



UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
Facultad de Especialidades Empresariales
Carrera de Turismo y Hotelería

Proyecto de Investigación Previo a la Obtención del Título de
Ingeniería en Administración de Empresas
Turísticas y hoteleras

“ANÁLISIS DE FACTIBILIDAD DE LA CREACIÓN DE
RESIDENCIAS GERIÁTRICAS TEMPORALES EN EL
SECTOR DE BELLAVISTA EN
SANTA CRUZ – GALÁPAGOS”

Autor:

Sr. Juan Gerardo Bastidas Hidalgo

Director de Tesis:

Ing. Rolando Farfán

Guayaquil, Marzo del 2012

DEDICATORIA

Agradezco a Dios, a mi Padre Temistocles Bastidas Pazmiño y a mi Madre América Georgina Hidalgo Harrison por la ilimitada confianza y por la dichas que me confiere la vida al ser su hijo. A la familia Fuentes Campuzano por ser mis tutores y amigos, a mis maestros y a la prestigiosa Universidad Católica Santiago de Guayaquil por impartirme todos estos años los conocimiento de nuevas técnicas para el futuro, basadas en la ciencia y la fe.

TABLA DE CONTENIDOS

TEMA	Pág
CARÁTULA	
DEDICATORIA	I
TABLA DE CONTENIDOS	II
ABREVIATURAS	VII
RESUMEN EJECUTIVO	VIII
1. TÍTULO DEL PROYECTO	1
2. DATOS DE CONTEXTO: GRUPO / SECTOR / INSTITUCIÓN, ÁREA O DEPARTAMENTO	1
3. DIAGNÓSTICO	1
A. De la problemática a intervenir	1
1. Análisis del entorno	2
a) Análisis del macro – entorno (PEST)	2
<i>i.</i> Carácter Político	3
<i>ii.</i> Carácter Económico	4
<i>iii.</i> Carácter Social	4
<i>iv.</i> Carácter Tecnológico	5
b) Análisis del micro - entorno (5 fuerzas de Porter)	5
<i>i.</i> La rivalidad en la industria de hospedaje en Galápagos.	6
<i>ii.</i> La entrada potencial de competidores nuevos.	6
<i>iii.</i> El desarrollo potencial de productos sustitutos.	6
<i>iv.</i> El poder de la negociación de los proveedores.	7
<i>v.</i> El poder de negociación de los consumidores.	7
B. Del mercado	8
1. Análisis FODA	8
a) Fortalezas	8
b) Oportunidades	9
c) Debilidades	9

d) Amenazas	9
2. Análisis de los clientes	10
3. Análisis de la competencia	15
a) COMPETENCIA DIRECTA	15
i. Galápagos Safari Camp	15
b) COMPETENCIA INDIRECTA	18
i. Hotel Finch Bay	18
ii. Hotel Silberstein	20
iii. Yate Yolita II	21
4. Investigación de Mercado	22
a) Tipo de método	22
b) Justificación del método	23
c) Tamaño de la población	23
d) Cálculo de la muestra	23
e) Técnica de recogida de datos	25
f) Resultado general de la encuesta	25
g) Análisis de los resultados de la encuesta	26
5. Plan de Marketing	34
a) Objetivos de la publicidad	36
b) Segmentación de Mercado	37
c) Mercado Meta	38
d) Posicionamiento	40
e) Marketing Mix (4 P)	41
i. Producto	41
ii. Precio	42
iii. Plaza	43
iv. Promoción	43
f) Estrategias de Ventas	46
C. Estudio Técnico	47
1. Responsabilidad de la empresa	47
2. Gestión del capital humano	48
3. Cargos y funciones	49
a) Imagen del personal	51
4. Plan operativo	52

a) Sistemas productivos	54
<i>i.</i> Departamento de mercadeo y ventas	54
<i>FA</i> Objetivo general	54
<i>FB</i> Objetivo específicos	54
<i>FC</i> Función del departamento	54
<i>FD</i> Responsabilidades del departamento	54
1. <i>Planificación</i>	54
2. <i>Políticas</i>	55
<i>FE</i> Administración departamental	55
<i>FF</i> Cooperación interdepartamental	55
1. <i>Correo directo</i>	56
<i>FG</i> <i>Ventas telefónicas o personales</i>	56
<i>FH</i> <i>Proceso productivo de recepción</i>	56
<i>ii.</i> Departamento de A & B	57
<i>FA</i> Objetivo general	57
<i>FB</i> Objetivos específicos	57
<i>FC</i> Ciclo operativo de gestión	58
<i>iii.</i> Departamento de ama de llaves	60
<i>FA</i> Objetivos generales	60
<i>FB</i> Objetivos específicos	60
<i>FC</i> Áreas a cargo del departamento	60
<i>FD</i> Normas	61
<i>FE</i> Proceso productivo del	61
b) Sistema de control en bodega para el abastecimiento de insumos	62
c) Sistema de reciclado	63
d) Prevención y seguridad	67
<i>i.</i> Seguridad física e industrial	67
<i>ii.</i> Prevención	68
<i>iii.</i> Análisis de normas para la sostenibilidad y reducción de riesgos	68

D. Marco legal y estratégico	72
1. Aspectos de legalización urbana	73
4. JUSTIFICACIÓN	75
5. FUNDAMENTACIÓN Y/O ENFOQUE TEÓRICO - METODOLÓGICO DEL PROYECTO	76
A. Conceptos Importantes	80
6. OBJETIVOS DE LA PROPUESTA	82
A. Objetivo general	82
B. Objetivos específicos	82
7. INDICADORES DE RESULTADOS O METAS	82
A. Del objetivo general	82
B. De los objetivos específicos	83
8. ANÁLISIS DE IMPACTOS	83
A. Análisis ambiental	83
1. Impactos ambientales	84
a) Aspectos positivos	85
b) Aspectos negativos	85
B. Análisis social	85
1. De tipo económico	85
9. PLAN DE ACCIÓN	86
A. Plan estratégico	86
1. FO (Fortalezas - Oportunidades)	86
2. FA (Fortalezas – Amenazas)	87
3. DO (Debilidades – Oportunidades)	88
4. DA (Debilidades – Amenazas)	88

B. Responsable de cada objetivo	88
10. PRESUPUESTO Y FINANCIAMIENTO DEL PROYECTO	90
A. Plan de acción financiero	90
1. Financiamiento	90
2. Plan de ejecución con el presupuesto	92
a) Inversión Inicial	92
B. Estados financieros proyectados	98
1. Balance Inicial	98
2. Ingresos	99
3. Gastos	100
a) Gastos de operación	100
b) Gastos administrativos	101
c) Gastos de ventas	103
4. Flujo de caja anual consolidado	104
5. Estado de Resultados anual y mensual	106
6. Balance General	108
C. Cálculo de indicadores económicos: VAN, TIR	110
D. Análisis de sensibilidad	111
11. SISTEMA DE GESTIÓN Y DE MONITOREO DEL PROYECTO	112
A. Sistema de gestión	112
B. Sistema de monitoreo	112
12. CONCLUSIONES	113
13. RECOMENDACIONES	114
14. BIBLIOGRAFÍA	117
15. ANEXOS	123

ABREVIATURAS

AEROGAL[®]	Líneas Aéreas De Galápagos.
C.F.N.	Corporación Financiera Nacional.
CAPTURGAL	Cámara De Turismo De Galápagos.
FITUR	Feria Internacional De Turismo En España.
I.V.A.	Impuesto al Valor Agregado.
M.S.P.	Ministerio De Salud Pública.
MINTUR.	Ministerio De Turismo.
O.M.T.	Organización Mundial De Turismo.
P.I.B	Producto Interno Bruto.
P.N.G.	Parque Nacional Galápagos.
PAX.	Pasajero.
RUC.	Registro Único de contribuyente.
TAME[®]	Transportes Aéreos Militares Ecuatorianos.
TIR.	Tasa Interna De Retorno.
UNESCO.	Organización De Las Naciones Unidas Para La Educación, La Ciencia Y La Cultura.
VAN.	Valor Actual Neto.

RESUMEN EJECUTIVO

El siguiente proyecto tiene como objetivo principal, el análisis de factibilidad para la creación de residencias geriátricas temporales en el sector de Bellavista de la Isla Santa Cruz en el Archipiélago de Colón para incentivar a los inversionistas y su posterior puesta en marcha.

La estructura describe en algunos de sus segmentos la oportunidad que tendrá la empresa, previo a un análisis del macro y micro entorno que comprende el desarrollo de las políticas que actúan sobre el mercado del turismo. En el aeropuerto de la Isla Baltra de Galápagos se realizó una encuesta con 9 preguntas en el idioma de inglés y español escogiendo a 400 participantes adultos mayores entre nacionales y extranjeros para su posterior estudio.

Finalmente se elaboró el respectivo análisis financiero que determina el balance del préstamo bancario para ser cancelado en los tres primeros años, en el mismo que se determinó un presupuesto que contiene la descripción de gastos detallados, proyecciones de los escenarios, ratios, estados de resultados, flujos de caja mensuales y anuales preparados para los primeros cinco periodos de la actividad comercial.

1. TÍTULO DEL PROYECTO

Este proyecto se denomina “Análisis de Factibilidad de la Creación de Residencias Geriátrica Temporales en el Sector de Bellavista en Santa Cruz - Galápagos”.

2. DATOS DE CONTEXTO: GRUPO / SECTOR / INSTITUCIÓN, ÁREA O DEPARTAMENTO

Este proyecto está dirigido a los turistas nacionales e internacionales con especial atención a las personas de la tercera edad, quienes luego de haber laborado arduamente durante muchos años se jubilan y desean salir de su lugar natal o país. Siendo finalmente este grupo a quienes se le proveerá de los servicios de hospedaje, alimentación, atención médica y asesoramiento de los lugares que pueden visitar en las Islas Galápagos.

3. DIAGNÓSTICO

A. DE LA PROBLEMÁTICA A INTERVENIR

Actualmente en la isla Santa Cruz de Galápagos no existe un lugar que preste un servicio especializado a los turistas de la tercera edad. A pesar de encontrar una gran gama de sitios para hospedarse, ninguno atiende a los requerimientos que éste grupo demanda como por ejemplo: atención médica durante la estadía, asesoramiento sobre la clase de actividades que puede realizar de acuerdo a su condición, seguimiento y control en la alimentación adecuada, seguimiento y control de la medicina que debe suministrarse de acuerdo al problema de salud que presente, etc.

1. ANÁLISIS DEL ENTORNO

a) ANÁLISIS DEL MACRO - ENTORNO (PEST)

El turismo mundial creció en un 4,4% en el año 2011, alcanzando un nuevo récord de 980 millones de llegadas. El aumento del turismo en las economías avanzadas en el mismo periodo fue del 4,7% sobrepasando al de las economías emergentes equivalente al 4,1%. En América, se registró el 4,2% del crecimiento que ligeramente es menor a la media de todos los países en un (4,4%); siendo, especialmente notables los resultados de Suramérica con el 10,1% según datos del barómetro de la OMT, (2011).

Entonces, el turismo es de gran importancia en el desarrollo socioeconómico a nivel mundial, por ser uno de los principales generadores de fuentes de empleos en cada país.

En el Ecuador, el turismo aumento un 8,16% en el primer trimestre de 2011, en comparación con el mismo período del año anterior de acuerdo a datos proporcionado por el INEC. La mayoría de visitantes que arribaron a Ecuador fueron de: Colombia (61.403), seguidos por los turistas estadounidenses (58.531), Peruanos (40.615), Españoles (13.832), chilenos (12.290) y Argentinos (12 .153), mientras el resto fue de otras nacionalidades. En el periodo del 2011 ingresaron al país (279.451) turistas con relación al anterior periodo del 2010 que indica un total de (273.458).

El Ministerio de Turismo del Ecuador, señaló que los mercados claves para el país son: Estados Unidos, Colombia, Perú, España y Alemania, mientras que los representantes de una oportunidad para incrementar el número de turistas son: Venezuela, México, Panamá, Austria, Suiza, Bélgica y Costa Rica. (INEC. 2009).

El gráfico # 1.- Muestra a los mercados claves para el turismo en Ecuador.



Gráfico # 1: Mercados claves para el turismo en Ecuador.
Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, (2009).

i. CARÁCTER POLÍTICO

En el Ecuador existe un programa de emprendedores turísticos que contempla brindar apoyo a la generación y fortalecimiento de proyectos que sean capaces de impulsar el desarrollo de pequeños y medianos planes turísticos de calidad, con una alta posibilidad de ajustarse a la dinámica turística, contribuyendo al desarrollo económico local, regional y nacional.

Por otro lado, claramente las principales trabas que enfrenta el sector turístico en la actualidad para su mejor desarrollo son: los limitados servicios turísticos, la poca participación ciudadana, la inseguridad, la falta de infraestructura.

ii. CARÁCTER ECONÓMICO

El Ecuador se ubica en el octavo puesto en el rango de las economías más grandes en América Latina, y ha evolucionado mostrando un crecimiento representativo dentro de los periodos del 2001 al 2010. Este país se proyectó lograr un crecimiento de 5 % del Producto Interno Bruto (PIB) y una inflación de 3,6 % para el 2011, año en el que se estimó un presupuesto de 23.950 millones de dólares. La economía va a tener un desempeño muy favorable en los siguientes años, ya que está impulsando importantes proyectos de inversión como la construcción de una hidroeléctrica y edificaciones destinadas para la hotelería.

iii. CARÁCTER SOCIAL

La tasa de crecimiento de la población en el Ecuador es un factor que determina la magnitud de la demanda del país, que deberá satisfacer la evolución de las necesidades de su pueblo, por ejemplo:

- Infraestructura: Residencias, hospitales, vivienda, carreteras, entre otras.
- Recursos básicos: Alimentos, agua, electricidad.
- Empleo.

En el 2008 se contó con un gran número de alojamientos que generaron empleos directos para 23.875 personas; y esto puede ser un ejemplo del gran aporte que generaría el emprendimiento turístico en el sector.



Gráfico # 2: Jubilados tienen agenda para modernizar el IESS.
Fuente: La hora nacional, (2011).

iv. CARÁCTER TECNOLÓGICO

Según datos del INEC indican que el uso del internet se incrementó en el Ecuador del 25,7% en el 2008 a 29% en el 2010. Es decir creció 3,3%, este incremento en el uso responde a la política del Gobierno de dotar de tecnologías a sectores rurales así como en centros educativos fiscales a escala nacional. Vidal Gloria Ministra de educación en el 2012 destacó que los costos para acceder a Internet se han reducido hasta ocho veces de lo que costaba en años anteriores y de esta manera se ha “democratizado” el acceso a este medio de información y comunicación a toda la sociedad ecuatoriana.

b) ANÁLISIS DEL MICRO – ENTORNO (5 FUERZAS DE PORTER)

Para tener una idea más clara de la competencia y otros aspectos que afectarían a la empresa, se realizó el análisis de las 5 Fuerzas de Porter, donde se obtuvo como resultado las siguientes conclusiones:

i. LA RIVALIDAD EN LA INDUSTRIA DE HOSPEDAJE EN GALÁPAGOS

El principal beneficio de Galápagos, es la cantidad de visitantes nacionales y extranjeros demandantes de servicios turísticos todo el año. Este proyecto está orientado al nicho de adultos mayores, el mismo que no tiene hasta hoy un competidor líder del mercado.

ii. LA ENTRADA POTENCIAL DE COMPETIDORES NUEVOS

En el mercado de Galápagos las probabilidades de emprender nuevos negocios de turismo radica en las patentes o cupos establecidos dentro de la Ley Especial de Galápagos, la misma que impide a los inversionistas no residentes empezar una actividad económica dentro de las islas. Las barreras de entrada corresponden más a inversión, aún que tiene solución ya que existen actualmente muchas facilidades para microempresarios que desean invertir en el sector turístico por parte de la banca pública y privada, en cuanto a la ubicación representa un problema pues la residencia estará en unos de los sectores más importantes; como lo es la parroquia de Bellavista que aún no se encuentra explotada turísticamente.

iii. EL DESARROLLO POTENCIAL DE PRODUCTOS SUSTITUTOS.

La gran demanda de alojamiento dentro de las islas, ha llevado a los residentes a improvisar lugares de hospedaje; creando una nueva escala de servicios en el mercado a costos más accesibles.

El gráfico # 3.- Muestra el circuito de los productos o servicios sustitutos de hospedaje en Galápagos.



Gráfico # 3: Circuito de los productos sustitutos en Galápagos.
Fuente: Parque Nacional Galápagos, (2011).

iv. EL PODER DE NEGOCIACIÓN DE LOS PROVEEDORES

En Galápagos el poder de negociación de los proveedores se define como un riesgo bajo Porque no existen más de cinco proveedores de cada producto o servicio y sin ser ninguno de ellos los que propongan el precio en un mercado tan cambiante.

v. EL PODER DE NEGOCIACIÓN DE LOS CONSUMIDORES

En Galápagos el precio de los productos son estandarizados, no existe el poder de negociación o regateo de parte de los clientes, en este se contempla la dificultad que tiene el proveedor para la adquisición de los productos vía marítima. Se debe tomar en cuenta que los turistas internacionales tienen un gran poder adquisitivo, lo que permitirá acceder a los servicios de la empresa sin escatimar los gastos.

Una vez identificado el grupo de clientes potenciales, el objetivo es satisfacer la demanda del segmento que se ha elegido, por lo que será necesario que los servicios que ofrezcan en la empresa se sitúen en la mente de los futuros consumidores fácilmente mediante un plan de marketing.

B. DEL MERCADO

Bellavista es una parroquia en Santa Cruz mejor conocida por los residentes como “parte alta”, localizada cerca de Puerto Ayora. En este sector funcionará la empresa por ser uno de los lugares más visitados gracias a sus atractivos turísticos, donde se encuentra la mayoría de las tortugas gigantes en su hábitat natural. Se deberá tomar en cuenta que este también es considerado el punto estratégico para la evacuación, en caso de presentarse de manera negativa algún Tsunami.

1. ANÁLISIS F.O.D.A.

a) FORTALEZAS

- Asesoramiento de un Médico Geriatra dentro del limitado número que existe en el país.
- Dispone de servicios de energía eléctrica en las instalaciones.
- Instalaciones ubicadas a 45 minutos del aeropuerto y 10 minutos de Puerto Ayora.
- Opción de ser albergue en casos de tsunamis u otros fenómenos naturales.
- Profesionales involucrados en el medio turístico y de salud pública.
- Se cuenta con un terreno propio de 12 hectáreas destinado para la expansión del negocio, según la demanda del mercado.
- Ser una empresa pionera en el mercado ofreciendo este servicio.
- Servicio innovador y original.

b) OPORTUNIDADES

- Apoyo de financiamiento a micro - empresarios en el sector turístico por parte de la banca privada y pública.
- Existen diversos medios en el mercado para publicitar.
- Actualmente Galápagos mantiene un gran número de reconocimientos a nivel internacional, que lo describe como un patrimonio natural de la humanidad.
- Incremento de Jubilados a nivel nacional e internacional.
- La empresa tendrá la ventaja de realizar actividades al aire libre sin limitación de tiempo.
- Crecimiento de la población de la tercera edad con anhelo de viajar y conocer diferentes países por turismo.
- Creación de nuevas políticas para la expansión turística.

c) DEBILIDADES

- El terreno es un área poco uniforme.
- La Inversión y los gastos son altos.
- Las instalaciones carecen de agua potable y alcantarillado.

d) AMENAZAS

- Fenómenos Naturales.
- Incremento de la delincuencia y por ende la creciente inseguridad.
- La Ley especial de Galápagos establece patentes, para crear nuevas plazas en lugares ya explotados turísticamente.
- La crisis económica internacional tiende a disminuir la capacidad de consumo de los turistas extranjeros a corto (1 año) y mediano plazo (3 a 5 años).
- Permiso especial del Parque Nacional Galápagos para tener un segundo vehículo.
- Situación política y social del Ecuador.
- Temporadas bajas.

2. Análisis de los clientes

- **Clientes internos.-** Serán los mismos colaboradores que darán el respaldo necesario para llevar a cabo aquellas labores asignadas dentro de la residencia y orientados hacia el objetivo principal.
- **Clientes externos.-** Serán los antiguos y nuevos visitantes a las islas Galápagos, adultos mayores nacionales y extranjeros, consumidores de clase media y media alta; sin distinción de género en busca de hospedaje con un entorno de salud y confort.

La tabla # 1.- Muestra el crecimiento anual en recepción de turistas del Ecuador desde el año 2007 hasta el mes de agosto del 2011.

ENTRADAS DE TURISTAS AL ECUADOR						
DATOS PROVISIONALES PARA EL AÑO 2011						
MES	2007	2008	2009	2010	2011	VARIABLE
ENERO	84.070	92.378	86.544	96.109	105.541	9,81%
FEBRERO	69.534	74.174	72.742	89.924	86.424	-3,89%
MARZO	74.929	77.946	72.226	82.452	87.486	6,11%
ABRIL	67.788	67.557	72.910	70.540	87.509	24,06%
MAYO	68.583	74.667	70.277	77.618	82.811	6,69%
JUNIO	85.769	89.262	89.889	91.602	99.944	9,11%
SUB-TOTAL				508.245	549.715	8,16%
JULIO	101.088	109.250	102.571	110.545	117.997	6,74%
AGOSTO	91.309	96.336	87.221	95.219	98.987	3,96%
SEPTIEMBRE	64.966	73.757	68.124	71.776		
OCTUBRE	72.365	79.814	77.960	83.701		
NOV	73.273	83.458	76.965	81.253		
DICIEMBRE	83.813	86.698	91.070	96.359		
TOTAL	937.487	1.005.29	968.499	1.047.09		

TABLA # 1: LLEGADAS DE TURISTAS AL ECUADOR, (2007 – 2011).

FUENTE: ANUARIOS DE MIGRACIÓN INTERNACIONAL - INEC (2007-2009-2010), DIRECCIÓN NACIONAL DE MIGRACIÓN, (2008 - 2011).

ELABORADO POR: MINISTERIO DE TURISMO.

La tabla # 2.- Muestra a los principales países emisores de turistas en los periodos del 2010 y 2011 con una variación porcentual que indica su aumento o disminución. Chile (23,1%), Colombia (27,2%) y Argentina (28,0%) que lideran a las naciones con mayor número de emisiones, y otros tales como Cuba (-6,3), Estados Unidos (-2,3%) y Perú (-5,4%) que registraron algunos descensos comparativamente.

PRINCIPALES MERCADOS EMISORES DE TURISMO			
(ENERO - AGOSTO / 2010 – 2011)			
Principales países emisores	2010	2011	Variación
Alemania	16.488	17.424	5,7%
Argentina	19.855	25.407	28,0%
Canadá	16.801	17.279	2,8%
Chile	19.537	24.045	23,1%
Colombia	137.162	174.465	27,2%
Cuba	17.545	16.433	-6,3%
España	39.116	41.165	5,2%
Estados Unidos	179.225	175.174	-2,3%
Perú	105.653	99.965	-5,4%
Venezuela	19.462	21.132	8,6%

Tabla # 2: Principales mercados emisores de turismo al Ecuador.

Fuente: Dirección Nacional de Migración del Ecuador.

Elaborado por: Ministerio de Turismo del Ecuador.

El comportamiento del turismo en las Islas Galápagos es diversificado y mantiene un carácter genérico en su mayor parte, los mismos que son motivados por la teoría evolucionista del Científico Inglés Charles Darwin y también por la conservación del medio ambiente. Estas dos características son inmutables y se presentan como algo en común al momento de pensar en este atractivo a nivel mundial.

La actividad de turismo genera USD 480 millones al año, el turista gasta un promedio de USD 1.200 dólares (incluyendo hospedaje, alimentación y visitas) durante los 7 días de estadía en promedio, según un estudio de Cámara

provincial de turismo de Galápagos y el Banco Interamericano de Desarrollo, (2008).

Al Archipiélago de Colón se llega exclusivamente por transporte aéreo desde Quito o Guayaquil y/o también en los cruceros vía marítima desde aguas internacionales.

Actualmente existen 33 vuelos comerciales semanales entre el continente y Galápagos. El informe precisa que del total de visitantes llegados al archipiélago en 2009, un 34% (56.766) fueron turistas ecuatorianos, un 27% (44.466) turistas estadounidenses y el resto de otras 134 nacionalidades dando un total de 163.480 visitantes en dicho periodo y generando un ingreso de 150.000 millones anuales.

El gráfico # 4.- Muestra el incremento de turistas nacionales y extranjeros que ingresaron a Galápagos desde 1979 hasta el periodo del 2009, según los datos del resumen ejecutivo del Parque Nacional Galápagos en el 2010 y en el cual se puede notar una disminución de los ingresos de pax en el año 2009 como efecto del fenómeno natural leve conocido como tsunami y también considerando los estragos de la influenza porcina H1N1 en el 2009 - 2010.



Gráfico # 4: Número de turistas que ingresaron a las Islas Galápagos.
Fuente: Parque Nacional Galápagos, (2010).

El gráfico # 5.- Muestra a los fragmentos en porcentajes de los turistas mensuales que ingresaron por el aeropuerto de Baltra a las Islas Galápagos en el periodo del 2008 y que fueron un total de 173.412 pasajeros.

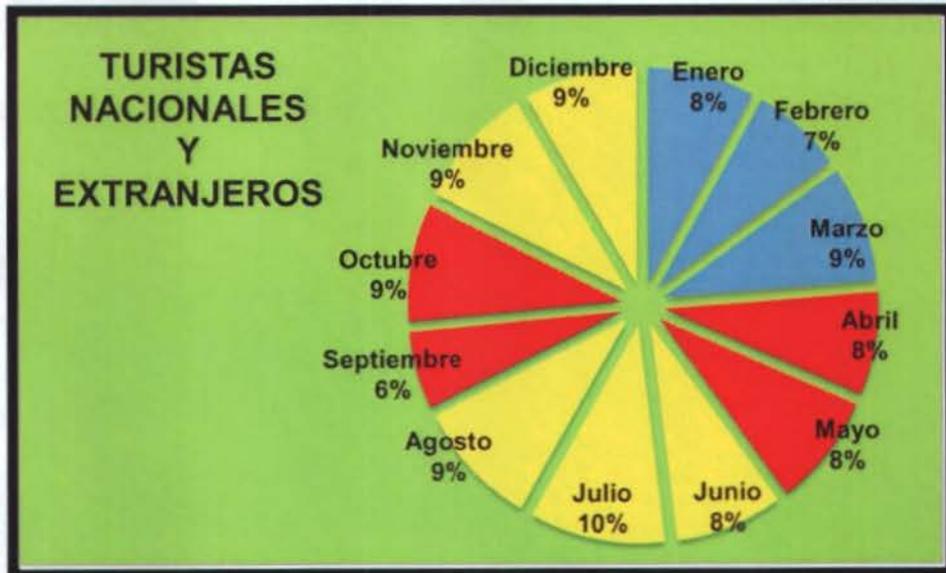


Gráfico # 5: Porcentajes de los turistas que ingresaron por el aeropuerto de Baltra en 2010.

Fuente: Parque Nacional Galápagos, (2011).

En el mes de diciembre de 2010, el Ecuador contabiliza 96.358 entradas de extranjeros al país, con el cual existe un crecimiento del 5,81% al compararse con las entradas registradas en el mismo periodo del 2009. Sin embargo, en el período enero - diciembre de 2010 existe un incremento del 8,10% en las entradas de extranjeros al país, al pasar de 968.499 en el año 2009 a 1.046.968 en el año 2010. (Según estadísticas provisionales proporcionadas por la Dirección Nacional de Migración, 2011).

En el caso del mercado Colombiano se evidencia un 27,35% de crecimiento en el período de enero – diciembre de 2010 con respecto al mismo período del año anterior, al pasar de 160.116 a 203.914 llegadas.

En el mismo período de referencia, alrededor del 97% de movimientos (entradas - salidas) se efectúan a través de cuatro Jefaturas de Migración

ubicadas en los aeropuertos de Quito y Guayaquil y en las fronteras terrestres de Rumichaca y Huaquillas, sin embargo es preciso señalar que en la entrada de extranjeros al Ecuador, el 70,96% lo hace via aérea y el 25,86% via terrestre, en tanto que en las salidas de ecuatorianos al exterior el 84,77% corresponde a via aérea y un 12,47% a via terrestre, según el registro de las jefaturas de migración arriba señaladas.

