



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y
ADMINISTRATIVAS
GESTIÓN EMPRESARIAL INTERNACIONAL**

TEMA:

**PROPUESTA PARA EL REDISEÑO DEL RESTAURANTE
TURÍSTICO "EL CHATO 2" QUE PERMITA LA
DIVERSIFICACIÓN DE SERVICIOS**

AUTOR:

Caicedo Arias, Ronald Luis

**Trabajo de titulación previo a la obtención del grado de
INGENIERO EN GESTIÓN EMPRESARIAL INTERNACIONAL**

TUTOR:

Ing. Terán Molina, Diana Verónica Mgs.

**Guayaquil, Ecuador
21 de Septiembre del 2016**



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
GESTIÓN EMPRESARIAL INTERNACIONAL**

CERTIFICACIÓN

Certificamos que el presente trabajo fue realizado en su totalidad por **Caicedo Arias, Ronald Luis**, como requerimiento parcial para la obtención del Título de **Ingeniero en Gestión Empresarial Internacional**.

TUTORA

f. _____

Ing. Terán Molina, Diana Verónica

DIRECTOR DE LA CARRERA

f. _____

ING. Hurtado Cevallos, Gabriela Elizabeth

Guayaquil, a los 21 días del mes de septiembre del año 2016



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
GESTIÓN EMPRESARIAL INTERNACIONAL**

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Yo, **Ronald Luis Caicedo Arias**

DECLARO QUE:

El Trabajo de Titulación, **Propuesta Para El Rediseño Del Restaurante Turístico "El Chato 2" Que Permita La Diversificación De Servicios** Previo a la obtención del Título de **Ingeniero En Gestión Empresarial Internacional**, ha sido desarrollado respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan en el documento, cuyas fuentes se incorporan en las referencias o bibliografías. Consecuentemente este trabajo es de mi total autoría.

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance del Trabajo de Titulación referido.

Guayaquil, a los 21 días del mes de Septiembre del año 2016

EL AUTOR

f. _____
Caicedo Arias Ronald Luis



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
GESTIÓN EMPRESARIAL INTERNACIONAL**

AUTORIZACIÓN

Yo, **Caicedo Arias, Ronald Luis**

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil a la **publicación** en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación, **Propuesta Para El Rediseño Del Restaurante Turístico "El Chato 2" Que Permita La Diversificación De Servicios**, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

Guayaquil, a los 21 días del mes de Septiembre del año 2016

EL AUTOR:

f. _____
Caicedo Aria, Ronald Luis



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y
ADMINISTRATIVAS
GESTIÓN EMPRESARIAL INTERNACIONAL

REPORTE URKUND

← → ↻ <https://secure.orkund.com/view/21344280-114182-627660#q1bKLVayijY0MdcxtDQGyJmGBrEtdlwMTWJ1lloz0/My0zKTE/OSU5WsDPQMDI1NjAyNDIzNLU2MzEwNjY1qAQ==> ☆

URKUND

Documento: [TESIS FINAL RONALD CAICEDO.docx](#) (D21652184)
Presentado: 2016-09-07 20:25 (-05:00)
Presentado por: ronald-rules@hotmail.com
Recibido: diana.teran.ucsg@analysis.orkund.com
Mensaje: Caicedo Ronald TESIS FINAL [Mostrar el mensaje completo](#)
2% de esta aprox. 35 páginas de documentos largos se componen de texto presente en 4 fuentes.

Lista de fuentes	Bloques
Categoría	Enlace/nombre de archivo
	Formato Presentacion Tesis.docx
	Tesis ronald Caicedo y Juliana vegaa.doc
	Tesis Ronald Caicedo Cd.pdf
	http://dspace.esPOCH.edu.ec/bitstream/123456789/2189/1/23T03293%20VARGAS%20MARIA.pdf
	TRABAJO DE TITULACIÓN avance 50%.docx
	RUILOVA REBILLA ENRIQUE DANIEL.docx

