



**UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE GESTIÓN Y DESARROLLO TURÍSTICO**

TEMA DEL ENSAYO:

LÍNEA DE TRANSPORTE TURÍSTICO: ESTUDIO ECONÓMICO Y FINANCIERO

**COMPONENTE PRÁCTICO DEL EXÁMEN COMPLEXIVO PREVIO A LA
OBTENCIÓN DEL TÍTULO**

DE

LICENCIADA EN GESTIÓN Y DESARROLLO TURÍSTICO

AUTOR:

BALSECA CISNEROS MARGOTH ALICIA

PROFESORA GUÍA:

ING. LINZÁN RODRÍGUEZ JESSICA SORAYA. MSc.

LA LIBERTAD – ECUADOR

ENERO 2021

APROBACIÓN DEL PROFESOR GUÍA

En mi calidad de Profesor guía del Ensayo titulado, “**LÍNEA DE TRANSPORTE TURÍSTICO: ESTUDIO ECONOMICO Y FINANCIERO**”, elaborado por la Srta. **BALSECA CISNEROS MARGOTH ALICIA**, de la Carrera Gestión y Desarrollo Turístico de la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Península de Santa Elena, previo a la obtención del título de Licenciado (a) en Gestión y Desarrollo Turístico, con la modalidad examen complejo, me permito declarar que luego de haber dirigido científicamente y técnicamente su desarrollo y estructura final del trabajo, este cumple y se ajusta a los estándares académicos y científicos, razón por la cual la apruebo en todas sus partes.

Atentamente



Ing. Jessica Soraya Linzán Rodríguez MSc.

PROFESORA GUÍA

DECLARATORIA DE RESPONSABILIDAD

El presente trabajo de Titulación denominado ESTUDIO ECONOMICO Y FINANCIERO DEL TRANSPORTE TURISTICO, PROVINCIA DE SANTA ELENA, elaborado por la Srta. BALSECA CISNEROS MARGOTH ALICIA, declaro que la concepción, análisis y resultados son netamente originales que aportan a la actividad científica educativa empresarial y administrativa **Transferencia de los derechos autorales**. Declaro que, una vez aprobado el trabajo de investigación otorgado por la Facultad de Ciencias Administrativas, Carrera de Gestión y Desarrollo Turístico, pasan a tener los derechos autorales correspondientes, convirtiéndose exclusivamente propiedad de la Universidad Estatal Península de Santa Elena y su reproducción total o parcial en su versión original o en otro idioma será prohibido en cualquier instancia.

Atentamente,

A handwritten signature in blue ink, reading "Margoth Balseca Cisneros", is centered on a light yellow rectangular background.

Balseca Cisneros Margoth Alicia

C.I. 0931021653

AGRADECIMIENTO

A la Universidad Estatal Península de Santa Elena, por haberme aceptado ser parte de ella y abierto las puertas para poder estudiar mi carrera la cual pude formarme como profesional.

A mis maestros de cátedra, personas de gran sabiduría quiénes se han esforzado en sus enseñanzas y transmitir conocimientos.

A mi profesor guía por la dedicación en cada aspecto del trabajo.

A mi familia, por apoyarme incondicionalmente tanto moral como económicamente y así culminar mi carrera universitaria.

A mis amigos por el apoyo y trabajo en equipo durante estos años de carrera universitaria.

BALSECA CISNEROS MARGOTH ALICIA

DEDICATORIA

Este trabajo va dedicado a Dios por darme salud, sabiduría y voluntad para cumplir mis objetivos tanto académicos como personales. Así mismo a mi familia por su apoyo y por mostrarme el camino hacia la superación.

Especialmente a mis grandes amigas; Nathaly, Flavia, Daniela, Patricia y Shirley, por compartir conmigo todo este proceso hacia la obtención de nuestro título y convertirse en un gran soporte para seguir motivándonos en nuestros estudios y la vida.

