluate the results, to meet the project's profitability.

6. Bibliography, direct observation, directed to the sample of the population of the city of the province of Chimborazo Guano surveys: techniques as applied.

Scientific, inductive, deductive, descriptive, analytical and mathematical: methods such as was used. As a final product the current situation of the sector and the province Canton was obtained.

Market Study on implementing a Holiday Camp was established, because there is an unmet demand for services to cover 48,913 a year.

The Technical Study, installed capacity for the services provided Camp 2,400 annual rental services, which will increase over the life of the project, starting with a capacity utilization of 85% for the first year was determined.

In the Management Study type Holiday Camp, which is to be constituted as a limited liability company, under the name Holiday Camp "The CIA was defined Labrador. LTDA., "Was also established that has developed charts at different hierarchical levels and functions should play each of them also it features a manual was developed for staff.

Project costs by giving us a \$ \$ 47,645.80 described in the Economic Survey. It will be financed by a credit of \$ 20,000.00 to 12% annually and cover it difference of capital project partners.

Financial Performance in the profit and loss account where it was determined that the net income for the first year is \$ 15,353.76 was analyzed, and the cash that has the Recreation Center to cover its operations through cash flow was also determined.

Finally in the criteria for evaluating the project's NPV of \$ 48,008.40 that it exceeds the initial investment for which the project is considered feasible it was determined. The IRR is 32.23%, this was higher than the rate of interest canceling financial identities. In the sensitivity analysis of costs it increased 10.28% and decreased revenues 8.55% indicates that the project is not sensitive. With reference to RBC is \$ 1.20 which means that for every dollar invested the project will have a profit of \$ 0.20 cents for services; and the project investment is recovered in two years, two months and 26 days.

c. INTRODUCCIÓN.

Hoy en día los campamentos vacacionales se han convertido en una fuerza económica muy importante, convirtiéndose en una fuente de inversión y empleo que se puede dar en nuestro país, es por ello que la parroquia La Matriz y específicamente en la ciudad de Guano provincia de Chimborazo tienen grandes atractivos.

Es así que dentro de la diversificación que tiene la Parroquia La Matriz es que no posee un campamento vacacional, por lo que debemos ser más rápidos desarrollando proyectos de esta naturaleza que permitan enfocarnos a la más alta satisfacción de las necesidades del cliente y hacia una constante innovación.

Este proyecto se diseñó específicamente para satisfacer las necesidades personales con la misión de brindar excelencia y calidad en la presentación de servicios, enfocado a realizar un campamento vacacional diferente con una buena atención.

En este orden de ideas, el propósito de la investigación es diseñar un Estudio de factibilidad para la implementación de un Campamento Vacacional para niños, niñas y adolescentes de 6 a 16 años de edad en la parroquia La Matriz de la ciudad de Guano provincia de Chimborazo, y para tales efectos, el proyecto de factibilidad se ha estructurado de la siguiente manera:

Metodología la cual describe los métodos, técnicas y pasos utilizados para el desarrollo del proyecto. Continuando con la exposición de

resultados, en donde se analiza el estudio de mercado el cual se enfoca en el estudio de la demanda y oferta.

El estudio técnico establece el tamaño y diseño de la planta, la localización del Campamento Vacacional, la capacidad instalada, tomando en cuenta el abastecimiento de toda la materia prima, todo ello es necesario para la ejecución de las diferentes actividades y funcionamiento de las diversas secciones.

El estudio administrativo presenta la estructura legal y administrativa del Campamento Vacacional realizando un análisis organizacional en donde se grafican los diferentes tipos de organigramas como el estructural y el funcional, finalmente se enfoca en los manuales de funciones para un eficiente desempeño administrativo del personal.

En el estudio financiero tiene por objetivo central determinar las características económicas del proyecto se identifica los costos e ingresos, las clasificaciones de los costos, proyección de costos para la vida útil del proyecto, cuantificación de los costos fijos y variables, la determinación del punto de equilibrio, se procede al estudio de parámetros de decisión que identifican la factibilidad del proyecto como: el flujo de caja, el valor actual neto, la relación beneficio costo, la tasa interna de retorno y análisis de sensibilidad del proyecto.

Finalmente se plantea las conclusiones que llegan al término de la investigación las mismas que permiten sugerir algunas recomendaciones del trabajo de acuerdo a los resultados establecidos.

Finalmente se incluye la bibliografía y anexos correspondientes en espera que el desarrollo de este trabajo sea de especial interés y contribuya al desarrollo de la Parroquia y del Cantón.

d. REVISIÓN DE LITERATURA.

MARCO REFERENCIAL.

CAMPAMENTO VACACIONAL.

Es una actividad en el medio natural, generalmente al aire libre, que implica pernoctar una o más veces en una tienda de campaña, carpa o caravana, con el fin de disfrutar de la naturaleza o como parte de un recorrido o excursión. Puede acamparse en un parque, en una zona ecológica, en la playa, sobre un cerro o montaña, sobre nieve, en un bosque, una selva o incluso dentro de una gruta.



Comportamiento del mercado anterior.

Antes de los años 90 existían empresas y organizaciones, luego con la venida de la crisis que se dio en Ecuador a finales de los años 90 los pocos campamentos vacacionales se quedaron sin asistentes puesto que los padres de familia ya no tenían recursos para enviar a sus hijos a realizar estas actividades. Sin embargo algunas empresas intentaron expandir su mercado a nivel internacional y promocionaron sus

campamentos a muchachos del extranjero pero lamentablemente fue en vano porque tampoco tuvieron éxito.

Pronóstico.

La recuperación económica en nuestro país se ha evidenciado en estos últimos años por lo que se podría pronosticar que existe al momento un verdadero interés por los campamentos vacacionales.

Esta demanda ya no quedará insatisfecha por mucho tiempo y podríamos estimar que tenemos una oportunidad para ser la primera empresa que retomara estos servicios para la comunidad no solo local sino que también causará un impacto a nivel nacional en un tiempo límite de un año.

MEDICIÓN DEL IMPACTO SOCIAL.

Se logrará promover el uso productivo del tiempo libre de los niños, (as), jóvenes y evitar que focalicen su atención en juegos que sin duda alguna disminuyen su desarrollo, creatividad y socialización; además de que también se alejarán de malas amistades, y muchos vicios como el alcohol, drogas, etc.

Este espacio en sus vidas será totalmente innovador porque esta experiencia despertará la curiosidad de transformar lo que encuentran en su entorno, imaginándolo y creando, adaptando a sus necesidades del día a día, creando y a la vez disfrutando.

BENEFICIOS DEL CAMPAMENTO VACACIONAL.

Para los asistentes al campamento vacacional esta experiencia además de ser enriquecedora en muchos aspectos de sus vidas, también será gratificante. Aprenderán a convivir con otras personas ajenas a su entorno, cultivarán nuevas amistades, compartirán habitación, actividades, juegos, además de que también participaran en la toma de decisiones para los trabajos en equipo. Los niños, niñas y adolescentes siempre disfrutan al máximo cada experiencia de sus vidas. En esta ocasión los niños podrán liberarse de sus labores cotidianas, de la mirada vigilante de sus padres y de cierto modo experimentarán una sensación de libertad y responsabilidad, mismas que solo pueden vivirlas fuera de casa.

FILOSOFÍA DE LOS CAMPAMENTOS VACACIONALES.

Los campamentos brindan estancias de 1 a máximo 8 semanas a los niños, niñas y adolescentes, en donde vivirán experiencias únicas e inolvidables para su educación cognitiva, social, afectiva. Estos campamentos se rigen por una filosofía de comunidad creada, orientada y planificada por un cuerpo docente responsable y competente entre profesores, monitores, alumnos, cocineras y auxiliares de enfermería que trabajan en equipo para garantizar la armonía, la sana convivencia, el bienestar y la alegría de todos sus asistentes.

MIEDOS DE LOS PADRES A LOS CAMPAMENTOS VACACIONALES.

Probablemente la mayoría de los padres de familia antes de inscribir a sus hijos en un campamento de verano se encuentren temerosos y tal vez quieran dar un paso atrás a la hora de tomar esta decisión. Muchos padres podrán alegar la inseguridad a la que van a someter a sus hijos, o quizá creen que no están preparados para salir de los cuidados y protecciones de su hogar, o simplemente temen que les pueda ocurrir algún accidente mientras están lejos de ellos y desconfían de quienes van a estar a cargo de lo máspreciado de sus vidas.

MARCO CONCEPTUAL

Los términos que se utilizaran en el desarrollo de este trabajo investigativo serán:

EMPRESA.

La empresa es una organización social que realiza un conjunto de actividades y utiliza una gran variedad de recursos (financieros, materiales, tecnológicos y humanos) para lograr determinados objetivos, como la satisfacción de una necesidad o deseo de su mercado meta con la finalidad de lucrar o no; y que es construida a partir de conversaciones específicas basadas en compromisos mutuos entre las personas que la conforman.¹

¹ BACA Urbina, Gabriel, Evaluación de Proyectos, Quinta edición, Mc Graw Hill, Colombia, 2000.

TIPOS DE EMPRESAS.

Empresas del Sector Primario.

También denominado extractivo, ya que el elemento básico de la actividad se obtiene directamente de la naturaleza: agricultura, ganadería, caza, pesca, extracción de áridos, agua, minerales, petróleo, energía eólica, etc.

Empresas del Sector Secundario o Industrial.

Se refiere a aquellas que realizan algún proceso de transformación de la materia prima. Abarca actividades tan diversas como la construcción, la óptica, la maderera, la textil, etc.

Empresas del Sector Terciario o de Servicios.

Incluye a las empresas cuyo principal elemento es la capacidad humana para realizar trabajos físicos o intelectuales. Comprende también una gran variedad de empresas, como las de transporte, bancos, comercio, seguros, hotelería, asesorías, educación, restaurantes, etc.

Existen diferentes criterios que se utilizan para determinar el tamaño de las empresas, como el número de empleados, el tipo de industria, el sector de actividad, el valor anual de ventas, etc. Sin embargo, e indistintamente el criterio que se utilice, las empresas se clasifican según su tamaño en:

Microempresas.

Por lo general, la empresa y la propiedad son de propiedad individual, los sistemas de fabricación son prácticamente artesanales, la maquinaria y el equipo son elementales y reducidos, los asuntos relacionados con la administración, producción, ventas y finanzas son elementales y reducidos y el director o propietario puede atenderlos personalmente.

Las empresas de Propiedad del Capital se refiere a si el capital está en poder de los particulares, de organismos públicos o de ambos. En sentido se clasifican en:

Empresa Privada.

La propiedad del capital está en manos privadas.

Empresa Pública.

Es el tipo de empresa en la que el capital le pertenece al Estado, que puede ser Nacional, Provincial o Municipal.

Empresa Mixta.

Es el tipo de empresa en la que la propiedad del capital es compartida entre el Estado y los particulares.

Las empresas que se encuentran en el Ámbito de Actividad, que resulta importante cuando se quiere analizar las posibles relaciones e interacciones entre la empresa y su entorno político, económico o social.

En este sentido las empresas se clasifican en:

Empresas Locales.

Aquellas que operan en un pueblo, ciudad o municipio.

CARACTERÍSTICAS DE LAS EMPRESAS.

- * Cuentan con recursos humanos, de capital, técnicos y financieros.
- * Realizan actividades económicas referentes a la producción, distribución de bienes y servicios que satisfacen necesidades humanas.
- * Combinan factores de producción a través de los procesos de trabajo, de las relaciones técnicas y sociales de la producción.
- * Planean sus actividades de acuerdo a los objetivos que desean alcanzar.
- * Son una organización social muy importante que forman parte del ambiente económico y social de un país.
- * Son un instrumento muy importante del proceso de crecimiento y desarrollo económico y social.
- * Para sobrevivir debe de competir con otras empresas, lo que exige: modernización, racionalización y programación.
- * El modelo de desarrollo empresarial reposa sobre las nociones de riesgo, beneficio y mercado.
- * Es el lugar donde se desarrollan y combinan el capital y el trabajo, mediante la administración, coordinación e integración que es una función de la organización.

* La competencia y la evolución industrial promueven el funcionamiento eficiente de la empresa.

* Se encuentran influenciadas por todo lo que suceda en el medio ambiente natural, social, económico y político, al mismo tiempo que su actividad repercute en la propia dinámica social.

PROYECTO.

Podría definirse a un proyecto como el conjunto de las actividades que desarrolla una persona o una entidad para alcanzar un determinado objetivo. Estas actividades se encuentran interrelacionadas y se desarrollan de manera coordinada.

El proyecto se puede definir como un conjunto de actividades con objetivos y trayectorias organizadas para la resolución de problemas con recursos limitados.

También se define como el paquete de inversiones, insumos y actividades diseñadas con el fin de eliminar o reducir varias restricciones del desarrollo, para lograr productos o beneficios en términos del aumento de la productividad y del mejoramiento de la calidad de vida de un grupo de beneficiarios²

PROYECTO DE FACTIBILIDAD.

Esta última fase de aproximaciones sucesivas iniciadas en la pre inversión, se abordan los mismos puntos de la pre factibilidad. Además de

² ALARCÓN D., Guía para la Elaboración de Proyectos de Investigación de Tesis, UNL. 1997

profundizar el análisis el estudio de las variables que inciden en el proyecto, se minimiza la variación esperada de sus costos y beneficios. Para ello es primordial la participación de especialistas, además de disponer de información confiable.

Sobre la base de las recomendaciones hechas en el informe de pre factibilidad, y que han sido incluidas en los términos de referencia para el estudio de factibilidad, se deben definir aspectos técnicos del proyecto, tales como localización, tamaño, tecnología, calendario de ejecución y fecha de puesta en marcha. El estudio de factibilidad debe orientarse hacia el examen detallado y preciso de la alternativa que se ha considerado viable en la etapa anterior. Además, debe afinar todos aquellos aspectos y variables que puedan mejorar el proyecto, de acuerdo con sus objetivos, sean sociales o de rentabilidad.

Una vez que el proyecto ha sido caracterizado y definido deben ser optimizados. Por optimización se entiende la inclusión de todos los aspectos relacionados con la obra física, el programa de desembolsos de inversión, la organización por crear, puesta en marcha y operación del proyecto. El análisis de la organización por crear para la implementación del proyecto debe considerar el tamaño de la obra física, la capacidad empresarial y financiera del inversionista, el nivel técnico y administrativo que su operación requiere las fuentes y los plazos para el financiamiento.³

Con la etapa de factibilidad finaliza el proceso de aproximaciones sucesivas en la formulación y preparación de proyectos, proceso en el

³ ALARCÓN D., Guía para la Elaboración de Proyectos de Investigación de Tesis, UNL. 2011.

cual tiene importancia significativa la secuencia de afinamiento y análisis de la información. El informe de factibilidad es la culminación de la formulación de un proyecto, y constituye la base de la decisión respecto de su ejecución. Sirve a quienes promueven el proyecto, a las instituciones financieras, a los responsables de la implementación económica global, regional y sectorial.

ETAPAS DE INVERSIÓN.

Esta etapa de un proyecto se inicia con los estudios definitivos y termina con la puesta en marcha. Sus fases son:

Financiamiento: Se refiere al conjunto de acciones, trámites y demás actividades destinadas a la obtención de los fondos necesarios para financiar a la inversión, en forma o proporción definida en el estudio de pre-inversión correspondiente. Por lo general se refiere a la obtención de préstamos.

Estudios definitivos: Denominado también estudio de ingeniería, es el conjunto de estudios detallados para la construcción, montaje y puesta en marcha. Generalmente se refiere a estudios de diseño de ingeniería que se concretan en los planos de estructuras, planos de instalaciones eléctricas, planos de instalaciones sanitarias, etc., documentos elaborados por arquitectos e ingenieros civiles, eléctricos y sanitarios, que son requeridos para otorgar la licencia de construcción. Dichos estudios se realizan después de la fase de pre-inversión, en razón de su elevado costo ya que podrían resultar inservibles en caso de que el estudio salga factible, otra es que deben ser lo más actualizados posibles al momento

de ser ejecutados. La etapa de estudios definitivos, no solo incluye aspectos técnicos del proyecto sino también actividades financieras, jurídicas y administrativas.

Ejecución y montaje: Comprende al conjunto de actividades para la implementación de la nueva unidad de producción, tales como compra del terreno, la construcción física en sí, compra e instalación de maquinaria y equipos, instalaciones varias, contratación del personal, etc. Esta etapa consiste en llevar a ejecución o a la realidad el proyecto, el que hasta antes de ella, solo eran planteamientos teóricos.

Puesta en marcha: Denominada también "Etapa De Prueba" consiste en el conjunto de actividades necesarias para determinar las deficiencias, defectos e imperfecciones de la instalación de la infraestructura de producción, a fin de realizar las correcciones del caso y poner "a punto" la empresa, para el inicio de su producción normal.⁴

El proyecto de factibilidad responde a una decisión sobre uso de recursos con algún o algunos de los objetivos, de incrementar, mantener o mejorar la producción de bienes o la prestación de servicios.

Un Proyecto está formado por cuatro Estudios Principales:

PROYECTO DE FACTIBILIDAD			
ESTUDIO DE MERCADO	ESTUDIO TECNICO	ESTUDIO DE ORGANIZACIÓN	ESTUDIO FINANCIERO

⁴ ALARCÓN D., Guía para la Elaboración de Proyectos de Investigación de Tesis, UNL. 2011.

Estudio de Mercado.

Se lo considera como la parte más importante del proyecto. Un buen estudio de mercado, permitirá desarrollar eficientemente todos los demás estudios y llevar a cabo una real evaluación del proyecto, de allí la importancia que se le debe dar y que de hecho tiene en todo sentido el estudio de mercado dentro de un proyecto.⁵

En un estudio de factibilidad, es el estudio de mercado el que se encargará de decidir la prioridad de la realización o no de un proyecto, convirtiéndose entonces en el precedente para la realización de los estudios técnicos, ambientales y económicos-financieros.

El estudio de mercado se lo puede definir como la función que vincula a los consumidores con el encargado de estudiar el mercado a través de la información, la cual se utiliza para identificar y definir tanto las oportunidades como las amenazas del entorno, para generar y evaluar las medidas de mercadeo así como para mejorar la comprensión del proceso del mismo. Este por su carácter preliminar, constituye un sondeo de mercado, antes de incurrir en costos innecesarios.

Los estudios de mercado, contribuyen a disminuir el riesgo que toda decisión lleva consigo, pues permiten conocer mejor los antecedentes del problema. El estudio de mercado surge como un problema del marketing que no podemos resolver por medio de otro método. Llevar a cabo un estudio de este tipo resulta caro, muchas veces complejos de realizar y

⁵ AVALOS, Juan Alberto. Preparación y Evaluación de Proyectos de Inversión. 1 Ed. Seracomp, Ecuador, 2007

siempre se requieren de disposición, tiempo y la dedicación de varias personas. El estudio de mercado constituye entonces un apoyo para los niveles de decisión correspondientes en la empresa. No obstante, éste no garantiza una solución en todos los casos, más bien es una guía que sirve solamente de orientación para facilitar la conducta en los negocios y que a la vez trata de reducir al mínimo el margen de error posible.

Demanda Real

Demanda Potencial

Demanda Efectiva

Demanda insatisfecha

Per cápita

Plan de comercialización

Producto

Precio

Plaza

Promoción

Estudio Técnico.

El estudio técnico se encarga de analizar aspectos como: Tamaño, localización y descripción, marco legal, ingeniería, tecnología, maquinaria

y equipo, distribución física, estructura organizacional, entre otros, en este estudio se encuentra la base de la realización del producto.²

Elementos que integra el estudio de factibilidad técnica.

Uno de los estudios técnicos de mayor complejidad a realizar por los economistas e ingenieros, dentro de los fundamentos técnicos de cada nueva propuesta de inversión, lo constituye de la mejor variante de macro localización de cada nueva fábrica, así como la determinación de su tamaño óptimo. Es imprescindible en esta etapa considerar en el análisis diversos criterios económicos, políticos, técnicos y sociales, algunos de ellos no cuantificables, pero que influyen decisivamente a la hora de seleccionar la variante óptima de macro localización y de tamaño de cada proyecto industrial. Se sabe que existe una relación muy estrecha entre el tamaño o la capacidad máxima de producción posible a alcanzar por cada nueva fábrica, la tecnología de producción y la zona de macro localización de ésta.

El objetivo de aquí es diseñar como se producirá aquello que venderás. Si se elige una idea es porque se sabe o se puede investigar cómo se hace un producto, o porque alguna actividad gusta de modo especial. En el estudio técnico se define:

Donde ubicar la empresa, o las instalaciones del proyecto.

Donde obtener los materiales o materia prima.

Que máquinas y procesos usar.

Que personal es necesario para llevar a cabo este proyecto.

En este estudio, se describe que proceso se va a usar, y cuanto costara todo esto, que se necesita para producir y vender. Estos serán los presupuestos de inversión y de gastos.⁶

Tamaño.- Se considera su capacidad de producción durante un período de tiempo de funcionamiento que se considera normal para su tipo.

Capacidad instalada.- Volumen de producción de bienes y/o servicios que le es posible generar a una unidad productiva de acuerdo con la infraestructura disponible.

Capacidad utilizada.- Proporción de la capacidad instalada de una empresa que utiliza. También se considera a la parte de la capacidad para producir.⁷

Tamaño de proyecto-demanda.- Es el factor más importante porque de la demanda depende el proyecto, si hay bastante demanda la empresa tendrá mayor su capacidad instalada, y si no hay demanda, mejor es no ejecutar el proyecto, es muy riesgoso.

Tamaño de proyecto-suministros e insumos.- Teniendo bastante demanda es lógico que la empresa requiera de bastantes suministros e insumos, por lo cual se recomienda realizar una buena planificación a través de un buen programa de producción.

⁶ JENNER F. ALEGRE, “Formulación y Evaluación de Proyectos de Inversión”, Ediciones e Impresiones Gráficas América S.R.L. Jr. Loreto No. 1696-Beña, 1995.

⁷ JENNER F. ALEGRE, “Formulación y Evaluación de Proyectos de Inversión”, Ediciones e Impresiones Gráficas América S.R.L. Jr. Loreto No. 1696-Beña, 1995.

Tamaño de proyecto-tecnología y equipos.- Una empresa debe estar consciente de que no puede utilizar una maquinaria demasiado cara y sofisticada en caso de no tener un mercado o demanda que pueda justificarse, debe ajustarse a lo que tiene.

Localización: La localización se efectúa mediante los mismos criterios generales utilizados para la determinación del tamaño óptimo, incluyendo el análisis lo específico de la ubicación, los costos particulares de los insumos de cada lugar y los distintos costos de producción y distribución que resultan para cada emplazamiento.

Fuerzas locacionales.- Son ciertos factores o elementos que condicionan la distribución de las inversiones desde el punto de vista espacial. Son de tres tipos: costos de transferencia, disponibilidad de insumos y de factores y otros factores.

INGENIERÍA DEL PROYECTO: Dentro de un proyecto el estudio de ingeniería puede representar desde una parte relativamente pequeña en el total, hasta la más relevante. Puede estudiar al producto, su proceso, sus insumos y las instalaciones.

Proceso de producción.- El proceso de producción es la secuencia de operaciones, movimientos, almacenamientos e inspecciones, por medio de la cual las materias primas se convierten en un producto terminado.

Estudio de producto.- Se tratará de conocer sus características y especificaciones, sus usos, los productos sustitutos, el embalaje, la presentación, las normas de calidad, etc.

Estudio del proceso.- Se tratará de conocer ensayos preliminares, el proceso productivo, la selección del proceso, descripción del proceso, disponibilidad de tecnología, subproductos y su utilización y los residuos, desperdicios, su eliminación.

Estudio de los insumos.- Se tratará de conocer a las materias primas principales, materiales indirectos, mano de obra, suministros.

Estudio de las instalaciones.- Se tratará de conocer la maquinaria y equipo, las instalaciones principales y auxiliares, la distribución de planta y edificio, la flexibilidad de la instalación, los diseños básicos y el montaje y cronogramas.

Diagrama de flujo.- Este método es similar al diagrama de bloques, se explica el proceso de una forma más detallada y con más información e indicando la simbología de la actividad realizada. Representa además gráficamente la secuencia de las diferentes etapas o procesos de fabricación, los productos de entrada o salida de cada operación.

Diagrama de proceso.- Son aquellos que localizan y eliminan deficiencias al mismo tiempo analizan todo el proceso. Entre las acciones más comunes tenemos la operación, transporte, inspección, demora, almacenamiento.

Distribución de la planta.- Aprovecha al máximo el espacio físico que se dispone, para que los servicios sean más eficaces, proporcionando la mayor comodidad a los empleados y al público, a más de garantizar la supervisión y seguridad de la planta.

Diseño de la planta.- Se refiere a la forma como estará definida la estructura física del edificio tomando en cuenta futuras ampliaciones.

Ingeniería del proyecto.

Se entiende por ingeniería de proyecto, la etapa dentro de la formulación de un proyecto de inversión donde se definen todos los recursos necesarios para llevar a cabo el proyecto. Esta parte nos ayudará a decidir entre los diversos procesos productivos opcionales, que son básicamente los muy automatizados y los manuales. La elección de alguno de ellos dependerá en gran parte de la disponibilidad de capital. En esta parte también se toma en cuenta el análisis y la selección de los equipos necesarios.

Estudio Administrativo.

Da a conocer como se encuentra conformada la empresa en su área administrativa y los niveles jerárquicos que representan en la organización, además describe el papel que desempeña cada uno, como también se conoce el tipo de sociedad o compañía.⁸

ORGANIZACIÓN LEGAL.

Se refiere a la parte jurídica de la compañía que puede ser Sociedad Anónima, Limitada, Mixta, Comandita simple y Comandita por Acciones.

⁸ VASQUEZ, Víctor Hugo., Organización Aplicada., 1era Ed., Quito-Ecuador., 1985.

ORGANIZACIÓN ADMINISTRATIVA.

La organización se refiere al establecimiento preciso de los centros de autoridad y rangos correspondientes de responsabilidad.

Es necesario diseñar una estructura administrativa a través del componente administrativo de la organización, el cual debe integrar 3 componentes básicos.

- a. Unidades organizativas
- b. Recursos humanos técnicos y financieros
- c. Los planes de trabajo

Niveles Administrativos.

- 1) Nivel Legislativo – Directivo
- 2) Nivel Ejecutivo
- 3) Nivel Asesor
- 4) Nivel operativo
- 5) Nivel auxiliar o de Apoyo
- 6) Nivel descentralizado

Manual de funciones.

El Manual de Funciones constituye una fuente de información que revela las tareas, obligaciones y deberes que deben desarrollar y cumplir los

diferentes puestos que integran la empresa, encaminados a la consecución de los objetivos planteados por la organización.

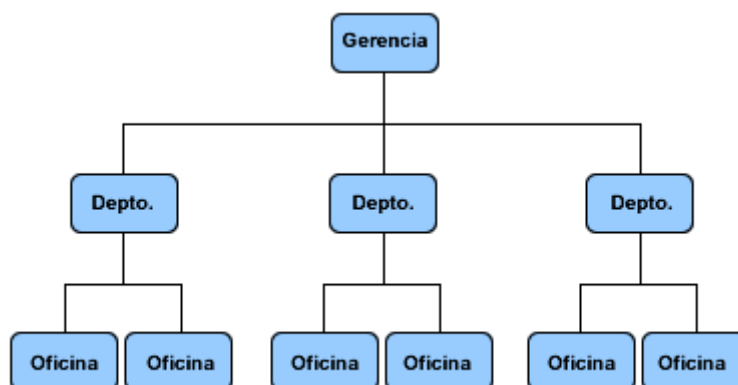
El manual de funciones es un documento que detalla las funciones a cumplir por cada uno de los cargos existentes. El manual de funciones siempre debe estar actualizado y debe socializarse en todos los empleados de la empresa a fin de que sea un instrumento que apoye a mejorar la organización interna.

Organigramas.

Un organigrama es la gráfica que muestra la estructura orgánica interna de la organización formal de una empresa.

Existen dos tipos de organigramas, estructural y funcional.

EJEMPLO DE ORGANIGRAMAS:



Fuente: Organización de Empresas, de Enrique B. Franklin [2]

Estudio de Factibilidad Financiero.