0 Advertencias... Reiniciar Exportar Compartir

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS GESTIÓN EMPRESARIAL INTERNACIONAL TEMA:
ESTUDIO DE FACTIBILIDAD

PARA

EL REDISEÑO DEL RESTAURANTE TURÍSTICO EN EL RANCHO "EL CHATO 2" QUE PERMITA LA DIVERSIFICACIÓN

67%	# 2	Activo	Archivo de registro Urkund: Universidad Católica de Santiago de Guayaquil / TRABAJO DE TITULACIÓN... 67%
AUTOR: CAICEDO ARIAS, RONALD LUIS Trabajo de titulación previo a la obtención del grado de INGENIERO EN GESTIÓN EMPRESARIAL INTERNACIONAL TUTOR: Ing. Diana Terán Molina, Mgs. Guayaquil, Ecuador 5 de Septiembre del 2016 FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS GESTIÓN EMPRESARIAL INTERNACIONAL CERTIFICACIÓN Certificamos que el presente trabajo fue realizado en su totalidad por Ronald Luis Caicedo Arias, como requerimiento parcial para la obtención del Título de Ingeniero en Gestión Empresarial Internacional. TUTOR (A) _____ Ing. Diana Terán, Mgs. DIRECTOR DE LA CARRERA _____ Lcda. Lucia Isabel, Pérez Jiménez, MEd Guayaquil, a los 5 del mes de Septiembre del año 2016 FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS GESTIÓN EMPRESARIAL INTERNACIONAL DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD Yo, Ronald Luis Caicedo Arias DECLARO QUE: El Trabajo de Titulación, ESTUDIO DE FACTIBILIDAD			AUTOR: CAICEDO ARIAS, RONALD LUIS Trabajo de Titulación Previo a la Obtención del Título de Ingeniero en Gestión Empresarial Internacional TUTOR: ROMÁN BERMEO, CYNTHIA LISBETH Guayaquil, Ecuador 2016 UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS CARRERA DE GESTIÓN EMPRESARIAL INTERNACIONAL CERTIFICACIÓN Certificamos que el presente trabajo fue realizado en su totalidad por Ronald Luis, Caicedo Arias, como requerimiento parcial para la obtención del Título de Ingeniero en gestión empresarial internacional trilingüe. TUTOR (A) _____ Ing. Cynthia Iisbeth Roman Bermeo DIRECTORA (e) DE LA CARRERA _____ Lcda. Isabel Pérez Jiménez M. Ed. Guayaquil, a los (día) del mes de (mes) del 2016 UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS CARRERA DE GESTIÓN EMPRESARIAL INTERNACIONAL DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD Yo, Caicedo Arias Ronald Luis DECLARO QUE: El Trabajo de Titulación

<https://secure.orkund.com/view/21344280-114182-627660#q1bKLVayijY0MdcxtDQGyJmGBrEtdlwMTWJ1lloz0/My0zKTE/OSU5WsDPQMDI1NjAyNDIzNLU2MzEwNjY1qAQ==>

AGRADECIMIENTO

A mis padres por su apoyo incondicional a pesar de las dificultades que se me han presentado y lo perseverante que han sido conmigo para llegar a obtener este logro.

A mi tutora de tesis, la Ing. Diana Terán por ayudarme a distancia y presencial de manera motivacional y académica con su conocimiento y paciencia para culminar con el trabajo en su totalidad, aconsejándome y guiándome durante todo el transcurso del proyecto

A la directora de la UTE Ing. Cynthia Román por el gran apoyo recibido desde el inicio hasta finalmente poder culminar la UTE, gracias a ella pude finalmente culminar mi carrera.

A la Decana por darme la oportunidad de presentar mi tesis mediante un plazo debido a mi estado de salud, por ser una persona agradable y comprensiva.

A mi Esposa Jahaira Sánchez por darme el apoyo motivacional y por siempre creer en mí, fue mi motor para poder culminar mi trabajo de titulación.

Caicedo Arias, Ronald Luis

DEDICATORIA

Este trabajo de titulación va dedicado principalmente a DIOS quien ha sido mi motivación y fuerza continúa del día a día, enseñándome y haciéndome más sabio mediante las situaciones de mi vida.