BALSECA CISNEROS MARGOTH ALICIA

TRIBUNAL DE GRADO



.....
Ing. Jessica S. Linzan Rodríguez, MSc.
**DIRECTORA CARRERA DE
GESTIÓN Y DESARROLLO
TURÍSTICO**



.....
Ing. Jessica Soraya Linzan Rodríguez,
MSc. **DOCENTE GUÍA**



.....
Lic. Andrés Padilla Gallegos, MSc.
DOCENTE TUTOR



.....
Lic. Maritza Pérez Chiquito, MSc.
DOCENTE ESPECIALISTA

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	2
DESARROLLO.....	3
Proyecto de inversión.....	3
Naturaleza de los proyectos de inversión turísticos	4
Etapas de la formulación de proyectos turísticos.....	4
La evaluación económica y financiera	4
Análisis de la sensibilidad.....	5
Definición de necesidad	5
Definición de pre-factibilidad y factibilidad.....	6
Pre-factibilidad económica financiera	6
El proceso de microsegmentación.....	6
Métodos de proyección:.....	7
Métodos cualitativos	7
Métodos cuantitativos.....	8
Precio.....	8
La presupuestación del proyecto	9
Objetivos de la presupuestación	9
Presupuestos a elaborar:	10
Presupuesto de inversión	10
Presupuesto de operación.....	10
El flujo de fondos o “cash flow”.....	10
Estudio económico y financiero del proyecto	11
Valor Actual Neto	12
Tasa Interna de Retorno	12
Índice de rentabilidad.....	12
CONCLUSIONES.....	14
RECOMENDACIONES.....	15
BIBLIOGRAFÍA.....	16

LÍNEA DE TRANSPORTE TURÍSTICO: ESTUDIO ECONÓMICO Y FINANCIERO

RESUMEN

En el estudio económico y financiero del transporte turístico es importante en primera instancia analizar el mercado en estudios del pasado, presente y futuro con el único objetivo de medir su evolución reconociendo el éxito o fracaso de aquel, aplicando las estrategias planteadas alimentándose de la definición de un negocio, estudio técnico, fundamentos legales lo mismo que servirá para conocer el tamaño del negocio, aquel presupuesto inicia desde la investigación del mercado hasta la interpretación de los estadios financieros. Centrándose en presupuestar sus actividades de inicio a fin.

Palabras claves: Inversión, Análisis de mercado, Objetivos, Presupuesto.

TOURIST TRANSPORTATION LINE: ECONOMIC AND FINANCIAL STUDY**ABSTRACT**

In the economic and financial study of tourist transport, it is important in the first instance to analyze the market in studies of the past, present and future with the sole objective of measuring its evolution, recognizing its success or failure, applying the strategies proposed feeding on the definition of a business, technical study, legal foundations as well as it will serve to know the size of the business, that budget starts from the market research to the interpretation of the financial stages. Focusing on budgeting your activities from start to finish.

Keywords: Investment, Market Analysis, Objectives, Budget

INTRODUCCIÓN

El capítulo de proyectos abarca el estudio de la inversión, su naturaleza, etapas, métodos de proyección, presupuesto y evaluación económica – financiera. Además, se alimenta de la información obtenida de la definición de un negocio, análisis de mercado, estructura organizacional, estudio técnico, fundamentación legal y administración estratégica, lo que servirá para conocer el tamaño del negocio, la selección de insumos, fuentes de financiamiento, riesgos y situaciones reales para determinar la viabilidad por medio pronósticos financieros. Para definir un proyecto hay que reconocer, que este se deriva de un plan compuesto por varios programas, aquellos resultados construyen la parte de un todo para tomar medidas correctivas en los procesos de análisis.

Este tipo de análisis aborda temas que cuantifica al mercado basado en estudios del pasado, presente y futuro, como consecuencia de medir su potencial y evolución, estableciendo juicios determinantes sobre el estado de la empresa y su periodo de permanencia. Se persigue, reconocer el éxito o fracaso de un proyecto, aplicando los indicadores de rentabilidad y las estrategias planteadas, asimismo garantizar una autonomía financiera en el fortalecimiento de la liquidez de la empresa, mientras se cumplen puntualmente las obligaciones laborales, financieras y comerciales, sin estimar costos adicionales por carente dirección y monitoreo de las operaciones de la empresa.

El pleno ejercicio contable sumado de otras técnicas cuantitativas mantiene a una empresa prevenida a factores de riesgo y disminuye la incertidumbre. Existen estándares que la normativa mercantil exige, sobre todo a grandes empresas que ponen a la disposición de los inversionistas y accionistas para mostrar su capacidad de liquidez y los beneficios que se les pueda otorgar a cambio de su financiamiento.

El presente trabajo se basó en el método de revisión bibliográfica, bajo la consulta de fuentes primarias sobre teorías de proyectos de inversión y su evaluación económica – financiera. En el desglose de esta investigación se señalan criterios para el estudio de un plan de negocios enfocado a una empresa de transporte turístico terrestre.