En lo que respecta al ingreso de divisas por concepto de turismo, en el primer semestre del año 2010 el país contabilizó en su Balanza de Pagos (Viajes más transporte de pasajeros aéreo) 386,8 millones de dólares, de los cuales 384,3 millones de dólares corresponden al gasto en compras directas realizadas por los no residentes en el país y 2,5 millones de dólares al gasto en transporte aéreo. Y en lo que respecta al egreso de divisas por concepto de turismo en el mismo período, se contabiliza 410,4 millones de dólares, de los cuales 282,8 millones de dólares corresponde al gasto en compras directas realizadas por los residentes en el exterior y 127,6 millones de dólares al gasto en transporte aéreo, con la cual la Balanza Turística en términos generales, en el primer semestre presenta un déficit, representado con un saldo negativo de 23,6 millones de dólares.

Además como consecuencia de la nueva política de promoción turística, se está aplicando en el Ecuador otro concepto que permite posicionando fuertemente en los mercados claves como: (Estados Unidos, Colombia, Perú, Alemania y España); Consolidándose en: (Brasil, Argentina, Chile, Canadá, Gran Bretaña, Italia, Francia y Holanda); y buscando la oportunidad en: (Venezuela, México, Rusia, China, Singapur y Japón).

De igual forma se está desarrollando en Estados Unidos, Alemania, Inglaterra y Canadá una gran campaña de promoción denominada "Yo descubrí en Ecuador". Esta campaña incluye una serie de anuncios publicitarios en periódicos, revistas de viajes, vía pública o "out of home" e Internet; para posicionarse en la mente de los potenciales futuros visitantes por medio de la descripción de los aspectos únicos que tiene el Ecuador.

3. ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA

Como se mencionó anteriormente no existe una competencia directa que preste un servicio especializado a personas de la tercera edad, la demanda total de mercado es un grupo indefinido de personas con una necesidad en común que en este caso es el turismo en las islas Galápagos.

Para realizar la estimación de la demanda total de mercado se ha considerado las siguientes cifras:

- Población por grupos de edad.
- Estimaciones del estudio de mercado.

Una de las demandas potenciales es la población de la tercera edad tomando en cuenta su tiempo y economía, lo cual les permite viajar frecuentemente. El entretenimiento induce a la mayoría de este grupo a salir de su país natal buscando sitios donde pasar tiempo libre y relax.

Se puede deducir por medio del incremento en ingresos de turistas al Ecuador, y que es una referencia importante dado que este proyecto está orientado a satisfacer la demanda, lo que haría un gran aporte al sector del turismo tomando en cuenta la poca oferta del servicio.

a) COMPETENCIA DIRECTA

i. HOTEL GALÁPAGOS SAFARI CAMP

El gráfico # 6.- Muestra el área del comedor de Galápagos Safari Camp en donde se puede notar un gran número de huéspedes que probablemente pudieron ser adultos mayores. Este lugar está ubicado en la parroquia de Santa Rosa al norte de Bellavista, sus propietarios son los Sres. Polo Navarro e hijos ex-propietarios de Mangle Rojo en Puerto Ayora.



Gráfico # 6: Fotografía del Hotel Galápagos Safari Camp.
Fuente: Navarro, (2009).

CARACTERÍSTICAS DE GALÁPAGOS SAFARI CAMP	
PRECIO:	Desde los 120 hasta los 200 dólares.
TIPO DE HOSPEDAJE:	Cabañas normales y dobles.
CAPACIDAD:	20 huéspedes.
TARGET:	Público en general.

TABLA # 3: CARACTERÍSTICAS DEL HOTEL GALÁPAGOS SAFARI CAMP.
ELABORADO POR: JUAN GERARDO BASTIDAS HIDALGO, (2011).

Ofrece los siguientes sitios de visitas:

- Baltra.
- Cráteres.
- Gemelos
- Isla Bartolomé.
- Plazas Floreana.
- Reserva de Tortugas Gigantes.
- Seymour.
- Tortuga Bay.
- Tour de bahía.
- Túneles de Bellavista.

Las actividades que realizan son las siguientes:

- Cabalgata.
- Ciclismo.
- Excursiones.
- Kayak.
- Snorkeling.

OBSERVACIONES DEL SERVICIO QUE PRESTA GALÁPAGOS SAFARI CAMP	
INCLUYEN:	No incluyen:
ASISTENCIA PERSONAL EN TODOS LOS AEROPUERTOS.	Tarifa aérea.
GUÍAS NATURALISTAS.	Propinas.
ALOJAMIENTO.	Tarjeta de control de transito migratorio.
03 COMIDAS DIARIAS.	Tarjeta de control de transito migratorio.
TRANSPORTE NAVEGABLE EN TODOS LOS RECORRIDOS.	Impuestos.
TRANSPORTE TERRESTRE EN TODOS LOS RECORRIDOS.	Bebidas.
VISITAS.	Entrada al Parque Nacional Galápagos para extranjeros norteamericanos y europeos \$ 100 extranjeros miembros de la comunidad andina \$ 50 y nacionales \$ 6 dólares.
EQUIPOS.	

TABLA # 4: OBSERVACIONES DEL SERVICIO QUE PRESTA EL HOTEL GALÁPAGOS SAFARI CAMP.

ELABORADO POR: JUAN GERARDO BASTIDAS HIDALGO, (2011).

b) COMPETENCIA INDIRECTA

i. HOTEL FINCH BAY

Precios de las habitaciones en 2010 por persona:

- Simples: \$ 277.
- Dobles: \$ 290.

El gráfico # 7.- Muestra al Hotel Finch Bay que está ubicado en la Isla Santa Cruz en Punta Estrada frente a la Bahía de Puerto Ayora, Tiene una capacidad de 48 huéspedes en 21 habitaciones.



Gráfico # 7: Fotografía del Hotel Finch Bay.
Fuente: Oxford Pete, (2008).

EL HOTEL FINCH BAY OFRECE	
SERVICIOS:	Actividades:
HOSPEDAJE.	Observación de aves.
RESTAURANTE.	Snorkeling.
BAR.	Caminatas.
TRANSPORTE.	Buceo.
VISITAS GUIADAS.	Ciclismo.
EQUIPOS DEPORTIVOS.	Cabalgatas.

TABLA # 5: SERVICIOS Y ACTIVIDADES QUE OFRECE EL HOTEL FINCH BAY.
ELABORADO POR: JUAN GERARDO BASTIDAS HIDALGO, (2011).

PRECIOS DE LOS PAQUETES TURÍSTICOS POR PAX		
DÍAS	Habitación Doble	Habitación Simple
4	\$ 1.053.00	\$ 1.388.00
5	\$ 1.398.00	\$ 1.857.00
8	\$ 2.260.00	\$ 3.152.00
BUCEO	\$ 1.613.00	\$ 2.062.00

TABLA # 6: PRECIOS DE LOS PAQUETES TURÍSTICOS POR PAX DEL HOTEL FINCH BAY.

ELABORADO POR: JUAN GERARDO BASTIDAS HIDALGO, (2011).

OBSERVACIONES EN EL PAQUETE TURÍSTICO DE FINCH BAY	
INCLUYE:	No Incluye:
TRANSFER IN/OUT EN GALÁPAGOS.	Ticket aéreo ida y vuelta a Galápagos \$414 para extranjeros y para nacionales a \$199 incluyen impuestos.
ACTIVIDADES MULTISPORT.	Impuesto del aeropuerto Internacional de vuelo de Quito (USD 41 por persona).
INSTALACIONES: PLAYA PRIVADA.	Propinas.
VISITA GUIADA A LA ESTACIÓN CIENTÍFICA CHARLES DARWIN.	Bebidas Alcohólicas.
EXCURSIONES.	Gastos personales.
ALOJAMIENTO.	La tarjeta de migración que tiene un valor de \$10.
	La tarjeta de migración que tiene un valor de \$10.
	Entrada al Parque Nacional Galápagos para nortes americanos y europeos \$100 y extranjeros de la Región andina \$50 y Nacionales \$6.

TABLA # 7: OBSERVACIONES DE LOS PAQUETES TURISTICOS DE HOTEL FINCH BAY.

ELABORADO POR: JUAN GERARDO BASTIDAS HIDALGO, (2011).

ii. HOTEL SILBERSTEIN

Precio: \$ 157.38 por pax.

El gráfico # 8.- Muestra al Hotel Silberstein, ubicado en Puerto Ayora en la Isla Santa Cruz cerca de la Estación Científica Charles Darwin, con sus actuales propietarios el Sr. Werner Silberstein y su esposa Gabriele ambos de orígenes alemanés.



Gráfico # 8: Fotografía Hotel Silberstein.
Fuente: Oxford Pete, (2008).

Servicios que ofrece el hotel Silberstein:

- 24 habitaciones.
- Restaurante con comida nacional e internacional.
- Bar – Cafetería, servicio de lavandería.
- Centro de buceo que trabaja en coordinación con la agencia alemana Extradivers.

iii. YATE YOLITA II

El gráfico # 9.- Muestra a la embarcación Yolita II de propiedad de la familia Paredes que son colonos residentes en Galápagos, la nave dispone de una capacidad para 16 pax ubicados en 9 cabinas dobles.



Gráfico # 9: Fotografía del Yate Yolita II.
Fuente: GALACRUISES, (2010).

- Precios 2011: 5 días de crucero con la primera noche en un hotel.
- Cabina doble por persona: USD 884.
- Charter: USD 30.140 para grupos americanos de la tercera edad.
- 5 días de crucero en cabina doble por persona: USD 2.039.
- Charter: USD 32.620 para grupos de americanos de la tercera edad.
- 8 días de crucero
- Cabina doble por persona: USD 2978.
- Charter: USD 47.640 para grupos de americanos de la tercera edad.

Sitios de visitas:

- Isla Santa Cruz – Parte Alta.
- Isla Rábida / Sombrero Chino.
- Isla Bartolomé / Isla Santa Cruz – Caleta Tortuga Negra.
- Isla Seymour Norte / Isla Santa Cruz - Playa Bachas.
- Isabela - Plazas Sur / Isla Santa Fe.
- Isla Española - Punta Suárez - Bahía Gardner.
- Isla Floreana - Punta Cormorán – Corona del Diablo - Bahía Post Office.
- Isla Santa Cruz - Estación Charles Darwin.

Características de los paquetes:

- Incluye: 8 días de crucero a bordo en cabinas dobles con baño privado, pensión completa de alimentos, guía naturalista.
- No incluido: Bebidas, propinas, gastos personales, impuestos de aeropuerto Internacional de vuelo (USD 41.- por persona), tarifa de entrada al Parque Nacional Galápagos USD 100, tarjeta de migración que tiene un valor de USD 10 por persona, vuelos hasta y desde Galápagos USD 414.

4. INVESTIGACIÓN DE MERCADO

a) TIPO DE MÉTODO

La investigación exploratoria indica que se puede tener una gran voluntad y entusiasmo para estudiar o investigar cualquier tema, pero si se desconoce del mismo se debe iniciar un estudio exploratorio, que permita conocer y familiarizar al investigador, para precisar mejor el problema que le interesa resolver o para comenzar a dar forma a alguna hipótesis previa. Por lo tanto, para utilizar este tipo de investigación es necesario tomar en cuenta que el conocimiento en general es tan equívoco e impreciso que impide sacar las más provisionarias conclusiones sobre qué aspectos son relevantes y cuáles no. (Nieves, F, 2006).

b) JUSTIFICACIÓN DEL MÉTODO

Para describir los estimadores que serían más idóneos en el diseño de la investigación se recurrió a explorar varios criterios que desde el primer momento tuvieron como finalidad la recolección de información secundaria y mediante un estudio de mercado previo tomados de los informes de algunas instituciones relacionadas con el turismo, tales como: Cámara de Turismo de Galápagos, Parque Nacional Galápagos y Ministerio de Turismo, lo que permitió identificar mejor éste tipo de mercado.

c) TAMAÑO DE LA POBLACIÓN

El procedimiento para la determinación del tamaño de la muestra es mediante el uso de la fórmula proporcional, la cual se utiliza al no conocer la probabilidad de ocurrencia de un evento.

En este proyecto el universo fue considerado como infinito, por tener que encuestar a un segmento de la población del Ecuador que comprende a varias provincias para el turismo nacional de tercera edad y el mismo grupo a nivel mundial que se compone de varios países para establecer la muestra de turismo extranjero de ancianos, para tener en claro que no se puede precisar el número exacto de personas, por lo que se considera que el universo es mayor a 100.000 personas.

d) CÁLCULO DE LA MUESTRA

Cuando se desconoce los porcentajes de individuos consumidores de un servicio, a P se le da su valor máximo que es de (0,5), lo mismo que a Q que son los literales empleados para determinar la ocurrencia o no de un evento. Se determina el error máximo que puede aceptarse en los resultados, máximo en un 6 %, ya que variaciones mayores hacen dudar de la validez de la información.

Se Obtiene la siguiente fórmula:

$$n = \frac{4 (P \times Q)}{e^2}$$

- n = tamaño de la muestra.
- P = probabilidad de que el evento ocurra (50%).
- Q = probabilidad de que el evento no ocurra (50%).
- e² = error permitido.

Esta fórmula se emplea cuando se trabaja con un intervalo de confianza del 95%, esto es, 2 veces el error estándar a partir de la media.

- P = (0.50).
- Q = (0.50).
- e² = (0.05)².

El tamaño de la muestra es:

$$n = \frac{4 (0.50) (0.50)}{(0.05)^2} = 400$$

n = 400 adultos mayores entre nacionales y extranjeros.

e) TÉCNICA DE RECOGIDA DE DATOS

PRINCIPALES OBJETIVOS DE LAS PREGUNTAS PARA REALIZAR LA ENCUESTA		
PREGUNTAS	Definición para el proyecto	
¿QUIÉN?	¿Quién o quiénes deben ser considerados en las encuestas?	Turistas nacionales y extranjeros.
¿QUÉ?	¿Qué tipo de información se debe obtener de los encuestados?	Información orientada a cumplir los objetivos de la investigación.
¿CUÁNDO?	¿Cuándo es el momento oportuno para realizar la encuesta?	Momentos de descanso de los encuestados.
¿DÓNDE?	¿Dónde se debe obtener la información?	Aeropuerto Baltra, área de salida de los vuelos.
¿POR QUÉ?	¿Por qué necesitamos obtener información de los entrevistados?	Para determinar las características descriptiva del segmento de adultos mayores.
¿QUÉ FORMA?	¿De qué forma se obtendrá la información?	Encuestas

TABLA # 8: PRINCIPALES OBJETIVOS DE LAS PREGUNTAS PARA REALIZAR LA ENCUESTA.

ELABORADO POR: JUAN GERARDO BASTIDAS HIDALGO.

f) RESULTADO GENERAL DE LA ENCUESTA

Durante el mes de noviembre del 2011 a los turistas nacionales y extranjeros que se encontraban en el área de salida del aeropuerto Baltra de las Islas Galápagos y que tenían boletos aéreos en sus manos para el regreso al Ecuador continental, se les solicitó de favor a aquellos con apariencia de tener más de 60 años de edad llenar el formato de la encuesta¹. Este trabajo de campo

¹ **NOTA:** El formato de la encuesta en el idioma Inglés se podrá encontrar en el anexo # 1, con su respectiva traducción al español dentro del análisis de la misma.

permitió el levantamiento de los datos y el posterior análisis de los resultados de manera positiva, sin ningún tipo de atraso.

g) ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS DE LA ENCUESTA

El gráfico # 10.- Muestra que el 90% del público participante tenían las edades comprendidas entre 60 y 70 años, el 9% desde los 70 hasta 80 años y el 1% señaló tener más de 80.

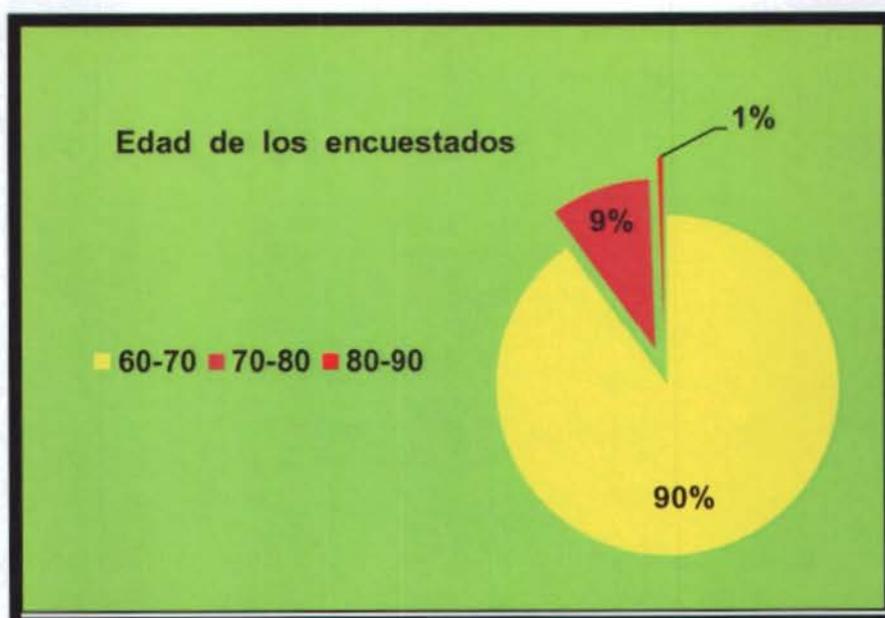


Gráfico # 10: Edad de los encuestados.
Elaborado por: Juan Gerardo Bastidas Hidalgo, (2011).

El gráfico # 11.- Indica que las nacionalidades con mayor número de participantes en las encuestas fueron: España con 14%, Estados Unidos de Norteamérica con el 25% y Ecuador con el 50%.



Gráfico # 11: Nacionalidades de los participantes adultos mayores encuestados. Elaborado por: Juan Gerardo Bastidas Hidalgo, (2011).

El gráfico # 12.- Indica que las principales profesiones de los participantes encuestados fueron: 36% pertenece al segmento de las ingenierías, seguidos de un 23 % para los profesores y el 25% para aquellos relacionados con las ramas de la Medicina.



Gráfico # 12: Profesiones de los encuestados. Elaborado por: Juan Gerardo Bastidas Hidalgo, (2011).

El gráfico # 13.- Muestra la clasificación de los géneros entre los 400 participantes que fueron: 58% de sexo masculino, seguidos por el 38% para el sexo femenino y un margen del 4% sin especificar.



Gráfico # 13: Géneros de los encuestados.
Elaborado por: Juan Gerardo Bastidas Hidalgo, (2011).

El gráfico # 14.- Muestra los resultados en porcentajes de la siguiente pregunta: ¿Cuáles eran o fueron sus principales intereses para la elección de las islas Galápagos como un destino turístico? Los participantes contestaron, por las playas y tortugas de Galápagos el 48%, el descanso en un 30%, turismo en 13% y un ultimo segmento en blanco con el 9%.

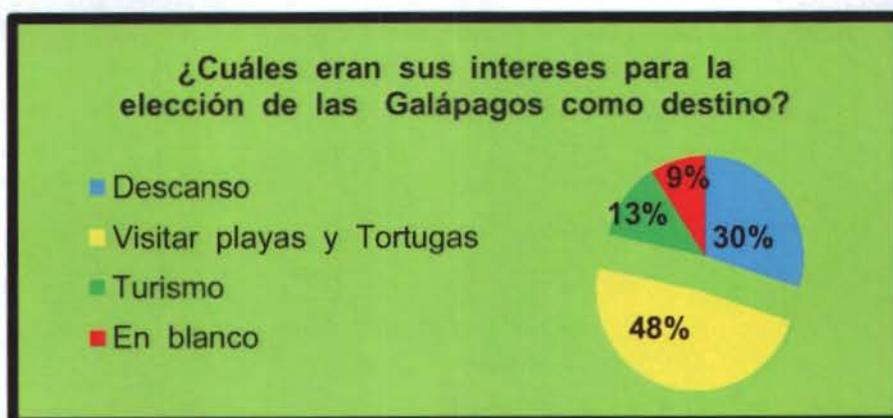


Gráfico # 14: Pregunta No. 1.
Elaborado por: Juan Gerardo Bastidas Hidalgo, (2011).

El gráfico # 15.- Muestra los resultados en porcentajes de la siguiente pregunta: ¿Qué actividad deberían realizar las personas adultas mayores en Galápagos? Los participantes respondieron de forma muy variada por las caminatas con un 28%, la fotografía con un 17%, la cabalgata con un 14 % y la bicicleta con un 28% que comprenden a las votación positiva en la práctica de estas actividad para el segmento específico de adultos mayores, frente a otras actividades con votación negativa tales como: el buceo y la natación con delfines.

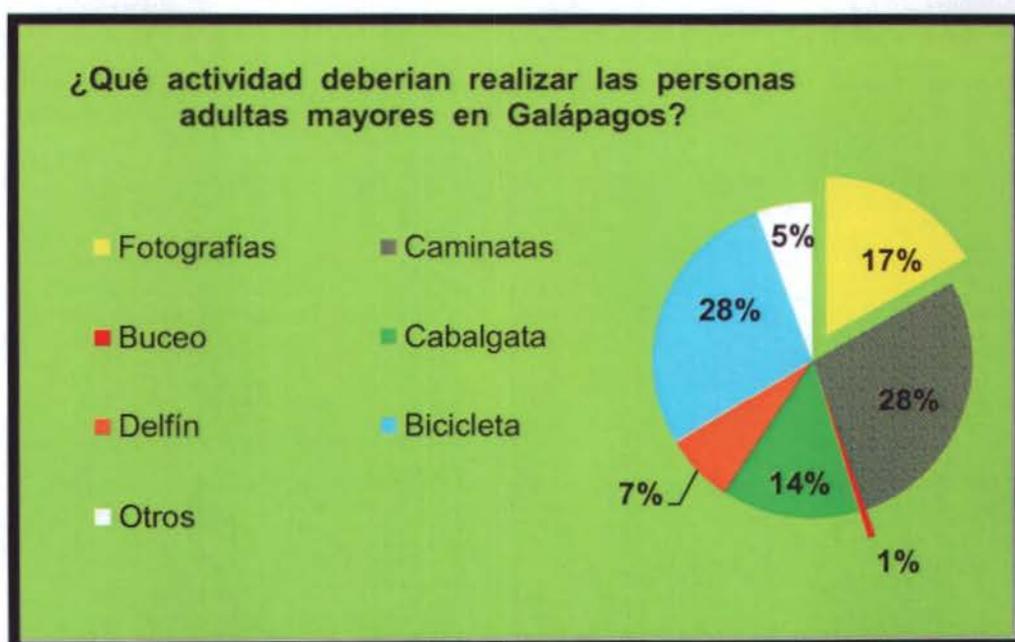


Gráfico # 15: Pregunta No. 2.
Elaborado por: Juan Gerardo Bastidas Hidalgo, (2011).

El gráfico # 16.- Muestra los resultados en porcentajes de la siguiente pregunta: ¿Dónde decidió quedarse alojado en Galápagos? Esta se creó para conocer la fragmentación del mercado y análisis de datos comparativos entre los periodos anteriores. Las respuestas de los participantes fueron: en primer lugar barcos con el 50%, los hoteles con un 32%, las casas con 13% y otros con 5%.



Gráfico # 16: Pregunta No. 3.
Elaborado por: Juan Gerardo Bastidas Hidalgo, (2011).

El gráfico # 17.- Muestra los resultados en porcentajes de la siguiente pregunta: ¿Qué considera usted, que para el Turismo Galápagos debe mejorar? Las respuestas fueron: mejorar el agua potable en un 44%, cambio de la infraestructura del aeropuerto en un 28%, cambio en el servicio hospitalario en un 19% y el 9% para todo tipo de cambios en los que figuran el servicio etc. Lo que da un indicio de las necesidades que tiene el turista y que nuestro servicio podría atender.

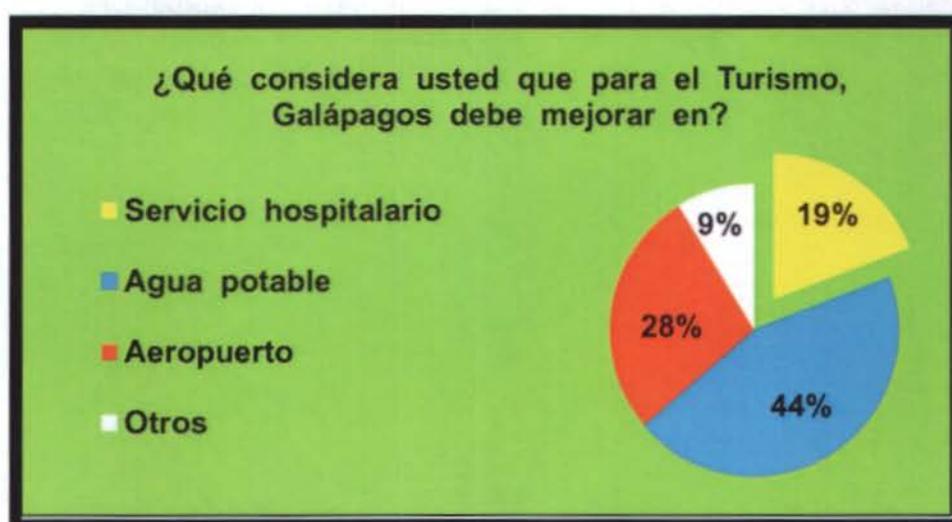


Gráfico # 17: Pregunta No. 4.
Elaborado por: Juan Gerardo Bastidas Hidalgo, (2011).

El gráfico # 18.- Muestra los resultados en porcentajes de la siguiente pregunta: ¿Qué piensa usted, los cruceros en Galápagos son económicos, caros, muy caros? El rango de económico fue votado con un 46,76%, el 26,25% para la opción de caro se relaciona de acuerdo a sus posibilidades económicas, en el pudieron elegir algo más económico como un hotel, el 26,99% que escogieron la opción de muy caro eligieron probablemente algún tipo de sustituto.



Gráfico # 18: Preguntar No. 5.
Elaborado por: Juan Gerardo Bastidas Hidalgo, (2011).

El gráfico # 19.- Muestra los resultados en porcentajes de la siguiente pregunta: ¿Cuál fue su rango de gasto en Galápagos? Para conocer la capacidad de consumo del grupo encuestado y con relación a la preguntas anteriores sobre el tipo de hospedaje el 17% indicó haber gastado menos de 1000 dólares, el 25% dijo haber gastado desde 1000 hasta los 2000, el 25% respondió que gastó un rango de 2000 a 3000, mientras que el rango más alto es para el segmento que gastó más de 3000 y que corresponde al 33%.

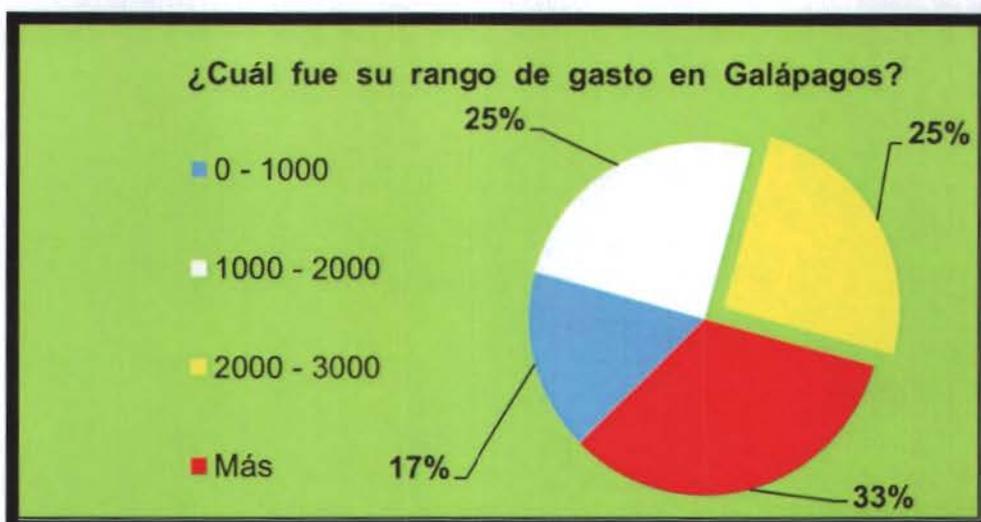


Gráfico # 19: Pregunta No. 6.
 Elaborado por: Juan Gerardo Bastidas Hidalgo, (2011).

El gráfico # 20.- Muestra los resultados en porcentajes de la siguiente pregunta: ¿Cuánto tiempo se quedó en las Islas Galápagos? Los encuestados respondieron el 89% para la opción de una semana, el 3% para aquellos que se quedaron quince días, el 5% para aquellos que se quedaron un mes y el 3% para aquellos que se quedaron más de un mes.

