

INTRODUCCION

En la economía mundial la actividad turística registra un importante crecimiento convirtiéndose así en una de las actividades más prósperas que remite la naturaleza del fenómeno urbano-turístico como una expresión de la relación entre sociedad y espacio, que hace referencia a la forma como se organiza socialmente la producción y el consumo sobre un espacio determinado.

En el cantón Shushufindi la actividad turística es mínima y los habitantes se han conformado con los recursos naturales que el medio ofrece por falta de infraestructuras turísticas que les permita distracción familiar, es por esto que se propone en este proyecto de investigación como objetivo general realizar un estudio de factibilidad para crear un Complejo Turístico en el cantón Shushufindi, por cuanto no existe en este lugar empresas que se dediquen a estos servicios.

En esta investigación se ha planteado las siguientes preguntas científicas: ¿Qué contenidos teóricos permitirán la elaboración de un estudio de factibilidad para la creación de un Complejo Turístico en el Cantón Shushufindi?; ¿Cuáles son los principales problemas que presentan los habitantes del Cantón al no contar con un Complejo Turístico?; ¿Qué características importantes debería tener un estudio de factibilidad para que soluciones los problemas de los habitantes de Shushufindi?.

Para responder las preguntas expuestas se propone analizar el mercado utilizando métodos y técnicas de investigación como la encuesta que es un instrumento muy relevante para recolectar información de primeras fuentes, en este análisis también se utilizan métodos estadísticos para tabular la información y conocer todos resultados que contribuyan a solucionar los problemas de los habitantes.

La solución de los problemas existentes se determinan dentro del desarrollo estructural de la propuesta en donde se identifican todos los requerimientos

necesarios para llevar a cabo la idea de negocio, para esto se necesita conocer los temas a desarrollarse en la investigación como son las bases teóricas, diagnóstico situacional y la propuesta planteada.

En el primer capítulo de este proyecto se encuentran todos los fundamentos teóricos que se consideraron como apoyo científico de la investigación, esta parte se enriquece que las aseveraciones de los autores concedores en la rama de formulación y evaluación de proyectos, cuyas definiciones son analizadas y expuestas para mayor comprensión del lector.

El segundo capítulo empieza caracterizando el cantón Shushufindi desde sus inicios, para luego realizar un estudio de mercado a los habitantes del cantón Shushufindi, con la finalidad de conocer sus gustos y preferencias en cuanto a los servicios de complejos turísticos y que es lo que ellos buscan satisfacer realmente al obtener estos servicios en su cantón.

El tercer capítulo se encuentra planteada la propuesta de este proyecto, en esta parte se indica la ingeniería del proyecto empezando desde la localización óptima en donde estará ubicada la empresa y su distribución hasta los requerimientos que necesita para ser creada, por otra parte se propone una estructura orgánico funcional para darle direccionamiento a la empresa en el mercado. En este capítulo también se realiza un estudio económico financiero que permita a través de los estados y evaluación financiera comprobar si la inversión planteada tiene buenas posibilidades de recuperación en el período propuesto.

CAPITULO I

1. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA DEL OBJETO DE ESTUDIO

1.1 ADMINISTRACIÓN

Según la teoría del pensamiento administrativo de Taylor, la administración como campo del conocimiento humano se conoció por el “énfasis en las tareas”. Posteriormente, el “énfasis recayó en la estructura” con la teoría clásica de Fayol y con la teoría burocrática de Weber. Le siguió el “énfasis en las personas” con la teoría humanística o de las relaciones humanas de Elton Mayo, que más tarde fue complementado y dio origen a lo que se denomina teoría del comportamiento y a la teoría del desarrollo organizacional, cuyo énfasis está puesto en el “comportamiento humano” y el “cambio de comportamiento” en las organizaciones. Surgió luego el “énfasis en el entorno” con la teoría de los sistemas, la cual fue ampliada por la denominada teoría situacional o contingencial que hace “énfasis en la tecnología”.

1.1.1 Definición de Administración

Según **ROBBINS**, Stephen y **COULTER**, Mary (2005, pág.8), mencionan que la administración: “consiste en la coordinación de las actividades de trabajo que realizan las organizaciones, de manera que se lleven a cabo de forma eficiente y eficaz”.

Para **BERNAL**, César (2007, pág. 44), la administración: “es entendida como el proceso racional de planear, organizar, dirigir y controlar las actividades de producción, mercadeo, finanzas y desarrollo del potencial humano, de forma eficaz con el propósito de generar un mayor grado de competitividad”.

Según lo expuesto para la investigadora la administración, comprende un proceso consecutivo que empieza desde la planeación de actividades basadas en un objetivo propuesto, hasta obtener una dirección que ayude al personal a integrarse con eficacia para cumplir los objetivos.

1.1.2 Objetivo de la Administración

La administración es un tema interesante porque se refiere al establecimiento, búsqueda y logro de objetivos. Todos somos administradores de nuestras propias vidas, y la práctica de administrar se encuentra en cada una de las facetas de la actividad humana. El establecimiento y logro de objetivos son misiones retadoras y gratificantes para cualquier empresa u organización.

Para que exista un sentido de satisfacción debe existir un objetivo, lo que da un propósito al esfuerzo, teniendo un significado y un valor; por esto un objetivo administrativo es una meta que se fija, que requiere de un campo de acción definido y que sugiera la orientación para los esfuerzos de un dirigente, mismos que deben ser definidos con claridad para que los comprendan todos los miembros de la empresa.

1.1.3 Características de la Administración

La administración nace con la humanidad por lo cual sus características se encuentran presentes en todas partes y en todos los ámbitos, impartiendo efectividad a los esfuerzos humanos, y en general es esencial para cualquier

organismo social. A continuación se verán algunas de sus características primordiales:

- **Universalidad:** La administración se da donde quiera que existe un organismo social (estado, ejército, empresas, iglesias, familia, etc.), porque en él tiene siempre que existir coordinación sistemática de medios.
- **Especificidad:** La administración tiene sus propias características las cuales son inconfundibles con otras ciencias, aunque va acompañada siempre de ellas (funciones económicas, contables, productivas, mecánicas, jurídicas, etc.), son completamente distintas.
- **Unidad Temporal:** Aunque se distingan etapas, fases y elementos del proceso administrativo, éste es único y, por lo mismo, en todo momento de la vida de una empresa se están dando, en mayor o menor grado, todos o la mayor parte de los elementos administrativos.
- **Unidad Jerárquica:** Todos cuantos tienen carácter de jefes en un organismo social, participan en distintos grados y modalidades, de la misma administración. Así, en una empresa forman un solo cuerpo administrativo, desde el gerente general, hasta el último mayordomo". Respetándose siempre los niveles de autoridad que están establecidos dentro de la organización.
- **Flexibilidad:** La administración se adapta a las necesidades particulares de cada organización.

