

ESCUELA SUPERIOR POLITECNICA DEL LITORAL

FACULTAD DE ECONOMÍA Y NEGOCIOS



**PROYECTO SOBRE CABAÑAS ECOLÓGICAS
TURISM-CASCABEL S.A.**

Tesis de Grado

Previa la obtención del Título de:

ING. MARKETING COMUNICACIÓN Y VENTAS

ECONOMIA CON MENSION EN GESTION EMPRESARIAL

Presentado por

JANNELA ROSARIO GUANANGA GARCÍA

JORGE FERNANDO YAGUAL HIDALGO

Guayaquil-Ecuador

2011

DEDICATORIA

Dedico este esfuerzo a mis abuelitos Segundo y Virgilio, se que bajaron del cielo para acompañarme en este momento, a mi madre que siempre estuvo a mi lado ya que sin su apoyo y amor no hubiera sido posible hacerlo, no solo le debo esto si no mi vida entera. También lo dedico a mi padre, hermano y hermana, a mi esposo y sobre todo a mi hijo que es el tesoro maspreciado de mi vida, los amo a todos.

Jannela R. Guananga García

DEDICATORIA

Dedico esta tesis a Dios por esta siempre conmigo y nunca dejar que recorriera este camino solo, dándome paz interior para continuar mi camino.

A mis padres Lilia Hidalgo y Jorge Yagual por haberme cuidado y apoyado en mi decisión de ingresar a la ESPOL, por estar siempre conmigo brindándome todo su amor, consejos y conocimiento para ser un hombre de bien.

A mis Hermanos, Erwin, Susy y Lilia que siempre estuvieron ahí conmigo dándome ánimo para seguir, siempre recordándome que el camino es duro pero al final la recompensa y satisfacción de lograr tus metas es lo mejor.

A la Msc Mercedes Padilla por su apoyo y amistad incondicional durante todo este tiempo

A la Msc Marielena Romero por su ayuda incondicional, conocimientos y por brindarme lo más valioso como es su respeto y amistad.

A todos y cada uno de los profesores que entregaron sus conocimientos para convertirme en un profesional de éxito compartiendo conmigo este loco viaje de conocimiento y superación.

A todos los amigos y compañeros que conocí en el camino que me ayudaron a seguir adelante y que compartieron estas vivencias la cual siempre atesorare.

A todos ustedes que hicieron posible que este sueño se convierta en realidad gracias

Jorge F. Yagual Hidalgo

AGRADECIMIENTO

Agradecemos a Dios por darnos la entereza y fortaleza para siempre seguir adelante y no rendirnos en el camino hasta lograr los objetivos propuestos ya que siempre estuvo con nosotros en cada paso que dimos hasta permitirnos ver nuestras metas cumplidas.

A nuestros padres por el apoyo incondicional para seguir adelante, por sus consejos, sacrificios y esfuerzos durante este viaje de conocimiento y superación.

A nuestros hermanos que siempre estuvieron extendiendo la mano para ayudar a levantarnos y llenarnos de alegría para que el camino sea más placentero.

A todos nuestros compañeros y amigos de aulas que vivieron con nosotros buenos y malos momentos de la cual nos llevamos todas las experiencias y vivencias que siempre la estarán con nosotros.

A todo el cuerpo docente que nos brindo su amistad, respeto y conocimientos durante todo este camino sin tener ningún tipo de discriminación otorgándonos sus conocimientos y concejos siempre con el ánimo de vernos triunfar en la vida

Al Ph.D. Leonardo Estrada Aguilar por orientarnos en este último peldaño y mostrarnos el camino en el cual encontramos a un gran profesional pero también a un gran amigo

Jorge y Jannela

TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN

Msc. Pedro Gando Cañarte

Presidente Tribunal

Ph.D. Leonardo Estrada Aguilar

Director de Tesis

DECLARACIÓN EXPRESA

“La responsabilidad por los hechos, ideas y doctrinas expuestas en este proyecto me corresponden exclusivamente, y el patrimonio intelectual de la misma a la ESCUELA SUPERIOR POLITECNICA DEL LITORAL”

Jannela Guananga Garcia

Jorge Fernando Yagual Hidalgo

INDICE GENERAL

DEDICATORIA	I
AGRADECIMIENTO	III
TRIBUNAL DE GRADUACIÓN	IV
DECLARACIÓN EXPRESA	V
INDICE GENERAL	VI
INDICE DE TABLAS	IX
INDICE DE FIGURAS	X
CAPITULO 1	
INTRODUCCION	
1.1. GENERALIDADES	11
1.2. ANTECEDENTES	12
1.3. DELIMITACIÓN DEL PROYECTO	13
1.4. MARCO TEORICO	13
1.5. OBJETIVOS	14
1.5.1. OBJETIVO GENERAL	14
1.5.2. OBJETIVOS ESPECIFICOS	14
CAPITULO 2	
INVESTIGACION DE MERCADO Y PLAN DE MARKETING	
2.1. ESTUDIO DEL MERCADO	15
2.1.1. ANALISIS DE LA OFERTA	15
2.1.2. ANALISIS DE DEMANDA	15
2.1.3. ANALISIS DE LOS PRECIOS	16
2.1.4. ANÁLISIS DEL SECTOR	17
2.1.5. ANÁLISIS DE CLIENTES POTENCIALES	18
2.2. PERSPECTIVAS DE LA INVESTIGACION	18
2.3. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	18

2.4.	OBJETIVOS DE LA INVESTIGACION DE MERCADO	19
2.5.	PLAN DE MUESTREO	19
2.6.	DISEÑO DE LA ENCUESTA	22
2.7.	PRESENTACION E INTERPRETACION DE RESULTADOS	22
2.8.	CONCLUSIONES	28
2.9.	PLAN DE MARKETING	28
2.9.1.	OBJETIVOS	28
2.9.2.	SEGMENTACION DE MERCADO	29
2.9.3.	ESTRATEGIAS DE POSICIONAMIENTO	29
2.9.4.	MARKETING MIX	29

CAPITULO 3

ESTUDIO ORGANIZACIONAL

3.1.	MISIÓN Y VISIÓN	33
3.2.	ORGANIGRAMA	33
3.3.	REQUISITOS DE CONTRATACION	34
3.4.	DESCRIPCION DE PUESTOS Y SALARIOS	36
3.5.	ASPECTOS LEGALES	39
3.6.	ANALISIS FODA	40
3.7.	ANALISIS PORTER	41

CAPITULO 4

ESTUDIO TÉCNICO

4.1	LOCALIZACION	43
4.2	DESCRIPCION DEL PLAN DE OPERACION	44
4.3	PROCESOS	45
4.4	MATERIALES Y EQUIPOS NECESARIOS	46
4.5	DISTRIBUCION DE LAS CABAÑAS	49
4.6	CAPACIDAD INSTALADA	50

CAPITULO 5

ESTUDIO FINANCIERO

5.1.	INVERSION INICIAL	51
5.2.	GASTOS	51
5.3.	DEPRECIACION DE ACTIVOS FIJOS	51
5.4.	ESTRUCTURA DE FINANCIAMIENTO	52
5.5.	ESTIMACIÓN DE COSTO	52
5.6.	INVERSIONES DEL PROYECTO	55
	5.6.1. Inversión Inicial	55
	5.6.2. Capital de trabajo	56
	5.6.3. Ingresos del proyecto	57
	5.6.4. Valor de desecho	58
5.7.	TASA DE DESCUENTO	58
5.8.	FLUJO DE CAJA	60
5.9.	CÁLCULO DEL VAN, TIR Y PAYBACK DEL PROYECTO	63
5.10.	ANALISIS DE SENSIBILIDAD	64
5.11.	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	67
	5.11.1. CONCLUSIONES	67
	5.11.2. RECOMENDACIONES	68

BIBLIOGRAFIA

ANEXOS

INDICE DE TABLAS

Tabla 1: Datos poblacionales	16
Tabla 2: Costos del servicio en cabañas	17
Tabla 3: Costo de servicio por persona	30
Tabla 4: Gastos administrativos y operativos	39
Tabla 5: Gastos Operativos	52
Tabla 6: Gastos Operativos proyectado a 10 años	53
Tabla 7: Gastos No operativos	54
Tabla 8: Gastos No operativos proyectado a 10 años	54
Tabla 9: Inversión Inicial	55
Tabla 10: Capital de Trabajo	56
Tabla 11: Ingresos Anuales	57
Tabla 12: Valor de Desecho Contable	58
Tabla 13: Modelo CAPM	59
Tabla 14: Flujo de Caja Anual	60
Tabla 15: TIR vs T-MAR	63
Tabla 16: Payback	64
Tabla 17: Variación en los Precios y Cantidad Demandada	65
Tabla 18: Variación en los Costos de Alimentación y Hospedaje	66

INDICE DE FIGURAS

Grafico 1: División Demográfica Por Sexo	23
Grafico 2: Lugar de Hospedaje en vacaciones	23
Grafico 3: Tiempo de vacaciones	24
Grafico 4: Personas que acompañan en vacaciones	24
Grafico 5: Destinos vacacionales	25
Grafico 6: Validación de Servicios de Hospedaje	25
Grafico 7: Ubicación del registro Cascabel	26
Grafico 8: Aceptación de Cabañas Ecológicas	26
Grafico 9: Validación de actividades	27
Grafico 10: Precio del Servicio	27
Grafico 11: Mapa de Jipijapa	31
Grafico 12: Organigrama empresarial	34
Grafico 13: Análisis PORTER	42
Grafico 14: Mapa Cantonal	44

CAPITULO 1

INTRODUCCION

1.1. GENERALIDADES.-

El Ecuador, es un país de mega diversidad y posiblemente uno de los más ricos del planeta, pues gracias a sus grandes contrastes, en su pequeño territorio conjuga cuatro regiones naturales que ofrecen una inmensidad de suelos, climas, montañas, páramos, playas, islas y selva, que a la vez constituyen el hogar de miles de especies de flora y fauna, pero Ecuador no sólo es rico en naturaleza sino también es rico en su gente por sus costumbres idiomas y múltiples tradiciones.

Siendo un destino que atrae a visitantes para desarrollar un turismo ecológico, considerado necesariamente un turismo de baja densidad, debido a que sus instalaciones no son como las de los grandes hoteles-torre, que tienen desde los 500 a los 5000 cuartos, tienen atractivos inducidos y pertenecen a la arquitectura de consumo.

El turista de hoy busca actividades fuera de lo común que lo mantenga en buena condición física y le brinde nuevas experiencias intelectuales y espirituales, con la finalidad de tener experiencia de convivencia con una naturaleza aún no perturbada.

El ecoturismo, desde el punto de vista de la arquitectura y la infraestructura turística, respeta la naturaleza y construye utilizando tecnologías de bajo impacto, así como ecotécnicas y materiales de la región.

El cantón Jipijapa, cuenta con muchos lugares de destino turístico en las zonas rurales como el Recinto Cascabel, La zona es un potencial

turístico y en los alrededores se encuentra la cascada de Agua Fría (Choconchá), Trapiches de molienda de caña y destilería de aguardiente lo que la hace una zona atractiva para personas de Jipijapa que gustan de disfrutar de tardes deportivas y degustación de derivados de la caña de azúcar como: Espuma, Guarapo, Aguardiente Curado, etc.

Por lo cual el Proyecto quiere dar a conocer las bondades de la naturaleza, y compartir costumbres y tradiciones de los campesinos, convirtiéndose esto en una oferta rural, pero por la falta de infraestructura turística de bajo impacto ambiental adecuada para recibir y hospedar turistas, no se desarrolla el ecoturismo.

1.2. ANTECEDENTES.-

El mayor flujo turístico que recibe la zona sur de Manabí, se desplazan hasta las playas como son: Puerto Cayo, Puerto López, debido a que tienen operadoras turísticas que promocionan todos los atractivos de estos lugares, brindando además servicios de hospedaje, alimentación, interpretación y transporte.

Tomando este ejemplo, se debe desarrollar el ecoturismo en la zona mencionada, y para esto necesitamos de infraestructura adecuada, diseñada para operar con mínimo de impacto ambiental, respetando la capacidad de carga del ecosistema.

Es importante la construcción de cabañas ecológicas en el sector rural del recinto cascabel, debido a su ubicación geográfica en donde se pueden apreciar zonas cafetaleras y bondades naturales que la rodean, fomentando de esta manera un estilo de vida sana e integral, utilizando materiales del sector.

Mediante alternativas locales, como el manejo sustentable de los recursos existentes en la comunidad, realizando capacitaciones y talleres, asimismo apoyar a las gestiones y organización del factor en estudio.

1.3. DELIMITACIÓN DEL PROYECTO.-

El lugar donde se va a realizar el proyecto, es en el Recinto Cascabel, y en la zona urbana del cantón Jipijapa, de la Provincia de Manabí.

1.4. MARCO TEORICO.-

Actualmente en el Cantón de Jipijapa, no existe otra entidad que brinde los servicios que promuevan una oferta turística competitiva y sustentable, como estrategia para poder ofrecer infraestructura de hospedaje y servicios especializados de alta calidad, de carácter rústico.

Sería un negocio rentable porque no existe esta clase de alojamiento en el Recinto Cascabel, y por ser un proyecto novedoso que la vez generará fuentes de trabajo y divisas.

El proyecto está dirigido a familias, que están interesadas en adquirir los servicios de las cabañas ecológicas, las mismas que les brinda una estancia turística que les da la una oportunidad de disfrutar de un ambiente de distracción, relajación en un campo ecológico y así estar en unión con las naturaleza.

1.5. OBJETIVOS.-

1.5.1. OBJETIVO GENERAL.-

Fomentar el desarrollo turístico mediante la construcción de cabañas ecológicas, en el recinto cascabel, los cuáles impulsarán el desarrollo socioeconómico de la comunidad y mejorará la calidad de vida de los habitantes con un mínimo de Impacto Ambiental.

1.5.2. OBJETIVOS ESPECIFICOS.-

- ✚ Diversificar el aprovechamiento de los recursos naturales en el Recinto Cascabel, mediante el Proyecto y la construcción de Cabañas Ecológicas con materiales propios del sector.
- ✚ Difundir las bondades con que cuenta las cabañas, en el ámbito nacional e internacional.
- ✚ Conseguir el ingreso de divisas deseadas por los servicios que brindarán las cabañas ecológicas.
- ✚ Mejorar las condiciones de vida de la población rural mediante el impulso socioeconómico que brindará el fomento del ecoturismo como alternativa de producción.

CAPITULO 2

INVESTIGACION DE MERCADO Y PLAN DE MARKETING

2.1. ESTUDIO DEL MERCADO

ANALISIS DE LA OFERTA

En la actualidad no existe un lugar con similares características que ofrece el proyecto, refiriéndose al hecho de no existir competencia directa lo que pone en gran ventaja ante un mercado nunca antes explorado en el cantón. Fuera de esto podemos mencionar que existe competencia indirecta como son los distintos balnearios turísticos.

ANALISIS DE DEMANDA

Para analizar la demanda con la que se va a trabajar, utilizaremos los datos publicados por el INEC del censo realizado en el año 2001 donde se enfocará la zona urbana de jipijapa los cuales serán nuestro mercado objetivo.

A continuación mostramos una tabla donde indicamos la cantidad de ciudadanos en la ciudad de Manabí:

TABLA 1: Datos poblacionales

	2001	2010
POBLACION MANABÍ	1221819	1345779
POBLACION JIPIJAPA	65796	5,50%
AREA URBANA	54,80%	74018
MERCADO TOTAL	36078	40586
POBLACION QUE LE GUSTARIA VISITAR CABAÑAS	0,28	0,28
POBLACION QUE PREFIERES LUGARES ECOLOGICOS	0,17	0,17
MERCADO OBJETIVO	16235,1	18264
MERCADO DE ACEPTACIÓN	60%	0,60
MERCADO OBJETIVO TOTAL	9741,06	10958
PARTICIPACION DE MERCADO	0.56	0,56
DEMANDA ANUAL	5455	6137
DEMANDA MENSUAL	455	511

Elaborado por los autores Fuente: Instituto Nacional De Estadísticas y Censo

ANALISIS DE LOS PRECIOS

Para realizar un análisis de los precios se estableció, las formas en la que se va a ofrecer el servicio.

