

**UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA
SEDE QUITO**

CARRERA: ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

Tesis previa a la obtención del Título de: INGENIERO COMERCIAL

TEMA:

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA OPERADORA
TURÍSTICA PARA CENTROS EDUCATIVOS EN EL CANTÓN LA MANÁ.**

AUTORA:

LILIA NOEMÍ RICACHI MARTÍNEZ

DIRECTOR:

MANUEL BEDÓN MARTÍNEZ

Quito, noviembre de 2012

DEDICATORIA

Dedico a mis Padres Rómulo Ricachi e Hipatia Martínez quienes con su amor y ternura me apoyaron durante el desarrollo de mi carrera universitaria.

NOEMÍ RICACHI

DECLARACION DE RESPONSABILIDAD

Lilia Noemí Ricachi Martínez

DECLARO QUE:

La tesis de grado titulada **Estudio Factibilidad para la Creación de una Operadora Turística para Centros Educativos en el Cantón La Maná** se desarrolló a través de una investigación exhaustiva, respetando derechos intelectuales de terceros, conforme constan las citas, al pie de las páginas correspondientes, cuyas fuentes se incorporan en la bibliografía. Consecuentemente este trabajo es de mi autoría.

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance científico de esta tesis de grado.

Quito, 5 de noviembre de 2012

NOEMÍ RICACHI

AGRADECIMIENTO

En primer lugar a Dios por haberme guiado por el camino de la felicidad hasta ahora; en segundo lugar a cada uno de los que son parte de mi familia a mi padre, mi madre y hermanos en tercer lugar a todos mis tíos; por siempre haberme dado su fuerza y apoyo incondicional que me han ayudado y llevado hasta donde estoy ahora.

NOEMÍ RICACHI

ÍNDICE

Introducción	1
Justificación	2
Objetivos	3
Objetivo General	3
Objetivos Específicos	3
CAPÍTULO I	4
1. Estudio de Mercado	4
1.1 Definición del Producto	4
1.2 Análisis de la Demanda	9
1.3 Análisis de la oferta	28
1.4 Análisis de Precios	31
CAPÍTULO II	36
2. Estudio Técnico	36
2.1 Características técnicas del producto	36
2.2 Tamaño del proyecto	38
2.3 Localización	45
2.4 Ingeniería de proyectos	50
CAPÍTULO III	71
3.1 Marco legal	71
3.2 Organigrama administrativo de “INTERTUR LA MANÁ”	96
CAPÍTULO IV	97
4. Estudio Financiero	97
4.1 Presupuesto de inversión inicial de proyecto	97
4.2 Estimación de los precios	101
4.3 Presupuesto de ingresos del proyecto	102
4.4 Costos	105
4.5 Gastos	106
4.6 Rol de pagos	109
4.7 Depreciación	114

4.8 Punto de equilibrio	116
4.9 Financiamiento de inversión	121
4.10 Estados financieros	123
4.10.1 Balance general.	124
4.10.2 Estado de resultado	127
4.10.3 Flujo de fondos	132
4.11 Estudio financiero	137
4.11.1 Valor actual neto	137
4.11.2 Tasa interna de retorno (TIR)	141
4.11.3 Periodo de recuperación del capital – PRC	143
4.11.4 Relación beneficio costo – RBC	144
CONCLUSIONES	147
RECOMENDACIONES	148
BIBLIOGRAFÍA	149
ANEXOS	152

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla N°. 1.1 Paquetes Turísticos _____	5
Tabla N° 1.2 _____	11
Número de instituciones educativas del cantón La Maná _____	11
Tabla N° 1.3 _____	22
Total de alumnos de las instituciones educativas del cantón La Maná _____	22
Tabla N° 1.4 _____	24
Cálculo de la demanda _____	24
Tabla N° 1.5 _____	26
Proyección de demanda _____	26
Tabla 1.6 _____	30
Cálculo de la demanda insatisfecha _____	30
Tabla N° 1.7 _____	32
Precios Unitarios _____	32
Tabla 1.8 _____	33
Precio Unitario (-30% de ganancia) _____	33
Tabla N° 2.1 _____	39
Demanda a Ofertar _____	39
Tabla 2.2 _____	39
Destinos de mayor interés _____	39
Tabla N°. 2.3 _____	40
Paquetes turísticos para el año base _____	40
Tabla N° 2.4 _____	42
Cuadro comparativo de entidades financieras y su clasificación de riesgo _____	42
Tabla N° 2.5 _____	42
Ventajas y desventajas de las instituciones financieras _____	42
Tabla N° 2.6 _____	49
Micro-localización del proyecto matriz cualitativa por puntos _____	49
Tabla N° 2.7 _____	68

Oficina	68
Tabla N° 2.8	68
Muebles y enseres	68
Tabla N° 2.9	69
Equipos de cómputo	69
Tabla N° 2.10	69
Equipos de oficina	69
Tabla N° 2.11	70
Varios	70
Tabla N° 2.12	70
Requerimiento de personal	70
Tabla N° 3.13	79
Ventajas y desventajas de los tipos de compañías	79
Tabla N° 4.1	99
Activo fijo	99
Tabla N° 4.2	100
Capital de trabajo	100
Tabla 4.3	101
Estimación de precios	101
Tabla 4.4	103
Presupuesto de ingresos del proyecto	103
Tabla N° 4.5	104
Evaluación de precios*5,41%	104
Tabla N° 4.6	104
Ingresos por ventas	104
Tabla N° 4.7	105
Costo de producir los paquetes	105
(Dólares)	105
Tabla N° 4.8	106
Evaluación de precios	106
Tabla N° 4.9	107
Gastos administrativos	107
Tabla N° 4.10	108

Gastos ventas	108
Tabla 4.11	109
Rol de pagos	109
Tabla N°4.12	113
Resumen rol de pagos	113
Tabla N° 4.13	115
Depreciación de activos fijos	115
Tabla N° 4.14	117
Costos Fijos	117
Tabla n° 4.15	121
Financiamiento de inversión	121
Tabla N°4.16	122
Amortización del préstamo	122
Tabla N°4.17	125
Balance general con financiamiento	125
Tabla N°4.18	126
Balance general sin financiamiento	126
Tabla N° 4.19	128
Estado de resultado con financiamiento	128
Tabla N° 4.20	130
Estado de resultado sin financiamiento	130
Tabla N° 4.21	133
Flujo de fondos con financiamiento	133
Tabla N° 4.22	135
Flujo de fondos sin financiamiento	135
Tabla N° 4.23	139
VAN con financiamiento	139
Tabla N° 4.24	140
Flujo de fondos sin financiamiento	140
Tabla N° 4.25	141
TIR con financiamiento	141
Tabla N° 4.26	142
TIR sin financiamiento	142

Tabla N° 4.27	143
Periodo de recuperación del capital	143
Tabla N°4.28	144
Relación b/c	144

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico N° 1	27
Para la organización de viaje o excursiones utilizan los servicios de una empresa turística.	27
Gráfico N° 2	15
Para acceder la información la obtenido a través de:	15
Gráfico N° 3	16
La frecuencia que se realiza viajes o excursiones fuera del cantón La Maná.	16
Gráfico N° 4	17
¿Cuántos días salen de viaje o excursiones fuera de la institución?	17
Gráfico N° 5	18
El número de personas que salen de viaje o excursiones fuera de la institución	18
Gráfico N° 6	19
¿Estaría dispuesto a consumir un servicio de turismo para los viajes o excursiones fuera del cantón La Maná?	19
Gráfico N° 7	20
Destinos de mayor interés para realizar viajes o excursiones.	20
Gráfico N° 8	34
El monto a pagar por un paquete de turismo	34
Gráfico N° 9	28
Proyección de la demanda	28
Gráfico N° 10	31
Cálculo de la demanda insatisfecha	31
Gráfico N° 11	34
Precios Unitarios	34
Gráfico N° 12	34
Precios Unitarios (-30% ganancia)	34
Gráfico N° 13	46

Mapa de la provincia de Cotopaxi	46
Gráfico N° 14	52
Proceso de planificación turística	52
Gráfico N° 15	54
Proceso de negociación de servicios turísticos	54
Gráfico N° 16	56
Proceso de negociación de servicios turísticos	56
Gráfico N° 17	58
Proceso de negociación de servicios turístico	58
Gráfico N° 18	60
Proceso de negociación de servicios turísticos	60
Gráfico N° 19	62
Proceso de entrega del servicio	62
Gráfico N° 20	64
Plano del local	64
Gráfico N° 21	66
Plano de local amoblado	66
Gráfico N° 22	120
Punto de equilibrio	120

RESUMEN

Fomentar el desarrollo turístico en el cantón La Maná a través de la oferta de servicios de calidad fue la motivación para realizar este proyecto de Creación de una Operadora Turística para centros educativos en el cantón La Maná.

En términos generales el turismo es un sector con perspectivas de gran crecimiento, el desarrollo del proyecto permite la creación de empleos en diversas áreas, contribuye al ingreso de riqueza y al mejoramiento de la calidad de vida de la población.

Al inicio del proyecto; convendrá tener una clara visión de las condiciones actuales de las operadoras turísticas, que permitirá decidir si es conveniente la instalación de la operadora turística en el cantón La Maná.

En el análisis técnico realizado en el Capítulo 2, implicara la determinación de la localización óptima, así como también el organigrama de la operadora y aspectos legales de la operadora.

Considerando estos parámetros en el Capítulo 3, se hace referencia a la organización de la empresa, los socios que conforman, personal requerido y sus respectivas funciones

En el análisis económico realizado en el Capítulo 4, obtener todas las cifras necesarias para llevar a cabo la evolución económica del proyecto.

Al final, se realiza las conclusiones y recomendaciones, en base al estudio realizado.

Introducción

La evaluación de este proyecto es analizar la factibilidad de la creación de una operadora turística en el cantón La Maná desde los puntos de vista de mercado, técnico y de rentabilidad económica.

La primera parte de este proyecto es comprender el estudio de mercado del proyecto donde se estudiará desde la definición del producto, pasando por el análisis de la demanda y su proyección, análisis de la oferta y su proyección, análisis de precios, hasta finalizar con un estudio de comercialización del producto “paquetes turísticos”. Al terminar esta primera parte, se deberá tener una clara visión de las condiciones actuales de las operadoras turísticas, que permitirá decidir si es conveniente la instalación de la operadora turística en el cantón La Maná.

La segunda parte del proyecto es comprender el análisis técnico de la operadora turística en el cantón La Maná, que implicará la determinación de la localización óptima, así como también el organigrama de la operadora y aspectos legales de la operadora.

La tercera parte consistirá en un análisis económico de todas las condiciones de operación que previamente se determinarán en el estudio técnico. Es decir obtener todas las cifras necesarias para llevar a cabo la evaluación económica del proyecto.

La cuarta parte de este proyecto, es tratar sobre la evaluación económica de la inversión, donde se determinará la rentabilidad económica de toda la inversión bajo criterios claramente definidos, tales como valor actual neto (VAN) y tasa

interna de rendimiento (TIR). Esta parte también incluye un análisis de riesgo de la inversión.

Finalmente declarar las conclusiones generales de todo el proyecto con base a los datos y determinaciones hechas en cada una de sus partes.

Justificación

El propósito de la creación de una operadora turística en el cantón La Maná, es cubrir algunas de las necesidades que tiene los habitantes de este cantón, tales como: Facilitar el traslado a diferentes lugares turísticos de nuestro país, mejorar las condiciones bajo las cuales los centros educativos trasladan a sus estudiantes para las giras culturales, así como ampliar las posibilidades de las escuelas y colegios de dirigirse a un destino turístico al final de cada año lectivo.

Se buscará brindar un servicio personalizado y de excelente calidad con el fin que los ciudadanos de este cantón cuenten con una amplia gama de paquetes culturales o turísticos que superen todas las expectativas.

Objetivos

Objetivo General

Determinar la factibilidad para la creación de una operadora turística en el cantón La Maná, brindando a los centros educativos un servicio de calidad, que nos ayude a diferenciar nuestros servicios de otros similares.

Objetivos Específicos

- Evaluar la propuesta financiera con la finalidad de conocer la viabilidad del proyecto.
- Establecer mediante el estudio de mercado la aceptación de paquetes turísticos dirigidos a los centros educativos del cantón La Maná.
- Determinar mediante el estudio de mercado los diferentes paquetes turísticos que estarían dispuestos adquirir los centros educativos del cantón La Maná.
- Desarrollar una propuesta de rutas turísticas con la finalidad de satisfacer las necesidades de los estudiantes al adquirir nuestros servicios.

CAPÍTULO I

1. Estudio de Mercado

1.1 Definición del Producto

Este proyecto pretende mostrar la viabilidad de creación de una operadora turística que va ofrecer paquetes turísticos para las diferentes instituciones educativas del cantón La Maná.

El producto turístico se compone de los siguientes elementos:

Es un conjunto de prestaciones, materiales e inmateriales, que se ofrecen con el propósito de satisfacer los deseos o las expectativas del turista, es un producto compuesto que puede ser analizado en función de los componentes básicos que lo integran: atractivos, facilidades y acceso.”¹

Tomando en cuenta los elementos generales que un producto turístico debe tener, se describirá a continuación los componentes que nuestros paquetes turísticos tendrán: ya que el servicio que vamos a ofrecer estará dirigido a alumnos de las instituciones educativas del cantón La Maná con una edad de fluctuación desde los 12 hasta los 18 años, se ha decidido los siguientes destinos, ya que en ellos podemos encontrar lugares atractivos donde los jóvenes cumplan con sus expectativas al momento de adquirir nuestros servicios.

¹ <http://www.efdeportes.com/efd139/servicios-y-productos-turisticos.htm>

Se escogió tres destinos turísticos que se han considerado como los de mayor acogida y estos son (Ver Tabla N°. 1.1)

1.1.1 Paquetes Turísticos

Tabla N°. 1.1 Paquetes Turísticos

CATEGORIAS	DESTINOS	TIEMPO
☆☆☆	Tour Salinas	3 días/ 2 noches
☆☆☆	Tour Manta	3 días/ 2 noches
☆☆☆	Tour Atacames	3 días/ 2 noches
☆☆☆	Tour Oriente	4 días/ 3 noches

Fuente: Paquetes turísticos.

Elaborado por: Noemí Ricachi.

TOUR SALINAS

(3 días / 2 noches)

Día 1

- Salida de La Maná (12:00 am.)
- Ingreso a Salinas
- Llegada al hotel en Salinas
- Desayuno
- Tiempo de Playa
- Tour navegable corto o banana
- Almuerzo
- Tarde libre

- Visita a Punta Mar Bravo, famoso por sus atardeceres e imponentes caídas de sol.
- Cena

Día 2

- Desayuno
- Traslado a Montañita, la capital del Surf,
- Visita a Olón y su iglesia construida sobre un acantilado, a más de 100 metros de altura sobre el nivel del mar.
- Tiempo de playa
- Almuerzo en Montañita
- Retorno a Salinas
- Cena

Día 3

- Desayuno en Salinas
- Salida a Guayaquil
- Visita al Malecón 2000
- Almuerzo
- Retorno al cantón La Maná.

TOUR MANTA

(3 días / 2 noches)

Día 1

- Llegada al hotel en Manta
- Desayuno
- Salida a la playa Murciélago
- Un paseo en lancha
- Almuerzo
- Luego disfrutar de la playa Crucita
- Retorno al hotel
- Cena y descanso

Día 2

- Desayuno en Puerto López
- Salida a disfrutar la playa privada de Los Frailes
- Salida a Puerto López
- Almuerzo
- Disfrutar de la playa
- Retorno al hotel
- Cena y descanso

Día 3

- Desayuno
- Uso de la piscina del hotel
- Almuerzo
- Retorno al cantón La Maná.

TOUR ATACAMES

(3 Días -2 Noches)

Día1

- Llegada al hotel en Atacames
- Desayuno
- Un paseo en lancha a la isla de LOS PÁJAROS.
- Disfrutar de la playa
- Almuerzo
- Por la tarde diversión en la playa de Tonsupa
- Retorno al hotel
- Cena y descanso

Día 2

- Desayuno
- Traslado a disfrutar la playa de Same
- Almuerzo
- Por la tarde visita la playa de Sua y disfrutar de sus aguas cálidas y tranquilas
- Retorno al hotel
- Cena y descanso

Día 3

- Desayuno
- Uso de la piscina del hotel
- Almuerzo
- Retorno al cantón La Maná.

1.2 Análisis de la Demanda

Se entiende por demanda "A la cantidad de bienes y/o servicios que los compradores o consumidores están dispuestos a adquirir para satisfacer sus necesidades o deseos, quienes además, tienen la capacidad de pago para realizar la transacción a un precio determinado y en un lugar establecido".²

Mediante el análisis de la demanda pretendemos cuantificar la cantidad de paquetes turísticos podrían adquirir las instituciones educativas del cantón La Maná.

1.2.1 Análisis de datos de fuentes primarios (Aplicación de Encuesta)

Para poder determinar el tamaño de la muestra se ha establecido que el nivel de confianza que se requiere para el proyecto es del 95% con un error de 10%³ en los resultados de las encuestas. Para el cálculo del tamaño de la muestra que proporcione estos parámetros, es necesaria la desviación estándar del consumo. Para obtenerla se aplicó un muestreo piloto de 17 encuestas a varios directivos de las instituciones educativas del cantón La Maná, preguntando exclusivamente cual es el número de veces en el año que con sus alumnos realizan paseos, salidas o excursiones, esta encuesta se aplicó solamente a instituciones que señalaron realizar estas salidas con sus alumnos, el resultado fue que la media de este consumo es 1.64 salidas en el año, con una desviación estándar de 0,99 , esto significa que hay instituciones que realizan hasta 2,64 salidas en el año, con estos datos se calcula el tamaño de la muestra para aplicar la encuesta.

² <http://www.promonegocios.net/demanda/definicion-demanda.html>

³ BACA URBINA, Gabriel, evaluación de Proyectos, 5ta Edición, 2006, Editorial McGraw Hill, p. 69

Datos

Nivel de confianza 95%, es decir $Z = 1,96$ De acuerdo a la tabla de probabilidad de una distribución normal.

Error 10%

Desviación estándar 0.9963

$$n = \frac{Z^2 \sigma^2}{E^2} = \frac{1,96^2 \cdot 0,9963^2}{0,10^2} = 381,33$$

Es decir que se deberá realiza 381 encuestas

La referencia de la formula⁴

1.2.2 Estratificación de la Muestra

Antes de realizar las encuestas es necesario estratificar la muestra, la encuesta pretende determinar la cantidad de salidas de los diferentes establecimientos educativos del cantón La Maná, las preferencias que tengan, la forma en la que acceden a este servicio, y los tipos de servicios que les gustaría tener.

⁴ BACA URBINA, Gabriel, evaluación de Proyectos, 5ta Edición, 2006, Editorial McGraw Hill, p. 69

Para poder lograr la estratificación de las encuestas tomaremos en cuenta el número de instituciones que existen en el cantón La Maná en la tabla N° 1.2 a continuación se presenta un resumen de la información:

Tabla N° 1.2

Número de instituciones educativas del cantón La Maná

TIPO DE SOSTENIMIENTO	NUMERO DE INSTITUCIONES
Fiscal	14
Particular – Distancia	3
TOTAL	17

Fuente: Dirección Provincial de Cotopaxi

Elaborado por: Noemí Ricachi

De acuerdo al producto que se va a comercializar se ha decidido que la encuesta será dirigida a todas las instituciones educativas del cantón La Maná, las mismas que serán resueltas por docentes y estudiantes.

1.2.3 Estructura de la encuesta

ENCUESTA

EDAD:

SEXO:

La siguiente encuesta pretende conocer el consumo de servicios turísticos en las Instituciones Educativas del Cantón La Maná.

Por medio de la presente extendiendo un cordial saludo y al mismo tiempo un agradecimiento por la ayuda prestada al responder con veracidad las siguientes preguntas.

1. Para la organización de viajes o excursiones utilizan los servicios de una empresa turística, es decir operadores turísticos o agencias de viajes.

Si _____ No _____

2. Cuando usted ha decidido visitar un determinado lugar, la información para acceder al mismo la ha obtenido a través de:

Información de boca a boca	<input type="checkbox"/>
Agencias de viajes	<input type="checkbox"/>
Revistas o periódicos	<input type="checkbox"/>
Publicidad	<input type="checkbox"/>
Internet	<input type="checkbox"/>

3. ¿Con qué frecuencia realiza viajes o excursiones fuera del Cantón La Maná?

Una vez al año	<input type="checkbox"/>
Dos veces al año	<input type="checkbox"/>
Tres o más al año	<input type="checkbox"/>

4. ¿Cuántos días salen de viaje o excursiones fuera de la institución?

Un día	<input type="checkbox"/>
Dos días	<input type="checkbox"/>
Tres días	<input type="checkbox"/>
Cuatro días o más	<input type="checkbox"/>

5. ¿Qué número de personas salen de viaje o excursiones fuera de la institución con cada maestro?

20 – 25 personas	<input type="checkbox"/>
25 – 30 personas	<input type="checkbox"/>
30 – 35 personas	<input type="checkbox"/>
35 – 40 personas	<input type="checkbox"/>
40 o más personas	<input type="checkbox"/>

6. Estaría dispuesto a consumir un servicio de turismo, para los viajes o excursiones fuera del Cantón La Maná

Si _____

No _____

7. De los siguientes destinos, ¿cuál considera de mayor interés para realizar viajes o excursiones?

Salinas	<input type="checkbox"/>
Manta	<input type="checkbox"/>
Atacames	<input type="checkbox"/>
Baños – Puyo	<input type="checkbox"/>

8. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un paquete de turismo?

50 - 100 dólares	<input type="checkbox"/>
100 o Más	<input type="checkbox"/>

Gracias por su colaboración

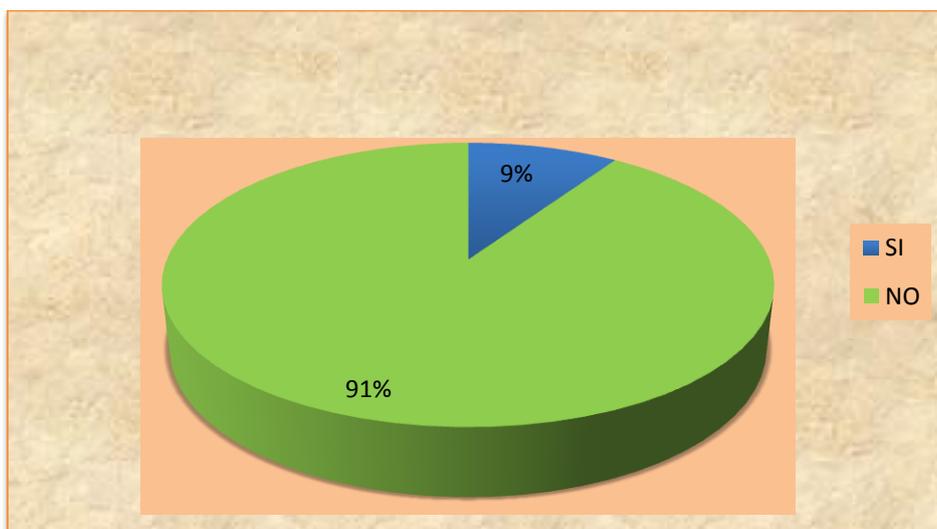
1.2.4 Análisis de los resultados

A continuación se realizará un análisis, pregunta por pregunta sobre los datos obtenidos en las encuestas realizadas a los centros educativos del cantón La Maná.

1. Para la organización de viajes o excursiones utilizan los servicios de una empresa turística, es decir operadores turísticos o agencias de viajes.

Gráfico N° 1

Para la organización de viajes o excursiones utilizan los servicios de una empresa turística

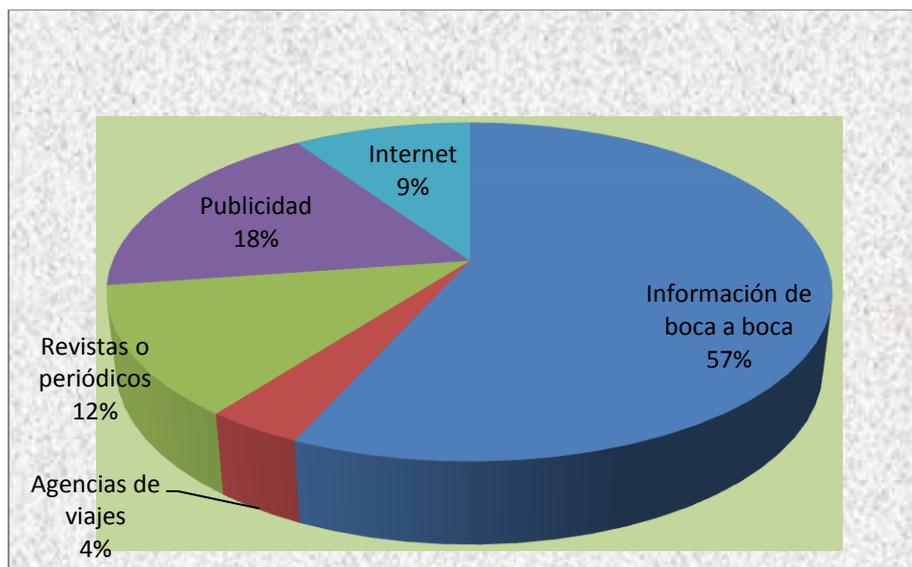


De las encuestas realizadas a las diferentes instituciones educativas, un 9% utilizan agencias de viaje u operadoras turísticas y un 91% no utiliza este tipo de servicio. Dando como resultado que es factible la creación de una operadora turística para centros educativos del cantón La Maná.