1.2 GESTIÓN ADMINISTRATIVA

La administración y las organizaciones son producto de su momento y su contexto histórico y social por tanto, la evolución de la gestión administrativa se entiende en términos de cómo han resuelto las personas las cuestiones de sus relaciones en momentos concretos de la historia. Por esto es importante considerar que con el pasar de los años es mucha la competencia que se nos presenta por lo que siempre debemos estar informados de cómo realizarla de manera correcta.

La gestión administrativa “es un proceso que consiste básicamente en organizar, coordinar y controlar además de que es considerada un arte en el mundo de las finanzas”. Por otra parte también manifiestan que la gestión administrativa “es el proceso de diseñar y mantener un entorno en el que trabajando en grupos los individuos cumplen eficientemente objetivos específicos” según comentan en la página [http://unblogverde.blogcindario.com/2009/01/00006 – administración - financiera.html](http://unblogverde.blogcindario.com/2009/01/00006-administraci%C3%B3n-financiera.html).

La investigadora aporta que la gestión administrativa en base a la definición anterior tiene objetivos que perseguir dentro de un proceso administrativo, en el cual se considera la planeación, dirección y control de los recursos; además la gestión del investigador es relevante porque debe ir a la par de las actividades que realizan los colaboradores.

1.2.1 Importancia de la Gestión Administrativa

La gestión administrativa de manera general es importante en la tarea de construir una sociedad económicamente mejor, con normas sociales para un gobierno más eficaz, es el reto que tiene de la gestión administrativa hoy en día. Pero refiriéndose a la gestión administrativa de una empresa entonces se debe tener claro que la misma funciona en base a la determinación y la satisfacción de muchos de los objetivos en los aspectos políticos, sociales y económicos que reposan en el sector de la competencia.

La gestión administrativa consiste en velar por el crecimiento de las organizaciones, su desarrollo sostenible, la correcta asignación y uso de los recursos, el mejoramiento continuo de los servicios y procesos, y la actualización y el cumplimiento de las políticas administrativas; en otras palabras, hacer realidad la visión de la institución. Existen casos donde se presentan situaciones algo más complejas para las que se necesitara la acumulación de los recursos materiales en una empresa, es por esto que la gestión administrativa ocupa un lugar importantísimo para el cumplimiento de los objetivos perseguidos.

1.2.2 Elementos del Proceso Administrativo

Para responder a los retos que enfrentan las organizaciones y a la complejidad que las caracteriza se dio origen a la administración, la cual desde los inicios del siglo XX a partir de los planteamientos de Henry Fayol y posteriormente con los postulados de la teoría neoclásica se ha entendido como una disciplina que enseña a usar en forma racional los recursos. Para ello, su modelo se ha estructurado en lo que hoy se conoce como proceso administrativo, el mismo que se detalla en los siguientes aspectos:

- a. Planeación:** Proceso mediante el cual se definen los objetivos, se fijan las estrategias para alcanzarlos y se formulan programas a fin de integrar y coordinar las actividades a desarrollar dentro de un tiempo determinado. En este proyecto la planificación estará basada en un mediano y largo plazo por cuanto se propone la creación de un complejo turístico.
- b. Organización:** Proceso que consiste en determinar las tareas que se deben realizar para lograr lo planeado, diseñar puestos y especificar actividades, crear la estructura de la organización, establecer procedimientos y asignar recursos. En definitiva organizar es coordinar y sincronizar y para este proyecto se realizará un orgánico estructural y funcional que indique los procesos de trabajo eficaces que ayuden a reducir los costos o gastos.
- c. Dirección:** Proceso que tiene relación con la motivación y el liderazgo de las personas y los equipos de trabajo en la empresa con estrategias a fin de conducir a las personas al logro de los objetivos propuestos en la planificación. De un buen líder dependerá el futuro del complejo turístico propuesto para que éste sea más competitivo dentro del mercado.
- d. Control:** Proceso que consiste en retroalimentar es decir, proveer a la organización de información que le indica cómo se está desempeñando y cuál es la dinámica del entorno en el que actúa, con el propósito de lograr sus objetivos de manera óptima.

1.3 PROYECTOS

La gestión de proyectos es la aplicación de conocimientos, habilidades, herramientas y técnicas a las actividades de un proyecto para satisfacer los requisitos del proyecto. En sí un proyecto es una empresa planificada con actividades que se encuentran interrelacionadas y coordinadas con el único fin de alcanzar los objetivos planteados dentro de los límites que imponen un presupuesto y un lapso de tiempo laborable previamente definidos.

1.3.1 Definición de Proyectos

Según **CÓRDOBA**, Marcial (2006, pág.3), define como proyecto a todo “conjunto metódicamente diseñado de actividades planificadas y relacionadas entre sí, que utilizan recursos para generar resultados concretos con los cuales apuntan alcanzar los objetivos propuestos”.

Para **BACA**, Gabriel (2006, pág. 2), comenta que en forma general un proyecto “es la búsqueda de una solución inteligente al planteamiento de un problema tendiente a resolver una necesidad humana”.

Un proyecto a más de ser una herramienta para la investigadora es una propuesta por cuanto se basan a varias actividades enfocadas a solucionar problemas del entorno, considerando que en muchos casos basta de una idea para planear algo y crear negocios que cubran necesidades.

1.3.2 Tipos de Proyectos

La selección de un proyecto, requiere de consideraciones particulares y procedimientos de trabajo específicos diferentes; la gestión financiera de las empresas, permanentemente deben estar buscando mecanismos que posibiliten la

creación y mantenimiento de valor, mediante la asignación y uso eficiente de sus recursos.

Se pueden presentar numerosos proyectos, clasificados en dos grandes áreas: según la finalidad de la inversión o según la finalidad del estudio; pero en general los proyectos pueden catalogarse en cinco tipos básicos para **CÓRDOBA**, Marcial (2006, pág.6) son los siguientes:

- a. Productivos:** Los que utilizan recursos para producir bienes orientados al consumo intermedio o final como (proyectos de producción agrícola, ganadera, forestal, etc.).
- b. De infraestructura económica:** Los que generan obras que facilitan el desarrollo de futuras actividades como (camino, canales de riego, electrificación, telefonía, etc.).
- c. De infraestructura social:** Los que se dirigen a solucionar limitantes que afectan el rendimiento de la mano de obra, tales como deficiencias en educación, salud, provisión de agua potable, etc.
- d. De regulación y fortalecimiento de mercados:** Son los proyectos que apuntan a clarificar y normalizar las reglas de juego de los mercados, o a fortalecer el marco jurídico donde se desenvuelven las actividades productivas.
- e. De apoyo de base:** Aquellos dirigidos a apoyar a los proyectos de las tipologías anteriores; son proyectos de asistencia por ejemplo de capacitación, asistencia técnica, alfabetización, vacunación, etc.