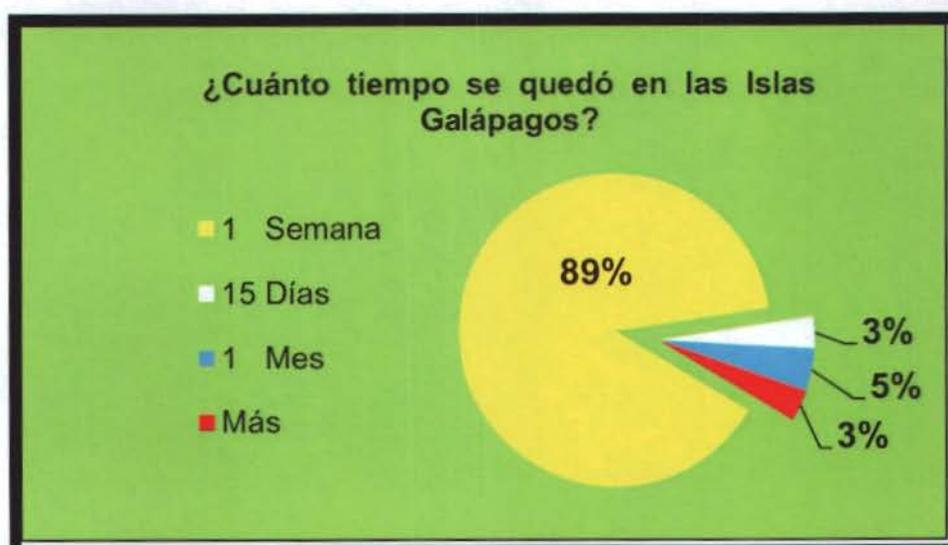


Gráfico # 20: Pregunta No. 7.
 Elaborado por: Juan Gerardo Bastidas Hidalgo, (2011).

El gráfico # 21.- Muestra los resultados en porcentajes de la siguiente pregunta: ¿Cree usted que el tiempo que dedicó a conocer las islas es mucho, poco, lo necesario? El 69,03% de los participantes votaron por la opción de poco tiempo, a diferencia de un 20,65% para aquellos que respondieron que fue suficiente su estadia y que se podría descartar de la lista de turistas que probablemente volverán.

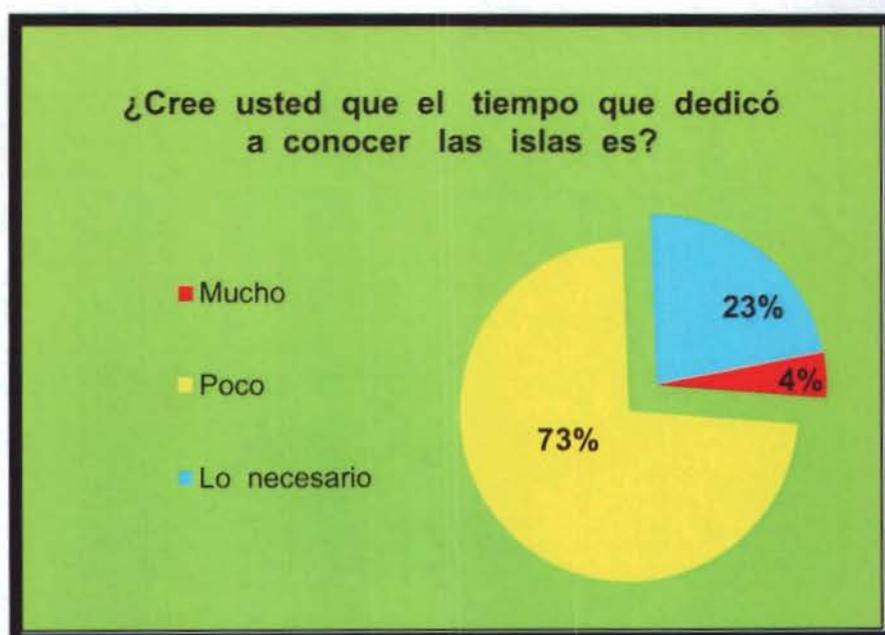


Gráfico # 21: Pregunta No. 8.
Elaborado por: Juan Gerardo Bastidas Hidalgo, (2011).

El gráfico # 22.- Muestra los resultados en porcentajes de la siguiente pregunta: ¿Qué piensa usted de una Residencia Geriátrica en Galápagos? El 54% de los participantes indicaron que era una excelente idea, el 25% muy buena idea, el 7% por la opción de una buena idea y el 14% votaron de forma negativa, con estas opiniones se trató de conocer cuál es la percepción de los adultos mayores hacia la creación de uno de estos establecimientos en Galápagos.

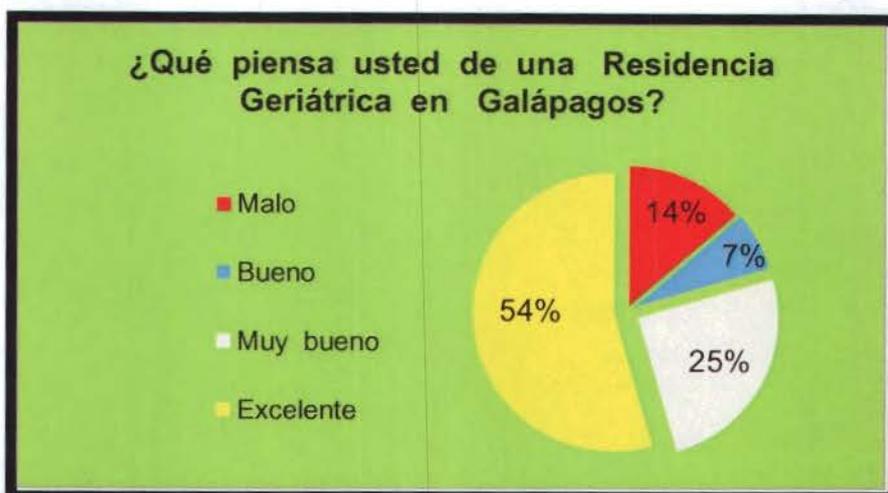


Gráfico # 22: Pregunta No. 9.
 Elaborado por: Juan Gerardo Bastidas Hidalgo, (2011).

5. PLAN DE MARKETING

Puerto Ayora está ubicado en la costa sur de la Isla Santa Cruz, el Océano Pacífico y las demarcaciones del Parque Nacional Galápagos son los dos elementos que condicionan a la ciudad en un aparente aislamiento, en su lugar el eventual desarrollo económico se contempla por la actividad de turismo y de pesca no habituales, las parroquias de Bellavista y Santa Rosa son las cabeceras cantonales a las orillas de la Vía Baltra.

Los turistas extranjeros que llegan a Galápagos son en su mayoría Médicos, Biólogos, Maestros, entre otros. La mayoría jubilados en Estados Unidos o Europa con un alto poder de consumo.

Los recursos financieros serán destinados para la creación de las diferentes estrategias de mercadeo, que aseguren las ventas de los servicios que prestará la empresa al nicho de adultos mayores. Considerando un 9,17% de incremento anual de turistas a Galápagos desde el año 1979 hasta el periodo del 2009, según los datos extraídos del resumen ejecutivo del 2010 del P.N.G y considerando el 30% crecimiento demográfico de ancianos que indica la (O.M.S).

INGRESOS DE TURISTAS A GALÁPAGOS (1979-2009)

AÑO	Nacionales		Extranjeros		Media	
1979	2.226	PAX	9.539	PAX	11.765	PAX
1980	3.990	179,25%	13.455	141,05%	17.445	148,28%
1981	4.036	101,15%	12.229	90,89%	16.265	93,24%
1982	6.067	150,32%	11.056	90,41%	17.123	105,28%
1983	7.254	119,56%	10.402	94,08%	17.656	103,11%
1984	7.627	105,14%	11.231	107,97%	18.858	106,81%
1985	6.279	82,33%	11.561	102,94%	17.840	94,60%
1986	12.126	193,12%	13.897	120,21%	26.023	145,87%
1987	17.769	146,54%	14.826	106,68%	32.595	125,25%
1988	17.192	96,75%	23.553	158,86%	40.745	125,00%
1989	15.133	88,02%	26.766	113,64%	41.899	102,83%
1990	15.549	102,75%	25.643	95,80%	41.192	98,31%
1991	14.815	95,28%	25.931	101,12%	40.746	98,92%
1992	12.855	86,77%	26.655	102,79%	39.510	96,97%
1993	10.136	78,85%	36.682	137,62%	46.818	118,50%
1994	13.357	131,78%	40.468	110,32%	53.825	114,97%
1995	15.483	115,92%	40.303	99,59%	55.786	103,64%
1996	16.113	104,07%	45.782	113,59%	61.895	110,95%
1997	13.979	86,76%	48.830	106,66%	62.809	101,48%
1998	14.440	103,30%	50.351	103,11%	64.791	103,16%
1999	12.602	87,27%	53.469	106,19%	66.071	101,98%
2000	14.561	115,55%	54.295	101,54%	68.856	104,22%
2001	19.711	135,37%	57.859	106,56%	77.570	112,66%
2002	22.939	116,38%	59.287	102,47%	82.226	106,00%
2003	28.346	123,57%	62.999	106,26%	91.345	111,09%
2004	33.977	119,87%	74.957	118,98%	108.934	119,26%
2005	35.504	104,49%	86.110	114,88%	121.614	111,64%
2006	47.833	134,73%	97.396	113,11%	145.229	119,42%
2007	51.411	107,48%	110.440	113,39%	161.851	111,45%
2008	53.460	103,99%	119.952	108,61%	173.412	107,14%
2009	56.766	106,18%	106.714	88,96%	163.480	94,27%
SUMA		111,40%		108,38%		109,17%

TABLA # 9: PROMEDIO DE INGRESOS DE TURISTAS A GALÁPAGOS DESDE 1979 HASTA EL AÑO 2009.

ELABORADO POR: JUAN GERARDO BASTIDAS HIDALGO, (2011).

a) Objetivos de la publicidad

- Apoyar a las ventas de los nuevos servicios que ofrecerá la empresa en el mercado del hospedaje dentro de las Islas Galápagos para los turistas adultos mayores.
- Asistir con información adecuada al nicho de adultos mayores a través de la página web y medio telefónico.
- Apoyar la difusión del turismo geriátrico a nivel nacional.
- Difundir a la empresa a nivel nacional e internacional mediante el internet y/o vallas publicitarias en puntos estratégicos del país con mayor afluencia de turistas.

El gráfico # 23.- Muestra que en el mercado de turismo de Galápagos existe dos temporadas bajas, la primera comprende a los meses de abril – mayo; y la segunda en septiembre - octubre.



Gráfico # 23: Presupuesto destinado para publicidad en temporada baja.
Elaborado por: Juan Gerardo Bastidas Hidalgo, (2011).

El presupuesto anual para el área de ventas será principalmente utilizado en los meses de abril, mayo, septiembre y octubre que corresponden a los meses de baja recepción.

Para asegurar e incrementar las ventas se establecerá en los meses de marzo y agosto la suma de \$3.000 dólares para gastos en publicidad por cada temporada que equivale a \$1.000 dólares mensuales y que podrán ser utilizados durante los 6 meses o ser invertidos de una sola vez según la necesidad, se fijará un 5% de incremento anual para este tipo de gasto.

La tabla # 10. - Muestra el presupuesto anual para gastos en ventas de los primeros cinco años.

GASTOS DE VENTAS					
TIPO	2013	2014	2015	2016	2017
GASTOS DE VENTAS Y PUBLICIDAD	\$ 6.000,00	\$ 6.300,00	\$ 6.615,00	\$ 6.945,75	\$ 7.293,04

TABLA # 10: GASTOS DE VENTAS.

ELABORADO POR: JUAN GERARDO BASTIDAS HIDALGO, (2011).

b) SEGMENTACIÓN DE MERCADO

El gráfico # 24.- Muestra la capacidad en porcentajes de la recepción que tuvo cada segmento de mercado de hospedaje en Galápagos y que ofrecieron sus servicios turísticos en el periodo 2010, como preexistieron: Los barcos, hoteles, residencias familiares y colectivas, entre otros.

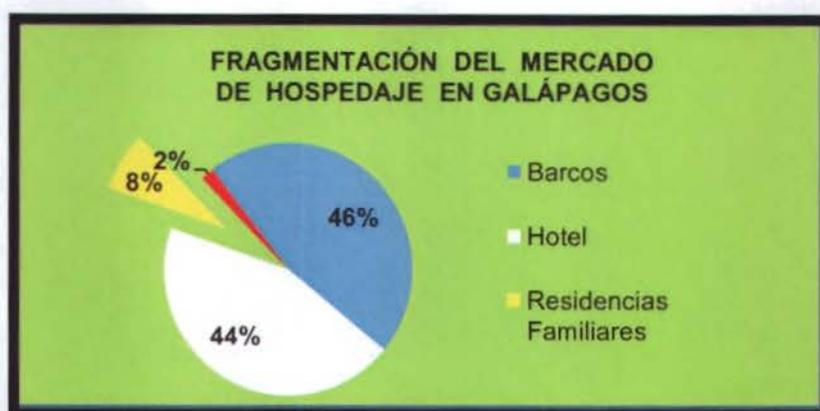


Gráfico # 24: Fragmentación del mercado del hospedaje en Galápagos.
Fuente: P.N.G, (2010).

c) MERCADO META

La tabla # 11.- Muestra los Cálculos con la formula financiera llamada Media Geométrica y con la misma que se logró establecer que el promedio en porcentaje hasta el 2009 fue del 9,17%. Según las proyecciones de la empresa se estima que para el año 2017 los ingresos de turistas alcancen una cifra de 337.788 que será igual al 9,56% entre nacionales y extranjeros.

<i>Proyecciones de los futuros ingresos de turistas a Galápagos desde el año 2008 hasta el periodo del 2017</i>						
AÑO	Nacionales		Extranjeros		Suma	
2008	53.460	103,99%	119.952	108,61%	173.412	107,14%
2009	56.766	106,18%	106.714	88,96%	163.480	94,27%
2010	63.237	111,40%	115.657	108,38%	178.894	109,43%
2011	70.446	111,40%	125.349	108,38%	195.795	109,45%
2012	78.477	111,40%	135.853	108,38%	214.330	109,47%
2013	87.424	111,40%	147.237	108,38%	234.661	109,49%
2014	97.390	111,40%	159.576	108,38%	256.966	109,51%
2015	108.492	111,40%	172.948	108,38%	281.441	109,52%
2016	120.861	111,40%	187.441	108,38%	308.302	109,54%
2017	134.639	111,40%	203.149	108,38%	337.788	109,56%
CRECIMIENTO	34.987	110,61%	67.432	106,29%	102.419	108,45%

TABLA # 11: PROYECCIONES DE LOS FUTUROS INGRESOS DE TURISTAS A GALÁPAGOS PARA EL PERIODO DEL 2017.

FUENTE: P.N.G.

ELABORADO POR: JUAN GERARDO BASTIDAS HIDALGO, (2011).

La tabla # 12.- Muestra la segmentación del mercado de hospedaje en el año 2008 con un total de 173.296 pax. En la misma que se logró calcular el 43,79% que corresponde al grupo de hoteles y otros servicios que serán la competencia directa e indirecta para la empresa.

SEGMENTOS DEL MERCADO DE HOSPEDAJE EN EL PERIODO DEL 2008		
TIPO DE HOSPEDAJE	Nº VISITANTES	PORCENTAJE
BARCOS	79.657	45,97%
HOTELES	75.888	43,79%
RESIDENCIAS FAMILIARES	12.839	7,41%
RESIDENCIAS COLECTIVAS	2.953	1,70%
OTROS	1.488	0,86%
EN BLANCO	471	0,27%
TOTAL	173.296	100,00%

TABLA # 12: SEGMENTOS DEL MERCADO DE HOSPEDAJE EN EL PERIODO DEL 2008.
FUENTE: P.N.G, (2010).

Nicho de adultos mayores		
60-80 años	Promedio	
	Pax	Porcentaje
	22.766	30%

Tabla # 13: Cálculo de los adultos mayores que hicieron uso de los servicios de hospedaje ofrecidos por el segmento de hoteles en el 2008 en Galápagos.

Fuente: O.M.S, (2010).

Elaborado por: Juan Gerardo Bastidas Hidalgo, (2011).

CAPACIDAD MÁXIMA DE OPERACIÓN DE LA EMPRESA		
= 20 PAX / DIARIOS	Nº días	Capacidad
POR DÍA	1	20 Pax
POR MES	30	600 Pax
POR AÑO	365	7.300 Pax

TABLA # 14: CAPACIDAD MÁXIMA DE OPERACIÓN DE LA EMPRESA.
ELABORADO POR: JUAN GERARDO BASTIDAS HIDALGO, (2011).

SEGMENTO DE MERCADO		
HOTELES	Ventas	
	Pax	Porcentaje
	75.888	43,79%
NICHO DE ADULTOS MAYORES		
60 - 80 AÑOS	Promedio	
	Pax	Porcentaje
	22.766	30%
MERCADO META		
ROOTS HUMAN	Capacidad	
	Pax	Porcentaje
	7.300	32,06%

TABLA # 15: MERCADO META DE ROOTS HUMAN GALÁPAGOS RESIDENCE.

ELABORADO POR: JUAN GERARDO BASTIDAS HIDALGO, (2011).

d) POSICIONAMIENTO

El gráfico # 25.- Muestra el posicionamiento de la empresa Roots Human Galápagos Residence en comparación con los demás segmentos del mercado, con una oferta de 7.300 camas disponibles para la venta en cada año o equivalente al 32,06% de la capacidad de recepción de los hoteles, colocandose entre las residencias familiares y las colectiva, esperando captar esa misma cantidad del incremento anual según la escala geometrica calculada con anterioridad en este proyecto.



Gráfico # 25: Posicionamiento de Roots Human en el mercado.
Fuente: P.N.G. (2010).
Elaborado por: Juan Gerardo Bastidas Hidalgo, (2011).

e) MARKETING MIX

i. PRODUCTO

Los servicios que ofrecerá la residencia serán:

- Servicios directos: hospedaje, desayunos, almuerzos, cenas, recreación, bebidas alcohólicas y no alcohólicas en las instalaciones de la empresa.
- Servicios indirectos: Transporte terrestre, aéreo, marítimo, visitas guiadas y alquiler de equipos deportivos para practicar buceo, bicicleta, kayak, cabalgata, snorkeling full time, etc. por medio de outsourcing locales.
- Asistencia médica geriátrica gratuita durante la estadía.

Es importante mencionar que de acuerdo a la necesidad de cada persona se dará este asesoramiento pertinente para que puedan realizar las actividades que estén más acordes a su condición, dando así gran importancia al cliente lo que conllevará a un cliente satisfecho y a la publicidad gratuita de persona a persona.

De acuerdo a la demanda se tomarán todas las precauciones para asistir a cada cliente, tomando contacto con las empresas locales que ofrecen gran variedad de actividades a los turistas, para que conozcan las diferentes situaciones a las que deberán prestar atención.

ii. PRECIO

Como Galápagos es un mercado que no tiene competencia aún definida, se fijará el precio tomando como base a aquellos que ya existen de manera genérica, y poder proporcionar un valor agregado sin dejar de lado el objetivo principal del proyecto.

Con la finalidad de solventar gastos administrativos y operativos que requiere este tipo de negocio, se establecieron los siguientes precios de venta, que muestra la tabla # 16.

TABLA DE PRECIOS DE LOS SERVICIOS			
TIPO DE SERVICIO	VALOR	SERVICIO	I.V.A
HOSPEDAJE	\$ 100,00	\$ 10,00	\$ 12,00
DESAYUNOS	\$ 3,00	\$ 0,30	\$ 0,36
ALMUERZOS	\$ 4,00	\$ 0,40	\$ 0,48
CENAS	\$ 5,00	\$ 0,50	\$ 0,60
BEBIDAS ALCOHÓLICAS	\$ 4,00	\$ 0,48	\$ 0,48
BEBIDAS NO ALCOHÓLICAS	\$ 3,00	\$ 0,30	\$ 0,36
VISITAS GUIADAS	\$ 15,00	\$ 0,00	\$ 1,80
COMISIÓN POR TRANSPORTE TERRESTRE	\$ 1,00	\$ 0,00	\$ 0,12
COMISIÓN POR TRANSPORTE MARÍTIMO	\$ 25,00	\$ 0,00	\$ 3,00
COMISIÓN POR TRANSPORTE AÉREO	\$ 50,00	\$ 0,00	\$ 6,00
COMISIÓN POR ALQUILERES DE EQUIPOS DEPORTIVOS	\$ 10,00	\$ 0,00	\$ 1,20

TABLA # 16: PRECIOS DE LOS SERVICIOS.

ELABORADO POR: JUAN GERARDO BASTIDAS HIDALGO, (2011).

iii. PLAZA

Gráfico # 26.- Muestra un mapa de la Isla Santa Cruz en donde se ubicará de forma estratégica a la empresa por ser este lugar el centro del Archipiélago y por su cercanía con el aeropuerto de Baltra, que la identifica como un paso obligatorio de personas y productos.



Gráfico # 26: Isla Santa Cruz.
Fuente: Gobierno del Municipio de Santa Cruz, (2012).

iv. PROMOCIÓN

“Roots Human Galápagos Residence” es un término en inglés que significa Raíces Humanas. Este nombre irá acompañado de la ubicación y el tipo de servicio.

Visión

Consolidarse en el liderazgo de servicios turísticos para adultos mayores en las Islas Galápagos, en el Ecuador y el Mundo, con la finalidad de satisfacer las necesidades con calidad y calidez.

Para esto se colocó en el logo un fondo de color verde esperanza que indica las circunstancias ecológicas en el cuidado del medio ambiente, la mano en el centro expresa el 1 significando ser los pioneros en esta línea de hospedaje, tomando el símbolo de una idea norteamericana de lenguaje mímico utilizado en la mayoría de los campeonatos.

Grafico # 27.- Muestra al logo de la empresa que también sirve para señalar al candidato favorito “A1” el primero de la lista, el primero de la numeración y simplemente “el mejor”.



Gráfico # 27: Logo.
Elaborado por: Juan Gerardo Bastidas
Hidalgo, (2011).

Con el slogan “Los primeros en evolución de servicios de calidad con calidez” la estrategia de mercadotecnia se llevará a cabo tomando en cuenta los atributos en los servicios ofrecidos por la empresa, lo que marcará la diferencia.

La promoción de la empresa se realizará por medio de la creación de una página web que permita llegar a todo el mundo y que proporcionará al usuario adulto mayor de forma asistida información de las noticias relacionadas con Galápagos, mediante salas de chat abiertas que relacionen al cliente con la empresa.

Se buscará hacer convenios estratégicos con el proyecto viaja fácil patrocinado por el Ministerio de Turismo y el Instituto de Seguridad Social Ecuatoriano, que incluyan ofertas y descuentos para nacionales y extranjeros.

Se buscará realizar convenios con el programa de televisión Aprendamos auspiciado por el Muy Ilustre Municipio de Guayaquil, para contribuir al uso y aprendizaje de la computación por parte de los adultos mayores.

Como estrategia de marketing la empresa será auspiciante de actividades deportivas para adultos mayores en otras ciudades del país. Se destinará dos cabañas dobles para establecer convenios con el Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social, Estación Científica Charles Darwin, Parque Nacional Galápagos y con las compañías aéreas TAME, AEROGAL, LAN ECUADOR, con el fin de intercambiar publicidad todo el año especialmente en abril, mayo, septiembre y octubre que comprenden a los meses más bajos en ventas para el turismo en Galápagos.

El gráfico # 28.- Muestra un ejemplo de lo que será la página web de “Roots Human Galápagos Residence” y de color azul a los espacios o cuadros designados para el intercambio de publicidad con otras empresas como parte de las alianzas estratégicas de marketing y ventas.

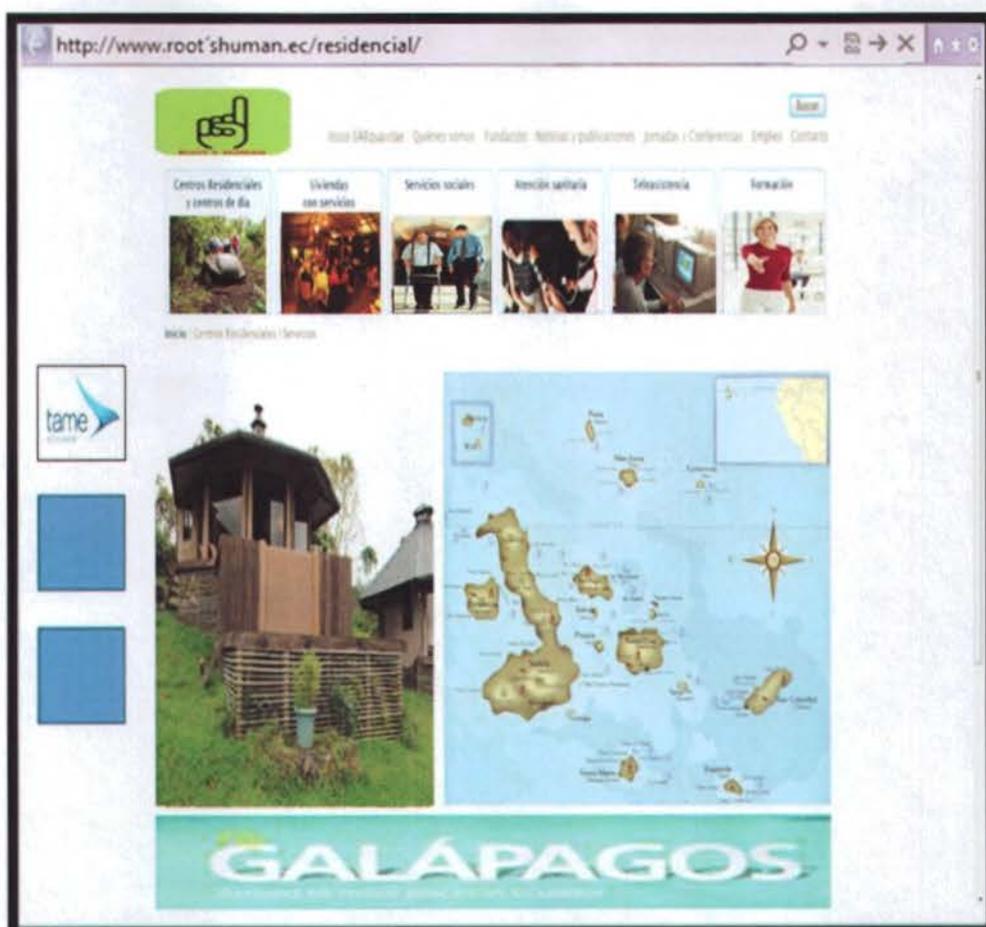


Gráfico # 28: Modelo de la futura página Web de la empresa.

Fuente: (Navarro, 2009), (Nautidivin, 2008), (TAME, 2009), (Menghinno, 2009), (CAPTURGAL, 2006) & (Garaychoa, 2009).

Elaborado por: Juan Gerardo Bastidas Hidalgo, (2011).

f) ESTRATEGIAS DE VENTAS

La estrategia principal del negocio es proporcionar al adulto mayor atención médica geriátrica durante su estadía en las islas, de acuerdo a la necesidad sin ningún costo, dando así un valor agregado a este tipo de servicios, y a su vez promover para que recomienden este servicio.

- Brindar un producto de calidad con calidez que satisfaga las expectativas del turista, ya que esto será la mejor publicidad.
- Crear promociones especialmente en las temporadas bajas.

- Crear valores agregados para el servicio a nuestros clientes es decir brindar una buena atención, un trato amable, cumplir con los tratos, ofrecer una atención eficaz y trato personalizado.
- Hacer seguimiento continuo (post venta) tomando en cuenta la satisfacción del cliente a fin de diseñar nuevas estrategias o rediseñar las que ya se tienen.
- Incrementar eficiencia en las actividades que realiza el personal que laborará en la residencia.
- Se establecerá un convenio con Transportes Aéreos Militares Ecuatorianos para dar un descuento a los adultos mayores nacionales a partir del segundo día en los meses de abril, mayo, septiembre y octubre.
- Se realizará una alianza estratégica de marketing de intercambio publicitario, con la compañía aérea AEROGAL sobre todo en la ruta Miami - Guayaquil - Galápagos.
- Una de las estrategias para ventas será asociarse con otras empresas a fin de lograr un beneficio para ambas, como por ejemplo compartir canales de distribución o puntos de ventas o clientela si el caso lo amerita.