2. Cuando usted ha decidido visitar un determinado lugar, la información para acceder al mismo la ha obtenido a través de:

Gráfico N° 2

Para acceder la información la obtenido a través de:

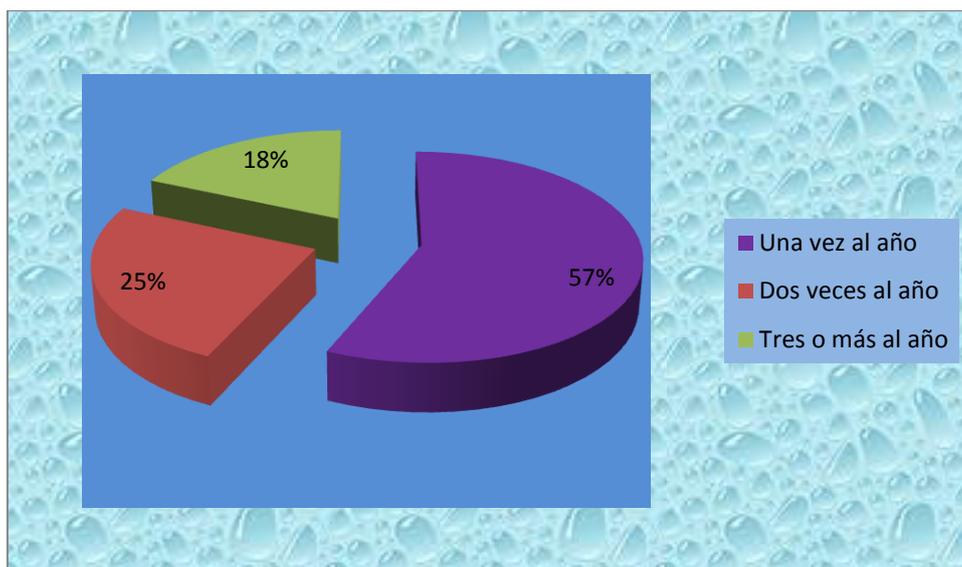


El 12% de los encuestados han accedido a información por medio de revistas o periódicos, el 9% lo ha realizado por internet, el 18% lo ha realizado por publicidad, el 4% ha realizado por agencias de viajes y el 57% ha realizado por medio de información de boca a boca.

3. ¿Con qué frecuencia realiza viajes o excursiones fuera del cantón La Maná?

Gráfico N° 3

La frecuencia que se realiza viajes o excursiones fuera del cantón La Maná.



En los resultados de esta pregunta se pueden dar cuenta que el 25% de los encuestados han salido de viaje o excursiones 2 veces al año, seguidos de 18% de los encuestados que han salido 3 veces o más al año y finalmente un 57% de los encuestados que han salido una vez al año. Hay que aclarar que el último porcentaje coincide con los datos proporcionados por las máximas autoridades de las instituciones educativas los estudiantes tienen al menos una salida por año.

4. ¿Cuántos días salen de viaje o excursiones fuera de la institución?

Gráfico N° 4

¿Cuántos días salen de viaje o excursiones fuera de la institución?

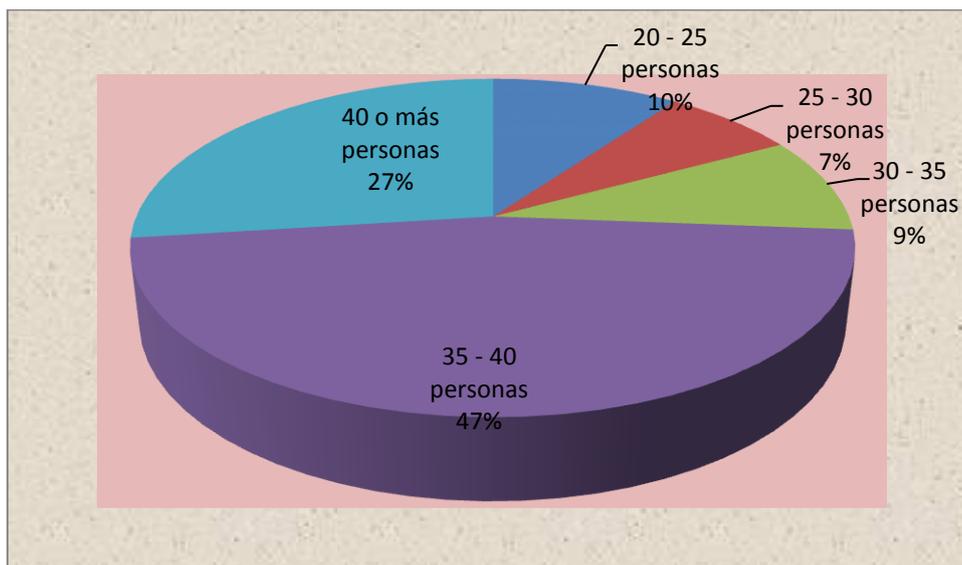


El 4% de los encuestados han salido de viaje o excursiones por 4 días o más al año, el 13% de los encuestados han salido por 3 días al año, el 16% de los encuestados han salido por 1 día al año y finalmente un 67% de los encuestados han salido 2 días al año.

5. ¿Qué número de personas salen de viaje o excursiones fuera de la institución?

Gráfico N° 5

El número de personas que salen de viaje o excursiones fuera de la institución

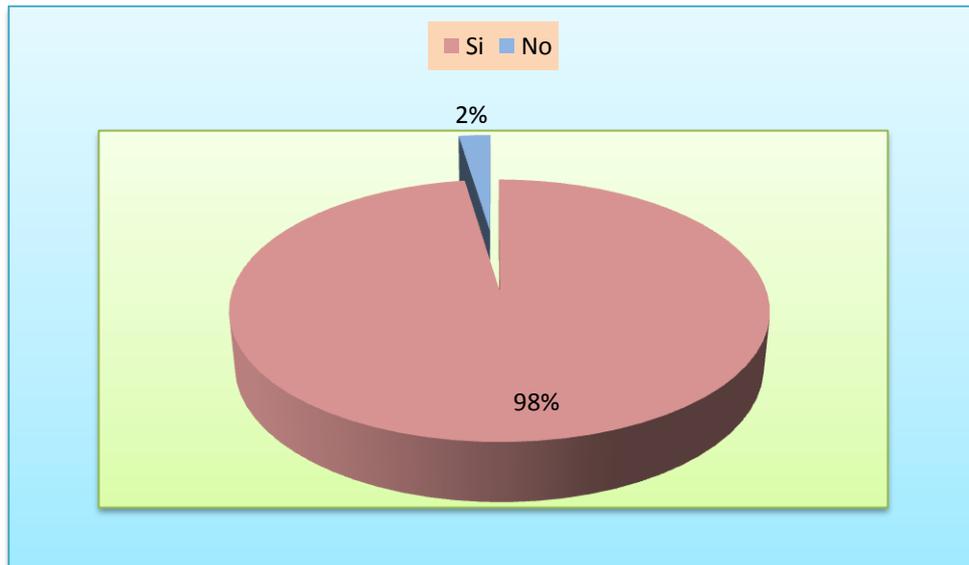


Se puede observar que el número de personas que salen de viajes o excursiones fuera de la Institución está comprendida entre 30 – 35 personas, que abarca el 9% de los encuestados, el 7% que comprende el rango desde los 25 – 30 personas, el 10% que comprende el rango desde 20 – 25 personas, seguido por el 27% que comprende el rango desde 40 o más personas y por último las personas que comprenden el rango de 35 – 40 personas con un 47%. Se pueden dar cuenta que la cantidad de personas para salir de viaje o excursiones fuera de la institución está en un rango de 35 o más.

6. ¿Estaría dispuesto a consumir un servicio de turismo para los viajes o excursiones fuera del cantón La Maná?

Gráfico N° 6

¿Estaría dispuesto a consumir un servicio de turismo para los viajes o excursiones fuera del cantón La Maná?

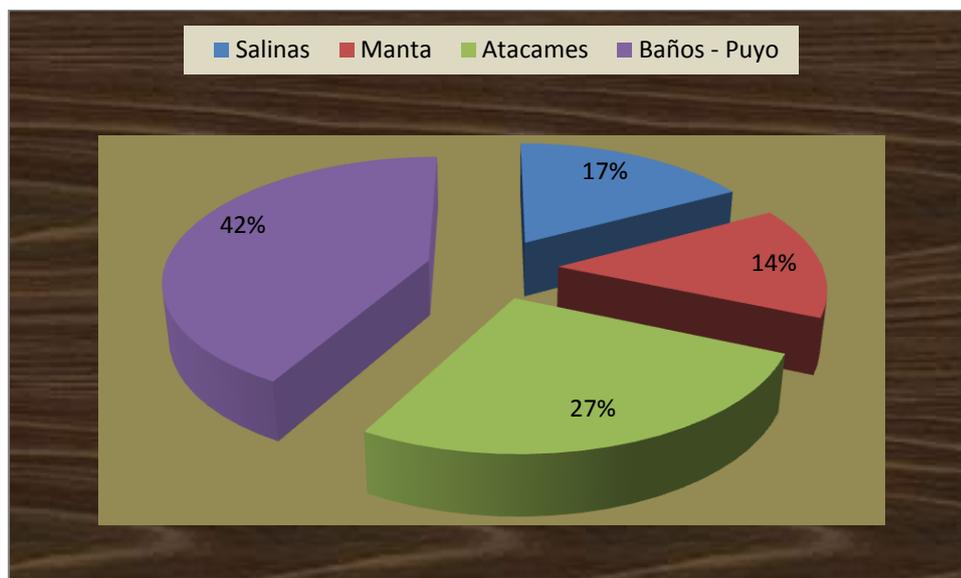


Tenemos que el 98% de los encuestados si está dispuesto a consumir un servicio de turismo, mientras que el 2% no está dispuesto a consumir un servicio de turismo para los viajes o excursiones fuera del cantón La Maná.

7. De los siguientes destinos, ¿cuál considera de mayor interés para realizar viajes o excursiones?

Gráfico N° 7

Destinos de mayor interés para realizar viajes o excursiones.

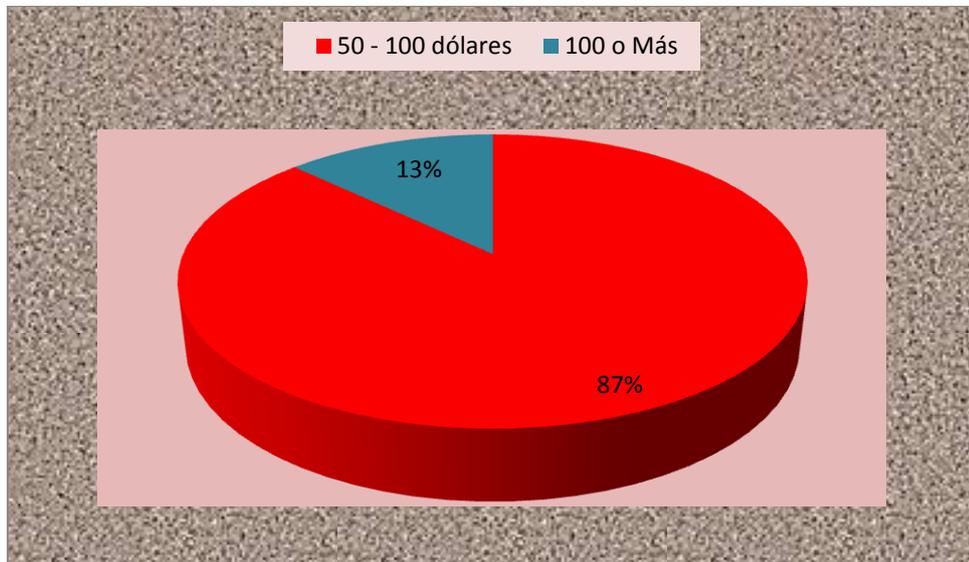


Los encuestados consideran en un 42% a Baños - Puyo como uno de los sitios de mayor atracción para realizar viajes o excursiones, seguido de las playas de Atacames con un 27%, seguido por las playas de Salinas con un 17% y un 14% las playas de Manta.

8. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un paquete de turismo?

Gráfico N° 8

El monto a pagar por un paquete de turismo.



Tenemos que el 87% de los encuestados está dispuesto a pagar por un paquete de turismo entre el rango de 50 – 100 dólares americanos mientras que el 13% está dispuesto a pagar por un paquete de turismo más de 100 dólares americanos.

1.2.5 Consumo de paquetes turísticos en los centros educativos del cantón La Maná a partir de los resultados de las encuestas

Por no existir fuentes con datos históricos, para el cálculo de la demanda se usará la información del total de alumnos que existen en las instituciones educativas del cantón La Maná (ver tabla 1.3)

Tabla N° 1.3

Total de alumnos de las instituciones educativas del cantón La Maná

	TOTAL DE ALUMNOS	JARDIN	JARDIN - EDUCACIÓN BASICA	EDUCACIÓN BASICA	EDUCACIÓN BASICA – BACHILLERATO	BACHILLERATO
	11826	715	2983	2268	4064	1796
PORCENTAJES		0,00%	36,36%	40,00%	53,85%	100,00%
POBLACIÓN TOTAL DEL PROYECTO	5976	0	1085	907	2188	1796

Fuente: Dirección Provincial de Cotopaxi

Elaborado por: Noemí Ricachi

Debido a las implicaciones del turismo a los centros educativos, nuestro servicio estará dirigido a los estudiantes de 12 a 18 años, en la Tabla N°. 2.3 podemos observar la cantidad total de alumnos que existen por nivel de educación y las decisiones que se han tomado con respecto al rango de edad, es así que de acuerdo a los datos se han realizado el siguiente análisis.⁵

⁵ Ver anexo 1

- ❖ El número de alumnos de Jardín no será tomado en cuenta para realizar este proyecto.
- ❖ El número de alumnos de Jardín – Educación Básica está dentro del rango de 12 – 18 años por lo que será tomado el 36.36% del total.
- ❖ El número de alumnos de Educación Básica está dentro del rango de 11 – 18 años por lo que será tomado el 40.00% del total.
- ❖ El número de alumnos de Educación Básica – Bachillerato está dentro del rango de edad por lo que será tomado 53.85% de la cantidad de alumnos que formaran parte de la población de este proyecto.
- ❖ En el caso del Bachillerato se utilizara la totalidad de alumnos que existe.

Lo que nos da como resultado la población que será utilizada para calcular el consumo del presente proyecto, la misma que será de:

N° Instituciones:	17
N° Alumnos:	5976

Con esta información se puede calcular la demanda (Ver la tabla de Cálculo de Demanda 1.4).

Tabla N° 1.4
Cálculo de la demanda

OPCIONES DE RESPUESTAS	NÚMERO DE RESPUESTAS	PROPORCIÓN DE LA RESPUESTA	NÚMERO DE POBLADORES	FRECUENCIA ANUAL DE CONSUMO	CONSUMO ANUAL DE PAQUETES TURÍSTICOS
Una vez al año	216	56,69%	5329	1	3021,39
Dos veces al año	95	24,93%	5329	2	2657,70
Tres o más al año	70	18,37%	5329	3	2937,46
TOTAL	381	100,00%			
DEMANDA TOTAL AL AÑO					8616,56

Fuente: Calculo de la Demanda del 2012

Elaborado por: Noemí Ricachi

El procedimiento⁶ que seguimos en la Tabla N° 1.4 para calcular la demanda es relativamente simple, el valor colocado en el **número de respuestas** se lo consiguió del conteo de respuestas de la pregunta 3 de la encuesta, así mismo utilizando regla de tres se obtuvo la **proporción de la respuesta**, el **número de pobladores** se obtiene multiplicando el número de alumnos que se ha establecido como población (5976) multiplicado por el porcentaje de respuestas afirmativas que arrojo la pregunta 1 de la encuesta (91%), a este resultado se le multiplico el porcentaje de respuesta afirmativas de la pregunta 6 (98%); por

⁶ BACA URBINA, Gabriel. Op. Cit. P. 76

último la **frecuencia de consumo** se la determino de acuerdo al consumo anual del servicio.

Multiplicado el **porcentaje de respuesta** por el **número de pobladores** y por la **frecuencia anual de consumo** obtenemos la **demanda de paquetes turísticos por año** la sumatoria de estos valores nos da la demanda total, en el año base.

1.2.6 Proyección optimista y pesimista de la demanda

Las proyecciones son vitales para toda organización empresarial y para toda decisión gerencial importante. La proyección constituye la base de la planeación corporativa a largo plazo. Es necesario tener en mente que una proyección perfecta es usualmente imposible. Existen demasiados factores en el medio empresarial que no pueden predecirse con certeza. En consecuencia, en lugar de buscar una proyección perfecta, es mucho más importante establecer la práctica de revisar continuamente las proyecciones y aprender a vivir con proyecciones inexactas. Esto no significa que no se intente mejorar el modelo o la metodología para llevarlas a cabo, sino que se trata de encontrar y de utilizar el mejor método de proyección disponible, dentro de lo posible.

Por lo expuesto anteriormente se ha procedido proyectar la demanda mediante la Fórmula de Monto⁷, ya que al no existir datos históricos es imposible proyectar la demanda utilizando otros métodos como son la Ecuación de la Recta, Fórmulas de las Medias Aritméticas, Promedio de Movimiento Simple y Ponderado, etc.

⁷ CALDAS, Marco, Preparación y Evaluación de Proyectos Tercera Edición, P. 75

Tabla N° 1.5
Proyección de demanda

CANTIDAD DE PAQUETES TURISTICOS				
AÑO	DEMANDA PESIMISTA	DEMANDA OPTIMISTA	DIFERENCIA	PROMEDIO
2012	8617	8617	0	8617
2013	8751	8797	-46	8774
2014	9026	9168	-142	9097
2015	9455	9755	-300	9605
2016	10059	10597	-537	10328
2017	10869	11751	-883	11310

Fuente: Proyección de la Demanda 2012

Elaborado por: Noemí Ricachi

En la Tabla N° 1.5 se puede observar la demanda optimista y pesimista calculada mediante la fórmula de monto, esta fórmula es usualmente utilizada con datos históricos, ya que se utiliza en la variable (i) la tasa de crecimiento de la demanda histórica, al no existir datos de la demanda histórica se ha utilizado la tasa de crecimiento de población, partiendo del enunciado de la demanda está muy relacionada con el comportamiento poblacional.

Para ejemplificar de mejor manera el procedimiento utilizado en la proyección, se muestra a continuación la forma en que se calculó la demanda del 2012.

Utilizando la fórmula $M = C (1+i)^n$, donde M en este caso representa el año proyectado (2013), C el año anterior de proyectado (2012), i la tasa de

crecimiento de la población⁸ y n que es el año de pronóstico, año 1, 2, 3 y así sucesivamente.

$$M = 8617 (1 + 0.0209)^1$$

M = 8797.09 paquetes turísticos en el año 2012 (Demanda Optimista)

$$M = 8617 (1 + 0.0156)^1$$

M = 8751.43 paquetes turísticos en el año 2012 (Demanda Pesimista)

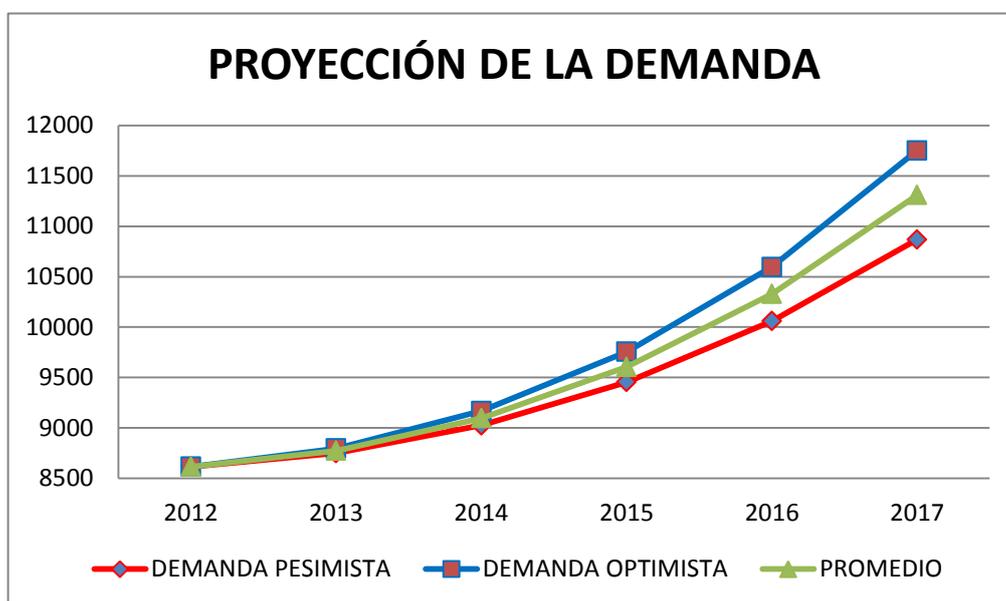
Como se puede observar se utilizó dos tasa de crecimiento, del cantón La Maná (2,09%) y la del Ecuador (1,56%), las mismas que nos sirvieron para calcular la demanda optimista y pesimista respectivamente, este análisis nos servirá para no tomar decisiones basados en datos demasiado optimistas.

En el Grafico N° 1 podemos observar la proyección de la demanda de acuerdo a los datos que se han obtenido en la tabla N° 1.5.

⁸ Censo de Población y vivienda 2011, INEC Ecuador <http://www.skyscraperlife.com/ecuador/51827-resultados-preliminares-del-censo-de-poblacion-y-vivienda-2010-a.html>

Gráfico N° 9

Proyección de la demanda



Fuente: Tabla 2.5. Proyección de la Demanda 2012.

Elaborado por: Noemí Ricachi.

1.3 Análisis de la oferta

“La oferta es una propuesta de condiciones concretas que implica una previa valoración de la cosa o servicio que se ofrece conforme a unos precio límite de mercado, establecidos según la cotización en éste, o bien por las disposiciones estables al respecto”⁹. Otra definición propuesta es que la “oferta es la cantidad de bienes o servicios que un cierto número de productores está dispuesto a poner a disposición del mercado a un precio determinado”¹⁰.

⁹ Enciclopedia Salvat Editores, S.A. 1999

¹⁰ Enciclopedia Salvat Editores, S.A. 1999

Tomando en cuenta la definición de la oferta se rescata que en el cantón La Maná no existe una agencia de viajes que ofrezca paquetes turísticos para los centros educativos ni para ningún tipo de mercado.

Se puede verificar que no existe una oferta de paquetes turísticos para instituciones educativas, ya que en el cantón La Maná no existe ningún tipo de agencia de viajes que ofrezca este servicio para este segmento de mercado y algún otro diferente.

1.3.1 Determinación de la Oferta

No se puede determinar la oferta en este segmento de mercado por lo que en el cantón La Maná no existen datos históricos de las visitas de las áreas naturales y turísticas del Ecuador.

En la actualidad en el cantón La Maná solo se realiza turismo contratando vehículos de las diferentes cooperativas interprovinciales “Macuchi y La Maná” por lo que no existe ningún registro de las veces que salen los centros educativos del cantón La Maná, ni algún otro segmento de mercado.