Los conceptos de separabilidad e interdependencia son válidos también, porque si el proyecto macro está compuesto de distintos subproyectos como (productivo, de infraestructura o de asistencia técnica), cada uno debería ser formulado y evaluado independientemente, y luego en forma conjunta para identificar la dependencia. Considerando este un proyecto puede ser: privado, público o social.

- **Proyecto de inversión privado:** Son realizados por empresarios particulares para satisfacer sus objetivos, y los objetivos que éstos esperan del proyecto son los resultados del valor de la venta de los productos o servicios que generará el proyecto.
- **Proyecto de Inversión público o social:** Busca cumplir con objetivos sociales a través de metas gubernamentales o alternativas, empleadas por programas de apoyo con términos evaluativos referidos a las metas en tiempos determinados.

1.4 PROYECTOS DE INVERSIÓN

Para **BACA**, Gabriel (2006, pág. 2), describe que un proyecto de inversión puede definirse como “un plan al cual se le asigna determinado monto de capital y se le proporcionan insumos de varios tipos para producir un bien o servicio útil para la sociedad en general”.

Desde otro punto de vista www.mailxmail.com, define al proyecto de inversión como “una propuesta de acción técnico económica para resolver una necesidad utilizando un conjunto de recursos disponibles, con el objetivo de crear, incrementar, mantener o mejorar la producción de bienes o servicios”.

Analizando lo anterior acentuado por los autores, la investigadora explica que los proyectos se plantean en base a una serie de actividades ordenadas y enfocadas a solucionar problemas del entorno, con el propósito de investigar el mercado en busca de resultados que orienten el desarrollo de una inversión que cubra las necesidades existentes.

1.5 PROYECTOS DE FACTIBILIDAD

Todo Proyecto se desarrolla en torno a una idea, que surge como consecuencia de la detención de una necesidad de una oportunidad de negocio o por la identificación de un nicho de mercado. El hecho de crear una empresa, va

acompañado de un alto grado de incertidumbre, tanto por la rapidez en los cambios que se producen en el entorno económico como en la alta competencia existente en cada uno de los sectores de la actividad.

Según **BACA**, Gabriel (2007 pág. 5) menciona que el estudio o proyecto de factibilidad consiste en “profundizar la investigación en fuentes primarias y secundarias en investigación de mercado, detalla la tecnología que se empleará, determinando costos totales y la rentabilidad económica, siendo esto la base en que se apoyan los inversionistas para tomar una decisión”.

Para **NASSIR SAPAG**, Chain (2007, pág. 22) el estudio de factibilidad “busca determinar si es posible física o materialmente hacer un proyecto, pudiendo llegar en algunos casos a evaluar la capacidad técnica de todos los recursos de la empresa”.

La realización de un estudio de factibilidad para la investigadora no solo reduce riesgos sino que planifica todos los recursos para al final saber de mejores fuentes y con mayor seguridad si la inversión que se pretende hacer será factible o no por cuanto en este proceso se conocerán todos los recursos que se necesitan para hacer realidad este proyecto de servicios.

1.5.1 Importancia de Proyectos de Factibilidad

Siendo una propuesta de acción técnico económica los proyectos de factibilidad son importantes porque resuelven una necesidad utilizando un conjunto de recursos disponibles, los cuales pueden ser, recursos humanos, materiales y tecnológicos entre otros. Es un documento por escrito formado por una serie de estudios que permiten al emprendedor que tiene la idea y a las instituciones que lo apoyan saber si la idea es viable, se puede realizar y dará ganancias.

Los proyectos por referirse a distintas actividades y tener varios enfoques, dependiendo de la naturaleza y de las necesidades de las personas, en el campo y medio en que se desenvuelven se han clasificado según sus propósitos con el objeto de identificarse y diferenciarse los unos con los otros.

1.5.2 Características de Proyectos

La identificación de los proyectos, se centran en la necesidad o problema que se presenta en el área de influencia y la determinación de las alternativas de solución. También tiene que ver con el aprovechamiento de una oportunidad favorable, la carencia de bienes o servicios, es decir que las características deben permitir que cada proyecto pueda ser:

- a. Identificado y formulado** de manera metódica y cuidadosa; esto es, que se pueda definir cuál es el problema que lo justifica, el objetivo del proyecto, cómo lo va lograr, y qué costos y beneficios genera.
- b. Evaluado** según criterios objetivos, a fin de conocer si será capaz de solucionar el problema que lo origina (evaluación *ex_ante*) o si ha alcanzado los resultados previstos (evaluación *ex_post*).
- c. Ejecutado** de manera eficiente, pues todas las acciones y sus resultados están previstas desde la formulación del proyecto, y las desviaciones pueden analizarse.

De esta manera, al utilizar un proyecto claramente definido se facilita la toma de decisiones y se puede encarar con menor riesgo “o con un riesgo acotado” la resolución de problemas o el aprovechamiento de oportunidades.

1.5.3 Fases o ciclo de vida de un Proyecto

Un proyecto de factibilidad es un trabajo multidisciplinario de administradores, contadores, economistas, ingenieros, psicólogos, etc., en un intento de explicar y

proyectar lo complejo de la realidad en donde se pretende introducir una nueva iniciativa de inversión. El ciclo de vida de un proyecto de inversión se inicia con un problema origina en una necesidad, a la cual debe buscársele solución coherente; generalmente según **CÓRDOVA**, Marcial (2006, pág. 12-18) los proyectos de inversión atraviesan por cuatro grandes fases:

1ra Fase: Pre-Inversión

Esta fase de preinversión corresponde al estudio de factibilidad económica de las diversas opciones de solución identificadas para cada una de las ideas de proyectos. La preinversión consiste en identificar, formular y evaluar el proyecto y establecer cómo se llevaría a cabo, para resolver el problema o atender la necesidad que le da origen. Esta fase presenta las siguientes etapas:

- Etapa de Idea.
- Etapa de Perfil.
- Etapa de Pre-factibilidad.
- Etapa de Factibilidad.
- Etapa de Diseño.

2ra Fase: Inversión o Ejecución

La fase de inversión corresponde al proceso de implementación del proyecto, donde se materializan todas las inversiones previas a su puesta en marcha. Se refiere a la implantación del proyecto una vez seleccionado el modelo a seguir, dentro de este contexto se debe considerar lo siguiente:

- La compra del terreno, la construcción de la planta de producción, oficinas e instalaciones.
- La compra e instalación de maquinarias, equipos y herramientas.
- Selección y administración de sistemas operacionales y administrativos.

- Selección, contratación, inducción y capacitación personal.
- Operación inicial del negocio.

3ra Fase Operación

La fase de operación es aquella donde la inversión ya materializada está en ejecución. Una vez instalado, el proyecto entra en operación y se inicia la generación del producto o servicio, orientado a la solución del problema o a la satisfacción de la necesidad que dio origen al proyecto. Pero hay otras dos situaciones que se van presentando en el tiempo:

- La necesidad de ampliación del sistema para extender su cobertura a nuevos usuarios, y
- El desgaste y obsolescencia de las instalaciones y equipos, van implicando la necesidad de renovación-reposición.