C. ESTUDIO TÉCNICO



Gráfico # 29: Pirámide de la gestión de calidad.

Fuente: Universidad Católica Santiago de Guayaquil, (2011).

Elaborado por: Juan Gerardo Bastidas Hidalgo, (2011).

1. RESPONSABILIDAD DE LA EMPRESA

La empresa certificará el uso correcto de las destrezas humanas que estén acordes con el porvenir de la comunidad.

- Identificar las necesidades y deseos de los clientes.
- Responsabilidad con el medio ambiente y la comunidad.
- Seguridad alimentaria.
- Prevención de sucesos de emergencia.
- Adaptar la empresa al programa de disminución de riesgos e incidentes, eliminando las barreras arquitectónicas existentes.

2. GESTIÓN DEL CAPITAL HUMANO

Dirigirán a todos los demás departamentos de la empresa, realizarán reuniones periódicas para evaluar el desempeño de las actividades por cada departamento durante el lapso de tiempo estimado, así mismo coordinarán los nuevos planes para el futuro.

Tienen como metas conseguir los resultados necesarios que permitan la rentabilidad de la inversión, además de mantener y elevar el posicionamiento de la imagen de la empresa en el mercado.

Finalmente deberán favorecer el mejor clima de relaciones internas y externas, apoyándose en un trabajo en equipo y la mejora continua, todo esto de acuerdo con las políticas establecidas.

El gráfico # 32.- Muestra el organigrama en el que figura como principal responsable el director de la empresa, quien en conjunto con la directora financiera darán cumplimiento a objetivo general y a los específicos.

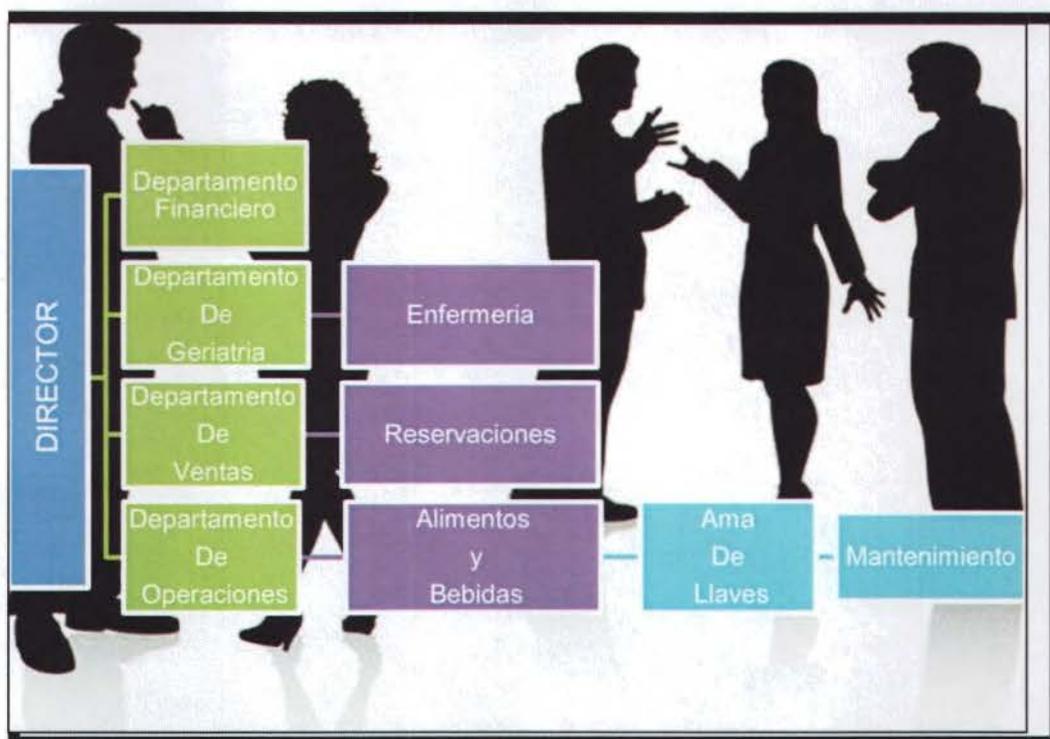


Gráfico # 30: Organigrama de la empresa.
Elaborado por: Juan Gerardo Bastidas Hidalgo, (2011).

Los clientes internos difundirán los principios y políticas de la empresa como responsables de la gestión ambiental en disminución de residuos en los diferentes periodos de crecimiento y expansión para promover el mercado productivo local.

3. CARGOS Y FUNCIONES

CARGOS Y FUNCIONES	
CARGO	Funciones
DIRECTOR/A GENERAL	Planificará, organizará, dirigirá, coordinará y controlará la gestión de la residencia para asegurar el cumplimiento de la los objetivos empresariales.
MÉDICO GERIATRA	Realizará un chequeo de las condiciones de salud de los pax: antes, durante y después del hospedaje.
DIRECTOR/A FINANCIERA	Realizara la supervisión en manejo de los recursos, elaboración de presupuestos y envío de documentación requerida.

JEFE/A DE OPERACIONES	Desarrollará el uso eficiente de las actividades comerciales, de servicio y económicas, mantendrá los estándares de calidad, logrando la mayor satisfacción de los clientes.
ENFERMERAS/OS	Controlarán el estado de salud de los huéspedes a lo largo de su estancia con las especificaciones detalladas del médico geriatra.
CAJERA/O	Realizará cálculos de nómina, chequeará los cortes de caja y capturará información contable.
COCINEROS/AS	Elaborarán el o los menús establecidos por los clientes y mantendrán su área operativa limpia.
MESEROS	Atenderán a los comensales, ofrecerán la carta, tomarán las órdenes, llevarán los platillos, limpiarán las mesas, cambiarán los blancos y mantendrán limpias las áreas e informarán al capitán de meseros de los faltantes.
BARTENDERS	Lavará los vasos y ceniceros, preparará los tragos, limpiará las mesas en el área de servicios, atenderá a los clientes.
CAMAREROS/AS	Mantendrán limpias las habitaciones, proveerán de insumos generales y de las áreas verdes dentro del establecimiento.
LAVANDERAS/OS	Lavarán colchas, sábanas, fundas, toallas, manteles y uniformes del personal, etc.
BODEGUERO	Contactará a los proveedores, controlará la calidad de los productos y estibaré en las bodegas.
JARDINERO	Cuidará las áreas verdes del establecimiento, controlará los objetos visibles para prevenir futuros accidentes.
RECEPCIONISTA	Atenderá al cliente y llevará el control de chequeos además de supervisar que las habitaciones estén limpias.
GUARDIAS	Mantendrán el orden, controlarán el ingreso de las personas a las instalaciones, registrarán en la bitácora la llegada y salidas de los vehículos.

TABLA # 17: CARGOS Y FUNCIONES.

ELABORADO POR: JUAN GERARDO BASTIDAS HIDALGO, (2011).

a) IMAGEN DEL PERSONAL

Presencia del personal: A continuación se presentan un modelo de enunciado de las principales pautas relacionadas a la presentación del personal:

- **Higiene personal:** Se deberá tomar una ducha todos los días antes de comenzar su turno, usando jabón y desodorante. Los dientes deberán estar limpios y con aliento fresco.
- **Cabello:** El cabello se deberá ser usado en forma limpia, arreglada y según la moda conservadora. No se permiten estilos salvajes ni multicolores.
- **Maquillaje:** Deberá ser sobrio y de buen gusto. No se permitirán colores brillantes o fluorescentes. Deberá ser sobrio y de buen gusto. No se permitirán colores brillantes o fluorescentes.
- **Uñas:** Deberán estar limpias y en buen estado en todo momento. La pintura debe ser clara y no saltada. No se permite el largo de uñas excesivo. Las empleadas de cocina no deberán usar pintura de uñas.
- **Barba y Bigotes –optativo-:** No se permiten barbas. Los bigotes deberán ser mantenidos bien cortados, sin que cubran o caigan por encima del labio superior. No se permiten patillas largas.
- **Accesorios:** Deberán ser conservadores. No se permiten estilos alocados. Un aro por oreja, no más largo de dos centímetros. No se permite el uso en personal masculino. Un anillo por mano. Los collares deberán ser usados dentro del uniforme. Las pulseras sólo podrán ser usadas por personal administrativo. Se podrán usar relojes.
- **Uniforme:** Deberá usar siempre el uniforme correspondiente. Esto incluye limpieza del mismo, bien planchado con todos los botones en su lugar y los zapatos limpios y lustrosos. No se deberán usar los mismos fuera del establecimiento.
- **Placas identificadoras:** Perfectamente ajustada del lado derecho.

4. PLAN OPERATIVO

La distribución física de la planta será la siguiente:

- 1 restaurante.
- 10 cabañas dobles.
- 1 sala comunitaria.
- 2 jardines.
- 2 parqueaderos.
- 1 área de administración.

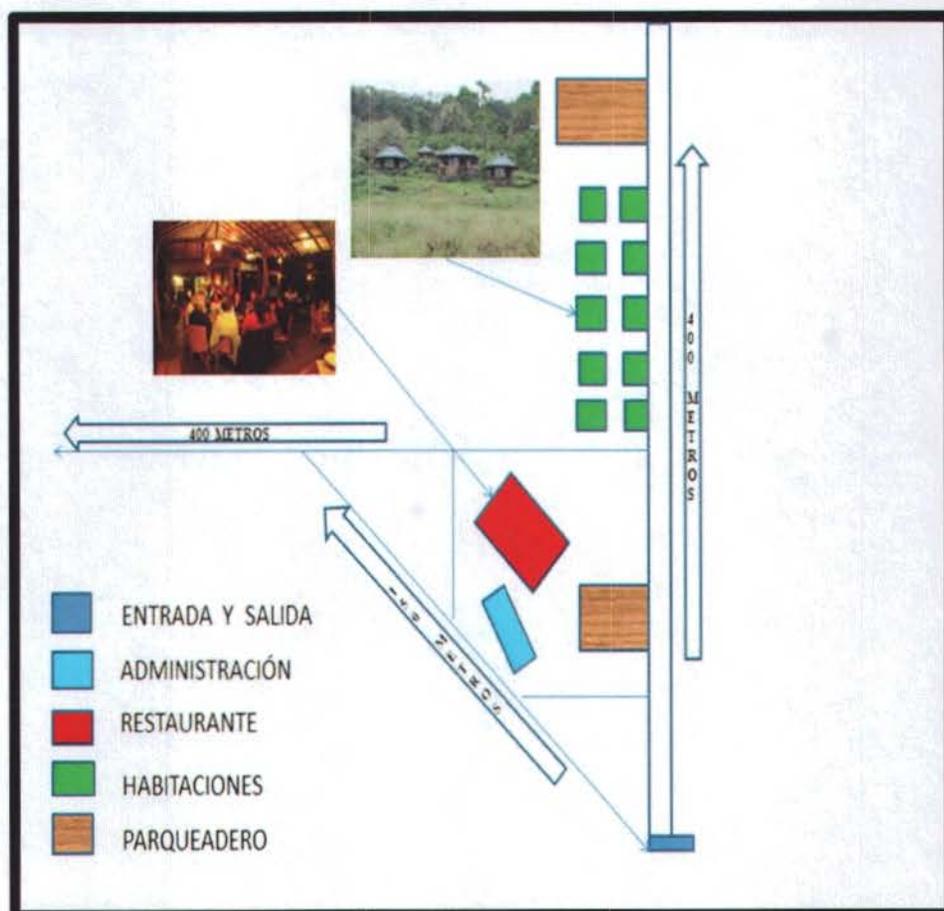


Gráfico # 31: Distribución de las áreas de la residencia.
Elaborado por: Juan Gerardo Bastidas Hidalgo, (2011).

El gráfico # 32.- Muestra la ubicación geográfica exacta de la residencia, que estará a 800 metros de la carretera principal.

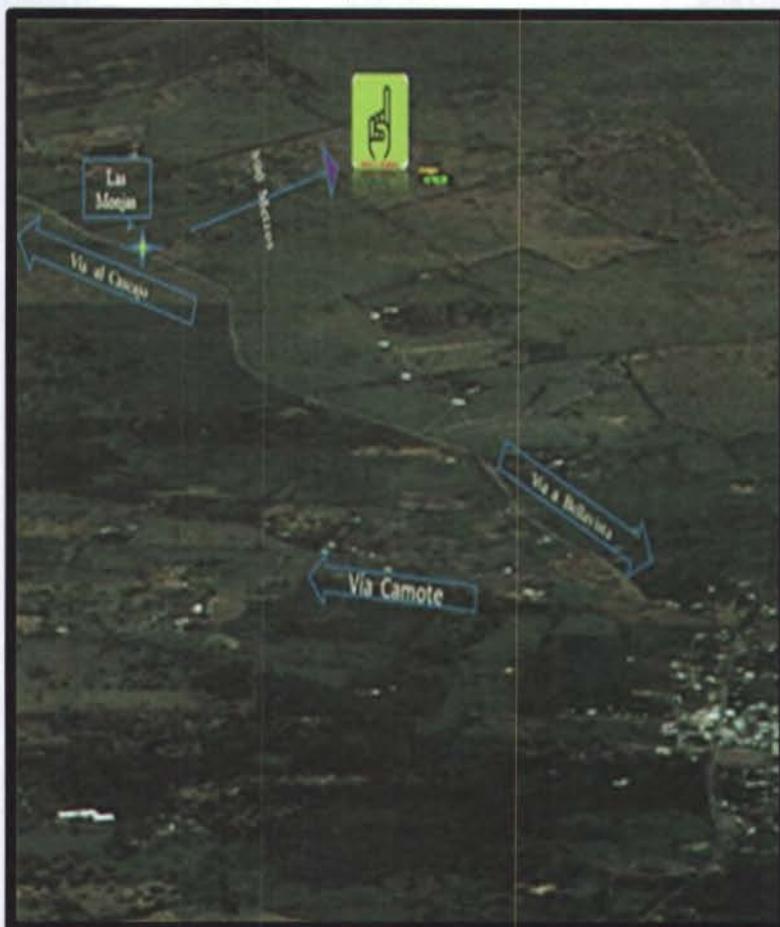


Gráfico # 32: Ubicación geográfica de las residencias.
Elaborado por: Juan Gerardo Bastidas Hidalgo, (2011).
Fuente: Google Earth. (2011).

La residencia funcionará de lunes a domingo los 365 días del año. El horario de funcionamiento será de (7:00 a.m. A 10:00 p.m.). Para una mejor administración de capital humano se establecerán los turnos de trabajo de una manera regularizada, a fin de atender al cliente en el momento que lo necesite.

a) SISTEMAS PRODUCTIVOS

i. DEPARTAMENTO DE MERCADEO Y VENTAS

FA Objetivo general

Este departamento integrará a todos los demás, pero se dedicará principalmente a las ventas y a la publicidad, aquí es donde se contactará a los futuros clientes con la empresa para ofrecerle los servicios.

FB Objetivos específicos

- Elaborar estrategias de publicidad y promoción.
- Buscar clientes potenciales.
- Informar sobre las ventas al departamento de contabilidad y finanzas.

FC Función del departamento

El director de la empresa participará activamente en esta área por dos razones. En primer lugar desarrollar las ventas de las actividad variadas de la residencia y que tendran como fin la promoción de las operaciones diarias, y en segundo lugar la inplantación de las política de ventas que se entrelazaran con la imagen de este departamento ante el publico.

FD Responsabilidades del departamento

I. Plantación

Como sucede con las ventas de las agencias de viajes, el periodo de reservación puede ser a corto tiempo, pero aún así se reservan las habitaciones con mucha anticipación a la fecha real. Puesto que las metas de largo alcance son extremadamente importantes y para esto será vital una plantación correcta.

2. Políticas

Las políticas serán establecidas en relación con cada uno de los siguientes puntos y deberán producir el máximo de ingreso para la residencia.

- Las tarifas diferenciadas serán entre reservaciones de grupos, convenciones, agencias de viajes o individuos.
- La capacidad de los grupos que serán aceptados en ciertas épocas del año, según las distintas temporadas.
- Los depósitos y sus intervalos por anticipados serán importantes que se obtengan.
- La empresa mantendrá una habitación doble gratuita que se darán a los grupos.
- Asignación general de las habitaciones, entre grupos e individuos.

FE Administración departamental

Un gran vendedor independientemente de sus ventas no siempre resulta un gran administrador. De hecho el impulso y entusiasmo deseable en el vendedor puede provocar que su exaltación por realizarlo pase por alto la necesidad de apegarse a las políticas establecidas; por lo que el personal de ventas recibirá las indicaciones adecuadas y dirigidas por el director.

FF Cooperación interdepartamental

Establecer la cooperación entre el área de ventas y los demás departamentos implicará promover la comunicación. Un servicio turístico además de venderlo hay que entregarlo y es inútil ofrecer algo que no se podrá proporcionar.

Entonces, la comunicación será fundamental para la entrega correcta de los servicios vendidos. A largo plazo la reputación por una entrega infalible, será el mayor activo de la empresa.

I. Correo directo

El personal de todos los departamentos así como el de ventas podrán comunicarse con los posibles puentes de negocios via correo electronico directo, mediante envíos masivos. El valor de la técnica para la empresa dependerá de los resultados alcanzados.

FG Ventas telefónica o personal

- **Telefónicas.-** Cuando sea venta telefónica en temporada alta se pedirá un depósito como garantía de las habitaciones y si es temporada normal se omitirá dicho pago.
- **Personal.-** Es de la misma manera que la telefónica.

FH Proceso productivo de recepción

- **Primero.-** Se Habilitará o deshabilitará los estados de las habitaciones.
- **Segundo.-** Coordinará con el departamento de ama de llaves, la limpieza y se analizará el estado de la habitación con relación al mantenimiento preventivo o correctivo.
- **Tercero.-** Realizará el Check - in de los huéspedes, luego coordinará una entrevista del cliente con el Médico y finalmente se firmará el contrato con su respectiva garantía.
- **Cuarto.-** Se realizará la entrega de las llaves de cada habitación por huésped y se deberá asignar a un empleado de la empresa para que realice la respectiva inducción de las instalaciones.
- **Quinto.-** Se realizará check - out de los clientes, luego de las cancelaciones totales de las cuentas.

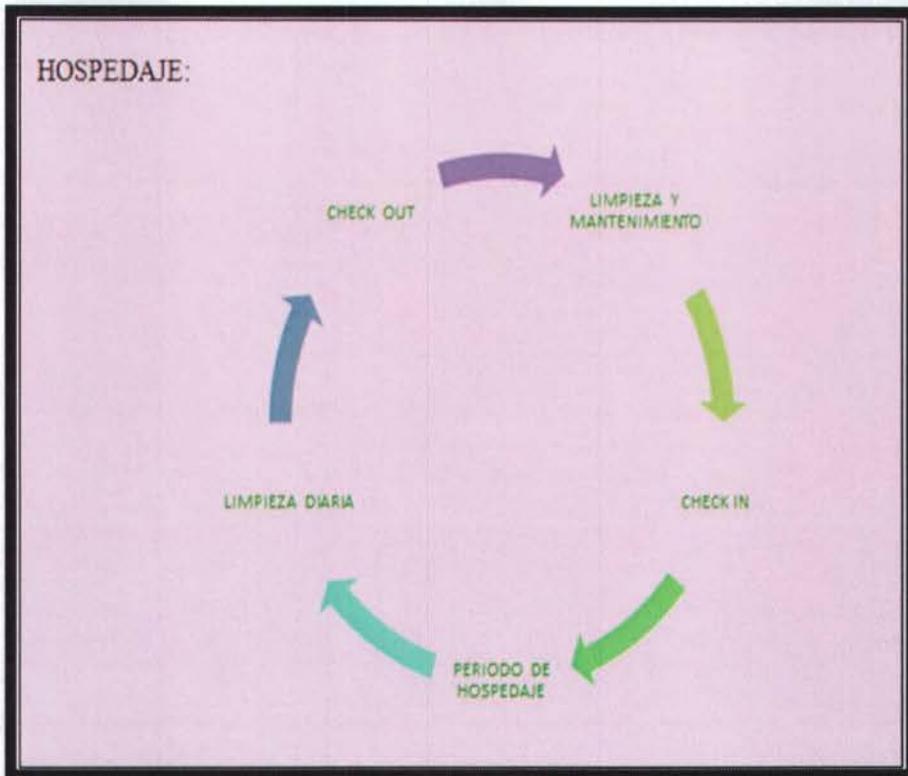


Gráfico # 33: Actividades del sub - departamento de recepción.
Elaborado por: Juan Gerardo Bastidas Hidalgo, (2011).

ii. DEPARTAMENTO DE ALIMENTOS Y BEBIDAS (A & B)

FA Objetivo general

Satisfacer las necesidades de los clientes tanto de los que llegan sólo a consumir alimentos y bebidas, como de los que se hospedan en la residencia.

FB Objetivos específicos

- Mantener la continuidad del abastecimiento.
- Evitar deterioros, duplicidades, desperdicios, etc. buscando la calidad adecuada.
- Mantener los costos bajos en el departamento, sin desmejorar el trabajo.

El departamento de alimentos y bebidas será diferente y separado de otros y abarcará servicios tan diversos como:

- Cafetería.
- Bar.
- Servicio de comidas y bebidas en habitaciones.
- Restaurantes.

FC Ciclo operativo de gestión

Esta divide las operaciones de alimentos y bebidas en una serie de actividades relacionadas con el suministro de productos a los clientes de un restaurante. Los sistemas serán diseñados para controlar el flujo de alimentos y bebidas a través de cada una de las siguientes etapas del ciclo:

- Compra.
- Recepción.
- Almacenamiento.
- Distribución.
- Producción.
- Servicio.

El personal será responsable de atender las áreas para servir los alimentos y deberán realizar el siguiente proceso:

- Primero.- Se realizará el mise en place².
- Segundo.- El cliente ingresará al salón y solicita la carta.
- Tercero.- El mesero/a se acercará con la carta a la mesa y saludará cordialmente.

² **NOTA:** El término francés "Mise en place" significa, preparar y disponer de todos los elementos necesarios para una determinada tarea o trabajo.

- Cuarto.- Se entregará la carta y se permitirá unos minutos para pensar al cliente.
- Quinto.- Se acercará el mesero/a y tomará el pedido.
- Sexto.- El mesero/a emitirá a la cocina la comanda con el pedido detallado.
- Séptimo.- El personal de cocina despachará el pedido fijado en la comanda al mesero/a.
- Octavo.- El mesero/a servirá los alimentos al cliente.
- Noveno.- El mesero/a retirará los platos.
- Decimo.- El mesero/a pregunta al cliente el tipo de pago, el número de cedula, Ruc para su facturación, o si es cuenta a la habitación.
- Décimo primero.- El mesero/a pasa la comanda a recepción para realizar su respectivo cobro.

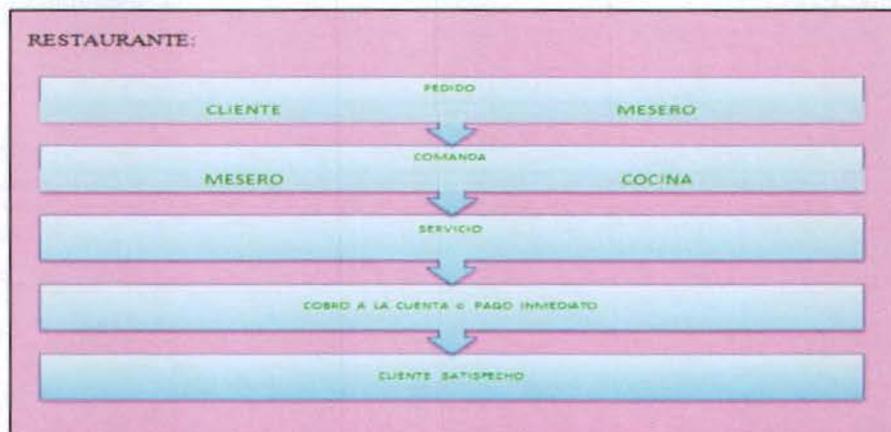


Gráfico # 34: Proceso de atención al cliente para servir los alimentos.
 Elaborado por: Juan Gerardo Bastidas Hidalgo, (2011).

- La empresa contará con el sistema de recolección de aguas lluvias y paneles solares para habilitar focos internos, externos de las habitaciones y pasillos.
- La empresa garantizará el almacenaje de los productos adecuadamente, según su tipo, necesidad y tiempo.
- La empresa garantizará que se realice la manipulación de desechos de forma consiente.

iii. DEPARTAMENTO DE AMA DE LLAVES

En la empresa será el ama de llaves el centro de la residencia, que le dará a la misma el éxito o el fracaso, pues de esta depende la buena limpieza, higiene y gusto de las habitaciones y áreas públicas. Y, es por lo que el director debe poner especial atención en la capacitación del personal, teniendo mucho cuidado en su selección pues otra cualidad que deberá adornar a un ama de llaves, es su probada honestidad. Y, cuando se trata de amabilidad, sonrisa y atención al cliente, nadie mejor que una mujer para expresar y transmitir esas cálida hospitalidad.

FA Objetivos generales

Se encarga de la limpieza de la residencia, habitaciones, pasillos, oficinas, áreas comunes, etc.

FB Objetivos específicos

- Limpieza y mantenimiento.- De toda la residencia.
- Entrenamiento de personal.- Cada empleado deberá ser entrenado para relacionarse con sus compañeros, otros departamentos y con los clientes.
- Suministros y equipos.- Pedidos, almacenaje, control, re-ordenamiento, el o la ama de llaves junto con el contralor de inventario, deberán tener un patrón de la vida útil de los equipos.
- Trabajo de oficina.- Son todos los reportes que se deberán llevar. El más voluminoso es el de horarios, para llevar un buen record del pago.

FC Áreas a cargo del departamento

- Habitaciones.
- Áreas públicas y privadas.
- Lavandería.

FD Normas

- Conocimiento del régimen interno de la residencia.
- Deberá estar uniformado/a impecablemente hasta el final de la jornada de trabajo.
- Educación y cortesía hacia sus superiores y compañeros.
- Entregar las llaves y controles.
- Informar de los huéspedes con poco equipaje.
- Informar de toda rotura o daño que presente la habitación.
- Informar si detecta humo o fuego.
- Informar sobre las llaves olvidadas por los huéspedes.
- Informar sobre valores, joyas olvidadas por los huéspedes.
- No debe cambiar el turno de trabajo con un compañero/a sin preavisar a la gobernante/a.
- No sacar fuera de la residencia el uniforme de trabajo.
- Obligación que la hoja de control de pisos refleje el estado actual de las habitaciones.
- Puntualidad y disciplina.
- Responsabilidad con respecto a las llaves del piso, y no dejando entrar a nadie en las habitaciones de los clientes si no van acompañados por ella (botones, mozos, etc.).

FE Proceso productivo del departamento

- Limpieza rápida del pasillo: ceniceros, sillones, etc.
- Limpieza a fondo de las escaleras (tramo que le corresponde a cada piso).
- Repaso de las habitaciones libres.
- Limpieza de las habitaciones de salida.
- Limpieza de habitaciones ocupadas.
- Llevar los blancos sucios de las habitaciones a la lavandería.
- Retirar de la lavandería los blancos limpios para armar las habitaciones.

- Limpieza a fondo del pasillo.
- Repasar las escaleras.
- Llenar la hoja de control de pisos.
- Limpiezas complementarias: limpiar dorados, limpiar los apliques y lámparas de los pasillos, encerar las puertas de los pasillos, atender las llamadas de los clientes, hacer las coberturas de las camas.
Procedimiento a seguir para realizar la cobertura:
- Limpiar los ceniceros y las papeleras, abrir las camas, dejar sobre ésta la carta de desayuno con un dulce.
- La ropa de noche se dejará sobre la cama, y las zapatillas a los pies de la cama.
- Repasará el baño: vaciará los ceniceros y papeleras, descargará la cisterna del inodoro, secará el piso y la bañera (si fue usada), se cambiarán las toallas.
- Dejará el cartel de no molestar en el velador.
- Bajará las persianas y cerrará las cortinas.
- Dejará encendida una luz. (Mesa de luz, cabecera o pasillo).
- La camarera hará la anotación correspondiente en la hoja de control del piso al abandonar la habitación, una vez terminada la cobertura.
- Necesidades básicas que pide la demanda sobre la habitación.

b) SISTEMA DE CONTROL EN LA BODEGA PARA EL ABASTECIMIENTO DE INSUMOS.