Esto se hizo pensando en el cliente, de tal manera que se ajuste a las posibilidades económicas como también en relación a los competidores cercanos. (Los cuales están dados en cantidades aproximadas) de la siguiente forma:

TABLA 2: COSTOS DEL SERVICIO EN CABAÑAS

SERVICIOS	Costo por Persona / 1Día	Cantidad por 3 Días y 2 Noches	3 días y 2 noches para 6 Personas Cabaña Mary	3días y 2 noches para 8 Personas Cabaña Jane
HOSPEDAJE	\$ 6,00	\$ 12,00	\$ 72,00	\$ 96,00
ALIMENTACION	\$ 7,00	\$ 21,00	\$ 126,00	\$ 168,00
GUIA	\$ 2,00	\$ 4,00	\$ 24,00	\$ 32,00
PASEO A CABALLO	\$ 1,50	\$ 1,50	\$ 9,00	\$ 12,00
VISITA AL SALTO DE AGUA	\$ 1,50	\$ 1,50	\$ 9,00	\$ 12,00
PARRILLADAS AL ANOCHECER	\$ 5,00	\$ 10,00	\$ 60,00	\$ 80,00
Ganancia 30,45%	\$ 7,00	\$ 15,43	\$ 92,57	\$ 123,43
SUBTOTAL	\$ 30,00	\$ 65,43	\$ 392,57	\$ 523,43
IVA 12%	\$ 2,52	\$ 5,40	\$ 32,40	\$ 43,20
TOTAL	\$ 32,52	\$ 70,83	\$ 424,97	\$ 566,63

Elaborado por los autores

ANÁLISIS DEL SECTOR

El proyecto está enfocado al sector ecoturístico ya que al igual que otro tipo de instituciones, el centro ecológico se dedicará al funcionamiento de cabañas ecológicas que da un servicio de relax con la naturaleza.

Este centro se ubica en la parte norte del cantón Jipijapa puesto que ahí existe una parte de las urbanizaciones de las personas de clase media alta- alta además que estaría ubicado de manera más accesible para las personas del cantón .

Este sector está libre de competencia ya que es una idea totalmente nueva no solo en el cantón sino también en toda la provincia por lo que a futuro se pueden establecer planes de crecimiento implementando otros

centros en otras regiones donde se puede aprovechar potencialmente el mercado de cada lugar.

ANÁLISIS DE CLIENTES POTENCIALES

El servicio estará enfocado principalmente a grupo de familias y de amistades, que actualmente se encuentran en el cantón Jipijapa los mismos que a falta de establecimientos recreacionales en el sector, buscan movilizarse fuera del cantón tales como; las ciudades cercana Manta, Portoviejo entre otros, es así que se ofrece un lugar muy cercano a la naturaleza y sobretodo de satisfacción.

2.2. PERSPECTIVAS DE LA INVESTIGACION.-

La investigación de mercado deberá suministrar la información necesaria que servirá para determinar la factibilidad del negocio y conocer su viabilidad.

Por medio de esta investigación se recopilara datos que ayuden a realizar el respectivo análisis, y de esta manera realizar una adecuada toma de decisiones para lograr la satisfacción del cliente.

2.3. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.-

La necesidad de establecer variables fundamentales para la creación de Cabañas Ecológicas en el Recito Cascabel como lugar recreacional en un ambiente ecológico, lleva a elaborar la investigación de mercado que despeje las interrogantes para determinar:

-  Factibilidad del proyecto,
-  Viabilidad del proyecto,
-  Precio del servicio

- ✚ Horario de actividades
- ✚ Demanda del servicio
- ✚ Necesidades específicas de nuestros clientes potenciales.

2.4. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACION DE MERCADO.-

Objetivo General

Obtener información necesaria para el proyecto, la misma que ayudará a conocer las necesidades de los clientes potenciales y determinar los diferentes servicios que se ofrecerán.

Objetivos Específicos

- ✚ Conocer el tamaño del mercado que se desea cubrir.
- ✚ Conocer las preferencias y expectativas del mercado meta.
- ✚ Determinar el tipo de servicio a ofrecer en base a las necesidades manifestadas por los clientes potenciales durante la investigación.
- ✚ Determinar un precio base de acuerdo con lo que el mercado meta esté dispuesto a pagar.
- ✚ Establecer itinerarios, según las necesidades del mercado analizado.

2.5. PLAN DE MUESTREO.-

Definición de la población objetivo

La población objetivo son los grupos de personas o familias ubicadas en el Cantón de Jipijapa (tamaño de la población); que busca un ambiente ecológico de relajación y distracción, de un nivel socioeconómico medio y medio alto.

Definición de la muestra

Utilizamos un muestreo Probabilístico Aleatorio Estratificado, debido a que nuestra población no es homogénea con la característica que se desea estudiar, por lo que dicha población quedaría dividida en estratos o grupos y el muestreo se haría de tal manera que todos los grupos queden representados proporcionalmente.

Para esto empleamos el método Cálculo proporcional al tamaño del estrato, que relaciona de manera proporcional el tamaño de los estratos con la cantidad de unidades que aportan a la muestra.

Tamaño de la muestra

Para saca el tamaño de la muestra se uso la formula de población Finita:

$$n = \frac{N (pq)}{(N - 1) \frac{e^2}{z^2 + pq}}$$

Donde:

n = número de la muestra

N = Total de la población objeto de estudio

p = probabilidad de éxito

q = (1 – p) probabilidad de fracasos

e² = porcentaje máximo aceptable de error entre la población y la muestra

Z = Desviación estándar normal

La fórmula utilizada se compone de una distribución normal, un nivel de confianza del 95% y probabilidades de éxito y fracaso en el orden del 5%, para esta cantidad nos basamos en que es el valor más alto de muestra que se puede tener si ningún otro componente cambia.

Para el cálculo los valores fueron:

e = 5 %
z = 1.96
p = 0.70
q = 0.30
N=16235

$$n = \frac{16235 (0.70 * 0.30)}{(16235 - 1) \frac{5^2}{1.96^2 + 0.70 * 0.30}}$$
$$n = 316,42449$$

El tamaño de la muestra es de 317 personas que circulaban en el Cantón Jipijapa, enfocándose especialmente en el terminal donde existe un porcentaje considerable de extranjeros.

Técnicas Aplicadas en la Recolección de la Información.

Las técnicas utilizadas en la investigación son las siguientes:

- ✚ Observación
- ✚ Encuestas

La técnica de Observación estará presente en todas las etapas del proyecto.

Se Realizara encuestas dirigidas a los pobladores del cantón Jipijapa, por ser la principal fuente información, y a los habitantes del Recinto para conocer la realidad socioeconómica.

Recogiendo datos directamente, extrayendo conclusiones y propuestas que ayudarán a la factibilidad del construir cabañas ecológicas en el Recinto Cascabel, para el desarrollo del ecoturismo del cantón Jipijapa.

Para ejecutar la investigación se consideraron los siguientes parámetros: Edad, Sexo y Actividad a la que se dedican, y opiniones.

De acuerdo a lo anterior se procedió a tabular la información, cuyos porcentajes originaron índices numéricos que son factores indispensables para el análisis.

2.6. DISEÑO DE LA ENCUESTA.-

El método que se utilizó en esta recolección de datos fue el de la comunicación, que consiste en realizar un cuestionario para aplicar a los encuestados.

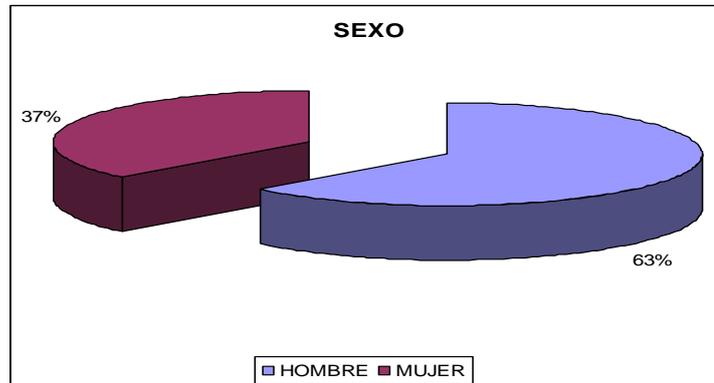
En este cuestionario se procuró solicitar la información necesaria, el mismo que pretendió ser claro, preciso, corto y de fácil respuesta. El diseño del cuestionario se encuentra a continuación. (Ver Anexo VII)

2.7. PRESENTACION E INTERPRETACION DE RESULTADOS.-

Una vez efectuadas las encuestas a las personas que circulaban en el cantón Jipijapa, se logró obtener los siguientes resultados, los cuales se resumen en los siguientes gráficos.

De las personas encuestas el 37% corresponde al sexo masculino y el 63% al sexo femenino.

Grafico 1 División Demográfica Por Sexo



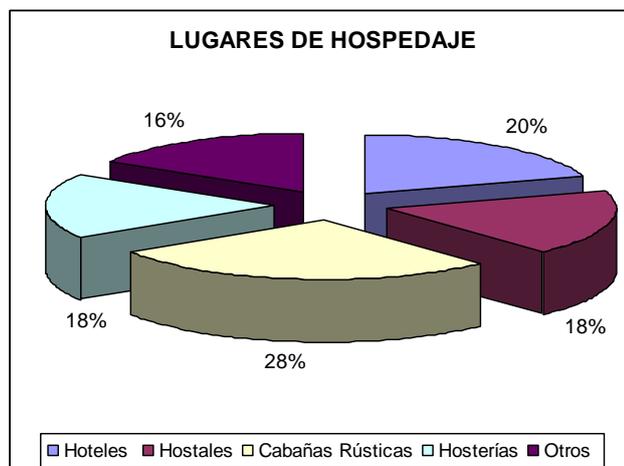
Elaborado por los autores

1. ¿Cuándo usted sale de vacaciones en cuáles de estos lugares se Hospeda o le gustaría hospedarse?

El 20% de encuestados expresaron que les gustaría hospedarse en Hoteles, el 18% hostales, 28% pregunta podemos cabañas rústicas, el 18% hosterías y el 16% en otros lugares.

Esta pregunta se formuló con la finalidad de conocer el porcentaje, de los posibles clientes potenciales que existiesen y la posible aceptación

Grafico 2 Lugar de Hospedaje en vacaciones

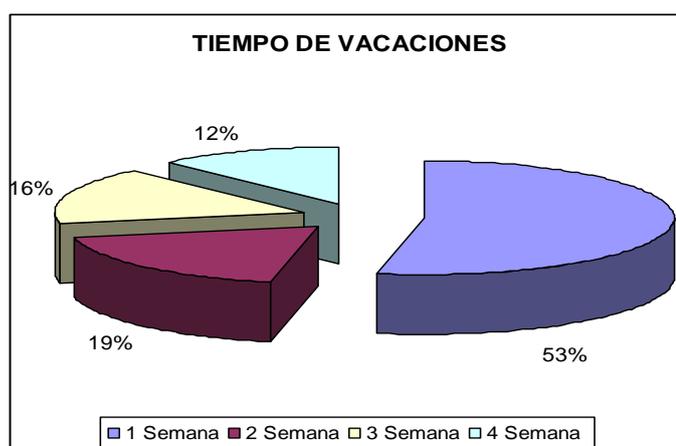


Elaborado por los autores

2. ¿Cuántas veces al año tiene vacaciones y por cuánto tiempo?

El 53% de las personas encuestadas pronunciaron que aprovechan las vacaciones por el lapso de una semana, el 19% sus vacaciones son por dos semanas, el 16% gozan de vacaciones por tres semanas y un 12% toma las vacaciones por cuatro semanas.

Grafico 3 Tiempo de vacaciones

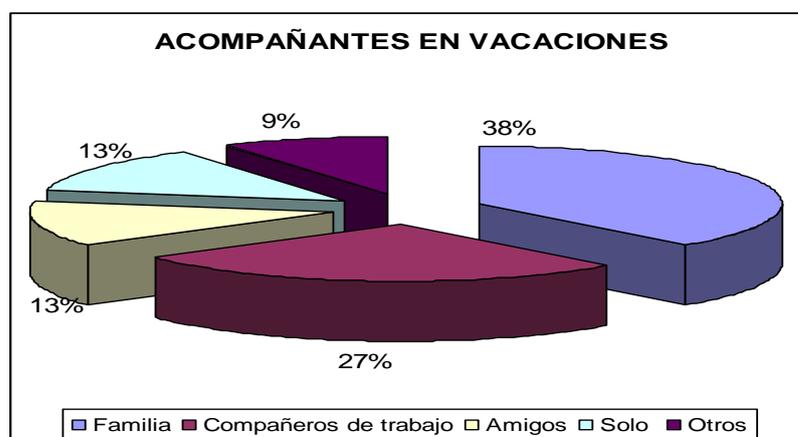


Elaborado por los autores

3. ¿Cuáles de estos destinos prefiere en vacaciones?

El 38% sale de vacaciones con la familia, el 27% con compañeros, el 13% con Amigos, el 13% solo y el 9% otros.

Grafico 4 Personas que acompañan en vacaciones

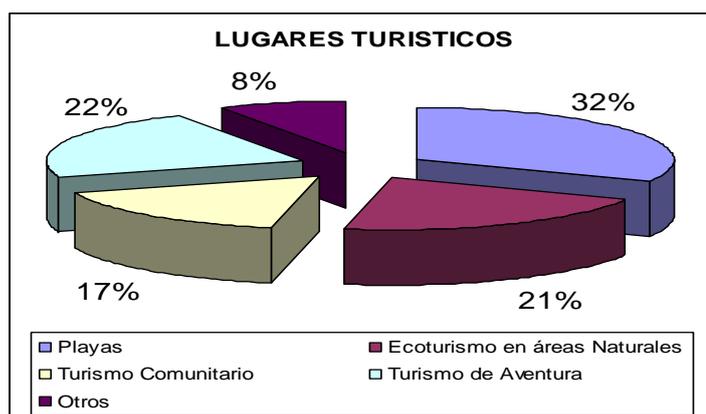


Elaborado por los autores

4. ¿Cuál de estos destinos prefiere en vacaciones?

El 32% visita playas, el 21% Ecoturismo en áreas naturales, el 17% Turismo comunitario, el 22% Turismo de aventura y el 8% otros.

Grafico 5 Destinos vacacionales

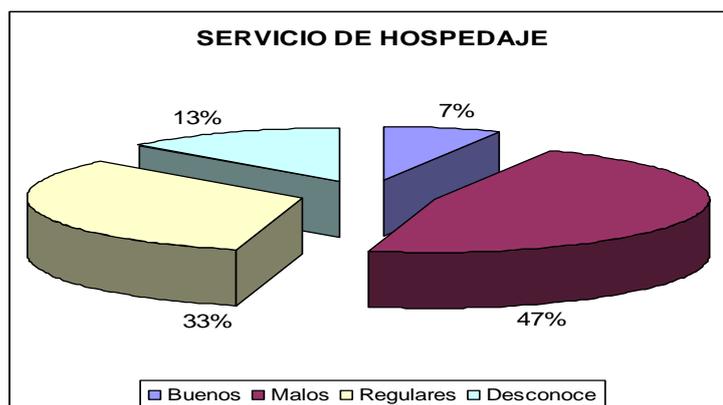


Elaborado por los autores

5. ¿Piensa usted que los servicios de hospedaje en el Cantón Jipijapa son?

El 7% indicó que los servicios de hospedaje son bueno, el 47% Malos, el 33% Regulares y el 13% desconoce.

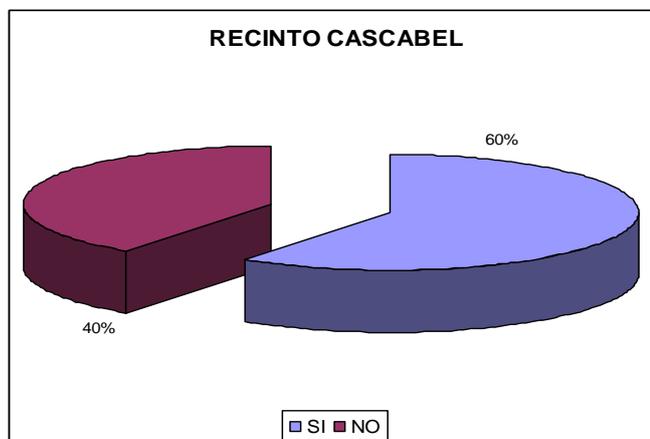
Grafico 6: Validación de Servicios de Hospedaje



Elaborado por los autores

6. ¿Conoce usted el Recinto Cascabel?