TOTAL DE LA OFERTA	0
---------------------------	----------

1.3.2 Demanda Insatisfecha

La demanda insatisfecha optimista se calculó con una simple resta de los datos de la proyección de la demanda optimista menos la proyección de la oferta total optimista, la demanda insatisfecha pesimista se calculó de la misma forma los resultados se muestran en la Tabla N° 1.6

Tabla 1.6
Cálculo de la demanda insatisfecha

PAQUETES TURISTICOS						
AÑO	DEMANDA PESIMISTA	DEMANDA OPTIMISTA	OFERTA PESIMISTA	OFERTA OPTIMISTA	DEMANDA INSATISFECHA PESIMISTA	DEMANDA INSATISFECHA OPTIMISTA
2012	8617	8617	0	0	8617	8617
2013	8751	8797	0	0	8751	8797
2014	9026	9168	0	0	9026	9168
2015	9455	9755	0	0	9455	9755
2016	10059	10597	0	0	10059	10597
2017	10869	11751	0	0	10869	11751

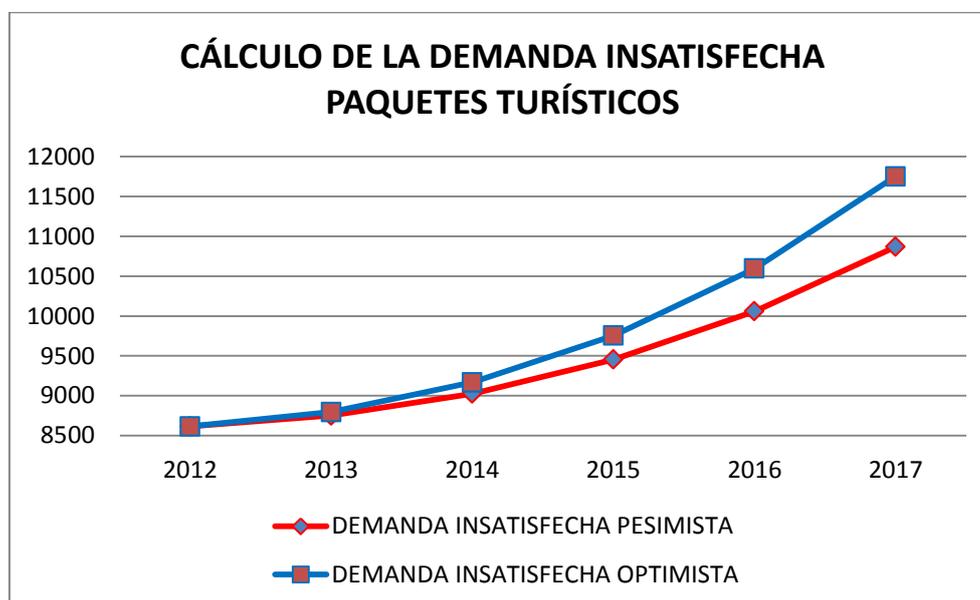
Fuente: Cálculo de la Demanda Insatisfecha, 2012

Elaborado por: Noemí Ricachi

El cálculo de demanda insatisfecha demuestra que existe un mercado bastante grande para el servicio que pretendo efectuar, si no hubiese existido demanda insatisfecha ya no tenía sentido seguir con el estudio pero por lo contrario esta fue muy alentadora lo que se puede observar en el Gráfico N° 10.

Gráfico N° 10

Cálculo de la demanda insatisfecha



Fuente: Tabla N° 2.6, Demanda Insatisfecha, 2012

Elaborado por: Noemí Ricachi.

1.4 Análisis de Precios

Para fijar el precio se tomará en cuenta el método de precios basado en la competencia¹¹.

Para poder realizar el análisis de precios se tomará en cuenta los precios que tienen las agencias de viajes y operadoras turísticas, con referente a los

¹¹ <http://www.planning.com.co/bd/archivos/Agosto2005.pdf>

paquetes turísticos que el presente proyecto se estableció. En la Tabla N° 1.7 se ha recopilado varias características y precios.

Tabla N° 1.7
Precios Unitarios

OFERENTES			
DESTINOS	ECOS TRAVEL	MIDDLEARTN VIAJES Y TURISMO	PROMEDIO
SALINAS	105	98	101,5
ATACAMES	108	98	103
MANTA	105	98	101,5
ORIENTE	120	110	115

Fuente: Precios Unitarios, 2012

Elaborado por: Noemí Ricachi

Como se puede observar en el cuadro anterior, los precio de paquetes turísticos con similares características en diferentes agencias de viajes, tenemos:

- ❖ Para Salinas está entre \$98 USD y \$105 USD, con un precio promedio de \$101.50 USD.
- ❖ Para Atacames está entre \$98 USD y \$108 USD, con un precio promedio de \$103 USD.

- ❖ Para Manta está entre \$98 USD y \$105 USD, con un precio promedio de \$101.50 USD.
- ❖ Para Oriente está entre \$110 USD y \$120 USD, con un precio promedio de \$115 USD.

Siguiendo con el análisis, si restamos al precio de unidad, suponiendo que estas agencias de turismo obtiene una ganancia del 30% que es el porcentaje legal dado por el Ministerio de Turismo es lo máximo que pueden ganar, en la Tabla N° 1.8, nos dan los siguientes costos unitarios en base a la agencia y al destino por lo que nos proporcionaran los resultado un costo unitario promedio que nos la base para trabajar.

Tabla 2.8
Precio Unitario (-30% de ganancia)

OFERENTES			
DESTINOS	ECOS TRAVEL	MIDDLEARTN VIAJES Y TURISMO	PROMEDIO
SALINAS	73,5	68,6	71,05
ATACAMES	75,6	68,6	72,1
MANTA	73,5	68,6	71,05
ORIENTE	84	77	80,5

Fuente: Precios Unitarios, 2012

Elaborado por: Noemí Ricachi

Para visualizar de mejor manera se determinaran los siguientes gráficos (Ver Gráfico N° 11 y 12)

Gráfico N° 11
Precios Unitarios



Fuente: Tabla N°. 2.7, Precios Unitarios, 2012

Elaborado por: Noemí Ricachi

Gráfico N° 12
Precios Unitarios (-30% ganancia)



Fuente: Tabla N°. 2.8, Precios Unitarios, 2012

Elaborado por: Noemí Ricachi

Tomando en cuenta el análisis de los gráficos anteriores, se propone que los precios de nuestros paquetes deben estar acorde a los ya establecidos por las otras operadoras. De tal manera que, como base para el precio de ventas de los servicios de la operadora, se tomara los promedios del mercado.

CAPÍTULO II

2. Estudio Técnico

El estudio técnico tiene como objetivo determinar la función óptima de los recursos en cuanto a utilización y distribución, tamaño y localización de la operadora, ingeniería del proceso e inversiones durante la vida útil de la empresa; con la finalidad de establecer las condiciones ideales que permitan que la nueva operadora de turismo sea más eficiente.

El presente estudio técnico analizará la posibilidad de generar el servicio turístico en condiciones de tamaño, localización, costos y gastos, todos ellos, en lo más óptimo posible.¹²

2.1 Características técnicas del producto

Para poder determinar el producto es necesario tomar en cuenta los siguientes requerimientos.

2.1.1 Requerimientos respectivos al mercado turístico. Elementos subjetivos del sistema

La determinación del perfil de los futuros usuarios del servicio es la clave para poder establecer el producto turístico que se ofertara: son muy importantes las

¹² ECON. MENESES EDILBERTO, Preparación y Evaluación de Proyectos, Pág. 75

características demográficas y pictográficas, por esta razón en el Capítulo II se ha establecido que los servicios que ofreceremos estarán dirigidos a los estudiantes de 12 a 18 años de las instituciones educativas del cantón La Maná, por lo que algunos requerimientos se deben conocer para poder establecer las características de nuestro producto son:

- No existe oferta de un producto similar o igual en el sector.
- Edad de los turistas
- Capacidad adquisitiva
- Identificar preferencias de los clientes

Los requerimientos respectivos al mercado turístico son vitales en la elaboración de un producto turístico ya que no se puede conocer al usuario final del producto lo que puede dar pie a un desperdicio de recursos por parte del operador turístico: es por esto que además de otros factores se deben tomar en cuenta las motivaciones y necesidades de los futuros visitantes, su perfil, tiempo de permanencia en el destino y la relación producto-precio del gasto turístico que se realizara.

2.1.2 Requerimientos respectivos al producto: elementos objetivos del sistema.

Una vez que sea determinado el perfil del usuario, debemos conocer las características geográficas, servicios disponibles e infraestructura del área donde se desarrollara el producto turístico, para lo cual debemos tomar en cuenta los siguientes requerimientos:

2.1.2.1 Requerimientos respectivos al atractivo turístico

El adecuado desarrollo de un producto turístico depende de manera esencial que cumplan con los gustos y preferencias de los visitantes, ya que se busca integrar al visitante con el lugar permitiéndole un mayor y mejor apariencia del atractivo turístico.

2.1.2.2 Requerimientos respectivos a los servicios turísticos

Los servicios turísticos constituyen un factor importante dentro de la producción de un programa turístico al satisfacer necesidades y permitir la permanencia del turista en el destino, los requerimientos de mayor importancia son:

- Transporte
- Alimentación
- Alojamiento

2.2 Tamaño del proyecto

Tomando en consideración la Tabla N°. 1.6 del Capítulo I, se ha decidido abarcar 20% de la demanda insatisfecha pesimista. (Ver Tabla 2.1)

Tabla N° 2.1
Demanda a Ofertar

AÑO	DEMANDA INSATISFECHA PESIMISTA	% ACEPTADO	DEMANDA A OFERTAR
2012	8617	20%	1723
2013	8751	20%	1750
2014	9026	20%	1805
2015	9455	20%	1891
2016	10059	20%	2012
2017	10869	20%	2174

Fuente: Tabla N°. 1.6, Demanda Insatisfecha, 2012

Elaborado por: Noemí Ricachi

Para seguir con el análisis es indispensable revisar la pregunta número 7 de la encuesta, en la que se preguntó a los encuestados sobre sus preferencias con los diferentes destinos turísticos propuestos (Ver Tabla N°.2.2).

Tabla 2.2
Destinos de mayor interés

DESCRIPCIÓN	RESPUESTAS	PORCENTAJES
SALINAS	65	17%
MANTA	55	14%
ATACAMES	101	27%
BAÑOS - PUYO	160	42%
TOTAL	381	100%

Fuente: Encuesta de consumo, 2011

Elaborado por: Noemí Ricachi

En la Tabla N°. 2.2 se observa claramente que las personas encuestadas tienen mayor preferencia por destinos como Baños-Puyo, Atacames y Salinas, es por esta razón que sea decidido que la operadora turística, ofrezca al público paquetes turísticos en estos tres destinos.

La Tabla N° 2.3 se obtuvo utilizando la Tabla N°. 2.1 y 2.2.

La cantidad de paquetes turísticos por mes y por días es el resultado de dividir el número de paquetes turísticos anuales para 12 meses y para 30 días.

Tabla N°. 2.3

Paquetes turísticos para el año base

PAQUETES TURÍSTICOS	% APROXIMADOS DE CONSUMO	NUMERO DE PAQUETES TURÍSTICOS POR AÑO	NUMERO DE PAQUETES TURÍSTICOS POR MES	NUMERO DE PAQUETES TURÍSTICOS POR DÍA
SALINAS	17%	293	24	1
ATACAMES	27%	466	39	2
BAÑOS - PUYO	42%	724	61	3

Fuente: Tabla N°. 2.3, Destinos de mayor interés, 2012

Elaborado por: Noemí Ricachi

Con el análisis anterior se ha dado a conocer la cantidad de paquetes turísticos que va a producir para abastecer la demanda insatisfecha.

2.2.1 Factores determinantes del tamaño

3.2.1.1 Mercado

La demanda del servicio que proveerá la presente empresa en el cantón La Maná presenta un camino viable para la creación de la operadora turística en cuanto a servicios turísticos se refiere, debido a que no se cuenta con una oferta similar.

El objetivo es incrementar la utilización de la misma conforme aumenta la captación de clientes.

3.2.1.2 Disponibilidad de Recursos Financieros

Para la realización del proyecto se cuenta con una base de capital propio, con la cual se iniciará las actividades de la operadora y la compra de parte de la infraestructura, lo que faltase para completar la inversión será financiado mediante entidades financieras que radican en el cantón La Maná, tales como:

- Cooperativa CACPECO
- Banco del Pichincha
- Banco Bolivariano
- Banco Nacional de Fomento
- CFN

Tabla N° 2.4

Cuadro comparativo de entidades financieras y su clasificación de riesgo

INSTITUCIÓN FINANCIERA	FIRMA CALIFICADORA	CALIFICACIÓN
Banco Bolivariano C.A	Pacific Credit Rating	AAA-
Banco Pichincha C.A.	Pacific Credit Rating	AAA-
Banco Nacional de Fomento	Bank Watch Ratings S.A	BBB-
Corporación Financiera Nacional	Pacific Credit Rating	AA-
Cooperativa de Ahorro Crédito de Pequeña Empresa de Cotopaxi. Ltda.	Humphreys S.A	AA-

Fuente: Cuadro comparativo de entidades financieras y su clasificación de riesgo.

Elaborado por: Noemí Ricachi

Tabla N° 2.5

Ventajas y desventajas de las instituciones financieras

INSTITUCIÓN FINANCIERA	VENTAJAS	DESVENTAJAS
Banco Bolivariano C.A	<ul style="list-style-type: none"> ● Es sólida. ● Tiene una sobresaliente trayectoria de rentabilidad. ● Excelente reputación 	<ul style="list-style-type: none"> ● Trámites engorrosos para adquirir los servicios de la identidad.

	<ul style="list-style-type: none"> • en el medio. 	
Banco Pichincha C.A	<ul style="list-style-type: none"> • Destacada trayectoria de rentabilidad y una perspectiva clara y estable. • Creciente presencia internacional del banco. • Mantener sus indicadores financieros. 	<ul style="list-style-type: none"> • Trámites engorrosos para adquirir los servicios de la identidad.
Banco Nacional de Fomento	<ul style="list-style-type: none"> • Brindan apoyo sustancial para el desarrollo sostenido de la economía nacional. • Fortalecer idea. • Generar empleo e impulsando la producción con nuevos beneficios para los sectores más vulnerables del país. • Periodo de gracia. 	<ul style="list-style-type: none"> • Falta de información y trámite engorroso para adquirir los servicios de la identidad.
Corporación Financiera Nacional	<ul style="list-style-type: none"> • Podrán obtener mayores montos de crédito con mejores plazos. • Periodo de gracia. 	<ul style="list-style-type: none"> • Falta de información y trámite engorroso para adquirir los servicios de la identidad.
Cooperativa de Ahorro Crédito de Pequeña Empresa de Cotopaxi. Ltda.	<ul style="list-style-type: none"> • Brinda una medida de seguridad para sus fondos. • No cobran costos de mantenimiento de 	<ul style="list-style-type: none"> • Trámite engorroso para adquirir los servicios de la identidad.

	libreta. <ul style="list-style-type: none"> ● Pagamos unas excelentes tasas de interés. 	
--	---	--

Fuente: Ventajas y Desventajas de las Instituciones Bancarias.

Elaborado por: Noemí Ricachi.

2.2.1.3 Disponibilidad de mano de obra

La disponibilidad de mano de obra se convierte generalmente en un factor predominante en la elección de la ubicación.

Obviamente, se hace referencia a todo personal técnico de cualquier nivel, el cual no se puede obtener fácilmente en algunas localidades del país, una de ellas es nuestro caso que debemos buscar un personal adecuado a las obligaciones a desarrollar en nuestra operadora turística.

En el caso de la empresa se puede afirmar que existe personal capacitado por la existencia, la cual provee de profesionales enfocados en diferentes ramas de turismo y administración, las universidades aledañas al cantón La Mana o personas que han salido a prepararse a la ciudad de Quito y que al finalizar su carrera deciden regresar al cantón.

La contratación de personal se hará bajo un estricto proceso de selección y se tendrán que cumplir con algunos requisitos para ocupar los diferentes puestos, entre los más importantes están: Formación universitaria, conocimiento de

idiomas, experiencia laborable, conocimientos reales de la zona, relaciones interpersonales, conocimientos en los respectivos cargos a ejecutarse, entre los más importantes.

2.2.1.4 Disponibilidad de materiales directos

Se requiere de materiales para la construcción física de las instalaciones de la Empresa turística y también de los accesorios necesarios para el equipamiento y mobiliario.

2.3 Localización

La localización del proyecto comprende el estudio de la mejor ubicación en macro localización y micro localización.

2.3.1 Macro Localización

La operadora turística estará ubicada en la provincia de Cotopaxi específicamente en el cantón La Maná.

Factores que contribuyen a la Macro localización

La operadora turística estará ubicada en la provincia de Cotopaxi, cantón La Maná es el lugar propicio para ubicar la operadora turística, ya que ofrece una localización estratégica tanto para atención de los clientes como para el flujo de

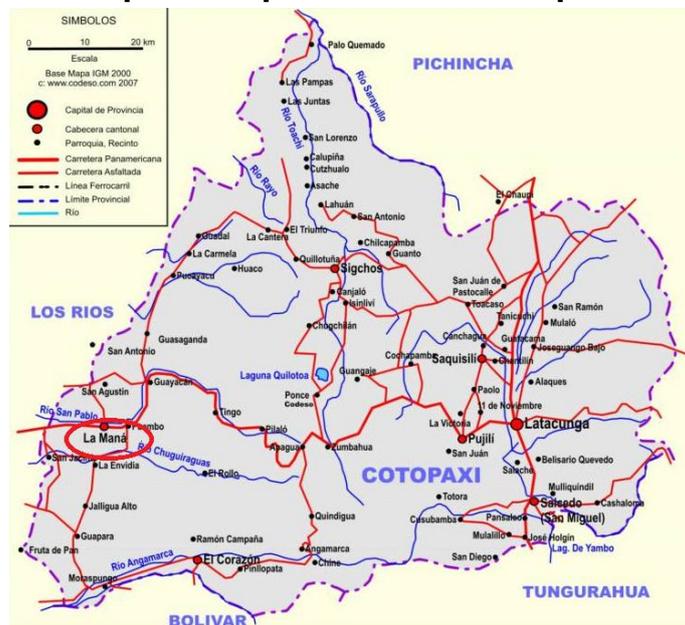
actividades de la operadora, tomando en cuenta que será la única operadora en el cantón La maná.

Mapa de la macro localización

El siguiente mapa corresponde a la provincia de Cotopaxi, situada a unos 150 Km de Latacunga en la región natural occidental de las estribaciones externas de la cordillera de Los Andes.

Gráfico N° 13

Mapa de la provincia de Cotopaxi



Fuente: mapasdeecuador.blogspot.com/2009/02/mapa-de-la-provincia-de-cotopaxi.html

Elaborado por: Noemí Ricachi

2.3.2 Micro localización

La micro localización analiza de una manera más detallada los posibles lugares en donde se pueden establecer las oficinas de la empresa. En este estudio también se analiza las principales características que deben tener la ubicación de la oficina para el proyecto.

Para determinar el sitio definitivo donde se llevará a cabo el proyecto se evaluarán alternativas como: medios y costos de transporte, fuentes de abastecimiento, factores ambientales, servicios básicos, cuya información se lo manejará a través de una matriz de localización.

Selección de la localización óptima micro localización

A los factores anteriormente seleccionados se los asignará valores de acuerdo con el grado de prioridad que debe tener las posibles ubicaciones.

FACTOR	PORCENTAJE
1. Proximidad con el terminal terrestre.	15%
2. Cercanía a los Hoteles de la ciudad.	30%
3. Cercanía a los centros comerciales de la ciudad.	20%
4. Fácil ubicación por parte de nuestros clientes.	35%

Se ha seleccionado cuatro posibles lugares dentro de las zonas principales del cantón La Maná los cuales se procederá a realizar la ponderación de cada lugar.

Los cuatro posibles lugares se detallan a continuación:

SITIO	COSTO EN DÓLARES
1. Oficinas de 60 m2 sin divisiones, baño, teléfono (Av.19 de Mayo y La pista)	\$300
2. Oficinas de 50 m2, con baño y línea Telefónica. (Calabi y Pujili)	\$ 260
3. Oficinas de 63 m2 con baños (Av. Amazonas y Calabi)	\$ 280
4. Oficinas de 60 m2 con baño (Av19 de Mayo y Medardo Ángel Silva)	\$ 260

Al obtener estas cuatro direcciones se procedió a realizar la matriz de ponderación para evaluar cada lugar de acuerdo a los factores que se ha mencionado anteriormente.

Tabla N° 2.6

Micro-localización del proyecto matriz cualitativa por puntos

LUGARES	PORCENTAJE DE IMPORTANCIA	CALIFICACIÓN	CALIFICACIÓN PONDERADA	N°1	N°2	N°3	N°4
1. Proximidad con el terminal terrestre.	0.15	7	1.05	Si	No	Si	No
2. Cercanía a los Hoteles de la ciudad.	0.30	8	2.4	No	Si	Si	No
3. Cercanía a los centros comerciales de la ciudad.	0.20	6	1.2	No	Si	Si	No
4. Fácil ubicación por parte de nuestros clientes.	0.35	5	1.75	Si	No	Si	Si

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Noemí Ricachi

Se ha evaluado los cuatro locales en los cuales se puede emplazar la empresa y se ha obtenido que el sitio óptimo para en donde la empresa debería tener sus oficinas es en el sitio N° 3. La calificación de cada uno de los locales se lo realizó basándose en los factores establecidos y determinando cuál de ellos cumple en mayor puntaje con ellos de acuerdo a su ubicación y precio.

La empresa deberá ubicarse en la Av. Amazonas y Calabi puesto que esta oficina cuenta con una amplia disponibilidad de los servicios básicos, que ayudará al funcionamiento de la empresa. La cercanía al terminal terrestre de la ciudad se encuentra a una cuadra de la ubicación del local, de la misma

manera se encuentra en un sitio en donde los hoteles están en el sector. Al establecer las oficinas en la Av. Amazonas y Calabi, es de fácil ubicación por parte de nuestros clientes, en esta zona también se encuentran ubicados los principales tiendas de vestir del cantón.

2.4 Ingeniería de proyectos

En la ingeniería del proyecto, se determinan todos los recursos necesarios para cumplir con el tamaño de producción que se haya establecido como óptimo¹³.

La ingeniería del proyecto se centra en los aspectos de compras, construcción, montaje y puesta en marcha de los activos fijos y diferidos asociados a los mismos que permitan la operación de la empresa para la prestación del servicio.

¹³ <http://www.aulafacil.com/proyectos/curso/Lecc-8.htm>

2.4.1 Proceso de producción y servicio

Planificación Turística

Objetivos:

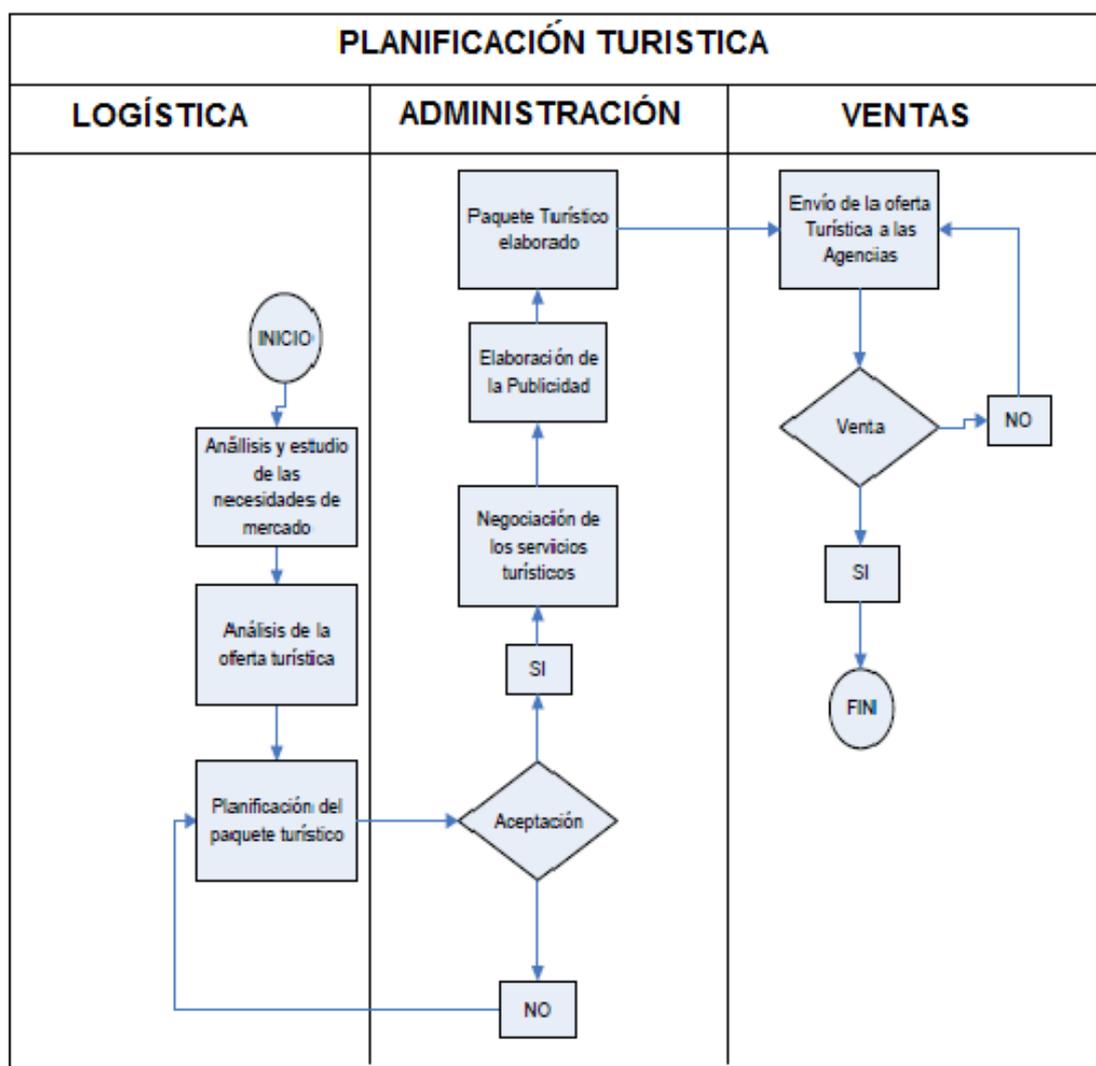
Planificar las rutas de viajes adecuadas en función de la temporada y los gustos de mercado, para ofrecer mejores propuestas al mercado turístico.