El gráfico # 35.- Muestra el proceso que se realizará en la bodega y que funcionará como un engranaje para dar inicio a los demás departamentos de igual importancia, en esta área se ejecutará el primer análisis de calidad de los productos, que pasarán a ser parte de los servicios que ofrecerá la empresa.

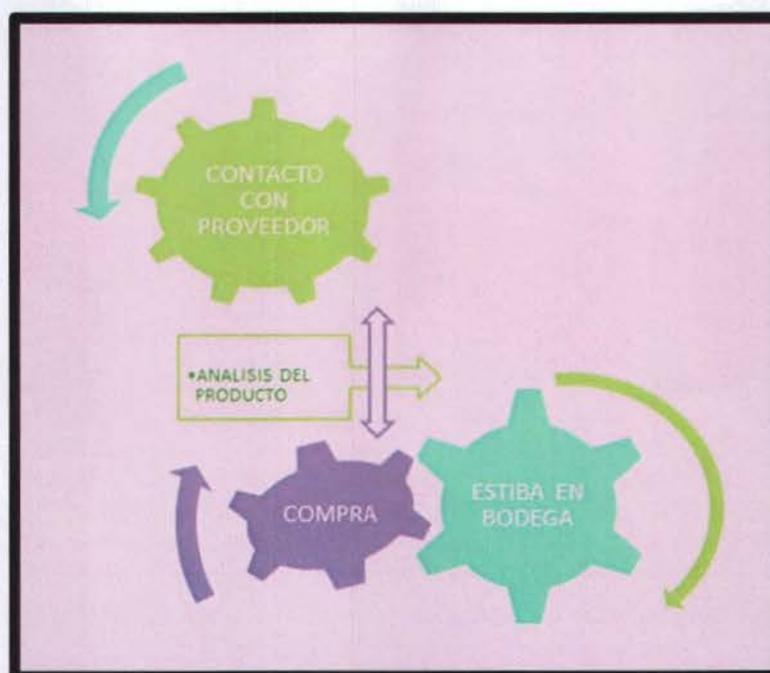


Gráfico # 35: Proceso de control de almacenamiento en bodega.
Elaborado por: Juan Gerardo Bastidas Hidalgo, (2011).

En la bodega se revisará el precio, la fecha de emisión, la calidad del producto, al igual que el peso detallado en la factura, si las compras reúnen las especificaciones requeridas pasarán al siguiente proceso que será embodegar³, si los productos no reúnen las especificaciones pertinentes se pasará a la inmediata devolución y cambio de proveedor de manera definitiva.

c) SISTEMA DE RECICLADO

Llevar al día un inventario de cada uno de los productos utilizados en administración, cocina y otras dependencias del establecimiento, permitirá a la empresa reducir o evitar la compra de productos pocos útiles.

³ **NOTA:** El proceso de estibar alimentos perecederos, será realizada por el personal de la cocina.

El gráfico # 36.- Muestra los algunos tipos de vidrios reciclables.



Gráfico # 36: Reciclaje de vidrios.
Fuente: Global Nature, (2001).

El gráfico # 37.- Muestra a algunos tipos de papeles que no serán reciclados.



Gráfico # 37: No reciclado.
Fuente: Global Nature, (2001).

El gráfico # 38.- Muestra los nombres de algunos objetos que no serán reciclados.



Gráfico # 38: No reciclables.
Fuente: Global Nature, (2001).

El gráfico # 39.- Muestra a algunos de los envases que no serán reciclados.

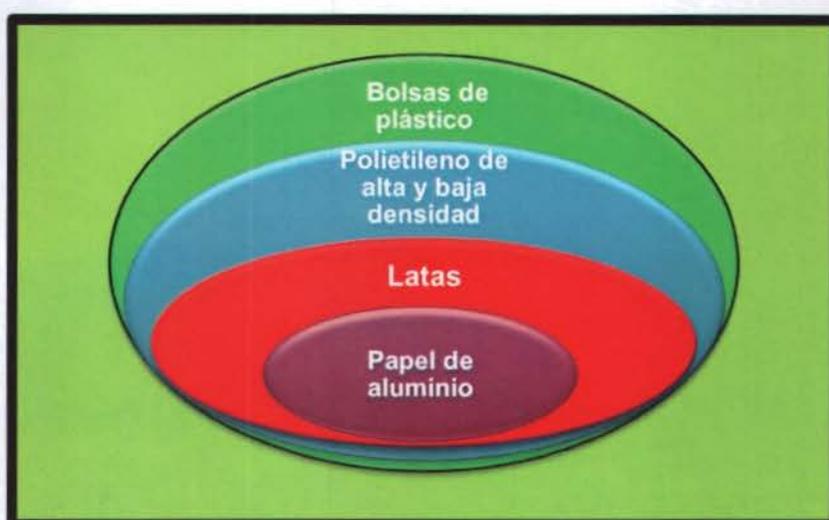


Gráfico # 39: Envases no reciclados.
Fuente: Global Nature, (2001).

El gráfico # 40.- Muestra a algunos de los residuos que no se deben depositar en la basura.

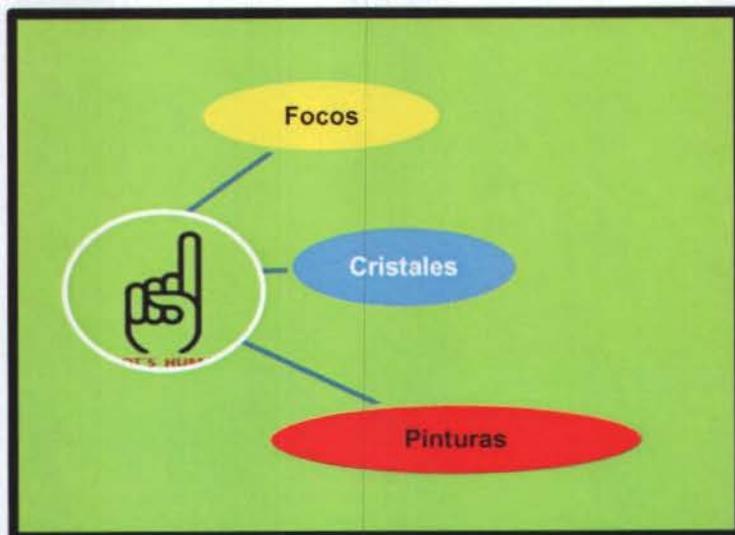


Gráfico # 40: Desperdicios que no se deben depositar en la basura.
Fuente: Global Nature, (2001).

El gráfico # 41.- Muestra a algunas de las cosas que forman parte del grupo de residuos peligrosos y los que deberán tener un mayor control.



Gráfico # 4: Residuos peligrosos.
Fuente: Global Nature, (2001).

d) PREVENCIÓN Y SEGURIDAD

iv. SEGURIDAD FÍSICA E INDUSTRIAL

En todas las empresas que desarrollan una serie de actividades inherentes, existen los riesgos potenciales que si no se analizan previamente causaran posibles incidentes y accidentes, los accidentes se puede atribuir directamente a falta de prevención en un plan de seguridad o a los malos diseños de las construcciones de los inmueble, a los diferentes equipos, a la falta de mantenimiento, y al individuo mismo ante la presencia de problema psicológicos o a su falta de físico. Entre los factores psicológicos cabe mencionar la rudeza, el hastió, la fatiga la depresión, insensibilidad, la frustración y los arrebatos entre otros.

El objetivo del estudio del entorno de seguridad se convertirá en la cultura del nivel socio económico de la empresa. Las actividades desarrolladas a los alrededores de las instalaciones servirán para detectar las posibles infiltraciones de elementos indeseables que llegaran a molestar la estancia de los huéspedes.

La seguridad interna incluirá desde el ingreso a las instalaciones hasta el interior de los dormitorios. Se considerarán las locaciones y las medidas de seguridad pertinentes con el fin de afirmar la seguridad de todas las áreas internas de las instalaciones.

La residencia deberá proporcionar la seguridad física al personal durante las 24 horas, lo cual incluye medidas preventivas desde el exterior hasta el interior de las instalaciones y abarcara básicamente la seguridad perimétrica. La disposición y distribución de la residencia ayudará a la vigilancia en la entrada y salida por ser de tipo compacto. La seguridad estará conformada por un agente físico de control de acceso y este elemento humano será el encargado de supervisar y evaluar, entre otros, los aspectos siguientes:

- Control de entradas de visitantes.
- Servicio de policía cercano.
- Tipos de clientes que frecuentan el hotel.
- Localización de la residencia para determinar el entorno humano que rodea la instalación.
- Prevenciones de accidentes laborales y de riesgos.

v. PREVENCIÓN

Existirá un plan de contingencia completo con un panel general para emergencia por conato de incendio distribuido e incorporado en las diferentes áreas de la empresa, más un botiquín de primeros auxilios, luces alternas y letreros luminosos señaladores en los exteriores de cada habitación.

Dentro del costo de \$30.000 dólares para la compra de una camioneta doble cabina que sirva en las operaciones de la empresa, se tiene establecido los gastos de soat, mantenimiento por cinco años del vehículo por parte de la empresa Toyota y adicional las herramientas serán de regalo.

vi. ANÁLISIS DE NORMAS PARA LA SOSTENIBILIDAD Y REDUCCIÓN DE RIESGOS.

- Abrir las puertas y ventanas para ventilar las habitaciones.
- Analizar la compra de los productos.
- Analizar la posibilidad de instalar un sistema de control para regulación de la luz de forma remota.
- Analizar los posibles riesgos en la empresa.
- Calcular la cantidad de productos básicos en existencia, para evitará derrochar y generar residuos innecesarios.
- Cerrar bien los grifos de agua.
- Colocar en los frascos de reciclado, medio limón con clavos de olor o unos tiestos de albahaca en las ventanas para ahuyentar a los insectos.

- Colocar las normas escritas y/o graficas de las medidas a seguir en caso de emergencia en los puntos de reuniones.
- Colocar los itinerarios de evacuación en lugares libre de obstáculos.
- Colocar notas informativas en cada cabaña, sobre el uso eficiente de las instalaciones.
- Colocar plantas aromáticas o vaporizadores de aceites especiales.
- Colocar carteles o pegatinas en los principales puntos de tránsito, con información específica para el uso concreto de las instalaciones y sus recursos para emergencias.
- Comprar pilas recargables.
- Comprar bolígrafos de plástico reciclado.
- Comprar clasificadores y archivadores tomando en cuenta los materiales con los que están fabricados.
- Comprar lavadoras con sensores de turbiedad.
- Comprar pegamentos de base acuosa para disminuir residuos.
- Comprimir los envases para que ocupen menos espacio.
- Configurar los equipos eléctricos en modo de ahorro de energía.
- Consumir productos envasados de mayor capacidad.
- Controlar que cada zona tenga una iluminación de acuerdo con sus necesidades.
- Crear nuevas alternativas al servicio de mensajería con transporte tradicional.
- Dar seguimiento al plan de manejo establecido.
- Depositar las pilas gastadas o baterías en contenedores especiales.
- Depositar el papel en los respectivos contenedores, sin romperlo, ni arrugarlo, para que ocupen el menor espacio posible.
- Disminuir el uso de fertilizantes.
- Disminuir el gasto eléctrico de los equipos en reposo.
- Disminuir el uso de aerosoles.
- Disponer de teléfono de uso público en dimensión suficiente para garantizar este servicio.
- Disponer de un proyecto de prevención de incendios, redactado por técnico competente y ejecutado en su totalidad.

- Disponer en cada departamento de contenedores o bolsas diferenciadas (de color azul por ejemplo) para la recogida de papel.
- Elegir productos que contengan componentes vegetales.
- Eliminar el uso platos desechables, vasos y cubiertos.
- Eliminar el uso de volantes promocionales del establecimiento.
- Eliminar o reducir el uso de productos peligrosos.
- Entregar el texto general de procedimiento ambiental a la comunidad.
- Entregar normas escritas al personal nuevo que indique los puntos de riesgo de activación de incendios, medios de extinción existentes y su mantenimiento, vías de evacuación e instrucciones para el personal de evacuación en caso de emergencia.
- Evitar permanecer en lugares inseguros o peligrosos para la integridad de los clientes.
- Fomentar las excursiones a las que se pueda llegar en bicicleta o caminando.
- Graficar los itinerarios de evacuación de cada lugar de emergencia, próximo a la puerta de salida, en el que se reflejen claramente las vías de evacuación, los medios de extinción y los puntos de riesgo.
- Hacer reciclar las pinturas y demás productos químicos sobrantes de forma adecuada.
- Implementar válvulas anti- retorno que evitan que el agua y detergente se pierdan por el desagüe.
- Instalar tubos fluorescentes continuos.
- Instalar un sistema de iluminación y señalización de emergencia.
- Instalar colectores solares para calentar el agua de tu establecimiento.
- Instalar un sistema de apertura de fácil maniobrabilidad en las puertas de salida al exterior del establecimiento.
- Leer la etiqueta antes de comprar productos.
- Limpiar regularmente la bandeja de drenaje, para evitar también un foco de contaminación.
- Los cartones deberán plegarse y quitarle los precintos.
- Mantener en estado funcional los sistemas de corte del suministro en el caso de detección de daños.
- Mantener operativo el sistema de ahorro de agua de las cisternas.

- Medir el grado de mantenimiento de las instalaciones (conducciones de distribución, grifería, electrodomésticos, etc.).
- Parquear los vehículos de forma ordenada y en posición de salida en caso de alguna eventualidad.
- Plantar teniendo en cuenta la función de cada especie en el jardín.
- Prevenir las fugas de elementos y productos, lo más pronto posible.
- Programar el uso adecuado del vehículo para utilizarlo racionalmente.
- Prohibir lanzar pilas a la basura.
- Prohibir descongelar alimentos bajo el chorro de agua.
- Proveer de luz y agua a las especies de plantas que deban compartir un ambiente similar.
- Quitar los clips y grapas al papel.
- Quitar los desechos que puedan contener los envases.
- Realizar constantemente simulacros de evacuación.
- Realizar la evacuación de los residentes adecuándola a sus condiciones.
- Rechazar los alimentos que vienen en "bolsitas individuales" dentro de un paquete más grande.
- Reducir el mal uso de la energía.
- Reducir el consumo de papel.
- Reemplazar los filtros de los equipos periódicamente.
- Regar las plantas en las horas de menos calor; así se perderá menos agua por evaporación.
- Regar con agua generosamente, pero escasas a los árboles y arbustos.
- Reutilizar el agua para, por ejemplo, el riego de zonas verdes.
- Revisar periódicamente los sistemas de ventilación, los equipos y el vehículo.
- Sustituir los repelentes de insectos por lociones de vinagre rebajado o aceite especial de limón mezclado con aceite de cocina.
- Usar en la lavandería vinagre como detergente, como fijador del color de las prendas de lana y desengrasante.
- Usar productos para la limpieza y mantenimiento recomendados por un técnico.
- Utilizar en los servicios y cocina jabones de manos naturales.
- Utilizar plantas autóctonas de Galápagos.

- Utilizar productos ecológicos.
- Valoración y establecimiento de las acciones a desarrollar para mejorar la eficiencia.

Esta planificación guiará en el trabajo diario en las diferentes áreas de acuerdo a cada actividad, por lo que se deberá determinar los objetivos estratégicos, políticas y funciones para cada empleado y departamento.

Se busca consolidar a la empresa alcanzando un determinado nivel de rentabilidad aceptable con la finalidad de contribuir con este sector, lo que se logrará ofreciendo al turista información veraz y oportuna.

Esta empresa será de tamaño medio que apuesta por ser incluida en el sector del turismo dentro de las islas Galápagos con el mayor grado de independencia posible, por lo que se deberá trabajar en los objetivos prioritarios y llegar a ser reconocidos en el mercado en el menor tiempo posible. Por ello se mejorará el servicio en relación a las de sus competidores más directos.

D. MARCO LEGALES Y ESTRATÉGICO

La empresa cumplirá con todas las obligaciones que indica la Ley, para evitar problemas durante el funcionamiento, tomando en cuenta las reformas que la reglamentación ecuatoriana indica, por ejemplo:

- Cumplir con obligaciones en la Superintendencia de Compañías.
- Declarar los impuestos al Servicio de Rentas Internas (S.R.I).
- Elaborar contratos de trabajo dando estricto cumplimiento a las leyes y reglamentos vigentes.
- Legalizar la escritura de constitución de la empresa.
- Legalizar el nombramiento del representante legal en el Registro Mercantil.
- Pagar las aportaciones de los empleados al IESS mensualmente.
- Permisos varios para el funcionamiento.

- Repartir el 15% de las utilidades entre todos los empleados.
- Solicitar facturas a nombre de la empresa para declaración de los gastos de la misma.

Se deberá tener en cuenta que a medida en que los turistas vaya reconociendo a la empresa en el mercado con mayor facilidad, lo que representará buenos ingresos, se realizarán las gestiones necesarias para que el negocio se extienda, teniendo que legalizar de otra manera, por lo cual será necesario cumplir con otros requisitos tales como:

- Compra de cupos para ingresar otros vehículos.
- Contratación de personal no residente para trabajos específicos.
- Estudio de impacto ambiental.

1. ASPECTOS DE LA LEGISLACIÓN URBANA SEGÚN LA CONSTITUCIÓN DE LA REPÚBLICA DEL ECUADOR, (2008).

Ecuador es un país libre y soberano con una base democrática establecidas por sus ciudadanos, es una sociedad que respeta a todos los pueblos de la tierra en todas sus dimensiones y para lo cual establece normas de convivencia ciudadana, descritas en la carta magna o constitución y cuyas metas son: alcanzar el bienestar común del buen vivir de forma colectiva.

El Art. 3, inciso # 1.- Describe como deberes del Estado, el garantizar sin discriminación el goce de los derechos establecidos en la constitución y en los instrumentos internacionales en particular: La salud, la alimentación, la seguridad social entre otras.

El Art. 11, inciso # 1.- Indica que los derechos se podrán ejercer, promover y exigir de forma individual o colectiva ante las autoridades competentes para su cumplimiento.

El Art. 37.- Indica los tipos de derechos que garantiza el Estado al sector colectivo de los adultos mayores:

- **El inciso # 3.-** Indica sobre la jubilación universal.
- **El inciso # 4.-** Indica sobre rebajas en los servicios públicos y privados de transporte y espectáculos para la tercera edad.
- **El inciso # 5.-** Indica las exenciones en el régimen tributario para el segmento de adultos mayores.

El Art. 38.- Indica que el Estado creará políticas públicas con programas de atención a las personas adultas mayores y fomentará el mayor grado posible de autonomía personal a este grupo.

- **El inciso # 1.-** Indica que la atención en centros especializados garanticen la protección integral de los derechos tales como: salud, cuidado, nutrición, etc.
- **El inciso # 5.-** Indica que se debe desarrollar programas recreativos y actividades espirituales.
- **El inciso # 6.-** Indica que se debe dar atención preferente al segmento de adultos mayores en casos de desastres, conflictos armados y todo tipo de emergencias.
- **El inciso # 9.-** Indica que el Estado garantizará la estabilidad mental con la adecuada asistencia económica y psicológica. La Ley sancionará el abandono de las personas adultas mayores por parte de sus familiares o las instituciones establecidas para su protección.

En la sección primera: El Art. 13.- Describe que las personas tienen derecho al acceso seguro y permanente a alimentos sanos y nutritivos, preferentemente producidos a nivel local.

En la sección primera: El Art. 36.- Define a los mayores de sesenta y cinco años como adultos mayores, quienes recibirán atención prioritaria y especializada en el ámbito privado.

En la sección séptima: El Art. 32.- Describe que el Estado establece a la salud como un derecho y garantiza los siguientes servicios: la alimentación, la educación, la cultura física, el trabajo, la seguridad social, los ambientes sanos y otros que sustenten el buen vivir.

4. JUSTIFICACIÓN

Se puede pensar en Ecuador como una imagen que se proyecta al mercado internacional por ser un destino fascinante para los turistas que gustan de los atractivos naturales, de las tradiciones vivas, de los patrimonios culturales, de la riqueza multi-étnica, de reservas marinas y diversidad biológica, todo esto junto en un espacio relativamente pequeño en donde variadas regiones con características muy distintas en cuanto a altitud, temperatura y humedad ofrecen un escenario que ha dado lugar a distintos tipos ecosistemas. Esto hace que sea reconocido internacionalmente como el más heterogéneo del planeta y lo convierte en un centro interés mundial.

Actualmente en la Isla Santa Cruz de Galápagos no existen lugares de hospedaje especializados para grupos colectivos de la tercera edad, a pesar de encontrar una gran gama de sitios para instalarse, todos estos funcionan de forma genérica y ninguno atiende a los requerimientos que este segmento de personas necesita como por ejemplo: atención médica durante la estadía, asesoramiento sobre las clases de actividades que puede realizar de acuerdo a sus condiciones físicas y mentales, seguimiento y control en la alimentación adecuada, seguimiento y control de la medicina que deban suministrarse de acuerdo al problema de salud que presenten, etc.

Los adultos mayores muchas veces sufren de exclusión social o discriminación por el espacio y servicios que requieren. Es necesario conocer a fondo cada una de sus necesidades para tener las precauciones en todo sentido, lo que incurre en gastos, tiempo y dedicación. Esto sin tomar en cuenta la evolución demográfica, y que este grupo de personas serán la mejor publicidad de la calidad en el turismo que ofrece el Ecuador para el mundo.

5. FUNDAMENTACIÓN Y/O ENFOQUES TEÓRICO - METODOLÓGICO DEL PROYECTO

La actividad turística es el resultado complejo de las interrelaciones entre diferentes factores que hay que considerar conjuntamente desde una óptica sistémica de resultados, es decir, un sistema complejo interrelacionados entre sí que evolucionan dinámicamente; y cuyo procedimiento turístico está formado por la oferta, la demanda, el espacio geográfico y los operadores del mercado. Entonces, los segmentos de los servicios se encuentran concatenados entre sí para que los turistas nacionales y extranjeros logren regocijarse fuera de su lugar de origen. La interacción de estos elementos turísticos, tomando en cuenta el entorno del destino y la gastronomía, causará una serie de impactos principalmente socioculturales y naturales, sin olvidar que la oferta turística adquiere mayor importancia sobre todo cuándo se aplican políticas en los atractivos de cada región. OMT, (1998).

Según Malthus Thomas Robert, (1798). Quien fue un clérigo anglicano y erudito británico con gran dominio en la economía política y en la demografía, célebre por la publicación anónima del libro "Ensayo sobre el principio de la población" (An Essay on the Principle of Population) en el que afirmaba que la población tiende a crecer en progresión geométrica, mientras que los alimentos sólo aumentan en serie aritmética, por lo que llegará un día en que la población será mayor que los medios de subsistencia, de no emplear medios preventivos y

represivos. En la actualidad esta misma teoría podría describir al mercado, considerando a la población como “demanda”, a la industria como “la oferta”, y a las leyes como medios inhibidores o permisivos de dichos crecimientos.

Según la Doctora Delicado Rosario, (2001). Catedrática de la Universidad Complutense de Madrid con la traducción del texto de Cicerón "Sobre la amistad" y "Sobre la vejez", el mismo, que va dedicado a los estudiantes en los años de bachillerato, cuyo texto ayudaría a recordar algunos de los valores que transmitieron aquellos caballeros y damas ilustres “Los ancianos”. El mencionado texto tiene como finalidad interpretar por medio del estilo único de Marco Tulio Cicerón aquellos valores de una sociedad muy noble y cortés, para de alguna manera rescatar los principios del ser humano en un entorno de filosofía global.

El Ecuador ha tomado la decisión de hacer del turismo la actividad fundamental de la economía nacional, cuyo desarrollo se sustente en el buen vivir de todos los ecuatorianos y de quienes lo visiten. Este país es un encuentro con la naturaleza en estado puro, donde en un pequeño territorio se junta una gran cantidad de flora, fauna, cultura, volcanes, etnias vivas, la calidez de su gente y una distinguida gastronomía. Según Ehlers Freddy Ministro de Turismo del Ecuador en el 2012, quien presentó una síntesis del gran potencial turístico de esta patria, y cuyo comentario fue realizado durante el evento FITUR (Feria Internacional de Turismo en España) en donde además el video del “Ecuador Ama la Vida”, fue premiado con la insignia del “Sol de Oro”. (elciudadano.gob.ec, S.F).

Según Tamariz Patricio, (2005). Director Ejecutivo del Fondo Mixto de Promoción Turística. Indico que el Ecuador comenzó una nueva etapa en su difusión como destino prioritario para los viajantes en el mundo, una vez que arrancó el nuevo Plan Estratégico para la Promoción Turística, sustentado en tres ejes: Programa integral de marketing con la marca Ecuador, la apertura de oficinas de promoción en el Extranjero y una campaña en los medios más grandes de América y Europa. (Ecuador.us, S.F).

En Europa las personas mayores de 60 años representaron entre el 18 y 23 por ciento de la población registrados en 1990 con un número de 50 millones de ancianos, existen estudios indicando que este grupo se incrementaría a los 85 millones para el año 2020, según indica Mercedes, (2007). El nivel de envejecimiento que logró Europa en su población en dos siglos, lo alcanzará América Latina solo en 50 años, lo que describe menos tiempo para alcanzar el cambio de las organizaciones para el nuevo escenario de la población envejecida, Ham Chande, (1998).

En el Ecuador 139 de alrededor de 200 centros Gerontológicos entre públicos y privados, son subvencionados en un 40% en sus gastos por los Ministerios de Economía e Inclusión Social, este aporte alcanza a 3.800 institucionalizados que comprende el 4.5 % del total de la comunidad de adultos mayores en el 2007 en diferentes modalidades de hogares. (Dirección de Atención Integral Gerontológica, 2007).

Una publicación de la revista estadounidense *International Living* adjudicó por tercera ocasión al Ecuador en el primer lugar en su índice anual de retiro o jubilación y lo consideró como el mejor lugar del mundo para este grupo de personas.

El reporte analizó a 23 países bajo ocho categorías separadas las cuales fueron:

- Asistencia médica.
- Beneficios especiales para retirados.
- Bienes raíces.
- Costo de vida.
- El clima.
- Infraestructura.
- La cultura.
- La seguridad y estabilidad.

El reconocimiento destaca que Ecuador ofrece precios cómodos en comparación a EEUU y Europa, brindando servicios confortables, temperaturas

agradables, variedad de sitios turísticos y la calidez de su gente que marca la diferencia frente a otros mercados. (MINTUR, 2012).

Según Freddy Ehlers, (2012) Ministro de turismo del Ecuador resaltó que dado a que esta calificación fue otorgada por tercer año consecutivo, se podría convertir al turismo en la primera apuesta productiva del país con inclusión social, alineándose a los principios fundamentales del turismo sustentable y a los objetivos del Plan Nacional para el buen Vivir. (MINTUR, 2012).

Según Mesquida Joan, (2011). Secretario de Turismo y Comercio Interior de España “el Ecuador tiene una estupenda imagen en Europa, como un país que está dando pasos firmes para ser líder en el desarrollo sostenible del turismo en el mundo”.

Por otro lado, las residencias geriátricas son empresas que evolucionaron de los asilos y clínicas para personas adultas mayores de carácter público y/o privado, cuyas funciones en la sociedad a lo largo de la historia fueron: dar cobijo, custodia, recluir, socorro, prevención, cura o castigo. Rogelidoucastella, (1990).

Sin embargo, una actitud proactiva y el espíritu positivo que se desarrolla en la actividad turística, indudablemente ayudan a sobrevivir a las personas con enfermedades catastróficas. Los factores tales como: La ira, la soledad y la tristeza son las principales fuentes estrés, que provocan un fuerte ambiente ácido al organismo, el cual degenera el sistema inmunológico y aumenta el riesgo de cáncer. (Hospital Hopkins, 2007).

Para entender mejor a los futuros clientes o residentes, las consideraciones médicas en el cuidado de los adultos mayores son clasificadas en: el grupo de los deteriorados mínimos y los deteriorados intactos:

- El grupo de los deteriorados mínimos comprenden a las personas que se encuentran entre finales de los 60 y comienzos de los 70 años de edad, los mismos que en algunos casos pueden presentar enfermedades agudas que pudieran restringirle de las actividades de forma leve, pero no los confina de

llevar su vida habitual normal, pueden presentar problemas con el corazón, circulación, artritis, problemas visuales o auditivos y en algunos casos la pérdida de la memoria. (Gerontológico, 1978).