Grafico 7: Ubicación del registro Cascabel



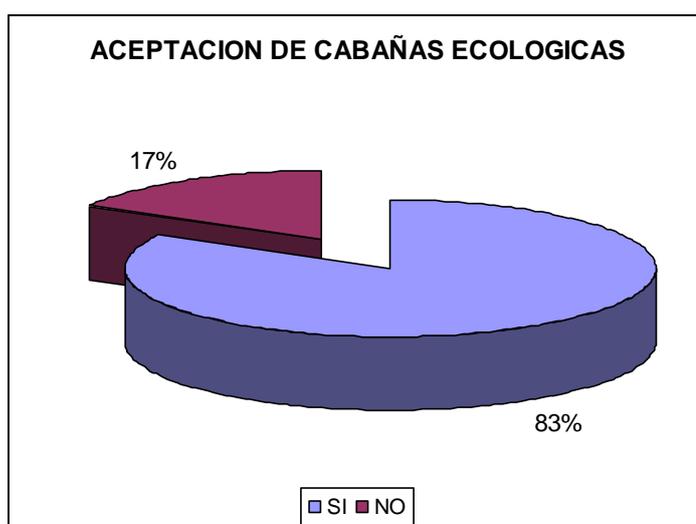
Elaborado por los autores

El 60% Conoce el recinto Cascabel, y el 40% no conoce.

7. ¿Piensa usted que la implementación de cabañas ecológicas en el Recinto Cascabel tendría acogida?

Con respecto a la implementación de cabañas ecológicas en el Recinto Cascabel el 83% manifestó que si tendría acogida y el 17% manifestó que no.

Grafico 8: Aceptación de Cabañas Ecológicas

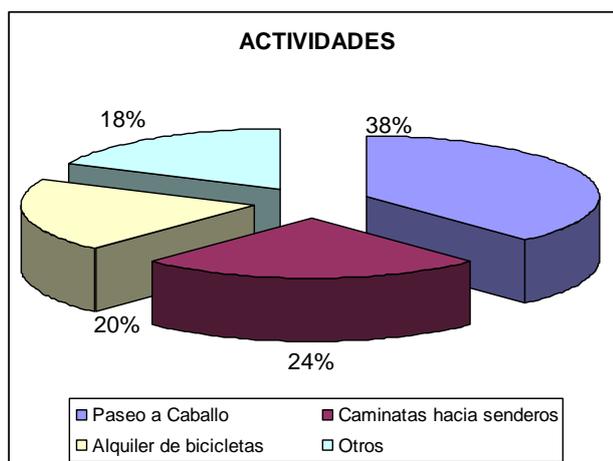


Elaborado por los autores

8. ¿Con la implementación de cabañas ecológicas en el Recinto Cascabel, que actividades adicionales le gustaría recibir?

El 38% le gusta paseos a caballo, el 24% le gustaría caminar por senderos, 20% le gustaría el alquiler de bicicleta, y el 18% otros.

Grafico 9: Validación de actividades

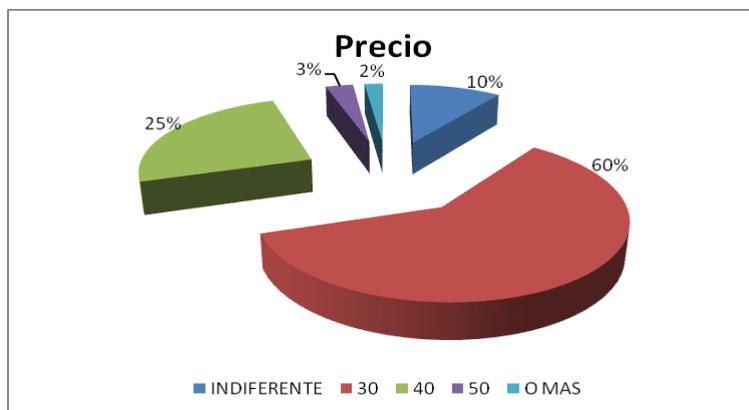


Elaborado por los autores

9. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por este servicio?

El estudio demostró que las personas estarían dispuestos a pagar \$30 por el servicio que la empresa esta dispuesto a ofrecer para el entretenimiento del cantón

Grafico 10: Precio del Servicio



Elaborado por los autores

2.8. CONCLUSIONES.-

Con el resultado de las encuesta realizada a las personas que circulaban en la ciudad Jipijapa, sobre la acogida de construir cabañas ecológicas en el recinto cascabel. (Ver en anexos 1).

Se puede concluir que el proyecto tendría una gran aceptación en el mercado, ya que en algunos casos, es conveniente por parte del cliente la necesidad de contratar el servicio ya que dada las investigaciones de mercado realizadas previamente a la decisión de construir Cabañas Ecológicas en el Recinto Cascabel, demuestran que el turista va a buscar un contacto íntimo con la naturaleza, esperando sentirse parte de ella, al menos durante los días de su estancia.

2.9. PLAN DE MARKETING.-

2.9.1. OBJETIVOS.-

Objetivo General.-

Posicionarnos en la mente de nuestros clientes como el primer y mejor Centro Turístico ecológico en el cantón jipijapa de la provincia de Manabí.

Objetivos Específicos.-

- ✚ Determinar un precio accesible para nuestros clientes que al mismo tiempo genere la rentabilidad esperada.
- ✚ Mantener un plan de publicidad que nos ayude a atacar el mercado meta, con distintos medio publicitarios.

- ✚ Establecer estrategias que nos mantengan en una posición mayor a nuestros competidores.

2.9.2. SEGMENTACION DE MERCADO.-

Este servicio va dirigido hacia grupos de personas, que viven en la en el cantón jipijapa de la provincia de Manabí. El nivel económico de nuestro mercado meta es medio alto y alto.

Nuestro Target Group son todas las personas que les gusten visitar lugares turísticos.

2.9.3. ESTRATEGIAS DE POSICIONAMIENTO.-

Como estrategia hemos elegido resaltar nuestra ventaja competitiva para así posicionarnos en la mente de nuestros clientes. Esta ventaja consiste en ofrecer una unidad eco turística que brinda servicios de hospedaje y alimentación.

2.9.4. MARKETING MIX.-

Producto Ecoturismo.

Las cabañas ecológicas "TURISM-CASCABEL" CÍA. LTDA. Cuenta con hospedaje hasta para 8 personas por cabañas (4 cabañas de hospedaje y 1 cabaña principal) hechas con material de la región, son de estilo rústico, están construidas con troncos, madera y piedra, su distribución en el terreno fue pensada para que de cada una de ellas se pueda apreciar de una vista privilegiada.

El interior de las cabañas fue especialmente cuidado creando ambientes cálidos y confortables a partir de la decoración de tipo rústico y campestre, con servicio sanitario, agua fría y caliente, restaurante, alquiler de bicicletas, y área de descanso en hamacas, visita guiada al sendero , y paseos a caballo.

Entra en contacto con la naturaleza de los alrededores y la tradición del pueblo campesino, disfrutando de una amplia variedad de comidas típicas.

Precio.

Las formas de pago son al contado y crédito en dos pagos el 50% a través de un depósito bancario a nuestra cuenta y la diferencia más los gastos que el huésped incurra se cobrarán directamente en el establecimiento.

TABLA 3: COSTO DE SERVICIO POR PERSONA

SERVICIOS	Costo por Persona / 1Día
HOSPEDAJE	\$ 6,00
ALIMENTACION	\$ 7,00
GUIA	\$ 2,00
PASEO A CABALLO	\$ 1,50
VISITA AL SALTO DE AGUA	\$ 1,50
PARRILLADAS AL ANOCHECER	\$ 5,00
Rentabilidad 30,45%	\$ 7,00
SUBTOTAL	\$ 30,00
IVA 12%	\$ 2,52
TOTAL	\$ 32,52

Elaborado por los autores

Plaza y Distribución.

Las cabañas ecológicas estará ubicado en el recinto cascabel del cantón Jipijapa de la provincia de Manabí; debido a que nuestro mercado meta son los habitantes del cantón Jipijapa

lugares donde se desarrolla la operación, las facilidades, programas que ofrece la empresa y principales atractivos naturales y culturales del lugar. (Ver anexo No. 3, 4 y 5)

E-mailing.- Se contratará el servicio con operadoras turísticas cuyas bases tengan dominios no gratuitos, haciendo nuestra inversión más efectiva.

Es importante que el texto, fotografía y/o material audiovisual muestre la realidad del lugar donde se desarrolla la operación.

Nuestra empresa se apoya a los planes de mercadeo realizados por el Ministerio de Turismo y asociaciones gremiales, a través de que se incluyan logos de imagen país y manuales de uso turístico.

CAPITULO 3

ESTUDIO ORGANIZACIONAL

3.1. MISIÓN Y VISIÓN.-

Misión.-

La empresa “CABAÑAS ECOLOGICAS TURISM-CASCABEL” CÍA. LTDA.”, será una empresa líder de alta productividad y reconocido prestigio por su calidad de servicios turísticos y conservación de los recursos naturales, y por su capacidad de gestión para movilizar recursos financieros y administrar proyectos de desarrollo local orientados hacia el mejoramiento de calidad de vida socioeconómico.

Visión.-

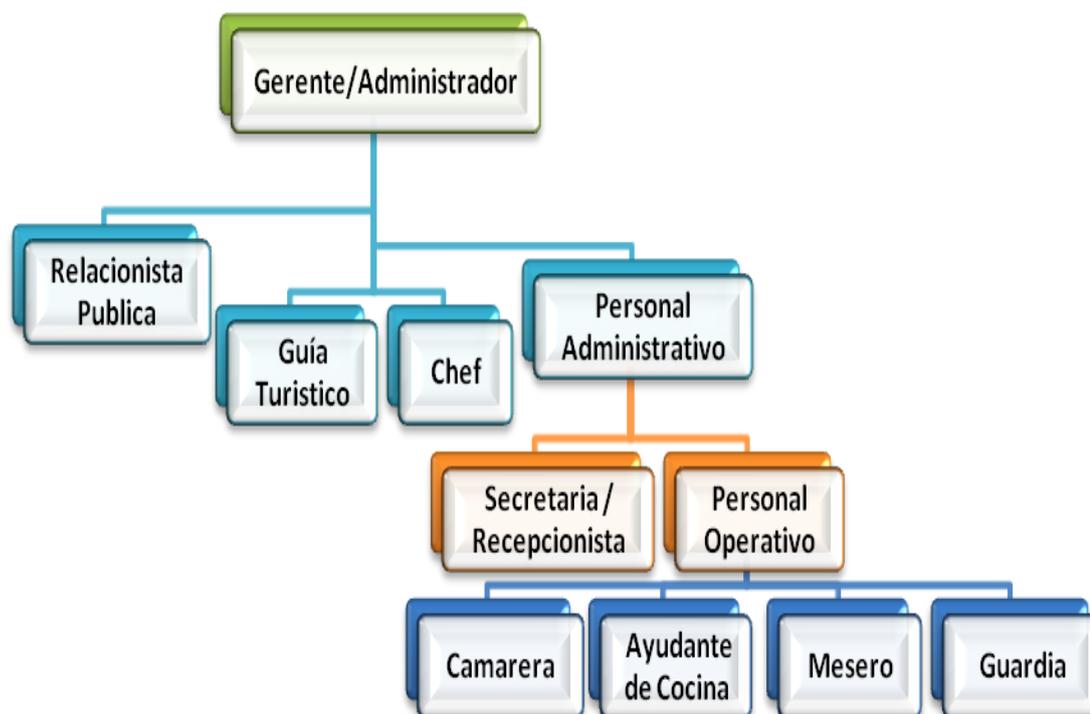
Nuestra empresa aportara al desarrollo ecoturístico del cantón Jipijapa mediante programas de capacitación ambiental y la conciencia ecológica del mismo, es una empresa conocida como destino de alojamiento y recreación , que utiliza alternativas no contaminantes estando dentro de la categoría de los mejores sitios de hospedaje en el Ecuador.

3.2. ORGANIGRAMA.-

En una empresa su estructura es la disposición de sus elementos. El primer paso de su organización es la descripción de los puestos de trabajo así como la asignación de responsabilidades. Posteriormente tendrán lugar las relaciones de autoridad y coordinación, mediante la determinación de niveles de jerarquía a escalones de autoridad.

En el grafico 11 se muestra la jerarquía con la cual deberá organizarse esta empresa de servicio para un mejor desenvolvimiento de sus funciones.

Grafico 12: Organigrama empresarial



Elaborado por los autores

3.3. REQUISITOS DE CONTRATACION

Gerente /Administrador

Debe ser Ing. Comercial o carreras afines, tener conocimientos administrativos y contables.

Relacionista Pública/ Publicista

Deberá contar con un mínimo de dos años de experiencia laboral relevante y un tercer año de educación superior en Ing. en Marketing o carreras Afines.

Secretaria / Recepcionista.

Debe contar con un título de Contador Bachiller o CPA, inscrito en el Colegio de Contadores del Guayas, sólidos conocimientos de tributación. Persona con experiencia en manejo de dinero, archivo y atención a clientes.

Chef / Ayudante de cocina y Mesero

Deberá tener estudios en Gastronomía y conocimientos en atención al cliente, teniendo una experiencia laboral de dos años relevante.

Guía turístico

Debe contar con un título que lo avale, con sólidos conocimientos de ecoturismo. Persona con experiencia en manejo de dinero, archivo y atención a clientes.

Camarera

El único requisito indispensable es contar con dos cartas de recomendación.

Guardia

Deben contar mínimo con un bachillerato y dos años de experiencia laboral. Haber realizado el Servicio Militar, tener un mínimo de dos años de experiencia laboral relevante y dos cartas de recomendación.

3.4. DESCRIPCION DE PUESTOS Y SALARIOS.-

+ Gerente /Administrador

El Gerente se encargara de administrar la operación turística, comercial y financiera del Centro.

- + Coordinación y supervisión de la empresa.
- + Contratación de los empleados y supervisión de sus actividades.
- + Asignar itinerarios y Planeación de los mismos.

Sueldo mensual: \$1200 + Beneficios de Ley

+ Relacionista Pública/ Publicista

Se encargara de manejar todo la parte de relaciones públicas, Marketing y publicidad, como también la reservación del el manejo de los paquetes turístico de la empresa.

Sueldo mensual: \$350.00 + Beneficios de Ley

Secretaria / Recepcionista

Persona con experiencia en manejo de dinero, archivo y atención a clientes, se encargará de la bienvenida del turista y políticas de la empresa y conducir a las actividades a realizarse en el día.

Sueldo mensual: \$265.00 + Beneficios de Ley

Chef / Ayudante de cocina y Mesero

Se encargara de manejar la alimentación de los turistas, los mismos que estarán capacitados, sólidos conocimientos de comida Gourmet- Comidas Típicas, y la respectiva atención al cliente.

Y sobre todo una oferta variada de gastronomía, con capacidad para elaborar una buena representación de la rica cocina ecuatoriana y promoviendo especialmente los platos típicos del cantón Jipijapa

Chef.- Sueldo mensual: \$300.00 + Beneficios de Ley

Ayudante de cocina.- Sueldo mensual: \$265.00 + Beneficios de Ley

Mesero.- Sueldo mensual: \$265.00 + Beneficios de Ley.

Camarera

Se encargara de la limpieza integral de las cabañas así como de la mensajería que sea necesaria.

Sueldo mensual: \$264.00 + Beneficios de Ley

Guía turístico

El Guía se encargara de ser el responsable de la coordinación, recepción asistencia, conducción, información y animación de los turistas tanto nacionales como extranjeros y sobre todo la ayudar con las respectivas inquietudes del turista como también orientarlo en su idioma durante su estadía.

Los guías propenderán a la conciencia conservacionista de los visitantes sobre temas importantes para la conservación y manejo de RRNN y la cultura del área.

Sueldo mensual: \$325.00 + Beneficios de Ley

Guardia.

