

# PROYECTO DE FACTIBILIDAD FINANCIERA PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE CABAÑAS RUSTICAS EN EL BARRIO TIGRILLO

María José Lamiña Gunsha<sup>1</sup>, Ana Rosa Tocagòn Pila<sup>2</sup>, Evelyn Reyes Figueroa<sup>3</sup>  
Escuela Superior Politécnica del Litoral (ESPOL)  
Campus Gustavo Galindo, Km 30.5 via Perimetral  
Apartado 09-01-58-63 Guayaquil-Ecuador

<sup>1</sup> Ingeniera Comercial y empresarial, 2010, FEN-ESPOL; email: majolami@espol.edu.ec

<sup>2</sup> Ingeniera Comercial y empresarial, 2010, FEN-ESPOL; email: atocagon@espol.edu.ec

<sup>3</sup> Ingeniera Comercial y empresarial, 2010, FEN-ESPOL; email: evelirey@espol.edu.ec

Director de Tesis: Escuela Superior Politécnica del Litoral. Título de Ingeniera Comercial  
Patricia Valdiviezo V.; email: pvaldi@espol.edu.ec

## Resumen

*El presente trabajo tiene como objetivo fundamental, la factibilidad financiera para la implementación de las cabañas rusticas Maneve S.A. en el sector de tigrillo, la cual se dedicaría a la prestación de servicios de hospedaje tanto a turistas nacionales como extranjeros, siendo este mercado poco explotado en el sector, permitiéndonos adherir nuevo valor agregado al servicio para minimizar y proponer soluciones a los problemas como: la seguridad, espacio, ambiente del lugar, comodidad, etc.*

*Para alcanzar los objetivos propuestos se recopiló información necesaria en el sector de estudio aplicando técnicas de muestreo, análisis financiero, segmentación de mercado, simulación de negocios y proyecciones de capital y bienes a utilizar, para consecutivamente hacer las respectivas recomendaciones de aplicaciones necesarias para que el proyecto se desempeñe normalmente.*

*La factibilidad financiera hace énfasis en el análisis de capital de trabajo, balances financieros, equipos y talento humano.*

**Palabras Claves:** Análisis Financiero, Análisis de Capital de Trabajo.

## Abstract

*This project has as main objective, the financial factibility for the implementation of the rustic cabins Maneve S.A. in the sector Tigrillo, be devoted to providing hosting services to both domestic and foreign tourists, this market remains untapped in the industry, allowing us to add new value - added service to minimize and propose solutions to problems such as: security, space, atmosphere of the place, comfort, etc..*

*To obtain the objectives was compiled information in the field of study using sampling techniques, financial analysis, market segmentation, business simulation and projections of capital and assets to be used, for consecutive do the respective recommendations of applications required for the project function normally.*

*The emphasis is on financial analysis, working capital, balances financials, equipment and human talent.*

**Keywords:** Analysis Financial, Analysis Working Capital

## 1. INTRODUCCION

El propósito de nuestro proyecto es implementar cabañas rústicas mejorando el servicio de hospedaje en el sector de montañita en el barrio el Tigrillo. Aprovechando la demanda de turistas nacionales y extranjeros que gustan de las playas del pacífico y el turismo de aventura, viajando estos en grupos o parejas.

Este proyecto se compone de seis capítulos: En el primer capítulo se desarrolla una breve introducción del proyecto, detallando el problema encontrado al cual nos vamos a enfocar, además se incluirá los servicios que brindara el hospedaje en las cabañas rústicas.

El segundo y tercer capítulo se hace referencia al estudio organizacional y la investigación de mercado, conjuntamente se incluirá en este capítulo los aspectos legales. En el cuarto capítulo se desarrollará el plan de marketing mediante el estudio del macro ambiente del servicio, para diagnosticar de manera sistemática las principales presiones competitivas de un mercado y evaluar la fortaleza e importancia de cada una de ellas: el ambiente industrial y competitivo, legislación y regulaciones, tecnología, demografía de la población, valores sociales y estilos de vida.

El capítulo cinco se realizara el estudio técnico de la infraestructura física y el diseño del desarrollo de las fases de la Cabañas, recursos humanos, maquinarias, e inversiones. Finalmente en el último capítulo contendrá el análisis financiero del proyecto en el cual se evaluará la factibilidad del proyecto, además un análisis de sensibilidad, que indicará las variaciones a las que estarán expuesto por cambios en las variables como ingresos y costos.