4ta Fase Evaluación de Resultados

Si el proyecto es la acción o respuesta a un problema, es necesario verificar después de un tiempo razonable de su operación, que efectivamente el problema ha sido solucionado por la intervención del proyecto. De no ser así, se requiere las medidas correctivas pertinentes por cuanto la evaluación de resultados cierra el ciclo y tiene por lo menos dos objetivos importantes que son:

- Evaluar el impacto real del proyecto ya entrado en operación, para sugerir correctivos que se estimen convenientes.
- Similar la experiencia para enriquecer el nivel de conocimientos y capacidad para mejorar.

1.6 ESTUDIO DE MERCADO

El estudio del mercado trata de determinar el espacio que ocupa un bien o un servicio en un mercado específico identificando las necesidades que tienen los consumidores actuales y potenciales de un producto y las empresas productoras del mismo, así como también la manera como llega el producto desde su origen hasta los consumidores, identificando así la oferta o demanda que tengan los productos o servicios en un lugar determinado.

Determinando que el mercado es un área en que concluyen las fuerzas de la oferta y la demanda para realizar las transacciones de bienes o servicios a precios determinados. El autor **BACA**, Gabriel (2006, pág.8) define que el estudio de mercado “es un trabajo de recopilación, análisis y proyección de datos tanto primarios como secundarios, referentes a la producción, consumo y comercialización de bienes o servicios”.

Para **CÓRDOVA**, Marcial (2006, pág. 22) el estudio de factibilidad permite “conocer la situación que existe entre la oferta, demanda y los precios de un determinado bien para ver si existe demanda potencial que pueda ser cubierta”.

Considerando la acentuación del autor, la investigadora manifiesta que el estudio de mercado es necesario aplicarlo para conocer los movimientos que tienen los servicios dentro del mercado, como también de los ofertantes y consumidores, conociendo de manera cualitativa y cuantitativa datos más reales para identificar las oportunidades existentes que dicho mercado ofrece.

1.6.1 Objetivos del Estudio de Mercado

Un principio básico en toda actividad de gestión, es que los objetivos estén definidos a priori y con un grado de suficiente de claridad y precisión. Hay proyectos donde la definición de objetivos se hace realmente difícil, pero esa

dificultad no significa que no deba hacerse, puesto que cuanto más inmaterial es o más arriesgado sea un proyecto más necesario será contar con un marco de referencia. Para los entendidos en la materia las siguientes definiciones de los objetivos del estudio de mercado buscan diversas prioridades:

Según **CÓRDOVA**, Marcial (2006, pág. 22), denota que los objetivos de estudio de mercado consisten en “demostrar la existencia de la necesidad en consumidores por el bien que se pretende fabricar y vender, es decir, proporcionar los elementos de juicio necesarios para establecer la presencia de la demanda”.

A nivel de toda investigación los objetivos son primordiales por cuanto la investigadora se propone metas a las cuales pretender llegar con éxito en este proyecto, es por esto que los objetivos en este proyecto deben estar enfocados a conocer e identificar qué, cómo y cuánto consumen los clientes en cuanto a servicios de complejos turísticos y a qué precios lo hacen, es decir cuantificar las necesidades para tratar de satisfacerlas con la ejecución del proyecto.

1.6.2 Identificación del Segmento de Mercado

Para identificar al mercado algunos autores sintetizan que primero se debe conocer lo que significa el segmento de mercado, mismo que integra a las variables del mercado como son la oferta, demanda, precio y formas de comercialización. Conociendo lo que es un mercado, el segmento de mercado no es más que el proceso de subdividir un mercado en subconjuntos distintos de clientes que presentan necesidades similares u homogéneas.

Por otra parte para realizar la identificación del segmento de mercado primero, se debe identificar el producto o servicio que se desea producir y vender y luego analizar las variables del mercado de manera cualitativa y cuantitativa para conocer como se están dando.

Dentro de la investigación de mercado la investigadora recalca que es relevante segmentar al mercado por cuanto, se debe identificar los gustos y preferencias de los consumidores, a más de ello la edad, el sexo, religión, etc, datos que van ayudar a obtener mejores resultados para pretender ejecutar el proyecto.

1.6.3 Análisis de la Demanda

Aquí se determinan las cantidades del bien que los consumidores están dispuestos a adquirir y que justifican la realización de los programas de producción. Se debe cuantificar la necesidad real o psicológica de una población de consumidores, con disposición de poder adquisitivo suficiente y con unos gustos definidos para adquirir un producto que satisfaga sus necesidades. Debe comprender la evolución de la demanda actual del bien, y el análisis de ciertas características y condiciones que sirvan para explicar su probable comportamiento a futuro.

Según **BACA**, Gabriel (2006, pág. 18) comenta que el propósito que persigue el análisis de la demanda es “determinar y medir cuales son las fuerzas que afectan los requerimientos del mercado con respecto a un bien o servicio, así como también la posibilidad de participación del producto en la satisfacción de dicha demanda”.

En esta parte la investigadora denota que el análisis de la demanda permite cuantificar las necesidades que existen en un mercado sobre un servicio en particular, esto se realiza con prioridad para identificar los niveles de demanda posibles que existan y si lo hay se puede hablar de un nicho de mercado. Aparte de esto se debe conocer la oferta existente en el mercado para establecer en cuanto estaría cubierto el mercado y cuál sería esa demanda insatisfecha esperada.

1.6.4 Análisis de la Oferta

Antes de enfatizar un proyecto es de relevancia analizar la oferta con el fin de conocer los posibles clientes, es decir, convencer al cliente de que la propuesta es más adecuada que la de los competidores, ya sea en el aspecto técnico, condiciones de coste o plazo, créditos, garantías del producto, sin olvidar la influencia que en la decisión del cliente suelen tener otros elementos menos objetivos, pero no por ello menos reales, como son la imagen de la empresa, las referencias anteriores, la confianza en las personas, etc.

Según **BACA**, Gabriel (2006, pág. 43) dice que el propósito que se persigue en el análisis de la oferta es “determinar o medir las cantidades y las condiciones en que una economía puede y quiere poner a disposición del mercado un bien o un servicio”.

Para la investigadora el análisis de la oferta es considerado parte básica dentro de la investigación por cuanto, se pretende conocer y cuantificar las empresas existentes en el mercado meta y los servicios de complejos turísticos que ofrecen, los mismos que pueden ser similares al que se pretenden ofrecer en este proyecto.

1.6.5 Demanda Insatisfecha

Dentro del estudio de mercado uno de sus objetivos primordiales es proyectar las cantidades del producto que la población estará en capacidad de consumir a los diferentes niveles de precios previstos, es por ello que es necesario calcular la demanda insatisfecha, es decir que no solo se van a comparar datos sino a cuantificarlos para mejores resultados.