Este estudio pretende determinar el monto de los recursos económicos necesarios para la realización del proyecto, el costo total del campamento que abarca los costos de producción, gastos de administración y ventas,

así como una serie de indicadores que servirán como base para la siguiente etapa que es la evaluación.³

Costos

Ingresos

Flujo de Caja

Evaluación Financiera.

La evaluación financiera es la aplicación de una serie de fórmulas de evaluación económica y financiera principalmente a los datos del flujo de caja, para determinar varios aspectos como el periodo de recuperación de la inversión, la tasa interna de retorno, el valor actual neto de los flujos del proyecto entre otros.

La evaluación financiera de un proyecto permite determinar si conviene realizar un proyecto, o sea si es o no rentable y siendo conveniente es oportuno ejecutarlo en ese momento o cabe postergar su inicio, además de brindar elementos para decidir el tamaño de planta más adecuado. En presencia de varias alternativas de inversión, la evaluación es un medio útil para fijar un orden de prioridad entre ellas, seleccionando los proyectos más rentables y descartando los que no lo sean.

La evaluación económica financiera es valorar la inversión a partir de criterios cuantitativos y cualitativos de evaluación de proyectos, empleando las pautas más representativas usadas para tomar decisiones de inversión. La evaluación económica financiera constituye el punto

culminante del estudio de factibilidad, pues mide en que magnitud los beneficios con la ejecución del proyecto superan los costos y los gastos para su materialización.

Indicadores Financieros.

VALOR ACTUAL NETO.

Consiste en determinar el valor presente de los flujos de costos e ingresos generados a través de la vida útil del proyecto.

En términos matemáticos el VAN es la sumatoria de los beneficios netos multiplicado por el factor de descuento o descontados a una tasa de interés pagada por beneficiarse el préstamo a obtener.

Actualizando los valores se debe decidir la aceptación o rechazo del proyecto basándose en los siguientes fundamentos:

- a) Si el VAN es positivo se acepta la inversión
- b) Si el VAN es igual a cero la decisión de invertir es indiferente
- c) Si el VAN es negativo se rechaza la inversión

El método, además, descuenta una determinada tasa o tipo de interés igual para todo el período considerado (costo de oportunidad). El VAN constituirá una herramienta fundamental para la evaluación del proyecto y está representado por la siguiente fórmula (Amat, O, 2008, p.12)

Y_t = Flujo de ingresos del proyecto

E_t = Flujo de los egresos.

N = Es el número de períodos considerado.

El valor $Y_t - E_t$ = Indica los flujos de caja estimados de cada período.

i = Tasa de descuento

I_0 = Inversión del proyecto

TASA INTERNA DE RETORNO (TIR).

Representa la tasa máxima de interés que se podría pagar por un préstamo con los ingresos provenientes del proyecto. Es también la tasa de rendimiento que ofrece el proyecto sobre la inversión a realizar.

Los criterios de decisión para la TIR son los siguientes:

- a) Si la TIR es mayor al Costo de Capital o al costo de oportunidad se acepta la inversión
- b) Si la TIR es igual al Costo del Capital o el Costo de Oportunidad, la decisión resulta indiferente
- c) Si la TIR es menor al Costo de Capital o al Costo de Oportunidad se rechaza la inversión.

La Tasa Interna de Retorno se representa por la siguiente fórmula:

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

LA RELACIÓN BENEFICIO-COSTO.

La relación costo beneficio toma los ingresos y egresos presentes netos del estado de resultado, para determinar cuáles son los beneficios por cada dólar que se sacrifica en el proyecto.⁹

Cuando se menciona los ingresos netos, se hace referencia a los ingresos que efectivamente se recibirán en los años proyectados. Al mencionar los egresos presente neto se toman aquellas partidas que efectivamente generarán salidas de efectivo durante los diferentes periodos, horizonte del proyecto. Como se puede apreciar el estado de flujo neto de efectivo es la herramienta que suministra los datos necesarios para el cálculo de este indicador.

La relación beneficio / costo es un indicador que mide el grado de desarrollo y bienestar que un proyecto puede generar a una comunidad.

¿Cómo se calcula la relación beneficio costo?

Se toma como tasa de descuento la tasa social en vez de la tasa interna de oportunidad.

Se trae a valor presente los ingresos netos de efectivo asociados con el proyecto.

Se trae a valor presente los egresos netos de efectivo del proyecto.

⁹ Fernando Maldonado Arias "FORMULACION Y EVALUACION DE PROYECTOS"
Universidad de Cuenca.

Se establece la relación entre el VPN de los Ingresos y el VPN de los egresos.

¿Cómo se debe interpretar el resultado de la relación beneficio costo?

Si el resultado es mayor que 1, significa que los ingresos netos son superiores a los egresos netos. En otras palabras, los beneficios (ingresos) son mayores a los sacrificios (egresos) y, en consecuencia, el proyecto generará riqueza a una comunidad. Si el proyecto genera riqueza con seguridad traerá consigo un beneficio social.

Si el resultado es igual a 1, los beneficios igualan a los sacrificios sin generar riqueza alguna. Por tal razón sería indiferente ejecutar o no el proyecto.

EL PERIODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN.

El periodo de recuperación de la inversión - PRI - es uno de los métodos que en el corto plazo puede tener el favoritismo de algunas personas a la hora de evaluar sus proyectos de inversión. Por su facilidad de cálculo y aplicación, el Periodo de Recuperación de la Inversión es considerado un indicador que mide tanto la liquidez del proyecto como también el riesgo relativo pues permite anticipar los eventos en el corto plazo.¹⁰

Es importante anotar que este indicador es un instrumento financiero que al igual que el Valor Presente Neto y la Tasa Interna de Retorno, permite optimizar el proceso de toma de decisiones.

¹⁰ pymesfuturo.com/pri.htm

CUAL ES EL TIEMPO EXACTO PARA RECUPERAR LA INVERSIÓN.

Para analizar correctamente el tiempo exacto para la recuperación de la inversión, es importante identificar la unidad de tiempo utilizada en la proyección de los flujos netos de efectivo. Esta unidad de tiempo puede darse en días, semanas, meses o años. Para que la unidad de tiempo utilizada en la proyección son meses de 30 días, el periodo de recuperación para 2.33 equivaldría a: 2 meses + 10 días aproximadamente.

MESES	DÍAS
2	30 X 0.33
2	9.9

Si la unidad de tiempo utilizada corresponde a años, el 2.33 significaría 2 años + 3 meses + 29 días aproximadamente.¹¹

AÑOS	MESES	DÍAS
2	12 X 0.33	
2	3.96	
2	3	30*0.96
2	3	28.8

ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD.

Se lo realiza para determinar la vulnerabilidad del Proyecto ante las alteraciones futuras de mayor incidencia como son los ingresos y los costos, considerando que los demás se encuentren constantes.

¹¹ Fernando Maldonado Arias "FORMULACION Y EVALUACION DE PROYECTOS"
Universidad de Cuenca.

Fórmulas:

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

$$\text{Porcentaje de Variación} = \text{Dif. TIR} / \text{TIR del Proyecto}$$

$$\text{Coeficiente de Sensibilidad} = \text{Porcent. Var.} / \text{Nueva TIR}$$

El análisis de sensibilidad es un término financiero, muy utilizado en las empresas para tomar decisiones de inversión, que consiste en calcular los nuevos flujos de caja y el VAN (en un proyecto, en un negocio, etc.), al cambiar una variable (la inversión inicial, la duración, los ingresos, la tasa de crecimiento de los ingresos, los costes, etc.) De este modo teniendo los nuevos flujos de caja y el nuevo VAN podremos calcular y mejorar nuestras estimaciones sobre el proyecto que vamos a comenzar en el caso de que esas variables cambiasen o existiesen errores de apreciación por nuestra parte en los datos iniciales.

e. MATERIALES Y MÉTODOS.

MATERIALES.

Recursos Humanos

- Investigadores principales

Recursos Materiales

- Papelería
- Materiales de oficina
- Recursos Tecnológicos
- Computadora (uso del equipo)
- Gastos varios por servicios
- Reproducción de copias de la información
- Impresiones
- Internet
- Movilización

MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN.

En esta investigación **se** utilizaron el:

Método inductivo el cual es un proceso de razonamiento lógico en el que partiendo de la observación de los casos particulares se generaliza y se llega al final, también utilizaremos el comportamiento de los clientes en el campamento vacacional para niños, niñas y adolescentes en la parroquia La Matriz.

Método deductivo el cual es un proceso que permite presentar principios, definiciones, reglas a partir de las cuales se analiza, sintetiza, se generaliza y se demuestra, además nos apoyaremos por la técnica de observación lo que permitió acceder a datos confiables con respecto al tema investigado.

Método Estadístico que son procedimientos lógicos, prácticos y útiles a seguir para recolectar, elaborar, analizar, interpretar y presentar datos del fenómeno, expresados en detalle o síntesis a través del número, cuadro, y gráfico, con sus correspondientes notas explicativas.

Método analítico este método implica el análisis (del griego análisis, que significa descomposición) esto es la separación de un todo en sus partes o en sus elementos. Se apoya en que para conocer un fenómeno es necesario descomponerlo en sus partes.

TÈCNICAS DE INVESTIGACIÓN.

- **Encuestas.-** Con el apoyo de esta técnica se obtuvo principalmente las preferencias en cuanto a los gustos de nuestros consumidores y todo lo relacionado con los datos primarios y secundarios necesarios para establecer la existencia de nuestro potencial mercado.
- **Revisión de bibliografía.-** Esta técnica permitió recolectar información segura y confiable por medio de libros, folletos, módulos.
- **Investigación electrónica** (internet)
- **Muestra:** Una muestra estadística, también llamada muestra aleatoria o simplemente muestra, es un subconjunto de casos o individuos de una población estadística.
- **Población:** Es todo conjunto de elementos, finito o infinito, definido por una o más características, de las que gozan todos los elementos que lo componen, y solo ellos.

Para la siguiente investigación se tomó a la población de la ciudad de Guano que para el 2010 fueron de 42.851. Esta población se la proyectó para el año 2014 para poder calcular el tamaño de la muestra, que es el número de encuestas que se aplicó a estos habitantes para saber cuán productivo será el estudio que se realizó.

La tasa de crecimiento para esta población es del 1.37% según el Instituto Ecuatoriano de Estadísticas y Censos. A esta población se la proyectó para el año 2014, dando una población de 44.801 habitantes.

FÓRMULA PARA DETERMINAR LA MUESTRA Y SIMBOLOGÍA.

La fórmula que se utilizó para conocer la muestra es de la población de la Ciudad de Guano en la Provincia de Chimborazo, siendo la siguiente:

Dónde:

n = Tamaño de la muestra que deseamos conocer

N = Tamaño conocido de la población = 44.801

$(e)^2$ = Margen de error (5%)²

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

$$n = \frac{44.801}{1 + 44.801 \times (0,05)^2}$$

$$n = \frac{44.801}{1 + 44.801 \times (0,0025)}$$

$$n = \frac{44.801}{1 + 112,0025}$$

$$n = \frac{44.801}{113,0025}$$

$$n = 396$$

f. RESULTADOS.

ENCUESTA REALIZADA A LOS HABITANTES DEL CANTÓN GUANO.

1.- ¿De cuántas personas esta conforma su familia?

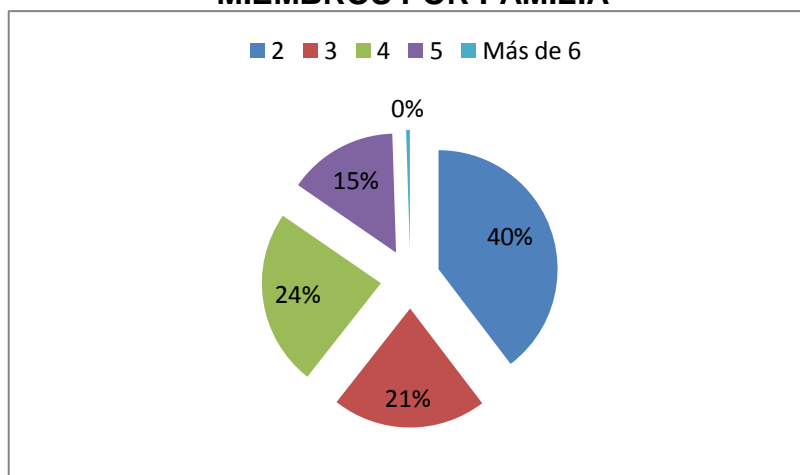
**CUADRO Nro. 1
MIEMBROS POR FAMILIA**

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
2	157	40%
3	83	21%
4	95	24%
5	59	15%
Más de 6	2	0%
TOTAL	396	100%

Fuente: Encuestas a los clientes.

Elaboración: La Autora.

**GRÁFICA Nro. 1
MIEMBROS POR FAMILIA**



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN.

Según la pregunta anterior, el 40% de los habitantes encuestados manifestaron que son 2 los miembros que conforman su familia, el 21% dijeron que son 3, el 24% dijeron que son 4, el 15% manifestaron que son 5 y ninguno contestó que tiene más de 6 miembros en cada familia.

2.- ¿Cuáles son los ingresos promedio que usted percibe al mes?

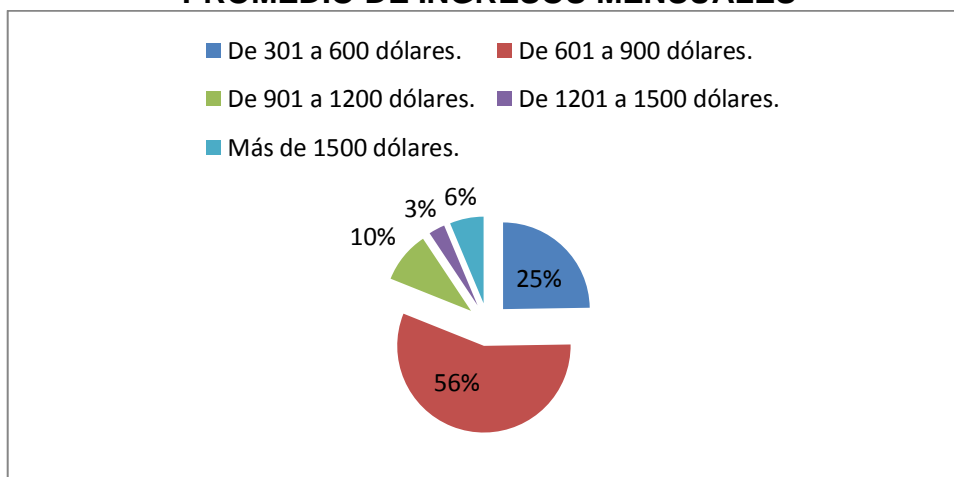
CUADRO Nro. 2
PROMEDIO DE INGRESOS MENSUALES

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
De 301 a 600 dólares.	98	25%
De 601 a 900 dólares.	223	56%
De 901 a 1200 dólares.	38	10%
De 1201 a 1500 dólares.	12	3%
Más de 1500 dólares.	25	6%
TOTAL	396	100%

Fuente: Encuestas a los clientes.

Elaboración: La Autora.

GRÁFICA Nro. 2
PROMEDIO DE INGRESOS MENSUALES



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN.

Según la pregunta anterior, el 25% de los habitantes encuestados manifestaron que sus ingresos van de 301 a 600 dólares, el 56% manifestaron que son de 601 a 900 dólares al mes, el 10% contestó que son de 901 a 1.200 dólares al mes, el 3% de 1.201 a 1.500 dólares mensuales y el 6% perciben más de 1.500 dólares mensuales.

3.- ¿Les gusta efectuar actividades a sus niños, niñas y adolescentes de 6 a 16 años de edad en un Campamento Vacacional como alternativa de entretenimiento?

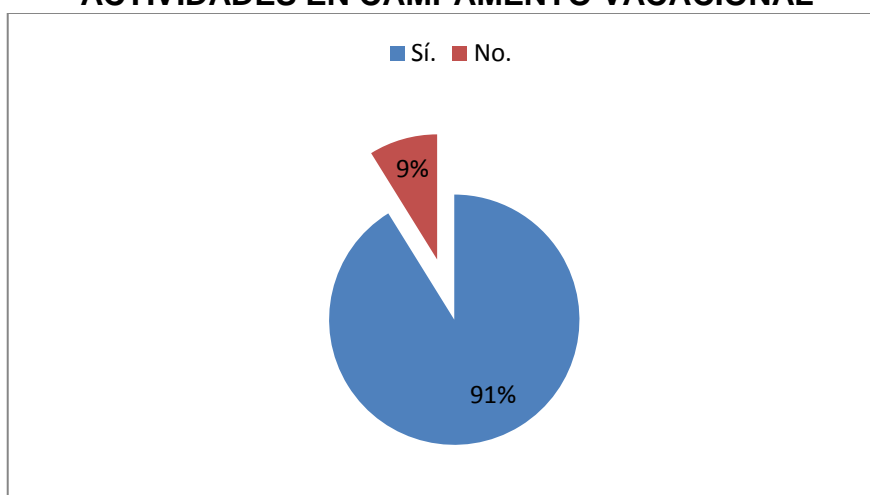
**CUADRO Nro. 3
ACTIVIDADES EN CAMPAMENTO VACACIONAL**

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Sí.	360	91%
No.	36	9%
TOTAL	396	100%

Fuente: Encuestas a los clientes.

Elaboración: La Autora.

**GRÁFICA Nro. 3
ACTIVIDADES EN CAMPAMENTO VACACIONAL**



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN.

Según la pregunta anterior, el 91% de los habitantes encuestados manifestaron que si les gusta efectuar actividades a sus niños, niñas y adolescentes de 6 a 16 años de edad en un campamento vacacional como alternativa de entretenimiento, mientras que el 9% de los encuestados manifestaron que no les gusta este tipo de campamentos vacacionales.

4.- ¿Cree usted que hay afluencia de niños, niñas y adolescentes de 6 a 16 años de edad en un Campamento Vacacional en el Cantón Guano?

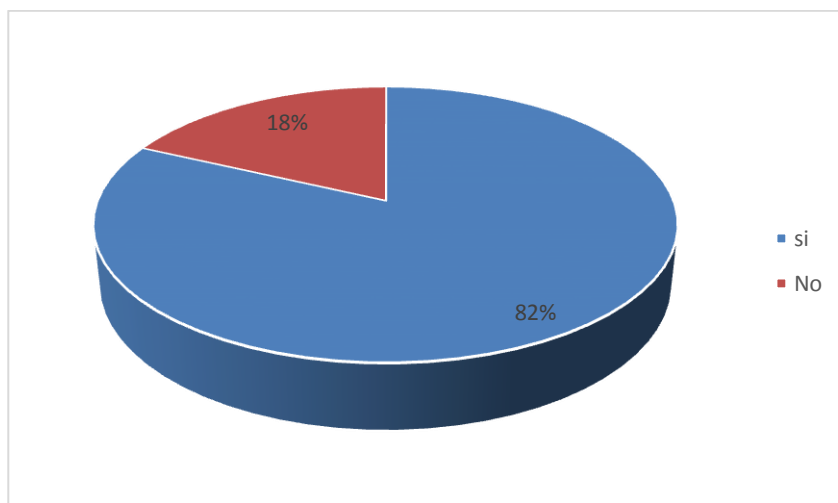
CUADRO Nro. 4
AFLUENCIA A CAMPAMENTO VACACIONAL

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Sí.	295	82%
No.	65	18%
TOTAL	360	100%

Fuente: Encuestas a los clientes.

Elaboración: La Autora.

GRÁFICA Nro. 4
AFLUENCIA A CAMPAMENTO VACACIONAL



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN.

Según la pregunta anterior, el 82% de los habitantes encuestados manifestaron que si hay afluencia de niños, niñas y adolescentes de 6 a 16 años de edad en un campamento vacacional en el Cantón Guano, mientras que el 18% de los encuestados manifestaron que no existe esa afluencia en el cantón.

5.- ¿Envía usted a su niño, niña o adolescente a campamentos vacacionales?

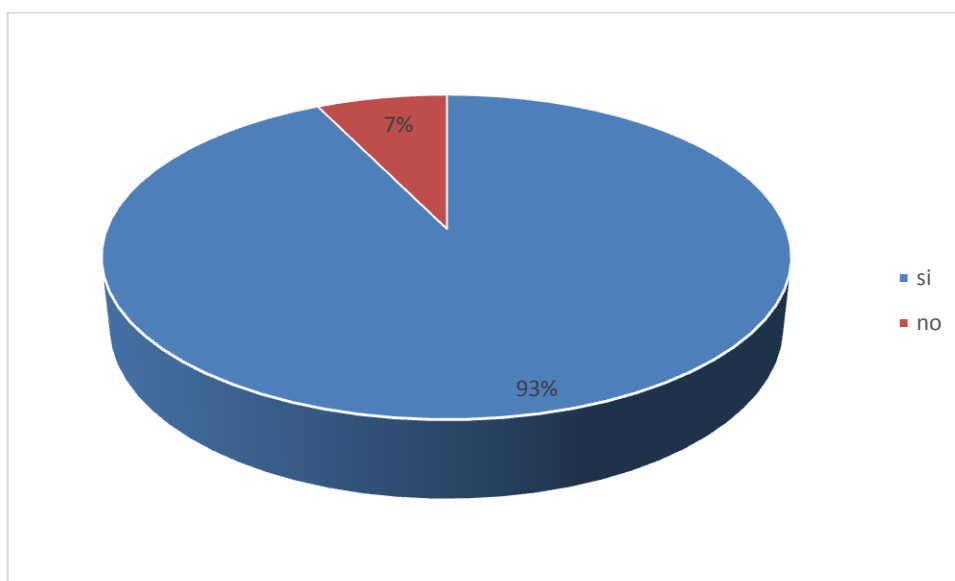
CUADRO Nro. 5
CONOCIMIENTO DE CAMPAMENTO VACACIONAL

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	334	93%
No	26	7%
TOTAL	360	100%

Fuente: Encuestas a los clientes.

Elaboración: La Autora.

GRÁFICA Nro. 5
CONOCIMIENTO DE CAMPAMENTO VACACIONAL



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN.

Según la pregunta anterior, el 93% de los habitantes encuestados manifestaron que si envían a su niño, niña o adolescente a campamentos vacacionales, mientras que el 7% de los que fueron encuestados manifestaron que no los envía a los campamentos vacacionales por diferentes motivos.

6.- ¿Cómo se enteró de la existencia del Campamento Vacacional de niños, niñas y adolescentes?

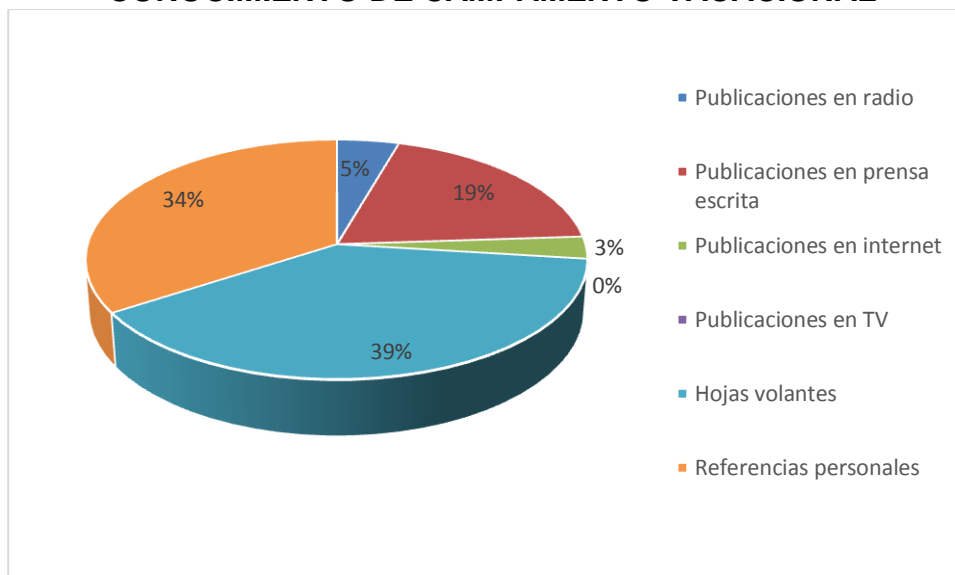
**CUADRO Nro. 6
CONOCIMIENTO DE CAMPAMENTO VACACIONAL**

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Publicaciones en radio	15	5%
Publicaciones en prensa escrita	65	19%
Publicaciones en internet	10	3%
Publicaciones en TV	0	0%
Hojas volantes	130	39%
Referencias personales	114	34%
TOTAL	334	100%

Fuente: Encuestas a los clientes.

Elaboración: La Autora.

**GRÁFICA Nro. 6
CONOCIMIENTO DE CAMPAMENTO VACACIONAL**



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN.

Según la pregunta anterior, el 5% de los habitantes encuestados manifestaron que se enteraron del campamento vacacional por medio de las publicaciones en la radio, el 19% se enteraron por medio de las publicaciones en la prensa escrita, el 39% por medio de hojas volantes y el 34% por medio de referencias personales.

7.- ¿Cuántas veces envía a su niño, niña o adolescente a un Campamento Vacacional en el año?

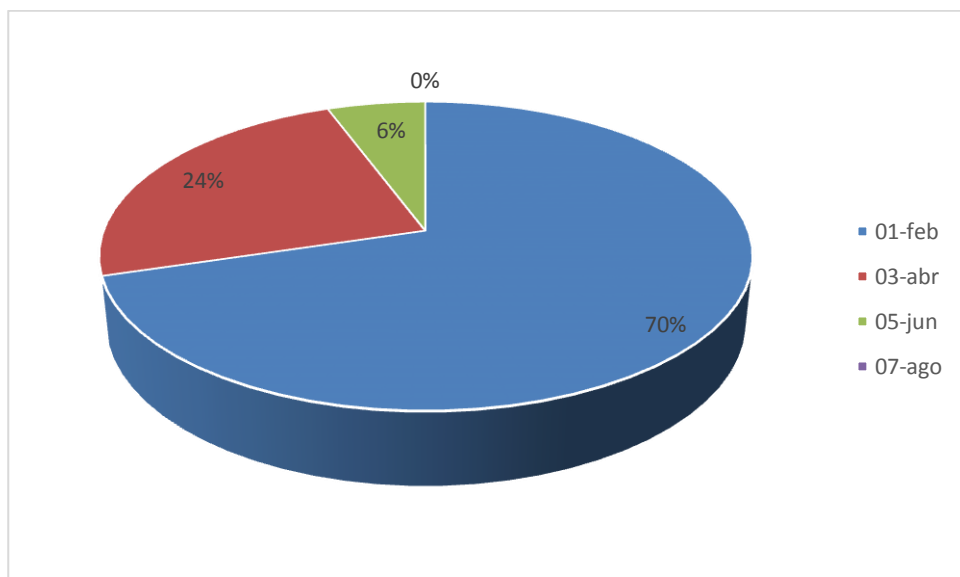
**CUADRO Nro. 7
FRECUENCIA DE CAMPAMENTO VACACIONAL**

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1-2	234	70%
3-4	80	24%
5-6	20	6%
7-8	0	0%
TOTAL	334	100%

Fuente: Encuestas a los clientes.

Elaboración: La Autora.

**GRÁFICA Nro. 7
FRECUENCIA DE CAMPAMENTO VACACIONAL**



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN.

Según la pregunta anterior, el 70% de los habitantes encuestados manifestaron que envían a sus niños, niñas y adolescentes de 1 a 2 veces en el año a campamentos vacacionales, el 24% de 3 a 4 veces, el 6% de 5 a 6 veces por año y ninguno respondió más de 7 veces en el año.

8.- ¿Qué considera usted al momento de enviar a su niño, niña o adolescente a un Campamento Vacacional?