También para mis padres quienes me han aportado con su sabiduría y apoyo económico para poder alcanzar este tan deseado logro el cual los llena de orgullo para una nueva etapa de mi vida.

A mi esposa que me ha demostrado las virtudes de una persona y siempre fue mi motor de vida para no rendirme y luchar por un futuro más próspero.

A mis mejores amigos que han sido factores importantes en mi vida y me han dado un vínculo y lazo tan valioso que con el tiempo perdurará.

A mi familia que se ha mantenido siempre unidos en momentos difíciles y me han demostrado que los lazos familiares son más fuertes que ninguno.

Caicedo Arias, Ronald Luis



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
GESTIÓN EMPRESARIAL INTERNACIONAL**

TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN

f. _____

ING. Terán Molina, Diana Verónica MGS.

TUTOR

f. _____

ING. Hurtado Cevallos, Gabriela Elizabeth

DECANO O DIRECTOR DE CARRERA

f. _____

ING. Baños Mora, Patricia Denise

COORDINADOR DEL ÁREA O DOCENTE DE LA CARRERA



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
GESTIÓN EMPRESARIAL INTERNACIONAL**

CALIFICACIÓN

Caicedo Arias, Ronald Luis

ÍNDICE

ÍNDICE	X
RESUMEN	XVIII
ABSTRACT	XIX
RÉSUMÉ	XX
INTRODUCCIÓN	21
CAPITULO I	22
PRESENTACIÓN DEL PROYECTO	22
1.1. JUSTIFICACIÓN	22
1.2. ANTECEDENTES.....	23
1.3. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	24
1.4 OBJETIVOS	25
1.4.1 OBJETIVO GENERAL.....	25
1.4.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS	25
CAPITULO II	25
DESCRIPCION DE LA EMPRESA.....	26
2.1 RAZON SOCIAL.....	26
2.1.1 NOMBRE COMERCIAL	26
2.1.2 Negocio	26
2.1.3 LOGO	26
2.1.4 Misión	27
2.1.5 Visión.....	27
2.1.6 Valores	27
2.2 PROCESO PRODUCTIVO.....	27
2.2.1 DESAYUNO	28
2.2.2 ALMUERZO	28
2.2.3 BEBIDAS DE CORTESÍA.....	29
2.3 INSTALACIONES.....	29
2.3.1 RESTAURANTE.....	30
2.3.2 AREA DE ESPERA Y SERVICIO DE COMIDAS	30
2.3.3 AREA DE BOTAS Y BICICLETAS	31
2.4 PROCESO DE SERVICIO DE VISITA	31
2.4.1 TUNELES DE LAVA (ILUMINADO)	32
2.4.2 LAGUNA.....	32
2.5 CAPACIDAD INSTALADA O TAMAÑO.....	33
2.6 TECNOLOGIAS NECESARIAS PARA EL SERVICIO	33
2.7 CRONOGRAMA DE SERVICIO.....	33
2.8 CONTROL CALIDAD	34
2.9 EQUIPOS E INFRAESTRUCTURA NECESARIO	34
2.10 REQUERIMIENTO DE MANO DE OBRA	35
2.11 REQUERIMIENTOS DE INSUMOS	35
2.12 NORMATIVAS DE PREVENCION DE RIESGOS.....	35
2.13 ANALISIS FODA	36