## 2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Uno de los problemas es la falta de lugares de hospedaje en Montanita, sitio visitado continuamente por turistas nacionales y extranjeros, quienes buscan otras aéreas aledañas a este sector.

Tigrillo es un lugar que no ha sido explotado turísticamente a pesar de contar con maravillosos recursos naturales: porque es poco conocido y además de la carencia de futuros inversionistas. En los años 1960, el lugar se convirtió en un punto de encuentro para gente, usualmente extranjera, vinculada o inspirada en el movimiento hippie y en otros movimientos alternativos, para la diversión, el

descanso y el contacto con la naturaleza.

Tigrillo es un lugar mayormente pacífico, con un toque bohemio que se puede comprobar tras caminar por sus calles donde se encuentran restaurantes informales, vendedores de artesanías, fiestas fogatas al atardecer y extranjeros de diversas nacionalidades.

En la actualidad el panorama de esta playa ha cambiado mucho por la llegada de alumbrado y alcantarillado públicos, a pesar de que se puede encontrar aún unos cuantos visitantes con formas de vida alternativa o subcultura.

Las construcciones y las nuevas edificaciones en Montañita siguen manteniendo un estilo rústico, autóctono de la región de la costa, a base de caña y paja, aunque en la actualidad los hostales y casas de hospedaje comunitarios gozan de comodidades para el turista, como agua caliente y potable.

## 3. PROPUESTA DEL SERVICIO DE HOSPEDAJE

### Características del Servicio

Las cabañas serán un conjunto habitacional amoblado con concreto, caña y madera, en un ambiente libre de ruido e interferencias; ofreciendo cabañas familiares y matrimoniales aquellas que estarán compuesta de la siguiente manera:

### Cabañas Matrimoniales

- Cama de dos plazas (180x20) con su respectivo juego de sobrecamas y almohadas.
- Dos veladores con sus respectivas lámparas.
- Un teléfono interno en cada habitación.
- Un sofá de 3 Pieza.
- Un televisor a color de 21" con servicio de cable.
- Un Split (Aire Acondicionado)
- Un closet.
- Servicios de DirecTV
- Un baño privado.
- Duchas con agua caliente y fría, y demás

accesorios como toallas y artículos de limpieza biodegradables.

### **Cabañas Familiares.**

Las habitaciones contarán con una cama de dos plaza, dos camas individuales (180x20) con su respectivo juego de sobrecamas y almohadas.

Veladores con sus respectivas lámparas en cada habitación.

Un teléfono interno en cada habitación.

Un sofá de 3 piezas.

Un televisor a color de 21".

Un Split (Aire Acondicionado)

Un closet en cada habitación.

Tasas de baños respectivos lavamanos.

Duchas con agua caliente y fría, y demás accesorios como toallas y artículos de limpieza biodegradables.

### **3.1 Misión**

Satisfacer a nuestros clientes dándoles a conocer nuestras comodidades a través de un hospedaje confortable, diferenciándonos de la competencia por la excelente calidad en el servicio prestado en la provincia, impulsando así el desarrollo comunitario.

### **3.2 Visión**

Consolidarnos paulatinamente en la región hasta lograr el máximo crecimiento para ser líderes a nivel provincial en el servicio de hospedaje y turismo ecológico, obteniendo una mayor competitividad dentro de este sector por el excelente servicio a nuestros clientes.

### **3.3 ANALISIS FODA**

Es una herramienta útil para analizar la situación competitiva, permitiéndonos trabajar con toda la información que poseemos del mercado, útil para examinar sus Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas.

### **FORTALEZAS**

- Demanda de turistas extranjeros.
- Ubicación del proyecto tiene buena acogida por parte de quienes visitan el Ecuador.
- Varias actividades recreativas y deportes que se pueden practicar en esta zona.
- Oportunidad de los consumidores para liberarse del estrés con mayor rapidez por el ambiente acogedor del sector.
- Precios Accesibles. Capacidad para combinar precios medios con calidad de servicio.

### **OPORTUNIDADES**

- Crecimiento del sector de hospedaje, creando un clima de mayor competitividad.
- Incremento de la demanda potencial por motivación de la Municipalidad para desarrollar y fomentar el turismo.
- Crear alianzas con agencias de viajes nacionales e internacionales.
- Los ofertantes de hospedaje en cabañas familiares o matrimoniales en el sector es mínima, siendo esta una oportunidad.