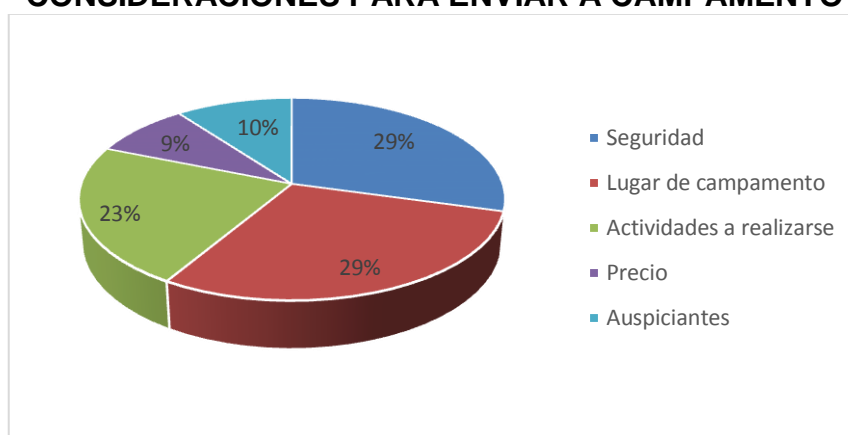
**CUADRO Nro. 8
CONSIDERACIONES PARA ENVIAR A CAMPAMENTO**

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Seguridad	360	29%
Lugar de campamento	360	39%
Actividades a realizarse	276	23%
Precio	106	9%
Auspiciantes	126	10%
TOTAL		100%

Fuente: Encuestas a los clientes.

Elaboración: La Autora.

**GRÁFICA Nro. 8
CONSIDERACIONES PARA ENVIAR A CAMPAMENTO**



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN.

Según la pregunta anterior, el 29% de los habitantes encuestados manifestaron que consideran la seguridad al momento de enviar a su niño, niña o adolescente a un campamento vacacional, el 39% consideran el lugar de campamento, el 23% consideran las actividades que van a realizar, el 9% considera el precio del campamento y el 10% consideran cuales son los auspiciantes.

9.- ¿Si se creara un Campamento Vacacional para niños, niñas y adolescentes de 6 a 16 años de edad en la Parroquia La Matriz de la Ciudad de Guano y que le ofrezca buen trato, precio justo y variedad de propuestas, haría uso de este servicio?

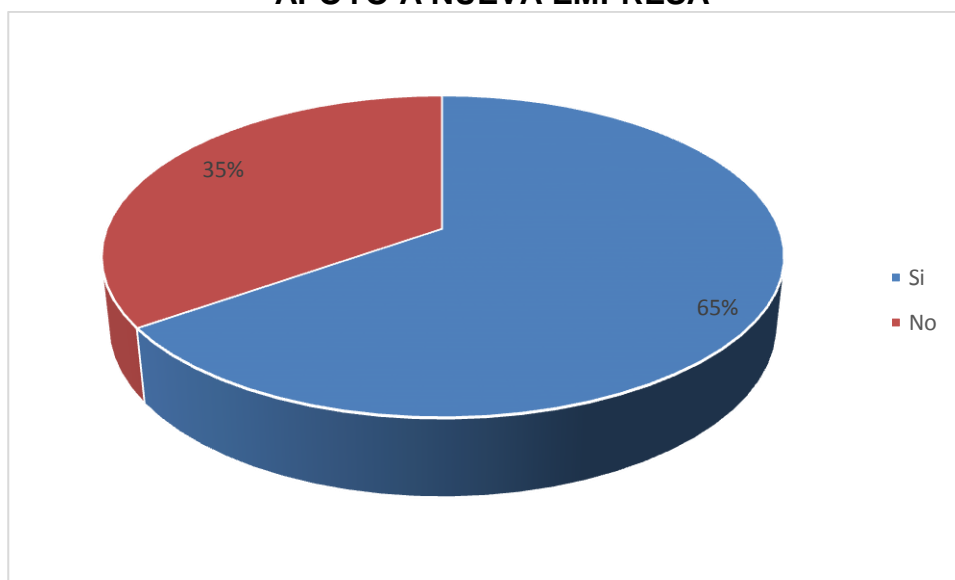
**CUADRO Nro. 9
APOYO A NUEVA EMPRESA**

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	218	65%
No	116	35%
TOTAL	334	100%

Fuente: Encuestas a los clientes.

Elaboración: La Autora.

**GRÁFICA Nro. 9
APOYO A NUEVA EMPRESA**



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN.

Según la pregunta anterior, el 65% de los habitantes encuestados manifestaron que si se creara un campamento vacacional para niños, niñas y adolescentes de 6 a 16 años de edad en la Parroquia La Matriz de la Ciudad de Guano y que le ofrezca buen trato, precio justo y variedad de propuestas ellos apoyarían a esta iniciativa, mientras que el 35% de ellos no lo harían.

10- ¿Señale qué cantidad de dinero en dólares asignaría anualmente para enviar a su niño, niña o adolescente a un Campamento Vacacional?

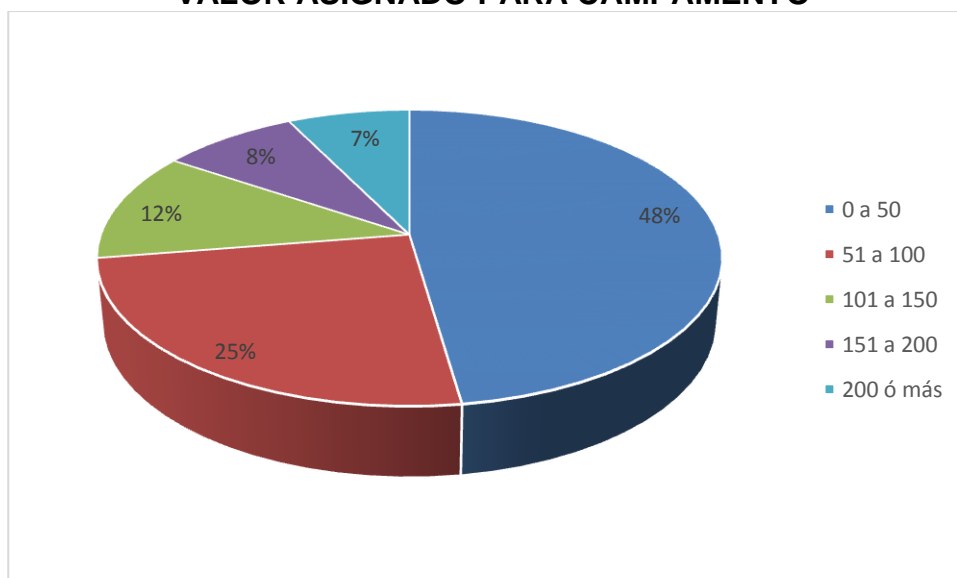
**CUADRO Nro. 10
VALOR ASIGNADO PARA CAMPAMENTO**

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1 a 50	104	48%
51 a 100	54	25%
101 a 150	26	12%
151 a 200	18	8%
200 o más	16	7%
TOTAL	218	100%

Fuente: Encuestas a los clientes.

Elaboración: La Autora.

**GRÁFICA Nro. 10
VALOR ASIGNADO PARA CAMPAMENTO**



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN.

Según la pregunta anterior, el 48% de los habitantes encuestados manifestaron que la cantidad de dinero que asignan anualmente para enviar a su niño, niña o adolescente a un campamento vacacional es de 1 a 50 dólares, el 25% asignan de 51 a 100 dólares, el 12% asignan de 101 a 150 dólares, el 8% asignan de 151 a 200 dólares y el 7% asigna más de 200 dólares al año.

11- ¿Qué servicios le gustaría que le ofrezca el nuevo Campamento Vacacional para niños, niñas y adolescentes de 6 a 16 años de edad?

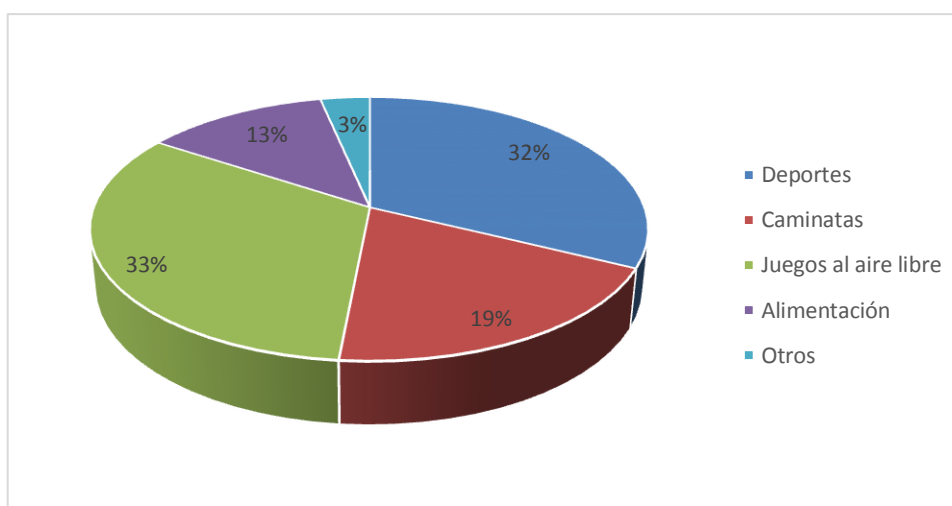
**CUADRO Nro. 11
SERVICIOS DE CAMPAMENTO**

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Deportes	203	32%
Caminatas	121	19%
Juegos al aire libre	206	33%
Alimentación	78	13%
Otros	21	3%
TOTAL	218	100%

Fuente: Encuestas a los clientes.

Elaboración: La Autora.

**GRÁFICA Nro. 11
SERVICIOS DE CAMPAMENTO**



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN.

Según la pregunta anterior, el 32% de los habitantes encuestados manifestaron que les gustaría que le ofrezca el nuevo Campamento Vacacional para niños, niñas y adolescentes de 6 a 16 años de edad serían que hagan deporte, el 19% que ofrezcan caminatas, el 33% que les ofrezcan juegos al aire libre, el 13% que ofrezcan alimentación y el 3% que ofrezcan otros incentivos a estos niños.

12.- ¿Qué medio de comunicación usted prefiere para conocer el nuevo Campamento Vacacional para niños, niñas y adolescentes de 6 a 16 años de edad?

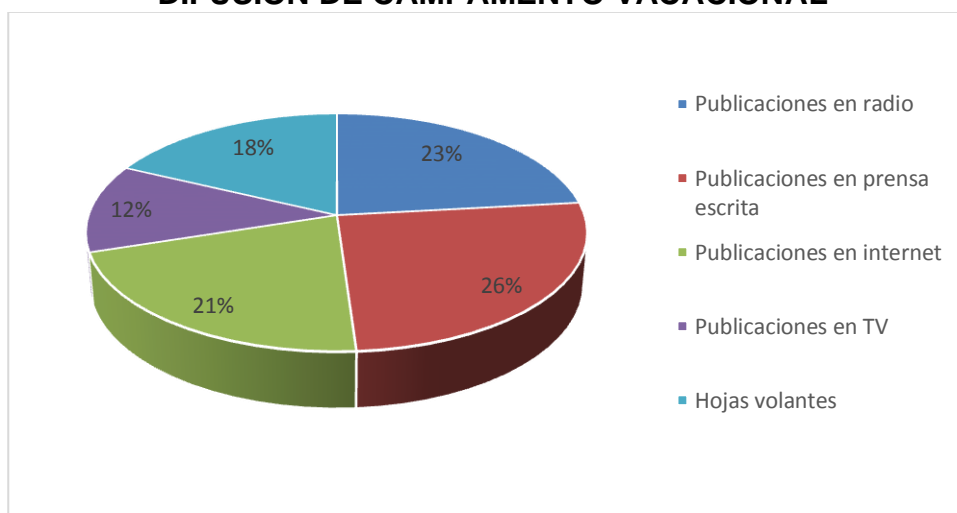
CUADRO Nro. 12
DIFUSIÓN DE CAMPAMENTO VACACIONAL

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Publicaciones en radio	87	23%
Publicaciones en prensa escrita	96	26%
Publicaciones en internet	79	21%
Publicaciones en TV	45	12%
Hojas volantes	67	18%
TOTAL	218	100%

Fuente: Encuestas a los clientes.

Elaboración: La Autora.

GRÁFICA Nro. 12
DIFUSIÓN DE CAMPAMENTO VACACIONAL



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN.

Según la pregunta anterior, el 23% de los habitantes encuestados manifestaron que el medio de comunicación que prefieren para conocer el nuevo Campamento Vacacional para niños, niñas y adolescentes de 6 a 16 años de edad son las publicaciones por la radio, el 26% las publicaciones en la prensa escrita, el 21% publicaciones por medio del internet, el 12% por medio de las publicaciones en la televisión y el 18% por medio de las hojas volantes.

13.- ¿Le gustaría que el nuevo Campamento Vacacional para niños, niñas y adolescentes de 6 a 16 años de edad, ofrezca promociones a sus clientes?

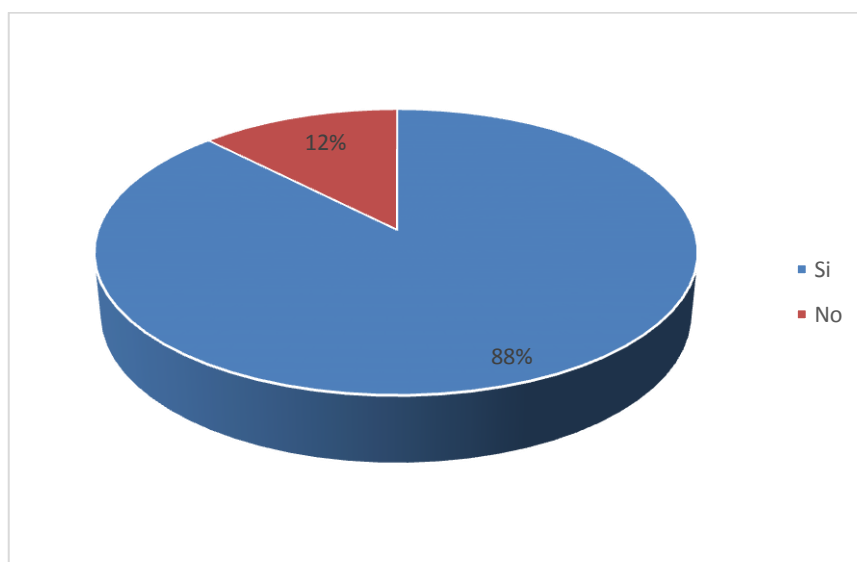
CUADRO Nro. 13
PROMOCIONES PARA CAMPAMENTO VACACIONAL

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	191	88%
No	27	12%
TOTAL	218	100%

Fuente: Encuestas a los clientes.

Elaboración: La Autora.

GRÁFICA Nro. 13
PROMOCIONES PARA CAMPAMENTO VACACIONAL



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN.

Según la pregunta anterior, el 88% de los habitantes encuestados manifestaron que si les gustaría que el nuevo Campamento Vacacional para niños, niñas y adolescentes de 6 a 16 años de edad, ofrezca promociones a sus clientes, mientras que el 12% manifestaron que no les gustaría que ofrezcan promociones.

ENCUESTA APLICADA LA OFERTA

1.- ¿Ofrece usted campamentos vacacionales a niños, niñas y adolescentes de 6 a 16 años como alternativa de entretenimiento?

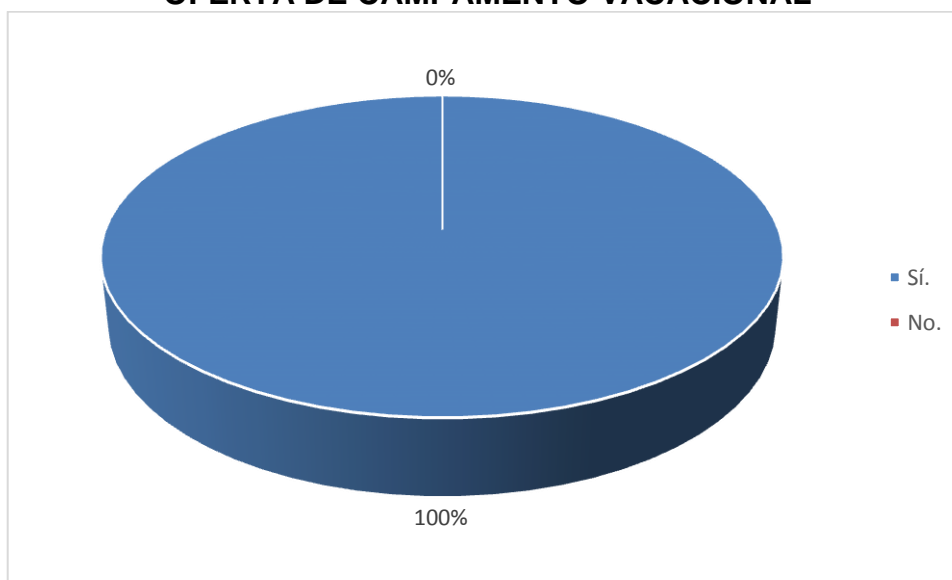
CUADRO Nro. 14
OFERTA DE CAMPAMENTO VACACIONAL

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Sí.	3	100%
No.	0	0%
TOTAL	3	100%

Fuente: Encuestas a los oferentes

Elaboración: La Autora.

GRÁFICA Nro. 14
OFERTA DE CAMPAMENTO VACACIONAL



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN.

Según la pregunta anterior, el 100% de los oferentes que fueron encuestados manifestaron que ofrecen el servicio de campamentos vacacionales a niños, niñas y adolescentes de 6 a 16 años como alternativa de entretenimiento.

2.- ¿Existe mucha afluencia de niños, niñas y adolescentes de 6 a 16 años de edad en un Campamento Vacacional en el Cantón Guano?

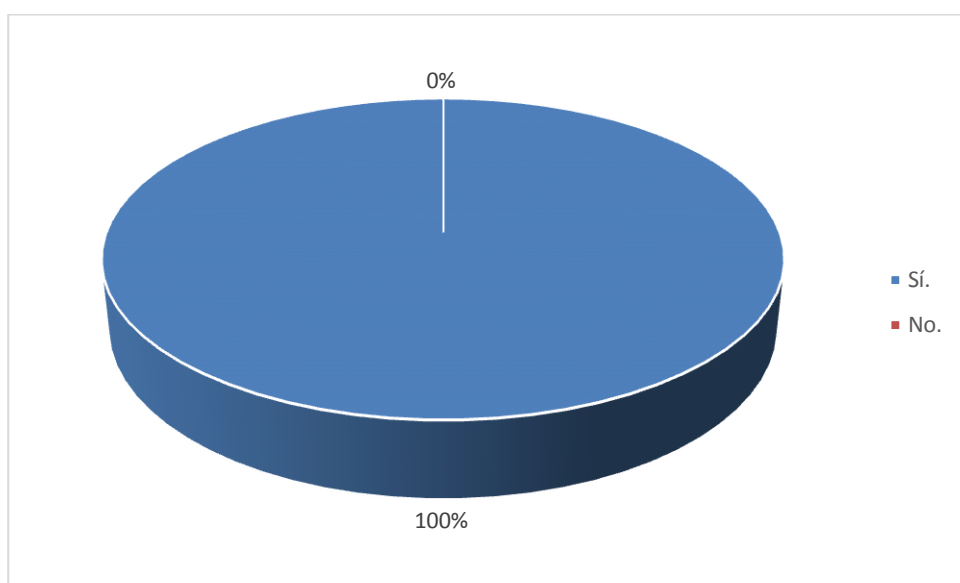
CUADRO Nro. 15
AFLUENCIA A CAMPAMENTO VACACIONAL

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Sí.	3	100%
No.	0	0%
TOTAL	3	100%

Fuente: Encuestas a los oferentes

Elaboración: La Autora.

GRÁFICA Nro. 15
AFLUENCIA A CAMPAMENTO VACACIONAL



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN.

Según la pregunta anterior, el 100% de los oferentes que fueron encuestados manifestaron que si existe mucha afluencia de niños, niñas y adolescentes de 6 a 16 años de edad en un Campamento Vacacional en el Cantón Guano.

3.- ¿Por qué medio de comunicación difunde la existencia del Campamento Vacacional niños, niñas y adolescentes?

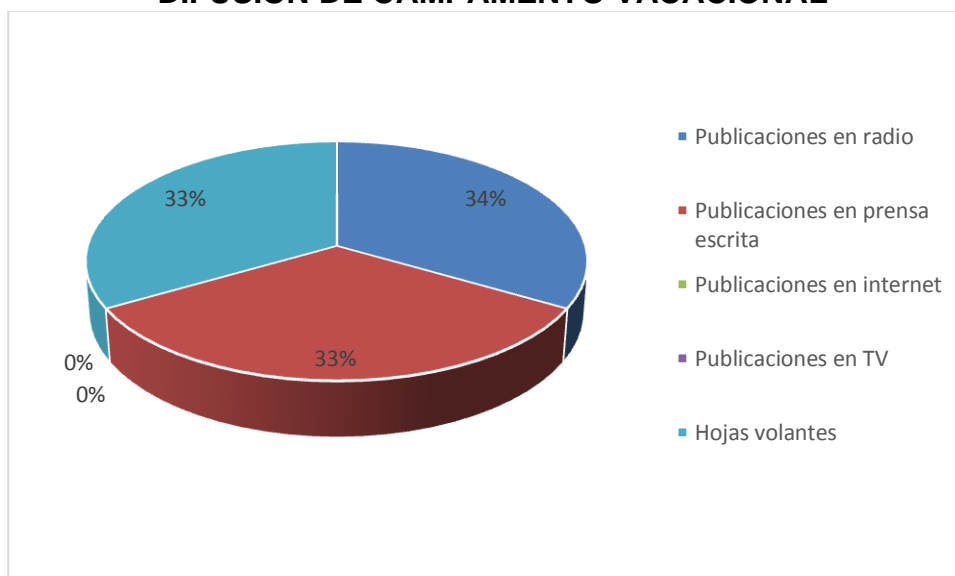
CUADRO Nro. 16
DIFUSIÓN DE CAMPAMENTO VACACIONAL

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Publicaciones en radio	1	34%
Publicaciones en prensa escrita	1	33%
Publicaciones en internet	0	0%
Publicaciones en TV	0	0%
Hojas volantes	1	33%
TOTAL	3	100%

Fuente: Encuestas a los oferentes

Elaboración: La Autora.

GRÁFICA Nro. 16
DIFUSIÓN DE CAMPAMENTO VACACIONAL



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN.

Según la pregunta anterior, el 34% de los oferentes que fueron encuestados manifestaron que el medio de comunicación que difunde la existencia del Campamento Vacacional niños, niñas y adolescentes son las publicaciones en la radio, el 33% son las publicaciones en la prensa escrita y el 33% es por medio de las publicaciones en las hojas volantes.

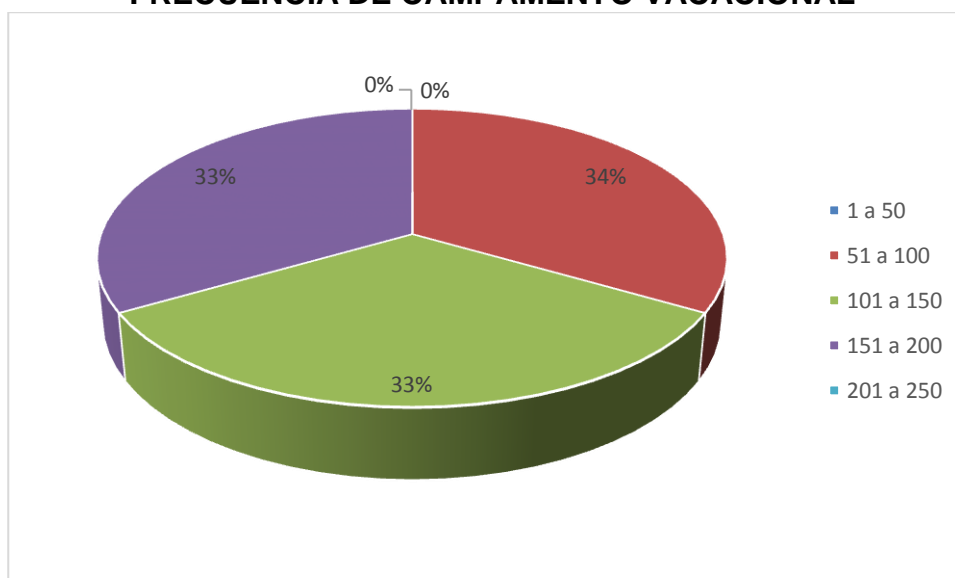
4.- ¿Cuántos niñas, niños o adolescentes asisten a un Campamento Vacacional en el año?

CUADRO Nro. 17
FRECUENCIA DE CAMPAMENTO VACACIONAL

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1 a 50	0	0%
51 a 100	1	34%
101 a 150	1	33%
151 a 200	1	33%
201 a 250	0	0%
TOTAL	3	100%

Fuente: Encuestas a los oferentes

GRÁFICA Nro. 17
FRECUENCIA DE CAMPAMENTO VACACIONAL



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN.

Según la pregunta anterior, el 33% de los oferentes que fueron encuestados manifestaron que las niñas, niños o adolescentes que asisten a un Campamento Vacacional en el año son de 51 a 100, el 33% es de 101 a 150 y el 33% es de 151 a 200.

5.- ¿Qué considera el cliente al momento de enviar a su niño, niña o adolescente a un Campamento Vacacional?

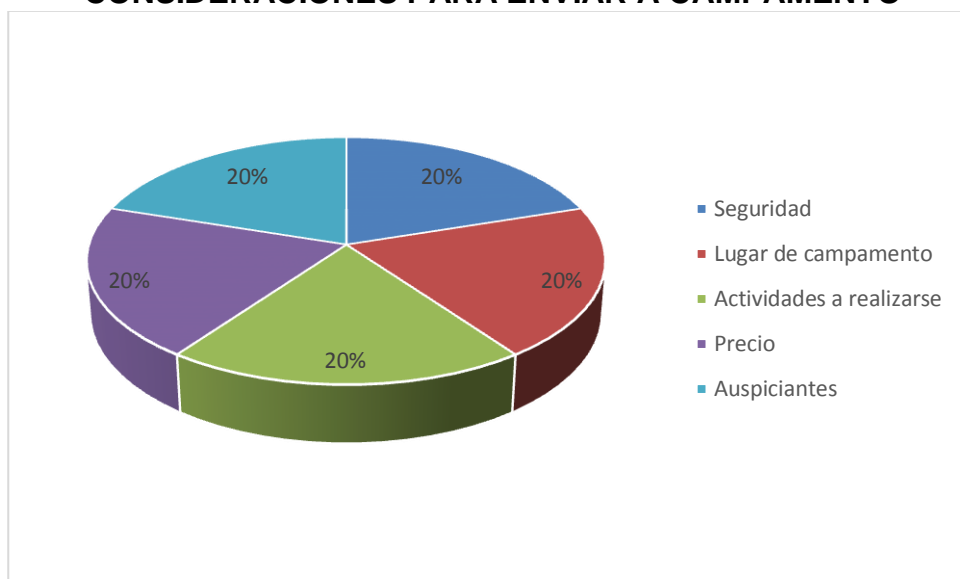
**CUADRO Nro. 18
CONSIDERACIONES PARA ENVIAR A CAMPAMENTO**

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Seguridad	1	20%
Lugar de campamento	1	20%
Actividades a realizarse	1	20%
Precio	1	20%
Auspiciantes	1	20%
TOTAL		100%

Fuente: Encuestas a los oferentes

Elaboración: La Autora.

**GRÁFICA Nro. 18
CONSIDERACIONES PARA ENVIAR A CAMPAMENTO**



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN.

Según la pregunta anterior, el 20% de los oferentes que fueron encuestados manifestaron que consideran los clientes la seguridad, el 20% el lugar de campamento, el 20% las actividades a realizar, el 20% el precio y el 20% los auspiciantes, esto quiere decir que consideran todos los factores antes mencionados.

6.- ¿Qué servicios ofrece su campamento vacacional para niños, niñas y adolescentes de 6 a 16 años de edad?