Para **BACA**, Gabriel (2006 pág. 45) define que la demanda potencial insatisfecha es “la cantidad de bienes o servicios que es probable que el mercado consuma en

los años futuros, sobre la cual se ha determinado que ningún productor actual podrá satisfacer si prevalecen las mismas condiciones”.

Acotando la investigadora manifiesta que esta demanda se da cuando existen consumidores que no se encuentran satisfechos con los servicios existentes en el mercado y que están dispuestos a consumir nuevos servicios, es decir que al analizar la demanda y la oferta puede existir la posibilidad de que exista un cierto segmento de mercado que esté dispuesto a consumir los servicios de complejos turísticos que se pretenden ofrecer en este proyecto.

Al igual que la demanda y la oferta en el estudio de mercado también se proyecta la demanda insatisfecha para conocer en cantidades un aproximado de los posibles clientes en años posteriores, es consecuencia se pretende conocer en números cuantas personas están dispuestas a consumir los servicios del complejo turístico.

1.6.6 Análisis de Precios.

La fijación del precio de un producto o servicio debe señalar valores máximos y mínimos probables entre los que oscilará el precio de venta unitario del producto en un mercado determinado, y sus repercusiones sobre la demanda del bien. Una vez que se ha escogido un precio, es el que se debe utilizar para las estimaciones financieras del proyecto.

Conociendo al precio como la cantidad monetaria a la que los productores están dispuestos a vender y los consumidores a comprar, cuando la demanda y la oferta están en equilibrio. El autor **BACA**, Gabriel (2006 pág. 47) considera que el análisis de precios sirve para “prever una política adecuada de precios y para comercializar mejor los productos denotando que el conocimiento del precio es importante por cuanto es la base para calcular los ingresos futuros”.

Considerando que el análisis de precios es parte de la estrategia comercial de algunas empresas para vender sus productos, la investigadora aporta que se debe priorizar su análisis porque de ello dependen las ventas y la subsistencia de la empresa en el mercado, recalcando que el precio para muchos consumidores es factor psicológico y decisivo al momento de la compra.

1.6.7 Análisis de la Comercialización

La comercialización conlleva actividades relacionadas con la transferencia del producto de la empresa productora al consumidor final y que pueden generar costos para el proyecto, ya que si se establece un nicho de mercado, por ende es necesario analizar la comercialización para identificar cuales serán los canales de distribución más adecuados para distribuir los productos o servicios, con la finalidad de reducir costos y satisfacer al cliente en cuanto al servicio de entrega del producto. Los siguientes autores dan a conocer acepciones del análisis de la comercialización de manera más clara:

Acentuando que la comercialización es la actividad que permite al productor hacer llegar un bien o servicio al consumidor con los beneficios de tiempo o lugar, para dar al consumidor la satisfacción esperada en la compra. El autor **BACA**, Gabriel (2006, pág. 52) comenta que el análisis de la comercialización “es parte vital en el funcionamiento de una empresa porque de ella depende que el producto o servicio se coloque en un sitio o momento adecuado, es decir que se puede producir un buen artículo y a buen precio pero sino tiene los medios para llegar al consumidor la empresa puede llegar a la quiebra”.

Dentro del análisis de la comercialización la investigadora denota que este factor se basa en gran parte a la elección de un buen canal de distribución y de promoción para el servicio que se ofrece, lo ideal dentro de la comercialización es conocer las opiniones del cliente quienes tienen la última palabra de que medio

desean utilizar. Si una empresa consigue llegar al consumidor de la manera más eficaz obtendrá mayores ventas y por lo tanto ingresos.

1.7 ESTUDIO TÉCNICO

En este estudio, se describe que proceso se va a usar, y cuanto costara todo esto, que se necesita para producir y vender, el objetivo en sí es diseñar como se producirá aquello que venderás, dónde van a estar ubicadas las instalaciones, donde se van a obtener los materiales, que maquinarias y que personal se va a necesitar para ello, en si una serie de diseños y procesos a seguir de forma estandarizada. Para definir el estudio técnico en la presente investigación se ha considerado a los siguientes autores:

Según **CÓRDOVA**, Marcial (2006, pág. 24) comenta que el estudio técnico tiene por objeto “preveer información para cualificar el monto de las inversiones y de los costos de operación, así como también determinar las condiciones técnicas de realización del proyecto como aspectos de tamaño, localización e ingeniería”.

De acuerdo a **BACA**, Gabriel (2006, pág. 92) sintetiza que el estudio técnico pretende “resolver las preguntas referentes a dónde, cuánto, cuándo, cómo y con qué producir lo que se desea, es decir a todo aquello que tenga relación con el funcionamiento y operatividad del propio proyecto”.

Considerando la aseveración anterior la investigadora aporta, que es de mucha relevancia responder las preguntas que se realizan en la parte del estudio técnico de un proyecto, ya que para desarrollar estas actividades se necesitan de muchos requerimientos, los mismos que deben estar planeados para el desarrollo de actividades y obtener resultados eficientes al final de un proceso.

1.7.1 Análisis de la Localización

La que se elija para un proyecto puede ser determinante en su éxito o fracaso, por cuanto de ello dependerán la aceptación o rechazo de los clientes; además la ubicación más adecuada será la que posibilite maximizar el logro del objetivo definido para el proyecto, como cubrir la mayor cantidad de población posible o lograr una alta rentabilidad.

Según el criterio de **BACA**, Gabriel (2006, pág. 99) define que la localización óptima de un proyecto “es la que contribuye en mayor medida a que se logre la mayor tasa de rentabilidad sobre el capital obteniendo el costo unitario mínimo, todo esto solo determinado el lugar óptimo donde se instalará la planta”.

Para la investigadora la definición anterior del autor, muestra que la localización trata de buscar un lugar idóneo para el proyecto y que para ello necesita de cuantificar factores para diferenciarlos dándoles un peso relativo según su relevancia, en algunos casos se elaboran escalas designadas a medir los factores para obtener mejores resultados y por supuesto el lugar óptimo.

1.7.1.1 Macrolocalización y Microlocalización

Aunque las opciones de localización pueden ser muchas, en la práctica éstas se reducen a unas pocas, por cuanto las restricciones y exigencias propias del proyecto eliminan a la mayoría de ellas; en esta decisión influyen variables de índole económica, como también el evaluador de un proyecto deberá incluir en su análisis variables estratégicas de desarrollo futuro, entre otros.