### **DEBILIDADES**

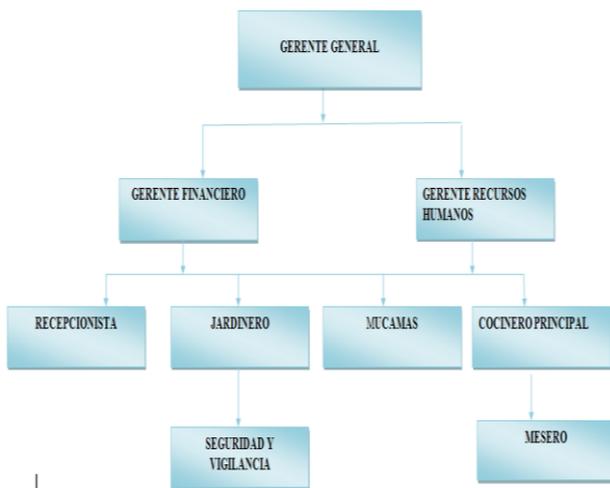
- La inversión inicial es alta, y al ser estudiantes y personas naturales este valor inicial del capital no lo disponemos y es dificultoso tener el capital.
- Las políticas actuales de los bancos, no permite ser una persona idónea para un crédito empresarial.

### **AMENAZAS**

- Incremento de impuestos a estos productos de la construcción respecto a la importación del mismo.

- Estación invernal que afectan las vías de acceso a Montañita.
- Promulgación de otros sitios turísticos por parte de las autoridades de la provincia en lugares aledaños.
- Las altas tasas de interés constituyen un limitante para realizar inversiones para este tipo de proyectos, en el que la deuda es a largo plazo, debido a esto existe incertidumbre en la proyección de los flujos, lo que constituye un riesgo alto invertir en este sector.

#### Organigrama de la empresa con Reingeniería



## 4. ESTRATEGIAS DE MERCADOTECNIA

### 4.1 Definición del Mercado

El presente proyecto tiene como objetivo impulsar la actividad Eco turística en la Ruta Spondulys anteriormente conocida como la Ruta del Sol, ofertando el servicio de hospedaje a través de Cabañas Rusticas, dirigido a potenciales turistas extranjeros como nacionales que visitan el sector de montañita y sus alrededores como el barrio Tigrillo, ubicado a 10 minutos de Montañita, dirigido a viajeros de economía media alta y alta que buscan nuevas alternativas de diversión y nuevas experiencias.

### Estrategias de Comercialización

- Se aplicará una estrategia activa de comercialización; no se esperará a que los clientes vengan a las instalaciones, sino que se aplicará una estrategia activa de comercialización; no se esperará a que los clientes vengan a las instalaciones, sino que iremos en busca de ellos.
- Se identificarán lugares estratégicos donde promocionar las Cabañas Rusticas y los diversos servicios que ofrece al público en general.
- Mantener contactos con las agencias de viajes a fin de mantenernos informados en los precios y promociones que ofrece la competencia.
- Mantener una base de clientes y proveedores actualizada.

### Estrategias de Marketing

Actualmente vivimos bajo el prisma del marketing de las percepciones, el nombre de la empresa es una de las variables estratégicas más importantes de la empresa ya que día a día debe ganar protagonismo.

- Se promocionará el producto por diferentes medios de comunicación: Internet, revistas y Guías de Viajeros.
- Se basará en promoción por medio de Internet
- Revistas de viajeros y vallas publicitarias ubicadas en lugares estratégicos.
- Se va a dar conocer el servicio a través de volantes, alianzas con agencias de viajes, entre otras.
- Ofrecer los servicios a través de llamadas telefónicas, envío de correos.

### Estrategias de valor para el cliente

- Dar información en un solo lugar.
- Flexibilidad en el horario de atención a los clientes.

- Mantenerlos informados a través de anuncios escritos dentro de las instalaciones y en internet.
- Dar una rápida respuesta a sus problemas, inquietudes o quejas.
- Cumplir con lo que se promete y ser reconocidos por nuestro servicio.ar información en un solo lugar.

#### 4.2 POLITICAS DE VENTAS

- Las ventas se harán al contado.
- Las reservas se harán con 5 días de anticipación.
- La forma de pago será en efectivo y con tarjeta de crédito.
- Se debe respetar los términos y políticas de la empresa.