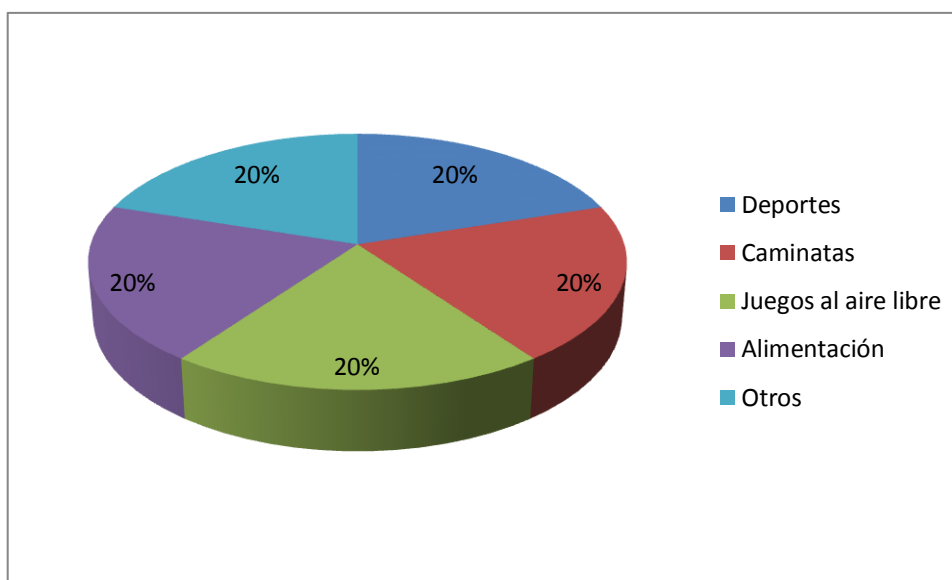
CUADRO Nro. 19
SERVICIOS DE CAMPAMENTO

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Deportes	1	20%
Caminatas	1	20%
Juegos al aire libre	1	20%
Alimentación	1	20%
Otros	1	20%
TOTAL		100%

Fuente: Encuestas a oferentes.

Elaboración: La Autora.

GRAFICA Nro. 19
SERVICIOS DE CAMPAMENTO



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN.

Según la pregunta anterior, el 20% de los oferentes que fueron encuestados manifestaron que ofrecen a los clientes deportes, el 20% las caminatas, el 20% juegos al aire libre, el 20% alimentación y el 20% otras actividades, esto quiere decir que consideran todos los factores antes mencionados.

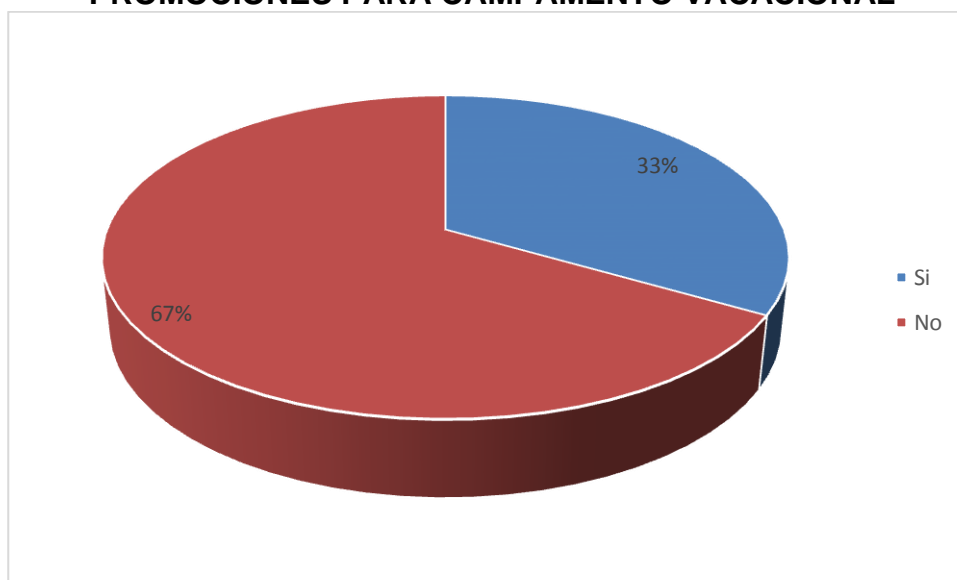
7.- ¿Ofrece usted promociones para el Campamento Vacacional para niños, niñas y adolescentes de 6 a 16 años de edad?

CUADRO Nro.20
PROMOCIONES PARA CAMPAMENTO VACACIONAL

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	1	33%
No	2	67%
TOTAL	3	100%

Fuente: Encuestas a los oferentes

GRAFICA Nro. 20
PROMOCIONES PARA CAMPAMENTO VACACIONAL



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN.

Según la pregunta anterior, el 33% de los oferentes que fueron encuestados manifestaron que si ofrecen promociones a sus clientes, mientras que el 67% de ellos manifestaron que no ofrecen ningún tipo de promociones a sus clientes.

g. DISCUSIÓN.

ESTUDIO DE MERCADO.

El estudio de mercado se ha ejecutado para adquirir y examinar el comportamiento de los clientes, necesidades, gustos, preferencias, actitudes y demanda insatisfecha, con la finalidad de obtener la suficiente información que permita conocer el mercado y tomar decisiones.

La encuesta fue aplicada a una muestra aleatoria de 396 habitantes, posibles clientes, quienes aportaron información para establecer la frecuencia de utilización del servicio del campamento vacacional, los aspectos que los clientes ponen a consideración para realizar las actividades requeridas y además para determinar la aceptación que tendrá el servicio en el mercado local.

ANÁLISIS DE LA DEMANDA.

Hace referencia a la determinación de los clientes, al igual que las características fundamentales del entorno del servicio de un campamento vacacional. Se distinguen aspectos globales como el tamaño de: mercado potencial de crecimiento, proyección de la demanda, segmentos de mercados específicos, necesidades y deseos del cliente aspectos del comportamiento en el proceso de adquisición del cliente y su conducta.

DEMANDA POTENCIAL.

ANÁLISIS DE LA DEMANDA

Para determinar la Demanda Potencial para la implementación de un campamento vacacional para niños, niñas y adolescentes de 6 a 16 años de edad, primeramente segmentamos el mercado para lo cual se toma como base la población de la ciudad de Guano, Provincia de Chimborazo que es de: **44.801** habitantes, como también la tasa de crecimiento poblacional anual del **1.37%** (INEC 2010); y, la tasa de crecimiento de Negocios Turísticos Productivos del **5.3%** (INEC 2010); con estos datos utilicé la siguiente fórmula:

DEMANDA POTENCIAL

Esta demanda está constituida por la cantidad de bienes o servicios que podrían ser consumidos por los demandantes de un mercado, es decir que se considera la totalidad de la población en estudio, que según el INEC 2010 sería de **44.801** habitantes, cantidad que es multiplicada por él **91%** que sí que les gusta efectuar actividades a sus niños, niñas y adolescentes de 6 a 16 años de edad en un Campamento Vacacional como alternativa de entretenimiento en la ciudad de Guano, provincia de Chimborazo

CUADRO N° 50
Demanda Potencial

AÑOS	POBLACIÓN	DEMANDA POTENCIAL 91%
0	44.801	40.769
1	45.415	41.327
2	46.037	41.894
3	46.668	42.468
4	47.307	43.049
5	47.955	43.639
6	48.612	44.237
7	49.278	44.843
8	49.953	45.457
9	50.638	46.080
10	51.331	46.711

Fuente: (1.37 %Tasa de Crecimiento Poblacional Cantón Guano INEC 2010)

Elaboración: La Autora

De esta manera se ha proyectado la Población y la Demanda Potencial para los 10 años de vida útil del proyecto.

DEMANDA REAL

Está constituida por la cantidad de bienes o servicios que se consumen actualmente en el mercado. Para el presente se determinó que el 93% de personas encuestadas que manifiestan que sí envía a su niño, niña o adolescente a campamentos vacacionales.

CUADRO N° 52
Demanda Real

AÑOS	DEMANDA POTENCIAL	DEMANDA REAL 93%
0	40.769	37.915
1	41.327	38.435
2	41.894	38.961
3	42.468	39.495
4	43.049	40.036
5	43.639	40.584
6	44.237	41.140
7	44.843	41.704
8	45.457	42.275
9	46.080	42.855
10	46.711	43.442

Elaboración: La Autora

**Demanda Real de personas que asisten a campamentos
vacacionales**

USO PER CÁPITA ANUAL

Es la cantidad del servicio que va adquirir cada persona anualmente. Por lo que se tomaron los datos del cuadro N° 7 en donde se explica que el consumo anual es de 741 y dividido para las 334 personas, da el consumo promedio por persona que es de 2.2 el uso anual.

CUADRO N° 54

RESPUESTAS	FRECUENCIA	Xm	TOTAL ANUAL
De 1 a 2	234	1,5	351
De 3 a 4	80	3,5	280
De 5 a 6	20	5,5	110
De 7 a 8	0	7,5	0
TOTAL	334		741

Elaboración: La Autora

Promedio del Servicio Anual

$$PSA = \frac{\Sigma}{\text{N}^{\circ} \text{ Respuestas}}$$

$$PSA = \frac{741}{334}$$

$$PSA = 2.2$$

CUADRO N° 55

USO PER CÁPITA ANUAL

AÑOS	DEMANDA REAL	CONSUMO PROMEDIO ANUAL POR PERSONA (SERVICIOS)	DEMANDA REAL EN SERVICIOS CAMPAMENTO VACACIONAL (SERVICIOS)
0	37.915	2	75.830
1	38.435	2	76.869
2	38.961	2	77.922
3	39.495	2	78.990
4	40.036	2	80.072
5	40.584	2	81.169
6	41.140	2	82.281
7	41.704	2	83.408
8	42.275	2	84.551
9	42.855	2	85.709
10	43.442	2	86.883

Fuente: Encuestas (pregunta 1.9); Cuadro N° 11 y Cuadro N° 52 Demanda real
Elaboración: La Autora

DEMANDA EFECTIVA

Es el volumen de bienes o servicios que en la práctica son requeridos por el mercado. En el presente proyecto para establecer la demanda efectiva se toma como referencia las respuestas de la pregunta 8 en relación a su aceptación por una nueva empresa turística en el cantón; en donde el 65% de los encuestados manifiesta que si asistirían al campamento vacacional de reciente creación.

CUADRO N° 58
Demanda Efectiva

AÑOS	DEMANDA REAL SERVICIOS	DEMANDA EFECTIVA SERVICIO (65%)
0	75.830	49.290
1	76.869	49.965
2	77.922	50.649
3	78.990	51.343
4	80.072	52.047
5	81.169	52.760
6	82.281	53.483
7	83.408	54.215
8	84.551	54.958
9	85.709	55.711
10	86.883	56.474

Elaboración: La Autora

OFERTA

La oferta para la implementación de un campamento vacacional para niños, niñas y adolescentes de 6 a 16 años de edad, se determina mediante una encuesta a la competencia, es decir, a los dueños o propietarios de este tipo de negocio existente en la ciudad de Guano, Provincia de Chimborazo.

RESULTADOS DE LA ENCUESTA A LA OFERTA

Para proyectar la OFERTA de los lugares que ofrecen campamentos vacacionales en la ciudad de Guano, provincia de Chimborazo, se ha tomado en consideración la pregunta 4, cuadro 16 que indica el número de niños niñas o adolescentes que utilizan los servicios de un campamento vacacional, de un total de 3 oferentes que ofrecen **377 servicios** anuales/ 3 propietarios = **125.5 servicios** al año por negocio.

VARIABLE	FRECUENCIA	Xm	f. xm
1 a 50	0	25,5	0
51 a 100	1	75,5	76
101 a 150	1	125,5	126
151 a 200	1	175,5	176
201 a 250	0	225,5	0
TOTAL	3		377

Nº de servicios en el año 377

CUADRO N° 61
ANÁLISIS DE LA OFERTA

AÑOS	OFERTA 5,3%
0	377
1	397
2	418
3	440
4	464
5	488
6	514
7	541
8	570
9	600
10	632

Elaboración: La Autora

DEMANDA INSATISFECHA

Es la diferencia entre la demanda efectiva de servicios de campamento vacacional y la oferta; como se puede observar en el siguiente cuadro:

CUADRO N° 62
DEMANDA INSATISFECHA

AÑOS	DEMANDA EFECTIVA POR SERVICIO	OFERTA	DEMANDA INSATISFECHA
0	49.290	377	48.913
1	49.965	397	49.568
2	50.649	418	50.231
3	51.343	440	50.903
4	52.047	464	51.583
5	52.760	488	52.272
6	53.483	514	52.969
7	54.215	541	53.674
8	54.958	570	54.388
9	55.711	600	55.111
10	56.474	632	55.842

Elaboración: La Autora

La demanda insatisfecha estimada para la investigación es de **48.913** servicios para el primer año, quienes serán los que harán uso del campamento vacacional.

PLAN DE COMERCIALIZACIÓN

El modelo del plan de marketing es una herramienta que ayuda a definir las estrategias de comercialización del producto o servicio, su finalidad es coordinar todas las acciones de marketing de manera tal que se logre el mayor impacto posible con los clientes y prospectos.

Todo el proceso de comercialización del campamento vacacional estará orientado hacia las personas que viven en la ciudad de Guano, provincia de Chimborazo, cuyo servicio debe satisfacer las necesidades de los clientes.

Producto/Servicio

El lugar o la sede para los campamentos vacacionales, será estructurado en el cantón Guano, provincia de Chimborazo con los siguientes servicios: paseos, caminatas, camping, paseo a bicicleta, visita a lugares turísticos, conforme solicita el cliente para su atracción y diversión.

PRESENTACIÓN DE SERVICIOS DEL CAMPAMENTO VACACIONAL

CAMINATAS



CAMPING



PASEOS A BICICLETA



VISITA A LUGARES TURÍSTICOS





JUEGOS RECREATIVOS





TRANSPORTE



El Campamento Vacacional lleva el nombre de “*CAMPAMENTO LABRADOR*” con el logo que se muestra a continuación.

**Logotipo para el campamento Labrador en la ciudad de Guano,
Provincia de Chimborazo**



Políticas y Estrategias del Servicio:

- ✓ Ofrecer campamentos de verano para aquellos jóvenes que buscan pasar un verano único
- ✓ La edad varía entre 6 y 16 con todos los implementos incluidos
- ✓ Proporcionar una experiencia enriquecedora y de distracción para diversos gustos.

Precio

El precio que se establecerá para asistir a un campamento será un precio promedio ponderado en base a los costos, a la oferta y a lo que estarían dispuestos a pagar los consumidores finales en la ciudad de Guano, en la provincia de Chimborazo.

Los aspectos que se consideraron para la fijación del precio fueron los siguientes:

- Características del Lugar
- Localización del Campamento Vacacional
- Características del mercado
- Costo de mantenimiento

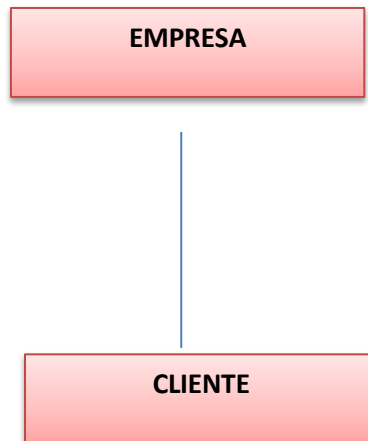
Políticas y Estrategias del Precio:

- ✓ Establecer un precio bajo para dar a conocer la Empresa en el nuevo mercado y posesionarse en el mismo.
- ✓ Presentar atracciones a un precio accesible para todas las personas.
- ✓ Realizar descuentos por grupo de personas.

Plaza o Distribución

La estructura del proyecto exige relacionarnos directamente con nuestros clientes o consumidores finales; es por ello que se ofrecerá directamente el servicio, lo que permitirá distinguir y entender claramente las necesidades del consumidor.

En el siguiente esquema se presenta los canales de distribución:



Para hacer efectivo este tipo de relación, empresa-cliente, haremos uso de recursos tales como:

- ✓ **Recursos Humanos:** Que son las personas que se encargarán de realizar el servicio, brindando una grata experiencia que garantice que retorne el cliente y además se encargue de difundir mediante recomendaciones a otras personas.
- ✓ Medios informáticos: Mediante la aplicación de una página web o la utilización de redes sociales.
- ✓ Medios de Comunicación
- ✓ Por medio de alianzas estratégicas con otras entidades relacionadas con los campamentos.

Publicidad o Promoción

Con la finalidad de que se difunda la imagen del Campamento Labrador, se hará publicidad mediante los siguientes medios de comunicación:

- radio.
- hojas volantes
- folletos
- periódico
- marketing directo

Políticas y Estrategias de Publicidad:

- ✓ Ofrecer paquetes promocionales a escuelas y colegios de la ciudad de Guano
- ✓ Realizar Campañas directas mediante las redes sociales
- ✓ Hacer festivales y concursos que tengan convocatoria masiva
- ✓ Publicar avisos semanalmente en la prensa escrita de la ciudad de Guano.

ESTUDIO TÉCNICO

Representa a lo relacionado con las características de la planta, tamaño, procesos, análisis de los implementos necesarios para adecuar las instalaciones y equipos que intervienen para el proceso de atención de todos los servicios a ofertar para así satisfacer las necesidades de los usuarios.

TAMAÑO DEL PROYECTO.

El tamaño del proyecto se encuentra vinculado con la tecnología necesaria para conseguir la marcha del proyecto, permite determinar la capacidad instalada, la que se mide en el número de clientes que visitan el campamento vacacional que se pueda atender durante el año.

Los resultados producidos por el estudio de mercado determinan la demanda con un porcentaje aceptable, pero esto no condiciona a precisar el tamaño del proyecto, En el proceso de ofrecimiento del servicio los indicadores predominantes el factor humano y demás medios los que juegan un papel primordial en el desarrollo del servicio.

CAPACIDAD INSTALADA.

La capacidad instalada se refiere al tamaño total del proyecto para la prestación de servicios hacia el público o consumidor.

Para el campamento Labrador, se ha podido determinar que la capacidad instalada se estipula en base a diversos factores tanto económicos como materiales y humanos a utilizarse; por lo que se ha creído conveniente adquirir 20 tiendas de campaña, las que tendrán una capacidad de 5 personas por tienda con un total de 100 personas que acudirán al campamento cada fin de semana, que multiplicados por 4 semanas tenemos al mes 400 servicios mensuales, con un total de 4.800 servicios anuales. Recalcando que únicamente se realizarán campamentos los fines de semana, ya que no podría ser de otra manera por que los niños y adolescentes se encuentran estudiando durante la semana. En el siguiente cuadro se indica la capacidad instalada del campamento Labrador.

CUADRO N° 63 CAPACIDAD INSTALADA

DEMANDA INSATISFECHA	CAPACIDAD POR CAMPAMENTO	Nº SERVICIOS MENSUALES	Nº SERVICIOS ANUALES.	% DE ATENCIÓN AL MERCADO
48.913	100 personas	400	4.800	9.813%
		400	4.800	

Fuente: Otros Centros de la Provincia de Chimborazo
Elaboración: La Autora

CAPACIDAD UTILIZADA

El Campamento Labrador estará proyectado para ofrecer el servicio de alojamiento a 100 personas con un total de 400 servicios al mes, por lo tanto la capacidad anual será de 4.800 servicios, y la capacidad utilizada sería de 4.080 tomando en cuenta que se iniciará con el 85% de su capacidad instalada, el mismo que subirá 5 cada dos años hasta llegar al nivel máximo del 100%.

ATENCIÓN DEMANDA INSATISFECHA

DEMANDA INSATISFECHA	% DE ATENCIÓN AL MERCADO	CAPACIDAD INSTALADA.
48.913	9.813%	4.800

CUADRO N° 64
CAPACIDAD UTILIZADA

AÑOS	CAPACIDAD INSTALADA ANUAL	CAPACIDAD UTILIZADA %	CAPACIDAD UTILIZADA
1	4.800	85%	4.080
2	4.800	85%	4.080
3	4.800	90%	4.320
4	4.800	90%	4.320
5	4.800	95%	4.560
6	4.800	95%	4.560
7	4.800	100%	4.800
8	4.800	100%	4.800
9	4.800	100%	4.800
10	4.800	100%	4.800

Elaboración: La Autora

LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO.

La toma de decisiones sobre la localización del proyecto es fundamental para el cumplimiento de los objetivos que el proyecto pretende alcanzar, de ahí que se debe encontrar una localización adecuada y que preste todas las garantías para el buen funcionamiento de sus actividades productivas y administrativas.

a) TRANSPORTE O FLETE

Constituye la factibilidad que tendría la empresa para transportar los materiales e insumos necesarios para la prestación de servicios, de igual manera se preverá la facilidad de transporte para trasladar a las personas al sitio del campamento. Es por tanto muy importante planificar donde se va a realizar la obra para facilitar el acceso, si logramos este objetivo podremos considerar optima la localización del proyecto.

b) DISPONIBILIDAD Y COSTO DE RECURSOS

La disponibilidad de recursos es un factor importante para la localización del proyecto que en cierta manera se relaciona con la distancia del mismo al radio urbano además el transporte y otros costos de servicios, no tendrá mayores inconvenientes ya que sus oficinas estarán ubicadas en el centro del cantón.

c) MANO DE OBRA

Resulta muy importante ubicarse en un sitio en donde se pueda tener acceso a mano de obra especializada, así como también personal que tenga mayor experiencia en labores similares, es necesario además manifestar que el presente proyecto no tendrá ningún tipo de problemas en cuanto a movilidad de la fuerza de trabajo ya que donde va a estar localizado existe facilidad de transporte.

d) ENERGÍA ELÉCTRICA

En cuanto a la energía eléctrica, será permanente al encontrarse las oficinas en el centro de la ciudad, pero en cuanto a los campamentos se llevará linternas propias para la iluminación y pilas para encender radios o algún aparato eléctrico.

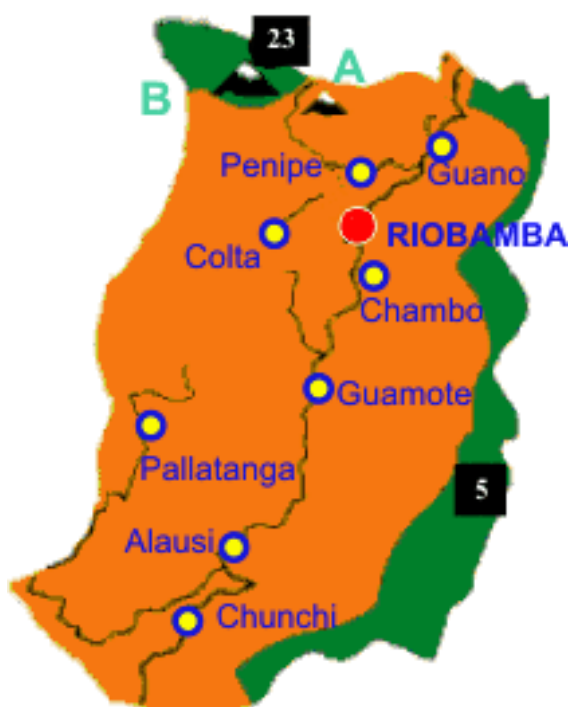
e) AGUA

El acceso al agua es importante como elemento básico para cualquier tipo de negocio.

MACRO LOCALIZACIÓN

Se refiere a la totalidad de la extensión que se cubrirá en el presente proyecto; de acuerdo a los estudios realizados la Ciudad de Guano cuenta con la infraestructura necesaria para respaldar la instalación del proyecto, en consecuencia estará ubicada en la ciudad de Guano, provincia de Chimborazo

GRÁFICO Nº 48



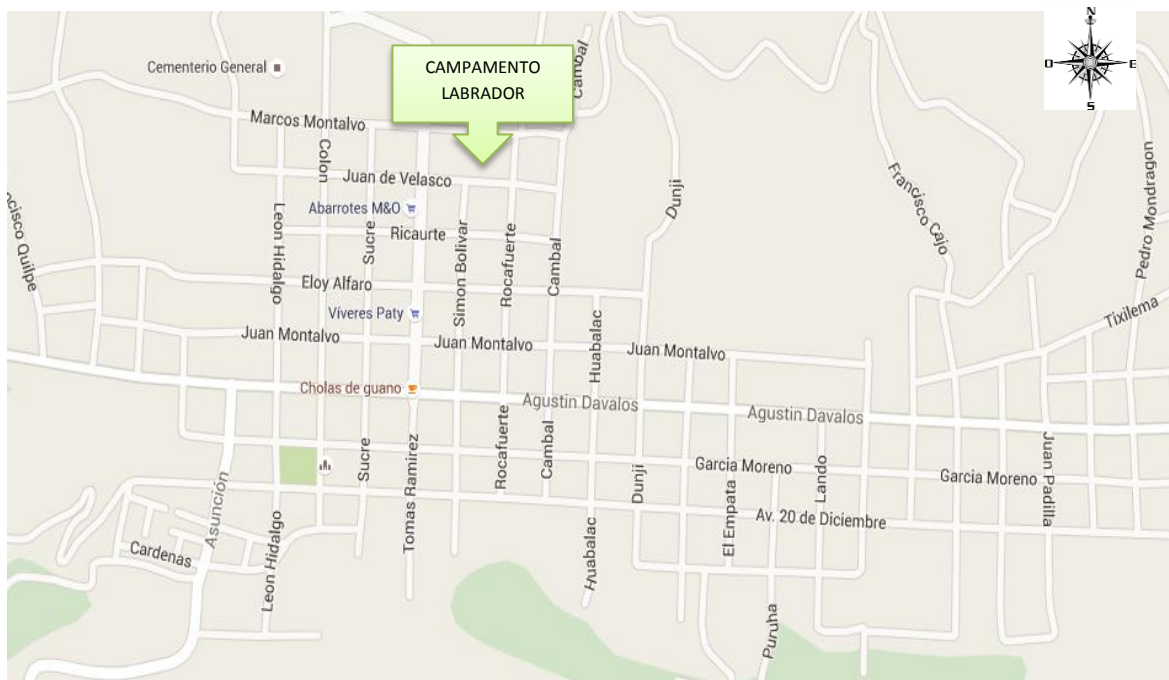
Fuente: Mapa de Chimborazo
Elaboración: La Autora

MICRO LOCALIZACIÓN

Debido a las condiciones naturales y la oportunidad turística que se analizaron en el estudio de mercado. Las oficinas del campamento labrador estarán ubicadas en la zona central de la ciudad de Guano,

específicamente en el sector La Matriz por ser un lugar que cumple con todos los requerimientos necesarios para su implementación, tales como vías de comunicación, cercanía a los proveedores, servicios básicos, facilidad de transporte, infraestructura física, etc.