Hombres que hayan realizado el Servicio Militar, con experiencia en vigilancia y guardianía. Sin antecedentes penales en la Policía Nacional. Sueldo mensual: \$264.00 + Beneficios de Ley

A continuación se detalla tabla explicativa sobre los costos de contratación

TABLA 4: GASTOS ADMINISTRATIVOS Y OPERATIVOS

TRABAJADORES	SUELDO NOMINAL
PERSONAL ADMINISTRATIVO Y OPERATIVO	
Gerente / Administrador	\$ 1200,00
Relacionista Pública/ Publicista.	\$ 350,00
Secretaria Recepcionista	\$ 265,00
Guía turístico	\$ 325,00
Chef	\$ 300,00
Ayudante de cocina	\$ 265,00
Meseros	\$ 265,00
Camarera	\$ 260,00
Guardia	\$ 265,00
TOTAL	\$ 3.945,00

Elaborado por los autores

3.5. ASPECTOS LEGALES.-

Para que la compañía realice actividades comerciales debe considerar cumplir ciertos lineamientos antes de comenzar su actividad, estos deben ser considerados durante la realización de la actividad comercial y en el dado caso de su terminación.

La compañía será constituida bajo la reglamentación del El Ministerio de Turismo en conjunto con las Asociaciones de Ecoturismo del Ecuador, velarán por el cumplimiento de las Políticas de Ecoturismo. Obligación de las Políticas de Ecoturismo.

Con respecto a las aportaciones del inversionista Sociedad Anónima, se constituirá mediante escritura pública la que luego será inscrita en el Registro Mercantil como manda el Art. 146 de la Ley de Compañías.

Se inscribirá a la compañía en el Servicio de Rentas Internas para poder obtener el Registro Único de Contribuyentes y así la misma podrá operar legalmente.

Se realizará el trámite correspondiente a la obtención de la Patente Municipal, así como también inscripción en el registro patronal del Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social.

3.6. ANALISIS FODA.-

Fortalezas.-

- + Entretención dentro del cantón.
- + Se ofrece un paquete turístico que incluye:
 - o Hospedaje
 - o Alimentación
 - o Guía
 - o Paseo a caballo
 - o Visita al salto de agua
 - o Parrilladas al anochecer

Que marca una diferencia para la competencia de alquiler de cabañas debido a que estos solo ofrecen el hospedaje y no poseen paquetes promocionales que sean atractivos para el cliente.

- + Se contará con Guía calificado que estará a cargo de Los itinerarios.
- + Buena imagen hacia el cliente por ofrecer un servicio de entretenimiento dentro del cantón.
- + Ventajas en costos de paquetes turísticos.
- + Capacitación constante del personal.

Oportunidades.-

- + Competencia directa casi nula por ser un servicio nuevo en la zona.
- + Crecimiento rápido de mercado de entretenimiento.

- ✚ Posicionamiento en la mente del consumidor.

Debilidades.-

- ✚ Falta de experiencia y talento gerencial.
- ✚ Falta de cabañas para la demanda creciente.

Amenazas.-

- ✚ Temporada alta en los balnearios.
- ✚ Entrada de nuevos competidores con costos más bajos
- ✚ Entrada de nuevos competidores con mejores itinerarios

3.7. ANALISIS PORTER

En el sector en el cual se encuentra la empresa de servicios se puede decir que los competidores indirectos actuales son grandes empresas dedicadas al turismo pero ninguna de ellas ofrece los servicios turísticos que ofrece este proyecto.

TURISM-CASCABEL brinda sus servicios a las personas dentro del recinto el cual les evita largos viajes en busca de recreación y sus precios son asequibles y de esta manera se puede llegar a más clientes potenciales.

El grado de rivalidad existente es moderado debido a que existe un factor diferenciador entre la empresa y las demás existentes.

Las barreras de entrada para los nuevos competidores es Media ya que se requiere invertir en terreno e infraestructura para crear un sitio acogedor y la materia prima es abundante para poder iniciarse en este tipo de negocios. Se debe considerar que esto es un punto en contra ya que es

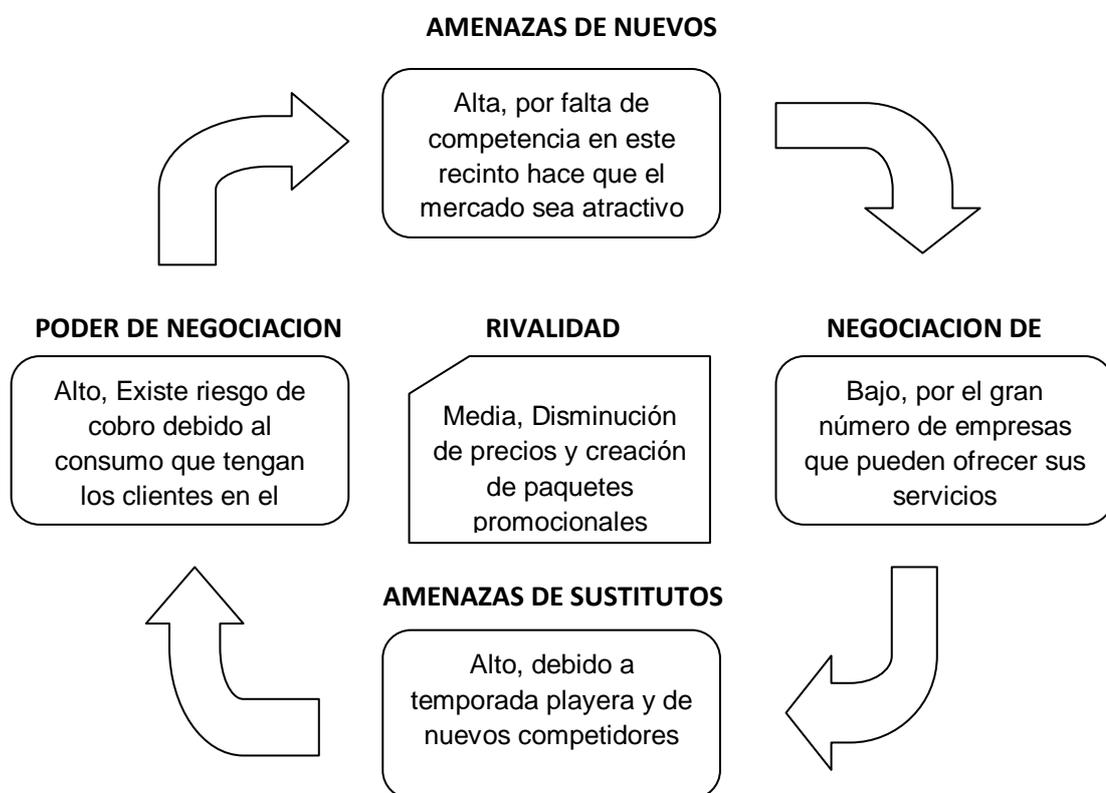
relativamente fácil entrar en este sector y esto provocaría que los precios sean aún más competitivos y las ganancias sean mínimas.

La mayor amenaza es directamente las cabañas que existen al norte de la provincia, sin embargo se ha considerado el tiempo que les tomaría viajar hasta llegar a ellas lo cual es bastante considerable al momento de elegir el lugar de esparcimiento.

El poder de negociación de los clientes es moderado ya que ellos tienen la opción de escoger el lugar de esparcimiento al que deciden ir.

Por otro lado un punto a favor es que no solo se brinda el servicio de hospedaje sino también el de actividades que conecta al hombre con la naturaleza y sus orígenes.

Grafico 13: Análisis PORTER



Elaborado por los autores

CAPITULO 4

ESTUDIO TECNICO

4.1. LOCALIZACION.-

Se encuentra ubicado en el recinto Cascabel, perteneciente al cantón Jipijapa, de la Provincia de Manabí. El sector fue escogido por la escases de sitios recreativos que existe en la zona y a las distancias largas que deben viajar los habitantes para encontrara sitios de recreación.

El estudio de mercado revelo que los habitantes están dispuestos a pagar por sitios recreativos dentro de la zona y también se considero que gran parte de la población es de clase socio económica media alta y alta.

En este sitio reina la paz y la tranquilidad que se necesita para relajarse. Además la naturaleza le brinda uno de los bosques más confortables como es el Bosque Húmedo de Garúa,

Asimismo se encontrara con cultivos de cañas de azúcar, plátano, guineo, plantas ornamentales, les llamará tanto la atención que se sentirá como en el Paraíso.

Se puede decir que es un sitio adecuado para brindar un servicio de primera calidad para el turista,

De acuerdo a los parámetros y a los resultados dado por el estudio de Impacto Ambiental, cada cabaña estará acorde con la naturaleza

Grafico 14: Mapa Cantonal



4.2. DESCRIPCION DEL PLAN DE OPERACION.-

Las operaciones de las cabañas ecológicas Turism-Cascabel tendrán varios procesos en el que se incluyen el proceso de reservación, proceso de confirmación, proceso de estadía con las respectivas actividades diarias y proceso de culminación de la estadía.

Las actividades se iniciarán desde la llegada del turista, con el respectivo itinerario escogido por el cliente.

4.3. PROCESOS.-

El personal es el punto clave del éxito o el fracaso del negocio, es por eso que el personal que trabajará las cabañas ecológicas Turism-Cascabel será el más capacitado, y su objetivo principal será ofrecer el mejor servicio. A continuación se muestran los procesos que se consideran necesarios para la prestación del servicio.



ITINERARIO DE LAS CABAÑAS ECOLOGICAS TURISM-CASCABEL” CÍA. LTDA.

TOUR 3 DIAS 2 NOCHES

GRUPO FAMILIAR 20 PAX’S

DIA 1

08:00 AM Salida

10:00 AM Instalaciones en las Cabañas Ecológicas

11:00 PM Recorrido por el Sendero Macady

13:00 PM Almuerzo

14:30 PM Sitio de descanso en las Hamacas

18:00 PM Cena

21:00 PM Noche de Guitarra

DIA 2

08.00 AM Desayuno continental

09.00 AM Observación de Flora y Fauna

13.00 PM Almuerzo

14:00 PM Paseos a caballos

17:00 PM Parrilladas al atardecer

21:00 PM Zona de Camping

DIA 3

09:00 AM Desayuno Americano

10:00 AM Visita a las Cuevas

14:00 PM Almuerzo

16:00 PM Retirada de la Cabañas Ecológicas

NOTA:

INCLUYE: Guías, Hospedaje, (Baños privados)

NO INCLUYE:

Llamadas telefónicas, Bebidas alcohólicas

Las Cabañas Ecológicas no se responsabiliza por: pérdida de objetos, dinero, ni daños materiales.

Oferta de paquetes:

Paquete I: viernes, sábado y domingo

Paquete II: martes, miércoles y jueves

- ✓ Costos por persona x día
- ✓ Costos por persona para 3 días y 2 noches
- ✓ Costos por 3 días y 2 noches para 6 y 8 personas.

4.4. MATERIALES Y EQUIPOS NECESARIOS.-

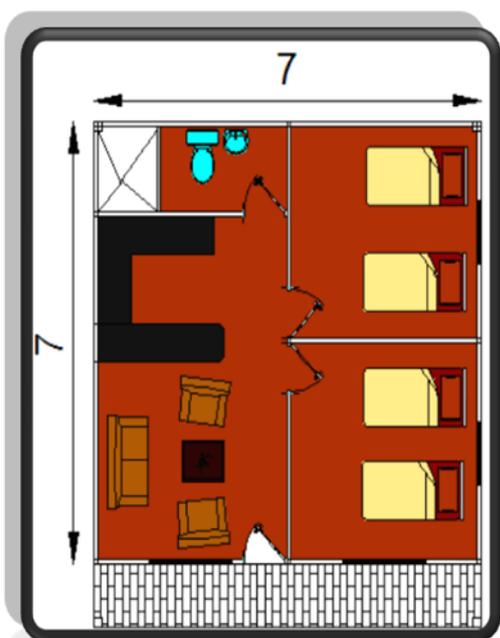
Para el funcionamiento de las cabañas ecológicas Turism-Cascabel, se necesitara de los siguientes equipos y materiales (Anexo 2)

DESCRIPCIÓN:

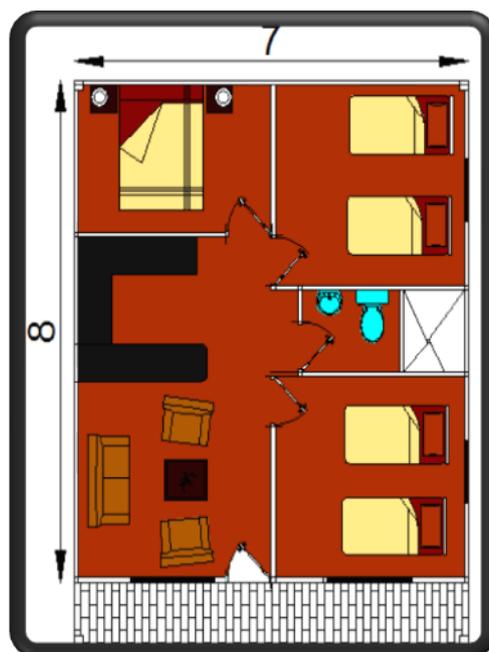
Estas 5 cabañas distribuidas en tres modelos; Modelo Mary, Modelo Jane y la cabaña Principal (Todas de 1 planta), lo que respecta al diseño de su infraestructura es de tipo ecológico, están destinados para grupos familiares y amigos de 6 y 8 personas, con baño privado, y una cabaña de una sola planta que servirá para el funcionamiento de la recepción, restaurante y cocina.

Modelos de Cabañas

Modelo Jane



Modelo Mary



Descripciones de las cabañas:

Baño privado

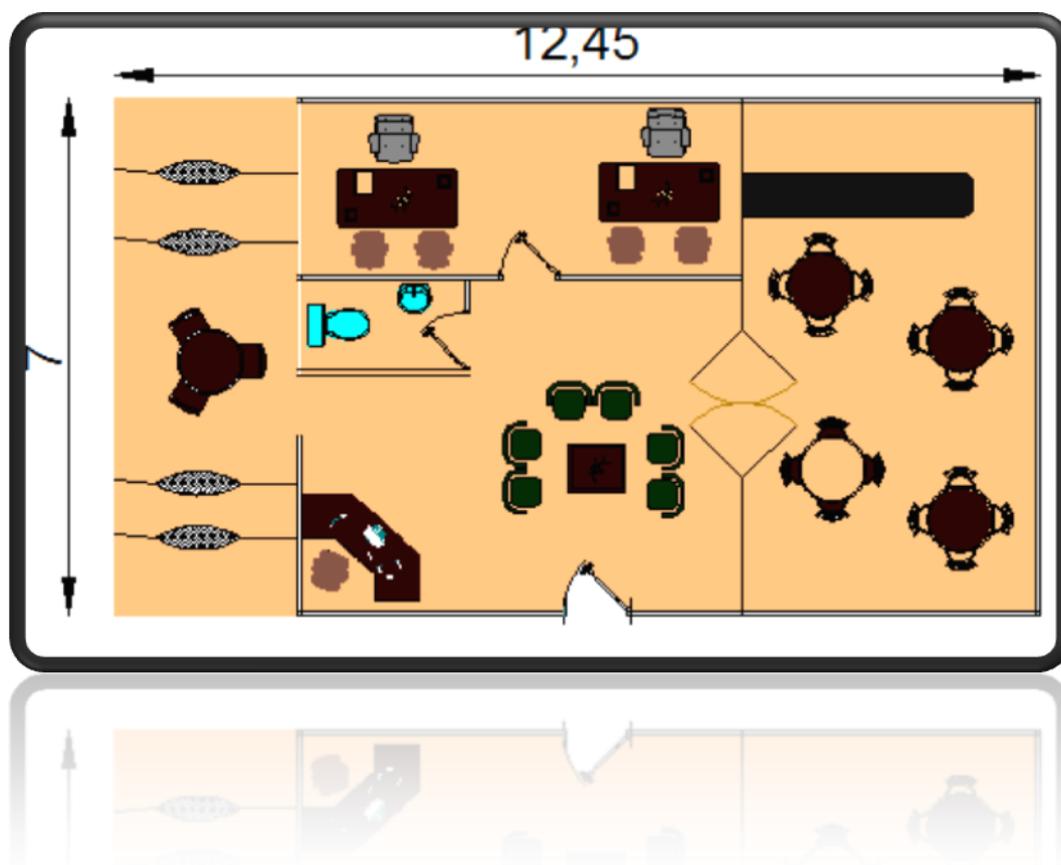
Dormitorios

Sala

Cocina

Comedor

Cabaña Principal



Restaurante y Hall

Una refrigeradora, un microondas, una cafetera; muebles, mesa de centro y panfletos informativos sobre el Centro.

El costo de estos equipos y materiales estará especificado en la parte financiera.