### 5. ESTUDIO TECNICO

En el estudio se determino que las cabañas se localizarán en un sitio que integre de manera armoniosa el calor de la playa, aventura y naturaleza que existe en el sector, logrando de esta forma que el turista disfrute la estancia en esta zona mientras disfruta de sus vacaciones en la época de temporada o durante cualquier época del año que visite nuestro país.

Se considero técnicamente necesario obtener un terreno 2000 metros cuadrados, en el cual contara con todos los servicios antes mencionados, los cuales se quiere abarcar en este proyecto.

Las áreas mencionadas se detallan a continuación:

- Área de Hospedaje (cabañas para el hospedaje de los turistas).
- Área Administrativa (cabaña para las oficinas de administración).
- Área del Mini Restaurant.
- Área de Naturaleza (jardines).
- Área de camping (Espacio para turistas que opten por dormir en campo abierto)

- Área de Entretenimiento (juegos para niños y adultos).
- Áreas complementarias (cabañas del personal, parqueadero, entre otros)

#### 5.1 INVERSIONES OBRAS FISICAS

El costo por la construcción de las cabañas varía según la edificación a realizarse, no todas las infraestructuras a construirse tienen una misma función o tamaño, sin embargo se realizó un cálculo promedio del total del presupuesto en obras por la edificaciones (\$160 642.30) dividiéndolo por cada metro cuadrado (936,17mt) que se empleara en la construcción de las cabañas y otras áreas necesarias para ofrecer un excelente servicio de hospedaje a los turistas, siendo este el costo promedio de \$171.59.

RUBRO	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	COSTO UNITARIO (US\$)	COSTO TOTAL (US\$)
Terreno El tigrillo (Terreno) 100*20	m2	2000	20	40,000.00
Cabaña Familiar 11 largo x8 ancho (88 mt)	m2	176	135	23,760.00
Cabaña matrimonial 10 largo x6.8 ancho (68 mt)	m2	136	135	18,360.00
Recepción 9,9 x 8,3 (82.17)	m2	87.17	190	16,562.30
Mini Restaurant 8x 10 (80 mt)	m2	80	145	11,600.00
Área de entretenimiento 15*13 (195mt)	m2	195	130	25,350.00
Área Complementarias 10*9(90mt)	m2	90	125	11,250.00
Área de camping 11*12 (132)	m2	132	80	10,560.00
Local (Parqueadero) 10*4 (40)	m2	40	80	3,200.00
<b>Total</b>	<b>m2</b>	<b>2936.17</b>	<b>1040</b>	<b>160,642.30</b>

#### 5.2 INVERSION DE EQUIPAMIENTO

Las inversiones se realizaran acorde al tipo de las cabañas, siendo la más significativa la inversión de equipos en las cabañas familiares dándonos un costo de \$4424.24, seguida de las cabañas matrimoniales la que tendría un costo de \$3409.24 y seguida de la inversión en equipos en el área de recepción la cual tendría un costo de \$2808.24, las cabañas tendrán muebles estilo lineales, es primordial dar calidad en el servicio del hospedaje a los turistas.

BALANCE DE EQUIPAMIENTO - CABANAS FAMILIARES			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNIT.	VALOR TOTAL
Teléfono	1	36.32	36.32
Camas Helena 180x200	1	273.75	273.75
Camas krista 120x200	2	273.75	547.50
Velador Annete	3	111.25	333.75
Sofá 3 puestos Inza	1	437.48	437.48
Mesa Tv Art con 2 repisas	1	498.75	498.75
Televisor LCD 22 Pulgadas	1	458.58	458.58
Mesa de centro Nell	1	98.75	98.75
Armario Caribe	1	223.75	223.75
Aire Acondicionado Split 18000 btu	1	697.23	697.23
Sanitario Edesa	1	120.00	120.00
Juegos de Sábanas Floppy back	3	72.80	218.40
Tachos de Basura	1	20.00	20.00
Toallas	2	28.56	57.12
<b>TOTALES</b>			<b>4.021.38</b>

## 6. ESTUDIO FINANCIERO

En el área financiera se realizarán estudios sobre las inversiones y la estructura óptima de financiamiento, así como el comportamiento de los ingresos, costos y gastos que serán proyectados, estimado necesario contar con una inversión de \$ 215 016.73, destinados a la construcción de las instalaciones y diferentes divisiones que presentará MENEVE S.A. tales como mini-restaurant, las cabañas de hospedaje, recepción de clientes y su respectiva implementación con la adquisición de los activos fijos; indispensable para la puesta en marcha del proyecto

### 6.1 Inversiones y Financiamiento

La inversión en capital de trabajo se ha calculado bajo el método de déficit acumulado máximo, en base a los ingresos y egresos previstos del primer año de operación. Determinado si estos valores permitirán cubrir en los primeros años desembolsos tales como sueldos, publicidad entre otros, mientras MENEVE S.A. obtiene ingresos operativos para cubrirlos.