GRÁFICO N° 49



Fuente: Mapa de Guano, Chimborazo
Elaboración: La Autora

PONDERACIÓN DE FACTORES

CUADRO N° 65

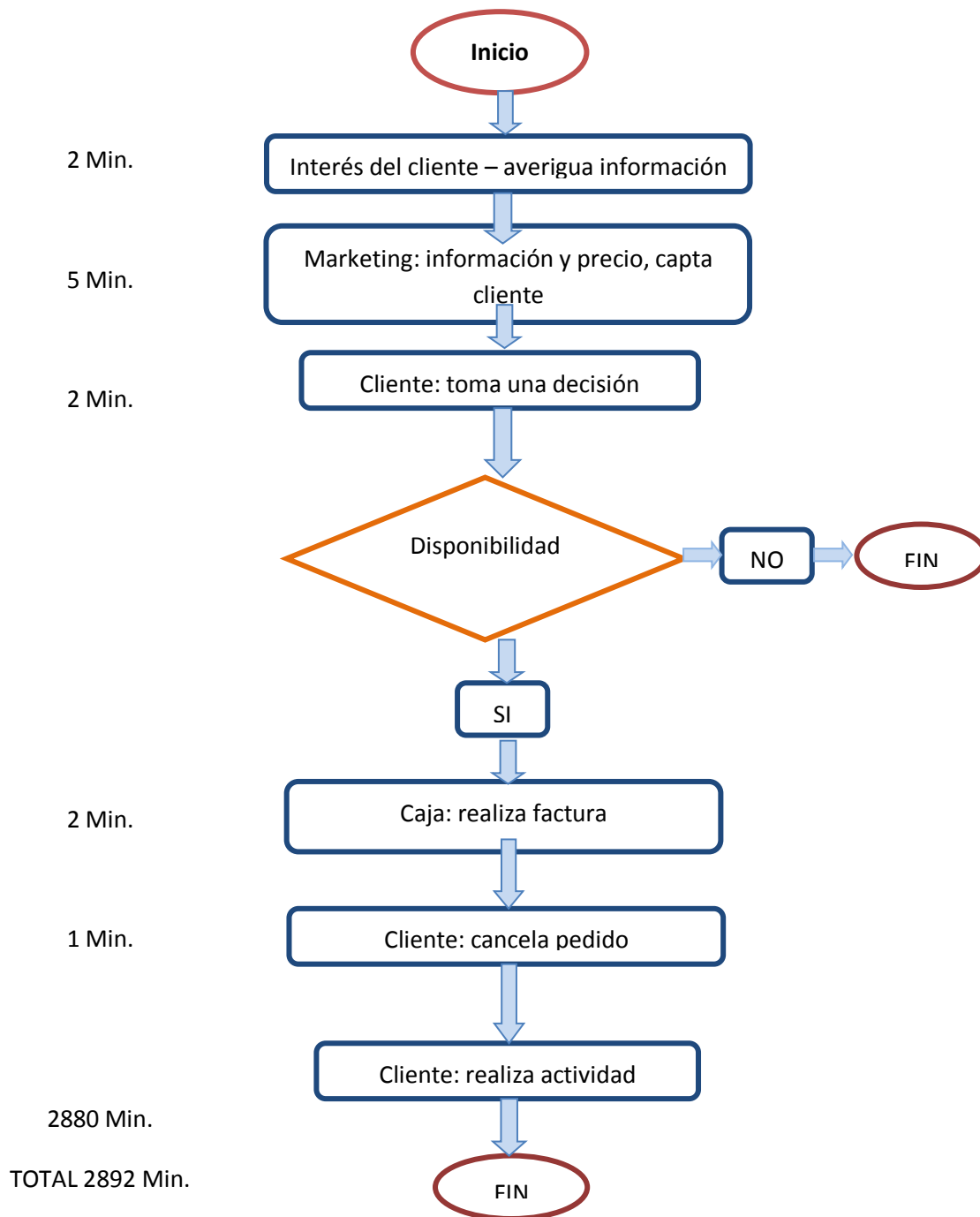
PONDERACIÓN FACTORES				
		ALTERNATIVAS		
		PARROQUIAS DE GUANO		
Nº	FACTORES	EL ROSARIO	GUANANDO	MATRIZ
1	Potencial turístico	8	5	8
2	Atractivos turísticos naturales	8	5	10
3	Ubicación Geográfica estratégica	6	7	9
4	Infraestructura de acceso de vías	6	8	10
5	Servicios básicos	5	7	8
6	Recursos culturales fiestas	8	8	8
7	Transporte público	5	7	10
8	Altitud, geología y clima	8	7	8
9	Existencia de competencia	4	2	4
	TOTALES	42	46	57

Elaboración: La Autora

INGENIERÍA DEL PROYECTO

EL Campamento vacacional consta de dos procesos, como son: marketing, proceso de servicio, finanzas y talento humano los cuales se encargarán de crear un excelente servicio que brinde seguridad y confianza.

FLUJOGRAMA DEL PROCESO DEL CAMPAMENTO LABRADOR

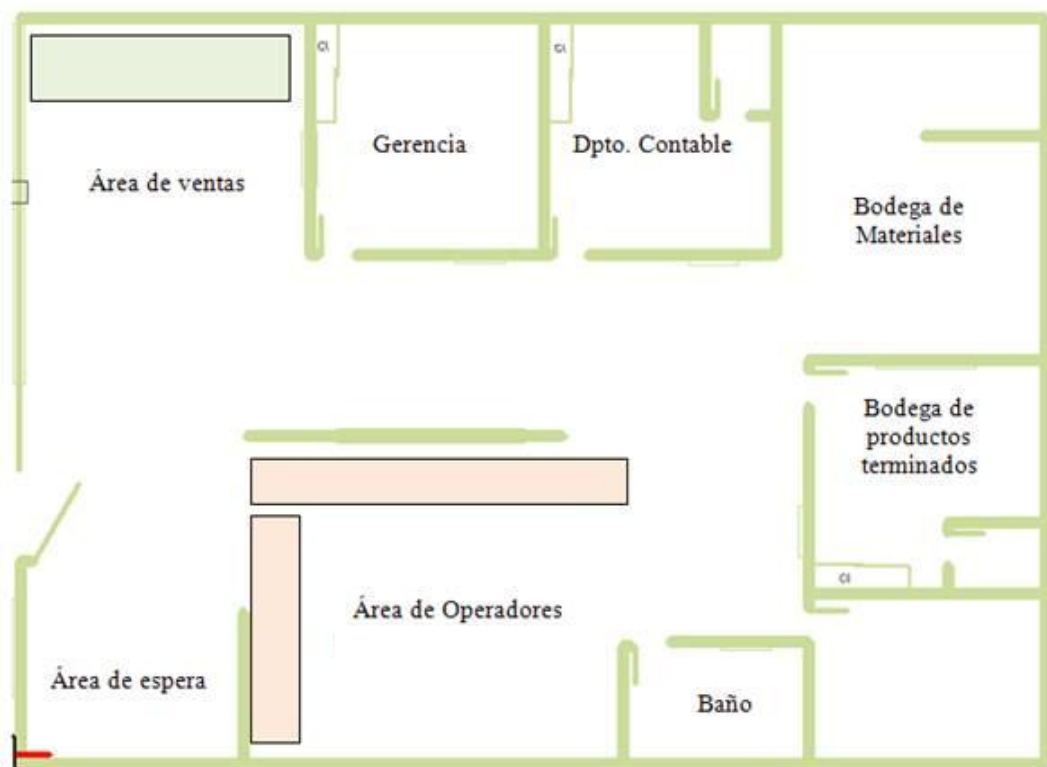


Elaboración: La Autora

DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA

El terreno dispone de 70 metros cuadrados.

PLANO ARQUITECTÓNICO PARA LAS OFICINAS DEL CAMPAMENTO LABRADOR



Según como se muestra las oficinas constarán de:

- ✓ Área de marketing y ventas, Gerencia, Contabilidad, bodega de materiales y área operaciones.

La distribución se realizará así, ya que se ha considerado conveniente no adquirir cabañas para acampar, ya que se contará con tiendas de campaña que cubren el mismo fin y son muchísimo más económicas;

además solamente se utilizarán los fines de semana, lo que será muy importante para recuperar en pocos años la inversión inicial.

Requerimiento de Recursos Humanos

El personal necesario para el funcionamiento del campamento estará de acuerdo a las funciones que realiza, con el fin de satisfacer las necesidades de los jóvenes.

Mano de Obra Directa para el Campamento Vacacional

Jefe de campamento	2
Guías	8

Personal Administrativo

Gerente	1
Secretaria-Contadora	1
Asesor jurídico	1
Vendedor	1

Implementos:

Tiendas de campaña

Cascos

Bicicletas

Toallas

Sogas

Guantes

RUTAS:

Las rutas que se consideraran para acampar serán las siguientes.

COLINA DE LUISHI**LAGUNA DE LANGOS****ESTUDIO ADMINISTRATIVO ORGANIZACIONAL.**

Se caracteriza porque en él se efectúa una descripción de la parte organizacional y legal que se requiere para la ejecución y funcionamiento de la empresa en forma efectiva, y poder lograr los objetivos propuestos.

En el Estudio Administrativo el componente principal radica en el componente humano como base principal y se requiere contar con personal capacitado para manejar los mecanismos de funcionamiento administrativo y organizativo de la empresa.

ORGANIZACIÓN LEGAL.

De acuerdo a la Constitución de la República y la Ley de Compañías, en afinidad con las demás leyes que regulan las actividades empresariales en el Ecuador, la empresa para proyecto del presente estudio se enmarca como Empresa de Responsabilidad Limitada con sus siglas Cía. Ltda., la misma que debe cumplir con todas las disposiciones legales para la constitución, organización y funcionamiento de este tipo de compañía.

De esta manera se desarrolla un estudio organizacional de la empresa que será la más conveniente dada la naturaleza de la empresa que se formará y tomando algunas ventajas que se presenta en relación a otras organizaciones, es así que se conformará una **COMPAÑÍA DE RESPONSABILIDAD LIMITADA.**

Para la organización jurídica se ha previsto la implementación de una Compañía de Responsabilidad Limitada, de conformidad con el Art. 93 de la Ley de Compañías, que en su parte pertinente textualmente dice:

Art. 93.- "La compañía de Responsabilidad Limitada es la que se contrae entre dos o más personas, que solamente responden por las obligaciones sociales hasta el monto de sus aportaciones individuales y

hacen el comercio bajo una razón social o denominación objetiva, a la que se añadirá, en todo caso, las palabras Compañía Limitada o Cía. Ltda.

Se llama de Responsabilidad Limitada por cuanto nace de la necesidad de conseguir una determinada organización.

Para constituirse esta clase de compañías y para que subsista se requerirá de un mínimo de 3 socios y no podrá funcionar como tal sino con un máximo de 15 socios los cuales responden solamente por las obligaciones sociales hasta el monto de las aportaciones individuales y tienen el derecho de administrarla.

El Capital de Compañía estará formado por las aportaciones de los y las aportaciones estarán íntegramente suscritas y pagadas por lo menos en un 50% y dicho capital será del 100% total.

Según la Ley de Compañías, la empresa formará un fondo de reservas hasta que alcance por lo menos el 20% del Capital Social. En cada año la Compañía segregará de las utilidades líquidas y realizadas, el 5% para este objeto.

En cuanto a la administración de la compañía, ésta estará ligada a los socios, entre los cuales se designará un Gerente.

BASE LEGAL:

Acta de Constitución.

RAZÓN SOCIAL DE LA EMPRESA:

La Razón Social será: EMPRESA DE **“CAMPAMENTO VACACIONAL EL LABRADOR CIA. LTDA.”**

OBJETIVO SOCIAL:

Empresa de Campamento Vacacional para niños, niñas y adolescentes de 6 a 16 años de edad en la parroquia La Matriz de la ciudad de Guano provincia de Chimborazo.

MINUTA DE CONSTITUCIÓN DE LA EMPRESA DE “CAMPAMENTO VACACIONAL EL LABRADOR CIA. LTDA.”

SEÑOR NOTARIO:

En el protocolo de escrituras públicas a su cargo, sírvase Insertar una de constitución de compañía de responsabilidad limitada, al tenor de las cláusulas siguientes:

PRIMERA.-COMPARECIENTES Y DECLARACIÓN DE VOLUNTAD. -

Intervienen en la celebración de este contrato, los señores: **GLENDAMARIA AULLA ARGUELLO**, yyyy; zzzz; los comparecientes manifiestan ser ecuatorianos, mayores de edad, casados, domiciliados en esta ciudad; y, declaran su voluntad de constituir, como en efecto constituyen, la compañía de responsabilidad limitada **“CAMPAMENTO VACACIONAL EL LABRADOR CIA. LTDA.”**, la misma que se registrará por las leyes ecuatorianas; de manera especial, por la Ley de Compañías, sus reglamentos y los siguientes estatutos.

SEGUNDA.- ESTATUTOS DE “CAMPAMENTO VACACIONAL EL LABRADOR CIA. LTDA.”

CAPÍTULO PRIMERO

DENOMINACIÓN. NACIONALIDAD, DOMICILIO, FINALIDADES Y PLAZO DE DURACIÓN

ARTÍCULO UNO.- Constituyese en la parroquia La Matriz de la ciudad de Guano provincia de Chimborazo, República del Ecuador, de nacionalidad ecuatoriana, la compañía de responsabilidad limitada “**CAMPAMENTO VACACIONAL EL LABRADOR CIA. LTDA.**”

ARTÍCULO DOS.- La compañía tiene por objeto y finalidad, prestar servicios de campamento vacacional para niños, niñas y adolescentes de 6 a 16 años, además podrá establecer sucursales o agencias en los términos de la ley; y tiene facultades para abrir dentro o fuera del país, agencias o sucursales, podrá así mismo, adquirir todo tipo de bienes muebles o inmuebles encaminados a cumplir en mejor forma su objeto social, finalmente podrá realizar todo acto o contrato permitido por las leyes vigentes respectivas, relacionados con el objeto principal de la compañía.

ARTÍCULO TRES.- La compañía podrá solicitar préstamos internos o externos para el mejor cumplimiento de su finalidad.

ARTÍCULO CUATRO.- El plazo de duración del contrato social de la compañía es de diez años, a contarse de la fecha de Inscripción en el Registro Mercantil del domicilio principal de la compañía; puede prorrogarse por resolución de la junta general de socios, la que será convocada expresamente para deliberar sobre el particular. La compañía

podrá disolverse antes, si así lo resolviere la Junta General de Socios en la forma prevista en estos estatutos y en la Ley de Compañías.

CAPÍTULO SEGUNDO

DEL CAPITAL SOCIAL, DE LAS PARTICIPACIONES Y DE LA RESERVA LEGAL

ARTÍCULO CINCO.- El capital social de la compañía es de mil quinientos dólares, dividido en mil quinientas participaciones de un dólar cada una, que estarán representadas por el certificado de aportación correspondiente de conformidad con la ley y estos estatutos, certificado que será firmado por el Presidente y Gerente de la compañía. El capital está íntegramente suscrito y pagado en la forma y proporción que se especifica en las declaraciones.

ARTÍCULO SEIS.- La compañía puede aumentar el capital social, por resolución de la Junta general de socios, con el consentimiento de las dos terceras partes del capital social, en la forma prevista en la Ley y, en tal caso los socios tendrán derecho preferente para suscribir el aumento en proporción a sus aportes sociales, salvo resolución en contrario de la Junta General de Socios.

ARTÍCULO SIETE.- El aumento de capital se lo hará estableciendo nuevas participaciones y su pago se lo efectuará: en numerario, en especie, por compensación de créditos, por capitalización de reservas y/o proveniente de la revalorización pertinente y por los demás medios previstos en la ley.

ARTÍCULO OCHO.- La compañía entregará a cada socio el certificado de aportaciones que le corresponde; dicho certificado de aportación se extenderá en libretines acompañados de talonarios y en los mismos se hará constar la denominación de la compañía, el capital suscrito y el capital pagado, número y valor del certificado, nombres y apellidos del socio propietario, domicilio de la compañía, fecha de la escritura de constitución, notaría en la que se otorgó, fecha y número de inscripción en el Registro Mercantil, fecha y lugar de expedición, la constancia de no ser negociable, la firma y rúbrica del presidente y gerente de la compañía. Los certificados serán registrados e inscritos en el libro de socios y participaciones; y para constancia de su recepción se suscribirán los talonarios.

ARTÍCULO NUEVE.- Todas las participaciones son de igual calidad, los socios fundadores no se reservan beneficio especial alguno.

ARTÍCULO DIEZ.- Las participaciones de esta compañía podrán transferirse por acto entre vivos, requiriéndose para ello: el consentimiento unánime del capital social, que la sesión se celebre por escritura pública y que se observe las pertinentes disposiciones de la ley. Los socios tienen derecho preferente para adquirir estas participaciones a prorrata de las suyas, salvo resolución en contrario de la Junta General de Socios. En caso de sesión de participaciones, se anulará el certificado original y se extenderá uno nuevo. La compañía formará forzosamente un fondo de reserva por lo menos igual al veinte por ciento del capital social,

segregando anualmente el cinco por ciento de las utilidades líquidas y realizadas.

ARTÍCULO ONCE.- En las Juntas generales para efectos de votación cada participación dará al socio el derecho a un voto.

CAPÍTULO TERCERO

DE LOS SOCIOS. DE SUS DEBERES, ATRIBUCIONES Y RESPONSABILIDADES

ARTÍCULO DOCE.- Son obligaciones de los socios:

Las que señala la Ley de Compañías:

Cumplir con las funciones, actividades y deberes que le asignen la Junta General de Socios, el Presidente y el Gerente;

Cumplir con las aportaciones suplementarias en proporción a las participaciones que tuviere en la compañía cuando y en la forma que decida la Junta General de Socios; y,

Las demás que señalen estos estatutos.

ARTÍCULO TRECE.- Los socios de la compañía tienen los siguientes derechos y atribuciones:

Intervenir con voz y voto en las sesiones de Junta General de Socios, personalmente o mediante mandato a otro socio o extraño, con poder notarial o carta poder. Se requiere de carta poder para cada sesión y, el

poder a un extraño será necesariamente notarial. Por cada participación el socio tendrá derecho a un voto;

Elegir y ser elegido para los órganos de administración;

A percibir las utilidades y beneficios a prorrata de las participaciones, lo mismo respecto del acervo social de producirse la liquidación de la compañía:

Los demás previstos en la ley y en estos estatutos.

ARTÍCULO CATORCE.- La responsabilidad de los socios de la compañía, por las obligaciones sociales, se limita únicamente al monto de sus aportaciones Individuales a la compañía, salvo las excepciones de ley.

CAPÍTULO CUARTO

DEL GOBIERNO Y ADMINISTRACIÓN

ARTÍCULO QUINCE.- El gobierno y la administración de la compañía se ejerce por medio de los siguientes órganos: La Junta General de Socios, el Presidente y el Gerente.

ARTÍCULO DIECISEIS.- DE LA JUNTA GENERAL DE SOCIOS.- La Junta General de Socios es el órgano supremo de la compañía y está integrada por los socios legalmente convocados y reunidos en el número suficiente para formar quórum.

ARTÍCULO DIECISIETE.- Las sesiones de Junta General de Socios son ordinarias y extraordinarias, y se reunirán en el domicilio principal de la compañía para su validez. Podrá la compañía celebrar sesiones de Junta General de Socios en la modalidad de junta universal, esto es, que la junta puede constituirse en cualquier tiempo y en cualquier lugar dentro del territorio nacional, para tratar cualquier asunto, siempre que esté presente todo el capital, y los asistentes quienes deberán suscribir el acta bajo sanción de nulidad, acepten por unanimidad la celebración de la junta y los asuntos a tratarse, entendiéndose así, legalmente convocada y válidamente constituida.

ARTÍCULO DIECIOCHO.- Las Juntas generales se reunirán por lo menos una vez al año, dentro de los tres meses posteriores a la finalización del ejercicio económico, y las extraordinarias en cualquier tiempo que fueren convocadas. En las sesiones de Junta General, tanto ordinarias como extraordinarias, se tratarán únicamente los asuntos puntualizados en la convocatoria, en caso contrario las resoluciones serán nulas.

ARTÍCULO DIECINUEVE.- Las juntas ordinarias y extraordinarias serán convocadas por el presidente de la compañía, por escrito y personalmente a cada uno de los socios, con ocho días de anticipación por lo menos al señalado para la sesión de Junta General. La convocatoria indicará el lugar, local, fecha, el orden del día y objeto de la sesión.

ARTÍCULO VEINTE.- El quórum para las sesiones de Junta General de Socios, en la primera convocatoria será de más de la mitad del capital

social y. en la segunda se podrá sesionar con el número de socios presentes, lo que se Indicará en la convocatoria. La sesión no podrá instalarse, ni continuar válidamente sin el quórum establecido.

ARTÍCULO VEINTIUNO.- Las resoluciones se tomarán por mayoría absoluta de votos del capital social concurrente a la sesión, con las excepciones que señalan estos estatutos y la Ley de Compañías. Los votos en blanco y las abstenciones se sumarán a la mayoría.

ARTÍCULO VEINTIDÓS.- Las resoluciones de la Junta General de Socios tomadas con arreglo a la ley y a estos estatutos y sus reglamentos, obligarán a que todos los socios acaten dichas resoluciones, hayan o no concurrido a la sesión, hayan o no contribuido con su voto y estuvieren o no de acuerdo con dichas resoluciones.

ARTÍCULO VEINTITRÉS.- Las sesiones de Junta General de Socios, serán presididas por el presidente de la compañía y. a su falta, por la persona designada en cada caso, de entre los socios: actuará de secretario el gerente o el socio que en su falta la Junta elija en cada caso.

ARTÍCULO VEINTICUATRO.- Las actas de las sesiones de Junta General de Socios se llevarán a máquina, en hojas debidamente foliadas y escritas en el anverso y reverso, las que llevarán la firma del presidente y secretario. De cada sesión de junta se formará un expediente que contenga la copia del acta, los documentos que Justifiquen que la convocatoria ha sido hecha legalmente, así como todos los documentos que hubieren sido conocidos por la Junta.

ARTÍCULO VEINTICINCO.- Son atribuciones privativas de la Junta General de Socios:

Resolver sobre el aumento o disminución de capital, fusión o transformación de la compañía, sobre la disolución anticipada, la prórroga del plazo de duración: y, en general resolver cualquier reforma al contrato constitutivo y a estos estatutos:

Nombrar al Presidente y al Gerente de la compañía, señalándoles su remuneración y, removerlos por causas Justificadas o a la culminación del período para el cual fueron elegidos;

Conocer y resolver sobre las cuentas, balances, inventarlos e Informes que presenten los administradores;

Resolver sobre la forma de reparto de utilidades;

Resolver sobre la formación de fondos de reserva especiales o extraordinarios:

Acordar la exclusión de socios de acuerdo con las causas establecidas en la ley:

Resolver cualquier asunto que no sea competencia privativa del presidente o del gerente y dictar las medidas conducentes a la buena marcha de la compañía;

Interpretar con el carácter de obligatorio los casos de duda que se presenten sobre las disposiciones del estatuto:

Acordar la venta o gravamen de los bienes Inmuebles de la compañía;

Aprobar los reglamentos de la compañía:

Aprobar el presupuesto de la compañía;

Resolver la creación o supresión de sucursales, agencias, representaciones, establecimientos y oficinas de la compañía:

Las demás que señalen la Ley de Compañías y estos estatutos.

ARTÍCULO VEINTISÉIS.- Las resoluciones de la Junta General de Socios son obligatorias desde el momento en que son tomadas válidamente.

ARTÍCULO VEINTISIETE.- DEL PRESIDENTE.- El Presidente será nombrado por la Junta General de Socios y durará dos años en el ejercicio de su cargo, pudiendo ser indefinidamente reelegido, para este cargo deberá ser socio.

ARTÍCULO VEINTIOCHO.- Son deberes y atribuciones del Presidente de la compañía:

Supervisar la marcha general de la compañía y el desempeño de los servidores de la misma e Informar de estos particulares a la Junta General de Socios:

Convocar y presidir las sesiones de Junta General de Socios y suscribir las actas;

Velar por el cumplimiento de los objetivos de la compañía y por la aplicación de sus políticas.

Reemplazar al gerente, por falta o ausencia temporal o definitiva, con todas las atribuciones, conservando las propias mientras dure su ausencia o hasta que la Junta General de Socios designe un reemplazo y se haya inscrito su nombramiento y, aunque no se le hubiere encargado la función por escrito;

Firmar el nombramiento del Gerente y conferir certificaciones sobre el mismo;

Las demás que le señalan la Ley de Compañías, estos estatutos, reglamentos de la compañía y la Junta General de Socios.

ARTÍCULO VEINTINUEVE.- DEL GERENTE.- El Gerente será nombrado por la Junta General de Socios y durará dos años en su cargo, pudiendo ser reelegido en forma indefinida, puede ser o no socio.

ARTÍCULO TREINTA.- Son deberes y atribuciones del Gerente de la compañía:

Representar legalmente a la compañía en forma Judicial y extrajudicial;

Conducir la gestión de los negocios y la marcha administrativa de la compañía;

Dirigir la gestión económica financiera de la compañía;

Gestionar, planificar, coordinar y ejecutar las actividades de la compañía;

Realizar pagos por conceptos de gastos administrativos;

Realizar Inversiones y adquisiciones hasta por la suma de veinte salarios mínimos vitales, sin necesidad de firma conjunta con el Presidente. Las adquisiciones que pasen de veinte salarios mínimos vitales, las hará conjuntamente con el Presidente, sin perjuicio de lo dispuesto en el artículo doce de la Ley de Compañías;

Suscribir el nombramiento del Presidente y conferir copias y certificaciones sobre el mismo;

Inscribir su nombramiento con la razón de su aceptación en el Registro Mercantil;

Llevar los libros de actas y expedientes de cada sesión de junta general;

Manejar las cuentas bancarias según sus atribuciones:

Presentar a la Junta General de Socios un informe sobre la marcha de la compañía, el balance y la cuenta de pérdidas y ganancias, así como la fórmula de distribución de beneficios según la ley, dentro de los sesenta días siguientes al cierre del ejercicio económico:

Cumplir y hacer cumplir las resoluciones de la Junta General de Socios;

Ejercer y cumplir las demás atribuciones, deberes y responsabilidades que establece la ley, estos estatutos, los reglamentos de la compañía y las que señale la Junta General de Socios.

CAPÍTULO QUINTO

DE LA DISOLUCIÓN Y LIQUIDACIÓN DE LA COMPAÑÍA

ARTÍCULO TREINTA Y UNO.- La disolución y liquidación de la compañía se regla por las disposiciones pertinentes de la Ley de Compañías, especialmente por lo establecido en la sección once; así como por el Reglamento pertinente y lo previsto en estos estatutos.

ARTÍCULO TREINTA Y DOS.- No se disolverá la compañía por muerte, interdicción o quiebra de uno o más de sus socios.

DECLARACIONES.- El capital con el que constituye la compañía ha sido suscrito y pagado en su totalidad en la siguiente forma: la señora **GLENDA MARIA AULLA ARGUELLO** setecientas participaciones, de un dólar cada una, con un valor total de setecientos dólares; la señora yyyy quinientas participaciones, un dólar cada una, con un valor total de quinientos dólares; la señora zzzz trescientas participaciones de un dólar cada una, con un valor total de trescientos dólares; que dan un valor de MIL QUINIENTAS PARTICIPACIONES DE UN DÓLAR y un total de MIL QUINIENTOS DÓLARES; valor que será depositado en efectivo en una de las entidades bancarias de la ciudad de Guano, como cuenta de «Integración de Capital», cuyo certificado se agrega a la presente escritura como documento habilitante. Los socios de la compañía autorizan al Dr. Jorge Fabricio Campoverde abogado de la empresa, se encargue de los trámites pertinentes, encaminados a la aprobación de la escritura constitutiva de la compañía, su inscripción en el Registro

Mercantil y convocatoria a la primera junta general de socios, en la que se designarán presidente y gerente de la compañía.

Hasta aquí la minuta. Usted señor Notario sírvase agregar las cláusulas de estilo para su validez.

Atentamente,

Dr. Jorge Fabricio Campoverde
ABOGADO

ORGANIZACIÓN ADMINISTRATIVA.

NIVELES ADMINISTRATIVOS.

Lo conforman el conjunto de organismos agrupados de acuerdo con el grado de autoridad y responsabilidad que poseen independientemente de las funciones que realizan.

NIVEL LEGISLATIVO.- En la empresa representa el primer nivel jerárquico y lo constituye la Junta General de Socios cuya función básica es la de legislar sobre la política que debe seguir la organización, normar los procedimientos, dictar reglamentos, ordenanzas, resoluciones, etc., y decidir aspectos de mayor importancia.

NIVEL EJECUTIVO.- Lo constituye el Gerente, este nivel toma decisiones sobre políticas generales y sobre las actividades básicas, ejerciendo la autoridad para garantizar su buen cumplimiento.

NIVEL ASESOR.- Lo conforma el Asesor Jurídico cuya función es la de aconsejar e informar en materia jurídica.

NIVEL AUXILIAR.- Lo integra la Secretaria-Contadora, este nivel ayuda a los otros niveles administrativos a la prestación de servicios oportunos y con eficiencia.