2.13.1 FORTALEZAS	36
2.13.2 OPORTUNIDADES	36
2.13.3 DEBILIDADES	36
2.13.4 AMENAZAS.....	36
2.14 ANÁLISIS PEST	37
2.14.1 POLÍTICO.....	37
2.14.2 ECONÓMICO	38
2.14.3 SOCIOCULTURAL	38
2.14.4 TECNOLÓGICO.....	39
2.15 ANÁLISIS DE PORTER	39
2.15.1 AMENAZA DE SERVICIOS SUSTITUTOS	39
2.15.1.1 SERVICIO SUSTITUTO - ATRACTIVO. CRÁTER LOS GEMELOS..	40
2.15.2 RIVALIDAD ENTRE COMPETIDORES	45
2.15.3 LA AMENAZA DE NUEVOS ENTRANTES	45
2.15.4 PODER DE NEGOCIACIÓN CON LOS PROVEEDORES.....	47
2.15.5 PODER DE NEGOCIACIÓN DEL CLIENTE	47
2.16 ORGANIGRAMA ORGANIZACIONAL	48
2.17 BASES LEGALES	49
2.17.1 LICENCIA UNICA DE FUNCIONAMIENTO	49
2.17.2 PATENTE ANUAL	49
2.17.3 PERMISO DE FUNCIONAMIENTO	49
2.18 UBICACIÓN DEL RESTAURANTE	50
2.18.1 MACRO LOCALIZACIÓN	51
2.18.2 MICRO LOCALIZACIÓN	52
2.19 ENTORNO DEMOGRÁFICO	53
2.20 DESCRIPCION DEL LUGAR	53
2.21 DESCRIPCION DEL SERVICIO	55
2.21.1 SERVICIO PÚBLICO.....	55
2.21.2 SERVICIO PARTICULAR.....	55
2.22 PROCESO DEL SERVICIO	55
2.23 PROPUESTA DE VALOR	56
2.24 MERCADO OBJETIVO	56
2.24.1 ENTORNO DEMOGRÁFICO	56
2.24.2 ENTORNO NACIONAL	57
CAPITULO 3	58
3 ESTUDIO DE MERCADO	58
3.1 DEFINICION DEL MERCADO	58
3.2 POBLACION Y MUESTRA.....	58
3.2.1 MUESTRA.....	59
3.3 TIPO DE INVESTIGACIÓN	60
3.3.1 ESTUDIO DESCRIPTIVO	60
3.3.1 ESTUDIO CUALITATIVO	60
3.3.2 ESTUDIO CUANTITATIVO	61
3.4 FUENTES DE RECOLECCIÓN DE DATOS	61
3.4.1 FUENTES PRIMARIAS	61
3.4.2 FUENTES SECUNDARIAS.....	61
3.5 ANALISIS DE LA DEMANDA	62
3.5.1 FACTORES QUE AFECTAN LA DEMANDA	62
3.5.1.1 LOS GUSTOS O PREFERENCIAS DE LOS CONSUMIDORES.....	62
3.5.1.2 EL PRESUPUESTO	62

3.5.1.3 PRECIOS	62
3.5.2 DEMANDA POTENCIAL	63
3.6 ANALISIS DE LA OFERTA	63
3.6.1 COMPETENCIA INDIRECTA SIN FINES DE LUCRO -ATRACTIVO. CENTRO DE CRIANZA DE TORTUGAS GIGANTES FAUSTO LLERENA	64
3.6.1.1 COMPETENCIA DIRECTA	64
3.7 MARKETING MIX.....	68
3.7.1 PRECIO.....	69
3.7.2 PROMOCIÓN.....	69
3.7.3 PLAZA.....	70
3.7.4 PUBLICIDAD.....	70
3.8 RESULTADO DE LAS ENCUESTAS	70
3.8.1 GENERO.....	71
3.8.2 EDAD	71
3.8.3 GRÁFICO PASAJEROS DE CRUCERO - ¿ES USTED PARTE DE LOS PASAJEROS DE CRUCEROS?	72
3.8.4 GRÁFICO PRINCIPALES CRUCEROS – ¿CUÁL CRUCERO?	72
3.8.5 GRÁFICO INFORMACIÓN DE “EL CHATO 2”	73
3.8.6 GRÁFICO OTROS – INFORMACIÓN.....	74
3.8.7 GRÁFICO CALIDAD DEL SERVICIO.....	74
3.8.8 GRÁFICO CALIDAD DE LA COMIDA.....	75
3.8.9 GRÁFICO MÁS OPCIONES DE PLATOS	75
3.8.10 GRÁFICO MEJORAR.....	76
3.8.11 GRÁFICO EXPECTATIVAS CUBIERTAS.....	77
3.8.12 GRÁFICO RECIBIÓ TODO LO OFERTADO DEL TOUR	77
3.8.13 GRÁFICO CAMPAMENTO EN EL CHATO 2.....	78
3.8.14 GRÁFICO PRECIO POR UNA NOCHE DE CAMPAMENTO EN EL CHATO 2.....	78
CAPITULO 4.....	79
4.1 ESTUDIO FINANCIERO	79
4.1.1 OBJETIVO.....	79
4.1.2 INVERSION INICIAL	79
4.1.2.1 ACTIVOS FIJOS	80
4.1.2.2 PLAN DE INVERSIONES.....	81
4.1.2.1 FINANCIAMIENTO.....	81
4.1.3 BALANCE GENERAL HISTORICO PROYECTADO.....	83
4.1.4 DEPRECIACIÓN	85
4.1.5 SUELDOS	86
4.1.6 AMORTIZACIÓN.....	88
4.1.8 PROYECCION ANUAL DE VENTAS	89
4.1.7 GASTOS ANUALES DE SALARIOS.....	90
4.1.8 PRECIO DE VENTAS, COSTOS UNITARIOS.....	91
4.1.9 PUNTO DE EQUILIBRIO	91
4.1.9.1 PUNTO DE EQUILIBRIO AÑO 1 ESCENARIOS	92
4.1.10 Gráfico Punto de equilibrio	92
4.1.11 Estado de pérdidas y ganancias	93
4.1.12 FLUJO DE CAJA.....	94
4.1.13 INDICADORES	95
4.1.13.1 INDICES FINANCIEROS PROMEDIO.....	97