Para la recepción:

Computadoras con paquete open office, impresoras fax, archiveros. Papelería,

Lugar de Recreación y actividades:

Campo para el Paseo a Caballo

Visita a la cascada
Observación de flora y fauna
Zona de Camping
Zona de Parrilladas al anochecer
Noche de Guitarras
Alquiler de bicicletas

4.5. DISTRIBUCION DE LAS CABAÑAS.-

Las cabañas estarán ubicadas la entrada del Recinto Cascabel, la misma que se adecuará para el buen funcionamiento del lugar. En el anexo se presenta un plano de la distribución. (Anexo 3)

Áreas de las 4 cabañas:

Aquí, se encontrará ubicada las cabañas las mismas que tendrá las instalaciones con materiales naturales y al mismo tiempo estará integrada con el paisaje, para minimizar su impacto ambiental.

Estas 4 cabañas son de una planta, en lo que respecta al diseño de su infraestructura es de tipo ecológico, están destinados para grupos de 6 personas estarán destinada el Modelo Mary y para grupo de 8 personas el modelo Jane, con baño privado.

Áreas de las cabañas Principal:

Aquí, se encontrará el área de recepción, (donde podrán esperar cómodamente los turistas para ser atendido), oficinas de la Administración, y el comedor.

En la parte trasera, estarán ubicadas las hamacas, para así tomar la siesta después de la comida.

Áreas naturales.-

Son todas las áreas naturales que no son parte de zonas urbanas formalmente declaradas por autoridad competente, ni por áreas que constituyen Áreas Naturales del Estado.

4.6. CAPACIDAD INSTALADA.-

La capacidad máxima instalada que esperamos tener en el Centro es de 25 personas, es decir; 5 personas por cada cabaña.

La capacidad que consideramos adecuada para brindar una atención personalizada y un ambiente satisfactorio.

CAPITULO 5

ESTUDIO FINANCIERO

5.1. INVERSION INICIAL.-

Se invertirá en la instalación y adecuación del espacio físico destinado para el funcionamiento de las cabañas ecológicas Turismo-cascabel, Cabe indicar que el terreno donde se va construir las cabañas son de propiedad del inversionista sea esto por herencia familiar, las adecuaciones corresponden a equipos de oficina, muebles de oficina y otros implementos necesarios para el desarrollo de las actividades diarias del mismo. Así también se adecuará las cabañas con salas de muebles, sala de dormitorios y juego de comedor. En la inversión inicial está contemplado el gasto por publicidad para dar el centro Ecológico.

5.2. GASTOS.-

Entre los gastos que tendrá el Centro, inicialmente se encuentran los Gastos Legales para constitución de la Compañía, así como también los sueldos y bonificaciones del personal Administrativo, demás artículos necesarios

5.3. DEPRECIACION DE ACTIVOS FIJOS.-

Los equipos de oficina y muebles de oficina, tienen un periodo de vida útil de 10 años. (Ver Tabla 12)

5.4. ESTRUCTURA DE FINANCIAMIENTO.-

El Centro Ecológico cabañas Turism-cascabel se financiará con los aporte del inversionista principales, aportando una inversión inicial \$45,000.00.

Este dinero se obtendrá de un préstamo en el Banco Guayaquil el cual cobra una tasa pasiva referencial del 15% anual. Con la construcción de cabañas ecológicas, en el recinto Cascabel, se fomentará el desarrollo eco turístico como alternativa de producción

5.5. ESTIMACIÓN DE COSTO

Gastos operativos

Se ha considerado como costos operacionales al consumo de agua, energía eléctrica, telefonía, servicio de internet, gastos de personal docente y gastos de depreciación, además de los costos por mantenimiento y depreciaciones.

Tabla 5: Gastos Operativos

GASTOS OPERATIVOS	MENSUAL	ANUAL
Gastos de Agua	\$ 95,00	\$ 1.140,00
Gastos de Luz	\$ 85,00	\$ 1.020,00
Gasto de Teléfono	\$ 50,00	\$ 600,00
Gastos de Internet	\$ 35,00	\$ 420,00
Gasto de Depreciación	\$ 90,18	\$ 1.082,16
Gastos de alimentación y hospedaje	\$ 3000,00	\$ 36.000,00
Gastos Personal	\$ 4020,00	\$ 48.240,00

Elaborado por los autores

Tabla 6: Gastos Operativos proyectado a 10 años

GASTOS OPERATIVOS	1	2	3	4	5
Gastos de Agua	\$ 1,140.00	\$ 1,162.80	\$ 1,186.06	\$ 1,209.78	\$ 1,233.97
Gastos de Luz	\$ 1,020.00	\$ 1,040.40	\$ 1,061.21	\$ 1,082.43	\$ 1,104.08
Gasto de Teléfono	\$ 600.00	\$ 612.00	\$ 624.24	\$ 636.72	\$ 649.46
Gastos de Internet	\$ 420.00	\$ 428.40	\$ 436.97	\$ 445.71	\$ 454.62
Gastos Personal	\$ 48,240.00	\$ 49,204.80	\$ 50,188.90	\$ 51,192.67	\$ 52,216.53
Gastos de Alimentación	\$ 48,000.00	\$ 48,960.00	\$ 49,939.20	\$ 50,937.98	\$ 51,956.74
Gastos de Hospedaje	\$ 45,936.00	\$ 46,854.72	\$ 47,791.81	\$ 48,747.65	\$ 49,722.60
TOTAL	\$145,356.00	\$148,263.12	\$151,228.38	\$154,252.95	\$157,338.01

GASTOS OPERATIVOS	6	7	8	9	10
Gastos de Agua	\$ 1,258.65	\$ 1,283.83	\$ 1,309.50	\$ 1,335.69	\$ 1,362.41
Gastos de Luz	\$ 1,126.16	\$ 1,148.69	\$ 1,171.66	\$ 1,195.09	\$ 1,218.99
Gasto de Teléfono	\$ 662.45	\$ 675.70	\$ 689.21	\$ 703.00	\$ 717.06
Gastos de Internet	\$ 463.71	\$ 472.99	\$ 482.45	\$ 492.10	\$ 501.94
Gastos Personal	\$ 53,260.86	\$ 54,326.08	\$ 55,412.60	\$ 56,520.85	\$ 57,651.27
Gastos de Alimentación	\$ 52,995.88	\$ 54,055.80	\$ 55,136.91	\$ 56,239.65	\$ 57,364.44
Gastos de Hospedaje	\$ 50,717.06	\$ 51,731.40	\$ 52,766.02	\$ 53,821.35	\$ 54,897.77
TOTAL	\$ 160,484.77	\$163,694.46	\$166,968.35	\$170,307.72	\$173,713.88

Elaborado por los autores

Gastos no operativos

Dentro de los Costos no Operacionales tenemos aquellos gastos que la compañía destina para el cumplimiento de sus funciones y atribuciones que no están identificados con el servicio que se ofrece. Para este proyecto se han identificado gastos por suministros, gastos de promoción y gastos de publicidad.

Tabla 7: Gastos No operativos

Gastos No Operativos	MENSUAL	ANUAL
Gasto de Suministros	\$ 150.00	\$ 1,800.00
Gasto de Publicidad	\$ 1,980.00	\$ 23,760.00
Gastos de Promociones	\$ 500.00	\$ 6,000.00
Total Gastos No Operativos	\$ 2,630.00	\$ 31,560.00

Elaborado por los autores

Tabla 8: Gastos No operativos proyectado a 10 años

Gastos No Operativos	1	2	3	4	5
Gasto de Suministros	\$ 1,800.00	\$ 1,836.00	\$ 1,872.72	\$ 1,910.17	\$ 1,948.38
Gasto de Publicidad	\$23,760.00	\$22,096.80	\$20,550.02	\$19,111.52	\$17,773.72
Gastos de Promociones	\$ 6,000.00	\$ 5,580.00	\$ 5,189.40	\$ 4,826.14	\$ 4,488.31

Gastos No Operativos	1	2	3	4	5
Gasto de Suministros	\$ 1.987,35	\$ 2.027,09	\$ 2.067,63	\$ 2.108,99	\$ 2.151,17
Gasto de Publicidad	\$16.529,56	\$15.372,49	\$14.296,41	\$13.295,66	\$12.364,97
Gastos de Promociones	\$ 4.174,13	\$ 3.881,94	\$ 3.610,21	\$ 3.357,49	\$ 3.122,47

Elaborado por los autores

5.6. INVERSIONES DEL PROYECTO

5.6.1. Inversión Inicial

A continuación se detalla la inversión inicial requerida para empezar el proyecto:

Tabla 9: Inversión Inicial

INVERSION INICIAL		
CONCEPTO	COSTOS	TOTAL
Mano de obra		\$ 1.794,84
Materiales de construcción		\$ 5.663,75
Gastos de constitución Legales		\$ 548,00
Gastos de instalaciones de servicios básicos		\$ 1.850,00
Útiles de oficinas		\$ 164,50
Muebles y enseres		\$ 15.000,00
Gastos de equipos y artículos de restaurante		\$ 3.500,00
Adquisición de electrodomésticos		\$ 3.000,00
Muebles y equipos de oficina		\$ 2.500,00
Gastos Varios		\$ 1.250,00
Total		\$ 34.021,09

Elaborado por los autores

De la inversión total el 100% será un préstamo bancario, mientras que lo restante se lo obtendrá por medio de patrimonio (terreno).

5.6.2. Capital de trabajo

Dado que es necesario hacer un correcto análisis de este proyecto, es indispensable calcular el capital de trabajo, el cual es el monto de dinero que garantice la disponibilidad de recursos para poder financiar los costos no cubiertos al iniciar las operaciones.

A continuación, se presenta el cálculo del capital de trabajo:

Tabla 10: Capital de Trabajo

PERIODOS -MES	1	2	3	4
DEMANDA	511	511	511	511
INGRESOS MENSUALES	\$ 15.341,62	\$ 15.341,62	\$ 15.341,62	\$ 15.341,62
GASTOS OPERATIVOS	\$ 12.113,00	\$ 12.113,00	\$ 12.113,00	\$ 12.113,00
GASTOS NO OPERATIVOS	\$ 2.630,00	\$ 2.630,00	\$ 2.630,00	\$ 2.630,00
UTILIDAD	\$ 598,62	\$ 598,62	\$ 598,62	\$ 598,62

PERIODOS -MES	5	6	7	8
DEMANDA	511	511	511	511
INGRESOS MENSUALES	\$ 15.341,62	\$ 15.341,62	\$ 15.341,62	\$ 15.341,62
GASTOS OPERATIVOS	\$ 12.113,00	\$ 12.113,00	\$ 12.113,00	\$ 12.113,00
GASTOS NO OPERATIVOS	\$ 2.630,00	\$ 2.630,00	\$ 2.630,00	\$ 2.630,00
UTILIDAD	\$ 598,62	\$ 598,62	\$ 598,62	\$ 598,62

PERIODOS -MES	9	10	11	12
DEMANDA	511	511	511	511
INGRESOS MENSUALES	\$ 15.341,62	\$ 15.341,62	\$ 15.341,62	\$ 15.341,62
GASTOS OPERATIVOS	\$ 12.113,00	\$ 12.113,00	\$ 12.113,00	\$ 12.113,00
GASTOS NO OPERATIVOS	\$ 2.630,00	\$ 2.630,00	\$ 2.630,00	\$ 2.630,00
UTILIDAD	\$ 598,62	\$ 598,62	\$ 598,62	\$ 598,62

Elaborado por los autores

Como se muestra la tabla el valor del capital de trabajo para el establecimiento es de \$12113.10 por ser el mayor déficit.

5.6.3. Ingresos del proyecto

Para la estimación de ingresos de Turismo-Cascabel, se ha determinado el precio del paquete turístico en \$30.00.

Con una demanda estimada 511 personas al mes, y cubriendo una demanda de 0,56 por lo que estimulado los ingresos serán los siguientes:

Tabla 11 Ingresos Anuales

PERIODO POR AÑO	1	2	3	4	5
INGRESOS ANUALES	\$ 184.099,43	\$ 195.483,49	\$ 207.571,49	\$ 220.406,97	\$ 234.036,16

PERIODO POR AÑO	6	7	8	9	10
INGRESOS ANUALES	\$ 248.508,13	\$ 263.874,99	\$ 280.192,08	\$ 297.518,16	\$ 315.915,63

Elaborado por los autores

5.6.4. Valor de desecho

Constituye un beneficio que no es ingreso pero que el inversionista debe visualizar, ya que además de recibir el flujo neto de caja anual, será también dueño del remanente de lo invertido en el negocio

El método utilizado para el cálculo del valor de desecho para este proyecto, es el método contable. En el cual, el valor contable o valor en libros corresponde al valor de adquisición de cada activo menos la depreciación que tenga acumulada a la fecha de su cálculo.

Tabla 12 Valor de Desecho Contable

Activo	Valor de Compra	Vida Útil	Dep. Anu	Años Dep.	Dep. Acum	Valor en Libros
Sillas	900	10	90	10	900	\$ 0,00
Mesas comedor	189	10	18,9	10	189	\$ 0,00
Escritorio de Oficina mas Silla	1710	10	171	10	1710	\$ 0,00
Escritorio Gerencial	1370	10	137	10	1370	\$ 0,00
Archivadores	281,6	10	28,16	10	281,6	\$ 0,00
Computadores Core 2 Dúo	5500	3	1833,33	3	5500	\$ 0,00

Elaborado por los autores

5.7. TASA DE DESCUENTO

La tasa de descuento es aquella que se utiliza para traer a valor presente los flujos de caja, la cual nos muestra la rentabilidad mínima que nuestro proyecto debe obtener para su viabilidad.

Para el cálculo de la tasa de descuento debemos tomar en cuenta el riesgo dado que a mayor riesgo a enfrentar, mayor será la tasa de interés. Para calcular el costo de capital propio es necesario de obtener los siguientes datos:

- + Riesgo país= Rendimiento esperado
- + Rf= Rendimiento esperado
- + B= Coeficiente de riesgo del sector servicios
- + Rm= Tasa de Rentabilidad del Mercado.
- + Re= Costo de capital propio

Tabla 13 Modelo CAPM

Rf	0,92%
Rm	4,58%
B	0,75
Riesgo país	9,03%
(Rm-Rf)	3,66%
CAPM	12,70%

$$r_e = r_f + \beta (r_m - r_f) + r_{f \text{ Ecua.}}$$

Elaborado por los autores

5.8. FLUJO DE CAJA

Tabla 14 Flujo de Caja Anual

Periodo (Años)	0	1	2	3
Ventas		6137	6206	6276
Precios		\$ 30,00	\$ 31,50	\$ 33,08
INGRESOS		\$184.099,43	\$195.483,49	\$207.571,49
GASTOS OPERATIVOS				
TOTAL GASTOS OPERATIVOS		-\$145.356,00	-\$148.263,12	-\$151.228,38
GASTOS NO OPERATIVOS				
TOTAL GASTOS NO OPERATIVOS		\$ -31.560,00	\$ -29.512,80	\$- 27.612,14
Intereses		\$ -7.500,00	\$ -6.387,63	\$ -5.108,41
Depreciación 3 años		\$ -1.833,33	\$ -1.833,33	\$ -1.833,33
Depreciación 10 años		\$ -445,06	\$ -445,06	\$ -445,06
TOTAL COSTO		-\$186.694,39	-\$186.441,95	-\$186.227,33
Utilidad antes de PT		\$ -2.594,96	\$ 9.041,54	\$ 21.344,16
15% PT		\$ 0,00	\$ 1.356,23	\$ 3.201,62
Utilidad antes de IR		-\$ 2.594,96	\$ 7.685,31	\$ 18.142,54
25% IR		\$ 0,00	\$ 1.921,33	\$ 4.535,63
UTILIDAD NETA		-\$ 2.594,96	\$ 5.763,98	\$ 13.606,90
Depreciación 3 años		\$ 1.833,33	\$ 1.833,33	\$ 1.833,33
Depreciación 10 años		\$ 445,06	\$ 445,06	\$ 445,06
Amortización		\$ -7.415,78	\$ -8.528,14	\$ -9.807,37
INVERSION INICIAL	\$ -34.021,09			
Terreno	\$ -35.000,00			
PRESTAMO	\$ 45.000,00			
Capital de Trabajo	\$ -28.514,16			
FLUJO NETO DE EFEC.	\$ -52.535,25	\$ -7.732,35	\$ -485,77	\$ 6.077,93