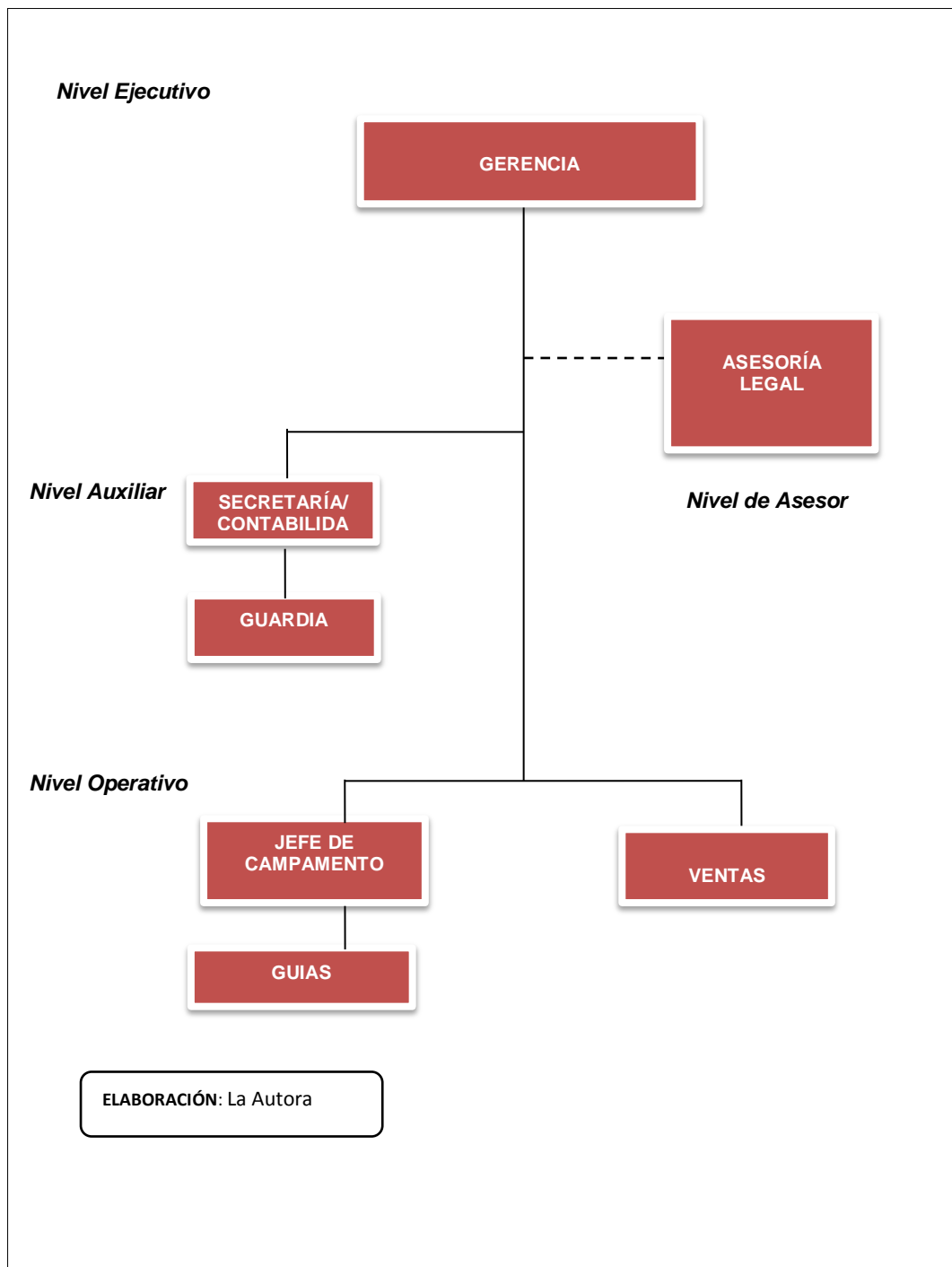
Es un nivel de apoyo a las labores ejecutivas, asesoras y operacionales. Su grado de autoridad es mínimo, se limita a cumplir órdenes de los niveles ejecutivo y operacional, y ejecutar actividades administrativas de rutina.

NIVEL OPERATIVO.- Está conformado por los jefes departamentales y sus respectivos dependientes.

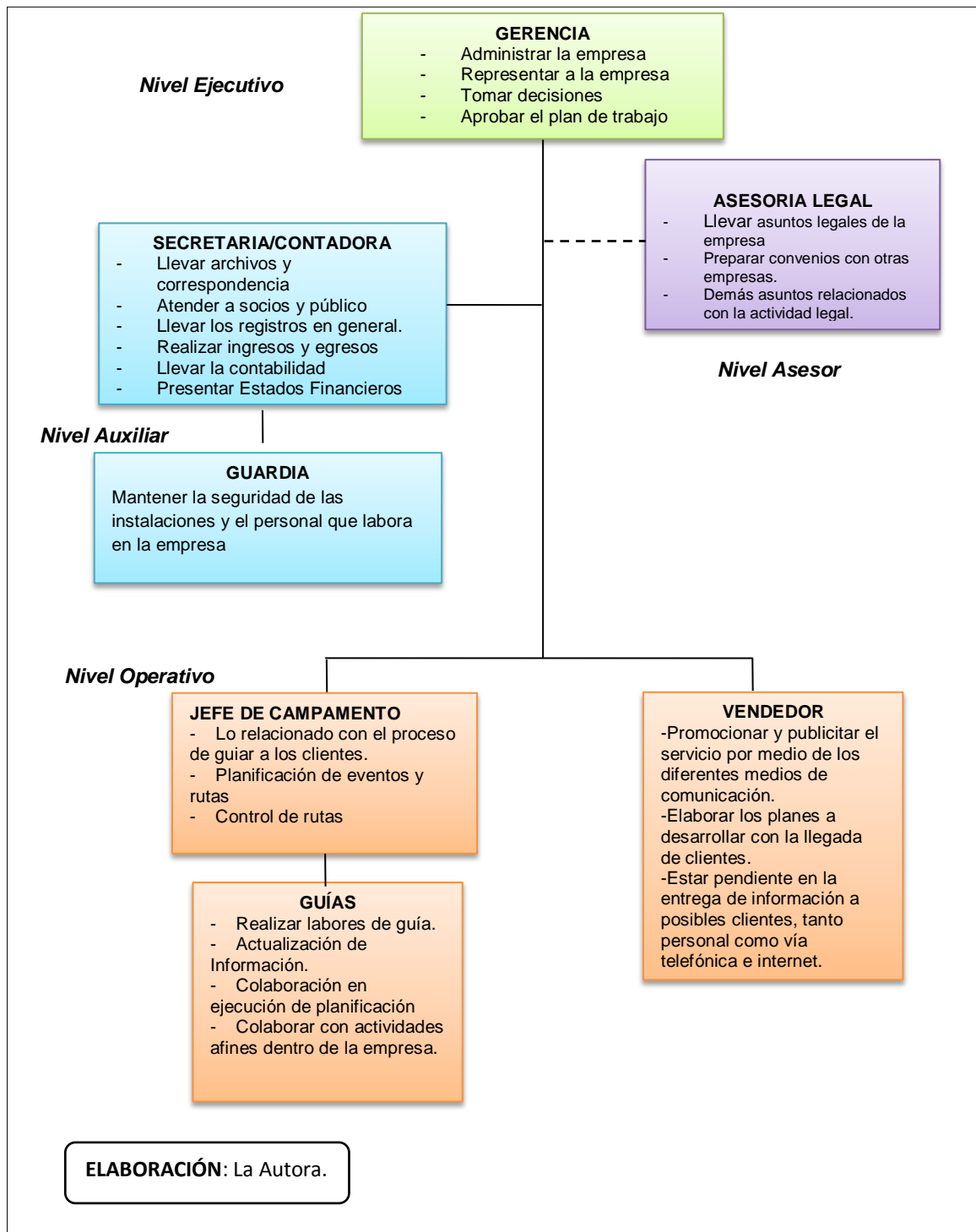
Este nivel es responsable directo de ejecutar las actividades básica de la empresa. Es el ejecutor de las órdenes emanadas del órgano directivo.

A continuación se detallaran los organigramas que regirán para la empresa, tomando en cuenta el organigrama estructural, funcional y posicional.

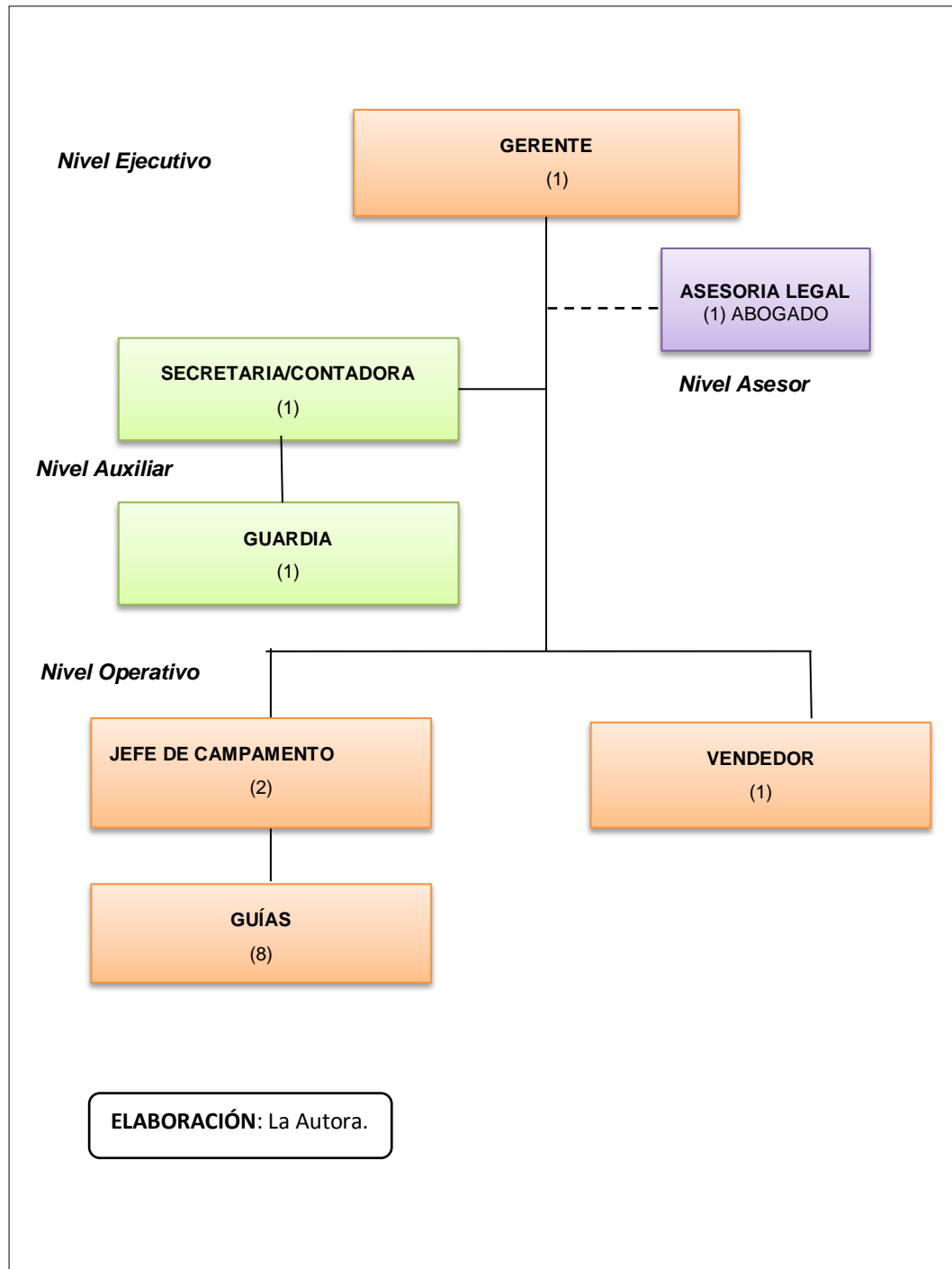
ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL
“Campamento Vacacional El Labrador Cía. Ltda.”



ORGANIGRAMA FUNCIONAL “Campamento Vacacional El Labrador Cía. Ltda.”



ORGANIGRAMA POSICIONAL
“Campamento Vacacional El Labrador Cía. Ltda.”



MANUAL DE FUNCIONES.

Se conoce como manual de funciones, al conjunto de todos los perfiles de los puestos existentes en la empresa, detallando por escrito la organización formal a través de la descripción de los objetivos, autoridad y responsabilidad de los distintos puestos de trabajo que componen su estructura. Además, debe contener una información clara sobre los siguientes aspectos:

- Relación de dependencia (Ubicación interna).
- Dependencia Jerárquica. (Relaciones de autoridad).
- Naturaleza del trabajo.
- Tareas principales, tareas secundarias.
- Responsabilidades.
- Requerimientos para el puesto.

Esta información permitirá al futuro empleado cumplir en forma apropiada su trabajo.

A continuación se presenta la descripción y especificación de los puestos creados para el funcionamiento adecuado de la empresa.

Título del Puesto:	GERENTE
Nivel Jerárquico:	EJECUTIVO
Código:	01
NATURALEZA DEL TRABAJO:	
Planificación, organización, ejecución y control de las actividades generales de la empresa.	
FUNCIONES:	
- Cumplir con las disposiciones y atribuciones que le otorgue la Ley de Compañías.	
- Presentar informes en las Superintendencia de compañías.	
- Representar legal, judicial y extrajudicialmente a la empresa.	
- Presidir las sesiones de trabajo.	
- Diseñar y mantener procedimientos de compra de materia prima.	
- Elaborar de requisiciones de materiales	
- Nombrar y contratar trabajadores cumpliendo con los requisitos del caso.	
- Organizar cursos de capacitación del Recurso Humano de toda la empresa.	
- Analizar los informes remitidos por los guías y el contador.	
- Preparar conjuntamente con el área contable los presupuestos para el ejercicio de cada período económico.	
- Convocar a reuniones cuando lo estime conveniente.	
- Ejecutar planes turísticos.	
- Delegar funciones de manera adecuada.	
CARACTERÍSTICAS DE CLASE:	
- El puesto requiere de gran eficiencia, responsabilidad y discreción en el desarrollo de las funciones.	
- Establecer buenas relaciones interpersonales con todo el personal de la empresa y público en general.	
- Actuar con independencia, usando su criterio para la toma de decisiones y solución de problemas relacionados con su cargo.	
REQUISITOS MÍNIMOS:	
Educación: Título de Ingeniero Comercial.	
Cursos: Relaciones Humanas.	

Título del Puesto:	SECRETARIA/CONTABLE
Nivel Jerárquico:	AUXILIAR
Inmediato Superior:	GERENTE
Código:	02
NATURALEZA DEL TRABAJO:	
- Manejar y tramitar documentos e información confidenciales de la empresa, Ejecutar operaciones contables y realizar el análisis financiero.	
- Realizar labores propias del contador y brindar asistencia a todas las actividades de los niveles administrativos.	
FUNCIONES:	
- Mantener buenas relaciones interpersonales, tanto internas como externas.	
- Manejar datos e información confidencial de la empresa.	
- Llevar las actas de las reuniones de la Junta General de Accionistas.	
- Tramitar pedidos u órdenes del jefe.	
- Enviar y recibir correspondencia de la empresa.	
- Mantener la información administrativa al día.	
- Llevar y controlar la contabilidad.	
- Elaborar los estados financieros de la empresa.	
- Manejar adecuadamente los registros contables.	
- Elaborar roles de pago.	
CARACTERÍSTICAS DE CLASE:	
- Responsabilidad técnica y económica en el manejo de los trámites administrativos y operaciones contables.	
- Se caracteriza por tener autoridad funcional mas no de mando ya que auxilia en cualquier actividad que así lo requieran los departamentos que conforman la empresa.	
REQUISITOS MÍNIMOS:	
Educación: Título de contadora y/o secretaria contable.	
Experiencia: Experiencia mínima 2 años en cargos similares.	
Cursos: Relaciones Humanas, Informática, Contabilidad.	

Título del Puesto:	JEFE DE CAMPAMENTO
Nivel Jerárquico:	OPERATIVO
Inmediato Superior:	GERENTE
Código:	04
NATURALEZA DEL TRABAJO:	
- Organizar y realizar labores de guía turística.	
FUNCIONES:	
- Cumplir con las disposiciones emanadas por los superiores.	
- Receptar de clientes.	
- Mantener información correcta y oportuna de usuarios y servicios prestados.	
- Vigilar el proceso planeado.	
- Trabajar coordinadamente con todo el equipo.	
- Representar a los compañeros ante el directivo.	
CARACTERÍSTICAS DE CLASE:	
- El puesto requiere de gran responsabilidad, habilidad, destrezas y discreción en el desarrollo de sus funciones.	
- Establecer buenas relaciones con el personal de la empresa y público en general.	
REQUISITOS MÍNIMOS:	
Educación: Licenciatura en Turismo o certificado abalizado por el ministerio de Turismo.	
Cursos: Relaciones Humanas.	

Título del Puesto:	VENDEDOR
Nivel Jerárquico:	OPERATIVO
Inmediato Superior:	GERENTE
Código:	05
NATURALEZA DEL TRABAJO:	
- Organizar y realizar labores de venta de servicio del campamento vacacional.	
FUNCIONES:	
- Cumplir con las disposiciones emanadas por los superiores.	
- Promocionar y publicitar el servicio por medio de los diferentes medios de comunicación.	
- Elaborar los planes a desarrollar con la llegada de clientes.	
- Estar pendiente en la entrega de información a posibles clientes, tanto personal como vía telefónica e internet.	
- Trabajar sistemáticamente con todo el equipo.	
CARACTERÍSTICAS DE CLASE:	
- Se necesita de responsabilidad, experiencia, habilidades y discreción en el desarrollo de sus tareas.	
- Fomentar las relaciones con los compañeros y la buena atención con el público en general.	
REQUISITOS MÍNIMOS:	
Educación: Licenciatura en Turismo.	
Experiencia: mínima 2 años en cargos similares.	
Cursos: de Relaciones Humanas.	

Título del Puesto:	GUIAS
Nivel Jerárquico:	OPERATIVO
Inmediato Superior:	GERENTE
Código:	06
NATURALEZA DEL TRABAJO:	
- Organizar y realizar labores de guía del campamento vacacional responsable de los clientes.	
FUNCIONES:	
- Cumplir con las disposiciones emanadas por los superiores.	
- Receptar los clientes.	
- Mantener información correcta y oportuna de usuarios y servicios prestados.	
CARACTERÍSTICAS DE CLASE:	
- El puesto requiere de gran responsabilidad, habilidad, destrezas y discreción en el desarrollo de sus funciones.	
- Establecer buenas relaciones con el personal de la empresa y público en general.	
REQUISITOS MÍNIMOS:	
Educación: Licenciatura en Turismo o certificado abalizado por el ministerio de Turismo.	
Cursos: Relaciones Humanas.	

ESTUDIO FINANCIERO.

El estudio financiero determina cual será el monto total de la inversión y el financiamiento que se puede realizar, esto se hace en función a los requerimientos de recursos humanos, materiales y físicos necesarios para poder cubrir la producción durante un ejercicio económico y a lo largo de la vida útil de la empresa, esta determinación cuantitativa de producción la obtenemos mediante el estudio de mercado realizado, para evaluar el proyecto se tiene que partir de indicadores económicos que servirán de base para determinar su implantación o no y en caso de la posibilidad, se determina la rentabilidad.

Las inversiones que el proyecto tendrá serán de tres tipos de activos:

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

DISTRIBUCIÓN DE LAS INVERSIONES Y FINANCIAMIENTO

ACTIVOS FIJOS:

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

ACTIVOS FIJOS NECESARIOS PARA EL PROYECTO:**CUADRO N° 65
ADECUACIONES**

DETALLE	CANTIDAD M.2	COSTO UNITARIO	TOTAL
Adecuación de oficina	300	32,00	9.600,00
TOTAL			9.600,00

Fuente: Arq. Marco Salinas Delgado.

Elaborado por: LA Autora.

**CUADRO N° 66
MAQUINARIA Y EQUIPO**

DETALLE	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	TOTAL
Tiendas de campaña	24	120,00	2.880,00
Cascos	120	18,00	2.160,00
Bicicletas	120	250,00	30.000,00
Sacos de dormir	120	45,00	5.400,00
Generador de energía	2	1.300,00	2.600,00
Aislante térmico	120	0,45	54,00
TOTAL			43.094,00

Fuente: Almacén Fernando Sánchez..

Elaborado por: LA Autora.

**CUADRO N° 67
HERRAMIENTAS**

DETALLE	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	TOTAL
Linternas	30	20,00	600,00
TOTAL		20,00	600,00

Fuente: Arq. Marco Salinas Delgado.

Elaborado por: LA Autora.

**CUADRO N° 68
MUEBLES Y ENSERES**

DETALLE	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	TOTAL
Sillas	3	25,00	75,00
Mesas	1	45,00	45,00
Archivadores	3	135,00	405,00
Escritorios	3	230,00	690,00
Mesa directiva	1	290,00	290,00
Sillas plásticas	60	7,00	420,00
TOTAL			1.925,00

**CUADRO N° 69
EQUIPOS DE OFICINA**

DETALLE	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	TOTAL
Calculadora	1	9,00	9,00
Sumadora	1	26,00	26,00
Teléfono	1	25,00	25,00
TOTAL			60,00

**CUADRO N° 70
EQUIPOS DE COMPUTACIÓN**

DETALLE	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	TOTAL
Computadora	4	800,00	3.200,00
Impresora	1	100,00	100,00
Infocus con pantalla	2	1.750,00	3.500,00
Laptop	2	1.300,00	2.600,00
TOTAL			9.400,00

**CUADRO N° 71
TOTAL ACTIVO FIJO**

DETALLE	COSTO TOTAL
Adecuaciones Oficinas	9.600,00
Maquinaria y equipo	43.094,00
Utensilios y herramientas	600,00
Muebles y enseres	1.925,00
Equipos de oficina	60,00
Equipos de computación	9.400,00
TOTAL	64.679,00

ACTIVOS CIRCULANTES NECESARIOS PARA EL PROYECTO:

Este activo está constituido por valores necesarios para la operación normal del proyecto durante un ciclo productivo, el valor de este activo se lo detalla a continuación.

COSTOS PRIMOS

**CUADRO N° 71
MATERIA PRIMA DIRECTA**

PRODUCTO	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
Alimentación rápida	2.400	1,50	3.600,00	43.200,00
Medicinas varias		50,00	100,00	1.200,00
Jabón		25,00	50,00	600,00
Fósforos		3,00	6,00	72,00
TOTAL			3.756,00	45.072,00

**CUADRO Nº 72
MANO DE OBRA DIRECTA**

NÓMINA	SALARIO	10° TERCER SUELDO	10° CUARTO SUELDO	VACACIONES	IESS APORTE 11,15	IECE 0,5 %	SECAP 0,5 %	REMUN. MENSUAL UNIFIC.	REMUN. UNIFIC. ANUAL
Guías de campamento (OCHO)	354,00	29,50	28,33	14,75	39,47	1,77	1,77	3756,75	45.081,06
TOTAL								3.756,75	45.081,06

**CUADRO Nº 73
MANO DE OBRA INDIRECTA**

NÓMINA	SALARIO	10° TERCER SUELDO	10° CUARTO SUELDO	VACACIONES	IESS APORTE 11,15	IECE 0,5 %	SECAP 0,5 %	REMUN. MENSUAL UNIFIC.	REMUN. UNIFIC. ANUAL
Jefe de campamento (DOS)	400,00	33,33	28,33	16,67	44,60	2,00	2,00	1053,87	12.646,40
TOTAL								1.053,87	12.646,40

GASTOS ADMINISTRATIVOS**CUADRO Nº 74
SUELDOS Y SALARIOS**

NÓMINA	SALARIO	10° TERCER SUELDO (1/12)	10° CUARTO SUELDO (S. UNIF)	VACACIONES (1/24)	IESS APORTE 11,15	IECE 0,5 %	SECAP 0,5 %	REMUN. MENSUAL UNIFIC.	REMUN. UNIFIC. ANUAL
Gerente	400,00	33,33	28,33	16,67	44,60	2,00	2,00	526,93	6.323,20
Secretaria-contadora	354,00	29,50	28,33	14,75	39,47	1,77	1,77	469,59	5.635,13
Guardia	354,00	29,50	28,33	14,75	39,47	1,77	1,77	469,59	5.635,13
TOTAL								1.466,12	17.593,46

**CUADRO N° 75
ARRIENDOS Y ALQUILERES**

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	TOTAL MENSUAL	TOTAL ANUAL
Arriendo local	1,00	850,00	850,00	10.200,00
Alquiler de furgoneta	8,00	400,00	3.200,00	38.400,00
TOTAL			4.050,00	48.600,00

**CUADRO N° 76
SERVICIOS BÁSICOS**

DESCRIPCIÓN	COSTO MENSUAL	TOTAL ANUAL
Agua	7,00	84,00
Teléfono	9,00	108,00
Internet	18,00	216,00
TOTAL	34,00	408,00

**CUADRO N° 77
SUMINISTROS DE OFICINA**

DETALLE	CANTIDAD	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
Papel bond	1	9,00	108,00
Carpetas	200	10,00	120,00
Folletos	200	75,00	900,00
TOTAL		94,00	1.128,00

CUADRO 78
GASTOS DE VENTA

NÓMINA	SALARIO	10° TERCER SUELDO	10° CUARTO SUELDO	VACACIONES	IESS APORTE 11,16%	IECE 0,5	SECAP 0,5	REMUN. MENSUAL UNIFIC.	REMUNERACIÓN ANUAL
Vendedor	400	33,33	28,33	16,67	44,64	2,00	2,00	526,97	6.323,68
TOTAL								526,97	6.323,68

CUADRO Nº 79
PUBLICIDAD

DETALLE	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	TOTAL MENSUAL	TOTAL ANUAL
Publicidad de televisión	30	5,00	150,00	1.800,00
TOTAL			150,00	1.800,00

**CUADRO N° 79
TOTAL ACTIVO CIRCULANTE**

ACTIVO CIRCULANTE	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
<i>COSTOS DE PRODUCCIÓN</i>		
Materia prima directa	3.756,00	45.072,00
Mano de obra directa	3.756,75	45.081,06
Mano de obra indirecta	1.053,87	12.646,40
Arriendos	4.050,00	48.600,00
<i>GASTOS ADMINISTRATIVOS</i>		
Sueldos administrativos	1.466,12	17.593,46
Suministros de oficina	94,00	1.128,00
Servicios básicos	34,00	408,00
<i>GASTOS DE VENTA</i>		
Sueldo vendedor	589,30	7.071,64
Publicidad y promoción	150,00	1.800,00
TOTAL	14.950,05	179.400,56

ACTIVOS DIFERIDOS NECESARIOS PARA EL PROYECTO:

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

CUADRO N° 80

ACTIVO DIFERIDO	
DETALLE	COSTO TOTAL
Permiso de funcionamiento	400,00
Patentes municipales	100,00
Trámites SRI	200,00
Total	700,00

**CUADRO N° 81
INVERSIÓN TOTAL**

TOTAL INVERSIONES	MONTO TOTAL	% DE PARTICIPACIÓN
ACTIVO FIJO	64.679,00	80,52%
ACTIVO DIFERIDO	700,00	0,87%
ACTIVO CIRCULANTE	14.950,05	18,61%
TOTAL	80.329,05	100%

FUENTES INTERNAS Y EXTERNAS DE FINANCIAMIENTO

FINANCIAMIENTO DE LA INVERSIÓN

El proyecto hará uso de las fuentes internas y externas de financiamiento bajo los siguientes aspectos:

CAPITAL AJENO	CAPITAL PROPIO
20.000,00	60.329,05
24,90%	75,10%

a. FUENTES INTERNAS

El 75,10% del total de la inversión y que corresponde a \$60.329,05 dólares será financiado con aportaciones de los socios.

b. FUENTES EXTERNAS

Después de buscar la alternativa más conveniente, se decidió solicitar un préstamo al Banco Nacional de Fomento, ya que es el organismo que otorga créditos a largo plazo y con intereses más bajos a través de sus líneas de crédito para proyectos turísticos.