Actividades:

- Realizar un análisis de las necesidades del mercado
- Estudiar los lugares turísticos más relevantes y su oferta turística.
- Elaborar la publicidad
- Realizar la venta a las agencias turísticas.
- Ver el gráfico N° 14

Gráfico N° 14

Proceso de planificación turística



Fuente: Noemí Ricachi.

Elaborado por: Noemí Ricachi

Negociación Objetivos:

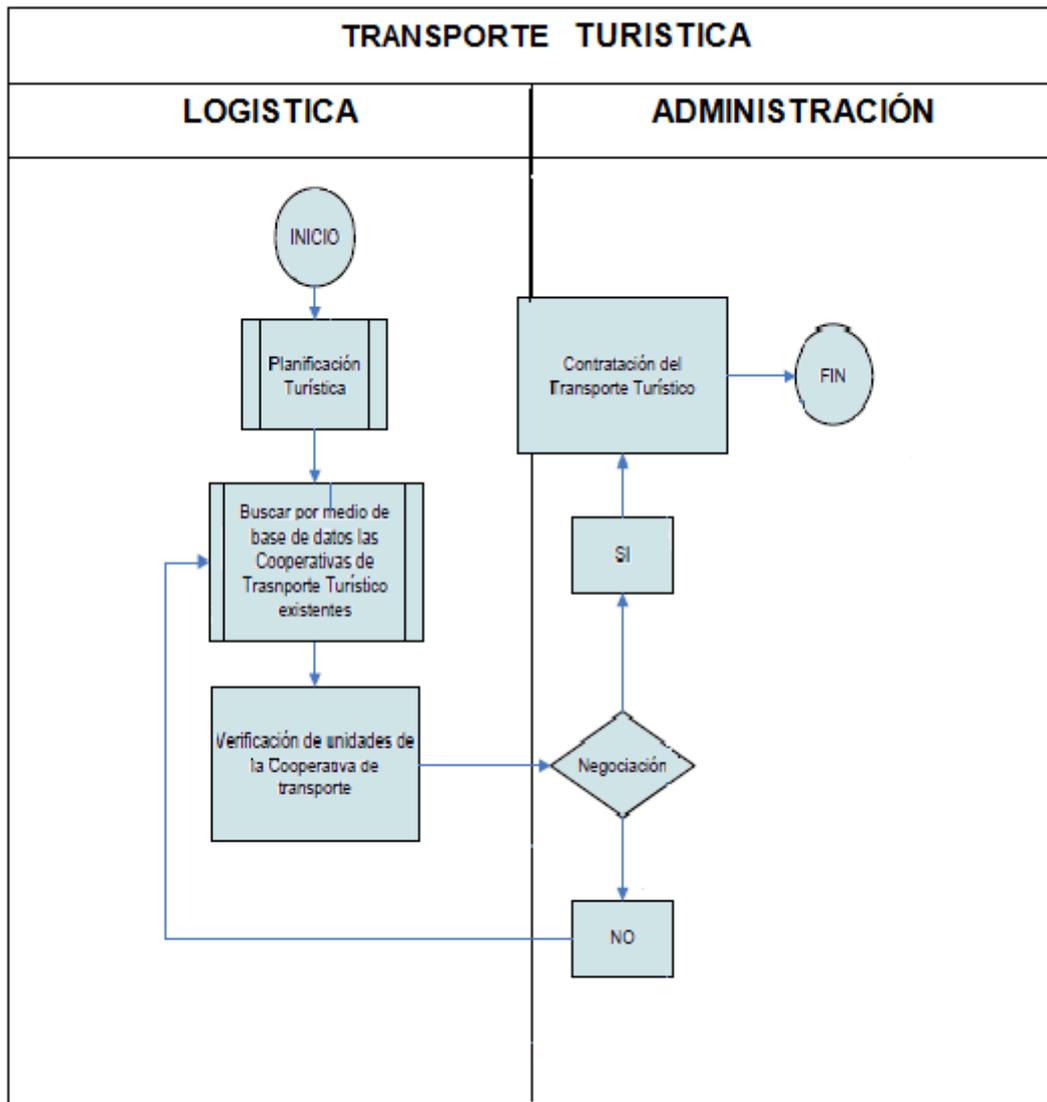
Negociar los servicios turísticos de acuerdo a la planificación turística logrando obtener calidad en la oferta turística a menor precio.

Actividades para negociar el transporte turístico:

- Buscar por medio de base de datos las cooperativas de transporte turístico de la provincia.
- Determinar la calidad de las unidades.
- Realizar la negociación en función del precio y de las rutas a recorrer.
- Ver gráfico N° 15.

Gráfico N° 15

Proceso de negociación de servicios turísticos



Fuente: Noemí Ricachi.

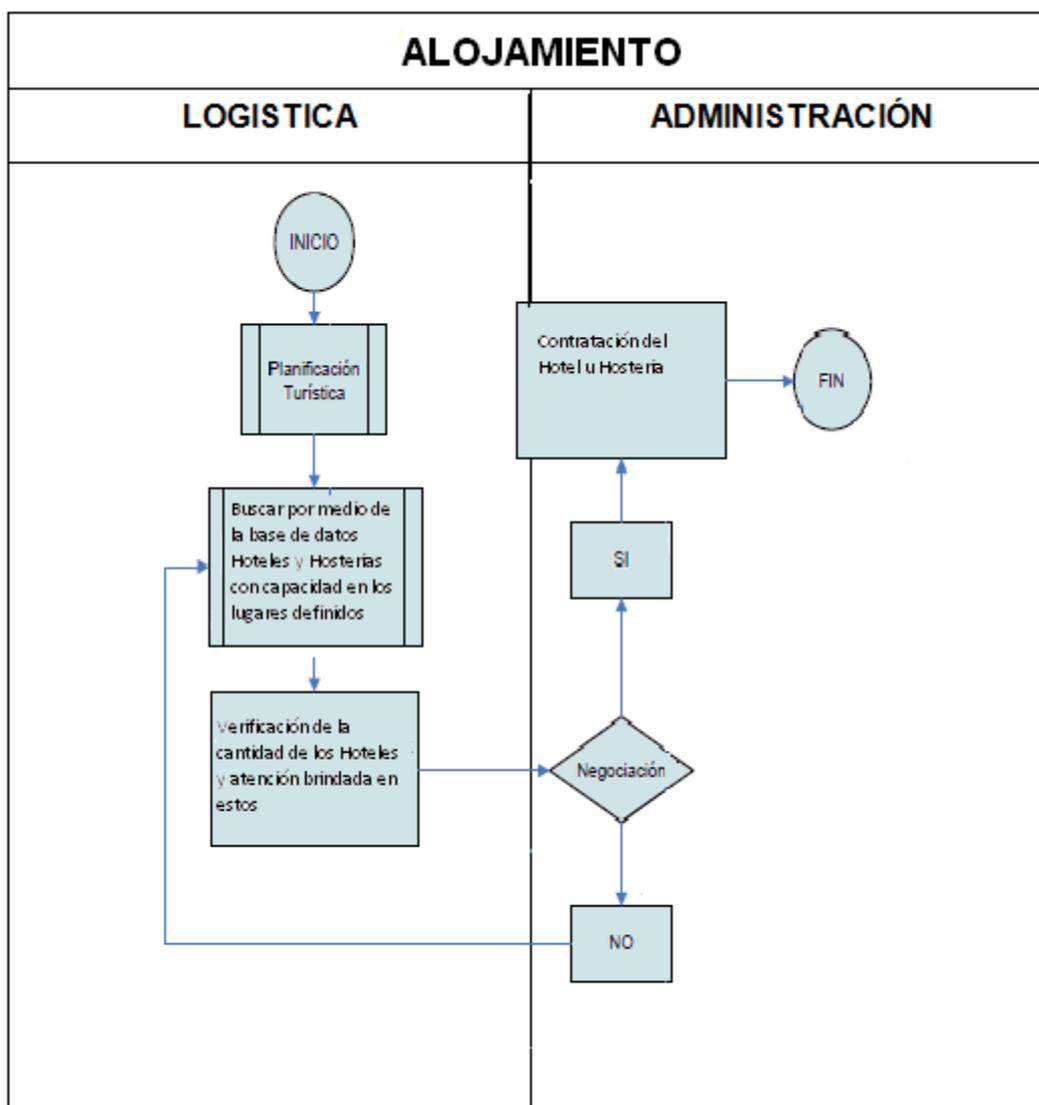
Elaborado por: Noemí Ricachi

Actividades para negociar el alojamiento:

- Buscar por medio de base de datos los servicios turísticos de alojamiento, tales como hostales, hoteles u hosterías.
- Verificar la calidad de las instalaciones y la atención.
- Realizar la negociación en función del precio y del volumen de turistas.
- Ver gráfico N° 16

Gráfico N° 16

Proceso de negociación de servicios turísticos



Fuente: Noemí Ricachi.

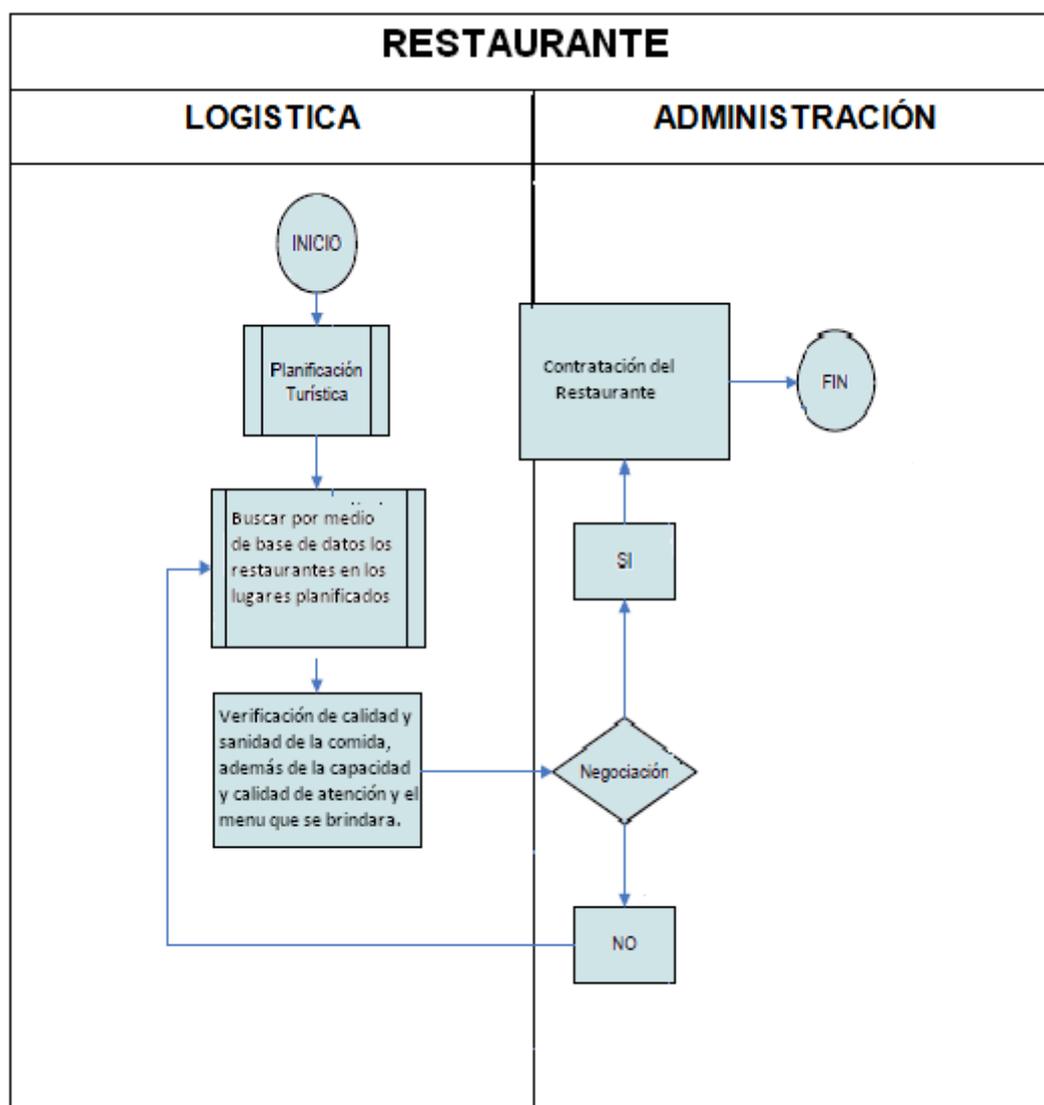
Elaborado por: Noemí Ricachi

Actividades para negociar los restaurantes:

- Buscar por medio de base de datos los restaurantes disponibles y su capacidad.
- Verificar la calidad de los alimentos y su preparación.
- Realizar la negociación en función del precio y del volumen de turistas.
- Ver gráfico N° 17

Gráfico N° 17

Proceso de negociación de servicios turístico



Fuente: Noemí Ricachi.

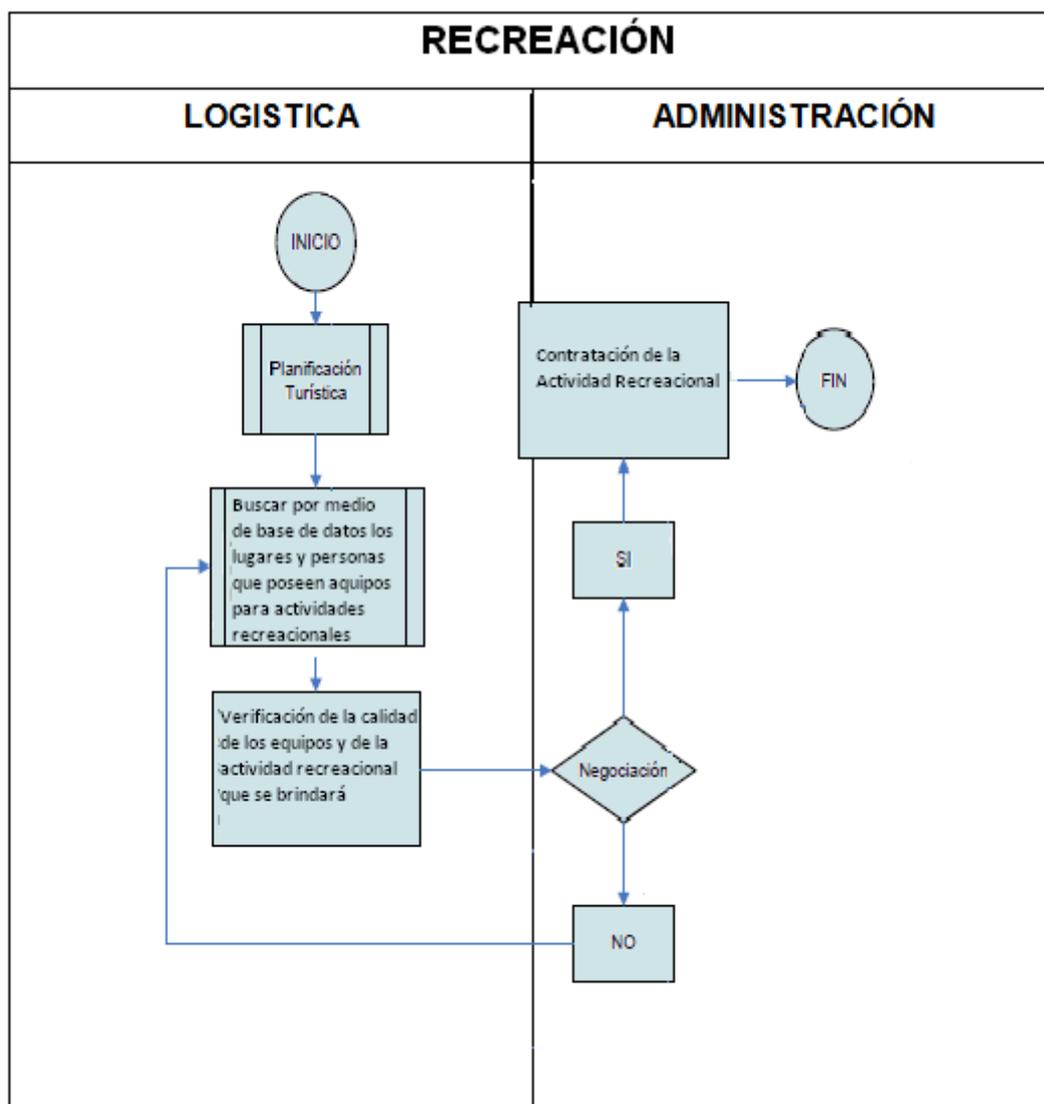
Elaborado por: Noemí Ricachi

Actividades para negociar la recreación:

- Buscar por medio de base de datos los servicios turísticos de recreación, cuáles son y quienes los brindan y su uso.
- Verificar la calidad de los equipos y de las actividades, comprobando su seguridad.
- Realizar la negociación en función del precio y del volumen de turistas.
- Ver gráfico N° 18

Gráfico N° 18

Proceso de negociación de servicios turísticos



Fuente: Noemí Ricachi.

Elaborado por: Noemí Ricachi

Recepción del turista y entrega del servicio

Objetivo:

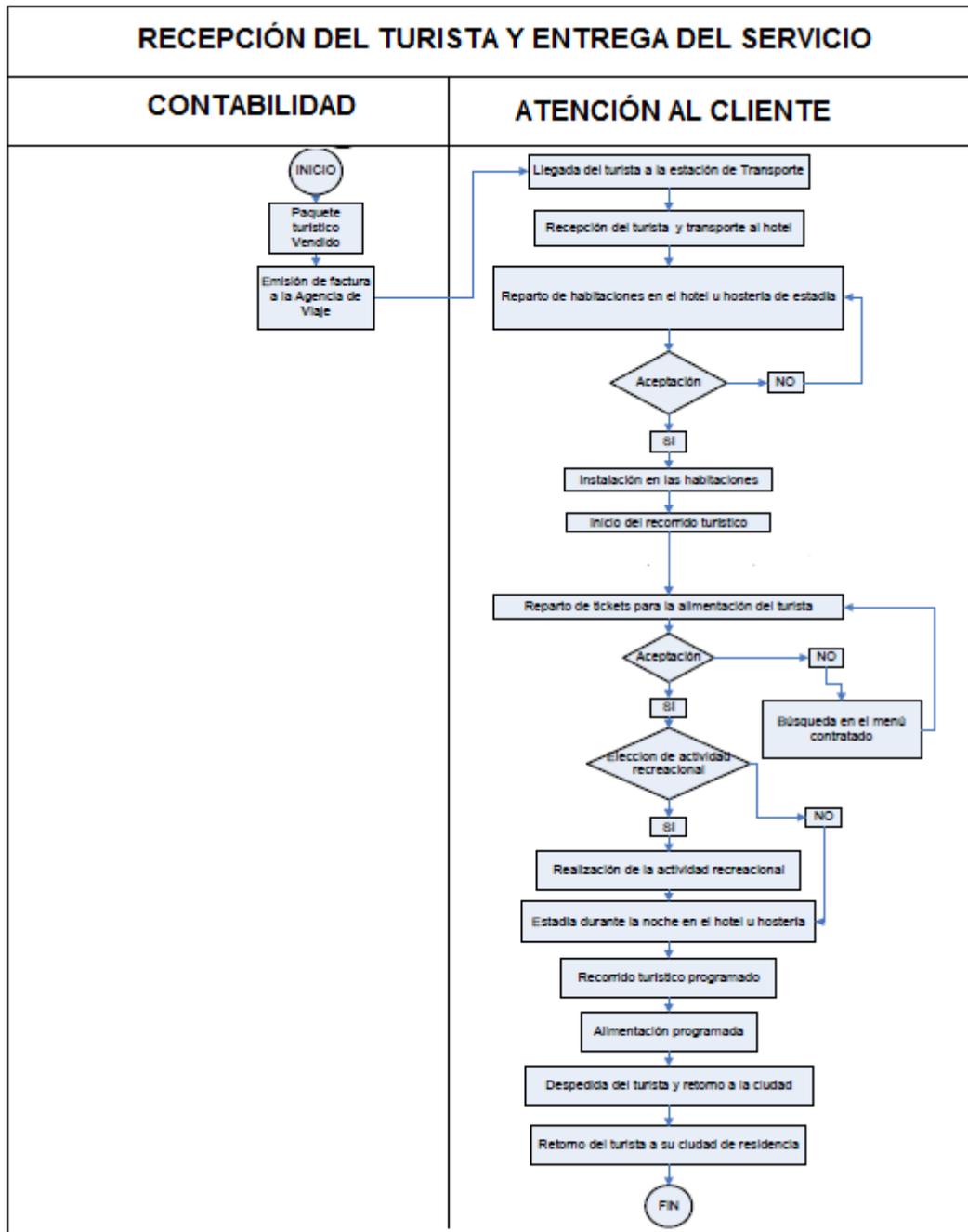
Brindar un servicio de calidad, diferenciado por la excelencia en la atención del turista, tanto en la infraestructura ofrecida como en las actividades a realizar.

Actividades para realizar la recepción del turista y entrega del servicio:

- Emitir la factura y entregarla a la respectiva agencia de viaje
- Recepción del turista en la estación o Terminal terrestre, lugar donde este llegue.
- Transporte del turista de la estación al hotel, hostería u hostel donde realizará su estancia.
- Repartir las habitaciones, según la conveniencia de los turistas o como se haya pactado anteriormente.
- Instalación del turista en sus habitaciones.
- Inicio de las actividades programadas.
- Entrega de ticket para la alimentación del turista.
- Realización de las actividades recreacionales.
- Estadía en la noche en el lugar de alojamiento.
- Inicio de las actividades programadas en el tour.
- Alimentación del turista según lo planificado.
- Despedida del turista y retorno a la ciudad.
- Regreso del turista a su lugar de residencia.
- Ver gráfico N° 19.

Gráfico N° 19

Proceso de entrega del servicio



Fuente: Noemí Ricachi.

Elaborado por: Noemí Ricachi

2.4.2 Infraestructura

El local destinado para el funcionamiento de la agencia será arrendado. Con un costo mensual de \$280, tiene una sola planta de 63 metros cuadrados y tendrá como principal la Av. Amazonas y Calabi.