La selección de la localización del proyecto se define en dos ámbitos: el de la macrolocalización, donde se elige la región o zona; y el de la microlocalización, que determina el lugar específico donde se instalará el proyecto. Los principales factores que influyen en la ubicación del proyecto son los siguientes:

- Medios y costos del transporte
- Disponibilidad y costo de la mano de obra
- Factores ambientales
- Cercanía del mercado
- Estructura impositiva y legal
- Espacio para la expansión
- Actitud de la comunidad
- Costo y disponibilidad de terrenos
- Topografía de suelos
- Disponibilidad de agua, energía y otros suministros
- Comunicaciones
- Posibilidad de desprenderse de desechos

Estos factores para la investigadora según lo expuesto anteriormente se basan en lugares ya establecidos después del análisis general y que están más priorizados por las variables del mercado, además que la ubicación debe ser no solo beneficiosa para la empresa sino para los consumidores y los seres vivos del entorno en que se pretende realizar la empresa.

1.7.2 Análisis del Tamaño

En el presente análisis la demanda es uno de los factores más importantes para condicionar el tamaño de un proyecto, es decir que los análisis de los estudios anteriores del ciclo del proyecto sirven para proponer un tamaño adecuado al ejecutar una empresa, y que obteniendo estos resultados va a ser más fácil de precisar los porcentajes a cubrir en la demanda insatisfecha existente y proyectada.

Para **BACA**, Gabriel (2006, pág. 84) define que el tamaño óptimo de un proyecto “es su capacidad instalada, expresada en unidades de producción por año, y es

considerada óptima cuando opera con los menores costos o la máxima rentabilidad económica”.

La investigadora aporta de acuerdo a lo definido anteriormente, que el tamaño debe ser expresado en unidades de producción y es algo congruente porque sino se cuantifican los requerimientos de materias primas, maquinarias y capital humano para ejecutar una obra, no se van a conocer los costos de producción, es por esto que este análisis identifica en valores las diferentes actividades a realizarse dentro de una empresa.

1.7.3 Estudio de la Ingeniería

El mencionado estudio de ingeniería, es el conjunto de estudios detallados para la construcción, montaje y puesta en marcha de una empresa y generalmente se refiere a estudios de diseño de ingeniería de cada uno de los procesos para elaborar un producto o servicio, se consideran en este caso análisis de planos de estructuras, de instalaciones eléctricas, de instalaciones sanitarias, etc., es decir de todo lo que se pretende ejecutar como espacio físico.

Por otra parte **BACA**, Gabriel (2006, pág. 102) menciona que el objetivo general del estudio de la ingeniería del proyecto “es resolver todo lo concerniente a la instalación y el funcionamiento de la planta desde la descripción de los procesos hasta la estructura jurídica y organización que habrá de tener la planta productiva”.

De acuerdo a lo anterior expuesto la investigadora acota que el estudio de la ingeniería abarca todo lo concerniente a la instalación y funcionamiento de la planta misma en un período determinado, y que para que esto funcione se debe analizar desde planos y diseños hasta estandarización de procesos pretendiendo reducir costos y maximizar las ganancias todo ello en base a reglamentos legales del país.

1.7.4 Diseño del Servicio

El diseño del servicio consiste en mostrar las características del servicio incluyendo detalles como: definición genérica de los servicios, unidades de medidas, calidad, descripción de materiales que se pretende utilizar, cantidades, acabados, tolerancias y demás normas de funcionamiento que cumplan las normas legales dependiendo del servicio que se pretende ofrecer al mercado.

En cuanto al diseño del servicio la investigadora propone en su proyecto realizar un modelo de los servicios que se proponen ofrecer para ver si cumple con las expectativas del consumidor. En sí el modelo de los servicios para el complejo turístico que se complementarán con la investigación de marketing que ayude a identificar los gustos y preferencias del cliente en cuanto a los servicios que trata este proyecto.

Al tener el diseño del servicio a continuación se procederá a la realizar el diseño del proceso que conlleva satisfacer el servicio, es decir los pasos que se debe perseguir, que debe contener cada procedimiento, que debe hacer cada persona en ese ciclo, para éste proceso se necesitarán algunos métodos tan conocidos como el diagrama de bloques o flujo de los procesos, todo esto enfocado con el ciclo productivo propuesto en el proyecto.

1.7.5 Distribución de la Planta

Varios autores manifiestan que para reducir costos no solo deben realizar procesos de producción adecuados sino también una debida distribución de la planta en el sitio ideal, en consecuencia esta distribución se la considera en base a los procesos de producción y elaboración en sí del producto, considerando también a los tiempos que se tarde el personal entre un área y otra del sitio de producción, es por ello que debe estar bien distribuidos los niveles de producción. Para mejor entendimiento se considera la siguiente definición de un experto.

Según **BACA**, Gabriel (2006, pág. 108), define que una buena distribución de la planta “es la que proporciona condiciones de trabajo aceptable y permite la operación más económica, manteniendo condiciones de seguridad y bienestar para los trabajadores”. El mismo autor denota que los objetivos básicos de una distribución de la planta son:

- Integración total
- Mínima distancia de recorrido
- Utilización del espacio cúbico
- Seguridad y bienestar para el trabajador
- Flexibilidad, etc.

Considerando lo expuesto por el autor, la investigadora aporta que para ofrecer un buen servicio se debe tomar muy en cuenta no solo los tiempos de trabajo sino la seguridad para el trabajador, es decir que el colaborador se sienta bien realizando lo que hace en un buen clima laboral sin esforzarse mucho, teniendo los materiales que necesite lo más cercano posible según el ciclo productivo sin perder o hacer perder tiempo y dinero a la empresa y sus inversionistas.

1.7.6 Propuesta Administrativa

La gestión administrativa es uno de los temas más importantes a la hora de tener un negocio ya que de ella va depender el éxito o fracaso de la empresa, es por ello que la propuesta administrativa pretende organizar a la empresa y brindar estrategias competitivas para que se desarrolle en base a normas legales, es decir se debe considerar varios reglamentos administrativos y jurídicos al momento de crear una entidad.

El proceso administrativo organizacional, se refiere a los factores propios de la actividad ejecutiva de la administración del proyecto considerando así los siguientes aspectos relacionados como:

- El marco legal
- Estructura orgánico funcional
- Razón social
- Direccionamiento estratégico
- Misión
- Visión
- Objetivos, políticas y estrategias.

A parte de realizar el análisis de la ingeniería la investigadora comenta que se debe realizar un propuesta administrativa que brinde una idea de cómo se va a constituir legalmente la empresa, cual será su razón social, su misión visión, su estructura orgánica funcional y los objetivos y estrategias que pretende alcanzar la empresa. Todo esto con la finalidad de brindar servicios que cumplan con normas legales, y que los mismos tengan un rumbo específico estableciéndose objetivos y metas que cumplir en un tiempo determinado.

1.8 ESTUDIO DE IMPACTO AMBIENTAL

Las ciencias ambientales consideran y estudian el mundo como un gran organismo viviente, es decir como un sistema en donde la materia inerte, la vida animal y vegetal, así como el mundo natural y el humano se unen y se complementan. La contaminación del ambiente es el resultado tanto del desarrollo de la actividad industrial como de la intervención humana en los ecosistemas.