DESARROLLO

Proyecto de inversión

La generación de ideas con el fin de crear o pulir un producto o servicio puede terminar en el planteamiento de un proyecto con resultados exitosos o simplemente ser la base para otros estudios. Project Management Institute (2013) refiere que un proyecto finaliza por varias razones, haber logrado o no alcanzado sus objetivos, no tener la necesidad de continuar con el estudio y por decisiones del líder de este proceso. El esfuerzo que demanda gestionar recursos, costos, calidad y comunicación comprende la participación de un equipo totalmente comprometido con los procesos de ejecución del proyecto.

Una filosofía aplicada para la gestión de proyectos denominada Lean o LPM (Lean Project Management) demuestra que existen obstáculos que comprimen el tiempo del proyecto, estos corresponden a reuniones, procesos burocráticos, modificaciones en los avances y ajustes considerados oportunos para la plena satisfacción del cliente, se puede considerar que representan un desperdicio de tiempo y despilfarro en recursos realmente innecesarios para el proyecto y a medida que se avance debe suprimirse. Es oportuna la detección rápida y planteamiento de solución de problemas una vez realizado el análisis de las tareas realizadas. Además de construir entre nuestros proveedores e inversores una relación a largo plazo, compartiendo costes y superando de manera cooperativa los riesgos de la empresa (Grolimund, 2013).

Es importante la interacción con los clientes, así sean estos falsos espectadores del servicio, la interacción con ellos disminuye los errores y ajusta el tiempo a los cambios que se van generando, lo que se pretende, es ofrecer un flujo de valor a cada una de las tareas, midiéndolas en entregables, es decir, en resultados reales que sean positivamente considerados en el alcance del proyecto para conseguir una mejora continua, reconociendo aquellas actividades mal planteadas e introducir nuevas propuestas, anticipándonos a riesgos futuros (Grolimund, 2013).

Por otro lado, muchos de los problemas que se pueden presentar en la organización de un proyecto resultan de problemas de liderazgo, planteamiento de objetivos inalcanzables que por razones del equipo de trabajo suelen desmotivar a la continuación del proyecto, además de recursos no apropiados para el tipo de actividad que se desempeña y la resistencia a los cambios que puede

ocurrir por influencia de los miembros que apoyan este trabajo. Es común observar a empresas laborando sobre tradicionales metodologías de gestión de proyectos.

Naturaleza de los proyectos de inversión turísticos

La planificación de un proyecto va sujeto a la solución de un problema o la satisfacción de un servicio carente, la respuesta a las propuestas de negocio, residen en la demanda, quienes son parte de la evaluación definitiva en la elección de un proyecto. Project Management Institute, Inc (2013) refiere que la naturaleza de los proyectos de inversión se define por la información general o su descripción, fundamentación de la necesidad o problemática, beneficiarios (clientes, socios, etc.) y localización del proyecto. El primer punto, deja muy claro que las ideas deben estar organizadas en un resumen, dónde se brinden especificaciones concretas en cuanto al servicio y los objetivos que se desean alcanzar, al igual que se debe justificar a través de una investigación que se detectaron necesidades que respaldan al proyecto y el mercado que será beneficiario.

Etapas de la formulación de proyectos turísticos

Las fases de un proyecto, ayuda en la dirección y gestión de los mismos, suelen determinarse en función de la actividad de la empresa y sus necesidades. Project Management Institute (2013) refiere un orden genérico con 4 etapas en un proyecto; inicio, organización y preparación, ejecución y cierre. La primera fase comprende elaborar una guía estándar con una visión panorámica de la situación real de la empresa, conocimiento del producto/servicio y estudio de factibilidad. En la organización y preparación se hace una evaluación integral para la toma de decisiones. La ejecución pone en marcha las operaciones con la ayuda de procedimientos de control para validar la gestión de recursos. Finalmente, el cierre consiste en auditorías que establece comparaciones entre los resultados y lo esperado, se evalúan propuestas y posibles ajustes para luego emitir un juicio de valor sobre el proyecto.