El local cuenta con lo siguiente:

- Instalaciones eléctricas
- Agua potable
- Instalaciones sanitarias
- Piso de baldosa
- Una puerta principal
- Dos ventanas laterales de vidrio

A continuación, el gráfico N° 20 presenta el plano del local tal como se recibirá:

Gráfico N° 20

Plano del local



PLANTA LOCAL
esc 1 ____ 50

Fuente: Local – oficina de la operadora turística

Elaborado por: Verónica Cárdenas (Estudiante de Arquitectura)

Dimensiones primarias del local:

Área del Local = 63m^2

Área Vacía = 55.89 m^2

Baño = 2.41 m^2

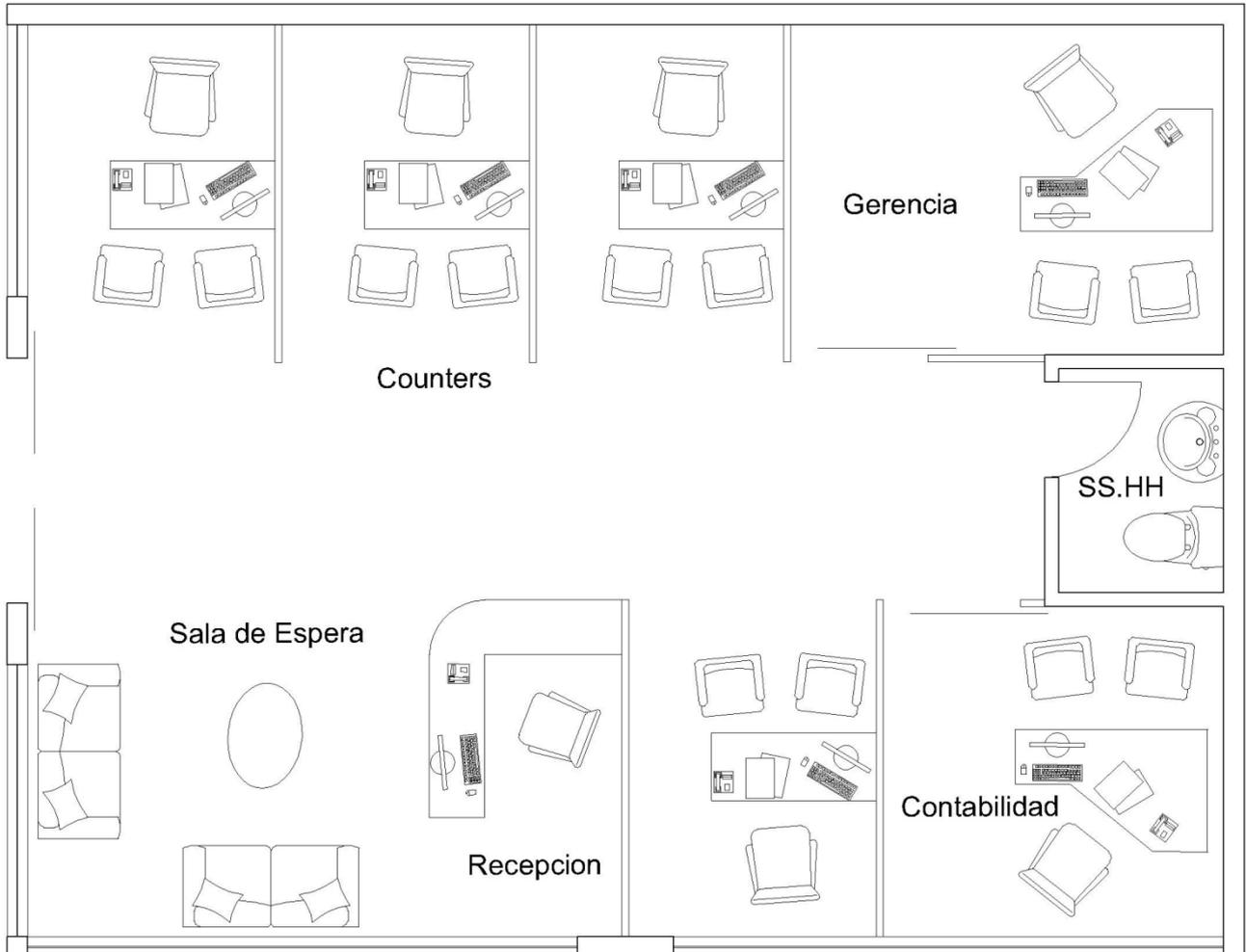
Al encontrar un local con características adecuadas, se realizara el arreglo de infraestructura; tomando en cuenta lo siguiente:

Dimensiones del local amoblado:

- Gerencia = 7.64 m^2
- Counters = 4.46 m^2
- Contabilidad = 6 m^2
- Guía = 4.46 m^2
- Recepción = 2.25 m^2
- Sala de Espera = 7.16 m^2
- Área de Circulación = 12.59 m^2

Gráfico N° 21

Plano de local amoblado



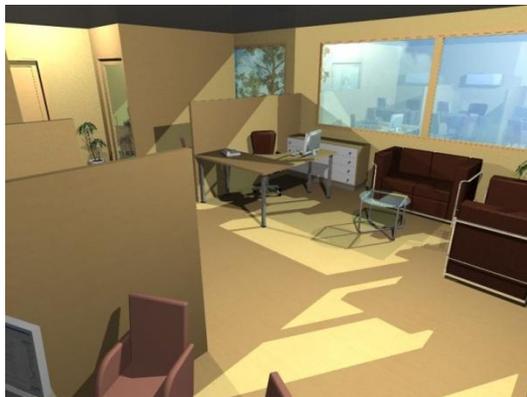
PLANTA AMOBLADA OPERADORA TURISTICA

esc 1 ____ 50

Fuente: Local – oficina de la operadora turística

Elaborado por: Verónica Cárdenas (Estudiante de Arquitectura)

IMÁGENES DEL LOCAL EN 3D



Fuente: Local – oficina de la operadora turística

Elaborado por: Verónica Cárdenas (Estudiante de Arquitectura)

2.4.3 Requerimiento para el funcionamiento de la operadora turística

Entre los requerimientos para el funcionamiento tenemos:

Tabla N° 2.7

Oficina

OFICINA		
Arriendo	280,00	
TOTAL		280,00

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Noemí Ricachi

Tabla N° 2.8

Muebles y enseres

MUEBLES Y ENSERES		
7 Escritorio de computo	1999,97	
2 Sofás	250,00	
1 Mesa de centro	26,79	
3 Archivadores verticales	508,92	
3 Sillas ejecutivas	428,58	
10 Sillas normales	285,70	
IVA	419,99	
TOTAL		3919,95

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Noemí Ricachi

2.4.4 Requerimiento de maquinarias y equipos

El equipo necesario para el inicio de actividades de la operadora turística es:

Tabla N° 2.9
Equipos de cómputo

EQUIPOS DE COMPUTO		
7 Computadoras	4924,99	
IVA	509,99	
TOTAL		5515,98

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Noemí Ricachi

Tabla N° 2.10
Equipos de oficina

EQUIPOS DE OFICINA		
5 Teléfonos	89,29	
3 impresoras	281,25	
1 Infocus	659,82	
IVA	123,64	
TOTAL		1154,01

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Noemí Ricachi

Tabla N° 2.11

Varios

VARIOS		
Instalación Internet	60	
TOTAL		60

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Noemí Ricachi

2.4.5 Requerimiento de personal

Personal que va a utilizar en la operadora turística es la siguiente:

Tabla N° 2.12

Requerimiento de personal

PERSONAL	CANTIDAD	SUELDO MENSUAL
Gerente	1	750,00
Contador	1	450,00
Secretaria	1	300,00
Counters	3	1.050,00
Guías Turísticos	3	900,00
Conserje	1	300,00
TOTAL		2.750,00

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Noemí Ricachi

CAPITULO III

3.1 Marco legal

El marco legal es la parte en la que se estudian las diferentes condiciones reglamentarias en que se ve comprometido un proyecto, estas pueden ser con relación a patentes municipales, licencias, impuestos y todos los permisos necesarios para el establecimiento y operación de la agencia.

3.1.1 Regulaciones para las agencias de viajes u operadoras

De acuerdo al Reglamento General de las Actividades Turísticas¹⁴ elaborado en el año 2002, se establece que las Agencias de Viajes se clasifican en¹⁵:

- a. Mayoristas
- b. Internacionales
- c. Operadoras

La empresa que se va a implementar corresponde al literal **c.** Operadora: por lo que se registrará a las exigencias de este reglamento con respecto a las agencias de viajes donde se establece que son consideradas de viajes a las compañías sujetas a la vigilancia y control de la Superintendencia de Compañías, en cuyo objeto social conste el desarrollo profesional de actividades turísticas dirigidas

¹⁴ Decreto Ejecutivo N° 3400, Registro Oficial N° 726, diciembre 2006, Capítulo. II, Art.79.

¹⁵ Reglamento General de Actividades Turísticas

a la prestación de servicios en forma directa o como intermediación, utilizando en su accionar medios propios o de terceros.

3.1.2 Tipos de compañías¹⁶

Existen cinco especies de compañías de comercio¹⁷, y son:

1. Compañías de responsabilidad limitada
2. Compañías anónimas
3. Compañía en comandita simple
4. Compañía en comandita por acciones
5. Compañía en nombre colectivo

Si buscamos que la operadora turística esté sujeta al control de la Superintendencia de Compañías, debemos basarnos en lo que la Ley de Compañías establece, por lo que, a continuación presentaremos las características más sobresalientes de las compañías que constituyen personas jurídicas.

3.1.2.1 Compañías de responsabilidad limitada

La compañía de responsabilidad limitada, es la que se contrae con un mínimo de dos personas, y pudiendo tener como máximo un número de quince. En ésta especie de compañías sus socios responden únicamente por las

¹⁶

http://www.supercias.gov.ec/Documentacion/Sector%20Societario/Marco%20Legal/instructivo_soc.pdf

¹⁷ LEY DE COMPAÑÍA, codificación N° 000. R0/312, noviembre 1999, sección I, Art. 2.

obligaciones sociales hasta el monto de sus aportaciones individuales, y hacen el comercio bajo su razón social o nombre de la empresa acompañado siempre de una expresión peculiar para que no pueda confundirse con otra compañía.

REQUISITOS:

EL NOMBRE.

En esta especie de compañías puede consistir en una razón social, una denominación objetiva o de fantasía. Deberá ser aprobado por la Secretaría General de la Oficina Matriz de la Superintendencia de Compañías, o por la Secretaría General de la Intendencia de Compañías de Quito, o por el funcionario que para el efecto fuere designado en las intendencias de compañías¹⁸.

SOLICITUD DE APROBACIÓN.

La presentación al Superintendente de Compañías, se hará con tres copias certificadas de la escritura de constitución de la compañía, adjuntando la solicitud correspondiente, la misma que tiene que ser elaborada por un abogado, pidiendo la aprobación del contrato constitutivo.

¹⁸

http://www.supercias.gov.ec/Documentacion/Sector%20Societario/Marco%20Legal/instructivo_soc.pdf

NÚMEROS MÍNIMO Y MÁXIMO DE SOCIOS.

La compañía se constituirá con dos socios, como mínimo y con un máximo de quince, y si durante su existencia jurídica llegare a exceder este número deberá transformarse en otra clase de compañía o deberá disolverse. Cabe señalar que ésta especie de compañías no puede subsistir con un solo socio¹⁹.

CAPITAL MÍNIMO.

El capital mínimo con que se va a constituir la compañía de responsabilidad limitada, es de \$400,00 dólares. El capital deberá suscribirse íntegramente y pagarse al menos en el 50% del valor nominal de cada participación y su saldo deberá cancelarse en un plazo no mayor a 12 meses. Las aportaciones pueden consistir en numerario (dinero) o en especies (bienes) muebles o inmuebles e intangibles, o incluso, en dinero y especies a la vez. En cualquier caso las especies deben corresponder a la actividad o actividades que integren el objeto de la compañía. El socio que ingrese con bienes, se hará constar en la escritura de constitución, el bien, su valor, la transferencia de dominio a favor de la compañía, y dichos bienes serán avaluados por los socios o por los peritos.

3.1.2.2 Compañías anónimas

Esta compañía tiene como característica principal, que es una sociedad cuyo capital, dividido en acciones negociables, y sus accionistas responden únicamente por el monto de sus aportaciones. Esta especie de compañías se

19

http://www.supercias.gov.ec/Documentacion/Sector%20Societario/Marco%20Legal/instructivo_soc.pdf

administra por mandatarios amovibles (socios o no). Se constituye con un mínimo de dos socios sin tener un máximo.

Requisitos: La compañía deberá constituirse con dos o más accionistas, según lo dispuesto en el Artículo 147 de la Ley de Compañías, sustituido por el Artículo 68 de la Ley de Empresas Unipersonales de Responsabilidad Limitada. La compañía anónima no podrá subsistir con menos de dos accionistas, salvo las compañías cuyo capital total o mayoritario pertenezcan a una entidad del sector público.

EL NOMBRE.

En esta especie de compañías puede consistir en una razón social, una denominación objetiva o de fantasía. Deberá ser aprobado por la Secretaría General de la Oficina Matriz de la Superintendencia de Compañías, o por la Secretaría General de la Intendencia de Compañías de Guayaquil, o por el funcionario que para el efecto fuere designado en las intendencias de compañías.

SOLICITUD DE APROBACIÓN.

La presentación al Superintendente de Compañías se la hará con tres copias certificadas de la escritura de constitución de la compañía, adjuntando la solicitud correspondiente, la misma que tiene que ser elaborada por un abogado, pidiendo la aprobación del contrato constitutivo.

SOCIOS Y CAPITAL.

Números mínimo y máximo de socios. La compañía se constituirá con un mínimo de dos socios, sin tener un máximo de socios.

Capital.- El capital mínimo con que ha de constituirse la compañía anónima, es de \$800,00 dólares. El capital deberá suscribirse íntegramente y pagarse al menos en el 25% del capital total. Las aportaciones pueden consistir en dinero o en bienes muebles o inmuebles e intangibles, o incluso, en dinero y especies a la vez. En cualquier caso, las especies deben corresponder al género de comercio de la compañía. La actividad o actividades que integren el objeto de la compañía. El socio que ingrese con bienes se hará constar en la escritura de constitución, los bienes serán valuados por los socios. La compañía podrá establecerse con el capital autorizado, el mismo que no podrá ser mayor al doble del capital suscrito.

3.1.2.3 Compañía en comandita simple

La compañía tiene dos clases de socios y se contrae entre uno o varios socios solidarios e ilimitadamente responsables llamados socios comanditados y uno o más socios suministradores de fondos, llamados socios comanditarios, cuya responsabilidad se limita al monto de sus aportes.

RAZÓN SOCIAL

- Consiste en el nombre de uno o varios de los socios comanditados, al que se agregará las palabras “Compañía en comandita”.

- Para esta compañía no existe un mínimo de capital fundacional.
- La administración está a cargo de los socios comanditados.
- La compañía en comandita simple se constituirá en la misma forma que una compañía en nombre colectivo.
- No está sujeta a la Superintendencia de Compañías.

3.1.2.4 Compañía en comandita por acciones

Al igual que la compañía en comandita simple, esta compañía se constituye entre dos clases de socios: comanditados y comanditarios.

RAZÓN SOCIAL

Se formará con los nombres de uno o más socios solidariamente responsables llamados socios comanditados, seguido de las palabras “compañía en comandita”.

CAPITAL

Esta compañía se dividirá en acciones nominativas de un valor nominal igual. La décima parte del capital social, por lo menos, debe ser aportada por los socios solidariamente responsables (comanditados).

La administración de la compañía corresponde a los socios comanditados.

Respecto a lo no contemplado en las anteriores características, esta compañía se rige por las reglas de la compañía anónima.

3.1.2.5 Compañías en nombre colectivo

- En esta compañía rige el principio de conocimiento y confianza entre los socios.
- No admite suscripción pública de capital.
- El contrato de compañía en nombre colectivo se celebra por escritura pública; La escritura pública de formación de la compañía será aprobada por un Juez de lo Civil.
- La compañía se forma entre 2 o más personas.
- El nombre de la compañía debe ser una razón social que es la fórmula enunciativa de los nombre de todos los socios, o de algunos de ellos, con la agregación de las palabras “y compañía”.
- La ley no señala para esta compañía un mínimo de capital fundacional;
- Los aportes de capital no están representadas por títulos negociables.
- Para la constitución de la compañía se pagará no menos del cincuenta por ciento del capital suscrito.
- Por las obligaciones sociales los socios responden en forma solidaria e ilimitada.
- No está sujeta a la Superintendencia de Compañías.

Tabla N° 3.13

Ventajas y desventajas de los tipos de compañías

TIPO DE EMPRESA	VENTAJAS	DESVENTAJAS
SOCIEDAD DE RESPONSABILIDAD LIMITADA	<ol style="list-style-type: none"> 1. No existe elevada cantidad de capital para constituir. 2. La responsabilidad de los socios está limitada a las aportaciones. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. No se puede estipular capital estipulado.
SOCIEDAD ANÓNIMA	<ol style="list-style-type: none"> 1. Se puede transmitir las acciones mediante su venta. 2. La responsabilidad de los socios está limitada a las aportaciones. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Exige capital mínimo para constituirse. 2. Requiere una forma más compleja de organización y una junta de accionistas al año como mínimo.
COMANDITA SIMPLE	<ol style="list-style-type: none"> 1. No requiere de capital mínimo. 2. Cada socio participa directamente en los beneficios. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. No permite una gran flexibilidad en su manejo y administración, ni su ampliación con facilidad.
COMANDITA POR ACCIONES	<ol style="list-style-type: none"> 1. No requiere de capital mínimo. 2. Cada socio participa directamente en los beneficios. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. No permite una gran flexibilidad en su manejo y administración, ni su ampliación con facilidad.
NOMBRE COLECTIVO	<ol style="list-style-type: none"> 1. La posibilidad de reunir un mayor capital para la empresa. 2. Cada socio tiene directamente a un voto salvo pacto en lo contrario. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Vida limitada. 2. Responsabilidad ilimitada.

Fuente: Superintendencia de Compañías.

Elaborado por: Noemí Ricachi

Al ser el proyecto una compañía de comercio orientado a la oferta y comercialización de servicios turísticos, se ha determinado que la adecuada compañía a establecerse es la compañía de responsabilidad limitada, ya que:

La Compañía de Responsabilidad Limitada es la que se contrae entre tres o más personas, que solamente responde 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 añade, en todo caso, las palabras “Compañía Limitada” o su correspondiente abreviatura²⁰.

3.1.3 Tramite para la creación de una operadora turística

Para establecer una operadora turística, se debe obligatoriamente constituirse como empresa sujeta a control de la Superintendencia de Compañía.

El trámite para constitución de una compañía es la siguiente:

1. Reserva del nombre en la Superintendencia de Compañías.

Se debe presentar (mínimo 10 opciones). La reserva del nombre tendrá validez por el plazo de treinta días, contados desde la fecha de reserva.

Este nombre puede ser posteriormente registrado en el Instituto Ecuatoriano de la Propiedad Intelectual, lo cual otorga propiedad sobre el mismo. (Superintendencia de Compañías). En el caso de agencias de

²⁰

http://www.supercias.gov.ec/Documentacion/Sector%20Societario/Marco%20Legal/instructivo_soc.pdf

viajes se debe solicitar en el IEPI un certificado de búsqueda del nombre comercial, el mismo que será entregado en el Ministerio de Turismo.

Posteriormente se abre una cuenta de integración de la compañía, conforme a los capitales mínimos establecidos para cada tipo de empresa en la Ley de Compañías: Limitada \$ 400, 00 dólares; Sociedad Anónima \$ 800, 00 dólares. En el caso de agencias de viaje se aplican los mismos valores; pero se debe tomar en cuenta los valores del activo real fijados por el Ministerio de Turismo, los mismos que no serán exigibles en las ciudades que tengan menos de cincuenta mil habitantes.

2. Minuta de constitución de compañía (firmada por un abogado).

Se debe adjuntar el estatuto de la compañía, el cuadro de integración del capital. En el caso de agencias de viaje, como documentos habilitantes se debe adjuntar el certificado provisional de afiliación a la CAPTUR. Luego se eleva a escritura pública.

3. Carta de solicitud de aprobación.

Debe estar dirigida al Superintendente de Compañías, suscrita por un abogado, en la que se pida la aprobación del contrato constitutivo y su registro, y se deben adjuntar tres copias certificadas de la escritura de constitución de la compañía.

La Superintendencia de Compañías revisa la documentación en 3 días, y emite su resolución si no encuentra objeciones. En el caso de

haberlas, emite un oficio de observaciones, las cuales deberán ser corregidas en la escritura pública o documentos que señale el oficio.

4. Con la resolución se debe:

Se debe solicitar a la Superintendencia el extracto de la compañía para ser publicado en el diario de mayor circulación del lugar donde se va a domiciliar la misma; realizar la afiliación a la Cámara correspondiente dependiendo del objeto social y obtener el certificado de afiliación definitiva; registrar los nombramientos de Presidente y Gerente General o Representante Legal en el Registro Mercantil; obtener la patente municipal.

5. Con estos documentos.

Se debe acudir nuevamente a la Superintendencia de Compañías, quien emitirá una hoja de datos de la compañía; con éste se procede a realizar la marginación de las resoluciones y a realizar el respectivo registro en el Registro Mercantil, a partir de este momento tiene validez jurídica.

6. Se obtiene el RUC en el Servicio de Rentas Internas para persona jurídica. (S.R.I.).

7. Se abre un número patronal de compañías en el Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social (I.E.S.S.)

8. Se obtiene el Certificado de Registro en el Ministerio de Turismo.

3.1.4 Permisos para operar

3.1.4.1 Registro de actividad turística (ministerio de turismo)

Obligación: Registro de la actividad turística.

En el Ministerio de Turismo en la Sección de “Recursos Naturales”, se debe presentar una “Solicitud de Registro para Agencias de Viajes” dirigida al Ministerio de Turismo.

En esta se debe detallar la razón social (persona jurídica), la denominación, ubicación (especificando: provincia, cantón, calle, número, transversal, sector y teléfono), fecha de constitución, fecha de inicio de operaciones, Registro Único de Contribuyentes (RUC), monto de inversión y número de empleados.

Además se deben cumplir con ciertos requisitos y formalidades para el registro de la agencia de viajes, estos son²¹:

1. Copia certificada de la escritura de constitución, aumento de capital o reforma de estatutos, si los hubiere, tratándose de personas jurídicas.
2. Nombramiento del representante legal, debidamente inscrito en la Oficina del Registro Mercantil.
3. Copia del R.U.C.

²¹ Reglamento General de Aplicación a la Ley de Turismo; Art. 8 y 9.

4. Copia de la cédula de identidad.
5. Copia de la papeleta de votación.
6. Copia del contrato de compra-venta del establecimiento, en caso de cambio de propietario, con la autorización de utilizar el nombre comercial.
7. Certificado de búsqueda de nombre comercial, emitido por el Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual IEPPI.
8. Copia del título de propiedad (escrituras de propiedad) o contrato de arrendamiento del local, debidamente legalizado.
9. Lista de precios de los servicios ofertados (original y copia).
10. Declaración Juramentada de activos fijos para cancelación del 1 por mil.

Plazo: Máximo 30 días después del inicio de la actividad

Sanción: El no registro se sanciona con USD 100,00 y la clausura del establecimiento.

Base Legal: Arts. 8 y 9 de la Ley de Turismo. Reglamento General de Aplicación a la Ley de Turismo.

3.1.4.2 Inscripción De Compañía (Superintendencia de Compañías)

Obligación: Registro como persona jurídica

Al tratarse el presente proyecto de una compañía de comercio orientada a la oferta y la comercialización de servicios turísticos, la modalidad más adecuada para establecerla es la de compañía de responsabilidad limitada, ya que:

- La compañía de responsabilidad limitada es la que se contrae entre tres 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 añade, en todo caso, las palabras “Compañía Limitada” o su correspondiente abreviatura²².
- Para conformar el capital de la compañía, los socios deberán realizar sus aportaciones, ya sean numerarias o en especies. Además, estará dividido en participaciones expresadas en la forma que señale el Superintendente de Compañías²³.
- El número máximo de socios es de quince. El capital estará constituido por las aportaciones de los socios. Las participaciones que comprenden los aportes de capital de esta compañía serán iguales, acumulativas e indivisibles²⁴.

²² Ley de Compañías; de la Compañía de responsabilidad Limitada; Disposiciones Generales; Art. 92

²³ Ley de Compañías; de la Compañía de responsabilidad Limitada; Del capital, Art. 102

²⁴ Ley de Compañías; de la Compañía de responsabilidad Limitada; Del capital, Art. 106

3.1.4.3 Registro único de contribuyentes (servicio de rentas internas)

Obligación: Obtener el Registro Único de Contribuyentes (RUC).

El Servicio de Rentas Internas es un organismo estatal encargado de controlar la declaración tributaria de todas las personas naturales y jurídicas. La agencia de viajes operadora se constituye en una persona jurídica que está obligada a llevar contabilidad y a actuar bajo el control del SRI.

Para obtener el RUC (documento numerado que identifica a las personas naturales y jurídicas prestadoras de servicios y/o agentes de retención de impuestos) se debe presentar los siguientes documentos²⁵:

1. Formulario RUC 01-A lleno y firmado por el representante legal.
(Anexo3)
2. Original o copia certificada de la escritura pública de constitución o domiciliación inscrita en el Registro Mercantil.
3. Identificación del representante legal, que pueden ser:
 - a. Ecuatorianos: original y copia de la cédula de identidad y copia del certificado de votación del último proceso electoral.
 - b. Extranjeros residentes: original y copia de la cédula de identidad.
 - c. Extranjeros no residentes: original y copia del pasaporte con hojas de identificación y tipo de visa 9 -10 o 12 vigente.

²⁵ Servicio de Rentas Internas

4. Original y copia de la hoja de datos generales del Registro de Sociedades (este es solo para la Superintendencia de Compañías).
5. Verificación de la dirección de establecimientos donde realiza la actividad económica: se solicita original y copia de planilla de servicio de agua, luz o teléfono actual o del mes anterior, o contrato de arrendamiento con sello del juzgado de inquilinato o pago del impuesto predial del año en curso o inmediato anterior.
6. Formulario 106 A, por el pago de la multa de inscripción tardía si fuera el caso.
7. Si presenta más de 8 socios accionistas, se debe presentar disquete con el archivo para la carga.
8. Si el trámite lo hace un tercero, se debe presentar la autorización respectiva firmada por el representante legal con cédula y certificado de votación.

3.1.4.4 Afiliación cámaras de turismo

Obligación: Afiliarse a la respectiva Cámara Provincial de Turismo y pagar cuotas sociales.

Todas las personas titulares o propietarias de empresas o establecimientos dedicadas a actividades turísticas, tendrán, previo al ejercicio de dichas actividades, que afiliarse a la Cámara Provincial de Turismo de su respectiva jurisdicción²⁶.

²⁶ Ley de Cámaras de Turismo, Art. 4

Es obligatorio afiliarse a la respectiva Cámara Provincial de Turismo y pagar cuotas sociales.