4.1.14 EVALUACION FINANCIERA.....	98
4.1.15 PUNTO DE EQUILIBRIO	98
4.1.16 RATIOS FINANCIEROS.....	98
4.1.17 Análisis de resultados financieros	98
CONCLUSIONES	99
RECOMENDACIONES	103
REFERENCIAS.....	104

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Atractivo turístico – Cráter Los Gemelos	28
Tabla 2. Atractivo turístico - Centro de Crianza de Tortugas Gigantes Fausto Llerena	58
Tabla 3. Análisis de la competencia frente al El CHATO	64
Tabla 4. Condiciones financiamiento	76
Tabla 5. Balance general histórico proyectado	77
Tabla 6. Depreciación y Amortizaciones	78
Tabla 7. Sueldos	79
Tabla 8. Amortización	81
Tabla 9. Proyección de ventas	82
Tabla 10. Proyecciones costos y gastos	83
Tabla 11. Precio de ventas, costos unitarios	84
Tabla 12. Punto de equilibrio	84
Tabla 13. Punto de equilibrio año 1 escenarios	85
Tabla 14. Estado de pérdidas y ganancias	87

Tabla 1	40
Tabla 2	64
Tabla 3	69
Tabla 4. Balance general histórico proyectado.....	83
Tabla 5	85
Tabla 6	88
Tabla 7	89
Tabla 8	90
Tabla 9	91
Tabla 10	91
Tabla 11	92
Tabla 12	93
Tabla 135	94
Tabla 146	95
Tabla 156	97

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1. Logo	23
Ilustración 2. Vista Frontal Cráter Los Gemelos	30
Ilustración 3. Ubicación gps Santa Cruz	40
Ilustración 4. Ubicación gps santa rosa	40
Ilustración 5. Islas Galápagos - Ecuador	41
Ilustración 6. Isla Santa Cruz - Galápagos	42
Ilustración 7. Restaurante EL CHATO 2	43
Ilustración 8. Recepción EL CHATO 2	44
Ilustración 9. Área de comida	44
Ilustración 11. Cafe	48
Ilustración 10. Hierba Luisa	48
Ilustración 12. Área de cocina exterior	49
Ilustración 14. Área de botas y bicicletas	50
Ilustración 15. Túnel de lava iluminado	51
Ilustración 16. Laguna	51
Ilustración 17. Máquina de Moler	52