La evaluación económica y financiera

La evaluación económica y financiera compara resultados de los datos históricos, actuales y esperados, interviene las opciones idóneas para qué con un criterio objetivo se opte por una propuesta y se dé inicio a las actividades de la empresa. Para el sector de servicios, sobre todo en la transportación turística hay mayor exposición a pérdidas por accidentes viales, por constantes

revisiones técnicas de los vehículos y sanciones por falta a la Ley de Tránsito, estos factores y demás deben estar contemplados en los procesos que se lleven a cabo para la evaluación del proyecto, a su vez contar con el respaldo de todo un equipo de trabajo para garantizar el éxito futuro de la empresa.

Análisis de la sensibilidad

La técnica del análisis de sensibilidad consiste en una simulación de supuestos para un proyecto de inversión, desde la estimación de escenarios pesimista, optimista y moderado es posible identificar una posibilidad entre diversas variaciones de cantidad en las variables existentes como precios, tasa de inflación o el aumento o disminución de las ventas y así reconocer las variables críticas que influyen en el resultado. A su vez, el evaluador del proyecto distingue donde debe dedicar su atención apoyándose en los cambios generados por este análisis (Meza, 2013).

De acuerdo al grado de incertidumbre y particularidades en la evaluación cuantitativa, se trazan distintas proyecciones para comprobar su rentabilidad para definir con certeza la aceptación o rechazo del proyecto (Meza, 2013).

Definición de necesidad

En el análisis inicial de un proyecto, se define en primer lugar una necesidad o problema para hallar la oportunidad de cubrirla o brindar una solución. Una necesidad es aquello imprescindible que se puede traducir en la carencia o insuficiencia de un servicio, la cual además puede corresponder a un deseo, que al momento de considerar su capacidad adquisitiva se hablaría de una demanda, y a su vez aportaría a la segmentación o selección de grupos objetivos. Uno de los indicadores básicos para identificar necesidades es la investigación de datos sociodemográficos, características sociales que clasifiquen a posibles usuarios del servicio turístico (Carrión & Berasategui, 2010).

Entre las necesidades humanas, es común recurrir a la propuesta de la pirámide de Maslow que de forma jerarquizada reconoce los niveles inferiores como el fisiológico y los superiores que persiguen la autorrealización. Este aporte, ha sido la base para la mayoría de estudios de mercado, su aplicación abarca tal dimensión que permite utilizarlo en cualquier análisis de negocio.

Definición de pre-factibilidad y factibilidad

La pre-factibilidad es considerada el anteproyecto, una investigación previa no profundizada en fuentes primarias y secundarias, dependiendo de la necesidad del proyecto, se realiza una observación del campo por medio de instrumentos que faciliten el levantamiento de la información. Esta fase, comprende un bosquejo o borrador general para fundamentar el próximo paso que es el estudio de factibilidad o conocido como proyecto definitivo. Ambos, hacen análisis de mercado, técnico, de estructura organizacional y económico – financiero, no obstante, su enfoque es distinto. La pre-factibilidad prepara el camino para establecer estrategias con base en los datos hallados y resta errores en la planificación del proyecto (Meza, 2013).

Pre-factibilidad económica financiera

En el estudio de pre-factibilidad económica financiera se recoge información de la estrategia comercial de potenciales competidores, lo que está dispuesto a pagar el usuario, el valor agregado al servicio para diferenciarnos en el mercado, en sí, se aplica el marketing mix, desde sus aristas de producto, precio, promoción y plaza. Se utilizan técnicas cuantitativas para medir las opciones más convenientes para adoptarlas en el proyecto, se consultan las políticas económicas, la capacidad adquisitiva de mi público objetivo, las oportunidades de financiamiento que puedan ofrecer las entidades públicas y privadas en la apertura de un emprendimiento, y la situación actual del sector de servicios para tomar medidas anticipadas a los riesgos que puedan ocurrir por la dinámica de la demanda.

Obteniendo los datos previos, como la tasa de inflación, tasas de interés, el valor de la moneda y la rentabilidad, el evaluador del proyecto podrá designar con seguridad el monto que se requiere para la inversión y dar paso a las operaciones de la empresa (Meza, 2013).

El proceso de microsegmentación

La microsegmentación se deriva de la segmentación generalizada, su objetivo es discernir entre pequeños grupos, aquellos perfiles identificados con el servicio/producto y restar competidores. Definir el mercado potencial, según Rivera & Garcillán, (2007), comprende un proceso de 7 etapas:

Tabla 1. *Proceso de segmentación*

Etapa 1	Definir el mercado relevante
Etapa 2	Analizar las características de los consumidores potenciales
Etapa 3	Identificar los criterios de segmentación
Etapa 4	Definir y describir los segmentos del mercado
Etapa 5	Evaluar los segmentos de mercado
Etapa 6	Elección de los segmentos
Etapa 7	Elegir un posicionamiento y definir el marketing mix

Nota. Adaptado de Rivera & Garcillán. *Dirección de Marketing: Fundamentos y aplicaciones* (2007).