Las Cámaras otorgarán los certificados de afiliación para la inscripción en el Registro Mercantil, a las personas naturales o jurídicas que se dediquen a la actividad turística.

En el certificado de afiliación constará el número de registro de la agencia, el cual servirá para su identificación en todo acto a desarrollar en el ejercicio de la actividad. Para obtenerlo se debe en primera instancia llenar el “Formulario de Afiliación” en el cual se deben proporcionar, los siguientes datos:

- a)** Identificar si es persona natural o jurídica
- b)** El sector de actividad de acuerdo al registro en el Ministerio de Turismo
- c)** Datos del representante legal o persona natural
- d)** Datos del establecimiento
- e)** Referencias económicas personales naturales y jurídicas
- f)** Referencias personales naturales y jurídicas
- g)** Actividades turísticas predominantes
- h)** Modalidad de pago
- i)** Solicitud dirigida a la Cámara de Turismo de Cotopaxi

Una vez que la solicitud ha sido aprobada se debe enviar a la cámara de turismo de Imbabura, los siguientes documentos: (como persona jurídica)

- a.** Copia de la escritura de constitución de la compañía o minuta
- b.** Copia del último aumento de Capital (sí hubiese)
- c.** Copia del nombramiento de Gerente y de Presidente

- d. Copia del pago al Ministerio de Turismo por el Registro
- e. Copia del Registro Único de Contribuyentes (R. U. C.)
- f. Cancelar la cuota de afiliación y tres meses por adelantado (Esta cuota de afiliación será fijada por el Directorio de la cámara, según el capital social o el patrimonio)

La afiliación confiere a su titular la facultad de ejercer las actividades turísticas constantes de su objeto social, registradas en el Ministerio de Turismo²⁷.

3.1.4.5 Patente municipal (Municipio de La maná)

Obligación: Obtener la patente.

Todos los comerciantes e industriales que operen en cada cantón, así como los que ejerzan cualquier actividad de orden económico deberán obtener una patente municipal²⁸.

Los requisitos para la obtención de la patente son los siguientes:

Formulario de inscripción de patente, la cual se debe adjuntar copias y originales de la cédula de identidad y de la papeleta de votación del representante legal de la empresa. Además del RUC (Registro Único de Contribuyentes) de la persona jurídica.

- Número de RUC
- Representante legal

²⁷ Reglamento de Afiliaciones de la Cámara de Turismo de Cotopaxi; Art. 6

²⁸ Ley de Régimen Municipal de La Maná

- Cédula de identidad
- Dirección (incluyendo número de oficina)
- Certificación catastral
- Número telefónico
- Ubicación (norte, centro, sur, parroquias)
- Dirección de posibles sucursales
- Constitución del capital
- Descripción de la actividad económica principal
- Cuando se iniciaron las actividades
- Nombre y firma del declarante
- Escritura de constitución de la compañía original y copia.
- Original y copia de la resolución de la Superintendencia de Compañías.

Si es que los datos proporcionados en el formulario no son verdaderos o se han ocultado se considera que la patente municipal no ha sido obtenida.

El plazo para obtener y renovar la patente municipal es hasta el 31 de enero de cada año y el permiso tiene validez durante un año.

3.1.4.6 Cuerpo de bomberos de la maná

Obligación: Todos los propietarios de establecimientos comerciales deben obtener y pagar el permiso de funcionamiento anual.

Para obtener el permiso de funcionamiento del Cuerpo de Bomberos, se debe comprar la “Solicitud de Inspección” en Tesorería, la misma que será llenada con todos los datos completos, además de un mapa de localización del establecimiento.

Esta solicitud será presentada en el Departamento de Prevención.

La “Solicitud de Inspección” será dirigida al Señor Comandante General del Cuerpo de Bomberos del Municipio de La Maná. En ésta también se incluye: Nombre del local, dirección (incluyendo: parroquia, barrio/urbanización, calle, lote, número, intersección, edificio, piso en que funciona e establecimiento y el número de departamento), el mapa de localización, el nombre y firma del solicitante.

Entre 8 y 10 días después de haber sido presentada la solicitud, se realizará la inspección. Al término de la misma, el inspector encargado entregará al responsable del establecimiento inspeccionado el “Informe de Inspección”, el cual será remitido al Cuerpo de Bomberos junto con la copia y el original de la patente municipal.

Entre 8 y 10 días después de realizada la inspección, si el “Informe de Inspección” ha resultado favorable, el Cuerpo de Bomberos concede el permiso de funcionamiento.

El plazo para el pago es hasta el 31 de marzo de cada año.

3.1.4.7 Licencia anual de funcionamiento

Obligación: A partir de enero de cada año, el representante de un establecimiento turístico acudirá por una sola vez a cualquiera de los diversos centros de recaudación que tiene el Municipio de La Maná y cancelará²⁹:

- Patente Municipal
- Tasa de Turismo
- Aporte Anual a CAPTUR
- Permiso de Bomberos.

Plazo: hasta el 31 de marzo de cada año.

Con el comprobante de este pago, el contribuyente turístico debe acercarse a las ventanillas ubicadas en el municipio a presentar los documentos que se especifican a continuación junto con el “Formulario de Solicitud de Autorización de Funcionamiento” debidamente lleno, inmediatamente le será entregada la Licencia Única Anual de Funcionamiento que incluye el permiso de Bomberos.

1. Copia del comprobante de pago de la tasa de turismo y patente municipal.
2. Formulario de Solicitud de Autorización de Funcionamiento firmado por el representante legal.
3. Copia del RUC actualizado.

²⁹ Reglamento General de Aplicación a la Ley de Turismo; Arts. 8 y 9.

La no renovación de esta licencia se sanciona con clausura del establecimiento.

3.1.4.7 Exigencias para los locales

Los locales que se destinen al funcionamiento de agencias de viajes, no podrán ser compartidos con otro tipo de actividad económica ajena a la actividad turística. Tendrán una superficie mínima de treinta metros cuadrados y contarán con los servicios básicos de luz, agua, teléfono y fax, y una batería de servicios higiénicos, cuando menos.

3.1.5 Diseño organizacional

3.1.5.1 Organización Legal de la Empresa

La empresa estará constituida legalmente de la siguiente manera:

- El tipo de sociedad de la empresa será Compañía Limitada.
- La razón social será: INTERTUR LA MANÁ COMPAÑÍA LIMITADA.
- El nombre Comercial de la empresa será: INTERTUR LA MANÁ.



Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Magali Ricachi (Diseñadora Gráfica)

3.1.5.2 Finalidad de la Empresa

La finalidad de la empresa es comercializar paquetes de turismo para los centros educativos del cantón La Maná, además de la venta de misceláneas como: reservaciones en hoteles, restaurante y transporte de pasajeros a sitios turísticos dentro de la provincia y del país.

3.1.5.3 Domicilio Legal

El domicilio de la empresa será en el cantón La Maná, provincia de Cotopaxi.

3.1.6 Organización administrativa

En esta etapa se define la estructura orgánica de la empresa y se establecen las jerarquías y con éstas las funciones de la organización.

3.1.6.1 Estructura orgánica

Toda empresa cuenta en forma implícita o explícita con cierto juego de jerarquías y atribuciones asignadas a los miembros o componentes de la misma. En consecuencia se puede establecer que la estructura organizativa de una empresa es el esquema de jerarquización y división de las funciones componentes de ella. Jerarquizar es establecer líneas de autoridad (de arriba hacia abajo) a través de los diversos niveles y delimitar la responsabilidad de cada empleado ante solo un superviso inmediato. Esto permite ubicar a las unidades administrativas en relación con las que le son subordinadas en el proceso de la autoridad. El valor de una jerarquía bien definida consiste en que reduce la confusión respecto a quien da las órdenes y quien las obedece.

Define como se dividen, agrupan y coordinan formalmente las tareas en los puestos³⁰.

3.1.6.2 Descripción de funciones

Las funciones de cada miembro de la organización deben definirse, para así mantener el flujo ordenado de las actividades.

Gerente: Desempeñar funciones de dirección administrativa.

Tomar decisiones administrativas y organizacionales.

Contador: Realizar la contabilidad de la empresa.

Manejo de cuentas por pagar y cobrar.

Secretaria: Realizar diligencias que el gerente crea pertinente.

Manejar y organizar el archivo de la empresa.

Recibir y atender a los clientes.

Counters: Atender al cliente en todas sus dudas.

Informar sobre las actividades de la operadora.

Incentivara a la adquisición de los paquetes turísticos.

Guías turísticos: Encargados de viajar junto al turista.

Procurar el bienestar del cliente durante el viaje.

Organizar el itinerario y manejar el tiempo en función de la planificación turística.

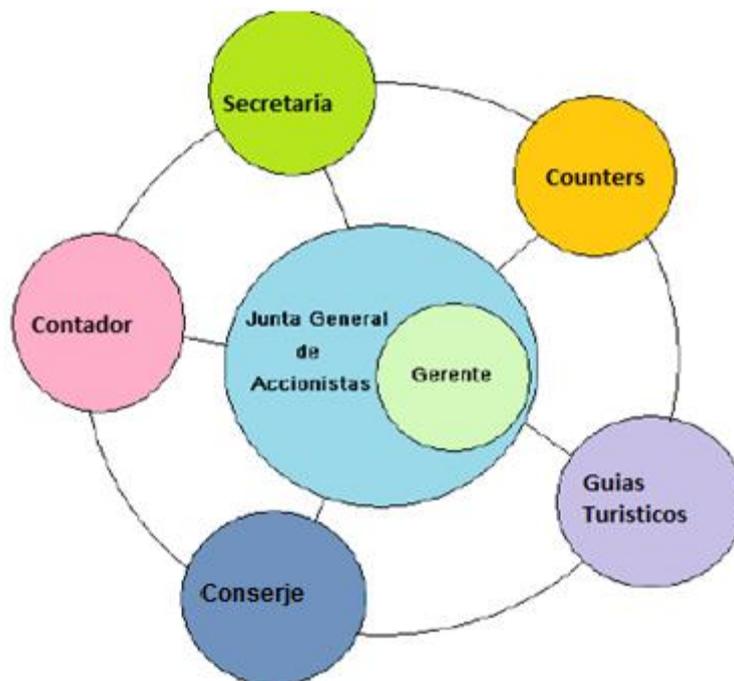
³⁰ <http://www.monografias.com/trabajos16/estructura-organica/estructura-organica.shtml>

Ser el guía del viaje, indicando los lugares más importante, su historia, y resaltando lo más relevante de la provincia.

Conserje: Persona responsable de la limpieza.

3.2 Organigrama administrativo de “INTERTUR LA MANÁ”

Debido a la necesidad de comunicación y flujo de información entre los miembros de la organización se ha realizado un organigrama circular, con el cual se reducen las jerarquías y se aumenta la interacción entre los miembros de la empresa.



Fuente: www.monografias.com

Elaborado por: Noemí Ricachi.

CAPÍTULO IV

4. Estudio Financiero

El objetivo al desarrollar este capítulo es ordenar y sistematizar la información de carácter monetario proporcionada por los estudios de mercado, técnico y organizacional, elaborar los cuadros analíticos y datos adicionales para la evaluación del proyecto y evaluar los antecedentes para determinar su rentabilidad de nuestro proyecto.

4.1 Presupuesto de inversión inicial de proyecto

El Presupuesto de inversión y en general los presupuestos es un instrumento del que se valen las empresas para dirigir todas sus operaciones³¹.

La inversión necesaria para la creación de la operadora turística está dividida en: activos fijos, y capital de trabajo, como a continuación se detalla:

4.1.1 Activos fijos

Los activos fijos son bienes de propiedad de la empresa dedicados a la producción y distribución de los productos o servicios por ellas ofrecidos. Adquiridos por un considerable tiempo y sin el propósito de venderlos³².

Entre los activos fijos que poseerá la operadora turística tenemos:

³¹ <http://www.mailxmail.com/curso/empresa/presupuestoinversion>

³² <http://html.rincondelvago.com/activo-fijo.html>

- Equipos de cómputo
- Equipos de oficina
- Muebles y enseres.

Equipos De Cómputo:

La inversión inicial en los equipos de cómputo es de \$ 5515,98

Los equipos de cómputo que van a ser usados por la operadora son: 7 computadores los cuales se emplearan para el uso de la oficina, estos tendrán un costo de \$ 703,57 más IVA cada uno.

Equipos De Oficina:

La inversión en equipos de oficina para la operadora es de \$ 1.154,01

Muebles y enseres:

La inversión en muebles y enseres para la operadora es de \$ 3.919,96

Tabla N° 4.1

Activo fijo

	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
EQUIPOS DE COMPUTO			
Computadores	7	703,57	4.924,99
TOTAL EQUIPOS DE COMPUTO			4924,99
EQUIPOS DE OFICINA			
Teléfono	5	17,86	89,3
Impresoras	3	93,75	281,25
Infocus	1	659,82	659,82
TOTAL EQUIPOS DE OFICINA			1.030,37
MUEBLES Y ENSERES			
Escritorios de Computo	7	285,71	1.999,97
Sofás (3 x 1)	2	125	250,00
Mesa de Centro	1	26,79	26,79
Archivadores Verticales	3	169,64	508,92
Sillas Ejecutivas	3	142,86	428,58
Sillas Normales	10	28,57	285,70
TOTAL MUEBLES Y ENSERES			3.499,96
IVA			1.134,63
TOTAL INVERSION EN ACTIVOS FIJOS			10.589,95

Fuente: Estudio Financiero.

Elaborado por: Noemí Ricachi.

4.1.2 Capital de trabajo

Corresponde los recursos necesarios para la operación de la empresa durante un periodo de tiempo; es decir es el capital que se necesitara la empresa para empezar a trabajar.

Contablemente se lo define como la diferencia aritmética entre el activo circulante y el pasivo circulante, estará compuesto por los costos de producción, los gastos administrativos, gastos de personal y gastos de ventas; en esta parte no se debe contemplar las depreciaciones ni las amortizaciones. Para el detalle de cada una de los componentes del capital de trabajo se toma en cuenta que el ciclo de producción del servicio turístico es mensual.

Tabla N° 4.2
Capital de trabajo

DETALLE DEL CAPITAL DE TRABAJO	
DETALLE	VALOR
Gerente	750,00
Contador	450,00
Secretaria	300,00
Counters 1	350,00
Counters 2	350,00
Counters 3	350,00
Guías Turísticos 1	300,00
Guías Turísticos 2	300,00
Guías Turísticos 3	300,00
Conserje	300,00
Gasto Arriendo	280,00
Gasto Agua	3,50
Gasto Luz	60,00
Gasto Teléfono	100,00
Gasto Internet	30,00
Gastos Suministros de Oficina	150,00
Gastos Publicidad	300,00
Gastos de Constitución	2.500,00

Gastos de Estudios	500,00
TOTAL MENSUAL	7.673,50

Fuente: Capital de Trabajo, 2012

Elaborado por: Noemí Ricachi.

4.2 Estimación de los precios

Para la estimación del precio de los servicios turísticos se toma en cuenta como mínimo los precios promedios de las empresas analizadas que ofrecen similares paquetes, dicho análisis se lo realizó más detalladamente en el Capítulo I en el Análisis de Precios, es decir, se determinaran los precios promedio para poder ingresar al mercado.

Tabla 4.3
Estimación de precios

PRECIOS UNITARIO	
DESTINOS	PROMEDIO
SALINAS	101,5
ATACAMES	103
MANTA	101,5
ORIENTE	115

Fuente: Precios Unitarios, 2012

Elaborado por: Noemí Ricachi

4.3 Presupuesto de ingresos del proyecto

Los ingresos de la empresa de servicios turísticos estarán determinados por las ventas de sus paquetes turísticos ya determinados. Se estima que las ventas se incrementaran en base al cálculo de la proyección de la demanda de este tipo de servicio. Los precios se incrementan cada año en base a la inflación promedio es del 5,41%, porcentaje que pertenece a la fecha de (diciembre 31 del 2011), según información de la página web del Banco Central del Ecuador.

Para poder determinar los ingresos del proyecto primero debemos plantear las ventas en unidades que se van a dar en el tiempo, dicho cálculo se lo realizara en base a la demanda promedio (planteada en el Capítulo III) y al porcentaje de demanda (pregunta 7) de los destinos que oferta la empresa motivo del proyecto actual.

Porcentajes de la pregunta 7

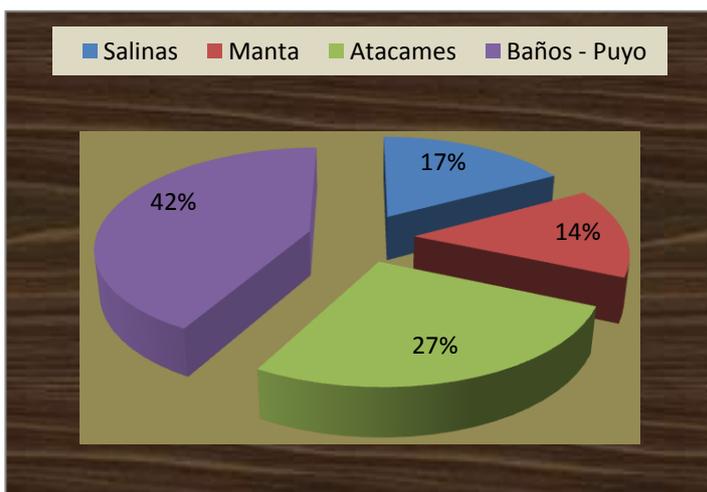


Tabla 4.4
Presupuesto de ingresos del proyecto

AÑO	DEMANDA INSATISFECHA PESIMISTA	% ACEPTADO	DEMANDA A OFERTAR	SALINAS	MANTA	ATACAMES	BAÑOS - PUYO
2012	8617	20%	1723	293	241	465	724
2013	8751	20%	1750	298	245	473	735
2014	9026	20%	1805	307	253	487	758
2015	9455	20%	1891	321	265	511	794
2016	10059	20%	2012	342	282	543	845
2017	10869	20%	2174	370	304	587	913

Fuente: Nivel de Producción, 2012.

Elaborado por: Noemí Ricachi

Para el mejor entendimiento de las ventas que se plantearan se determina un análisis de los precios en base al destino y su proyección con el incremento ya establecido anteriormente (ver la tabla 4.5)

Tabla N° 4.5
Evaluación de precios*5,41%

DESTINOS	AÑO 2012	AÑO 2013	AÑO 2014	AÑO 2015	AÑO 2016	AÑO 2017
Salinas	101,5	107	113	119	125	132
Manta	103	109	114	121	127	134
Atacames	101,5	107	113	119	125	132
Baños - Puyo	115	121	128	135	142	150

Fuente: Evaluación de Precios, 2012.

Elaborado por: Noemí Ricachi

Una vez que tenemos claro tanto las unidades que se piensan vender, así como la evaluación de precios en el tiempo, podemos plantear los ingresos que se determinan por las ventas de los servicios de turismo que ofertaran nuestra empresa.

Tabla N° 4.6
Ingresos por ventas

DESTINOS	AÑO 2012	AÑO 2013	AÑO 2014	AÑO 2015	AÑO 2016	AÑO 2017
SALINAS	29739,50	31883,36	34623,27	38160,72	42856,77	48873,88
MANTA	24823,00	26600,21	28954,85	31968,96	35860,27	40749,27
ATACAMES	47197,50	50606,81	54923,55	60748,06	68044,52	77537,75
BAÑOS - PUYO	83260,00	89097,80	96856,92	106945,81	119972,53	136639,95
TOTAL	185020,00	198188,19	215358,60	237823,55	266734,08	303800,86

Fuente: Ingresos por Ventas, 2012.

Elaborado por: Noemí Ricachi

4.4 Costos

Los costos constituyen las inversiones realizadas para transformar un bien primario en un artículo final o intermedio, utilizando diferentes recursos tales como: dinero, infraestructura física, maquinaria, equipos, materiales, fuerza de trabajo, y otros.

En lo actual se observará lo que se propone producir es un servicio, es decir, los costos en los que se incurrirán son los contratos que se realizaran para poder ofertar un servicio de calidad, podemos afirmar que en los servicios de turismo el 50%, del precio unitario corresponde al contrato de estadía y alimentación y el 20% al contrato de transporte, de tal manera que los costos para los servicios de turismo actuales son:

Tabla N° 4.7
Costo de producir los paquetes
(Dólares)

DESTINOS	AÑO 2012	AÑO 2013	AÑO 2014	AÑO 2015	AÑO 2016	AÑO 2017
Salinas	71,05	74,89	78,94	83,21	87,71	92,46
Manta	72,10	76,00	80,11	84,44	89,00	93,81
Atacames	71,05	74,89	78,94	83,21	87,71	92,46
Baños - puyo	81,50	85,91	90,56	95,46	100,62	106,06

Fuente: Costos de Producir los Paquetes, 2012.

Elaborado por: Noemí Ricachi

Con el antecedente anterior se puede plantear claramente el costo de las ventas que se plantearan y se obtendrán en el mercado. (Ver la tabla N° 4.8)

Tabla N° 4.8
Evaluación de precios

DESTINOS	AÑO 2012	AÑO 2013	AÑO 2014	AÑO 2015	AÑO 2016	AÑO 2017
SALINAS	20817,65	22317,22	24234,58	26710,41	29996,82	34210,20
MANTA	17376,10	18620,00	20267,83	22376,60	25098,00	28518,24
ATACAMES	33038,25	35422,97	38443,78	42520,31	47626,53	54274,02
BAÑOS - PUYO	59006,00	63143,85	68644,48	75795,24	85023,90	96832,78
TOTAL	130238,00	139504,04	151590,67	167402,56	187745,25	213835,24

Fuente: Costos por Ventas, 2012.

Elaborado por: Noemí Ricachi

4.5 Gastos

Los gastos son egresos sin reembolso que se utilizan en la administración y venta del producto terminado, disminuye el poder económico de la empresa, dependiendo de los gastos realizados, en muchos de los casos, se determinaran pérdidas o ganancias.³³ Hay que tomar en cuenta que para la proyección de gastos la tasa de inflación actual (5,41%).

³³ BACA URBINA, Gabriel, Evaluación de Proyectos, 5ta Edición, 2006, Editorial Mc Graw Hill, p. 172.

4.5.1 Gastos de administración

Como su nombre lo dice, son todos aquellos que están relacionados en forma directa con la oficina o departamento administrativo. Además tienen una naturaleza fija, debido a que estos no varían en función de los niveles de producción.

Para la empresa planteada se determinan los siguientes gastos administrativos que se espera que se mantengan en promedio constante hasta los 5 primeros años de servicio, o de poseer un incremento que se pueda manejar y gestionar correctamente:

Tabla N° 4.9
Gastos administrativos

DETALLE	VALOR MENSUAL	VALOR AÑO
Gerente	750	9000
Contador	450	5400
Secretaria	300	3600
Guías Turísticos 1	300	3600
Guías Turísticos 2	300	3600
Guías Turísticos 2	300	3600
Conserje	300	3600
Gasto Arriendo	280	3360
Gasto Agua	3,5	42
Gasto Luz	60	720
Gasto Teléfono	100	1200
Gasto Internet	30	360
Gastos Suministros de Oficina	150	1800
TOTAL MENSUAL	3.323,50	39.882,00

Fuente: Gastos Administrativos, 2012.

Elaborado por: Noemí Ricachi

4.5.2 Gastos de ventas

Los gastos de ventas son aquellos relacionados con el proceso de hacer llegar el producto desde el lugar de producción hasta el consumidor, incluyendo la promoción y publicidad, para el actual proyecto tenemos:

Tabla N° 4.10

Gastos ventas

GASTO	VALOR MENSUAL	VALOR AÑO
Counters 1	350	4200
Counters 2	350	4200
Counters 3	350	4200
Gastos Publicidad	300	3600
TOTAL MENSUAL	1.350,00	16.200,00

Fuente: Gastos de Ventas, 2012.

Elaborado por: Noemí Ricachi

4.6 Rol de pagos

A pesar de que los gastos en sueldos y salarios representan gastos de operación desembolsables, se decidió hacer un detalle aparte por la variedad de elementos que componen los mismos y debido al prorrateo³⁴ de los beneficios anuales. Los gastos de personal aumentaran cada año en base a la inflación promedio. De esta manera se plantea el siguiente rol de pagos:

Tabla 4.11
Rol de pagos

GERENTE	SUELDO 2012	SUELDO 2013	SUELDO 2014	SUELDO 2015	SUELDO 2016	SUELDO 2017
SUELDO	9.000,00	9.486,90	10.000,14	10.541,15	11.111,43	11.712,55
FONDO DE RESERVA		790,58	833,35	878,43	925,95	976,05
D. 14TO	292	307,8	324,45	342	360,5	380,01
D.13RO	750	790,58	833,35	878,43	925,95	976,05
AP 12.15%	1.093,50	1.152,66	1.215,02	1.280,75	1.350,04	1.423,08
PL 1.25	937,5	988,22	1.041,68	1.098,04	1.157,44	1.220,06
Vacaciones	375	395,29	416,68	439,22	462,98	488,03
TOTAL	12.448,00	13.912,03	14.664,67	15.458,02	16.294,29	17.175,83

CONTADOR						
SUELDO	5400	5692,14	6000,08	6324,69	6666,86	7027,53
FONDO DE RESERVA		474,35	500,01	527,06	555,57	585,63
D. 14TO	292	307,8	324,45	342	360,5	380,01
D.13RO	450	474,35	500,01	527,06	555,57	585,63
AP 12.15%	656,1	691,6	729,01	768,45	810,02	853,85
PL 1.25	562,5	592,93	625,01	658,82	694,46	732,03
Vacaciones	225,00	237,18	250,01	263,53	277,79	292,82

³⁴**Prorrateo:** Representa de una cantidad u obligación. Debido a que el Decimo Tercer Sueldo y Decimo Cuarto es un beneficio anual, estos se han prorrateado para los 12 mese que tiene el año, a fin de determinar el costo (mensual de los sueldos, el Fondo de Reserva se tomara a partir del segundo año.