El crédito que mantendrá el proyecto con el Banco Nacional de Fomento constituirá el 24,90% que corresponde a \$20.000,00 dólares a 3 años plazo al 12% de interés anual, los pagos se realizarán mensualmente con el objeto de financiar la adquisición de equipos y parte de las adecuaciones. Esto en el primer mes, en consecuencia los rubros de financiamiento se presentan así:

**CUADRO N° 79
FINANCIAMIENTO DE LA INVERSIÓN**

CAPITAL AJENO	CAPITAL PROPIO
20.000,00	60.329,05
24,90%	75,10%

TABLA DE AMORTIZACION					
BENEFICIARIO					
INSTIT. FINANCIERA		Banco Nacional de Fomento			
MONTO EN USD		20.000,00			
TASA DE INTERES		12,00%			
PLAZO		3 años			
GRACIA		0 años			
FECHA DE INICIO		04/07/2015			
MONEDA		DOLARES			
AMORTIZACION CADA		30 días			
Número de periodos		36 para amortizar capital			
No.	VENCIMIENTO	SALDO	INTERES	PRINCIPAL	DIVIDENDO
0		20.000,00			
1	03-ago-2015	19.535,71	200,00	464,29	664,29
2	02-sep-2015	19.066,78	195,36	468,93	664,29
3	02-oct-2015	18.593,17	190,67	473,62	664,29
4	01-nov-2015	18.114,81	185,93	478,35	664,29
5	01-dic-2015	17.631,67	181,15	483,14	664,29
6	31-dic-2015	17.143,70	176,32	487,97	664,29
7	30-ene-2016	16.650,86	171,44	492,85	664,29
8	29-feb-2016	16.153,08	166,51	497,78	664,29
9	30-mar-2016	15.650,32	161,53	502,76	664,29
10	29-abr-2016	15.142,54	156,50	507,78	664,29
11	29-may-2016	14.629,68	151,43	512,86	664,29
12	28-jun-2016	14.111,69	146,30	517,99	664,29
13	28-jul-2016	13.588,52	141,12	523,17	664,29
14	27-ago-2016	13.060,12	135,89	528,40	664,29
15	26-sep-2016	12.526,43	130,60	533,69	664,29
16	26-oct-2016	11.987,41	125,26	539,02	664,29
17	25-nov-2016	11.443,00	119,87	544,41	664,29
18	25-dic-2016	10.893,14	114,43	549,86	664,29
19	24-ene-2017	10.337,79	108,93	555,35	664,29
20	23-feb-2017	9.776,88	103,38	560,91	664,29
21	25-mar-2017	9.210,36	97,77	566,52	664,29
22	24-abr-2017	8.638,18	92,10	572,18	664,29
23	24-may-2017	8.060,28	86,38	577,90	664,29
24	23-jun-2017	7.476,59	80,60	583,68	664,29
25	23-jul-2017	6.887,07	74,77	589,52	664,29
26	22-ago-2017	6.291,66	68,87	595,42	664,29
27	21-sep-2017	5.690,29	62,92	601,37	664,29
28	21-oct-2017	5.082,90	56,90	607,38	664,29
29	20-nov-2017	4.469,45	50,83	613,46	664,29
30	20-dic-2017	3.849,86	44,69	619,59	664,29
31	19-ene-2018	3.224,07	38,50	625,79	664,29
32	18-feb-2018	2.592,02	32,24	632,05	664,29
33	20-mar-2018	1.953,66	25,92	638,37	664,29
34	19-abr-2018	1.308,91	19,54	644,75	664,29
35	19-may-2018	657,71	13,09	651,20	664,29
36	18-jun-2018	0,00	6,58	657,71	664,29
			3.914,30	20.000,00	23.914,30

PRESUPUESTO TOTAL

PRESUPUESTO DE COSTOS E INGRESOS.

Para presentar los costos de producción y operación del Campamento Vacacional, se comienza desglosando los rubros parciales de manera parecida pero no idéntica, a lo empleado con propósitos contables en las empresas ya en funcionamiento. Estos datos son agrupados en función de evaluación, para ello una de las técnicas que aquí se utilizará es, estableciendo el trabajo para la vida útil de la empresa, con costos constantes, es decir con valores actuales referentes a los factores que intervienen en la generación de los productos y servicios, como lo exponemos en el siguiente cuadro:

**CUADRO Nº 80
COSTOS**

RUBROS/ PERIODOS	PRESUPUESTO PROFORMADO DE COSTOS Y GASTOS									
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
COSTOS DE OPERACIÓN										
Materia prima directa	45.072,00	47.122,78	49.266,86	51.508,50	53.852,14	56.302,41	58.864,17	61.542,49	64.342,68	67.270,27
Mano de obra directa	45.081,06	47.132,24	49.276,76	51.518,85	53.862,96	56.313,73	58.876,00	61.554,86	64.355,61	67.283,79
Mano de obra indirecta	12.646,40	13.221,81	13.823,40	14.452,37	15.109,95	15.797,45	16.516,24	17.267,73	18.053,41	18.874,84
Arriendos	48.600,00	50.811,30	53.123,21	55.540,32	58.067,40	60.709,47	63.471,75	66.359,72	69.379,08	72.535,83
DEPRECIACIONES										
Dep. Edificio	456,00	456,00	456,00	456,00	456,00	456,00	456,00	456,00	456,00	456,00
Dep. Maq. Y Equipos	3.878,46	3.878,46	3.878,46	3.878,46	3.878,46	3.878,46	3.878,46	3.878,46	3.878,46	3.878,46
Depreciación Utensilios	54,00	54,00	54,00	54,00	54,00	54,00	54,00	54,00	54,00	54,00
Amortización de activo diferido	140,00	140,00	140,00	140,00	140,00	140,00	140,00	140,00	140,00	140,00
Total costos de producción	155.927,92	162.816,59	170.018,70	177.548,51	185.420,92	193.651,53	202.256,63	211.253,26	220.659,24	230.493,19
GASTOS DE ADMINISTRACIÓN										
Sueldos administrativos	17.593,46	18.393,97	19.230,89	20.105,90	21.020,72	21.977,16	22.977,12	24.022,58	25.115,61	26.258,37
Suministros de oficina	1.128,00	1.179,32	1.232,98	1.289,08	1.347,74	1.409,06	1.473,17	1.540,20	1.610,28	1.683,55
Servicios básicos	408,00	426,56	445,97	466,26	487,48	509,66	532,85	557,09	582,44	608,94
Dep. equipos de oficina	9,60	9,60	9,60	9,60	9,60					
Dep. equipos de computo	2.099,33	2.099,33	2.099,33							
Dep. muebles y enseres	173,25	173,25	173,25	173,25	173,25	173,25	173,25	173,25	173,25	173,25
Total gastos administrativos	21.411,65	22.282,04	23.192,03	22.044,10	23.038,78	24.069,13	25.156,39	26.293,12	27.481,58	28.724,11
GASTOS DE VENTAS										
Sueldo vendedor	7.071,64	7.393,40	7.729,80	8.081,51	8.449,21	8.833,65	9.235,58	9.655,80	10.095,14	10.554,47
Publicidad	1.800,00	1.881,90	1.967,53	2.057,05	2.150,64	2.248,50	2.350,81	2.457,77	2.569,60	2.686,51
Total gastos de ventas	8.871,64	9.275,30	9.697,33	10.138,55	10.599,86	11.082,15	11.586,39	12.113,57	12.664,74	13.240,98
GASTOS FINANCIEROS										
Interés por préstamo	1.304,76	1.304,76	1.304,76							
Total gastos financieros	1.304,76	1.304,76	1.304,76							
COSTO TOTAL	187.515,96	195.678,69	204.212,82	209.731,16	219.059,56	228.802,81	238.999,41	249.659,95	260.805,55	272.458,28
Imprevistos 5%	9.375,80	9.802,40	10.248,41	10.714,71	11.202,23	11.711,93	12.244,82	12.801,96	13.384,45	13.993,44
TOTAL COSTOS	196.891,76	205.481,09	214.461,22	220.445,87	230.261,79	240.514,73	251.244,23	262.461,91	274.190,00	286.451,72

CUADRO N° 81 INGRESOS

AÑOS	COSTOS DE OPERACIÓN	UNIDADES PRODUCIDAS	COSTO UNITARIO DE FABRICACIÓN	UTILIDAD 20%	PVP	INGRESOS POR VENTA
1	196.891,76	4.080	48,26	9,65	57,91	236.270,11
2	205.481,09	4.080	50,36	10,07	60,44	246.577,30
3	214.461,22	4.320	49,64	9,93	59,57	257.353,47
4	220.445,87	4.320	51,03	10,21	61,23	264.535,04
5	230.261,79	4.560	50,50	10,10	60,60	276.314,15
6	240.514,73	4.560	52,74	10,55	63,29	288.617,68
7	251.244,23	4.800	52,34	10,47	62,81	301.493,07
8	262.461,91	4.800	54,68	10,94	65,62	314.954,29
9	274.190,00	4.800	57,12	11,42	68,55	329.028,00
10	286.451,72	4.800	59,68	11,94	71,61	343.742,06

CUADRO N° 82 CLASIFICACIÓN DE COSTOS

RUBROS	AÑO 1		AÑO 5		AÑO 10	
	C. FIJOS	C. VARIABLE	C. FIJOS	C. VARIABLES	C. FIJOS	C. VARIABLES
COSTOS DE PRODUCCIÓN						
Materia prima directa		45.072,00		53.852,14		67.270,27
Mano de obra directa		45.081,06		53.862,96		67.283,79
Mano de obra indirecta	12.646,40		15.109,95		18.874,84	
Dep. Edificio	456,00		456,00		456,00	
Dep. Maquinaria y equipo	3.878,46		3.878,46		3.878,46	
Dep. Herramientas	54,00		54,00		54,00	
Amortización activo diferido	140,00		140,00		140,00	
Subtotal	17.174,86	90.153,06	19.638,41	107.715,10	23.403,30	134.554,05
GASTOS ADMINISTRATIVO						
Sueldos administrativo	17.593,46		21.020,72		26.258,37	
Servicios básicos	408,00		487,48		608,94	
Suministros de oficina	1.128,00		1.347,74		1.683,55	
Energía eléctrica	48.600,00		58.067,40		72.535,83	
Deprec. equipos de oficina	9,60		9,60			
Deprec. equipos computación	2.099,33					
Dep. de muebles y enseres	173,25		173,25		173,25	
Subtotal	70.011,65		81.106,19		101.259,94	
GASTOS DE VENTAS						
Sueldo de ventas	7.071,64		8.449,21		10.554,47	
Publicidad	1.800,00		2.150,64		2.686,51	
Subtotal	8.871,64		10.599,86		13.240,98	
GASTOS FINANCIEROS						
Interés por préstamo	1.304,76					
Subtotal	1.304,76					
COSTO TOTAL	97.362,91		111.344,46		137.904,22	
Imprevistos 5%	9.375,80		11.202,23		13.993,44	
SUBTOTAL FIJOS Y VAR.	106.738,71	90.153,06	122.546,69	107.715,10	151.897,66	134.554,05
COSTOS TOTALES	196.891,76		230.261,79		286.451,72	

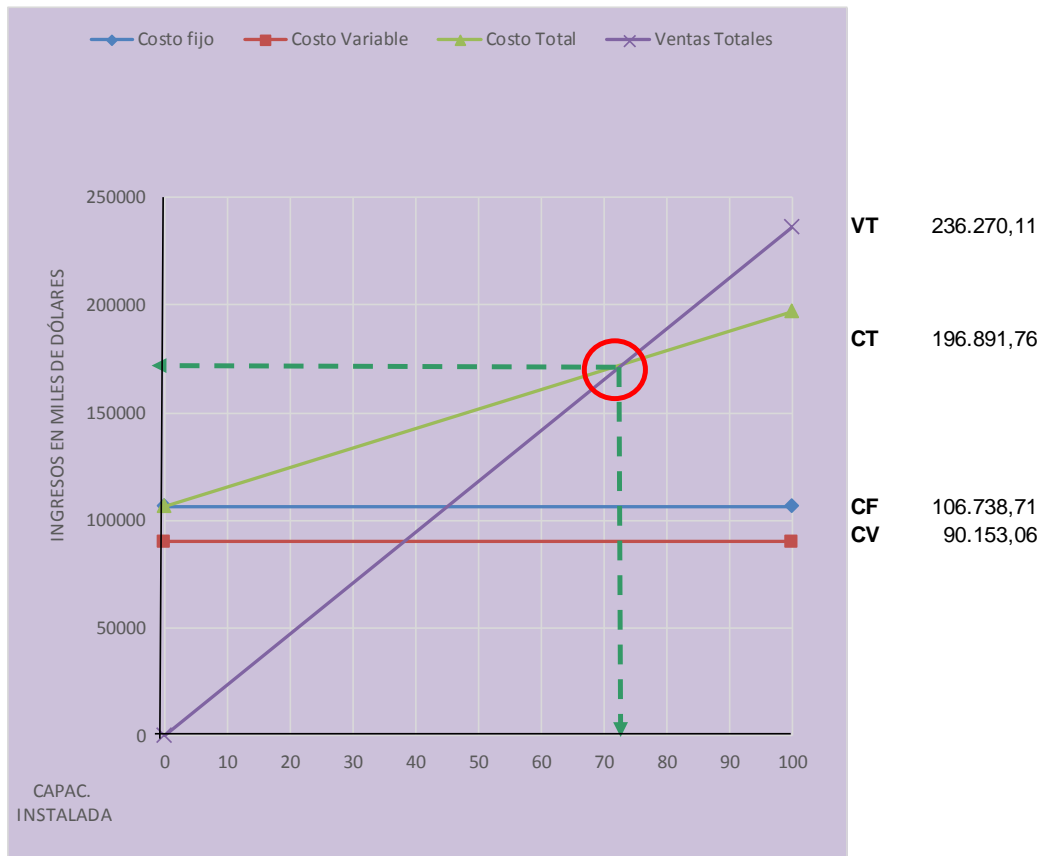
PUNTO DE EQUILIBRIO

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

Cuando los ingresos y los gastos son iguales se produce el punto de equilibrio, cuyo significado es que no existen utilidades ni pérdidas, es decir, si vendemos menos que el punto de equilibrio tendremos pérdidas y si vendemos más que el punto de equilibrio obtendremos utilidades.

Para realizar este cálculo es menester clasificar los costos en Fijos y en Variables, los mismos que detallamos en los cuadros que integran el presente trabajo y que llevan el nombre de "Costos Fijos y Variables" para los años 1, 5 y 10 de vida útil del proyecto.

PUNTO DE EQUILIBRIO
GRÁFICO PUNTO DE EQUILIBRIO
AÑO 1



ANÁLISIS:

El punto de equilibrio de la empresa en función a la capacidad instalada es de 73.05% y en función a las ventas es de \$172.595,63; si la empresa vende o produce sobre estas cantidades está ganando, si vende bajo el punto de equilibrio está perdiendo.

FÓRMULA DEL PUNTO DE EQUILIBRIO

AÑO 1

a. PUNTO DE EQUILIBRIO EN FUNCIÓN DE LA CAPACIDAD INSTALADA

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

$$PE = \frac{106738,71}{236270,11 - 90153,06} \times 100$$

$$PE = 73,05 \%$$

b. EN FUNCIÓN DE LAS VENTAS

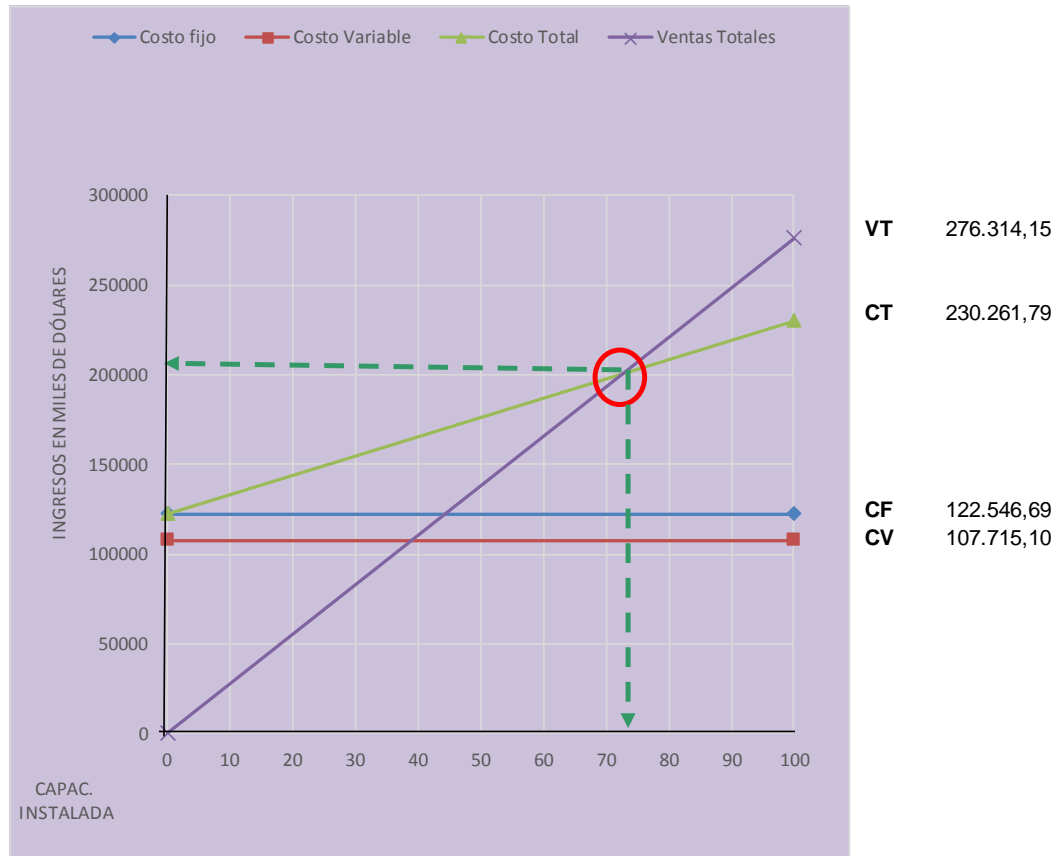
$$PE = \frac{\text{Costo Fijo Total}}{1 - \frac{\text{Costo Variable Total}}{\text{Ventas Totales}}}$$

$$PE = \frac{106738,71}{1 - \frac{90153,06}{236270,11}}$$

$$PE = \$ 172.595,63$$

GRÁFICO PUNTO DE EQUILIBRIO

AÑO 5



ANÁLISIS:

El punto de equilibrio de la empresa para el año 5 en función a la capacidad instalada es de 72,69% y en función a las ventas es de \$200.839,71; si la empresa vende o produce sobre estas cantidades está ganando, si vende bajo el punto de equilibrio está perdiendo.

FÓRMULA PUNTO DE EQUILIBRIO

AÑO 5

a. PUNTO DE EQUILIBRIO EN FUNCIÓN DE LA CAPACIDAD INSTALADA

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

$$PE = \frac{122546,69}{276314,15 - 107715,10} \times 100$$

PE = 72,69 %

b. EN FUNCIÓN DE LAS VENTAS

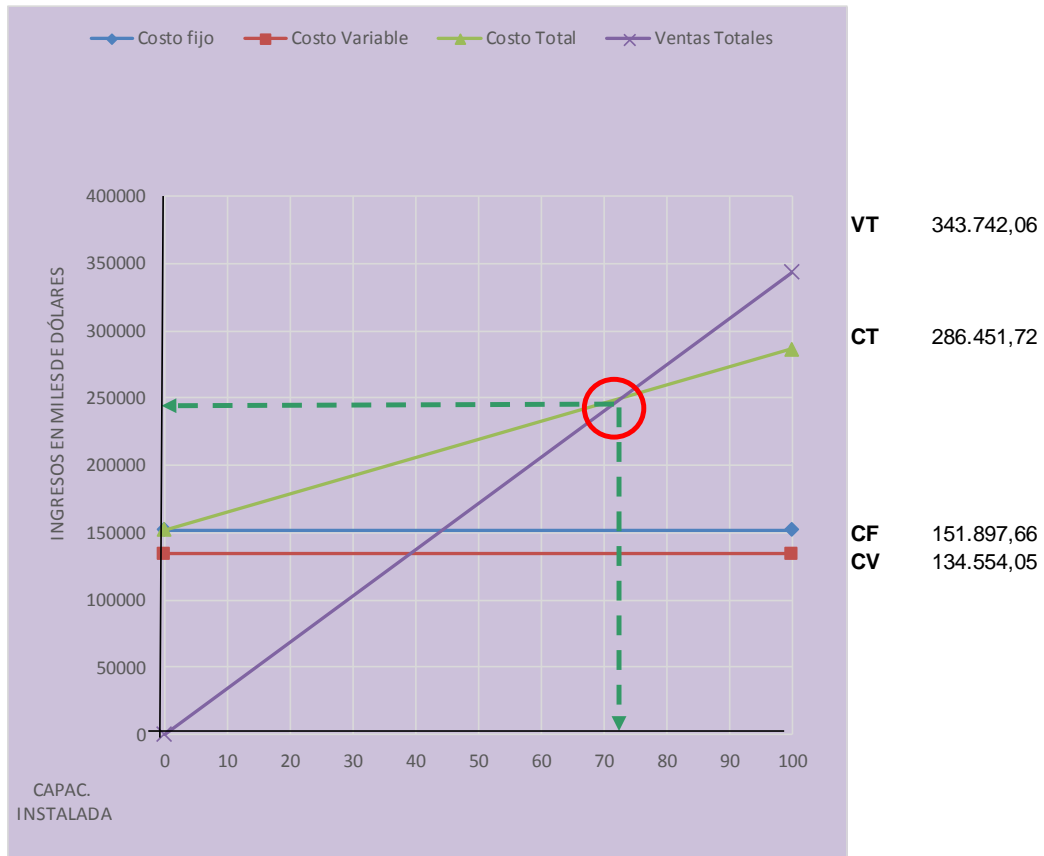
$$PE = \frac{\text{Costo Fijo Total}}{1 - \frac{\text{Costo Variable Total}}{\text{Ventas Totales}}}$$

$$PE = \frac{122546,69}{1 - \frac{107715,10}{276314,15}}$$

PE = \$ 200.839,71

GRÁFICO PUNTO DE EQUILIBRIO

AÑO 10



ANÁLISIS:

El punto de equilibrio de la empresa para el año 10, en función a la capacidad instalada es de 76,21% y en función a las ventas es de \$249.601,38; si la empresa vende o produce sobre estas cantidades está ganando, si vende bajo el punto de equilibrio está perdiendo.

FÓRMULA PUNTO DE EQUILIBRIO

AÑO 10

a. PUNTO DE EQUILIBRIO EN FUNCIÓN DE LA CAPACIDAD INSTALADA

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

$$PE = \frac{151897,66}{343742,06 - 134554,05} \times 100$$

PE = 72,61 %

b. EN FUNCIÓN DE LAS VENTAS

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

$$PE = \frac{151897,66}{1 - \frac{134554,05}{343742,06}}$$

PE = \$ 249.601,38

ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS

Es uno de los Estados Financieros básicos que tiene por objeto mostrar un resumen de los ingresos y los gastos durante un ejercicio, clasificándolos de acuerdo con las principales operaciones del Campamento Labrador, mostrando por consiguiente las utilidades o pérdidas sufridas en las operaciones realizadas.

INGRESOS:

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

EGRESOS:

Se forma por la sumatoria del Costo de producción, gastos administrativos, gastos de venta y Gastos Financieros.

CUADRO Nº 83
ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS

AÑOS	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
INGRESOS										
Ingresos por ventas	236.270,11	246.577,30	257.353,47	264.535,04	276.314,15	288.617,68	301.493,07	314.954,29	329.028,00	343.742,06
(-) Costo Total	196.891,76	205.481,09	214.461,22	220.445,87	230.261,79	240.514,73	251.244,23	262.461,91	274.190,00	286.451,72
(=) Utilidad Bruta en Ventas	39.378,35	41.096,22	42.892,24	44.089,17	46.052,36	48.102,95	50.248,85	52.492,38	54.838,00	57.290,34
(-) 15% Utilidad de Trabajadores	5.906,75	6.164,43	6.433,84	6.613,38	6.907,85	7.215,44	7.537,33	7.873,86	8.225,70	8.593,55
(=) Utilidad antes de IR	33.471,60	34.931,78	36.458,41	37.475,80	39.144,50	40.887,50	42.711,52	44.618,53	46.612,30	48.696,79
(-) 22% Impuesto a la Renta	7.363,75	7.684,99	8.020,85	8.244,68	8.611,79	8.995,25	9.396,53	9.816,08	10.254,71	10.713,29
UTILIDAD ANTES DE RESERVA LEGAL	26.107,85	27.246,79	28.437,56	29.231,12	30.532,71	31.892,25	33.314,98	34.802,45	36.357,59	37.983,50
(-) 10% Reserva legal	2.610,78	2.724,68	2.843,76	2.923,11	3.053,27	3.189,23	3.331,50	3.480,24	3.635,76	3.798,35
TOTAL INGRESOS	23.497,06	24.522,11	25.593,80	26.308,01	27.479,44	28.703,03	29.983,49	31.322,20	32.721,83	34.185,15

FLUJO DE CAJA

Para realizar la aplicación de algunos criterios de evaluación, se hace necesario previamente estimar los flujos de caja.

El Flujo de Caja permite determinar la cobertura de todas las necesidades de efectivo a lo largo de los años de vida útil del proyecto.

El Flujo de Caja permite cubrir todos los requerimientos de efectivo del proyecto, posibilitando además que el inversionista cuente con el suficiente origen de recursos para cubrir sus necesidades de efectivo.

Los Flujos se evalúan en lugar de utilizar figuras contables en razón de que no son éstos los que afectan a la capacidad de la empresa para pagar cuentas o compras de activos.

El Flujo de Caja está demostrado en el siguiente cuadro, en el que se comparan los ingresos con los egresos.

**CUADRO Nº 84
FLUJO NETO DE CAJA**

AÑOS	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
INGRESOS											
Ingresos por ventas		236.270,11	246.577,30	257.353,47	264.535,04	276.314,15	288.617,68	301.493,07	314.954,29	329.028,00	343.742,06
Valor Residual				3.102,00		12,00		3.243,14			7.952,60
Capital propio	60.329,05										
Capital ajeno	20.000,00										
Total Ingresos	80.329,05	236.270,11	246.577,30	260.455,47	264.535,04	276.326,15	288.617,68	304.736,21	314.954,29	329.028,00	351.694,67
EGRESOS											
Costo de Producción y operación		196.891,76	205.481,09	214.461,22	220.445,87	230.261,79	240.514,73	251.244,23	262.461,91	274.190,00	286.451,72
Activos fijos	64.679,00										
Activos diferidos	700,00										
Activos circulantes	14.950,05										
(-) Costo Total	80.329,05	196.891,76	205.481,09	214.461,22	220.445,87	230.261,79	240.514,73	251.244,23	262.461,91	274.190,00	286.451,72
(=) Utilidad Bruta en Ventas		39.378,35	41.096,22	45.994,24	44.089,17	46.064,36	48.102,95	53.491,99	52.492,38	54.838,00	65.242,95
(-) 15% Utilidad de Trabajadores		5.906,75	6.164,43	6.899,14	6.613,38	6.909,65	7.215,44	8.023,80	7.873,86	8.225,70	9.786,44
(=) Utilidad antes de IR.		33.471,60	34.931,78	39.095,11	37.475,80	39.154,70	40.887,50	45.468,19	44.618,53	46.612,30	55.456,51
(-) 22% Impuesto a la Renta		7.363,75	7.684,99	8.600,92	8.244,68	8.614,03	8.995,25	10.003,00	9.816,08	10.254,71	12.200,43
Utilidad líquida		26.107,85	27.246,79	30.494,18	29.231,12	30.540,67	31.892,25	35.465,19	34.802,45	36.357,59	43.256,07
Reinversión de activos fijos					9.827,70		62,73	10.274,86			10.742,37
FLUJO NETO DE CAJA	00,00	26.107,85	27.246,79	30.494,18	19.403,42	30.540,67	31.829,52	25.190,33	34.802,45	36.357,59	32.513,71

EVALUACIÓN FINANCIERA

Cuando los proyectos fallan, a menudo es por causa de la falta de investigación al principio. Afortunadamente, esto puede evitarse. Cuando una empresa inicia un proyecto, es necesario determinar exactamente cuáles son los riesgos, beneficios y ganancias inherentes en ello. En el mundo financiero, esta investigación se denomina evaluación financiera de proyectos.

VALOR ACTUAL NETO

El Valor Actual Neto lo constituyen los flujos futuros traídos al valor presente, con el objetivo de compararlos con la inversión inicial. Si el resultado de los flujos es mayor que la inversión significa que se podrá contar con recurso para recuperarla y obtener rentabilidad.

Si el VAN es igual o mayor que cero, el proyecto o inversión es conveniente, caso contrario no es conveniente.

CUADRO N° 85 VALOR ACTUAL NETO

PERÍODO	FLUJO NETO	FACTOR ACTUALIZ. 12,00%	VALOR ACTUALIZADO
0	80.329,05		
1	26.107,85	0,8929	23.310,58
2	27.246,79	0,7972	21.720,98
3	30.494,18	0,7118	21.705,16
4	19.403,42	0,6355	12.331,23
5	30.540,67	0,5674	17.329,60
6	31.829,52	0,5066	16.125,83
7	25.190,33	0,4523	11.394,82
8	34.802,45	0,4039	14.056,13
9	36.357,59	0,3606	13.110,91
10	32.513,71	0,3220	10.468,54
			161.553,77
			80.329,05
			81.224,72

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

$$VAN = \sum SFNA - INVERSIÓN INICIAL$$

$$VAN = 161.553,77 - 80.329,05$$

$$VAN = 81.224,72$$

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

Por tanto, el proyecto se acepta debido a que su VAN es mayor a uno.