Luego de haber obtenido los detalles de este proceso con respecto al mercado, se continúa con la etapa más importante y de mayor trabajo para el proyecto; elegir un posicionamiento y construir las estrategias de marketing en torno a la promoción, precios, canales de distribución y la imagen del servicio en la mente de los usuarios.

Realizar una microsegmentación de mercados comprende definir subconjuntos de usuarios o clientes que reúnan características homogéneas e identifican los atributos del servicio o producto asociados al perfil del mercado seleccionada (Rivera & Garcillán, 2007). Este análisis abarca una segmentación profunda entre datos demográficos, ya sea género, edad y ubicación; psicográficos como el estilo de vida y tendencias; de comportamiento por la motivación de compra o conducta real del grupo en estudio

Métodos de proyección:

Métodos cualitativos

El método de la ruta crítica, considera las fechas de inicio y fin de las tareas, determinando la mínima duración del proyecto y la flexibilidad de la programación para estimar un periodo hasta cuándo puede extenderse la realización de las actividades (Project Management Institute, Inc., 2013). Esta es una eficaz forma de evitar retrasar el cronograma y ajustar el tiempo en sentido a los recursos limitados, lo que significaría una mejor dirección y control de las funciones del equipo de trabajo.

La técnica de evaluación y revisión de programas o método PERT, hace una valoración de la duración de la actividad sobre tres posibles escenarios; el más probable, optimista y pesimista. Cada uno de estos presentan las opciones más favorables para optimizar el tiempo entre la cantidad de tareas a realizar y las horas dedicadas a este trabajo (Project Management Institute, Inc., 2013).

Métodos cuantitativos

Uno de los métodos aplicados para las decisiones unánimes es la técnica Delphi, desde la selección de un grupo de especialistas, se trabaja en una discusión basada en preguntas sobre las propuestas y opiniones sobre el mercado con la finalidad de concluir en una decisión para la empresa. La tormenta de ideas es una estrategia que puede funcionar para mantener activa la participación del equipo de trabajo y afianzar su compromiso con los objetivos y alcance del proyecto (Project Management Institute, Inc., 2013). Programar las actividades de un proyecto, es la clave para obtener resultados plenamente satisfactorios y evitar retrasos en la presentación de los entregables.

Precio

Establecer los precios de un servicio debe estar fundamentado en los costos y el volumen de ventas previstos sobre la demanda que se pretende satisfacer. Existe una demanda denominada primaria, la cual exige un mayor consumo mientras se mantenga un bajo precio; la selectiva, accede a los mismos precios de la competencia, manteniendo un estándar y rivalidad en el servicio, también, se puede aplicar una estrategia de precios de penetración, lo cual ayudaría a tener un dominio entre los competidores, incluso dependiendo del estatus o calidad que pretende dar la empresa, puede fijar precios premium, diferenciándose con un valor agregado. Para una eficiente determinación de precios, es preciso considerar al mercado y su potencial, costos y clientes (Burbano, 2011). Las estrategias de precios, corresponden a la decisión de la empresa, dependiendo al tipo de actividad que realiza. Desde el aspecto turístico, al definir un valor, la importancia recae en las preferencias del turista.

Un precio puede ser determinado por debajo de la percepción de los posibles usuarios, teniendo en cuenta que, si este llega a ser superior, existen mayores probabilidades a que lo rechace y opte por otros servicios similares a un mejor valor. Sin embargo, definir un precio muy inferior al estándar, puede afectar a la obtención de utilidad y riesgos significativos sobre la inversión.

La aplicación de herramientas para fijar precios como el target costing, definen el valor del producto o servicio de acuerdo a los beneficios que puede aportar al mercado y sus clientes, realiza una evaluación de la personalidad del servicio, factores exógenos y endógenos para calcular un estimado con respecto a la participación del consumidor frente a las características del servicio. Los resultados, indicarán que tan conveniente es para la empresa reducir sus costos de operación (Burbano, 2011).