Periodo (Años)	4	5	5	7
Ventas	\$ 6.346,53	\$ 6.418,07	\$ 6.490,42	\$ 6.563,59
Precios	\$ 34,73	\$ 36,47	\$ 38,29	\$ 40,20
INGRESOS	\$220.406,97	\$234.036,16	\$248.508,13	\$263.874,99
GASTOS OPERATIVOS				
TOTAL GASTOS OPERATIVOS	\$-154.252,95	\$-157.338,01	\$-160.484,77	\$-163.694,46
GASTOS NO OPERATIVOS				
TOTAL GASTOS NO OPERATIVOS	\$- 25.847,84	\$ -24.210,41	\$- 22.691,03	\$- 21.281,52
Intereses	\$- 3.637,31	\$ -1.945,54		
Depreciación 3 años	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
Depreciación 10 años	\$ -445,06	\$ -445,06	\$ -445,06	\$ -445,06
TOTAL COSTO	\$-184.183,16	\$-183.939,01	\$-183.620,86	\$-185.421,04
Utilidad antes de PT	\$ 36.223,82	\$ 50.097,15	\$ 64.887,26	\$ 78.453,94
15% PT	\$ 5.433,57	\$ 7.514,57	\$ 9.733,09	\$ 11.768,09
Utilidad antes de IR	\$ 30.790,25	\$ 42.582,58	\$ 55.154,17	\$ 66.685,85
25% IR	\$ 7.697,56	\$ 10.645,64	\$ 13.788,54	\$ 16.671,46
UTILIDAD NETA	\$ 23.092,68	\$ 31.936,93	\$ 41.365,63	\$ 50.014,39
Depreciación 3 años	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
Depreciación 10 años	\$ 445,06	\$ 445,06	\$ 445,06	\$ 445,06
Amortización	\$ -11.278,47	\$ -12.970,24		
INVERSION INICIAL				
Terreno				
PRESTAMO				
Capital de Trabajo				
FLUJO NETO DE EFEC.	\$ 12.259,27	\$ 19.411,75	\$ 41.810,69	\$ 50.459,45

Periodo (Años)	8	9	10
Ventas	\$ 6.637,58	\$ 6.712,40	\$ 6.788,07
Precios	\$ 42,21	\$ 44,32	\$ 46,54
INGRESOS	\$280.192,08	\$297.518,16	\$315.915,63
GASTOS OPERATIVOS			
TOTAL GASTOS OPERATIVOS	-\$166.968,35	-\$170.307,72	-\$173.713,88
GASTOS NO OPERATIVOS			
TOTAL GASTOS NO OPERATIVOS	-\$ 19.974,25	\$ -18.762,14	\$ -17.638,60
Intereses			
Depreciación 3 años	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
Depreciación 10 años	\$ -445,06	\$ -445,06	\$ -445,06
TOTAL COSTO	-\$187.387,67	-\$189.514,92	-\$191.797,54
Utilidad antes de PT	\$ 92.804,41	\$108.003,24	\$124.118,09
15% PT	\$ 13.920,66	\$ 16.200,49	\$ 18.617,71
Utilidad antes de IR	\$ 78.883,75	\$ 91.802,75	\$105.500,38
25% IR	\$ 19.720,94	\$ 22.950,69	\$ 26.375,09
UTILIDAD NETA	\$ 59.162,81	\$ 68.852,06	\$ 79.125,28
Depreciación 3 años	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
Depreciación 10 años	\$ 445,06	\$ 445,06	\$ 445,06
Amortización			
INVERSION INICIAL			
Terreno			\$ 35.000,00
PRESTAMO			
Capital de Trabajo			\$ 28.514,16
FLUJO NETO DE EFEC.	\$ 59.607,87	\$ 69.297,12	\$143.084,50

5.9. Cálculo del VAN, TIR y PAYBACK del proyecto

El método del VAN se lo utiliza para calcular el valor presente neto del proyecto, y consiste en ajustar los valores futuros de los beneficios netos del proyecto al presente, es la diferencia entre los flujos netos de caja estimados del proyecto descontado a una mínima y la inversión neta requerida.

Por otro lado la TIR como la tasa de descuento que iguala el valor presente de los flujos futuros de efectivo de un proyecto de una inversión con el flujo de salida inicial del proyecto. Para los inversionista esta constituye la medida más efectiva para comparar si un proyecto es rentablemente atractiva o no, pues permite conocer el rendimiento real de la inversión.

Después de haber calculado el flujo de caja, se procedió a sacar los flujos netos descontando la inversión inicial con los flujos futuros para poder calcular el periodo de recuperación de la inversión. Obteniendo como resultante que la inversión es recuperada en su totalidad en 3 años.

Tabla 15 TIR vs T-MAR

	D/V	Td	P/V	Ti
CPPC	71,9594%	15%	84%	18,44%
CPPC	26,28%			

VNA	\$6.661
TMAR	26,28%
TIR	28,19%

Elaborado por los autores

Tabla 16 Payback

PAYBACK DESCONTADO		
Año	Flujo Neto Efectivo	Flujo de Efectivo Acumulado
0	(52.535,25)	
1	(7.732,35)	(60.267,60)
2	(485,77)	(8.218,12)
3	6.077,93	5.592,16
4	12.259,27	18.337,20
5	19.411,75	31.671,02
6	41.810,69	61.222,44
7	50.459,45	92.270,14
8	59.607,87	110.067,32
9	69.297,12	128.905,00
10	143.084,50	212.381,63
Periodo de Recuperación:		3 años

Elaborado por los autores

5.10. ANALISIS DE SENSIBILIDAD

El análisis de sensibilidad es el que permite cambiar las variables básicas del proyecto y sirve para observar los cambios que se originan en los resultados del valor actual neto (VAN) y de la tasa interna de retorno (TIR) durante la ejecución del proyecto.

Para este análisis se realizó variaciones en el precio de venta, cantidad demandada, variación en costos de alimentación y variación en los costos de hospedaje que son una parte esencial para mantener el proyecto y su imagen obteniendo como resultado las siguientes tablas:

Tabla 17: Variación en los Precios y Cantidad Demandada

VAR %	PRECIO	VAN	TIR
-25	\$23	(\$144.914)	----
-20	\$24	(\$111.621)	-0,37%
-15	\$26	(\$79.728)	6,43%
-10	\$27	(\$49.062)	13,47%
-5	\$29	(\$20.156)	20,76%
0	\$30	\$6.691	28,20%
5	\$32	\$31.475	35,57%
10	\$33	\$55.516	43,10%
15	\$35	\$79.525	51,03%
20	\$36	\$103.598	59,37%
25	\$38	\$127.639	68,09%

VAR %	VENTAS	VAN	TIR
-25	4603	(\$144.887)	----
-20	4910	(\$111.579)	-0,36%
-15	5216	(\$79.774)	6,42%
-10	5523	(\$49.090)	13,46%
-5	5830	(\$20.170)	20,75%
0	6137	\$6.691	28,20%
5	6444	\$31.486	35,58%
10	6751	\$55.539	43,11%
15	7058	\$79.592	51,05%
20	7364	\$103.567	59,36%
25	7671	\$127.620	68,09%

Elaborado por los autores

Se puede observar que el VAN y la TIR cambian considerablemente ante una disminución de los precios de 5% al 25%, es decir que el proyecto es sensible a cambios en esta variable

Se puede observar que el VAN y la TIR cambian considerablemente ante una disminución en la cantidad demandada de 5% al 25%, es decir que el proyecto es sensible a cambios en esta variable y se vuelve no viable

Tabla 18: Variación en los Costos de Alimentación y Hospedaje

VAR %	ALIMENTACION	VAN	TIR
-25	\$36.000	\$35.215	36,90%
-20	\$38.400	\$29.659	35,14%
-15	\$40.800	\$24.103	33,42%
-10	\$43.200	\$18.546	31,72%
-5	\$45.600	\$12.937	30,04%
0	\$48.000	\$6.691	28,20%
5	\$50.400	\$446	26,41%
10	\$52.800	(\$5.799)	24,67%
15	\$55.200	(\$12.045)	22,97%
20	\$57.600	(\$18.458)	21,29%
25	\$60.000	(\$25.260)	19,56%

VAR %	HOSPEDAJE	VAN	TIR
-25	\$34.452	\$34.021	36,52%
-20	\$36.749	\$28.703	34,84%
-15	\$39.046	\$23.385	33,19%
-10	\$41.342	\$18.069	31,58%
-5	\$43.639	\$12.669	29,96%
0	\$45.936	\$6.691	28,20%
5	\$48.233	\$714	26,48%
10	\$50.530	(\$5.263)	24,81%
15	\$52.826	(\$11.238)	23,19%
20	\$55.123	(\$17.287)	21,59%
25	\$57.420	(\$23.797)	19,92%

Elaborado por los autores

Se puede observar que el VAN y la TIR cambian considerablemente ante un aumento en los costos de alimentación de 10% al 25%, es decir que el proyecto es sensible a cambios en esta variable y se vuelve no viable

Se puede observar que el VAN y la TIR cambian considerablemente ante un aumento en los costos de Hospedaje 10% al 25%, es decir que el proyecto es sensible a cambios en esta variable y se vuelve no viable

5.11. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.-

5.11.1. CONCLUSIONES

- ✚ El proyecto tiene como objetivo el funcionamiento de las Cabañas Ecológicas "TURISM-CASCABEL", que incrementará el desarrollo del ecoturismo en la zona el mismo que beneficiará a la colectividad así como a los accionistas a través de los ingresos que esta genera.
- ✚ Con la puesta en marcha del proyecto se aportará al cantón Jipijapa de una nueva infraestructura de hospedaje ecológico único en la zona.
- ✚ Durante los primeros dos años se reflejan costos significativos. En el tercer año ya se recupera la inversión. En el segundo año, se estima un mejoramiento del nivel de precios (5%), con el cual, se mejora los ingresos y se obtienen ganancias para los inversionistas.
- ✚ Garantizados en las cifras de la evaluación financiera del proyecto se obtuvieron una TIR de 28,19% y una VAN de \$6.661 esto demuestra un buen rendimiento esperado con respecto a las perspectivas económicas
- ✚ La ubicación estratégica de nuestro proyecto servirá para fomentar un nuevo tipo de turismo en la zona como es el desarrollo del ecoturismo.
- ✚ Otro punto fundamental para alcanzar el éxito en una empresa es tomar en cuenta las necesidades y expectativas del mercado. Se debe considerar los gustos y deseos de los turistas. Consideramos que sería de utilidad realizar investigaciones de mercado periódicas para conocer mucho mejor a los clientes, y así prestar un servicio de calidad al cliente.

5.11.2. RECOMENDACIONES

- ✚ Producir ingresos sostenibles para el ecoturismo. Capacitando directamente a los comuneros y considerándolos como una actividad prioritaria, no porque sea nuevo sino por las potencialidades que encierran.

- ✚ Sensibilizar al turista hacia al aprecio y valoración de los recursos naturales de la zona.

- ✚ Promover al municipio el Turismo Rural sostenible.

- ✚ Que las operadoras turísticas existentes sean incentivadas por el Ministerio de Turismo y los Gobiernos provinciales y cantorales para que planifiquen excursiones, recorrido, festivales culturales y deportivos, exposiciones, entre otros.

- ✚ Como se demuestra en los pronósticos obtenidos en el estudio de mercado, en el futuro la compañía debería buscar nuevos servicios para captar segmentos importantes en el mercado de servicio de entretenimiento para poder aumentar su participación, sin olvidar la calidad, tiempo y costos. Con el objetivo de llenar las expectativas de este sector.

BIBLIOGRAFIA

Libros

[1] SAPAG NASSIR, SAPAG REINALDO (2002), "Preparación y Evaluación de Proyectos de Inversión". Prentice Hall. Cuarta Edición.

[2] FORMULACIÓN Y EVALUACIÓN DE PROYECTOS, Apuntes de Clase del Msc. Pedro Gando Cañarte

[3] ROSS, WESTERFIELD, JAFFE (2005), "Finanzas Corporativas".

Mc Graw Hill. Séptima Edición, Apuntes de Clase.

[4] FINANZAS I, Apuntes de Clases Msc. María Elena Romero Montoya.

[5] FINANZAS II, Apuntes de Clases Msc. María Elena Romero Montoya.

[6] FINANZAS COORPORATIVA, Apuntes de Clases María Elena Romero Montoya.

Páginas De Internet

http://www.portfoliopersonal.com/Tasa_Interes/hTB_TIR.asp

www.yahoo.finance.com

www.inec.gov.ec

www.bce.fin.ec

[es.wikipedia.org/wiki/Jipijapa_\(cantón\)](http://es.wikipedia.org/wiki/Jipijapa_(cantón))