TASA INTERNA DE RETORNO

Método de evaluación que al igual que el Valor Actual Neto (VAN), toma en consideración el valor en el tiempo del dinero y las variaciones de los flujos de caja durante toda la vida útil del proyecto. Este método actualmente es muy utilizado por bancos, empresas privadas, industrias, organismos de desarrollo económico y empresas estatales.

Para calcular la Tasa Interna de Retorno (TIR), se consideró un porcentaje del 12% a través de toda la vida útil del proyecto.

La TIR establece la siguiente regla de decisión:

TIR > K (costo capital) = Se acepta el proyecto

TIR = K = Es indiferente

TIR < k = Se rechaza

CUADRO Nº 86 TASA INTERNA DE RETORNO

PERIODO	FLUJO NETO	ACTUALIZACIÓN			
		FACT. ACTUALIZ. 32,00%	VAN MENOR	FACT. ACTUALIZ. 33,00%	VAN MAYOR
0			- 80.329,05		- 80.329,05
1	26.107,85	0,75758	19.778,67	0,75188	19.629,96
2	27.246,79	0,57392	15.637,51	0,56532	15.403,24
3	30.494,18	0,43479	13.258,53	0,42505	12.961,70
4	19.403,42	0,32939	6.391,20	0,31959	6.201,14
5	30.540,67	0,24953	7.620,95	0,24029	7.338,72
6	31.829,52	0,18904	6.017,09	0,18067	5.750,69
7	25.190,33	0,14321	3.607,58	0,13584	3.421,94
8	34.802,45	0,10849	3.775,88	0,10214	3.554,65
9	36.357,59	0,08219	2.988,34	0,07680	2.792,10
10	32.513,71	0,06227	2.024,54	0,05774	1.877,37
			771,24		- 1.397,53

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

$$| \quad 32 \quad + \quad 1,00 \quad \left(\frac{771,24}{2168,77} \right)$$

$$TIR = 32,36 \quad \%$$

Análisis : 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.

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

RELACIÓN BENEFICIO COSTO

El indicador beneficio-costo, se interpreta como la cantidad obtenida en calidad de beneficio, por cada dólar invertido, pues para la toma de decisiones, se deberá tomar en cuenta lo siguiente:

$B/C > 1$ Se puede realizar el proyecto.

$B/C = 1$ Es indiferente realizar el proyecto.

$B/C < 1$ Se debe rechazar el proyecto.

En el presente proyecto, para la creación del Campamento Labrador en relación beneficio-costo es mayor que uno (1,20) indicador que sustenta la realización del proyecto, esto quiere decir que por cada dólar invertido, se recibiría 0,20 centavos de utilidad para los servicios del campamento.

Los cálculos de la relación beneficio costo están representados en el cuadro que viene a continuación:

CUADRO N° 87 RELACIÓN BENEFICIO COSTO

PERIODO	ACTUALIZACIÓN COSTOS			ACTUALIZACIÓN INGRESOS		
	COSTO	FACT. ACTUALIZ.	COSTO	INGRESO	FACT. ACTUALIZ.	INGRESO
	ORIGINAL	12,00%	ACTUALIZADO	ORIGINAL	12,00%	ACTUALIZADO
0						
1	196.891,76	0,89286	175.796,22	236.270,11	0,89286	210.955,46
2	205.481,09	0,79719	163.808,26	246.577,30	0,79719	196.569,92
3	214.461,22	0,71178	152.649,26	260.455,47	0,71178	185.387,06
4	220.445,87	0,63552	140.097,33	264.535,04	0,63552	168.116,80
5	230.261,79	0,56743	130.656,72	276.326,15	0,56743	156.794,88
6	240.514,73	0,50663	121.852,25	288.617,68	0,50663	146.222,70
7	251.244,23	0,45235	113.650,13	304.736,21	0,45235	137.847,19
8	262.461,91	0,40388	106.003,96	314.954,29	0,40388	127.204,76
9	274.190,00	0,36061	98.875,66	329.028,00	0,36061	118.650,80
10	286.451,72	0,32197	92.229,79	351.694,67	0,32197	113.236,27
			1.295.619,59			1.560.985,82

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

$$R(B/C) = \frac{1.560.985,82}{1.295.619,59}$$

$$R(B/C) = 1,20 \quad \text{Dólares}$$

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

El proyecto nos dara una rentabilidad por cada dólar invertido de 0,20

PERÍODO DE RECUPERACIÓN DE CAPITAL

Consiste en el tiempo requerido para recuperar la inversión original. Comúnmente los períodos de recuperación de la inversión o capital se utilizan para evaluar las inversiones proyectadas. El período de recuperación consiste en el número de años requeridos para recobrar la inversión inicial.

En el siguiente cuadro se demuestra el tiempo requerido para que el Campamento Labrador, recupere la inversión inicial de capital.

CUADRO Nº 88
PERÍODO DE RECUPERACIÓN DEL CAPITAL

AÑOS	INVERSIÓN	FLUJO NETO DE CAJA	FLUJO NETO ACUMULADO
0	80.329,05		
1		26.107,85	
2		27.246,79	53.354,64
3		30.494,18	83.848,82
4		19.403,42	103.252,25
5		30.540,67	133.792,91
6		31.829,52	165.622,44
7		25.190,33	190.812,77
8		34.802,45	225.615,21
9		36.357,59	261.972,81
10		32.513,71	294.486,52
		261.972,81	

$$\text{PRC} = \frac{\text{Año anterior cubrir la inversión}}{\frac{\sum \text{Primeros flujos actualizados} - \text{Inversión}}{\text{Flujo neto del año que supera la inversión}}}$$

$$\text{PRC} = \frac{2}{\frac{103252,25 - 80329,05}{19403,42}}$$

$$\text{PRC} = 2,36$$

0,36 * 12 =	4,32	2	Años
0,32	30	4	Meses
		10	Días

ANÁLISIS: El capital se recuperará en 2 años, 4 meses y 10 días.

ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD

En un proyecto, es conveniente efectuar el análisis de sensibilidad, porque se trata de medir si le afectan o no a un proyecto, dos situaciones que se dan en una economía, esto es, el aumento en los costos y la disminución en los ingresos.

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

Las variables que presentan mayor incertidumbre son los ingresos y los costos, por ello el análisis se lo efectúa tomando como parámetros un aumento del 10,42% en los costos y una disminución en los ingresos del 8,65%.

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

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

CUADRO Nº 89
ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD CON INCREMENTO DE COSTOS DEL 10,42%

PERIODO	COSTO TOTAL ORIGINAL	COSTO TOTAL ORIGINAL 10,42%	INGRESO TOTAL ORIGINAL	ACTUALIZACIÓN				
				FLUJO NETO	FACT. ACTUALIZ. 24,00%	VAN MENOR	FACT. ACTUALIZ. 25,00%	VAN MAYOR
0						- 80.329,05		- 80.329,05
1	196.891,76	217.407,88	236.270,11	18862,23	0,8064516129	15211,48	0,8000000000	15089,78
2	205.481,09	226.892,21	246.577,30	19685,09	0,6503642040	12802,48	0,6400000000	12598,46
3	214.461,22	236.808,08	260.455,47	23647,39	0,5244872613	12402,75	0,5120000000	12107,46
4	220.445,87	243.416,33	264.535,04	21118,71	0,4229735978	8932,66	0,4096000000	8650,23
5	230.261,79	254.255,07	276.326,15	22071,08	0,3411077401	7528,62	0,3276800000	7232,25
6	240.514,73	265.576,37	288.617,68	23041,31	0,2750868872	6338,36	0,2621440000	6040,14
7	251.244,23	277.423,88	304.736,21	27312,34	0,2218442639	6059,09	0,2097152000	5727,81
8	262.461,91	289.810,44	314.954,29	25143,85	0,1789066644	4498,40	0,1677721600	4218,44
9	274.190,00	302.760,60	329.028,00	26267,40	0,1442795681	3789,85	0,1342177280	3525,55
10	286.451,72	316.299,99	351.694,67	35394,68	0,1163544904	4118,33	0,1073741824	3800,47
						1352,96		-1338,45

$$NTIR = Tm + Dt \left(\frac{VAN \text{ menor}}{VAN \text{ menor} - VAN \text{ mayor}} \right) = 24,00 + 1,00 \left(\frac{1352,96}{2691,41} \right) = \mathbf{24,50 \%}$$

$$\text{Diferencias TIR} = 32,36 - 24,50 = 7,85 \%$$

$$\text{Porcentaje de variación} = 7,85 / 32,36 = 24,27\%$$

$$\text{Sensibilidad} = 24,27 / 24,50 = \mathbf{0,99}$$

Análisis : Si el coeficiente de Sensibilidad es mayor que uno el proyecto es sensible.
Si el coeficiente de Sensibilidad es igual que uno no se ve efecto alguno.
Si el coeficiente de Sensibilidad es menor que uno el proyecto no es sensible.

El proyecto no es sensible y resiste un incremento en los costos del 10,42%

CUADRO Nº 90
ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD DISMINUCIÓN DE INGRESOS DEL 8,65%

AÑO	COSTO TOTAL ORIGINAL	INGRESO TOTAL ORIGINAL	INGRESO TOTAL 8,65%	ACTUALIZACIÓN				
				FLUJO NETO	FACT. ACTUALIZ. 24,00%	VAN MENOR	FACT. ACTUALIZ. 25,00%	VAN MAYOR
0						-80329,05		-80329,05
1	196.891,76	236.270,11	215.832,75	18940,99	0,8064516129	15274,99	0,8000000000	15152,79
2	205.481,09	246.577,30	225.248,37	19767,28	0,6503642040	12855,93	0,6400000000	12651,06
3	214.461,22	260.455,47	237.926,07	23464,85	0,5244872613	12307,01	0,5120000000	12014,00
4	220.445,87	264.535,04	241.652,76	21206,89	0,4229735978	8969,96	0,4096000000	8686,34
5	230.261,79	276.326,15	252.423,93	22162,15	0,3411077401	7559,68	0,3276800000	7262,09
6	240.514,73	288.617,68	263.652,25	23137,52	0,2750868872	6364,83	0,2621440000	6065,36
7	251.244,23	304.736,21	278.376,53	27132,30	0,2218442639	6019,15	0,2097152000	5690,06
8	262.461,91	314.954,29	287.710,75	25248,84	0,1789066644	4517,19	0,1677721600	4236,05
9	274.190,00	329.028,00	300.567,08	26377,08	0,1442795681	3805,67	0,1342177280	3540,27
10	286.451,72	351.694,67	321.273,08	34821,36	0,1163544904	4051,62	0,1073741824	3738,91
						1396,97		-1292,11

$$NTIR = T_m + D_t \left(\frac{VAN \text{ menor}}{VAN \text{ menor} - VAN \text{ mayor}} \right) = 24,00 + 1,00 \left(\frac{1396,97}{2689,08} \right) = \mathbf{24,52 \%}$$

$$\text{Diferencias TIR} = 32,36 - 24,52 = 7,84 \%$$

$$\text{Porcentaje de variación} = 7,84 / 32,36 = 24,22\%$$

$$\text{Sensibilidad} = 24,22 / 24,52 = \mathbf{0,99}$$

Análisis : Si el coeficiente de Sensibilidad es mayor que uno el proyecto es sensible.
Si el coeficiente de Sensibilidad es igual que uno no se ve efecto alguno.
Si el coeficiente de Sensibilidad es menor que uno el proyecto no es sensible.

El proyecto no es sensible y resiste un decremento en los ingresos del 8,65%

h. CONCLUSIONES.

Al finalizar el siguiente trabajo de investigación se ha llegado a las siguientes conclusiones:

1.- En el Estudio de Mercado se estableció la implementación de un Campamento Vacacional, porque existe una demanda insatisfecha de 48.913 servicios a cubrir en el año.

2.- En el Estudio Técnico, se determinó capacidad instalada para los servicios que prestará el Campamento Vacacional de 4.800 servicios anuales, el cual se incrementará a lo largo de la vida útil del proyecto, empezando con una capacidad utilizada del 85% para el primer año.

3.- En el Estudio Administrativo se definió el tipo de Campamento Vacacional, el cual se va a constituir como una Compañía de Responsabilidad Limitada, con el nombre de Campamento Vacacional “El Labrador CIA. LTDA.”, también se estableció que se ha elaborado organigramas en los diferentes niveles jerárquicos y funciones que desempeñara cada uno de ellos, además se elaboró un manual de funciones para el personal.

4.- En el Estudio económico, se describe los costos del proyecto dándonos una inversión de \$80.329,05 dólares. La misma que será financiada por un crédito de \$20.000,00 al 12% anual y la diferencia del capital lo cubrirán los socios del proyecto.

5.- El estado de pérdidas y ganancias en donde se determinó que la utilidad neta del primer año es de \$23.497,06, así como también se

determinó el efectivo que tiene el Campamento Vacacional para cubrir sus operaciones mediante el flujo de caja.

6.- Finalmente en los criterios para evaluar el proyecto, se determinó El VAN de \$81.224,72 el mismo que supera a la inversión inicial por lo cual se considera factible el proyecto. La TIR es de 32.36%, este resultado mayor a la tasa de interés que cancelan las identidades financieras. En el análisis de sensibilidad con incremento de costos del 10.42% y disminución en los ingresos del 8.65% nos indica que el proyecto no es sensible. Con referencia a la RBC es de \$1,20 lo que significa que por cada dólar invertido el proyecto tendrá una ganancia de \$ 0,20 centavos; y, la inversión del proyecto se recuperará en 2 años, 4 meses y 10 días

i. RECOMENDACIONES.

- ✓ Se recomienda la instalación y puesta en marcha del Campamento Vacacional para niños, niñas y adolescentes de 6 a 16 años de edad en la parroquia La Matriz de la ciudad de Guano provincia de Chimborazo, por cuanto existe una demanda insatisfecha favorable.
- ✓ Fomentar la investigación en la conformación de estos campamentos vacacionales, siendo una de las alternativas más favorables, para mejorar la demanda de empleo, aprovechando los recursos de la Parroquia La Matriz.
- ✓ Tener una visión empresarial y tomar decisiones rápidas en proyectos, ya que mediante la puesta en marcha de proyectos rentables se genera mayor oportunidad de trabajo tanto dentro como fuera del Cantón.
- ✓ Para la implementación del presente proyecto se recomienda apoyarse en un estudio de factibilidad acorde a las expectativas de los inversionistas que permita un mejor desenvolvimiento en el mercado de los campamentos vacacionales y por ende mejorar los resultados y el desarrollo para el mismo.
- ✓ Se recomienda también las investigaciones de mercado de manera periódica, para determinar tendencias y características de los consumidores actuales y futuros.

j. BIBLIOGRAFÍA.

- .P. A Jaime A. Acosta Altamirano. “Apuntes de Contabilidad de Costos I”.
- George W. Torrance (1991): Métodos para la evaluación económica de los programas de atención de la salud. Ed. Díaz de Santos, Madrid.
- Kotler Philip, Bloom Paul y Hayes Thomas, «El Marketing de Servicios Profesionales», Primera Edición Ediciones Paidós Ibérica S.A., 2004.
- Melián Rodríguez Manuel Ernesto “Estudio de Factibilidad Económico Financiero en proyecto de inversión” Guía de investigación financiera para estudiantes. 2011.
- Melián Rodríguez Manuel Ernesto “Estudio de Factibilidad Económico Financiero en proyecto de inversión” Guía de investigación financiera para estudiantes. 2011.
- Ramírez Almaguer, Vidal Marrero y Domínguez Rodríguez: "Etapas del Análisis de Factibilidad. Compendio Bibliográfico" en Contribuciones a la Economía, marzo 2009.
- Randall Geoffrey, «Principios de Marketing», Segunda Edición, Segunda edición, Thomson Editores Sapin, 2003.
- Talaya, Esteban y Otros “Principios de Marketing” Tercera Edición 2008 pág. 180

k. ANEXOS.**Anexo 1.****FICHA DE RESUMEN.****a. TEMA**

“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN CAMPAMENTO VACACIONAL PARA NIÑOS, NIÑAS Y ADOLESCENTES DE 6 A 16 AÑOS DE EDAD EN LA PARROQUIA LA MATRIZ DE LA CIUDAD DE GUANO PROVINCIA DE CHIMBORAZO”

b.- PROBLEMÁTICA.

En la actualidad evidenciamos en la mayoría de hogares ecuatorianos, que los niños, niñas y adolescentes, debido al agitado y acelerado ritmo de vida que mantienen sus padres, por cuanto dedican mucho tiempo a su trabajo, actividades económicas diferentes, etc., o por diferentes circunstancias, sus hijos se ven abocados a quedarse en casa malgastando su tiempo en actividades vanas, las mismas que de ningún modo contribuyen con su desarrollo mental, creativo, emocional, educativo y mucho menos físico; analizando todos estos aspectos de una manera objetiva he visto la necesidad de implementar una empresa que ofrezca servicios recreativos y educativos para este segmento de mercado, brindando distracción sana, educación objetiva, manteniendo sus mentes ocupadas y cuerpos saludables, logrando de esta manera mantenerlos alejados de las drogas, alcohol, delincuencia provocada o inducida por la desocupación y mal uso del tiempo libre, etc. La empresa

garantizara que sus clientes logren alcanzar niveles de seguridad personal, conducta moderada, satisfacción espiritual, salud mental y física, lo que en determinado momento favorecerá que logren una cierta independencia de sus padres, gracias a la estimulación recreativa, deportiva, socio-cultural, que encontraran en la inmediaciones de los campamentos, compartiendo experiencias y motivaciones con el resto de asistentes en un universo similar de acuerdo a su edad y medio, en un ambiente sano y cordial con experiencias inolvidables que sin duda alguna marcaran su formación personal reafirmando los valores adquiridos en su hogar y promulgados en los campamentos, aportando de esta manera con mejores ciudadanos, garantizado un futuro prometedor a las nuevas generaciones. En la actualidad nos vemos inmersos en el continuo avance tecnológico de la nueva era y son precisamente los niños y adolescentes quienes por curiosidad o simplemente por matar el tiempo se ven abocados a involucrarse en los video juegos, computadoras, iPad, celulares, redes sociales, y aparatos electrónicos que definitivamente los separan de la realidad en la que vivimos, llevándoles a un mundo superficial y de un total desperdicio, tanto psicológico como intelectual de quienes utilizan estos aparatos electrónicos sin el debido control por parte de los padres quienes tenemos la obligación de velar por nuestros hijos para que en adelante sean personas de provecho para la sociedad. Este mal hábito de la utilización desmesurada de la tecnología sin lugar a dudas provoca malos hábitos que repercutirán en la formación integral de los futuros jóvenes.

De acuerdo a lo establecido anteriormente se determina el siguiente problema: **LA FALTA DE IMPLEMENTACIÓN DE UN CAMPAMENTO VACACIONAL PARA NIÑOS, NIÑAS Y ADOLESCENTES DE 6 A 16 AÑOS DE EDAD EN LA PARROQUIA LA MATRIZ DE LA CIUDAD DE GUANO PROVINCIA DE CHIMBORAZO**, no ha permitido que los niños, niñas y adolescentes se distraigan en actividades al aire libre, respiren aire puro y dediquen su tiempo a los deportes en la naturaleza, compartan sanos y divertidos momentos con niños y niñas de edades similares; por tal razón los niños se están perdiendo en vicios, o simplemente malgastando su tiempo mirando la televisión, que en la mayoría no ofertan programas ilustrativos para los niños o adolescentes, sino más bien se transforman en una mala influencia o en un arma de doble filo, ya que los niños o adolescentes que aún no tienen un criterio formado, son influenciados rápidamente por ciertas situaciones o circunstancias negativas para su formación moral, cultural y emocional, puesto que se encuentran en la etapa de aprendizaje y cada cosa que ven o hacen va a ser algo definitivo que forjarán criterios para su etapa adulta.

c.- JUSTIFICACIÓN.

Este proyecto nace de la iniciativa de dar una respuesta a la necesidad de la población, de contar con una nueva alternativa de servicios recreativos y educativos para nuestros hijos y que surge en nuestro país como una necesidad para el entretenimiento de los niños durante la temporada de vacaciones. Es por este motivo que mediante el presente proyecto se busca propiciar el apoyo y la asesoría y al emprendimiento, para con el

apoyo de estudios de nivel superior a las iniciativas ciudadanas apoyar al desarrollo económico de esta región del país. Así pues el proyecto se justifica en los siguientes aspectos:

Justificación Académica.

En la Universidad Nacional de Loja, el sistema académico modular denominado SAMOT, fomenta la vinculación de la teoría con la práctica. Es así que al desarrollar el presente proyecto como trabajo de tesis para la obtención del Título de Ingeniera Comercial en la Modalidad de Estudios a Distancia, tengo la perfecta oportunidad de poner en práctica los conocimientos adquiridos durante los módulos de estudio para así poder ser capaz de crear y dirigir empresas con calidad y excelencia, demostrando gran dominio de las competencias en el campo científico.

Justificación Económica.

La finalidad de la justificación económica es la de suministrar suficientes elementos de juicio sobre los costos y beneficios del proyecto y se fomentara la creación de nuevas fuentes de trabajo, particularmente se estará aportando con conocimientos valederos y en lo que tiene que ver a proyectos de factibilidad, con lo que se incentiva al crecimiento empresarial de la Parroquia La Matriz de la Ciudad de Guano en la Provincia de Chimborazo, para que se puedan establecer la conveniencia al uso propuesto de los recursos económicos que se solicitan para incentivar el empleo y la generación de ingresos para minimizar el impacto de las crisis en la provincia y el país, mediante la asesoría para el desarrollo de la empresa.

Justificación Social.

Es deber como estudiante universitaria aportar a la sociedad con mis conocimientos, pues el presente estudio servirá como un aporte de ayuda al desarrollo de la Parroquia La Matriz de la Ciudad de Guano en la Provincia de Chimborazo, mediante la aplicación y puesta en marcha de un proyecto de factibilidad para el Campamento Vacacional para niños, niñas y adolescentes de 6 a 16 años de edad que se quiere implementar.

Justificación Política.

Amparada en la actual constitución de la república del Ecuador que establece: “El trabajo es un derecho y un deber social”, creemos que el presente proyecto cumple con el compromiso que cada ciudadano tiene de trabajar por el mejoramiento y el desarrollo del país.

d. OBJETIVOS.**OBJETIVO GENERAL.**

REALIZAR UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN CAMPAMENTO VACACIONAL PARA NIÑOS, NIÑAS Y ADOLESCENTES DE 6 A 16 AÑOS DE EDAD EN LA PARROQUIA LA MATRIZ DE LA CIUDAD DE GUANO PROVINCIA DE CHIMBORAZO.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS.

1. Efectuar un estudio de mercado en donde se determinara la demanda potencial, real y efectiva, demanda insatisfecha

2. Establecer en el estudio técnico el tamaño y localización del proyecto y la ingeniería del mismo.
3. Establecer la organización jurídica y administrativa en la empresa.
4. Establecer el estudio financiero.
5. Definir la factibilidad económica del proyecto utilizando índices financieros de evaluación tales como, VAN, TIR, RB/C, PRC, AN/Sc para conocer la rentabilidad Evaluar mediante formulas técnicas los resultados, para conocer la rentabilidad del proyecto.

Anexo 2.**ENCUESTA REALIZADA A LOS HABITANTES DEL CANTON GUANO.**

1.- ¿De cuantas personas esta conforma su familia?

- 2
- 3
- 4
- 5
- Más de 6

2.- ¿Cuáles son los ingresos promedio que usted percibe al mes?

- De 301 a 600 dólares.
- De 601 a 900 dólares.
- De 901 a 1200 dólares.
- De 1201 a 1500 dólares.
- Más de 1500 dólares.

3.- ¿Les gusta efectuar actividades a sus niños, niñas y adolescentes de 6 a 16 años de edad en un Campamento Vacacional como alternativa de entretenimiento?

- Sí.
- No.

4.- ¿Cree usted que hay afluencia de niños, niñas y adolescentes de 6 a 16 años de edad en un Campamento Vacacional en el Cantón Guano?

- Sí.
- No.

5.- ¿Envía usted a su niño, niña o adolescente a campamentos vacacionales?

- Sí.
- No.

6.- ¿Cómo se enteró de la existencia del Campamento Vacacional de niños, niñas y adolescentes?

- Publicaciones en radio
- Publicaciones en prensa escrita

Publicaciones en internet
Publicaciones en TV
Hojas volantes
Referencias personales

7.- ¿Cuántas veces envía a su niño, niña o adolescente a un Campamento Vacacional en el año?

1-2

3-4

5-6

7-8

8.- ¿Qué considera usted al momento de enviar a su niño, niña o adolescente a un Campamento Vacacional?

Seguridad

Lugar de campamento

Actividades a realizarse

Precio

Auspiciantes

9.- ¿Si se creara una un Campamento Vacacional para niños, niñas y adolescentes de 6 a 16 años de edad en la Parroquia La Matriz de la Ciudad de Guano y que le ofrezca buen trato, precio justo y variedad de propuestas, haría uso de este servicio?

Sí.

No.

10- ¿Señale qué cantidad de dinero en dólares asignaría anualmente para enviar a su niño, niña o adolescente a un Campamento Vacacional?

1 a 50

51 a 100

101 a 150

151 a 200

200 o más

11- ¿Qué servicios le gustaría que le ofrezca el nuevo Campamento Vacacional para niños, niñas y adolescentes de 6 a 16 años de edad?

Deportes

Caminatas

Juegos al aire libre

Alimentación

Otros

12.- ¿Qué medio de comunicación usted prefiere para conocer el nuevo Campamento Vacacional para niños, niñas y adolescentes de 6 a 16 años de edad?

Publicaciones en radio

Publicaciones en prensa escrita

Publicaciones en internet

Publicaciones en TV

Hojas volantes

13.- ¿Le gustaría que el nuevo Campamento Vacacional para niños, niñas y adolescentes de 6 a 16 años de edad, ofrezca promociones a sus clientes?

Sí.

No.

Anexo. 3.**ENCUESTA APLICADA LA OFERTA**

1.- ¿Ofrece usted campamentos vacacionales a niños, niñas y adolescentes de 6 a 16 años como alternativa de entretenimiento?

Sí.
No.

2.- ¿Existe mucha afluencia de niños, niñas y adolescentes de 6 a 16 años de edad en un Campamento Vacacional en el Cantón Guano?

Sí.
No.

3.- ¿Por qué medio de comunicación difunde la existencia del Campamento Vacacional niños, niñas y adolescentes?

Publicaciones en radio

Publicaciones en prensa escrita

Publicaciones en internet

Publicaciones en TV

Hojas volantes

4.- ¿Cuántos niñas, niños o adolescentes asisten a un Campamento Vacacional en el año?

1 a 50

51 a 100

101 a 150

151 a 200

201 a 250

5.- ¿Qué considera el cliente al momento de enviar a su niño, niña o adolescente a un Campamento Vacacional?

Seguridad

Lugar de campamento

Actividades a realizarse

Precio

Auspiciantes

6.- ¿Qué servicios ofrece su campamento vacacional para niños, niñas y adolescentes de 6 a 16 años de edad?

Deportes

Caminatas

Juegos al aire libre

Alimentación

Otros

7.- ¿Ofrece usted promociones para el Campamento Vacacional para niños, niñas y adolescentes de 6 a 16 años de edad?

Sí.

No.

ÍNDICE

PORTADA	i
CERTIFICACIÓN	ii
AUTORÍA.....	iii
CARTA DE AUTORIZACIÓN	iv
DEDICATORIA.....	v
AGRADECIMIENTO	vi
a. TÍTULO.....	1
b. RESUMEN	2
ABSTRACT	5
c. INTRODUCCIÓN	8
d. REVISIÓN DE LITERATURA	11
e. MATERIALES Y MÉTODOS	38
f. RESULTADOS	41
g DISCUSIÓN.....	61
h. CONCLUSIONES	150
i. RECOMENDACIONES	152
j. BIBLIOGRAFÍA	153
k. ANEXOS.....	154
INDICE	165