La presupuestación del proyecto

El presupuesto de un proyecto, inicia desde la investigación del mercado hasta la interpretación de los estados financieros, según el horizonte de planeación que se haya considerado. Además, la información de históricos, constituyen la base para las proyecciones en cuanto al uso de recursos humanos, materiales y financieros. Estos pronósticos indican la suficiencia de liquidez, la capacidad crediticia y el estado competitivo del proyecto, analizado por medio de un criterio cuantitativo que minimiza la incertidumbre.

Objetivos de la presupuestación

La gestión de los proyectos o empresas se centra en presupuestar sus actividades de inicio a fin, de hecho, cada departamento proporciona información de sus movimientos y requerimientos de recursos. Con dichos resultados, es más práctico resolver un plan de acción siguiendo los pronósticos de las estimaciones económicas y financieras. Los objetivos del presupuesto según, Del Río (2009) son:

- Previsión
- Planeación
- Organización
- Coordinación
- Dirección y control

El autor establece una relación entre los procesos de la administración y los objetivos del presupuesto, considera que la previsión es contar con la información suficiente antes de ejecutar las ideas del proyecto; la planeación consiste en seguir un sistema específico que mantenga en cierta medida, controlados los resultados con respecto a las metas; la organización, ordenar tareas

y funciones, respetando la estructura organizacional de la empresa, con el fin de mantener a un equipo de trabajo participativo; en la coordinación se pretende integrar a los colaboradores para compartir y complementar actividades de manera ordenada; por último, el elemento definitorio en el presupuesto, es la dirección para supervisar los procedimientos, establecer políticas y tomar decisiones sobre los resultados (Del Río , 2009).

Presupuestos a elaborar:

Presupuesto de inversión

El presupuesto de inversión constituye los valores contemplados para la adquisición de insumos necesarios para ejecutar la actividad, en el caso del servicio de transportación, se estima la inversión por la cantidad de vehículos, equipos de mantenimiento, inmobiliario, equipos de oficina, entre otros (Meza, 2013).

Otros indicadores que intervienen en un presupuesto de inversión para una empresa de transporte turístico corresponde a los costos generados por registro de turismo, permiso de circulación, el registro en el Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual (IEPI) y la constitución de la empresa, además de otros desembolsos por patentes, matrícula y seguros.

Presupuesto de operación

El presupuesto de operación contempla aquellos movimientos de dinero una vez iniciado el proyecto, por ejemplo, actividades por venta del servicio, recursos humanos, aspectos administrativos, publicidad, etc. El estudio de los costos operativos, es la clave para reconocer cuan necesario es reducirlos o mantenerlos para evitar caer en despilfarros (Meza, 2013).

El flujo de fondos o “cash flow”

El estado de flujo de efectivos provee de información sobre la procedencia y movimientos monetarios conforme se hayan presentado en cobros y pagos de la organización independientemente de ser devengados por concepto de amortización o depreciaciones. Su aplicación permite la interpretación de la circulación del efectivo y el conocimiento de las actividades de tesorería (Archel, Sánchez, Lizarraga, & Cano, 2015). Por otro lado, el flujo de efectivo por inversión hace referencia a las actividades a la adquisición y venta de activos fijos no relacionados con las actividades ordinarias de la empresa.

Estimar el “cash flow” brinda un panorama de la inversión y su liquidez generada, dependiendo sus resultados, permite cumplir las obligaciones contractuales con inversores y proveedores e incita a una posible reducción de costos por efecto de descuentos, brinda una remuneración justa y a tiempo para los empleados y evita las presiones de pago a distintas fuentes de financiamiento. La disponibilidad de fondos líquidos es el soporte para el aprovisionamiento de la empresa, siendo este el caso de transporte turístico terrestre, presenta las posibilidades para adquirir vehículos, equipos de mantenimiento, contratación de personal operativo y administrativo, jugar con los precios a conveniencia del usuario y aumentar los beneficios de la organización con sus socios.

Contar con fondos monetarios es fundamental en las políticas financieras, las entidades de crédito fijan un saldo mínimo acorde a los costos y rentabilidad de la empresa, lo que le permite hacer frente a sus obligaciones y proteger el capital. Mientras más flexibilidad de pagos ofrezca la institución bancaria, más lejana es la recuperación de la inversión, comprometiendo en notable medida el flujo de efectivo (Burbano, 2011).