- El grupo de los deteriorados intactos que comprenden a aquellos que se encuentran a comienzos de sus 65 o más, completamente jóvenes y capaces de resolver todas sus necesidades de manera esporádica, uno de sus principales problemas es la depresión por su percepción de vejez vital o transición del retiro y su posible reducción en el estándar de vida. Sus necesidades son la continuidad de sus intereses habituales, la prevención de enfermedades y el apego a la vida. (Gerontológico, 1978).

Finalmente la evaluación nutricional se constituye como la principal responsabilidad dentro del cuidado de los adultos mayores que tienen las residencias geriátricas. La alimentación en sus principios fue considerada sin mayor importancia en su preparación y distribución, era un servicio más sin ninguna atención especial que estas instituciones prestaban y que por esta razón no se satisfacía a los residentes, el mismo que representaba un alto grado de complejidad al ofrecerlo (Vidal, 2005), pero afortunadamente hace algunos años las nuevas empresas geriátricas detallan que es el área de alimentos y bebidas el punto fuerte para el mejoramiento de la imagen de estas instituciones. (González, 2000).

A. CONCEPTOS IMPORTANTES

- Adultos Mayores: Grupo de personas desde los sesenta años para los extranjeros y sesenta cinco para los nacionales hasta la longevidad en ambos casos.
- Tercera edad: Grupo de personas entre las edades comprendidas desde los 60 años hasta los 75 para extranjeros y desde los 65 para los nacionales hasta los 75.
- Depresión: Tristeza, abatimiento, melancolía morbosa, pena realista derivada de una pérdida neurótica. (Hoch & Zubin, 1978).

- El envejecimiento: También conocido como senectud, que proviene del latín senescere que significa llegar o alcanzar la vejez. (Motlis, 1985).
- Empresa de servicio: Tiene diferente estructura y administración, cuando se producen los servicios son consumidos, sin que estos pasen por el control de inventario. (Eich, 1990).
- Enfermedad: Alteración de la salud del cuerpo o pérdida de la armonía, clasificada en leve o grave. (Izal & Montorio, 1999).
- Enfermedades crónicas: Efectos acumulativos y de larga duración, que amenora la resistencia del organismo e incrementa las posibilidades de muerte. (Moragas, 1991).
- Gerontología: Término dado en 1903, llamado así por metchnikoff, terminología griega que significa: Geron = viejo y logos = estudio, refiere a una rama de la medicina, que estudia a la vejez. (Izal & Montorio, 1999).
- Incapacidad: Dificultad que impide realizar las actividades normales en el vivir de un individuo o pérdida de movilidad, sensoriales y de comunicación. (Izal & Montorio, 1999).
- Nutrición: Consiste en obtener, incorporar y transformar insumos o alimentos requerido para el proceso funcional de los sistemas en el cuerpo para mantención del ser en la vida. (Bourges, 1982).
- Percepción de la vejez crónica: Se fundamenta con la medición en el transcurso del tiempo y desarrolla un periodo histórico del organismo. (Moragas, 1991).
- Percepción de la vejez funcional: Reducción funciones físicas de manera original a través del tiempo, sin presencia de incapacidades de otras. (Moragas, 1991).
- Percepción de la vejez vital: Efecto personal, relativo al transcurso del tiempo o etapa de reconocimiento de la realidad en un adulto mayor que se diferencia de la vejez funcional y crónica. (Moragas, 1991).
- Salud: Estado de bienestar físico, mental y social. (Izal & Montorio, 1999).

6. OBJETIVOS DE LA PROPUESTA

A. OBJETIVO GENERAL

Analizar la factibilidad de inversión para la implementación de residencias geriátricas temporales, en el sector de Bellavista en la Isla Santa Cruz de la provincia de Galápagos.

B. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Presentar un estudio de la situación actual del país sobre el tema del turismo en el mercado.
- Hacer una presentación breve de la empresa a crear.
- Presentar un estudio de marketing.
- Presentar un estudio técnico de la empresa.
- Presentar un estudio financiero para determinar la factibilidad de la inversión a través los indicadores VAN, TIR, entre otros.

7. INDICADORES DE RESULTADOS O METAS

A. DEL OBJETIVO GENERAL

La implementación de las estrategias involucra a todas las funciones y personas de la empresa, le corresponde al director de la empresa evaluar y liderar estos procesos ya que los resultados positivos o negativos dependen de ello.

B. DE LOS OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Objetivos específicos			
Nº	Objetivos	Indicador	Meta
1	Presentar un estudio de la situación actual del país sobre el tema del turismo en el mercado.	Completo	100%
2	Hacer una presentación breve de la empresa a crear.	Completo	100%
3	Presentar un estudio de marketing.	Completo	100%
4	Presentar un estudio técnico de la empresa.	Completo	100%
5	Presentar un estudio financiero para determinar la factibilidad de la inversión a través los indicadores VAN, TIR, entre otros.	Completo	100%

TABLA # 18: INDICADORES O METAS.

ELABORADO POR: JUAN GERARDO BASTIDAS HIDALGO. (2011).

8. ANÁLISIS DE IMPACTOS

A. Análisis ambiental

El objetivo principal de este análisis ambiental es asegurar que los impactos ambientales que son inevitables, no excedan los límites del cambio aceptable determinados por una buena planificación y desarrollo de un turismo sustentable. Esto ayudaría a controlar en lo posible los impactos que puede causar un turismo no planificado, el mismo que requiere de medidas administrativas bien fundamentadas y aplicadas, resultado de una cohesión y voluntad por cada uno de los actores que intervienen.

Actualmente es una política a nivel mundial, el ordenamiento de los recursos territoriales, la protección de los patrimonios, la dotación de equipamientos en infraestructuras, la renovación y promoción de servicios. Por lo

que la empresa pondrá en marcha su plan de manejo para la prevención y cuidado del medio tanto interno como externo, con diferentes herramientas que ayuden a reciclar, analizar los tipo de compras, la manipulación de químicos y materiales peligrosos entre otros.

Al desarrollarse la empresa en Galápagos servirá de beneficio general para la población a corto o largo plazo, y por este motivo se ha analizado tanto los aspectos positivos y negativos, para reflexionar sobre las medidas que se deberán tomar y no perjudicar la parte social, cultural y económica.

La empresa tomará en cuenta los indicadores medio ambientales que ha propuesto la OMT y que podrían aplicarse a modo de advertencia en áreas conflictivas para poder tomar a tiempo las acciones que correspondan y disminuir el daño ambiental que todas las personas causan:

1. Impactos ambientales

Se deberá tomar en cuenta la relación de la empresa con el medio ambiente del que dependerán sus ingresos. Ya que los visitantes algunas veces valoran más los ambientes ecológicos al momento de comprar y un paisaje conservado influye positivamente en la satisfacción de los visitantes, pero esto exige una alta responsabilidad en su cuidado, por lo que, es necesario que todas las personas dentro y fuera del turismo asuma una conducta de respeto con el entorno en el que vive apuntando a la sostenibilidad del lugar.

a) ASPECTOS POSITIVOS

- El turismo puede ser el estímulo necesario para mejorar y conservar el medio ambiente.
- Por medio de la actividad turística se podrá convencer a la población local para que proteja su entorno y establezcan zonas de especial protección.

b) ASPECTOS NEGATIVOS

- El crecimiento urbano excesivo, no integrado en el paisaje, rompiendo el equilibrio biológico de la o las zonas.
- Regresión del espacio natural creando espacios artificiales como vías de comunicación y zonas industriales, así como también creando lugares entretenimiento reemplazando la vegetación autóctona por plantas exóticas, etc.
- Generación de residuos que provoquen problemas de depuración de aguas residuales y recogida de basura, creación vertidos incontrolados, etc.
- Erosión y degradación del entorno a causa de las actividades turísticas que causan el deterioro del hábitat de flora y fauna, etc.

B. Análisis social

Con la puesta en marcha de este proyecto se tiene la expectativa de generar 20 nuevas fuentes de trabajo directo, para los residentes de la Isla Santa Cruz en apoyo a la economía de sus propios hogares, además de la oportunidad que le brindará la empresa para seguir creciendo en el plano personal del conocimiento en la cultura organizacional del negocio.

1. DE TIPO ECONÓMICO

- Este proyecto planea potenciar la creación y modernización de infraestructuras básicas para el desarrollo turístico y comercial en la Isla Santa Cruz, lo que favorecerá también a otros tipos de industrias relacionadas al medio comercial.
- Generará la creación de puestos de trabajo vinculados directa o indirectamente.
- Favorecerá a la difusión de la cultural Galápagueña.
- Revalorizará la plusvalía de los terrenos aledaños a la empresa.

9. PLAN DE ACCIÓN

Para tener una guía de las actividades diarias que se deberán cumplir. Se establecerá algunas estrategias que ayudaran a dar cumplimiento a los objetivos de la empresa, y se tomará en cuenta el análisis FODA que se realizó con anterioridad, haciéndolas interactuar entre ellas con la finalidad de minimizar los aspectos negativos y lograr un resultado positivo a favor.

En esta etapa se tendrá en cuenta tanto la situación externa, representada por el mercado y los competidores; así como la situación interna, es decir, las debilidades y fortalezas de la empresa en relación a los competidores; de igual manera la identificación de las oportunidades y amenazas que presenta el entorno.

A. PLAN ESTRATÉGICO

1. FO (FORTALEZAS - OPORTUNIDADES)

Galápagos es un ícono mundial con marketing propio por su reconocimiento como patrimonio natural de la humanidad. La empresa estará ubicada en un punto estratégico que permite realizar diferentes actividades, además de contar con la mejor asistencia profesional de turismo y salud a personas adultas mayores nacionales y extranjeros, lo que permitirá posicionar a la empresa como pionera en este servicio.

Aprovechando que existen diversos medios para publicitar se realizará diferentes campañas del servicio, con la finalidad de posicionar a la empresa en el mercado, ya sea a nivel nacional o internacional.

Como el financiamiento para el arranque de la empresa es alto, se solicitará un crédito ya sea a la banca pública o privada teniendo en cuenta que en la actualidad existe un gran apoyo al microempresario que desea invertir en este sector, además se cuenta una extensión de terreno lo que resultaría un crédito hipotecario.

Teniendo en cuenta que este es un servicio innovador en el país, lo que permitirá consolidar a la empresa en el mercado como pionera en dar esta clase de hospedaje en Galápagos con calidad y calidez.

Incrementar el mercado ya que es un nicho en crecimiento, lo que permitirá que la residencia permanentemente tenga clientes que a su vez generaran ingresos representativos a la empresa.

2. *FA (FORTALEZAS – AMENAZAS)*

La empresa contará con profesionales involucrados en el medio turístico, de la salud y de gestión empresarial, los mismos que realizarán las gestiones necesarias para obtener los permisos necesarios para el funcionamiento según las leyes especiales para obtener patentes turísticas.

La empresa se encontrará estratégicamente ubicada a dos minutos del centro de evacuación más cercana de la Isla Santa Cruz, lejos de la población de Puerto Ayora que en el 2009 - 2010 fue afectada por primera vez en su historia por la influenza porcina la que también causó el cierre temporal y numerosas pérdidas económicas en el sector turístico a nivel mundial.

La empresa estará alejada de las zona costeras en donde los periodos del 2009 y 2010 se vieron envueltas bajo la amenazas de tsunami por lo que se mantendrá en contacto permanente con la Subsecretaria de Gestión de Riesgo para ser informados en todo momento.

3. *DO (DEBILIDADES – OPORTUNIDADES)*

Las Islas de Galápagos es un conjunto de territorio rocoso de origen volcánico que forma parte del cinturón de fuego en el océano Pacífico, con superficies agrietadas y poco uniforme que carecen de agua dulce como es el caso de Santa Cruz. Sin embargo se podrá obtener este líquido vital por medio de su recolección vía canales de techados localizados en la plata de la empresa, y

además de transformar este terreno en espacios acordes con las políticas de conservación a las declaraciones de la UNESCO.

Establecer contacto con las autoridades pertinentes del Gobierno, para obtener los servicios básicos como son el agua potable y alcantarillado que son importantes para el correcto funcionamiento de las actividades turísticas en las islas.

4. DA (DEBILIDADES – AMENAZAS)

El agua representa una de las principales amenazas para las operaciones diarias y la debilidad más pronunciada será el desplazamiento que deberá hacer la empresa hacia el lugar de abastecimiento de líquido vital más cercano, como es la pileta municipal a las afueras de Puerto Ayora.

B. RESPONSABLES DE CADA OBJETIVO

La tabla # 18.- Muestra al responsable de cada objetivo que se debió realizar por cumplir cada objetivo planteado, que establecerá un plan de acción con la finalidad de minimizar los riesgos que puedan afectar al proyecto.⁴

Nº	OBJETIVO	RESPONSABLE
1	Presentar un estudio de la situación actual del país sobre el tema del turismo en el mercado.	Estudiante
2	Hacer una presentación breve de la empresa a crear.	Estudiante

⁴ **NOTA:** A estas actividades se le asignarán fechas de cumplimiento y responsabilidades según lo fije el director del proyecto.

3	Presentar un estudio de marketing.	Estudiante
4	Presentar un estudio técnico de la empresa.	Estudiante
5	Presentar un estudio financiero para determinar la factibilidad de la inversión a través los indicadores VAN, TIR, entre otros.	Estudiante

TABLA # 19: ACTIVIDADES DE POR CADA OBJETIVOS.
ELABORADO POR: JUAN GERARDO BASTIDAS HIDALGO, (2011).

En la selección de las estrategias se formularán acciones para solucionar los problemas detectados en su debido tiempo, y serán uno de los pasos de mayor relevancia que apoyarán a la justificación del proyecto. Para esto se tomará en cuenta las identificaciones de las acciones prioritarias para evaluar las alternativas técnicas más convenientes en las perspectivas económicas, financieras, ambientales, institucionales y sociales.

Entre los criterios más importantes que se tomó en cuenta para la selección de la estrategia de intervención, se mencionará a los siguientes:

- Analizar el nivel de incidencia sobre la resolución del problema central, dando prioridad a la que presenta mayor grado de incidencia presumible.
- Beneficios para el objetivo principal.
- Contribución al desarrollo de capacidades institucionales Relación costo-beneficio financiero y económico.
- Contribución esperada a los objetivos de desarrollo como por ejemplo reducción de la pobreza o integración económica.
- Costos de implementación.
- Evaluar el grado de interdependencia entre acciones propuestas para formar paquetes relacionados.

Con el empleo de estos criterios se definirá lo que será incluido dentro de los alcances del proyecto y aquello que debe ser dejado de lado. Con la estrategia seleccionada construirá la lógica de intervención completa considerando además del objetivo de desarrollo y el objetivo del proyecto.

10. PRESUPUESTO Y FINANCIAMIENTO DEL PROYECTO

Con la finalidad de mantener el plan de promoción vigente es necesario tener ingresos económicos, para ello se buscará el financiamiento adecuado y necesario para la compra de los activos para que la residencia funcione con todo lo obligatorio para el cuidado y disfrute de los futuros clientes.

A. PLAN DE ACCIÓN FINANCIERO

1. FINANCIAMIENTO

La tabla # 20.- Muestra el cuadro de amortización del préstamo hipotecario a la Corporación Financiera Nacional (CFN). La misma que costeará el monto requerido, de \$ 405.000,00 a un 9% de interés anual con un mínimo del 125% en activos como garantía de la misma.

CÁLCULO DE LA AMORTIZACIÓN DEL PRÉSTAMO		
INVERSIÓN INICIAL	\$	1.125.000,00
CAPITAL PROPIO	\$	720.000,00
MONTO DEL CRÉDITO	\$	405.000,00
TASA INTERÉS ANUAL		9%
PLAZO EN MESES		36 meses
CUOTA MENSUAL	\$	12.831,82

CUADRO DE AMORTIZACIÓN DEL PRÉSTAMO (CRÉDITO CFN)					
PERIODO	VALOR PRINCIPAL	PAGO PRINCIPAL	PAGO INTERÉS	CUOTA MENSUAL	SALDO PRINCIPAL
1	405.000,00	\$ 11.250,00	\$ 2.953,13	\$ 12.831,82	393.750,00
2	393.750,00	\$ 11.250,00	\$ 2.871,09	\$ 12.737,16	382.500,00
3	382.500,00	\$ 11.250,00	\$ 2.789,06	\$ 12.737,16	371.250,00
4	371.250,00	\$ 11.250,00	\$ 2.707,03	\$ 12.737,16	360.000,00
5	360.000,00	\$ 11.250,00	\$ 2.625,00	\$ 12.737,16	348.750,00
6	348.750,00	\$ 11.250,00	\$ 2.542,97	\$ 12.737,16	337.500,00
7	337.500,00	\$ 11.250,00	\$ 2.460,94	\$ 12.737,16	326.250,00
8	326.250,00	\$ 11.250,00	\$ 2.378,91	\$ 12.737,16	315.000,00
9	315.000,00	\$ 11.250,00	\$ 2.296,88	\$ 12.737,16	303.750,00
10	303.750,00	\$ 11.250,00	\$ 2.214,84	\$ 12.737,16	292.500,00
11	292.500,00	\$ 11.250,00	\$ 2.132,81	\$ 12.737,16	281.250,00
12	281.250,00	\$ 11.250,00	\$ 2.050,78	\$ 12.737,16	270.000,00
13	270.000,00	\$ 11.250,00	\$ 1.968,75	\$ 12.737,16	258.750,00
14	258.750,00	\$ 11.250,00	\$ 1.886,72	\$ 12.737,16	247.500,00
15	247.500,00	\$ 11.250,00	\$ 1.804,69	\$ 12.737,16	236.250,00
16	236.250,00	\$ 11.250,00	\$ 1.722,66	\$ 12.737,16	225.000,00
17	225.000,00	\$ 11.250,00	\$ 1.640,63	\$ 12.737,16	213.750,00
18	213.750,00	\$ 11.250,00	\$ 1.558,59	\$ 12.737,16	202.500,00
19	202.500,00	\$ 11.250,00	\$ 1.476,56	\$ 12.737,16	191.250,00
20	191.250,00	\$ 11.250,00	\$ 1.394,53	\$ 12.737,16	180.000,00
21	180.000,00	\$ 11.250,00	\$ 1.312,50	\$ 12.737,16	168.750,00
22	168.750,00	\$ 11.250,00	\$ 1.230,47	\$ 12.737,16	157.500,00
23	157.500,00	\$ 11.250,00	\$ 1.148,44	\$ 12.737,16	146.250,00
24	146.250,00	\$ 11.250,00	\$ 1.066,41	\$ 12.737,16	135.000,00
25	135.000,00	\$ 11.250,00	\$ 984,38	\$ 12.737,16	123.750,00
26	123.750,00	\$ 11.250,00	\$ 902,34	\$ 12.737,16	112.500,00
27	112.500,00	\$ 11.250,00	\$ 820,31	\$ 12.737,16	101.250,00
28	101.250,00	\$ 11.250,00	\$ 738,28	\$ 12.737,16	90.000,00
29	90.000,00	\$ 11.250,00	\$ 656,25	\$ 12.737,16	78.750,00
30	78.750,00	\$ 11.250,00	\$ 574,22	\$ 12.737,16	67.500,00
31	67.500,00	\$ 11.250,00	\$ 492,19	\$ 12.737,16	56.250,00
32	56.250,00	\$ 11.250,00	\$ 410,16	\$ 12.737,16	45.000,00
33	45.000,00	\$ 11.250,00	\$ 328,13	\$ 12.737,16	33.750,00
34	33.750,00	\$ 11.250,00	\$ 246,09	\$ 12.737,16	22.500,00
35	22.500,00	\$ 11.250,00	\$ 164,06	\$ 12.737,16	11.250,00
36	11.250,00	\$ 11.250,00	\$ 82,03	\$ 12.737,16	(0,00)
	(0,00)	\$ 405.000,00	\$ 54.632,81	\$ 458.632,34	-

TABLA # 20: AMORTIZACIÓN DEL PRÉSTAMO.

ELABORADO POR: JUAN GERARDO BASTIDAS HIDALGO, (2011).

2. PLAN DE EJECUCIÓN CON EL PRESUPUESTO

a) INVERSIÓN INICIAL

La tabla # 21.- Muestra la descripción detallada comenzando desde el capital de \$ 720.000 dólares comprendidos en 12 hectáreas de terreno en la Isla Santa Cruz - Galápagos a un valor de \$ 6.00 dólares el metro cuadrado que servirán como garantía para el préstamo bancario por la cantidad de \$ 402.012,24, los mismos que serán utilizados en la compra de los siguientes activos depreciables y amortizables en los diferentes periodos, el edificio integrado por 10 cabañas dobles, 1 salón común, 1 restaurante, 1 área de administración y dos jardines que equivalen a \$ 296.000,00 dólares e incluyen \$ 3.000 dólares en redes de distribución tales como cableado eléctrico y mangueras de aguas.

ROOTS HUMAN GALÁPAGOS RESIDENCE			
TERRENO Y EDIFICIO E INSTALACIONES			
TIPO		P.Unitario	V.Total
TERRENO		\$ 60,000.00	\$ 720,000.00
12	Hectáreas	\$ 60,000.00	\$ 720,000.00
EDIFICIO		\$ 108,500.00	\$ 293,000.00
10	Cabañas dobles	\$ 20,000.00	\$ 200,000.00
1	Sala común	\$ 20,000.00	\$ 20,000.00
1	Instalaciones de Restaurante	\$ 50,000.00	\$ 50,000.00
1	Administración	\$ 20,000.00	\$ 20,000.00
2	Jardines	\$ 1,500.00	\$ 3,000.00
REDES DE DISTRIBUCIÓN		\$ 3,000.00	\$ 3,000.00
1	Cableado Eléctrico	\$ 2,000.00	\$ 2,000.00
1	Manguera de Agua	\$ 1,000.00	\$ 1,000.00
SUMA			\$ 1.016.000,00

TABLA # 21: TERRENO Y EDIFICIO E INSTALACIONES.

ELABORADO POR: JUAN GERARDO BASTIDAS HIDALGO, (2011).

La tabla # 22.- Muestra a el inventario inicial correspondiente al primer mes de apertura para las operaciones con un saldo de \$7.300 dólares y el que será ajustado mensualmente según la temporada, la cantidad en stock y el abasto en bodega.

ROOTS HUMAN GALÁPAGOS RESIDENCE				
INVENTARIO INICIAL				
TIPO	Habitaciones	Bar	Restaurant	TOTAL
COMPRAS	\$ 500.00	\$ 1,400.00	\$ 5,400.00	\$ 7,300.00
GASTOS SOBRE COMPRAS	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00
SUB - TOTAL	\$ 500.00	\$ 1,400.00	\$ 5,400.00	\$ 7,300.00
DEVOLUCIONES SOBRE COMPRAS	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00
REBAJAS SOBRE COMPRAS	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00
BONIFICACIONES SOBRE COMPRAS	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00
DESCUENTAS SOBRE COMPRAS	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00
TOTAL DE LAS COMPRAS	\$ 500.00	\$ 1,400.00	\$ 5,400.00	\$ 7,300.00

TABLA # 22: INVENTARIO INICIAL.

ELABORADO POR: JUAN GERARDO BASTIDAS HIDALGO, (2011).

La tabla # 23.- Muestra a los bienes muebles que comprenden a los equipos de computación por un total de \$ 3.759,00 dólares para la compra de tres computadoras, tres impresoras y un proyector de imagen que serán depreciados en el periodo de tres años, a \$ 1.252,89 anual y \$ 104,41 que continuarán trabajando luego de su tiempo de vida útil según su desempeño y únicamente sustituido con la autorización de los socios.

ROOTS HUMAN GALÁPAGOS RESIDENCE			
BIENES MUEBLES			
NÚMERO	Tipo	P.Unitario	V.Total
3	Computadoras	\$ 680.00	\$ 2,040.00
3	Impresoras	\$ 110.00	\$ 330.00
1	Proyector de Imagen	\$ 1,389.00	\$ 1,389.00
	Suma	\$ 2,179.00	\$ 3,759.00

TABLA # 23: BIENES MUEBLES.

ELABORADO POR: JUAN GERARDO BASTIDAS HIDALGO, (2011).

La tabla # 24.- Muestra a la lista de bienes muebles por una cantidad de \$ 23.361,62 dólares que serán depreciados anualmente con la cantidad de \$ 2.336,09 y mensualmente en \$ 194,67.

ROOTS HUMAN GALÁPAGOS RESIDENCE			
MUEBLES Y ENSERES			
NÚMERO	Tipo	P.Unitario	V.Total
1	Sofá Cama	\$ 400.89	\$ 400.89
20	Colchones Ortopédicos de 21/2	\$ 400.39	\$ 8,007.80
5	Botiquines de primeros auxilios completo	\$ 50.00	\$ 250.00
1	Secador Whirlpool (a gas)	\$ 1,107.00	\$ 1,107.00
3	Silla Gerencial	\$ 311.61	\$ 934.83
3	Escritorios	\$ 562.50	\$ 1,687.50
1	Camilla	\$ 190.00	\$ 190.00
2	Sillas de oficina	\$ 106.00	\$ 212.00
6	Lámparas de colgar	\$ 62.00	\$ 372.00
2	Mecedora	\$ 130.00	\$ 260.00
1	Baño Rodante	\$ 200.00	\$ 200.00
2	Silla de baño	\$ 75.00	\$ 150.00
2	Silla de ruedas	\$ 500.00	\$ 1,000.00
20	Camas	\$ 300.00	\$ 6,000.00
1	Juego de mesas	\$ 799.00	\$ 799.00
10	Tanque de agua	\$ 100.00	\$ 1,000.00
1	Juego de patio	\$ 790.00	\$ 790.00
	Suma	\$ 6,084.39	\$ 23,361.02

TABLA # 24: BIENES MUEBLES.

ELABORADO POR: JUAN GERARDO BASTIDAS HIDALGO, (2011).

La tabla # 25.- Muestra a los equipos que comprenden una suma de \$33.399,00 dólares y que serán depreciados en 10 años.

ROOTS HUMAN GALÁPAGOS RESIDENCE			
MAQUINARIAS Y EQUIPOS			
NÚMERO	Tipo	P.Unitario	V.Total
1	Máquina de café	\$ 2,334.00	\$ 2,334.00
1	Panel de emergencia	\$ 500.00	\$ 500.00

2	Lavadoras	\$ 760.00	\$ 1,520.00
1	Horno	\$ 1,200.00	\$ 1,200.00
1	Congelador horizontal	\$ 602.00	\$ 602.00
1	Generador eléctrico	\$ 932.00	\$ 932.00
10	Cilindro de gas	\$ 80.00	\$ 800.00
10	Paneles solares	\$ 2,000.00	\$ 20,000.00
2	Bomba de agua	\$ 300.00	\$ 600.00
2	Licúadora	\$ 400.00	\$ 800.00
12	Extintores	\$ 98.00	\$ 1,176.00
1	Nevera vitrina	\$ 634.00	\$ 634.00
1	Menaje completo	\$ 1,000.00	\$ 1,000.00
1	Molino de café	\$ 701.00	\$ 701.00
2	Mesas de trabajo para cocina	\$ 300.00	\$ 600.00
	Suma	\$ 11,841.00	\$ 33,399.00

TABLA # 25: MAQUINARIAS Y EQUIPOS.

ELABORADO POR: JUAN GERARDO BASTIDAS HIDALGO, (2011).

La tabla # 26.- Muestra el costo del vehículo para las operaciones por la cantidad de \$ 30.000,00 dólares que incluye gasto de soat, mantenimiento y herramientas gratis por parte de la compañía Toyota, es depreciado en 5 años con un valor de \$ 6.000,00 anual.

ROOTS HUMAN GALÁPAGOS RESIDENCE			
VEHÍCULO			
NÚMERO	Tipo	P.Unitario	V.Total
1	Camioneta doble cabina	\$ 30,000.00	\$ 30,000.00
	Suma	\$ 30,000.00	\$ 30,000.00

TABLA # 26: VEHÍCULO.

ELABORADO POR: JUAN GERARDO BASTIDAS HIDALGO, (2011).

La tabla # 27.- Muestra a los componentes intangibles que serán amortizados en el periodo de un año calendario por el mismo valor de \$ 8.193,22 o \$ 682,77 dólares mensualmente entre estos valores figura los gastos de constitución y pagos a las patente anual.