www.municipiojipijapa.gov.ec

www.manabi.gob.ec/cantones/jipijapa

ANEXOS

Anexo I

Modelo Frente y Lateral



Interior

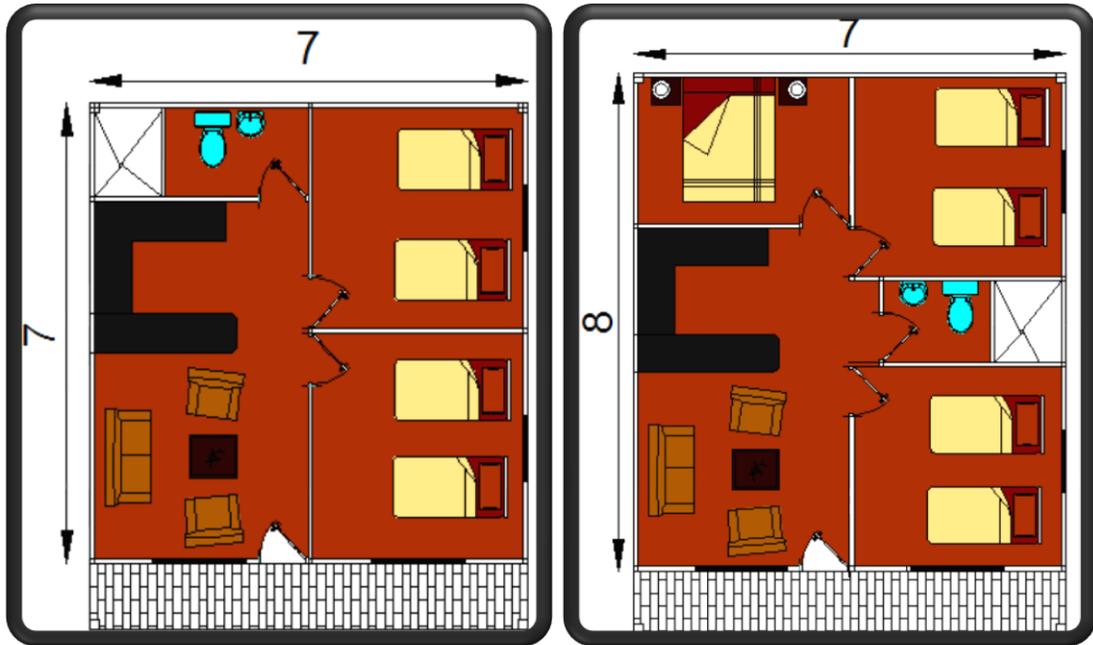


Anexo II
Cabaña principal interior

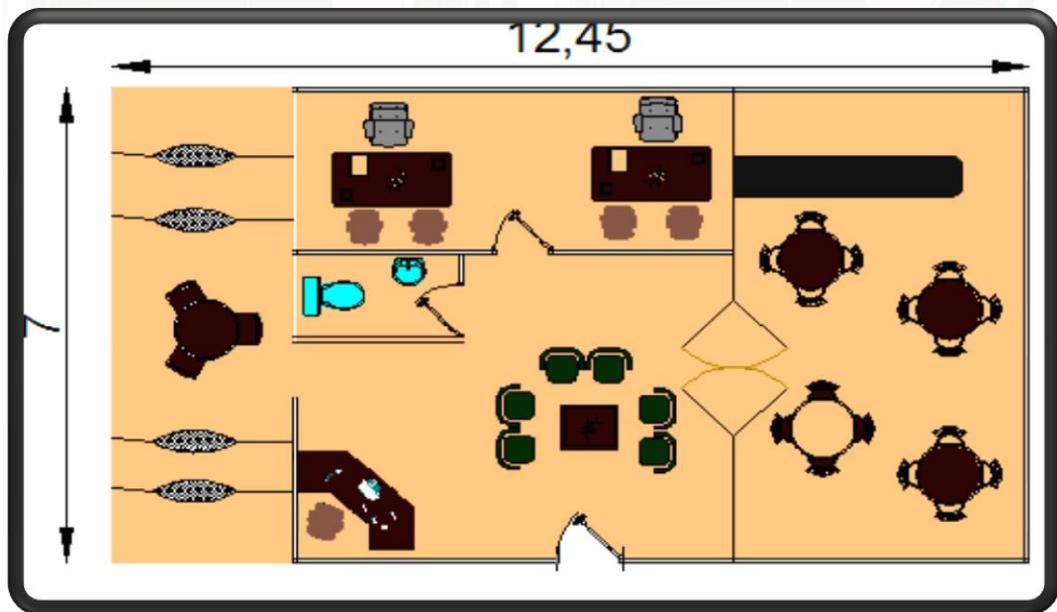


Anexo III

Modelos de cabañas

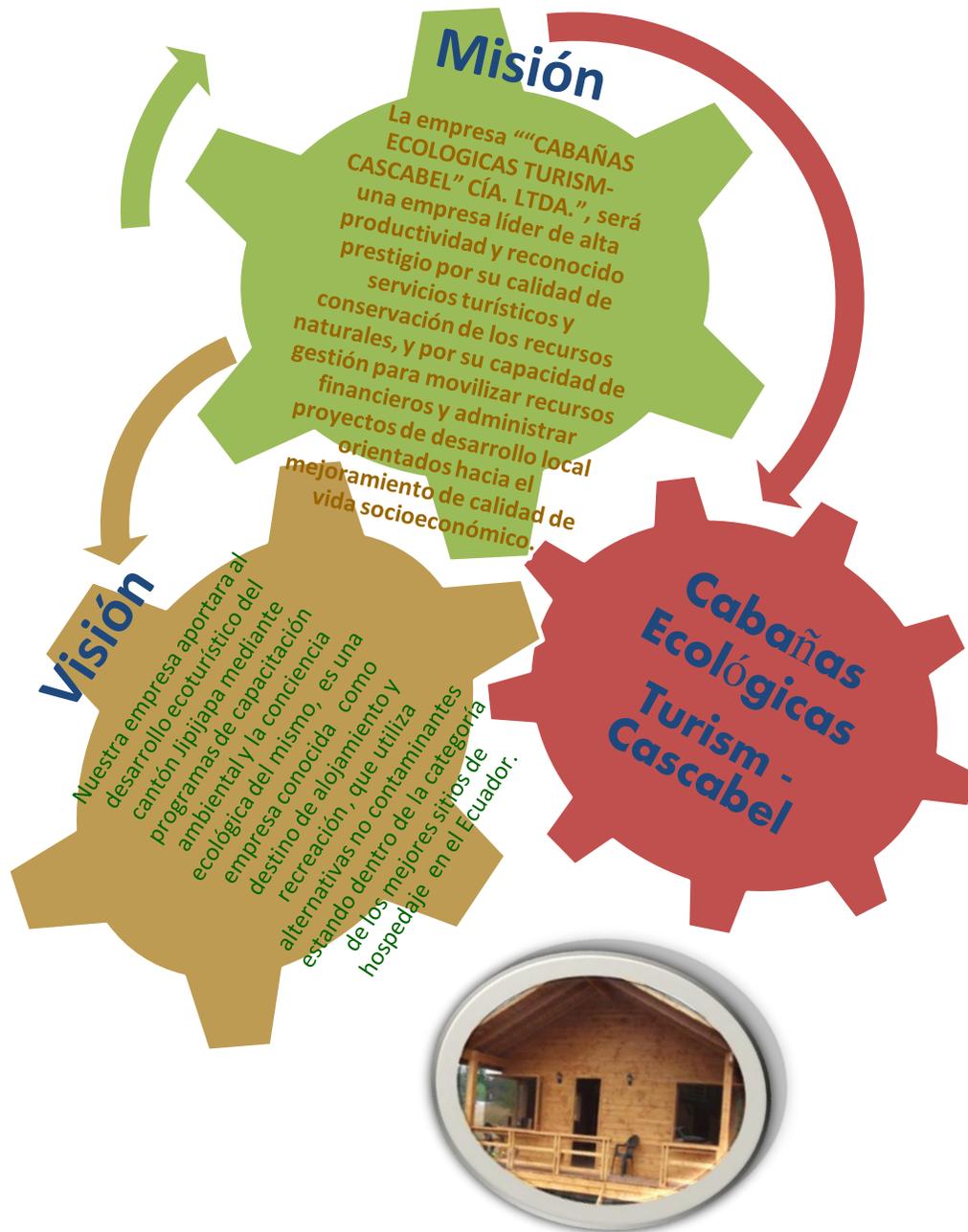


Cabaña principal



Anexo IV

Anuncios Publicitarios



Anexo VI

Portada

TURISM-CASCABEL S.A.

CABAÑAS
ECOLÓGICAS

TURISM -
CASCABEL



RECINTO CASCABEL - JIPIJAPA | ECUADOR

Anexo VII

	<p style="text-align: center;">ESCUELA SUPERIOR POLITECNICA DEL LITORAL FACULTAD DE ECONOMIA Y NEGOCIOS</p>	
---	---	---

ING. MARKETING COMUNICACIÓN Y VENTA

ECONOMIA CON MENSION EN GESTION EMPRESARIAL

PROYECTO APLICADO

CONSTRUCCIÓN DE CABAÑAS ECOLÓGICAS EN EL RECINTO CASCABEL **CABAÑAS
ECOLOGICAS**

TURISM-CASCABEL” CÍA. LTDA.

FECHA:.....

SEXO:.....

EDAD:.....

A QUE SE DEDICA:.....

1. Cuándo usted sale de vacaciones en cuáles de estos lugares se Hospeda o le gustaría hospedarse?

Hoteles_____ Hostales_____ Cabañas rústicas_____

Hosterías_____ Otros _____

2. Cuántas veces al año tiene vacaciones y por cuánto tiempo?

Cuándo sale de vacaciones las comparte con?

Familia_____ Compañeros de trabajo_____

Amigos_____ Solo _____

3. Cuál de estos destinos prefiere en vacaciones?
Playas_____ Ecoturismo en áreas naturales_____

Turismo Comunitario_____ Turismo de Aventura_____

Otros_____

4. Piensa usted que los servicios de hospedaje en el Cantón Jipijapa son?
Buenos_____ Malos_____ Regular_____

5. Que recomendaría para mejorar los servicios de hospedaje del cantón?

6. Conoce usted el Recinto Cascabel?
Sí_____ No_____

7. Piensa usted que la implementación de cabañas ecológicas en el
Recinto Cascabel tendría acogida?

SI

NO

PORQUE? _____

8. Con la implementación de cabañas ecológicas en el Recinto Cascabel, que actividades
adicionales le gustaría recibir?

Paseo a Caballo_____

Caminatas hacia senderos_____

Alquiler de bicicletas de montaña_____

Otros_____

9. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por este servicio?

30

40

50

o mas

Indistinto

GRACIAS

Anexo VIII

UTILES DE OFICINA			
DESCRIPCION	CANT	VALOR UNT.	VALOR TOTAL
GRAPADORAS	2	\$ 5,50	\$11,00
GRAPAS	1	\$ 2,50	\$2,50
PERFORADORA	3	\$ 6,00	\$18,00
RESMA DE HOJAS	2	\$ 4,50	\$9,00
TONER	1	\$ 60,00	\$60,00
PLUMAS (CAJA)	1	\$ 3,00	\$3,00
CINTA SCOTCH	3	\$ 1,00	\$3,00
SACAGRAPAS	3	\$ 1,50	\$4,50
CLIPS DE MARIPOSA (CAJA)	1	\$ 2,00	\$2,00
CLIPS PEQUEÑOS (CAJA)	1	\$ 1,00	\$1,00
MINI NOTAS (PAQUETE)	1	\$ 3,50	\$3,50
NOTAS (PAQUETE)	1	\$ 4,00	\$4,00
SEPARADORES (PAQUETE)	15	\$ 2,50	\$37,50
SOBRES MANILA	20	\$ 0,20	\$4,00
LIQUID PAPER	3	\$ 0,50	\$1,50
TOTAL UTILES DE OFICINA	58	\$ 97,70	\$164,50

Elaborado por los autores

GASTOS DE CONSTITUCIÓN	
DETALLE	VALOR
PERMISO CUERPO DE BOMBEROS	\$28,00
PERMISO MUNICIPAL POR EL USO DEL SUELO	\$20,00
COMPRA DE COMPAÑÍA CONSTITUIDA	\$300,00
HONORARIOS DE ABOGADO	\$200,00
TOTAL	\$548,00

Elaborado por los autores

Anexo IX

MANO DE OBRA	
Descripción	CANTIDAD
Excavación y Desalojo	\$ 248,60
Relleno y compactación (conforme al estudio de suelos).	\$ 349,60
Columnas de M./Riostras M	\$ 150,60
Viguetas/Vigas	\$ 100,84
Paredes/ Fachada	\$ 348,60
Construcción Varia	\$ 350,80
Acabados Finales	\$ 245,80
TOTAL MANO DE OBRA	\$ 1.794,84

Elaborado por los autores

Punto de Equilibrio	
CF	145.356,00
CVu	4,974
PV	30
Pe	5808
Pemensual	484

Elaborado por los autores

Anexo X

MATERIALES Y/O MAQUINARIAS, HERRAM.			
DESCRIPCION	Cantid./X Casa	P. unit.	TOTAL
Tabla	180	\$ 2,50	\$ 450,00
volquet/desaloj (viaje)	3	\$ 30,00	\$ 90,00
retroexcavad (hora)	3	\$ 30,00	\$ 90,00
palas, picos, barretas	3	\$ 20,00	\$ 60,00
Puntal	18	\$ 3,50	\$ 63,00
Cuartones	5	\$ 1,95	\$ 9,75
Carga Paja	10	\$ 1,50	\$ 15,00
Cuerdas	16	\$ 3,75	\$ 60,00
Barrotes	3	\$ 5,00	\$ 15,00
Materiales Varios		\$ 200,00	\$ 200,00
TOTAL			\$ 1.052,75

Elaborado por los autores

MATERIALES Y/O MAQUINARIAS, HERRAM.		
DESCRIPCION	P. unit.	TOTAL
4 Cabañas	\$1.052,75	\$4.211,00
1Cabañas Principal	\$1.452,75	\$ 1.452,75
Total		\$ 5.663,75

Elaborado por los autores

Anexo XI

	2001	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Ecuador	12.090.800	14.306.876	14598237,3	14895532,3	15198881,7	15508408,8	15824239,5	16146502,1	16475327,7	1,7E+07	1,7E+07
CRECIMIENTO		2,0365%									
CRECIMIENTO	2001	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
		1,1273%									
MANABI	1221819	1345779	1360950	1376291	1391806	1407496	1423362	1439407	1455634	1472043	1488637
REPRESENTACION	5,50%	5,50%	5,50%	5,50%	5,50%	5,50%	5,50%	5,50%	5,50%	5,50%	5,50%
JIJUPA	65796	74018	74852	75696	76549	77412	78285	79167	80060	80962	81875
AREA URBANA	36078	40586	41044	41506	41974	42448	42926	43410	43899	44394	44895
VISITAR CABAÑAS	0,28	0,28	0,28	0,28	0,28	0,28	0,28	0,28	0,28	0,28	0,28
LUGARES ECOLOGICOS	0,17	0,17	0,17	0,17	0,17	0,17	0,17	0,17	0,17	0,17	0,17
MERCADO OBJETIVO	16235	18264	18470	18678	18888	19101	19317	19534	19755	19977	20203
MERCADO DE ACEPTACION	0,60	0,60	0,60	0,60	0,60	0,60	0,60	0,60	0,60	0,60	0,60
TOTAL MERCADO OBJETIVO	9741	10958	11082	11207	11333	11461	11590	11721	11853	11986	12122
PARTICIPACION DE MERCADO	0,56	0,56	0,56	0,56	0,56	0,56	0,56	0,56	0,56	0,56	0,56
DEMANDA ANUAL	5455	6137	6206	6276	6347	6418	6490	6564	6638	6712	6788
DEMANDA MENSUAL	455	511	517	523	529	535	541	547	553	559	566

Anexo XII

		10,1455% 0,01127281						12,49596% 0,01388441		1,12728%		
PROVINCIA Y CANTON	AÑO 2001		AÑO 2010		AÑO 2011		AÑO 2012					
	TOTAL	AREA URBANA	AREA RURAL	TOTAL	AREA URBANA	AREA RURAL	TOTAL	AREA URBANA	AREA RURAL			
MANABI	1.221.819	637.177	584.642	1.346.779	701.822	643.957	1.360.960	709.733	651.216	1.376.291	717.734	658.557
JIPUAPA	65.796	36.078	29.718	74.018	40.586	33.432	74.852	41.044	33.808	75.696	41.506	34.190
PROVINCIA Y CANTON	AÑO 2013		AÑO 2014		AÑO 2015		AÑO 2016					
	TOTAL	AREA URBANA	AREA RURAL	TOTAL	AREA URBANA	AREA RURAL	TOTAL	AREA URBANA	AREA RURAL			
MANABI	1.391.806	725.825	665.981	1.407.496	734.007	673.489	1.423.362	742.281	681.081	1.439.407	750.649	688.758
JIPUAPA	76.549	41.974	34.575	77.412	42.448	34.965	78.285	42.926	35.359	79.167	43.410	36.757
PROVINCIA Y CANTON	AÑO 2017		AÑO 2018		AÑO 2019							
	TOTAL	AREA URBANA	AREA RURAL	TOTAL	AREA URBANA	AREA RURAL	TOTAL	AREA URBANA	AREA RURAL			
MANABI	1.455.634	759.111	696.523	1.472.043	767.668	704.374	1.488.637	776.322	712.315			
JIPUAPA	80.060	43.899	36.161	80.962	44.394	36.568	81.875	44.895	36.980			

CONSTITUCIÓN DE LA EMPRESA

ASPECTOS LEGALES

Señor Notario.- En el protocolo de escrituras Públicas a su cargo, sírvase insertar una de Contrato Social, de Constitución y Estatutos de una Compañía de Responsabilidad Limitada, al tenor de las siguientes cláusulas:

CAPITULO PRIMERO.- CLAUSULA PRIMERA: OTORGANTES.- intervienen en el Otorgamiento de esta Escritura Pública y manifiestan su voluntad de constituir y como en efecto constituyen por este instrumento público, una Compañía de Responsabilidad Limitada, a la señorita: **JANNELA ROSARIO GUANANGA GARCIA**, con CI 0920605318 , de estado civil soltera, domiciliada en la ciudad de Guayaquil, Provincia del Guayas, de nacionalidad ecuatoriana, hábiles ante la ley, con capacidad suficiente para obligarse y contratar, con pleno conocimiento de la naturaleza y efectos de este instrumento y el Señor: **JORGE FERNADO YAGUAL HIDALGO**, con CI 0919972620, de estado civil soltero, domiciliado en la ciudad de Guayaquil, Provincia del Guayas, de nacionalidad ecuatoriana, hábiles ante la ley, con capacidad suficiente para obligarse y contratar, con pleno conocimiento de la naturaleza y efectos de este instrumento.

CLAUSULA SEGUNDA: CONSTITUCION DE LA COMPAÑÍA.- Los intervinientes en este contrato convienen en constituir, como en efecto constituyen, una Compañía de Responsabilidad Limitada bajo la dominación de " XY" CIA. LTDA. Cuyo régimen estará sujeto a la ley y a los Estatutos Sociales que han sido aprobadas por los contratantes y que dicen:

ESTATUTOS DE LA COMPAÑÍA DE RESPONSABILIDAD LIMITADA:

"XY" CÍA. LTDA.

ARTICULO PRIMERO: DENOMINACION.- la Compañía de Responsabilidad Limitada que se constituye se denomina: "CABAÑAS ECOLOGICAS TURISM-CASCABEL" CÍA. LTDA.