Las grandes empresas, generalmente usan estándares para evaluar este proceso, recurren a las Normas Internacionales de Contabilidad que regulan la elaboración del estado de flujo de fondos establecido en la NIC 7. Regirse por una norma internacional es una ventaja para la organización, su empleo por el hecho de ser un modelo o patrón, es más fácil de interpretar para futuros inversionistas (Burbano, 2011).

Estudio económico y financiero del proyecto

El estudio económico se sustenta de los resultados del análisis técnico, estima la cantidad de activos y equipos necesarios para la operación de la empresa, así como sus costos directos e indirectos.

Para determinar la viabilidad del proyecto, es apto realizar un plan financiero para verificar el impacto de las decisiones que se tomen sobre el capital de trabajo y las fuentes de financiamiento necesarias. En los estados financieros se resume la información sobre los recursos económicos que suponen llevar a cabo un proyecto como la inversión inicial, posibles ingresos y egresos, depreciación y el tiempo sugerido para el período de evaluación del proyecto, su evaluación se determina en los indicadores de rentabilidad posteriormente descritos (Meza, 2013).

Valor Actual Neto

El Valor Actual Neto, es un indicador económico que compara el flujo de efectivo con la inversión inicial, si el importe del efectivo neto es superior a lo invertido, hay posibilidades de que se acepte el proyecto. Para su cálculo se requiere el valor de la inversión, el flujo de efectivo neto, periodo de duración del proyecto y una tasa de recuperación mínima o el costo de capital (Coss Bu, 2005). La tasa de rendimiento, lo establece la empresa, de acuerdo a las expectativas del proyecto, este valor discierne del VAN, y si es superior al resultado del valor presente, no es conveniente para la empresa continuar con la ejecución, es decir, si el valor actual neto es negativo, se debe rechazar el proyecto.

Su resultado le permite al inversionista discriminar opciones y concluir por cuál propuesta inclinarse o si debe hacer ajustes conforme a sus exigencias para tomar decisiones sobre el proyecto.

Tasa Interna de Retorno

Uno de los criterios que permite conocer el valor del dinero en el tiempo y distingue una oportunidad de inversión, es el cálculo de la Tasa Interna de Retorno, este método mide en porcentaje el rendimiento de la inversión durante el periodo del proyecto. La TIR, se evalúa en conjunto con el VAN, estimando que si existiese un valor presente positivo a una tasa de interés fijada, al inversor se le retribuye una cantidad adicional a su parte correspondiente (Vélez, 2003). Si el valor actual es menor y la tasa es igual 0, se traduce a que no hay rentabilidad, pero se recupera la inversión. En el caso de que ambos sean menores a 0, es probable no obtener todo o una fracción de lo invertido.

Índice de rentabilidad

La rentabilidad pronostica las probabilidades de la empresa para auxiliar al capital de las inversiones generadas en activos fijos o poder responder a los socios e inversionistas.

Para el reconocimiento de la rentabilidad del proyecto es necesaria la información contable del estado de resultados, puesto que representa un estimado del flujo neto del horizonte de planeación; y el balance de situación, es el indicador de las inversiones que han generado ese flujo. Existen dos acepciones, la rentabilidad económica que recae en la gestión de los activos y la financiera que

está representada por factores de deuda y financiamiento. La económica permite conocer la capacidad de la empresa para retribuir a sus inversionistas y mientras mayor sea la deuda, habrá más presión sobre los gastos financieros (Archel, Sánchez, Lizarraga, & Cano, 2015).

Otro factor utilizado es el punto de equilibrio, este proyecta un estimado mínimo de ventas para evitar pérdidas durante la actividad. Realiza un cálculo entre los ingresos y costos totales, observando un nivel entre ellos donde no se produce una utilidad ni pérdida (Meza, 2013). Su aplicación conlleva a identificar el momento en que las ventas generadas respaldan el valor de los costos fijos y variables del proyecto, como consecuencia de ello, considerar estrategias o tomar decisiones sobre el margen de ganancias.

El periodo de recuperación del capital de trabajo, debe ser recuperado cumplido el horizonte de planeación del proyecto, si bien es cierto, no se obtiene el monto total de la inversión, pero de acuerdo al inventario de activos, se puede estimar su liquidez (Meza, 2013). Generalmente, los proyectos trazan una vida útil de 10 años, como una base para deducir inversiones, financiamiento propio o crédito bancario y realizar un análisis costo – beneficio para finalmente obtener en una medida porcentual si se rechaza o acepta la propuesta.