ROOTS HUMAN GALÁPAGOS RESIDENCE

PERMISOS, PATENTES Y UTENSILIOS

NÚMERO	Tipo	P.Unitario	V.Total
1	Patentes y documentos de funcionamiento	\$ 1.500,00	\$ 1.500,00
4	Tabla de picar	\$ 8,20	\$ 32,80
1	Utensilios para asados	\$ 15,70	\$ 15,70
20	Maceteros	\$ 19,00	\$ 380,00
2	Frascos de vidrio	\$ 11,50	\$ 23,00
1	Escurreidores	\$ 9,28	\$ 9,28
20	Tollas de baño	\$ 10,51	\$ 210,20
4	Vasos tequileros	\$ 12,50	\$ 50,00
4	juegos de Copas para helado	\$ 10,90	\$ 43,60
4	juegos de Copas para champaña	\$ 10,80	\$ 43,20
4	unidades de Ceniceros	\$ 3,60	\$ 14,40
4	juegos de vasos largos	\$ 11,00	\$ 44,00
10	Trapeadores	\$ 3,90	\$ 39,00
10	Escobas	\$ 3,50	\$ 35,00
20	Limpiones	\$ 1,00	\$ 20,00
4	juegos de cubiertos	\$ 40,00	\$ 160,00
6	Tachos con ruedas	\$ 59,82	\$ 358,92
2	Cesto multifunciones de reciclado	\$ 5,53	\$ 11,06
4	Embudo gigante	\$ 2,72	\$ 10,88
10	Cestos para ropa	\$ 2,73	\$ 27,30
6	Repostero	\$ 1,61	\$ 9,66
4	Baldes de 10 litros	\$ 1,85	\$ 7,40
6	Bandejas	\$ 6,24	\$ 37,44
4	Jarras	\$ 5,28	\$ 21,12
10	Tachos de reciclaje	\$ 13,84	\$ 138,40
10	Cestos de basuras	\$ 5,85	\$ 58,50
10	charolas Porta todo	\$ 6,34	\$ 63,40
1	Hielera de 38 litros	\$ 98,40	\$ 98,40
20	Juegos de vasos	\$ 2,00	\$ 40,00
20	Juegos de vasos	\$ 2,00	\$ 40,00
20	Juegos de vasos	\$ 3,00	\$ 60,00
10	Juego de pozuelos	\$ 9,37	\$ 93,70
6	Juego de vajillas andinas	\$ 24,77	\$ 148,62
1	Cartón de jarros de 60	\$ 52,00	\$ 52,00
4	Juegos de copa margarita	\$ 41,00	\$ 164,00
20	Platos rectangulares	\$ 3,00	\$ 60,00
20	Platos cuadrados	\$ 4,00	\$ 80,00
5	Juegos de Platos hondos	\$ 7,00	\$ 35,00
20	Platos tendidos	\$ 6,00	\$ 120,00
4	Bastones de aluminio	\$ 18,00	\$ 72,00
4	Bolsa de agua caliente	\$ 31,00	\$ 124,00
4	Cojín lumbar	\$ 30,00	\$ 120,00
2	Muleta	\$ 33,00	\$ 66,00
2	Plantilla de diabetes	\$ 25,00	\$ 50,00
20	Sábanas	\$ 20,00	\$ 400,00
20	Almohadas	\$ 20,00	\$ 400,00
20	Rótulos	\$ 4,00	\$ 80,00
6	Guantes de frio y calor	\$ 5,50	\$ 33,00
10	Ollas	\$ 60,00	\$ 600,00
20	Sillas Slim	\$ 26,86	\$ 537,20
2	Tensiómetro	\$ 20,00	\$ 40,00
2	Mesa rectangular	\$ 53,52	\$ 107,04

10	Lámparas de mesas	\$ 20,90	\$ 209,00
10	Centro de mesas	\$ 29,90	\$ 299,00
20	Apoyadores de baño	\$ 30,00	\$ 600,00
2	Sirenas	\$ 50,00	\$ 100,00
SUMA		\$ 2.513,42	\$ 8.193,22

TABLA # 27: INTANGIBLES.

ELABORADO POR: JUAN GERARDO BASTIDAS HIDALGO, (2011).

ROOTS HUMAN GALÁPAGOS RESIDENCE						
DEPRECIACIONES ACUMULADAS						
TIPO	Equipos	Muebles	Vehículos	Edificios	Equipos de computación	Total
VALOR	\$33.399,00	\$23.361,02	\$30.000,00	\$296.000,00	\$ 3.759,00	\$386.519,02
% VALOR RESIDUAL	0,10	0,10	0,20	0,05	0,33	
AÑOS DE VIDA ÚTIL	10	10	5	20	3	
DEPRECIACIÓN ANUAL	\$ 4.592,78	\$ 2.336,09	\$ 5.999,96	\$ 14.800,00	\$ 1.252,89	\$ 28.981,72
DEPRECIACIÓN MENSUAL	\$ 382,73	\$ 194,67	\$ 500,00	\$ 1.233,33	\$ 104,41	\$ 2.415,14

TABLA # 28: DEPRECIACIONES ACUMULADAS.

ELABORADO POR: JUAN GERARDO BASTIDAS HIDALGO, (2011).

ROOTS HUMAN GALÁPAGOS RESIDENCE	
CÁLCULOS DE AMORTIZACIÓN DE INTANGIBLES	
DETALLE	Valor
VALOR ACTUAL INTANGIBLE	\$ 8.193,22
PERIODO DE AMORTIZACIÓN	1 AÑO
AMORTIZACIÓN ANUAL	\$ 193,22
AMORTIZACIÓN MENSUAL	\$ 682,77

TABLA # 29: CÁLCULOS DE AMORTIZACIÓN DE INTANGIBLES.

ELABORADO POR: JUAN GERARDO BASTIDAS HIDALGO, (2011).

B. ESTADOS FINANCIEROS PROYECTADOS

1. BALANCE INICIAL

ROOTS HUMAN GALÁPAGOS RESIDENCE	
ESTADO DE SITUACIÓN INICIAL	
AL 08 DE ABRIL DEL 2012	
ACTIVOS	
ACTIVOS CORRIENTES	
CAJA	\$ 2.987,76
INVENTARIOS	\$ 7.300,00
TOTAL ACTIVOS CORRIENTES	\$ 10.287,76
ACTIVOS FIJOS	
EQUIPO	\$ 33.399,00
MUEBLES	\$ 23.361,02
VEHÍCULOS	\$ 30.000,00
EDIFICIO E INSTALACIONES	\$ 720.000,00
EQUIPO DE COMPUTACIÓN	\$ 3.759,00
TERRENO	\$ 296.000,00
TOTAL ACTIVOS FIJOS	\$ 1.106.519,02
ACTIVOS DIFERIDOS	
INTANGIBLES	\$ 8.193,22
TOTAL ACTIVO DIFERIDO	\$ 8.193,22
TOTAL DE ACTIVOS	\$ 1.125.000,00
PASIVOS	
PASIVOS CORRIENTES	
CUENTAS POR PAGAR	\$ 405.000,00
TOTAL DE PASIVOS CORRIENTES	\$ 405.000,00
TOTAL DE PASIVOS	\$ 405.000,00
PATRIMONIO	
CAPITAL SOCIAL	\$ 720.000,00
TOTAL DE PATRIMONIO	\$ 720.000,00
TOTAL DE PASIVOS Y PATRIMONIO	\$ 1.125.000,00
(-) TOTAL DE ACTIVOS	\$ 1.125.000,00
DIFERENCIA =	\$ 0,00

TABLA # 30: BALANCE INICIAL.

ELABORADO POR: JUAN GERARDO BASTIDAS HIDALGO, (2012).

2. INGRESOS

La tabla # 31.- Muestra el total de los ingresos que se obtendrán del cálculo mensual proyectado por las ventas de los servicios, considerando las temporadas altas, bajas y regulares con un incremento del 10% anual en los primero cinco periodos contables.

ROOTS HUMAN GALÁPAGOS RESIDENCE							
INGRESOS POR DÍA							
NÚMERO	Tipos de servicios	Cant.	Valores	Subtotales	Servicio	I.V.A	Total
HOSPEDAJE							
1	Hospedaje	18	\$100,00	\$ 1.800,00	\$ 0,00	\$216,00	\$ 2.016,00
RESTAURANTE							
1	Desayunos	18	\$ 3,00	\$ 54,00	\$ 5,40	\$ 6,48	\$ 65,88
2	Almuerzos	18	\$ 4,00	\$ 72,00	\$ 7,20	\$ 8,64	\$ 87,84
3	Cenas	18	\$ 5,00	\$ 90,00	\$ 9,00	\$ 10,80	\$ 109,80
4	Bebidas Alcohólicas	18	\$ 4,00	\$ 72,00	\$ 7,20	\$ 8,64	\$ 87,84
5	Bebidas no Alcohólicas	18	\$ 3,00	\$ 54,00	\$ 5,40	\$ 6,48	\$ 65,88
COMISIONES							
1	Visitas Guiadas	18	\$ 15,00	\$ 270,00	\$ 0,00	\$ 36,00	\$ 302,40
2	Comisión por transporte terrestre	18	\$ 1,00	\$ 18,00	\$ 0,00	\$ 2,40	\$ 20,16
3	Comisión por transporte marítimo	18	\$ 25,00	\$ 450,00	\$ 0,00	\$ 60,00	\$ 504,00
4	Comisión por transporte aéreo	18	\$ 50,00	\$ 900,00	\$ 0,00	\$ 120,00	\$ 1.008,00
5	Comisión por alquileres de equipos deportivos	18	\$ 10,00	\$ 180,00	\$ 0,00	\$ 24,00	\$ 201,60
Suma							\$ 4.469,40

TABLA # 31: INGRESOS.

ELABORADO POR: JUAN GERARDO BASTIDAS HIDALGO, (2011).

ROOTS HUMAN GALÁPAGOS RESIDENCE		
INGRESOS MENSUALES		
TEMPORADA	Mes	Ventas
REGULAR	ENERO	\$ 74.823.00
REGULAR	FEBRERO	\$ 74.823.00
REGULAR	MARZO	\$ 74.823.00
BAJA	ABRIL	\$ 55.011.00
BAJA	MAYO	\$ 55.011.00
ALTA	JUNIO	\$ 90.018.00
ALTA	JULIO	\$ 90.018.00
ALTA	AGOSTO	\$ 90.018.00
BAJA	SEPTIEMBRE	\$ 55.011.00
BAJA	OCTUBRE	\$ 55.011.00
ALTA	NOVIEMBRE	\$ 90.018.00
ALTA	DICIEMBRE	\$ 90.018.00
	SUMA	\$ 894.60300

TABLA # 32: INGRESOS MENSUALES.

ELABORADO POR: JUAN GERARDO BASTIDAS HIDALGO, (2011).

3. Presupuesto anual de gastos

a) Gastos de operación

La tabla # 33.- Muestra la suma de los valores en gastos de operación que corresponden a los inventario mensuales ajustados según la temporada.

ROOTS HUMAN GALÁPAGOS RESIDENCE						
PRESUPUESTOS ANUAL DE GASTOS						
RUBROS	2013	2014	2015	2016	2017	TOTAL
GASTOS DE OPERACIÓN	\$ 67.160,00	\$ 70.518,00	\$ 74.043,90	\$ 77.746,10	\$ 81.633,40	\$371.101,39
INVENTARIO	\$ 67.160,00	\$ 70.518,00	\$74.043,90	\$ 77.746,10	\$ 81.633,40	\$371.101,39

TABLA # 33: PRESUPUESTOS ANUAL DE GASTOS

ELABORADO POR: JUAN GERARDO BASTIDAS HIDALGO. (2011).

ROOTS HUMAN GALÁPAGOS RESIDENCE

INVENTARIO MENSUAL				
Inventarios	HABITACIONES	BAR	RESTAURANTE	TOTAL
	AMENITIES	BEBIDAS	MATERIA PRIMA	
Compras	\$ 500,00	\$ 1.400,00	\$ 5.400,00	\$ 7.300,00
Gastos sobre compras	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
SUB TOTAL	\$ 500,00	\$ 1.400,00	\$ 5.400,00	\$ 7.300,00
Devoluciones sobre compras	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
Rebajas sobre compras	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
Bonificaciones sobre compras	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
Descuentos sobre compras	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
COSTO DE LA COMPRA	\$ 500,00	\$ 1.400,00	\$ 5.400,00	\$ 7.300,00

MES	TOTAL
ENERO	\$ 7.300,00
FEBRERO	\$ 5.475,00
MARZO	\$ 5.475,00
ABRIL	\$ 4.015,00
MAYO	\$ 4.015,00
JUNIO	\$ 6.570,00
JULIO	\$ 6.570,00
AGOSTO	\$ 6.570,00
SEPTIEMBRE	\$ 4.015,00
OCTUBRE	\$ 4.015,00
NOVIEMBRE	\$ 6.570,00
DICIEMBRE	\$ 6.570,00
SUMA	\$ 67.160,00

TABLA # 34: INVENTARIO MENSUAL

ELABORADO POR: JUAN GERARDO BASTIDAS HIDALGO. (2011).

b) GASTOS DE ADMINISTRACIÓN

Se refieren a los gastos que se incurren con la implementación del proyecto como son: sueldos del personal, publicidad y promoción para atraer más clientes, y los suministros de oficina ya que esto nos proporcionará una idea de los costos que se deben cubrir durante el año, los mismos que se detallan a continuación.

ROOTS HUMAN GALÁPAGOS RESIDENCE						
PRESUPUESTOS ANUAL DE GASTOS						
RUBROS	2013	2014	2015	2016	2017	TOTAL
GASTOS DE ADMINISTRACIÓN	\$ 214.363,37	\$ 225.081,53	\$ 236.335,61	\$ 248.152,39	\$ 260.560,01	\$ 1.184.492,91
SUELDOS	\$ 184.963,37	\$ 194.211,53	\$ 203.922,11	\$ 214.118,22	\$ 224.824,13	\$ 1.022.039,36
SERVICIOS BÁSICOS	\$ 10.000,00	\$ 10.500,00	\$ 11.025,00	\$ 11.576,25	\$ 12.155,06	\$ 55.256,31
SUMINISTROS DE OFICINA Y COMPUTACIÓN	\$ 3.300,00	\$ 3.465,00	\$ 3.638,25	\$ 3.820,16	\$ 4.011,17	\$ 18.234,58
COMBUSTIBLE	\$ 12.500,00	\$ 13.125,00	\$ 13.781,25	\$ 14.470,31	\$ 15.193,83	\$ 69.070,39
MANTENIMIENTO	\$ 3.600,00	\$ 3.780,00	\$ 3.969,00	\$ 4.167,45	\$ 4.375,82	\$ 19.892,27
GASTOS DE OPERACIÓN	\$ 67.160,00	\$ 70.518,00	\$ 74.043,90	\$ 77.746,10	\$ 81.633,40	\$ 371.101,39
INVENTARIO	\$ 67.160,00	\$ 70.518,00	\$ 74.043,90	\$ 77.746,10	\$ 81.633,40	\$ 371.101,39
GASTOS DE VENTAS	\$ 6.000,00	\$ 6.300,00	\$ 6.615,00	\$ 6.945,75	\$ 7.293,04	\$ 33.153,79
GASTOS VENTAS , PUBLICIDAD	\$ 6.000,00	\$ 6.300,00	\$ 6.615,00	\$ 6.945,75	\$ 7.293,04	\$ 33.153,79
TOTAL	\$ 287.523,37	\$ 301.899,53	\$ 316.994,51	\$ 332.844,24	\$ 349.486,45	\$ 1.588.748,10

TABLA # 35: PRESUPUESTO ANUAL DE GASTOS.
ELABORADO POR: JUAN GERARDO BASTIDAS HIDALGO, (2011).

ROOTS HUMAN GALÁPAGOS RESIDENCE					
PRESUPUESTO MENSUAL DE SUELDOS					
MESES	SUELDOS BASES	BONO ESCOLAR	VACACIONES	DECIMO TERCERO	TOTAL
ENERO	\$ 15.239,56				\$ 15.239,56
FEBRERO	\$ 15.239,56				\$ 15.239,56
MARZO	\$ 15.239,56	\$ 234,95			\$ 15.474,51
ABRIL	\$ 15.239,56				\$ 15.239,56
MAYO	\$ 15.239,56				\$ 15.239,56
JUNIO	\$ 15.239,56	\$ 234,95			\$ 15.474,51
JULIO	\$ 15.239,56				\$ 15.239,56
AGOSTO	\$ 15.239,56				\$ 15.239,56
SEPTIEMBRE	\$ 15.239,56				\$ 15.239,56
OCTUBRE	\$ 15.239,56				\$ 15.239,56
NOVIEMBRE	\$ 15.239,56		\$ 539,58		\$ 15.779,14
DICIEMBRE	\$ 15.239,56			\$ 1.079,17	\$ 16.318,73
SUMA	\$ 182.874,72	\$ 469,90	\$ 539,58	\$ 1.079,17	\$ 184.963,37

TABLA # 36: PRESUPUESTO MENSUAL DE SUELDOS.
ELABORADO POR: JUAN GERARDO BASTIDAS HIDALGO, (2011).

ROOTS HUMAN GALÁPAGOS RESIDENCE									
NÓMINA DE SALARIOS DEL PERSONAL MENSUAL									
Nº	CARGO	SALARIO	FONDOS DE RESERVA	SUB TOTAL	IESS	DECIMO TERCERO	BONO ⁵ ESCOLAR MARZO Y/O JULIO	VACACIONES	TOTAL
1	Director de Operación	\$ 2.500,00	\$ 208,25	\$ 2.708,25	\$ 233,75	\$ 208,33	\$ 33,56	\$104,17	\$ 2.942,00
1	Directora Financiera	\$ 1.000,00	\$ 83,30	\$ 1.083,30	\$ 93,50	\$ 83,33	\$ 33,56	\$ 41,67	\$ 1.176,80
1	Médico Geriatra	\$ 2.500,00	\$ 208,25	\$ 2.708,25	\$ 233,75	\$ 208,33	\$ 33,56	\$104,17	\$ 2.942,00
2	Guardias de Seguridad	\$ 400,00	\$ 33,32	\$ 433,32	\$ 37,40	\$ 33,33	\$ 33,56	\$ 16,67	\$ 470,72
1	Jefe de Operación	\$ 700,00	\$ 58,31	\$ 758,31	\$ 65,45	\$ 58,33	\$ 33,56	\$ 29,17	\$ 823,76
1	Jornalero	\$ 400,00	\$ 33,32	\$ 433,32	\$ 37,40	\$ 33,33	\$ 33,56	\$ 16,67	\$ 470,72
1	Bodeguero	\$ 450,00	\$ 37,49	\$ 487,49	\$ 42,08	\$ 37,50	\$ 33,56	\$ 18,75	\$ 529,56
1	Jardinero	\$ 400,00	\$ 33,32	\$ 433,32	\$ 37,40	\$ 33,33	\$ 33,56	\$ 16,67	\$ 470,72
1	Lavandera	\$ 400,00	\$ 33,32	\$ 433,32	\$ 37,40	\$ 33,33	\$ 33,56	\$ 16,67	\$ 70,72
2	Camareras	\$ 800,00	\$ 66,64	\$ 866,64	\$ 74,80	\$ 66,67	\$ 33,56	\$ 33,33	\$ 941,44
3	Cocineros	\$ 1.200,00	\$ 99,96	\$ 1.299,96	\$ 112,20	\$ 100,00	\$ 33,56	\$ 50,00	\$ 1.412,16
3	Meseros	\$ 1.200,00	\$ 99,96	\$ 1.299,96	\$ 112,20	\$ 100,00	\$ 33,56	\$ 50,00	\$ 1.412,16
1	Barrman	\$ 400,00	\$ 33,32	\$ 433,32	\$ 37,40	\$ 33,33	\$ 33,56	\$ 16,67	\$ 470,72
1	Recepcionist a-vendedor	\$ 600,00	\$ 49,98	\$ 649,98	\$ 56,10	\$ 50,00	\$ 33,56	\$ 25,00	\$ 706,08
20		\$12.950,00	\$1.078,74	\$ 14.028,74	\$1.210,8	\$1.079,17	\$ 469,90	\$ 539,58	\$15.239,56

TABLA # 37: NÓMINA DE SALARIOS DEL PERSONAL MENSUAL.
ELABORADO POR: JUAN GERARDO BASTIDAS HIDALGO, (2011).

c) Gastos de ventas

ROOTS HUMAN GALÁPAGOS RESIDENCE						
PRESUPUESTOS ANUAL DE GASTOS DE VENTAS						
RUBROS	2013	2014	2015	2016	2017	TOTAL
GASTOS DE VENTAS	\$ 6.000,00	\$ 6.300,00	\$ 6.615,00	\$ 6.945,75	\$ 7.293,04	\$ 33.153,79
GASTO VENTAS Y PUBLICIDAD.	\$ 6.000,00	\$ 6.300,00	\$ 6.615,00	\$ 6.945,75	\$ 7.293,04	\$ 33.153,79
TOTAL	\$ 6.000,00	\$ 6.300,00	\$ 6.615,00	\$ 6.945,75	\$ 7.293,04	\$ 33.153,79

TABLA # 38: PRESUPUESTOS ANUAL DE GASTOS DE VENTAS
ELABORADO POR: JUAN GERARDO BASTIDAS HIDALGO, (2011).

⁵ BONO DE ESCOLARIDAD: \$ 33.564,- Este bono, que es recibido por todos los funcionarios que tengan hijos en edad escolar y educando, es pagado en dos cuotas iguales de \$16.782, en Marzo y Junio.

La tabla # 39.- Muestra la suma de los \$ 6.000 dólares anual para gastos de publicidad que tendrá como finalidad asegurar las ventas en las dos temporadas bajas que comprenden a los meses señalados en el cuadro de color rojo.

ROOTS HUMAN GALÁPAGOS RESIDENCE	
PRESUPUESTO MENSUAL DE GASTOS EN VENTAS	
MES	TOTAL
ENERO	\$ 0,00
FEBRERO	\$ 0,00
MARZO	\$ 1.000,00
ABRIL	\$ 1.000,00
MAYO	\$ 1.000,00
JUNIO	\$ 0,00
JULIO	\$ 0,00
AGOSTO	\$ 1.000,00
SEPTIEMBRE	\$ 1.000,00
OCTUBRE	\$ 1.000,00
NOVIEMBRE	\$ 0,00
DICIEMBRE	\$ 0,00
SUMA	\$ 6.000,00

TABLA # 39: PRESUPUESTO MENSUAL DE GASTOS EN VENTAS
ELABORADO POR: JUAN GERARDO BASTIDAS HIDALGO, (2011).

4. FLUJO DE CAJA ANUAL CONSOLIDADO

La tabla # 40.- Muestra al flujo de caja anual la misma que es parte de los estados financieros proyectados y que fueron calculados con un 5% de incremento, tomando en cuenta la variable de la inflación.

ROOTS HUMAN GALÁPAGOS RESIDENCE					
FLUJO DE CAJA ANUALIZADO					
RUBROS	2013	2014	2015	2016	2017
INVERSIÓN INICIAL	\$ 720.000,00				
FLUJO OPERACIONAL	\$ 894.603,00	\$ 984.063,30	\$ 1.082.469,63	\$ 1.190.716,59	\$ 1.309.788,25
TOTAL DE INGRESOS POR VENTAS	\$ 894.603,00	\$ 984.063,30	\$ 1.082.469,63	\$ 1.190.716,59	\$ 1.309.788,25
(-) EGRESOS DE EFECTIVO	\$ 634.486,79	\$ 669.095,74	\$ 704.434,95	\$ 612.180,38	\$ 663.341,32
(-) GASTOS DE LA OPERACIÓN	\$ 67.160,00	\$ 70.518,00	\$ 74.043,90	\$ 77.746,10	\$ 81.633,40
(-) GASTOS DE ADMINISTRACIÓN	\$ 214.363,37	\$ 225.081,53	\$ 236.335,61	\$ 248.152,39	\$ 260.560,01
(-) GASTOS FINANCIEROS	\$ 30.023,44	\$ 18.210,94	\$ 6.398,44	\$ 0,00	\$ 0,00
(-) GASTOS DE VENTAS	\$ 6.000,00	\$ 6.300,00	\$ 6.615,00	\$ 6.945,75	\$ 7.293,04
(-) IMPUESTO A LA RENTA	\$ 100.957,80	\$ 118.739,60	\$ 136.527,76	\$ 155.002,55	\$ 174.156,86
(-) PARTICIPACIÓN DE TRABAJADORES	\$ 80.982,19	\$ 95.245,67	\$ 109.514,24	\$ 124.333,60	\$ 139.698,01
(-) PAGO DE CAPITAL	\$ 135.000,00	\$ 135.000,00	\$ 135.000,00	\$ 0,00	\$ 0,00
FLUJO NETO OPERACIONAL	\$ 260.116,21	\$ 314.967,56	\$ 378.034,68	\$ 578.536,21	\$ 646.446,94

TABLA # 40: FLUJO DE CAJA ANUALIZADO.

ELABORADO POR: JUAN GERARDO BASTIDAS HIDALGO, (2011).

ROOTS HUMAN GALÁPAGOS RESIDENCE			
FLUJO DE CAJA MENSUAL			
TIPO	Flujo Operacional	(-) Egresos de efectivo	Saldo
ENERO	\$ 74.823,00	\$ 24.939,56	\$ 49.883,44
FEBRERO	\$ 74.823,00	\$ 23.114,56	\$ 51.708,44
MARZO	\$ 74.823,00	\$ 24.349,51	\$ 50.473,49
ABRIL	\$ 55.011,00	\$ 21.654,56	\$ 33.356,44
MAYO	\$ 55.011,00	\$ 21.654,56	\$ 33.356,44
JUNIO	\$ 90.018,00	\$ 25.444,51	\$ 64.573,49
JULIO	\$ 90.018,00	\$ 25.209,56	\$ 64.808,44
AGOSTO	\$ 90.018,00	\$ 26.209,56	\$ 63.808,44
SEPTIEMBRE	\$ 55.011,00	\$ 21.654,56	\$ 33.356,44
OCTUBRE	\$ 55.011,00	\$ 21.654,56	\$ 33.356,44
NOVIEMBRE	\$ 90.018,00	\$ 25.549,14	\$ 64.468,86
DICIEMBRE	\$ 90.018,00	\$ 26.088,73	\$ 63.929,27
SUMA	\$ 894.603,00	\$ 287.523,37	\$ 607.079,63

TABLA # 41: FLUJO DE CAJA MENSUAL.

ELABORADO POR: JUAN GERARDO BASTIDAS HIDALGO, (2011).

5. ESTADO DE RESULTADOS ANUAL Y MENSUAL

Después de establecida la inversión, costos, gastos e ingresos, se procedió a pronosticar el estado de resultados, el mismo que refleja los ingresos y egresos en que se incurrirá durante el periodo de 5 años.

ROOTS HUMAN GALÁPAGOS RESIDENCE					
ESTADO DE RESULTADO ANUALIZADO					
RUBROS	2013	2014	2015	2016	2017
INGRESOS					
VENTAS TOTALES	\$ 894.603,00	\$ 984.063,30	\$1.082.469,63	\$ 1.190.716,59	\$ 1.309.788,25
EGRESOS					
(-) COSTO DE PRODUCCIÓN	\$ 67.160,00	\$ 70.518,00	\$ 74.043,90	\$ 77.746,10	\$ 81.633,40
= UTILIDAD BRUTA EN VENTAS	\$ 827.443,00	\$ 913.545,30	\$1.088.415,73	\$ 1.112.970,50	\$ 1.228.154,85
(-) GASTOS DE ADMINISTRACIÓN	\$ 214.363,37	\$ 225.081,53	\$ 236.335,61	\$ 248.152,39	\$ 260.560,01
(-) GASTOS DE VENTAS	\$ 6.000,00	\$ 6.300,00	\$ 6.615,00	\$ 6.945,75	\$ 7.293,04
(-) GASTOS DE DEPRECIACIÓN Y AMORTIZACIÓN	\$ 37.174,94	\$ 28.981,72	\$ 28.981,72	\$ 28.981,72	\$ 28.981,72
= UAI (UTILIDAD ANTES DE INTERESES) EBIT	\$ 569.904,69	\$ 653.182,05	\$ 736.493,40	\$ 828.890,64	\$ 931.320,08
(-) GASTOS FINANCIEROS	\$ 30.023,44	\$ 18.210,94	\$ 6.398,44	\$ 0,00	\$ 0,00
= UTILIDAD ANTES DE PARTICIPACIÓN A TRABAJADORES	\$ 539.881,26	\$ 634.971,11	\$ 730.094,96	\$ 828.890,64	\$ 931.320,08
(-) 15% PARTICIPACIÓN A TRABAJADORES	\$ 80.982,19	\$ 95.245,67	\$ 109.514,24	\$ 124.333,60	\$ 139.698,01
= UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	\$ 458.899,07	\$ 539.725,44	\$ 620.580,72	\$ 704.557,04	\$ 791.622,07
22% IMPUESTO A LA RENTA	\$ 100.957,80	\$ 118.739,60	\$ 136.527,76	\$ 155.002,55	\$ 174.156,86
UTILIDAD NETA DEL EJERCICIO	\$ 357.941,27	\$ 420.985,85	\$ 484.052,96	\$ 549.554,49	\$ 617.465,22

TABLA # 42: ESTADO DE RESULTADO ANUALIZADO.