Para la ejecución de este proyecto los accionistas aportarán el 40% de la inversión y para cubrir la diferencia equivalente al 60%; se realizará un préstamo a una entidad bancaria, a través del Banco del Pacífico, a una tasa de interés del 15.2%, se escogió esta institución por que ofrece los créditos a una tasa menor.

ESTRUCTURA DE CAPITAL		
Capital Propio	40%	86,006.69
Préstamo	60%	129,010.04
<b>TOTAL (\$)</b>		<b>215,016.73</b>

### 6.2 Presupuestos costos y gastos

Los costos están relacionados directamente con el servicio que se quiere ofrecer y dependen de la demanda de nuestros clientes; es decir existe una relación positiva entre ambos y fueron determinados mediante una proyección de la demanda para 5 años.

Los costos indirectos presentes en la siguiente tabla son aquellos en los que se debe incurrir para la operación del negocio, se ven afectados también por la demanda pero no directamente; son necesarios para la prestación del servicio, por lo que deben ser considerados dentro del análisis de factibilidad.

COSTOS INDIRECTOS					
DETALLE	AÑOS				
	1	2	3	4	5
Gastos de Mantenimiento Equip.	1,400.00	1,470.00	1,543.50	1,620.68	1,701.71
Gastos de Instalación	2,100.00	2,205.00	2,315.25	2,431.01	2,552.56
Gastos de Mant./Limpieza Instalaciones	420.00	441.00	463.05	486.20	510.51
<b>TOTAL ANUAL (\$)</b>	<b>3,920.00</b>	<b>4,116.00</b>	<b>4,321.80</b>	<b>4,537.89</b>	<b>4,764.78</b>

Los gastos relacionados al giro del negocio son los gastos administrativos integrado por los sueldos del personal requerido para el funcionamiento de MENEVE S.A., además de los desembolsos por publicidad que se realizarán por diferentes medios y los suministros de oficina.

PUBLICIDAD	
DETALLE	VALOR ANUAL
Revistas	1,250.00
Guías de Viajeros	900.00
Agencias de Viajes	1,000.00
Internet	100.00
<b>TOTAL</b>	<b>3,250.00</b>

### 6.3 Calculo de indicadores de rentabilidad

El cálculo del Valor Actual Neto (VAN) nos dará a conocer si realmente el proyecto a desarrollar generará ganancias a los inversionistas, de acuerdo a la rentabilidad exigida; que incluye costo de oportunidad y otros factores que la determinan. Con el flujo anterior en este proyecto se obtuvo un VAN de \$ 87,516.86.

TMAR (Tasa Mínima Atractiva de Retorno; considerado como un costo de oportunidad y la TIR (Tasa Interna de Retorno), que es el beneficio que

obtendría si se invierte en el proyecto de análisis, se tiene como resultado que TIR (27.70%) es mayor a TMAR (14.31%) lo que indica que es factible el proyecto.

### 6.4 Periodo de Recuperación de la Inversión (Payback)

El Payback tiene por objeto medir en cuanto tiempo se recupera la inversión, incluyendo la tasa de retorno exigida.

	0	1	2	3	4	5	
PAYBACK SIMPLE	-	186,604.05	39,532.08	55,917.90	60,482.73	63,806.76	232,070.0
	186,604.05	-	147,071.97	-91,154.07	30,671.34	33,135.41	265,205.4
		3.4807	3 AÑO	5.77	MESES		
PAYBACK DESCONTADO	-	186,604.05	34,582.37	42,791.85	40,489.91	37,366.91	118,889.8
	186,604.05	-	152,021.67	109,229.82	68,739.91	31,373.00	87,516.86
		4.26388	4 AÑO	3.17	MESES		

### 6.3 ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD

El análisis de sensibilidad identifica cuentas claves que puedan alterar el resultado de un proyecto y hacen que cambien las decisiones que en determinado momento fueron tomadas.