ÍNDICE DE GRAFICOS

Grafico 1. Análisis PEST	27
Grafico 2. Las 5 fuerzas de Porter	38
Grafico 3. Organigrama Organizacional	39
Grafico 4. Género	68
Grafico 5. Edad	68
Grafico 6. Pasajeros de cruceros	69
Grafico 7. Principales cruceros	69
Grafico 8. Información	70
Grafico 9. Otros - Información	71
Grafico 10. Calidad del servicio	72
Grafico 11. Calidad de la comida	72
Grafico 12. Más opciones de platos	73
Grafico 13. Mejorar	74
Grafico 14. Expectativas cubiertas	75
Grafico 15. Recibió todo lo ofertado del tour	75
Grafico 16. Campamento en EL CHATO 2	76

ÍNDICE DE ECUACIONES

Ecuación 1. Muestra.....	59
--------------------------	----

RESUMEN

El propósito de este proyecto es proponer una nueva diversificación gastronómica, y a la vez una nueva actividad para los visitantes del restaurante turístico “El CHATO 2”, con el fin de ofrecer más variedades en servicios.

El rediseño del restaurante turístico comprende la expansión del lugar añadiendo una nueva área de cocina y también de camping.

El servicio de comida incluirá platos típicos de Ecuador tipo gourmet, y también platos gourmet internacionales, así se mantendrá un estándar de comida internacional más familiarizada a los turistas que a su vez podrían degustar la comida típica local cuando gusten.

El servicio de camping proporcionará un ambiente más natural y relajante, acomodado en su mayoría con madera dentro del restaurante en el área de descanso, e incluirá la facilidad de instrumentos esenciales, como carpas, sleeping, navajas de camping, etc.

Gracias a este proyecto los turistas podrán aumentar su calidad de experiencia mientras visitan las tortugas gigantes y los túneles de lava que se encuentran en las cercanías del restaurante.

Palabras Claves: VISITANTES, GASTRONOMÍA, CAMPING, RESTAURANTE TURÍSTICO, VARIEDADES EN SERVICIOS.

ABSTRACT

The purpose of this project is to propose a gastronomy diversification and the possibility of a new activity for visitors to the tourist ranch "EL CHATO 2", in order to offer more variety in services.

The redesign of the tourist restaurant ranch includes the expansion of the place adding a new kitchen area and camping.

The food service will include gourmet dishes from Ecuador, and international cuisines to maintain a standard for tourists who could taste the typical local food as well as international dishes remain in the menu.

Camping service will provide a more natural and relaxing atmosphere, designed mostly in wood inside the restaurant at the rest area, and will include the ease of essential instruments such as tents, sleeping, camping knives, etc.

Through this project, tourists will increase their quality of experience while visiting the giant tortoises and the lava tunnels near the restaurant.

Keywords: VISITORS, FOOD, CAMPING, TOURIST RESTAURANT, VARIETY IN SERVICES.

RÉSUMÉ

Le but de ce projet est de proposer une nouvelle diversification gastronomique, et à la fois une nouvelle activité pour les visiteurs du ranch touristique "EL CHATO 2", afin d'offrir une plus grande variété de services.

La refonte du restaurant touristique ranch comprend l'agrandissement du lieu d'ajouter une nouvelle cuisine et le camping.

Le service alimentaire comprendra des plats de l'Equateur gastronomique et des plats gastronomiques internationaux sous une norme plus familier aux touristes qui pourrait à son tour goûter de la cuisine typique locale chaque fois qu'ils veulent de la nourriture internationale demeurera.

Service Camping fournira une atmosphère plus naturelle et reposante, ce sont installés principalement le bois à l'intérieur du restaurant de l'aire de repos, et comprendra la facilité d'instruments essentiels tels que des tentes, couchage, couteaux de camping, etc.

Grâce à ce projet, les touristes vont augmenter leur qualité de l'expérience tout en visitant les tortues géantes et les tunnels de lave trouvés près du restaurant.

Mots-clés: VISITEURS, NOURRITURE, CAMPING, RESTAURANT TOURISTIQUE, LA VARIETE DES SERVICES.

INTRODUCCIÓN

El sector turístico en las Islas Galápagos es el aporte económico con mayor impacto en Ecuador, por lo que la mayoría de negocios y servicios destinados al turismo tienen una alta rentabilidad. Las reservas ecológicas de tortugas gigantes en su ambiente natural se encuentran mayormente en la parte alta de la isla.