ELABORADO POR: JUAN GERARDO BASTIDAS HIDALGO, (2011).

JULIO	JUNIO	MAYO	ABRIL	MARZO	FEBRERO	ENERO	MES	ROOTS HUMAN GALÁPAGOS RESIDENCE ESTADO DE RESULTADO MENSUALIZADO
90.018,00	90.018,00	\$ 55.011,00	\$ 55.011,00	\$ 74.823,00	\$ 74.823,00	\$ 74.823,00	INGRESOS	
\$ 6.570,00	\$ 6.570,00	\$ 4.015,00	\$ 4.015,00	\$ 5.475,00	\$ 5.475,00	\$ 7.300,00	(-) Costo de Operación	
\$ 18.639,56	\$ 18.874,51	\$ 16.639,56	\$ 16.639,56	\$ 17.874,51	\$ 17.639,56	\$ 17.639,56	(-) Gastos de Administración	
\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00	\$ 0,00	\$ 0,00	(-) Gastos de Ventas	
\$ 2.415,14	\$ 2.415,14	\$ 2.415,14	\$ 2.415,14	\$ 2.415,14	\$ 2.415,14	\$ 2.415,14	(-) Depreciación acumulada	
\$ 682,77	\$ 682,77	\$ 682,77	\$ 682,77	\$ 682,77	\$ 682,77	\$ 682,77	(-) Valor actual intangible	
\$ 64.808,44	\$ 64.573,49	\$ 33.356,44	\$ 33.356,44	\$ 50.473,49	\$ 51.708,44	\$ 49.883,44	TOTAL	

SUMA	DICIEMBRE	NOV	OCTUBRE	SEPT	AGOSTO
<u>\$ 894.603,00</u>	90.018,00	90.018,00	\$ 55.011,00	\$ 55.011,00	90.018,00
\$ 67.160,00	\$ 6.570,00	\$ 6.570,00	\$ 4.015,00	\$ 4.015,00	\$ 6.570,00
\$ 214.363,37	\$ 19.518,73	\$ 18.979,14	\$ 16.639,56	\$ 16.639,56	\$ 18.639,56
\$ 6.000,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00
\$ 28.981,72	\$ 2.415,14	\$ 2.415,14	\$ 2.415,14	\$ 2.415,14	\$ 2.415,14
\$ 8.193,22	\$ 682,77	\$ 682,77	\$ 682,77	\$ 682,77	\$ 682,77
<u>\$569.904,49</u>	\$ 63.929,27	\$ 64.468,86	\$ 33.356,44	\$ 33.356,44	\$ 63.808,44

TABLA # 43: ESTADO DE RESULTADOS MENSUALIZADO.
ELABORADO POR: JUAN GERARDO BASTIDAS HIDALGO, (2011).

6. BALANCE GENERAL ANUALIZADO

ROOTS HUMAN GALÁPAGOS RESIDENCE					
BALANCE GENERAL ANUALIZADO					
ACTIVOS					
	ACTIVOS CORRIENTES				
	2013	2014	2015	2016	2017
CASH	\$ 263.103,97	\$ 578.071,54	\$ 956.106,22	\$ 1.534.642,43	\$ 2.181.084,36
INVENTARIO	\$ 7.300,00	\$ 7.300,00	\$ 7.300,00	\$ 7.300,00	\$ 7.300,00
TOTAL ACTIVOS CORRIENTES	\$ 270.403,97	\$ 585.371,54	\$ 963.406,22	\$ 1.541.942,43	\$ 2.188.389,36

ACTIVOS FIJOS					
EQUIPO	\$ 33.399,00	\$ 33.399,00	\$ 33.399,00	\$ 33.399,00	\$ 33.399,00
MUEBLES	\$ 23.361,02	\$ 23.361,02	\$ 23.361,02	\$ 23.361,02	\$ 23.361,02
VEHÍCULOS	\$ 30.000,00	\$ 30.000,00	\$ 30.000,00	\$ 30.000,00	\$ 30.000,00
EDIFICIO E INSTALACIONES	\$ 296.000,00	\$ 296.000,00	\$ 296.000,00	\$ 296.000,00	\$ 296.000,00
EQUIPO DE COMPUTACIÓN	\$ 3.759,00	\$ 3.759,00	\$ 3.759,00	\$ 3.759,00	\$ 3.759,00
TERRENO	\$ 720.000,00	\$ 720.000,00	\$ 720.000,00	\$ 720.000,00	\$ 720.000,00
(-) DEPRECIACIÓN ACUMULADAS	\$ 28.981,72	\$ 57.963,44	\$ 86.945,16	\$ 115.926,88	\$ 144.908,60
TOTAL ACTIVOS FIJOS	\$1.077.537,30	\$ 1.048.555,58	\$ 1.019.573,86	\$ 990.592,14	\$ 961.610,42
ACTIVOS DIFERIDOS					
PATENTES, PERMISOS Y UTILITARIOS	\$ 8.193,22	\$ 8.193,22	\$ 8.193,22	\$ 8.193,22	\$ 8.193,22
(-) AMORTIZACIÓN ACUMULADA	\$ 8.193,22	\$ 8.193,22	\$ 8.193,22	\$ 8.193,22	\$ 8.193,22
TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS	\$ 0,00				
TOTAL DE ACTIVOS	\$ 1.347.941,47	\$ 1.633.927,12	\$ 1.982.980,08	\$ 2.532.534,57	\$ 3.149.999,79
PASIVOS					
OBLIGACIONES	2013	2014	2015	2016	2017
PASIVOS CORRIENTES					
PRÉSTAMO BANCARIO A CORTO PLAZO	\$ 135.000,00	\$ 135.000,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
PARTICIPACIÓN A TRABAJADORES POR PAGAR	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
IMPUESTO A LA RENTA POR PAGAR	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
TOTAL DE PASIVOS CORRIENTES	\$ 135.000,00	\$ 135.000,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
PASIVOS DE LARGO PLAZO					
PRÉSTAMO BANCARIO	\$ 135.000,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
TOTAL DE PASIVOS DE LARGO PLAZO	\$ 135.000,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
TOTAL DE PASIVOS	\$ 270.000,00	\$ 135.000,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
PATRIMONIO O CAPITAL					
CAPITAL SOCIAL	\$ 720.000,00	\$ 720.000,00	\$ 720.000,00	\$ 720.000,00	\$ 720.000,00
UTILIDAD DEL EJERCICIO	\$ 357.941,27	\$ 420.985,85	\$ 484.052,96	\$ 549.559,49	\$ 617.465,22
UTILIDADES RETENIDAS	\$ 0,00	\$ 357.941,27	\$ 778.927,12	\$ 1.262.534,57	\$ 1.812.534,57
TOTAL DE PATRIMONIO	\$ 1.077.941,27	\$ 1.498.927,12	\$ 1.982.980,08	\$ 2.532.534,57	\$ 3.149.999,79
TOTAL DE PASIVOS Y PATRIMONIO	\$ 1.347.941,27	\$ 1.633.927,12	\$ 1.982.980,08	\$ 2.532.534,57	\$ 3.149.999,79
DIFERENCIA	\$ 0,00				
		\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00

TABLA # 44: BALANCE GENERAL ANUALIZADO.

ELABORADO POR: JUAN GERARDO BASTIDAS HIDALGO, (2011).

C. CÁLCULO DE LOS INDICADORES ECONÓMICOS: VAN, TIR

Los indicadores económicos muestran el escenario positivo, negativo y promedio, la TIR o tasa interna de retorno que es un cálculo porcentual que describe la rentabilidad que se obtendrá por cada unidad monetaria invertida en acciones de la empresa. El PayBack que consiste en medir el tiempo en el que se podrá recuperar la inversión, se toma en cuenta el valor del dinero en el tiempo o el costo promedio ponderado, ya que su interés principal es conocer en cuantos años, meses, días tomará recuperar la inversión.

La tabla # 45.- Muestra el escenario positivo con la cantidad de 20 ventas por cada producto o servicio diario.

ROOTS HUMAN GALÁPAGOS RESIDENCE	
ESCENARIO POSITIVO	
TASA DE DESCUENTO	13,57%
VALOR ACTÚAL	\$ 633.970,24
VAN (VALOR ACTÚAL NETO)	\$ 1.197.849,44
TIR	42,40%
PERIODO DE RECUPERACIÓN	2,22

GRÁFICO # 45: ESCENARIO POSITIVO.

ELABORADO POR: JUAN GERARDO BASTIDAS HIDALGO, (2011).

El gráfico # 46.- Muestra el escenario promedio con la cantidad de 15 ventas por cada Producto o Servicio diario.

ROOTS HUMAN GALÁPAGOS RESIDENCE	
ESCENARIO PROMEDIO	
TASA DE DESCUENTO	13,57%
VALOR ACTÚAL	\$ 633.970,24
VAN (VALOR ACTÚAL NETO)	\$ 400.749,01
TIR	17,47%
PERIODO DE RECUPERACIÓN	4,06

GRÁFICO # 46: ESCENARIO PROMEDIO.

ELABORADO POR: JUAN GERARDO BASTIDAS HIDALGO, (2011).

El gráfico # 47.- Muestra el escenario negativo con la cantidad de 10 ventas por cada producto o servicio diario.

ROOTS HUMAN GALÁPAGOS RESIDENCE	
ESCENARIO NEGATIVO	
TASA DE DESCUENTO	13,57%
VALOR ACTÚAL	\$ 633.970,24
VAN (VALOR ACTÚAL NETO)	\$ 396.351,42
TIR	-13,02%
PERIODO DE RECUPERACIÓN	40,41

GRÁFICO # 47: ESCENARIO NEGATIVO.
ELABORADO POR: JUAN GERARDO BASTIDAS HIDALGO, (2011).

D. ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD

El gráfico # 48.- Muestra el escenario positivo con la cantidad de 18 ventas por cada producto o servicio diario.

ROOTS HUMAN GALÁPAGOS RESIDENCE	
EVALUACIÓN FINANCIERA	
TASA DE DESCUENTO	13,57%
VALOR ACTÚAL	\$ 633.970,24
VAN (VALOR ACTÚAL NETO)	\$ 879.009,26
TIR	32,78%
PERIODO DE RECUPERACIÓN	2,70

TABLA # 48: EVALUACIÓN FINANCIERA.
ELABORADO POR: JUAN GERARDO BASTIDAS HIDALGO, (2011).

Tomando en cuenta el resultado de la VAN que es de \$ 879.009,26 y que dicha no supera al valor inicial invertido, la misma que será recuperada en el transcurso del segundo año de operaciones. Con el valor de la TIR 32,78% de la que se puede interpretar que este proyecto es rentable y que es un buen escenario para invertir siempre y cuando las ventas se puedan mantener en 18 unidades por servicio las que pueden sufrir variaciones positivas o negativas y aumentando o disminuyendo el riesgo de apalancamiento.

11. SISTEMA DE GESTIÓN Y DE MONITOREO DEL PROYECTO

A. SISTEMA DE GESTIÓN

Roots Human implantará un sistema de gestión que ayudará a detectar desviaciones respecto a lo programado para adoptar acciones correctivas tendientes a eliminar los efectos de dichos desvíos. También ayudará a generar información permanente acerca del grado de ejecución de las actividades del proyecto, la forma de utilización de los recursos disponibles y el nivel de logro de los resultados y productos esperados y además a determinar riesgos, que permitan tomar correctivos para ajustar la marcha del proyecto en ejecución, lo que proporcionará una base para la toma de decisiones sobre las modificaciones que sea necesario hacer. Mejorar el desempeño del proyecto y velar por que se haga un uso eficiente de los recursos por parte de los miembros de la empresa.

B. SISTEMA DE MONITOREO

Así mismo Roots human realizará el monitoreo a cada actividad tomando en cuenta los indicadores de cumplimiento de cada uno, para esto se realizará seguimiento rutinario de recursos, productos y resultados, mediante datos de registros, informes periódicos y datos financieros.

12. CONCLUSIONES

Hay que resaltar que el Gobierno Central del Ecuador tiene como una de sus políticas, el fomentar la actividad turística y el emprendimiento que busque incrementar los componentes productivos del sector, lo que da un indicio de que este proyecto tendrá gran apoyo al considerar que se dará mejor atención al adulto mayor.

El aspecto más importante de este proyecto a resaltar es que ayudaría a generar empleo y aportaría al bienestar de los ecuatorianos al brindarles este servicio novedoso que de seguro mejorará la oferta turística.

Uno aspectos negativos del mercado que podría surgir se debería al entorno – macro con realización de este proyecto considerando el riesgo país que ostenta el Ecuador debido a la transición política que está sufriendo en la actualidad, las epidemias o pestes, las catástrofes naturales, las amenazas de inseguridad o el propio gusto cambiante de los turistas que pueden preferir sitios diferentes para variar su distracción.

El aspecto técnico negativo que podría sufrir de este proyecto sería la limitación de este estudio de factibilidad de la inversión para llevarlo a la práctica, puesto que existen diferentes variables que afecten en el transcurso de su realización tales como trámites legales, plazos, etc. Haciendo que no se pueda cumplir con la ejecución proyectada.

Con respecto a los índices financieros, los cálculos que integran a esta parte del proyecto indican claramente la viabilidad para adquirir deudas con los proveedores y la sustentabilidad que tendrá la empresa a través del tiempo según los diferentes escenarios que arrojan las ventas.

Por otro lado se estableció que la inversión en compras de activos se podría cancelar en los tres primeros periodos, sin embargo los cálculos indican que se podrá pagar la deuda en un periodo menor al establecido por lo que sería necesario mantener el número de 18 pax diarios para reducir los pagos de los

intereses o la cancelación total de la deuda y esta forma se reducirá el riesgo de apalancamiento a futuro.

El aspecto positivo de este proyecto para disminuir el impacto ambiental de visión natural será restarle mercado a los colonos ajenos a la actividad turística que la perciben como rentable y que deslumbrados por la riqueza que genera el lugar, realizan construcciones de una manera desmedida generando el cambio de la actividad y la forma de vida en esta localidad de manera radical, sin preocuparse por diversificar la industria o producción o evitar los riesgos que esto provocaría a mediano o largo plazo, lo mismo que no es positivo, ni conveniente.

13. RECOMENDACIONES

Se deberá reconocer que es cierto que el turismo siempre genera ingresos pero no es fijo, sino temporal e inestable y sujeto a numerosas variantes que pueden hacer que desaparezca o disminuya ocasionalmente la actividad por los más variados motivos.

Se recomienda considerar la poca oferta de hospedaje ante una potencial e importante demanda que estará representada por los adultos mayores al poseer la disponibilidad de tiempo y los recursos económicos necesarios para realizar las actividades que el turismo en la isla Santa Cruz brinda.

Se recomienda que para este proyecto, que esta dirigido a la clase media-alta de los adultos mayores nacionales y extranjeros, se tome en cuenta al segmento de jubilados ecuatorianos para una mayor acogida y difusión, para que sirva como estrategia de venta y lograr la entrega de mayores beneficios en la residencia.

Se recomienda considerar la inestabilidad económica mundial, que repentinamente se puede sufrir en el alza de costos de la materia prima, maquinas o equipos que puede terminar afectando al presupuesto inicial del proyecto,

haciendo que los accionistas sea más cauto al momento de invertir en este tipo de proyecto.

Se recomienda llevar un análisis periódico constante para la creación de otros tipos de inversiones que ayude a mejorar o mantener a la empresa, y para poder hacerle frente a cualquier tipo de competencia más equipada o simplemente mejor comunicada.

Se sugiere tomar en cuenta que el turismo de Galápagos genera inflación o especulación que afectan a todos los ciudadanos por igual, a causa de una oferta limitada y una mayor demanda de los recursos que engrandecen los precios de las viviendas, de los alimentos básicos y de otros productos necesarios.

Recomendaciones especiales de lo que espera un huésped de su habitación:

- **El Cuarto de baño limpio en condiciones de sanidad:** La higiene deberá ser lo primordial en la residencia comenzando desde este lugar. Todos los artefactos sanitarios deberán permanecer bien limpios y perfectamente secos. (Bidé, bañera e inodoro).
- **El ambiente de luz:** a partir del impacto de la iluminación natural o artificial sobre el medio se irá conformando el espacio de la residencia del huésped que deberá buscar permanentemente sensaciones de bienestar para el mismo, resultando de suma importancia para el éxito de este emprendimiento en la utilización de los color. Este aspecto deberá ser considerado como uno del elemento básico de calidad especial, ya que influirá en los estados de ánimo del Pax, produciendo el rechazo o atracción del espacio donde el mismo se desenvuelve. Considerando los niveles de visibilidad oculares personalizados.
- **Diseño y calidad especial:** En este caso se planteará la interrelación entre los materiales de decoración del ambiente y el equipamiento. Los materiales como alfombras, revestimientos, cerámicas, revoques, etc.

Que permiten la decoración de la residencia y que generen de acuerdo a la utilización de las mismas distintas sensaciones en el huésped tales como: calidez, sobriedad, elegancia, etc.

- **Equipamiento adecuado:** El mobiliario y los amenities conforman la base para este punto. El equipamiento como muebles, adornos - cuadros, lámparas, espejos, etc.- junto a las cortinas, conformaran pautas importantes para lograr una sensación de permanente confort; debiendo ser utilizados en cada caso adecuadamente y de manera armónica para obtener espacios de alta valoración para la demanda. En el caso de los amenities, la incorporación de estos elementos - cepillos de dientes descartables, pantuflas, golosinas, etc.-, los mismos generan sensaciones de trato personalizado y valoración de acuerdo al grupo demandante.
- **Confort:** En este caso se plantea la alta valoración por ejemplo que presta el servicio de refrigerio en la habitación, ya que la misma brindará sensaciones de independencia en el huésped.

Finalmente se sugiere tomar en cuenta que en la ejecución de este proyecto, se realice un estudio de los insumos necesarios para la elaboración de los menús específicos, ya que los gustos de los turistas no siempre coinciden con los de las zonas en las que se alojan, es posible que no consuman los alimentos típicos del lugar. Así, el hecho de importar dichos productos justificaría un incremento del precio del servicio.

□<http://karlacasallanos.blogspot.com/2009/09/interrelaci3n-de-los-elementos-del.html>□

Constituci3n de la Rep3blica del Ecuador. (2008). *Carta Magna*. Quito - Ecuador.

Dueñas, E., Mart3nez ,M ., Morales B., Muñoz, C ., Viáfara , A ., & Herrera, J. (2006). *S3ndrome del cuidador de Adultos Mayores discapacitados y sus implicaciones psicosociales*. Revista Colombia M3dica. Vol.37 .pp.31-38.

Duran, F. (2007). *Rep3blica del Ecuador: Diagn3stico del sistema de seguridad social*. (Borrador preliminar). Oficina Internacional del Trabajo Oficina Subregional de OIT para los pa3ses andinos Bolivia-Colombia-Ecuador-Per3-Venezuela. Departamento de Seguridad Social / OIT Ginebra. 197 p. Ecuador. [En l3nea]. (s.f). Recuperado de: <http://www.Ecuador.us/turismo.htm>

El ciudadano, (2011). Recuperado de: □http://www.elciudadano.gob.ec/index.php?option=com_content&view=article&id=25181:joan-mesquida-Ecuador-tiene-una-magnifica-imagen-en-europa&catid=40:actualidad&Itemid=63□

Fernández, R. (2001). *Psicolog3a y envejecimiento*. Revista sobre igualdad y calidad de vida. Vol.10, N3. 3, p3g: 277-284.

Figueredo, F., Sotolongo, I., Madera, R., & D3az, G. (2003). *Caracterizaci3n del Adulto Mayor en la Comunidad*. Revista Cubana de Enfermer3a. v.19 n.3.

Fuentes, E. (2011). *Finanzas p3blicas*. Seminario de Turismo. Archivo electr3nico: Universidad Cat3lica Santiago de Guayaquil. Ecuador.

Garc3a, F. (2011). *Los Derechos de los Adultos Mayores*. [Lectura en l3nea]. Universidad Central del Ecuador. Recuperado de:

http://www.derechoEcuador.com/index2.php?option=com_content&do_pdf=1&id=6235

García, F. (2006). *Consuelo de la Vejez. Estudio y edición crítica*. (Tesis doctoral, Universidad Autónoma de Barcelona). Recuperado de: <http://tdx.cat/bitstream/handle/10803/4875/fgc1de1.pdf?sequence=1>

García, F. Junio del 2007. *Gerokomos. Versión impresa* ISSN 1134-928X v.18 n.2 Recuperado de: <http://dx.doi.org/10.4321/S1134-928X2007000200003>

Global Nature. (2001). *Guía de buenas prácticas ambientales para los alojamientos turísticos de las Hoya de Huesca*. Murcia, España. Recuperado de: http://www.fundaciónglobalnature.org/proyectos/tuismo_y_ma/guia_buenas_practicas.htm

Gobierno del Municipio de Santa Cruz. (2012). Recuperado de: <http://www.santacruz.gov.ec/gmsc/images/gmscmapas/SantaCruzInitMap01.jpg>

Hickman, L. (2007). *El turista contaminante*. Foreign Policy, Edición española 22. Pág: 28-37.

Hospital Johns Hopkins. (2007). Recuperado de: <http://diariomediko.com/?p=189>

II Congreso de Murcia de Calidad Asistencial. (2001). *XIX Congreso de la Sociedad Española de Calidad Asistencial*. Revista de Calidad Asistencial. Octubre.vol.16, número 7.

INEC. (2009). *Ecuador anuario de entrada y salidas internacionales*. Cuadro, N°17. Pág: 163–179.

Investigación y turismo. *Interrelación de los elementos del sistema turístico*. [En línea]. 1998. [consulta 7 de junio de 2011]. Disponible en:

□<http://karlacasallanos.blogspot.com/2009/09/interrelación-de-los-elementos-del.html>□

Malthus, J. R. (1846). *“El principio de la población. Universidad complutense”*. 5320550392 .Madrid, España. Recuperado del libro virtual:

http://books.google.com.ec/books?id=PbOErj5tFNwC&pg=PA17&dq=teoria+de+la+malthus&hl=es&ei=hSLVTr7WF83rggeR6MjKAQ&sa=X&oi=book_result&ct=result&resnum=2&ved=0CDYQ6AEwAQ#v=onepage&q=teoria%20de%20la%20malthus&f=false

Menghinno. (2009). Recuperado de: <http://www.diarioanimales.com/la-tortuga-de-los-galapagos/>

Ministerio de Salud. (2006). *Programa de atención de salud integral al Adulto Mayor*. La Habana: Cuba.

Ministerio de Turismo del Ecuador. (2011). Recuperado de: <http://www.ecuador.travel>

Ministerio de Turismo del Ecuador. (2012). Recuperado de: http://www.turismo.gob.ec/index.php?option=com_content&view=article&id=4281:Ecuador-por-tercer-ano-consecutivo-el-mejor-lugar-del-mundo-para-jubilados&catid=19:noticias-al-d&Itemid=151

Ministerio de Turismo del Ecuador. (2010). Recuperado de: http://www.turismo.gob.ec/index.php?option=com_content&view=article&id=2378:más-de-2500000-ecuatorianos-hicieron-turismo-interno-entre-diciembre-de-2009-y-febrero-de-2010&catid=278:noticias-2010

Ministerio de Turismo del Ecuador. (2007). Recuperado de: <http://www.turismo.gob.ec>

Morgenroth, O. (2002). *Globalización, Turismo y Sustentabilidad*. Citado en Alfredo Dachary y Stella Arnaiz. Universidad de Guadalajara, Pág, 11.

- Nautidivin. (2011). Recuperado de:
<http://www.galapaguide.com/galapmap10002.jpg>
- Navarro, J. (2009). Recuperado de:
<https://www.facebook.com/#!/JDtigre?sk=photos>
- Nieves. (2006). Recuperado de:
<http://www.gestiopolis.com/canales7/mkt/investigación-exploratoria-y-algunos-aportes-a-la-investigación-de-mercados.htm#mas-autor>
- OMT, (2011). *Crecimiento del turismo mundial*. España. Recuperado de:
<http://guias-viajar.com/viajes-turismo-mundo/omt-barometro-turismo-mundial-abril-2011/>
- P.N.G. (2010). Recuperado de:
<http://insulargalapagos.blogia.com/temas/información-general.php>
- Pazmiño, S. y Robalino, G. (2004). *La seguridad social en el Ecuador*. Empleo, Pobreza y la Nueva Meta del Milenio. Apuntes de Economía No. 47. Banco Central del Ecuador. Pág. 1-68.
- Pita Fernández, S. (2002). Recuperado de:
http://www.google.com.ec/search?sclient=psy&hl=es&site=&source=hp&q=características++de++la++investigación&btnK=Buscar+con+Google&rlz=1R2ADFA_esEC436
- Portal de Adultos Mayores. (2007). Recuperado de:
<http://www.insersomayores.csic.es/documentos/documentación/glosario/2007/glosario.pdf>
- Rifai. (2011). *Datos Esenciales del Turismo presenta las cifras clave y las tendencias del turismo internacional en 2010*. Madrid. Pr No.:PR11071. Recuperado de: <http://mkt.unwto.org/en/content/tourism-highlights>

Santiago, José. (2010). Recuperado de:
<<http://www.caribbeannewsdigital.com/noticia/patricio-tamariz-asesor-del-ministro-de-turismo-de-Ecuador>>

TAME. (2009). Recuperado de:
<http://www.google.com.ec/imgres?q=galapagos+fly&hl=es&biw=1366&bih=673&tbm=isch&tbnid=l68z4mocowXYVM:&imgrefurl=http://es.coloribus.com/archivo-de-publicidad-y-anuncios/impresos/airlines-fly-galapagos-13415405/&docid=X85j2rPwlrSsUM&imgurl=http://files.col>

Vilches, A. y Gil- Pérez, D. (2003). *Construyamos un futuro sostenible, Diálogos de supervivencia*. Madrid: Cambridge University Press.
The World Watch Institute (1984-2010). *The State of the World* New York: W. W. Norton. (Versiones en castellano, La situación del mundo, Barcelona: Icaria).

Zuani, R. (2003). Introducción a la Administración de Organizaciones. Editorial Maktub, Segunda Edición, Págs. 82.

15. ANEXO # 1

POLL		
Nationality: _____		
Profession: _____	Gender: M <input type="checkbox"/> F <input type="checkbox"/>	AGE: _____
<p>1. ¿what were your interest to choosing the Galápagos Islands for a destination?</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>		
<p>2. ¿What activities did you should practice in Galápagos?</p> <p>Photographs: <input type="checkbox"/> diving: <input type="checkbox"/> snorkeling: <input type="checkbox"/> dolphin: <input type="checkbox"/> biking: <input type="checkbox"/></p> <p>Running: <input type="checkbox"/> walking: <input type="checkbox"/> other: _____</p>		
<p>3. ¿ where did you choose to stay?</p> <p>Cruiser: <input type="checkbox"/> house: <input type="checkbox"/> hotels: <input type="checkbox"/></p> <p>other: _____</p>		
<p>4. ¿ what do you consider Galápagos for tourism should improve?</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>		
<p>5. ¿ was there anything in your stay that you did not like?</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>		
<p>6. ¿ what was your range of expenses in Galápagos?</p> <p>0 - 1000 <input type="checkbox"/> 1000 - 2000 <input type="checkbox"/> 2000 - 3000 <input type="checkbox"/> more: <input type="checkbox"/></p>		
<p>7. ¿ how long was in Galápagos Islands?</p> <p>1 Weeks: <input type="checkbox"/> Half: <input type="checkbox"/> Months: <input type="checkbox"/> more: <input type="checkbox"/></p>		
<p>8. ¿do you think the time you spent get to know Galápagos Islands?</p> <p>Yes: <input type="checkbox"/> not: <input type="checkbox"/></p>		
<p>9. ¿what do you think of a residence for the elderly in Galápagos?</p> <p>_____</p>		