Para **ROJAS**, Miguel (2007, pág. 51), manifiesta que el estudio de impacto ambiental “es un elemento de análisis que se realiza para la identificación y valoración de los impactos potenciales antes de la instalación de un proyecto, en base a programas o acciones normativas relativas a los componentes físico-químicos, naturales y culturales del entorno”.

La investigadora aporta en base a la definición anterior que el estudio de impacto ambiental se lo planifica con anticipación por cuanto su análisis contribuye con planes ambientales que ayuden a conservar el medio ambiente y sus componentes. En el complejo turístico se analizarán los recursos naturales como el agua, aire, suelo, flora y fauna realizando una evaluación ambiental para al momento de realizar las actividades éstas no afecten el medio ambiente.

1.9 ESTUDIO ECONÓMICO-FINANCIERO

Aquí se demuestra lo importante si la “idea es rentable”, para saberlo se deben considerar las ventas, inversión, gastos que se analizan en los estudios anteriores, es decir que al llegar a este análisis ya se obtendrían los resultados favorables o no en cuanto al proyecto, el cual también puede indicar posibles cambios que se necesiten durante el proceso de ejecución del proyecto, tomando en cuenta de que si se dan cambios se los haga de manera realista y alcanzable a los objetivos propuestos. Es por esto que el estudio financiero en la parte decisiva de un proyecto para muchos investigadores, por cuanto se cuantifican los costos, gastos y los posibles ingresos que a futuro una inversión podría obtener, para mayor entendimiento de los lectores se conceptualiza lo siguiente:

Según **CÓRDOVA**, Marcial (pág. 26) el estudio económico financiero tiene como finalidad “demostrar que existen recursos suficientes para llevar a cabo un proyecto de inversión, así como de un beneficio, en otras palabras, que el costo del capital invertido sea menor que el rendimiento que dicho capital obtenga económicamente”.

De acuerdo al criterio **BACA**, Gabriel (2007, pág. 168) comenta que el análisis económico pretende “determinar cuál es el monto de los recursos económicos necesarios para la realización del proyecto, es decir cuál será el costo total de la operación de la planta considerando indicadores financieros para llegar a la parte final del proyecto”.

La investigadora considera que el análisis económico-financiero es vital dentro del proyecto, porque es quien brinda mayor información para tomar la decisión decisiva de ejecutar o no un proyecto, muestra en datos reales los costos e ingresos que se van a suscitar en la realización de un proyecto como también la posible factibilidad del mismo.

1.9.1 Inversión Inicial

La inversión inicial requerida es parte en sí del recursos económico que necesita la empresa para poder realizar sus operaciones y que de esa inversión depende la producción de la empresa, es decir que toda organización siempre debe tomar en cuenta primero esta inversión inicial para poder proyectarse a futuro y tener una idea más completa de los costos que pueden suscitarse en la elaboración de un producto o servicio.

Considerando que las inversiones involucran los requerimientos que deben realizarse en activos fijos, diferidos y capital de trabajo; se identifica que los activos fijos son aquellos bienes tangibles utilizados en el proceso de transformación de las materias primas, y activos diferidos aquellos servicios o derechos que se requieren para la puesta en marcha del proyecto, y finalmente el capital de trabajo consiste en aquellos recursos como activos corrientes que se requieren para la operación del proyecto durante un ciclo productivo.

Según **BACA**, Gabriel (2006, pág. 165), comenta que la inversión inicial “comprende la adquisición de todos los activos fijos o tangibles y diferidos o intangibles necesarios para iniciar las operaciones de una empresa, con excepción del capital de trabajo”.

El mismo autor **BACA**, Gabriel (2006, pág. 168), define que el capital de trabajo es “la diferencia aritmética entre el activo circulante y el pasivo circulante, prácticamente está representado por el capital adicional, que es distinto a las

inversiones fijas y diferidas con que hay que contar para que empiece a funcionar una empresa”.

A lo expuesto por el autor la investigadora acota que la inversión inicial se basa en muchos requerimientos de iniciación de negocio y de los servicios que se ofrecen, destacando también que pueden ser tangibles o no y que según el nivel de demanda algunos van a variar y por lo tanto se puede necesitar de una mayor inversión en el capital de trabajo que se requiere para poner en marcha el negocio.

1.9.2 Cronograma de inversiones

Para un mejor desarrollo algunos profesionales recomiendan realizar programas de actividades calendarizados, en donde se determinan los recursos de acción que habrán de seguirse, es decir la sucesión ordenada de las operaciones para llevarlas a cabo y la fijación de tiempos y montos necesarios para su desarrollo.

Según **BACA**, Gabriel (2006 pág. 166), comenta que el cronograma de inversiones no es más que “un diagrama de Gantt, en el que se toma en cuenta plazos de entrega establecidos por proveedores y tiempo de puesta en marcha del negocio, calculando así el tiempo apropiado para capitalizar o registrar los activos en forma contable”.

La investigadora aporta que el cronograma de inversiones es necesario en un proyecto por cuanto cronológicamente deben ser presentados todos los gastos que conlleve la realización de una inversión, tomando en cuenta fechas y tiempos para poner en marcha un negocio considerando hasta los imprevistos.

1.9.3 Fuentes de Financiamiento

Todo proyecto de inversión conlleva financiamientos elevados, es por esto que después de haber analizado las inversiones a realizarse dentro de un proyecto, los

expertos en la materia proponen el análisis de las fuentes de financiamiento en caso de que la inversión sea elevada y que para los inversionistas se les escape de su presupuesto. Este análisis permitirá revisar opciones en el medio financiero para brindar soluciones en caso de salirse del presupuesto, para mejor entendimiento el autor conceptualiza lo siguiente:

De acuerdo a **CÓRDOVA**, Marcial (2006, pág. 26), comenta que el plan de financiamiento “indica si las fuentes de recursos serán internas (utilidades capitalizables, depreciación, amortización, etc.) o externas (crédito bancario, préstamos de empresas afiliadas o accionistas, etc.).

La investigadora acota que al momento de que se desea conformar una empresa las personas que la integran en su mayoría primero, se preguntan si se tiene recurso económico suficiente para constituir la y es cuando reúnen sus recursos propios que cada uno tienen, y si en caso les falta este recurso son capaces de dirigirse a una institución financiera a solicitar un préstamo con la finalidad de cumplir con el objetivo de crear su empresa, ya que en muchos casos este recurso no es un limitante porque hoy en día se lo puede conseguir de alguna manera.

1.9.4 Determinación de costos de operación

Costo es una palabra muy utilizada, pero nadie ha logrado definirla con exactitud debido a su amplia aplicación, pero se puede decir que el costo es un desembolso en efectivo, en el presente, en el futuro o en forma virtual. Conociendo esto los costos de operación no son más que un reflejo de las determinaciones realizadas en el estudio técnico, es decir desde los requerimientos de materia prima hasta gastos administrativos para conseguir el resultado final del servicio o producto.