TOTAL	7585,60	8470,35	8928,58	9411,61	9920,77	10457,50
--------------	----------------	----------------	----------------	----------------	----------------	-----------------

SECRETARIA						
SUELDO	3600	3794,76	4000,06	4216,46	4444,57	4685,02
FONDO DE RESERVA		316,23	333,34	351,37	370,38	390,42
D. 14TO	292	307,8	324,45	342	360,5	380,01
D.13RO	300	316,23	333,34	351,37	370,38	390,42
AP 12.15%	437,4	461,06	486,01	512,3	540,02	569,23
PL 1.25	375	395,29	416,67	439,21	462,98	488,02
Vacaciones	150,00	158,12	166,67	175,69	185,19	195,21
TOTAL	5154,40	5749,49	6060,54	6388,40	6734,02	7098,33

COUNTER 1						
SUELDO	4200	4427,22	4666,73	4919,2	5185,33	5465,86
FONDO DE RESERVA		368,94	388,89	409,93	432,11	455,49
D. 14TO	292	307,8	324,45	342	360,5	380,01
D.13RO	350	368,94	388,89	409,93	432,11	455,49
AP 12.15%	510,3	537,91	567,01	597,68	630,02	664,1
PL 1.25	437,5	461,17	486,12	512,42	540,14	569,36
Vacaciones	175,00	184,47	194,45	204,97	216,06	227,75
TOTAL	5964,80	6656,45	7016,54	7396,13	7796,27	8218,06

COUNTER 2						
SUELDO	4200	4427,22	4666,73	4919,2	5185,33	5465,86
FONDO DE RESERVA		368,94	388,89	409,93	432,11	455,49
D. 14TO	292	307,8	324,45	342	360,5	380,01
D.13RO	350	368,94	388,89	409,93	432,11	455,49
AP 12.15%	510,3	537,91	567,01	597,68	630,02	664,1
PL 1.25	437,5	461,17	486,12	512,42	540,14	569,36
Vacaciones	175,00	184,47	194,45	204,97	216,06	227,75
TOTAL	5964,80	6656,45	7016,54	7396,13	7796,27	8218,06

COUNTER 3						
SUELDO	4200	4427,22	4666,73	4919,2	5185,33	5465,86
FONDO DE RESERVA		368,94	388,89	409,93	432,11	455,49
D. 14TO	292	307,8	324,45	342	360,5	380,01

D.13RO	350	368,94	388,89	409,93	432,11	455,49
AP 12.15%	510,3	537,91	567,01	597,68	630,02	664,1
PL 1.25	437,5	461,17	486,12	512,42	540,14	569,36
Vacaciones	175,00	184,47	194,45	204,97	216,06	227,75
TOTAL	5964,80	6656,45	7016,54	7396,13	7796,27	8218,06

GUIA TURISTICO 1						
SUELDO	3600	3794,76	4000,06	4216,46	4444,57	4685,02
FONDO DE RESERVA		316,23	333,34	351,37	370,38	390,42
D. 14TO	292	307,8	324,45	342	360,5	380,01
D.13RO	300	316,23	333,34	351,37	370,38	390,42
AP 12.15%	437,4	461,06	486,01	512,3	540,02	569,23
PL 1.25	375	395,29	416,67	439,21	462,98	488,02
Vacaciones	150,00	158,12	166,67	175,69	185,19	195,21
TOTAL	5154,40	5749,49	6060,54	6388,40	6734,02	7098,33

GUIA TURISTICO 2						
SUELDO	3600	3794,76	4000,06	4216,46	4444,57	4685,02
FONDO DE RESERVA		316,23	333,34	351,37	370,38	390,42
D. 14TO	292	307,8	324,45	342	360,5	380,01
D.13RO	300	316,23	333,34	351,37	370,38	390,42
AP 12.15%	437,4	461,06	486,01	512,3	540,02	569,23
PL 1.25	375	395,29	416,67	439,21	462,98	488,02
Vacaciones	150,00	158,12	166,67	175,69	185,19	195,21
TOTAL	5154,40	5749,49	6060,54	6388,40	6734,02	7098,33

GUIA TURISTICO 3						
SUELDO	3600	3794,76	4000,06	4216,46	4444,57	4685,02
FONDO DE RESERVA		316,23	333,34	351,37	370,38	390,42
D. 14TO	292	307,8	324,45	342	360,5	380,01
D.13RO	300	316,23	333,34	351,37	370,38	390,42
AP 12.15%	437,4	461,06	486,01	512,3	540,02	569,23
PL 1.25	375	395,29	416,67	439,21	462,98	488,02
Vacaciones	150,00	158,12	166,67	175,69	185,19	195,21
TOTAL	5154,40	5749,49	6060,54	6388,40	6734,02	7098,33

CONSERJE						
SUELDO	3600	3794,76	4000,06	4216,46	4444,57	4685,02
FONDO DE RESERVA		316,23	333,34	351,37	370,38	390,42
D. 14TO	292	307,8	324,45	342	360,5	380,01
D.13RO	300	316,23	333,34	351,37	370,38	390,42
AP 12.15%	437,4	461,06	486,01	512,3	540,02	569,23
PL 1.25	375	395,29	416,67	439,21	462,98	488,02
Vacaciones	150,00	158,12	166,67	175,69	185,19	195,21
TOTAL	5154,40	5749,49	6060,54	6388,40	6734,02	7098,33

Fuente: Rol de Pagos, 2012.

Elaborado por: Noemí Ricachi

Tabla N°4.12
Resumen rol de pagos

ROL DE PAGOS Y PROVISIONES												
PUESTOS	MENSUAL	SUELDO 2012	MENSUAL	SUELDO 2013	MENSUAL	SUELDO 2014	MENSUAL	SUELDO 2015	MENSUAL	SUELDO 2016	MENSUAL	SUELDO 2017
Gerente	750,00	9000,00	790,58	9.486,90	833,35	10.000,14	878,43	10.541,15	925,95	11.111,43	976,05	11.712,55
Contador	450,00	5400,00	474,35	5692,14	500,01	6000,08	527,06	6324,69	555,57	6666,86	847,06	7027,53
Secretaria	300,00	3600,00	316,23	3794,76	333,34	4000,06	351,37	4216,46	370,38	4444,57	575,26	4685,02
Counters 1	350,00	4200,00	368,94	4427,22	388,89	4666,73	409,93	4919,2	432,11	5185,33	665,86	5465,86
Counters 2	350,00	4200,00	369,02	4428,22	388,98	4667,73	410,02	4920,2	432,11	5185,33	665,86	5465,86
Counters 3	350,00	4200,00	369,10	4429,22	389,06	4668,73	410,10	4921,2	432,11	5185,33	665,86	5465,86
Guías Turísticos 1	300,00	3600,00	316,23	3794,76	333,34	4000,06	351,37	4216,46	370,38	4444,57	575,26	4685,02
Guías Turísticos 2	300,00	3600,00	316,31	3795,76	333,42	4001,06	351,46	4217,46	370,38	4444,57	575,26	4685,02
Guías Turísticos 3	300,00	3600,00	316,40	3796,76	333,51	4002,06	351,54	4218,46	370,38	4444,57	575,26	4685,02
Conserje	300,00	3600,00	316,48	3797,76	333,59	4003,06	351,62	4219,46	370,38	4444,57	575,26	4685,02
TOTAL MENSUAL	3750,00	45000,00	3953,63	47443,50	4167,48	50009,71	4392,90	52714,74	4629,76	55557,13	6696,99	58562,76

Fuente: Rol de Pagos, 2012.

Elaborado por: Noemí Ricachi

4.7 Depreciación

Es la asignación sistemática del valor depreciable de un activo a través de su vida útil.

“La depreciación de un activo comenzará cuando esté disponible para su uso, esto es, cuando se encuentre en la ubicación y en las condiciones necesarias para ser capaz de operar de la forma prevista por la dirección.”³⁵

Existen varios métodos de depreciación de los activos, se debe escoger el que más de ajuste a las necesidades de la compañía y al giro de negocio que este tenga.

El método a aplicarse en las depreciaciones de los activos fijos es el Método de Línea Recta, este es el más adecuado debido a que los activos fijos se desgastan por igual cada periodo contable.³⁶

Formula:

$$D = \frac{C - VR}{Vida\ Util}$$

³⁵ NIC 16, Párrafo 20

³⁶ LORTI art. 10, numeral 7

Tabla N° 4.13

Depreciación de activos fijos

DETALLE	VALOR TOTAL	VIDA UTIL (Años)	% DE DEPRECIACIÓN	VALOR RESIDUAL	DEPRECIACIÓN
EQUIPOS DE COMPUTO	5515,98	3,00	0,33	1820,27	1231,90
EQUIPOS DE OFICINA	1154,01	10,00	0,10	115,40	103,86
MUEBLES Y ENSERES	3919,50	10,00	0,10	391,95	352,76
TOTAL	10589,49			2327,62	1688,52

Fuente: Estudio Financiero, 2012.

Elaborado por: Noemí Ricachi.

4.8 Punto de equilibrio

El punto de equilibrio es una herramienta útil para establecer la relación existente entre los costos fijos, costos variables y los beneficios que se obtienen en el proyecto, es por eso que a continuación se realiza el cálculo del punto de equilibrio y una explicación conceptual sobre el mismo.

“En el punto de equilibrio, una empresa logra cubrir sus costos. Al incrementar sus ventas, logrará ubicarse por encima del punto de equilibrio y obtendrá beneficios positivos. En cambio, una caída de sus ventas desde el punto de equilibrio generará pérdidas”³⁷.

La estimación del punto de equilibrio permitirá que una empresa, aun antes de iniciar sus operaciones, sepa qué nivel de ventas necesitará para recuperar la inversión. En caso que no llegue a cubrir los costos, la compañía deberá realizar modificaciones hasta alcanzar un nuevo punto de equilibrio.

Llámesse punto de equilibrio de una empresa el volumen productivo correspondiente a una situación en la que no se obtiene ganancias ni se incurre en pérdidas en el que son exactamente iguales los beneficios por las ventas a la suma de los costos fijos y los costos variables³⁸

³⁷ <http://definicion.de/punto-de-equilibrio/>

³⁸ CALDAS MOLINA Marco, Preparación y evaluación de proyectos, Tercera Edición, p. 137 – 140.

Tabla N° 4.14

Costos Fijos

COSTOS FIJOS	
DETALLE	VALOR
Gerente	750
Contador	450
Secretaria	300
Counters 1	350
Counters 2	350
Counters 3	350
Guías Turísticos 1	300
Guías Turísticos 2	300
Guías Turísticos 3	300
Conserje	300
Gasto Arriendo	280
Gasto Agua	3,5
Gasto Luz	60
Gasto Teléfono	100
Gasto Internet	30
Gastos Suministros de Oficina	150
Gastos Publicidad	300
TOTAL MENSUAL	4.673,50
TOTAL ANUAL	56.082,00

Los costos variables del proyecto son los especificados anteriormente como costos de ventas.

Los precios unitarios y costos unitarios fueron definidos en base a los cuatro tipos de paquetes turísticos que proporciona la empresa, los cuales nos servirán para calcular el punto de equilibrio.

Para el cálculo de estos valores, considerando que el presente proyecto posee cuatro opciones de producto se establece la siguiente fórmula para el cálculo de punto de equilibrio.

$$Q = \frac{CF}{P - V}$$

En donde:

Q = Punto de equilibrio en unidades.

F = Costos Fijos.

P = Precio unitario del producto.

V = Costo Variable unitario.

Los datos para el cálculo del punto de equilibrio son los siguientes:

F = 56.082,00

P = 105,25

PRECIO	
Salinas	101,5
Manta	103
Atacames	101,5
Baños	115
Total	421
Promedio	105,25

$$V = 73,925$$

PRECIO	
Salinas	71,05
Manta	72,1
Atacames	71,05
Baños	81,5
Total	295,7
Promedio	73,925

Aplicando la fórmula obtenemos el siguiente resultado:

$$Q = \frac{56082}{105,25 - 73,925}$$

$$Q = 764$$

Es decir que el punto de equilibrio en unidades es igual a 764 paquetes turísticos ya sea de cualquiera de los cuatro paquetes.

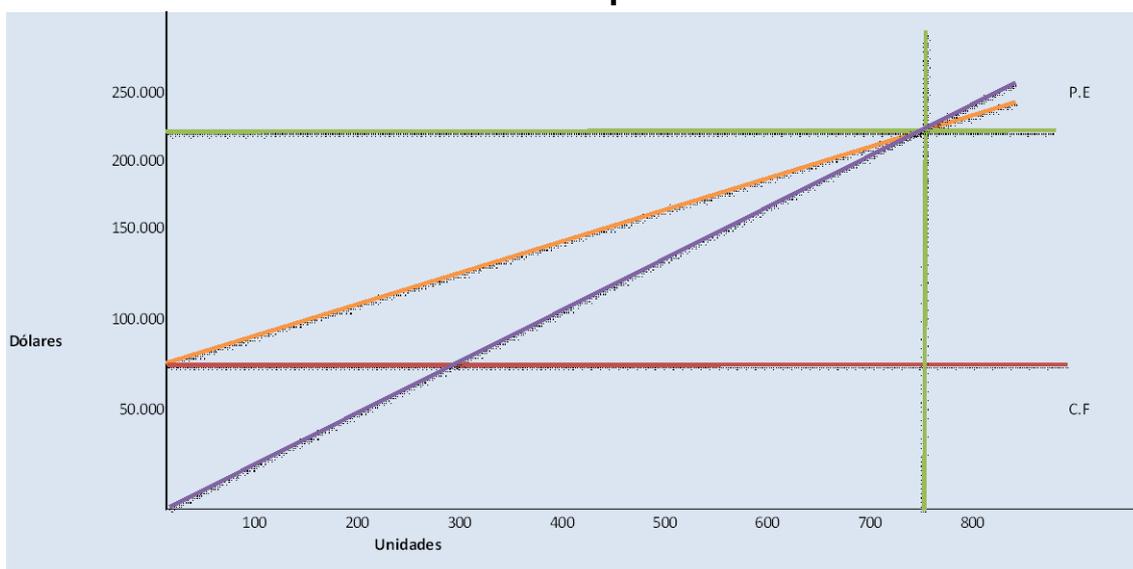
Para establecer el punto de equilibrio en dólares, aplicamos la siguiente fórmula:

$$PE\$ = PEu (\text{Precio})$$

$$PE\$ = 764 (293) = 223.852.$$

Gráfico N° 22

Punto de equilibrio



Fuente: Punto de Equilibrio, 2012.

Elaborado por: Noemí Ricachi.

4.9 Financiamiento de inversión

Una empresa está financiada cuando a pedido capital en préstamo para cubrir cualquiera de sus necesidades económicas.³⁹

A fin de cubrir la inversión percibida para el proyecto, será necesario incurrir a un préstamo bancario el cual representa el 75% de la inversión, y, el 25% será cubierto con capital propio.

Tabla n° 4.15
Financiamiento de inversión

Capital propio	4.565,86
Préstamo	13.697,59
INVERSIÓN	18.263,45

Fuente: Financiamiento de Inversión, 2012.

Elaborado por: Noemí Ricachi.

³⁹ VACA URBINA, Gabriel, 5ta Edición, 2006, Editor McGraw Hill, pg. 186

4.9.1 Préstamo bancario

Con el propósito de cubrir los costos de la inversión inicial en activos, capital de trabajo, la empresa deberá recurrir a un préstamo bancario, para lo cual se presenta la tabla de amortización anual del mismo.

Hay que aclarar que para determinación de la tabla de amortización de la deuda se considera una tasa activa de 11,82% que es la oferta bancaria por el préstamo, además se realizó el préstamo a 5 años.

Tabla N°4.16
Amortización del préstamo

AÑO	VALOR ACTUAL	CUOTA	INTERÉS	AMORTIZACIÓN	SALDO FINAL
1	13.697,59	3782,91514	1619,05514	2163,86001	11.533,73
2	11.533,73	3782,91514	1363,28689	2419,62826	9.114,10
3	9.114,10	3782,91514	1077,28683	2705,62832	6.408,47
4	6.408,47	3782,91514	757,481558	3025,43358	3.383,04
5	3.383,04	3782,91514	399,875308	3383,03983	0

Fuente: Amortización del Préstamo, 2012.

Elaborado por: Noemí Ricachi.

La cuota fija del cuadro se determina mediante la siguiente fórmula:

$$Cuota Fija = C \times \frac{i(1+i)^n}{(1+i)^n - 1}$$

Dónde:

C = Capital

i = Tasa de interés

n = Capitalización

4.10 Estados financieros

Los estados financieros son una representación financiera estructurada de la posición financiera y las transacciones realizadas por una empresa.

El objetivo de los estados financieros de propósito general es proveer información sobre la posición financiera, resultados de operaciones y flujos de efectivo de una empresa que será de utilidad para un amplio rango de usuarios en la toma de sus decisiones económicas.

Los estados financieros también presentan los resultados de la administración de los recursos confiados a la gerencia. Para cumplir con este objetivo, los estados financieros proveen información relacionada a la empresa sobre⁴⁰:

- Estado De Situación Financiera O Balance General.
- Estado De Situación Financiera O Estado De Resultado.
- Estado De Flujo De Efectivo.

⁴⁰ http://ecuadorcontable.com/pagina/index.php?option=com_content&view=article&id=24:nec-1-presentacion-de-estados-financieros&catid=13:necas&Itemid=19

4.10.1 Balance general⁴¹.

El balance general es una especie de fotografía que retrata la situación contable de la empresa en una cierta fecha. Gracias a este documento, el empresario accede a información vital sobre su negocio, como la disponibilidad de dinero y el estado de sus deudas.

El activo de la empresa está formado por el dinero que tiene en caja y en los bancos, las cuentas por cobrar, las materias primas, las máquinas, los vehículos, los edificios y los terrenos.

El pasivo, en cambio, se compone por las deudas, las obligaciones bancarias y los impuestos por pagar, entre otras cuestiones.

Cabe destacar que el balance general también se conoce como estado de situación patrimonial. El documento suele presentar distintas columnas, que organizan los valores según sean activos o pasivos. La diferencia entre estos es el patrimonio neto, es decir, la diferencia entre lo que la compañía tiene y lo que debe.

⁴¹ <http://www.mitecnologico.com/Main/EstadosFinancierosConceptoElementosClasificacion>

Tabla N°4.17

Balance general con financiamiento

BALANCE GENERAL CON FINANCIAMIENTO 2012			
ACTIVOS		PASIVOS	
ACTIVOS CORRIENTES		PASIVO LP	
CAJA – BANCOS	5.985,44	PRESTAMO	13.697,59
TOTAL ACTIVOS CORRIENTES	5.985,44	TOTAL PASIVO LP	13.697,59
ACTIVOS FIJOS		TOTAL PASIVO	13.697,59
EQUIPOS DE COMPUTO	5.515,98	PATRIMONIO	
DEPRECIACIÓN	1.231,90		
EQUIPOS DE OFICINA	1.154,01	CAPITAL PROPIO	4.565,86
DEPRECIACIÓN	103,86		
MUEBLES Y ENSERES	3.919,50	TOTAL PATRIMONIO	4.565,86
DEPRECIACIÓN	352,76		
TOTAL ACTIVOS FIJOS	12.278,01		
TOTAL ACTIVOS	18.263,45	TOTAL PASIVO + PATRIMONIO	18.263,45

Fuente: Balance General con Financiamiento, 2012.

Elaborado por: Noemí Ricachi.

Tabla N°4.18

Balance general sin financiamiento

BALANCE GENERAL SIN FINANCIAMIENTO 2012			
ACTIVOS		PASIVOS	
ACTIVOS CORRIENTES		PASIVO LP	
CAJA – BANCOS	5.985,44	PRESTAMO	0,00
TOTAL ACTIVOS CORRIENTES	5.985,44	TOTAL PASIVO LP	0,00
ACTIVOS FIJOS		TOTAL PASIVO	0,00
EQUIPOS DE COMPUTO	5.515,98	PATRIMONIO	
DEPRECIACIÓN	1.231,90		
EQUIPOS DE OFICINA	1.154,01	CAPITAL PROPIO	18.263,45
DEPRECIACIÓN	103,86		
MUEBLES Y ENSERES	3.919,50	TOTAL PATRIMONIO	18.263,45
DEPRECIACIÓN	352,76		
TOTAL ACTIVOS FIJOS	12.278,01		
TOTAL ACTIVOS	18.263,45	TOTAL PASIVO + PATRIMONIO	18.263,45

Fuente: Balance General sin Financiamiento, 2012.

Elaborado por: Noemí Ricachi.

4.10.2 Estado de resultado

“El estado de Resultado pro _ forma o proyectado es la base para calcular los flujos netos de efectivo (FNE) con los cuales se realiza la evaluación económica”⁴²

INGRESOS POR VENTAS

DESTINOS	AÑO 2012	AÑO 2013	AÑO 2014	AÑO 2015	AÑO 2016	AÑO 2017
SALINAS	=(101,50*293)	31883,36	34623,27	38160,72	42856,77	48873,88
MANTA	24823,00	26600,21	28954,85	31968,96	35860,27	40749,27
ATACAMES	47197,50	50606,81	54923,55	60748,06	68044,52	77537,75
BAÑOS - PUYO	83260,00	89097,80	96856,92	106945,81	119972,53	136639,95
TOTAL	185020,00	198188,19	215358,60	237823,55	266734,08	303800,86

COSTO DE VENTA

DESTINOS	AÑO 2012	AÑO 2013	AÑO 2014	AÑO 2015	AÑO 2016	AÑO 2017
SALINAS	=(71,05*293)	22317,22	24234,58	26710,41	29996,82	34210,20
MMANTA	17376,10	18620,00	20267,83	22376,60	25098,00	28518,24
ATACAMES	33038,25	35422,97	38443,78	42520,31	47626,53	54274,02
BAÑOS - PUYO	59006,00	63143,85	68644,48	75795,24	85023,90	96832,78
TOTAL	130238,00	139504,04	151590,67	167402,56	187745,25	213835,24

⁴² BACA URBINA, Gabriel, Evaluación de Proyectos, 5ta Edición, 2006, Editorial McGraw Hill, Pg. 181.