CONCLUSIONES

La investigación previa de factores como análisis de mercado, estudio técnico, fundamentos legales y estrategias administrativas conforman la base para la evaluación de proyectos de inversión desde la perspectiva económica y financiera. La interpretación de datos históricos de la misma u otras empresas indicarán los procesos a los que debe actualizarse el equipo de trabajo, adaptándolo a las condiciones a las que hace frente la implementación de un servicio.

El análisis de un proyecto de inversión abarca una parte de la planeación y servirá como el fundamento para seguir alimentando programas y por ende el plan. Referirnos a proyectos no es algo tan ligero, cada una de las tareas colocadas en el cronograma necesita de la acción de los departamentos en cuanto a sus resultados de desempeño de manera periódica. Además, la comunicación y la gestión de recursos humanos es el fuerte para lograr que esas actividades generen entregables y el tiempo invertido sea satisfactorio.

Las técnicas cuantitativas y cualitativas pueden garantizar la veracidad de los datos consultados para su estudio, sin embargo, al ser resultados predictivos no definen el futuro de la empresa, si no se aplican correctamente con información real, es más probable que la empresa tenga riesgos en el proceso. Una empresa de transporte turístico podría tener desventajas por el mercado competitivo, las cambiantes tendencias y las regulaciones del sistema de tránsito, su fortaleza reside en la innovación y las comodidades que ofrece en cada viaje.

RECOMENDACIONES

La gestión y dirección de proyectos requiere de un trabajo exhaustivo entre el equipo de colaboradores, para esto, es de un gran apoyo consultar la Guía PMBOK, identificando los procesos y las actividades asignadas durante su ejecución, tampoco está de más, verificar otros trabajos relacionados a la factibilidad de una empresa de transporte turístico, su mercado potencial, los cambios en el comportamiento de la demanda y la situación en general del turismo en el país.

Las PyMES, deben de considerar significativamente los estudios contables y las estrategias de crecimiento. Generalmente, los emprendimientos no tienen una cultura presupuestaria, ni recurren a consultores o asesores que puedan orientar hacia el ejercicio de herramientas cuantitativas para la evaluación de su desempeño comercial. Existen herramientas para el análisis de proyectos que son de fácil acceso, Microsoft Project o Gantt Project que son softwares que proporcionan los recursos necesarios para administrar y programar las tareas vinculadas a la ejecución del proyecto.

El transporte terrestre, como servicio complementario tiene poco protagonismo entre la demás oferta; hotelera y de restauración. Precisamente, el Ministerio de Turismo, no realiza un trabajo en conjunto con la Autoridad Nacional de Tránsito, para capacitaciones en atención al usuario, mantenimiento y presentación de los vehículos entre otros temas de seguridad. Una buena iniciativa, sería convocar a los conductores profesionales y dirigentes de las compañías de transporte para asegurarnos que el servicio que ofrecen es el esperado por los turistas.

BIBLIOGRAFÍA

- Archel, P., Sánchez, S., Lizarraga, F., & Cano, M. (2015). *Estados contables. Elaboración, análisis e interpretación*. Madrid: Ediciones Pirámide.
- Burbano, J. (2011). *Presupuestos. Un enfoque de direccionamiento estratégico, gestión y control de recursos*. Bogotá: McGraw Hill Educación.
- Carrión, I., & Berasategui, I. (2010). *Guía para la elaboración de proyectos*. España: Instituto Vasco de Cualificaciones y Formación Profesional.
- Coss Bu, R. (2005). *Análisis y evaluación de proyectos de inversión*. México: Limusa.
- Del Río, C. (2009). *El Presupuesto*. México: CENGAGE Learning.
- Grolimund, C. (2013). *Claves de gestión de proyectos*. Bogotá, Colombia: Ediciones de la U.
- Meza, J. (2013). *Evaluación Financiera de proyectos. 10 casos prácticos resueltos en Excel*. Bogotá: Ecoe Ediciones.
- Project Management Institute, Inc. (2013). *Guía de los fundamentos para la dirección de proyectos (Guía del PMBOK)*. Pensilvania: PMI Publications.
- Rivera, J., & Garcillán, M. (2007). *Dirección de Marketing: Fundamentos y aplicaciones*. Madrid: ESIC.
- Vélez, I. (2003). *Decisiones empresariales bajo riesgo e incertidumbre*. Bogotá: Grupo Editorial Norma.