Escenario posible es la disminución de los ingresos esperados; sean estos por disminución de la demanda o por variación en los precios, esta situación hace que el proyecto sea muy sensible y disminuya el valor de la TIR.

ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD RESPECTO A INGRESOS				
	VAN	TIR	RESULTADO	
VARIACION	-20%	-1,028.29	14.13%	NO FACTIBLE
	-15%	13,425.56	16.61%	FACTIBLE
	-10%	29,382.10	19.22%	FACTIBLE
	-5%	46,963.59	21.95%	FACTIBLE
	0%	66,297.57	24.78%	FACTIBLE
	5%	87,516.86	27.70%	FACTIBLE

Para este análisis se utilizó el software Crystal Ball para calcular la probabilidad de que el VAN sea mayor o menor que algún valor predeterminado, con un nivel de confianza del 95%

VAN	PROBABILIDAD
VAN > 87,493.00	24.48 %
83,950.82 < VAN < 91,035.18	68.60%

## 7. CONCLUSIONES

En el estudio financiero se obtuvo diferentes resultados en donde es necesario realizar un análisis de los mismos. Al generar un VAN de \$ 87,516.86 nos indica que es válido desarrollarlo porque los inversionistas esperan que al final del periodo del negocio obtengan beneficio.

Por otro lado tenemos la TIR de un 27.70% que casi duplica a la rentabilidad que se espera, pero cabe recalcar que el análisis solo fue realizado para un periodo de 5 años lo que influye en el resultado final, aparte de las distintas variaciones que pueden afectar a la TMAR utilizada para el cálculo, factores que son difíciles de controlar.

En el análisis de sensibilidad mediante la variación de más de una variable se ha llegado a la conclusión que para obtener un VAN mayor a \$ 87,493.00 que es menor al valor resultante en el flujo tiene una probabilidad del 24.48%; porque solo se contará con 4 cabañas y para que esto ocurra deberían estar ocupadas la mayor parte del año

El período de análisis se ha considerado 5 años por la devaluación de las instalaciones, que serán afectadas por los cambios de clima que enfrenta esta región, y el constante uso; por esta razón dependiendo del tipo de inversionista del proyecto se podrá ampliar o vivificar nuevamente el proyecto.

## 8. RECOMENDACIONES

Luego de la evaluación y terminación del estudio que hemos realizado se plantean las siguientes recomendaciones para el presente proyecto

- Con un excelente asesoramiento técnico y adecuada implementaciones de estrategias de mercado se puede incrementar la demanda de alojamiento de las cabañas permitiendo ampliar el servicio de la misma.
- Realizar convenios con agencias de promoción y publicidad que ofrezcan el servicio tanto a nivel nacional como internacional.
- Se debe tener una visión estratégica, una cultura empresarial orientada a la calidad, y un equipo de trabajadores basado en la creatividad e innovación, y a los nuevos retos que exige la nueva era de conocimientos y globalización.

- Cuidar siempre la buena atención hacia los clientes, manteniendo comunicación continua con ellos, para de esta manera obtener información de los servicios adicionales que requieran.

## 10. REFERENCIAS

www.en-ecuador.com

www.en-ecuador.com

- www.montañita.com
- Superintendencia de compañías Guayaquil
- Ministerio de Turismo Península de Santa Elena
- <http://ecuadorecuatoriano.blogspot.com/2010/11/montanita-ecuador-paraiso-para-el-surf.html>
- <http://lomejordelecuador.blogspot.com/2009/05/montanita.html>
- [http://notipeninsula.com/index.php/noticias-peninsulares/components/com\\_jcomments/images/index.php?option=com\\_content&view=article&id=338:montanita-turistica&catid=36:turismo&Itemid=&layout=default&change\\_font=large](http://notipeninsula.com/index.php/noticias-peninsulares/components/com_jcomments/images/index.php?option=com_content&view=article&id=338:montanita-turistica&catid=36:turismo&Itemid=&layout=default&change_font=large)
- <http://www.dspace.espol.edu.ec/bitstream/123456789/5728/1/D-36138.pdf>
- <http://www.dspace.espol.edu.ec/bitstream/123456789/13319/1/Dise%C3%B1o%20de%20un%20Centro%20de%20Deportes%20Extremos.pdf>
- <http://www.expreso.ec/ediciones/2009/02/24/especial/santa-elena-mas-turistas-llegaron-ayer/default.asp?fecha=2009/02/24>
- Libro Fundamentos de Administración