La investigadora comenta que al momento de realizar todas las actividades que conlleva la ejecución de un proyecto, se necesitan de muchos recursos entre ellos el económico que es de mucha relevancia, ya que todo movimiento tiene valores

que se deben cubrir sean costos o gastos. Por lo tanto se debe conocer los posibles costos a darse y los ingresos a recibir en el proyecto, los mismos que son de vital importancia para que la empresa pueda sobrevivir y desarrollarse en un tiempo determinado.

1.9.4.1 Costos Fijos y Variables

A nivel de prefactibilidad, es posible utilizar una serie de estimación de costos que ayude a reconocer los costos de operación como son los costos fijos y variables, los cuales resultan en base al nivel de producción o tamaño de la empresa al momento de la puesta en marcha del negocio.

Para los expertos conocedores los costos son de mucha importancia porque ayudan a seleccionar las mejores decisiones para ajustarse a los objetivos de la empresa, los mismos que pueden ser costos fijos; que son factores fijos que no cambian independientemente del nivel de producción, y los costos variables; que son factores que van cambiando dependiendo del nivel de producción.

Considerando lo anterior expuesto la investigadora aporta que los costos dentro de un proceso de producción son relevantes al momento de utilizarlos, recalcando que los fijos no varían en sus cantidades y los variables si, dependiendo mucho en las necesidades que demande el mercado por lo tanto las cantidades en materias primas, materiales y otros son variables dependientes.

1.9.5 Determinación de Ingresos

Considerando que los ingresos de manera general es el recurso monetario que va a estar en función de las actividades que realice la empresa. Al igual que se determinan los costos dentro de un proyecto; la determinación de ingresos no es más que determinar los posibles ingresos que a futuro se obtendrán, con la

finalidad de equiparar los costos con los gastos y verificar si existirán resultados favorables o no en la ejecución del proyecto planteado.

Para la investigadora todos los ingresos que tiene un empresa al inicio de sus actividades son para seguir invirtiendo en la misma hasta un cierto periodo de recuperación, hasta que la empresa pueda desarrollarse y no quedar estancada, en fin estos ingresos económicos van ayudar a que la vida útil de una organización sea más larga. Encontrando al final un punto de equilibrio entre los gastos e ingresos, que ayude a controlar los mismos.

1.9.6 El Punto de Equilibrio

Dentro de la evaluación económica financiera de un proyecto es de vital importancia conocer la parte del punto de equilibrio por cuanto determina en parte si los costos son fijos o variables, ayudando a calcular si realmente se esperan buenos ingresos para la futura empresa.

Según **BACA**, Gabriel (2006, pág. 172) concreta que el análisis del punto de equilibrio “es una técnica útil para estudiar las relaciones entre los costos fijos, costos variables y los beneficios; también considera que es el nivel de producción en el que los beneficiados por ventas son exactamente iguales a la suma de los costos fijos y los variables”.

En base a esta definición la investigadora considera que en un proyecto de factibilidad es de vital importante llegar a obtener un punto de equilibrio en los costos de una inversión, ya que de ello depende conocer los niveles de costos propuestos, y si éstos varían descubrir el por qué, por cuanto se debe priorizar a que se obtengan más beneficios que costos.

1.9.7 Estados Financieros

Los estados financieros para algunos entendidos demuestran las variaciones que se han dado en la situación financiera de una empresa en un ciclo económico, además consideran que son herramientas de cálculos contables, que ayudan a reconocer los movimientos económicos que realiza una empresa en el mercado. A continuación se dan a conocer los estados financieros más importantes según www.gacetafinanciera.com:

- **Estado de Pérdidas y Ganancias:** Demuestra en términos económicos si existe utilidad o no en un ciclo económico.
- **Estado de situación Financiera:** El mismo que demuestra la situación económica de la empresa al final o al inicio de un período económico.

Por otra parte la investigadora considera que es muy necesario controlar los movimientos económicos de una empresa con los estados financieros, ya que solo ellos van a demostrar si tenemos ingresos o pérdida para la empresa, es decir si se lleva un control periódico es mejor porque se van a ver los resultados financieros para tomar decisiones que le convengan de mejor manera a la empresa.

1.9.8 Evaluación Económica Financiera del Proyecto

Se llama evaluación de proyectos a toda actividad encaminada a tomar una decisión de inversión de un proyecto; la evaluación financiera es la que define la implantación o no del proyecto, en ella se considera el valor del dinero en el tiempo así, la decisión de información casi siempre recae en ésta evaluación.

Según **BACA**, Gabriel (2006, pág. 212), comenta que el estudio de la evaluación económica “es la parte final de toda la secuencia de análisis de factibilidad de un proyecto y que en esta parte surge el problema sobre el método de análisis que se empleará para comprobar la rentabilidad económica del proyecto”.

De acuerdo a lo anterior acentuado, la investigadora también concreta que para terminar la penúltima parte del proyecto se debe realizar una evaluación financiera, la cual revele si el proyecto es rentable o no en porcentajes y valores que se apegan en gran parte a la realidad, todo esto con la finalidad de obtener un análisis de sensibilidad de los factores en cuanto a los ingresos y los gastos.

La medición de la rentabilidad económica de un proyecto no es fácil por las enormes dificultades que existen para pronosticar el comportamiento de todas las variables que condicionan los resultados, es decir que la determinación de la rentabilidad es un proceso mecánico que conduce siempre a un único resultado. A continuación se detallan algunas tasas de medición económica según www.gacetafinanciera.com:

- El Valor Actual Neto (VAN) consiste en actualizar al presente los flujos de caja futuros que generarían un proyecto con un cierto tipo de interés. Es decir se conocería en cálculos financieros cuánto generaría en términos monetarios el proyecto en porcentajes más exactos en un cierto período.
- La Tasa Interna de Retorno (TIR) es considerada como la tasa de descuento porque iguala el valor actual neto a cero, y su resultado es quien define si un proyecto puede ser aceptable o no. Al igual que el VAN, esta tasa va a indicar si el proyecto es rentable o no en cálculos financieros.
- El Período de Recuperación de la Inversión (PRI) tiene por objeto medir cuánto tiempo se recupera la inversión incluyendo el costo de capital involucrado.
- La Relación Costo Beneficio compara el valor actual de los beneficios proyectados con el valor actual de los costos incluida la inversión.

En consecuencia la investigadora aporta que todas las herramientas de cálculo financiero tienen su importancia por cuanto miden: la rentabilidad, los períodos de recuperación del capital invertido; es decir todos estos cálculos ayudaran en la culminación del proyecto brindando resultados reales que indiquen si es factible o no la ejecución del proyecto.