Tabla N° 4.19

Estado de resultado con financiamiento

ESTADO DE RESULTADO CON FINANCIAMIENTO					
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS					
VENTAS DE PAQUETES SALINAS	29.739,50	31.883,36	34.623,27	38.160,72	42.856,77
VENTAS DE PAQUETES MANTA	24.823,00	26.600,21	28.954,85	31.968,96	35.860,27
VENTAS DE PAQUETES ATACAMES	47.197,50	50.606,81	54.923,55	60.748,06	68.044,52
VENTAS DE PAQUETES BAÑOS – PUYO	83.260,00	89.097,80	96.856,92	106.945,81	119.972,53
TOTAL INGRESOS	185.020,00	198.188,19	215.358,60	237.823,55	266.734,08
COSTOS DE VENTAS	0	0	0	0	0
COSTOS DE PAQUETES SALINAS	20.817,65	22.317,22	24.234,58	26.710,41	29.996,82
COSTOS DE PAQUETES MANTA	17.376,10	18.620,00	20.267,83	22.376,60	25.098,00
COSTOS DE PAQUETES ATACAMES	33.038,25	35.422,97	38.443,78	42.520,31	47.626,53
COSTOS DE PAQUETES BAÑOS – PUYO	59.006,00	63.143,85	68.644,48	75.795,24	85.023,90
TOTAL COSTO DE VENTAS	130.238,00	139.504,04	151.590,67	167.402,56	187.745,25
UTILIDAD BRUTA EN VENTA	54.782,00	58.684,15	63.767,93	70.420,99	78.988,83
GASTOS					
GASTOS ADMINISTRATIVOS					
GERENTE	9.000,00	9.486,90	10.000,14	10.541,15	11.111,43
CONTADOR	5.400,00	5.692,14	6.000,08	6.324,69	6.666,86
SECRETARIA	3.600,00	3.794,76	4.000,06	4.216,46	4.444,57
GUÍA TURÍSTICOS 1	3.600,00	3.794,76	4.000,06	4.216,46	4.444,57
GUÍA TURÍSTICOS 2	3.600,00	3.795,76	4.001,06	4.217,46	4.444,57
GUÍA TURÍSTICOS 3	3.600,00	3.796,76	4.002,06	4.218,46	4.444,57
CONSERJE	3.600,00	3.796,76	4.002,06	4.218,46	4.444,57
GASTO ARRIENDO	3.360,00	3.360,00	3.360,00	3.360,00	3.360,00
GASTOS AGUA	42	42	42	42	42
GASTO LUZ	720	758,95	800,01	843,29	888,91
GASTO TELÉFONO	1.200,00	1.264,92	1.333,35	1.405,49	1.481,52
GASTO INTERNET	360	379,48	400,01	421,65	444,46
GASTO SUMINISTROS DE OFICINA	1.800,00	1.897,38	2.000,03	2.108,23	2.222,29
GASTO DEPRECIACIÓN	1.688,52	1.688,52	1.688,52	1.688,52	1.688,52
TOTAL DE GASTOS ADMINISTRATIVOS	41.570,52	43.549,09	45.629,44	47.822,32	50.128,84
GASTOS FINANCIEROS					0
GASTO INTERÉS	1.619,05	1.363,29	1.077,29	757,48	399,88
TOTAL GASTO FINANCIEROS	1.619,05	1.363,29	1.077,29	757,48	399,88
TOTAL GASTOS	43.189,57	44.912,38	46.706,73	48.579,80	50.528,72

UTILIDAD OPERACIONAL	11.592,43	13.771,77	17.061,20	21.841,19	28.460,11
15% PARTICIPACIÓN TRABAJADORES	1.738,86	1.702,82	2.153,34	2.822,36	3.761,56
UTILIDAD ANTES IMPUESTO	9.853,57	12.068,95	14.907,86	19.018,83	24.698,55
22% IMPUESTO RENTA	2.167,79	2.655,17	3.279,73	4.184,14	5.433,68
UTILIDAD NETA	7.685,78	9.413,78	11.628,13	14.834,69	19.264,87
RESERVA LEGAL 10%	768,57846	941,3781	1162,81308	1483,46874	1926,4869

Fuente: Estado de Situación con Financiamiento

Elaborado por: Noemí Ricachi.

Tabla N° 4.19

Estado de resultado sin financiamiento

ESTADO DE RESULTADO SIN FINANCIAMIENTO					
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS					
VENTAS DE PAQUETES SALINAS	29.739,50	31.883,36	34.623,27	38.160,72	42.856,77
VENTAS DE PAQUETES MANTA	24.823,00	26.600,21	28.954,85	31.968,96	35.860,27
VENTAS DE PAQUETES ATACAMES	47.197,50	50.606,81	54.923,55	60.748,06	68.044,52
VENTAS DE PAQUETES BAÑOS – PUYO	83.260,00	89.097,80	96.856,92	106.945,81	119.972,53
TOTAL INGRESOS	185.020,00	198.188,19	215.358,60	237.823,55	266.734,08
COSTOS DE VENTAS	0	0	0	0	0
COSTOS DE PAQUETES SALINAS	20.817,65	22.317,22	24.234,58	26.710,41	29.996,82
COSTOS DE PAQUETES MANTA	17.376,10	18.620,00	20.267,83	22.376,60	25.098,00
COSTOS DE PAQUETES ATACAMES	33.038,25	35.422,97	38.443,78	42.520,31	47.626,53
COSTOS DE PAQUETES BAÑOS – PUYO	59.006,00	63.143,85	68.644,48	75.795,24	85.023,90
TOTAL COSTO DE VENTAS	130.238,00	139.504,04	151.590,67	167.402,56	187.745,25
UTILIDAD BRUTA EN VENTA	54.782,00	58.684,15	63.767,93	70.420,99	78.988,83
GASTOS					
GASTOS ADMINISTRATIVOS					
GERENTE	9.000,00	9.486,90	10.000,14	10.541,15	11.111,43
CONTADOR	5.400,00	5.692,14	6.000,08	6.324,69	6.666,86
SECRETARIA	3.600,00	3.794,76	4.000,06	4.216,46	4.444,57
GUÍA TURÍSTICOS 1	3.600,00	3.794,76	4.000,06	4.216,46	4.444,57
GUÍA TURÍSTICOS 2	3.600,00	3.795,76	4.001,06	4.217,46	4.444,57
GUÍA TURÍSTICOS 3	3.600,00	3.796,76	4.002,06	4.218,46	4.444,57
CONSERJE	3.600,00	3.796,76	4.002,06	4.218,46	4.444,57
GASTO ARRIENDO	3.360,00	3.360,00	3.360,00	3.360,00	3.360,00
GASTOS AGUA	42	42	42	42	42
GASTO LUZ	720	758,95	800,01	843,29	888,91
GASTO TELÉFONO	1.200,00	1.264,92	1.333,35	1.405,49	1.481,52
GASTO INTERNET	360	379,48	400,01	421,65	444,46
GASTO SUMINISTROS DE OFICINA	1.800,00	1.897,38	2.000,03	2.108,23	2.222,29
GASTO DEPRECIACIÓN	1.688,52	1.688,52	1.688,52	1.688,52	1.688,52
TOTAL DE GASTOS ADMINISTRATIVOS	41.570,52	43.549,09	45.629,44	47.822,31	50.128,84
GASTOS FINANCIEROS					0
GASTO INTERÉS	0	0	0	0	0
TOTAL GASTO FINANCIEROS	0	0	0	0	0
TOTAL GASTOS	41.570,52	43.549,09	45.629,44	47.822,31	50.128,84

UTILIDAD OPERACIONAL	13.211,48	15.135,06	18.138,49	22.598,67	28.859,99
15% PARTICIPACIÓN TRABAJADORES	1.981,72	2.270,26	2.720,77	3.389,80	4.329,00
UTILIDAD ANTES IMPUESTO	11.229,76	12.864,80	15.417,72	19.208,87	24.530,99
22% IMPUESTO RENTA	2.470,55	2.830,26	3.391,90	4.225,95	5.396,82
UTILIDAD NETA	8.759,21	10.034,54	12.025,82	14.982,92	19.134,17
RESERVA LEGAL 10%	875,92	1003,45	1202,58	1498,29	1913,42

Fuente: Estado de Situación con Financiamiento.

Elaborado por: Noemí Ricachi.

4.10.3 Flujo de fondos

“El estado de flujo de fondos es el estado financiero básico que muestra el efectivo generado y utilizado en las actividades de la operación, inversión y financiación. Muestra entradas, salidas y cambio neto en el efectivo de las diferentes actividades de una empresa durante un periodo contable, en una forma que concilie los saldos de efectivo inicial y final”⁴³.

Para estructurar el estado de flujo de fondos se debe descontar los rubros de amortizaciones y depreciaciones incluidos en el estado de resultados, ya que estos no representan un egreso real de dinero. Además se deberán sumar las cantidades de saldo inicial de caja provistas para cada año.

⁴³ <http://www.gestiopolis.com/canales/financiera/articulos/no%206/flujoefectivo.htm>

Tabla N° 4.20

Flujo de fondos con financiamiento

FLUJO DE FONDOS CON FINANCIAMIENTO						
	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS		185.020,00	198.188,19	215.358,60	237.823,55	266.734,08
COSTOS DE VENTAS		130.238,00	139.504,04	151.590,67	167.402,56	187.745,25
GASTOS ADMINISTRATIVO		41570,52	43549,088	45629,437	47822,314	50128,839
UTILIDA BRUTA		13.211,48	15.135,06	18.138,49	22.598,67	28.859,99
DEPRECIACION		1688,52	1688,52	1688,52	1688,52	1688,52
GASTO INTERES		1.619,05	1.363,29	1.077,29	757,48	399,88
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO		9.903,91	12.083,25	15.372,68	20.152,67	26.771,59
15% PARTICIPACION TRABAJADORES		1485,5865	1812,4882	2305,9021	3022,9008	4015,7387
UTILIDAD ANTES IMPUESTO		8.418,32	10.270,77	13.066,78	17.129,77	22.755,85
22% IMPUESTO RENTA		1852,0304	2259,5694	2874,6916	3768,5494	5006,287
UTILIDAD NETA		6.566,29	8.011,20	10.192,09	13.361,22	17.749,56
DEPRECIACION		1688,52	1688,52	1688,52	1688,52	1688,52
ACTIVO FIJO	10589,95					
CAPITAL DE TRABAJO	7673,5					
RECUPERACION DE CAPITAL DE TRABAJO						7673,5
PRESTAMO	13697,59					

AMORTZACION DE PRESTAMO		2.163,86	2.419,63	2.705,63	3.025,43	3.383,04
FLUJO DE FONDOS	-	4.565,86	6.090,95	7.280,09	9.174,98	12.024,31
					12.024,31	23.728,54

Fuente: Estado de Situación con Financiamiento

Elaborado por: Noemí Ricachi.

Tabla N° 4.21

Flujo de fondos sin financiamiento

FLUJO DE FONDOS SIN FINANCIAMIENTO						
	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS		185.020,00	198.188,19	215.358,60	237.823,55	266.734,08
COSTOS DE VENTAS		130.238,00	139.504,04	151.590,67	167.402,56	187.745,25
GASTOS ADMINISTRATIVO		41570,52	43549,088	45629,437	47822,314	50128,839
UTILIDA BRUTA		13.211,48	15.135,06	18.138,49	22.598,67	28.859,99
DEPRECIACION		1688,52	1688,52	1688,52	1688,52	1688,52
GASTO INTERES		0	0	0	0	0
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO		11.522,96	13.446,54	16.449,97	20.910,15	27.171,47
15% PARTICIPACION TRABAJADORES		1728,444	2016,9817	2467,4956	3136,5228	4075,7207
UTILIDAD ANTES IMPUESTO		9.794,52	11.429,56	13.982,48	17.773,63	23.095,75
22% IMPUESTO RENTA		2154,7944	2514,5032	3076,1456	3910,1986	5081,065
UTILIDAD NETA		7.639,73	8.915,06	10.906,33	13.863,43	18.014,69
DEPRECIACION		1688,52	1688,52	1688,52	1688,52	1688,52
ACTIVO FIJO	10589,95					
CAPITAL DE TRABAJO	7673,5					
RECUPERACION DE CAPITAL DE TRABAJO						7673,5
PRESTAMO	0					

AMORTZACION DE PRESTAMO		0	0	0	0	0
FLUJO DE FONDOS	-18.263,45	9.328,25	10.603,58	12.594,85	15.551,95	27.376,71

Fuente: Estado de Situación sin Financiamiento

Elaborado por: Noemí Ricachi.

4.11 Estudio financiero

En el estudio financiero se analizará las fuentes de financiamiento, el proyecto empezará a funcionar y la rentabilidad que tiene el proyecto con la finalidad de saber si es rentable o no el proporcionar servicio turísticos.

4.11.1 Valor actual neto

“El Valor actual (en inglés Net present value), cuyo acrónimo es VAN (en inglés NPV), es un procedimiento que permite calcular el valor presente de un determinado número de flujos de caja futuros, originados por una inversión. La metodología consiste en descontar al momento actual (es decir, actualizar mediante una tasa) todos los flujos de caja futuros del proyecto. A este valor se le resta la inversión inicial, de tal modo que el valor obtenido es el valor actual neto del proyecto”⁴⁴.

El método de valor presente es uno de los criterios económicos más ampliamente utilizados en la evaluación de proyectos de inversión. Consiste en determinar la equivalencia en el tiempo 0 de los flujos de efectivo futuros que genera un proyecto y comparar esta equivalencia con el desembolso inicial. Cuando dicha equivalencia es mayor que el desembolso inicial, entonces, es recomendable que el proyecto sea aceptado.

⁴⁴ http://es.wikipedia.org/wiki/Valor_actual_netto

La fórmula que nos permite calcular el Valor Actual Neto es:

$$VAN = -Inv. Inicial + \frac{F_1}{(1+i)^1} + \frac{F_2}{(1+i)^2} + \frac{F_3}{(1+i)^3} + \dots + \frac{F_n}{(1+i)^n}$$

En donde:

F: Flujo

i: tasa

Para calcular la tasa de oportunidad del proyecto se utilizó la siguiente fórmula:

$iop_{pasivo} = 11,82\%$ (tasa activa del préstamo).

$iop_{patrimonio} = 15\%$ (porcentaje de ganancia que esperan los inversionistas).

$$iop = iop_{pasivo} \frac{Pasivo}{Activo} + iop_{patrimonio} \frac{Patrimonio}{Activo}$$

$$iop = 11,82\% \frac{13.697,59}{18.263,45} + 15\% \frac{4.565,86}{18.263,45}$$

$$iop = 0,1262$$

Esta tasa es la que se aplicara para el cálculo del VAN con fuentes de financiamiento, de tal manera que el VAN seria:

Tabla N° 4.23

VAN con financiamiento

VAN CON FINANCIAMIENTO		
AÑO	FLUJOS	12,62%
0	-4.565,86	-
1	6090,95	5408,41
2	7280,09	5739,92
3	9174,98	6423,31
4	12024,31	7474,77
5	23728,54	13097,65
	TOTAL	38144,06
	VAN 12,62%	33578,20

Fuente: VAN con Financiamiento

Elaborado por: Noemí Ricachi.

Procedimiento:

$$VAN = -4.565,86 + \frac{6090,95}{(1 + 0,1262)^1} + \frac{7280,09}{(1 + 0,1262)^2} + \frac{9174,98}{(1 + 0,1262)^3} + \frac{12024,31}{(1 + 0,1262)^4} + \frac{23728,54}{(1 + 0,1262)^5}$$

$$VAN = -4.565,86 + 38144,06$$

$$VAN = 33.578,20$$

La tasa que se utiliza para el cálculo del VAN sin fuentes de financiamiento es el 15% que es la rentabilidad que esperan los accionistas del proyecto, es así que el VAN sería:

Tabla N° 4.24
Flujo de fondos sin financiamiento

VAN SIN FINANCIAMIENTO		
AÑO	FLUJOS	15,00%
0	-18.263,45	-
1	9328,25	8111,52
2	10603,58	8017,83
3	12594,85	8281,32
4	15551,95	8891,88
5	27376,71	13611,06
	TOTAL	46913,61
	VAN 15%	28650,16

Fuente: VAN sin Financiamiento

Elaborado por: Noemí Ricachi.

Como podemos observar el VAN del proyecto es positivo, lo que se determina que el proyecto es rentable de realización.

4.11.2 Tasa interna de retorno (TIR)

Se denomina Tasa Interna de Rentabilidad (TIR) a la tasa de descuento que hace que el Valor Actual Neto (VAN) de una inversión sea igual a cero.

(VAN =0)

Este método considera que una inversión es aconsejable si la TIR resultante es igual o superior a la tasa exigida por el inversor, y, entre varias alternativas, la más conveniente será aquella que ofrezca una TIR mayor.

Tabla N° 4.25

TIR con financiamiento

TIR CON FINANCIAMIENTO		
AÑO	FLUJOS	155,00%
0	-4.565,86	0
1	6090,95	2388,61
2	7280,09	1119,58
3	9174,98	553,33
4	12024,31	284,38
5	23728,54	220,08
	TOTAL	4565,9
	VAN 155%	0
	TIR	155%

Fuente: TIR con Financiamiento

Elaborado por: Noemí Ricachi.

Procedimiento:

$$VAN = -4.565,86 + \frac{6090,95}{(1 + 0.0155)^1} + \frac{7280,09}{(1 + 0.0155)^2} + \frac{9174,98}{(1 + 0.0155)^3} + \frac{12024,31}{(1 + 0.0155)^4} + \frac{23728,54}{(1 + 0.0155)^5}$$

$$VAN = -4.565,86 + 4.565,86$$

$$VAN = 0$$

Tabla N° 4.25

TIR sin financiamiento

TIR SIN FINANCIAMIENTO		
AÑO	FLUJOS	59,200%
0	-18.263,45	0
1	9328,25	5859,45
2	10603,58	4183,76
3	12594,85	3121,50
4	15551,95	2421,10
5	27376,71	2677,11
	TOTAL	18262,92
	VAN 59,20%	-0,53
	TIR	59,20%

Fuente: TIR sin Financiamiento

Elaborado por: Noemí Ricachi.

Como podemos observar cuando aplicamos una tasa del 59,20%, el proyecto refleja un VAN igual a cero.

4.11.3 Periodo de recuperación del capital – PRC

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 factibilidad 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.

Tabla N° 4.27

Periodo de recuperación del capital

AÑO	FLUJO NETO	ACUMULADO
0	0	0,00
1	6090,95	6090,95
2	7280,09	13371,04
3	9174,98	22546,02
4	12024,31	34570,33
5	23728,54	58298,87

Fuente: Periodo de Recuperación del Capital, 2012

Elaborado por: Noemí Ricachi.

Como podemos observar la inversión inicial se podría recuperar el primer año de la empresa en base a los flujos netos de efectivos.

4.11.4 Relación beneficio costo – RBC

La relación Beneficio/costo está representada por los ingresos y egresos. El análisis de la relación B/C, toma valores mayores, menores o iguales a 1, lo que implica que:

- $B/C > 1$ implica que los ingresos son mayores que los egresos, entonces el proyecto es aconsejable.
- $B/C = 1$ implica que los ingresos son iguales que los egresos, entonces el proyecto es indiferente.
- $B/C < 1$ implica que los ingresos son menores que los egresos, entonces el proyecto no es aconsejable⁴⁵.

Tabla N°4.28

Relación b/c

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
BENEFICIO	198103,84	215383,46	237826,57	266707,64	303775,01
COSTO	178.453,71	190.176,99	205.166,51	224.462,33	248.984,52
RELACION B/C	1,11	1,13	1,16	1,19	1,22

Fuente: Relación B/C, 2012

Elaborado por: Noemí Ricachi.

⁴⁵ <http://www.gestiopolis.com/canales/financiera/articulos/26/bc.htm>

Como se puede observar en todos los años que se ha proyectado los ingresos superan a los egresos por lo que se reflejan relaciones de beneficio – costos superiores a 1.

5.1. RESULTADO DE ESTUDIO

- El desarrollo del presente proyecto constituye una gran oportunidad de negocio en vista que no existen ofertantes de servicios turísticos en el Cantón La Maná.
- Mediante el estudio de mercado se demostró que se tiene demanda mas no oferta.
- Para la atención de los clientes, la empresa se va a localizar en el Cantón La Maná, la cual será el punto de partida para los diferentes lugares turísticos demandados.
- Los parámetros técnicos financieros, que se expone en el presente estudio, podemos concluir que se justifica la inversión que se va ha realizar en el proyecto.

CONCLUSIONES

- El perfil del cliente para “Intertur La Maná” está dado por turistas – estudiantes de los diferentes centros educativos, que visitan los diferentes lugares turísticos durante su año lectivo.

- El factor crítico de éxito para una operadora de turismo en el cantón La Maná es la calidad que ofrecerá en cada uno de sus servicios, ya sea por precios, trato con el cliente, o la variedad de sus productos. Esta característica es especial cuando se trata de servicios turísticos.

- La estructura organizacional planteada permite una conexión directa entre las unidades funcionales de la operadora, logrando una optimización en su funcionamiento.

- Es viable establecer una operadora turística en el cantón La Maná, siempre que se mantengan los parámetros establecidos. Las modificaciones que se deseen incluir deberán ser estudiadas para no afectar el nivel de factibilidad.

- Los flujos que genera el proyecto permiten recuperar la inversión en 2 años, tiempo cercano a la mitad de la duración estimada del proyecto, es decir, 5 años. Esto permite aprovechar los beneficios reales del proyecto a partir del tercer año.

RECOMENDACIONES

- Desarrollar constantemente estudios de mercado que permitan ir perfeccionando el delineamiento del perfil del cliente y desarrollando nuevos productos y servicios, logrando así aprovechar de mejor manera el nicho de mercado en el que se ha enfocado la operadora, a través de la diferenciación.

- Mantener e incrementar la calidad en el servicio. Para ello es necesario un compromiso del personal, capacitación e innovación constante en servicios turísticos.

- Desarrollar una adecuada política de contratación y adquisiciones, de manera que se propenda a un aprovechamiento de los recursos y se asegure su calidad.

- Hacer seguimiento de la satisfacción del cliente, mediante encuestas.

- Se puede ejecutar con éxito el presente proyecto si se realiza la previa inducción de posibles cambios en algunas variables, como el precio de venta, el financiamiento, el capital de trabajo, entre otras. Este podría hacer más atractivo el nivel de rentabilidad.

BIBLIOGRAFÍA

- BACA URBINA, Gabriel, evaluación de Proyectos, 5ta Edición, 2006, Editorial McGraw Hill, p. 69
- BACA URBINA, Gabriel, evaluación de Proyectos, 5ta Edición, 2006, Editorial McGraw Hill Op. Cit. P. 76
- BACA URBINA, Gabriel, Evaluación de Proyectos, 5ta Edición, 2006, Editorial McGraw Hill, Pg. 181.
- CALDAS, Marco, Preparación y Evaluación de Proyectos Tercera Edición, P. 75
- Censo de Población y vivienda 2011, INEC
- Capitulo. II, Art.79.
- CALDAS MOLINA Marco, Preparación y evaluación de proyectos, Tercera Edición, p. 137.
- Decreto Ejecutivo N° 3400, Registro Oficial N° 726, diciembre 2006, Capitulo. II, Art.79.
- Decreto Ejecutivo N° 3400, Registro Oficial N° 726, diciembre 2006,
- Enciclopedia Salvat Editores, S.A. 1999
- ECON. MENESES EDILBERTO, Preparación y Evaluación de Proyectos, Pág. 75
- LEY DE COMPAÑÍA, codificación N° 000. R0/312, noviembre 1999, sección I, Art. 2.
- Ley de Compañías; de la Compañía de responsabilidad Limitada; Disposiciones Generales; Art. 92

- Ley de Compañías; de la Compañía de responsabilidad Limitada; Del capital, Art. 102
- Ley de Compañías; de la Compañía de responsabilidad Limitada; Del capital, Art. 106
- 1 LORTI art. 10, numeral 7
- Ley de Cámaras de Turismo, Art. 4
- Ley de Régimen Municipal de La Maná
- NIC 16, Párrafo 20
- Reglamento de Afiliaciones de la Cámara de Turismo de Cotopaxi; Art. 6
- Reglamento General de Aplicación a la Ley de Turismo; Arts. 8 y 9.
- Reglamento General de Actividades Turísticas
- Reglamento General de Actividades Turísticas
- Reglamento General de Aplicación a la Ley de Turismo; Art. 8 y 9.
- Servicio de Rentas Internas
- VACA URBINA, Gabriel, 5ta Edición, 2006, Editor McGraw Hill, pg. 186
- ZAPATA Pedro, Contabilidad General, McGraw Hill, 3ra Edición, Colombia, 1999, pg.65
- <http://www.efdeportes.com/efd139/servicios-y-productos-turisticos.htm>
- <http://www.promonegocios.net/demanda/definicion-demanda.html>
- <http://www.skyscraperlife.com/ecuador/51827-resultados-preliminares-del-censo-de-poblacion-y-vivienda-2010-a.html>
- <http://mapasdeecuador.blogspot.com/2009/02/mapa-de-la-provincia-de-cotopaxi.html>
- <http://www.aulafacil.com/proyectos/curso/Lecc-8.htm>

- http://www.supercias.gov.ec/Documentacion/Sector%20Societario/Marco%20Legal/instructivo_soc.pdf
- <http://www.mailxmail.com/curso/empresa/presupuestoinversion>
- <http://html.rincondelvago.com/activo-fijo.html>
- <http://html.rincondelvago.com/analisis-financiero-empresas.html>
- http://ecuadorcontable.com/pagina/index.php?option=com_content&view=article&id=24:nec-1-presentacion-de-estados-financieros&catid=13:necas&Itemid=19
- <http://www.mitecnologico.com/Main/EstadosFinancierosConceptoElementosClasificacion>
- <http://www.gestiopolis.com/canales/financiera/articulos/no%206/flujoefectivo.htm>
- http://es.wikipedia.org/wiki/Valor_actual_netto
- <http://www.gestiopolis.com/canales/financiera/articulos/26/bc.htm>
- <http://www.monografias.com>

ANEXOS

ANEXO 1

NIVEL	JARDIN	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	1 BACHILLERATO	2 BACHILLERATO	3 BACHILLERATO	NIVELES POR INSTITUCIÓN	NIVELES PARA EL PROYECTO	PORCENTAJES
JARDIN	1														1	0	0,00%
JARDIN - EDUCACIÓN BASICA	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1				11	4	36,36%
EDUCACIÓN BASICA		1	1	1	1	1	1	1	1	1	1				10	4	40,00%
EDUCACIÓN BASICA - BACHILLERATO		1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	13	7	53,85%
BACHILLERATO												1	1	1	3	3	100,00%

Fuente: Noemí Ricachi.

Elaborado por: Noemí Ricachi.