ARTICULO SEGUNDO: OBJETO SOCIAL.- La compañía tiene como objeto: La compraventa, importación y distribuciones de aparatos y suministros eléctricos,

electrónicos, de computación, procesamiento de datos y comunicaciones, teléfonos, radios, transmisores, partes fotográficas e instrumentos de óptica.- La prestación de servicios de telecomunicación, Internet, la instalación de cabinas telefónicas, centros de computo, y servicios de telefonía en general, mediante los contratos o concesiones que exijan las leyes o reglamentos pertinentes. La elaboración, venta, distribución y comercialización de toda clase de productos impresos o computarizados, filmados, video gravados, con contenido publicitario, documental, informativo y artístico en todas sus manifestaciones.- A la reproducción de toda clase de documentos, a la compraventa, importación y exportación y distribución de máquinas impresoras troqueladoras, fotocopadoras, máquinas de escribir, relojes de control, protectoras de cheques, máquinas contadoras de monedas y billetes, calculadoras, muebles y todo lo referente a equipos de oficina y comunicaciones en general, tintas, accesorios, partes piezas, y repuestos para los mismos; a la importación, exportación y compraventas de equipos de imprenta y sus repuestos, así como su materia prima conexas (pulpa, tinta, etc). A la importación, exportación compraventa y distribución de productos básicos de consumo masivo. Se dedicará a brindar servicio técnico en las áreas de computo, comunicaciones, telecomunicaciones, y aseguramiento administrativo o profesional a toda clase de empresa, contando para cada caso con el personal calificado y cumpliendo los demás requisitos que exige la ley.- Podrá fomentar y desarrollar el turismo nacional e internacional, mediante la instalación de agencias de viaje, hoteles, restaurantes clubes, cafeterías, recreación, pudiendo la compañía, en caso de incumplimiento, deducir las acciones establecidas en el Artículo doscientos diecinueve de la Ley de Compañías.- Cuarto) A rendir las garantías que se le solicitaren para el desempeño de sus funciones de Administrador o Gerente si así lo hubiere resuelto la Junta General de Socios: Y, Cinco) Todas las demás que se establecieron en este Contrato y de manera especial las que constan en el Artículo cinco quince de la Ley de Compañías.

CAPITULO TERCERO: DEL GOBIERNO Y ADMINISTRADOR DE LA COMPAÑÍA, ORGANISMOS, FUNCIONARIOS, REPRESENTACION LEGAL.- ARTÍCULO DÉCIMO CUARTO: DE LA ADMINISTRACION DE LA COMPAÑÍA.- El gobierno de la

Compañía lo ejerce la Junta General de Socios y la Administración de la misma corresponde al Gerente y al Presidente.

ARTICULO DECIMO QUINTO: DE LA JUNTA GENERAL.- La Junta General estará integrada por los socios de la Compañía legalmente convocados y reunidos, es la máxima autoridad y en consecuencia, las resoluciones que ella adopte, de conformidad con la ley estos Estatutos, obligan a todos los socios hayan o no concurrido a dichas reuniones, igualmente al personal de funcionarios, empleados y trabajadores que labore a ordenes de la compañía, en cuanto tales decisiones se refieran a éstos. -

ARTICULO NOVENO: FONDO DE RESERVA LEGAL.- La Compañía formara un fondo de reserva legal hasta que este alcance por lo menos el veinte por ciento del capital social debiendo segregar de cada anualidad con esto objeto, un cinco por ciento de las utilidades liquidas.

ARTICULO TERCERO: NACIONALIDAD.- La nacionalidad de la Compañía que se constituye es la ecuatoriana.

ARTÍCULO CUARTO: DOMICILIO.- La Compañía tiene su domicilio en la ciudad de Jipijapa Provincia de Manabí, Republica del Ecuador pero podrá establecer por resolución de la Junta General de Socios, Sucursales y/o Agencias dentro o fuera del país, cuando el desarrollo de sus actividades así lo exigieren.

ARTICULO QUINTO: PLAZO.- El plazo de duración de la compañía es de CINCUENTA AÑOS, contados desde la fecha de inscripción de esta Escritura en el Registro Mercantil correspondiente, plazo que podrá ser prorrogado o restringido con arreglo de la Ley de Compañías.

SOCIO.- ARTICULO CAPITULO SEGUNDO: DEL CAPITAL SOCIAL, APORTACIONES Y SEXTO DEL CAPITAL SOCIAL.- El Capital Social de la Compañía es \$ 25.000 participación de la Srta. JANNELA ROSARIO GUANANGA GARCÍA Y EL SR JORGE FERNANDO YAGUAL HIDALGO

CAPITULO QUINTO: DISPOSICIONES GENERALES.-ARTICULO VIGESIMO NOVENO: EJERCICIO ECONOMICO.- El ejercicio económico anual de la compañía termina el treinta y uno de Diciembre de cada año.

ARTICULO TRIGESIMO: SOBRE LA TRANSFORMCION, FUSION Y REFORMA DE ESTATUTOS.- Para que la Junta General de Socios Ordinaria o Extraordinaria, pueda acordar válidamente la transformación, fusión y en general, cualquier codificación o reforma de sus Estatutos, se estará a lo dispuesto en la Ley de Compañía.

CERTIFICACIÓN

La secretaría ejecutiva de la Cámara Provincial de Turismo de Manabí certifica que **CABAÑAS ECOLÓGICAS TURISM-CASCABEL” CÍA. LTDA.”** en el cantón JIPIJAPA, cuyo representante legal es JANNELA ROSARIO GUANANGA GARCÍA , están afiliadas con las obligaciones en esta institución.

Este documento es válido por un año y cualquier tachón o añadidura en este, lo anula automáticamente.

Lo que certifico para fines legales pertinentes.

Portoviejo, 23 de Septiembre 2011.

Atentamente,

Raúl Zavala M.
Secretario Ejecutivo

MINISTERIO DE TURISMO
Subsecretaría de Turismo del Litoral
Pedro Gual y Montalvo esquina Telf. 05 2630-877
Portoviejo – Ecuador

LICENCIA ANUAL DE FUNCIONAMIENTO

Septiembre, 23 del 2011.

Sres.
Autoridades, Inspectores, Agentes de Policial etc.
Ciudad

El MINISTERIO DE TURISMO, en uso de las atribuciones previstas en la LEY ESPECIAL DE DESARROLLO TURISTICO, y su reglamento general visto en el registro de inscripción N° 1811 Folio R-J18 y una vez que han cumplido todos los requisitos de Ley. CONCEDE LA PRESENTE LICENCIA ANUAL DE funcionamiento al establecimiento **CABAÑAS ECOLÓGICAS “TURISM-CASCABEL”**. En la persona del señor. Clasificado en Segunda Categoría, ubicado en el **Recinto Cascabel**, de la ciudad de **Jipijapa** provincia de **MANABI**.

Las propietarias o representantes legales del establecimiento deberán cumplir con las disposiciones de la Ley Espacial de Desarrollo Turístico, Reglamento Especial Correspondiente. La infracción de cualquiera de las normas indicadas será sancionada de conformidad con la Ley.

DIRECCION PROVINCIAL DE MANABI

Queda anotado en el Libro respectivo con el N° 1917 y tendrá valides hasta el **23 de Septiembre del 2011** fecha en la cual fenece el plazo para renovar la licencia de funcionamiento de conformidad a lo que establece los artículos 51 y 119 del reglamento de aplicación a la Ley Especial de Desarrollo Turístico.

NOTA

Este permiso no podrá ser retirado ni interrumpido por ninguna autoridad sin conocimiento y autorización del MINISTERIO DE TURISMO, organismo competente según la Ley Especial de Desarrollo Turístico.

Riesgo país



BANCO CENTRAL DEL ECUADOR



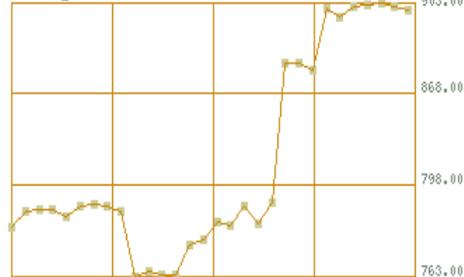
Septiembre 17 de 2011

Google™ Custom Search

[Ayudame Directo](#)

El Banco Central	Estadística	Mercados Financieros	Servicios Bancarios	Publicaciones de Banca Central
Numismática	Bibliotecas	Comunicación y Medios	Certificación Electrónica	Comercio Exterior

RIESGO_PAIS - Ultimo mes



Máximo = 903.00
Mínimo = 763.00

RIESGO PAIS (EMBI Ecuador)

El riesgo país es un concepto económico que ha sido abordado académica y empíricamente mediante la aplicación de metodologías de la más variada índole: desde la utilización de índices de mercado como el índice EMBI de países emergentes de Chase-JPmorgan hasta sistemas que incorpora variables económicas, políticas y financieras. El Embi se define como un índice de bonos de mercados emergentes, el cual refleja el movimiento en los precios de sus títulos negociados en moneda extranjera. Se la expresa como un índice ó como un margen de rentabilidad sobre aquella implícita en bonos del tesoro de los Estados Unidos.

Seleccione otro indicador

FECHA	VALOR
Agosto-22-2011	899.00
Agosto-19-2011	901.00
Agosto-18-2011	903.00
Agosto-17-2011	902.00
Agosto-16-2011	901.00
Agosto-15-2011	896.00
Agosto-12-2011	900.00
Agosto-11-2011	869.00
Agosto-10-2011	872.00
Agosto-09-2011	872.00
Agosto-08-2011	801.00
Agosto-05-2011	790.00
Agosto-04-2011	799.00
Agosto-03-2011	789.00
Agosto-02-2011	791.00
Agosto-01-2011	782.00
Julio-29-2011	779.00
Julio-28-2011	764.00
Julio-25-2011	764.00
Julio-22-2011	766.00
Julio-21-2011	763.00
Julio-20-2011	796.00
Julio-19-2011	799.00
Julio-18-2011	800.00
Julio-15-2011	799.00
Julio-14-2011	794.00
Julio-13-2011	797.00
Julio-12-2011	797.00
Julio-11-2011	796.00
Julio-08-2011	788.00

BANCO CENTRAL DEL ECUADOR - Copyright©2009 - **AVISO LEGAL**

Av. 10 de Agosto N11-409 y Briceño, Casilla Postal 339 PBX.  (593) 2 2572522  Quito-Ecuador

Av. 9 de Octubre y Pichincha # 200; PBX:  (593) 04 2566333  ; Guayaquil - Ecuador

Calle Larga y Huaynacapac; PBX:  (593) 07 2831255  ; Cuenca - Ecuador

Call Center IVR:  (593) 2 2289488 

Rm (Tasa Pasiva Referencial):

Septiembre 17 de 2011

Google™ Custom Search

[Inicio Directo](#)

El Banco Central	Estadística	Mercados Financieros	Servicios Bancarios	Publicaciones de Banca Central
Numismática	Bibliotecas	Comunicación y Medios	Certificación Electrónica	Comercio Exterior

6. OTRAS TASAS REFERENCIALES			
Tasa Pasiva Referencial	4.58	Tasa Legal	8.37
Tasa Activa Referencial	8.37	Tasa Máxima Convencional	9.33

Risk Freedom (Rf):

INGRESAR A MI CUENTA REGISTRARSE

18 de septiembre 2011. 00:59 Hs Aluar --> Banco Frances --> Banco Hipote

QUIENES SOMOS HOME NOTICIAS COTIZACIONES RESEARCH INVERSIONES

[YouTube](#) [t](#) [f](#) [RSS](#)

COTIZACIONES | Tasas de interés

Ultima actualización: 18/09/2011 12:44:08 a.m. - Valores con un retraso de 30 minutos

	BONOS DEL TESORO DE ESTADOS UNIDOS - TNA (TASA NOMINAL ANUAL)						
	18/09/2011	31/08/2011	30/06/2011	31/03/2011	31/12/2010	30/09/2010	30/06/2010
3 meses	4,61	4,61	4,61	4,61	4,61	4,61	4,61
6 meses	4,79	4,79	4,79	4,79	4,79	4,79	4,79
2 años	4,76	4,76	4,76	4,76	4,76	4,76	4,76
5 años	0,92	0,96	1,77	2,26	2,00	1,28	1,78
10 años	2,06	2,23	3,17	3,47	3,30	2,52	2,94
30 años	3,33	3,61	4,38	4,51	4,37	3,69	3,89

Trading on line

Preguntas Frecuentes
Comisiones
Nuestros productos
Nuestros servicios
Nuestras ventajas

Buscador por Símbolos

CONTACTENOS
4390-7599
consultas@portfoliopersonal.com

CONSULTE
Saber más de tasas

Tasa activa



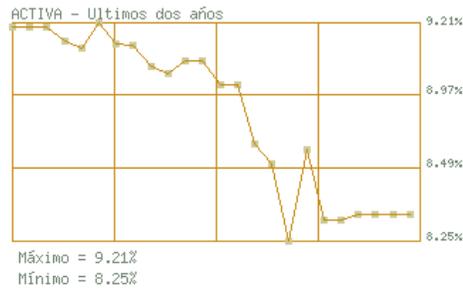
BANCO CENTRAL DEL ECUADOR



Septiembre 17 de 2011

#Ayudas Directo
Contáctenos

El Banco Central	Estadística	Mercados Financieros	Servicios Bancarios	Publicaciones de Banca Central
Numismática	Bibliotecas	Comunicación y Medios	Certificación Electrónica	Comercio Exterior



Seleccione otro indicador

FECHA	VALOR
Septiembre-30-2011	8.37 %
Agosto-31-2011	8.37 %
Julio-31-2011	8.37 %
Junio-30-2011	8.37 %
Mayo-31-2011	8.34 %
Abril-30-2011	8.34 %
Marzo-31-2011	8.65 %
Febrero-28-2011	8.25 %
Enero-31-2011	8.59 %
Diciembre-31-2010	8.68 %
Noviembre-30-2010	8.94 %
Octubre-30-2010	8.94 %
Septiembre-30-2010	9.04 %
Agosto-31-2010	9.04 %
Julio-31-2010	8.99 %
Junio-30-2010	9.02 %
Mayo-31-2010	9.11 %
Abril-30-2010	9.12 %
Marzo-31-2010	9.21 %
Febrero-28-2010	9.10 %
Enero-31-2010	9.13 %
Diciembre-31-2009	9.19 %
Noviembre-30-2009	9.19 %
Octubre-31-2009	9.19 %

Datos Comparables

Selección dato a comparar:

Fecha Inicial: 1990 Enero 1

Fecha Final: 1990 Enero 1

Indicadores Relacionados
SPREAD (ACTIVA - PASIVA)

Tasa Pasiva



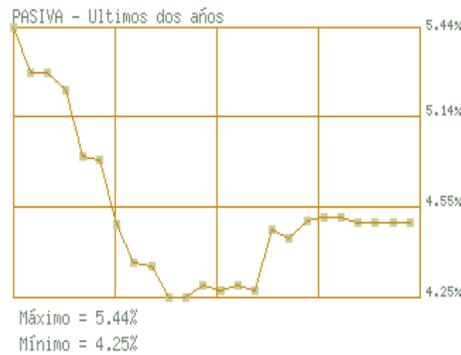


BANCO CENTRAL DEL ECUADOR

Septiembre 17 de 2011

Inicio Directo ▾
Contáctenos

El Banco Central	Estadística	Mercados Financieros	Servicios Bancarios	Publicaciones de Banca Central
Numismática	Bibliotecas	Comunicación y Medios	Certificación Electrónica	Comercio Exterior



Seleccione otro indicador ▾

FECHA	VALOR
Septiembre-30-2011	4.58 %
Agosto-31-2011	4.58 %
Julio-31-2011	4.58 %
Junio-30-2011	4.58 %
Mayo-31-2011	4.60 %
Abril-30-2011	4.60 %
Marzo-31-2011	4.59 %
Febrero-28-2011	4.51 %
Enero-31-2011	4.55 %
Diciembre-31-2010	4.28 %
Noviembre-30-2010	4.30 %
Noviembre-29-2010	4.28 %
Octubre-30-2010	4.30 %
Septiembre-30-2010	4.25 %
Agosto-31-2010	4.25 %
Julio-31-2010	4.39 %
Junio-30-2010	4.40 %
Mayo-31-2010	4.57 %
Abril-30-2010	4.86 %
Marzo-31-2010	4.87 %
Febrero-28-2010	5.16 %
Enero-31-2010	5.24 %
Diciembre-31-2009	5.24 %
Noviembre-30-2009	5.44 %

Datos Comparables

Selección dato a comparar:

Fecha Inicial: 1990 ▾ Enero ▾ 1 ▾

Fecha Final: 1990 ▾ Enero ▾ 1 ▾

Indicadores Relacionados
SPREAD (ACTIVA - PASIVA)