Es fácil determinar que este mercado tiene un gran potencial de crecimiento económico, por lo que sería muy rentable y factible explotarlo en el sector turístico.

La mayoría de los turistas provienen del extranjero, tienen una cultura gastronómica, y utilizan el inglés para comunicarse en las islas Galápagos, llegando especialmente a Santa Cruz por ser la capital económica del archipiélago.

El factor clave para tener éxito en todo emprendimiento o negocio es buscar una necesidad, y asegurar que ésta no haya sido explotada o saturada en su totalidad.

La diversificación en el servicio de comida aporta mucho para el mejoramiento de la calidad gastronómica del restaurante, gracias a su riqueza en platos y postres, la cual brinda una mejor experiencia y calidad de viaje para los visitantes del restaurante turístico “El CHATO 2”.

CAPITULO I

PRESENTACIÓN DEL PROYECTO

1.1. JUSTIFICACIÓN

El turismo es la fuente más importante de ingresos para los habitantes de las Islas Galápagos, más de 200.000 turistas al año visitan las islas encantadas; el 65% de los cuales son extranjeros provenientes de Estados Unidos (25%), Reino Unido (10%), Alemania (4%), Canadá (4%), entre otros 153 países diferentes. (Baptista F. C., 2006)

La mayoría de turistas provienen de países cuya riqueza gastronómica abarca muchos platos internacionales de alta cocina. De esta manera, se hace indispensable la disponibilidad de comida de otros países, de modo que permita una mayor interrelación y degustación de platos, y existan mayores oportunidades de selección de servicios gastronómicos.

Los platos a la carta tipo gourmet serán la especialidad de la casa debido a su alta degustación y calidad gastronómica consideradas en la mayoría de restaurantes de lujo y de alta cocina.

Para una mejora de la experiencia con el medio y la naturaleza de la isla Santa Cruz, específicamente la parte alta de la isla, se consideró añadir el servicio de camping, el cual contará con equipo de campamento como: carpas, sleeping, navajas de campamento, etc.

Las islas Galápagos son parte del patrimonio de la humanidad por lo que es bien conocido que se mantiene un ecosistema cuidado y protegido especialmente por el consejo de gobierno según el artículo 4 de la ley orgánica del régimen especial de Galápagos actualizado en el año 2015. Los turistas viajan a las islas Galápagos para experimentar un viaje en la naturaleza, mezclándose con su entorno, y qué mejor manera de hacerlo mediante campamentos que le permitan involucrarse de una forma más directa con el ambiente.

Expandir la arquitectura del restaurante turístico "El CHATO 2" tiene como propósito diversificar los servicios gastronómicos y de hospedaje a través de un área de camping en el restaurante con todas las facilidades que éste requiere, y construir una nueva área de cocina para aumentar las variedades de platos que se ofrecen en el restaurante, específicamente comida gourmet internacional y ecuatoriana.

1.2. ANTECEDENTES

Desde hace varios años el crecimiento económico de la Isla Santa Cruz, Galápagos ha traído consigo un gran avance en cuanto a servicios y empresas destinadas al sector turístico; la gran mayoría de prestadores de servicios están preparados para ofrecer viajes de excursión natural.

En el 2014 las islas Galápagos recibieron un total de 66,600 visitantes proveniente de América del Norte, los cuales representan el 31% del total de visitantes de los diferentes continentes de origen; siendo los 4 principales estados visitantes provenientes de: Chicago, Nueva York, Florida y California. (Galapagos P. N., 2013).

Para los residentes, el cuidado de las islas Galápagos es una prioridad, tanto en el ámbito de negocios como en lo ambiental. La mayoría de negocios con mayor crecimiento en Galápagos son de servicios y están relacionados directa como indirectamente con el sector turístico.

Debido al gran número de turistas, implementar mejoras y servicios, en cuanto a comodidad y facilidad, es algo que va evolucionando año tras año, especialmente para los prestadores de servicios que trabajan en el turismo.

El restaurant "El CHATO 2" es una nueva adquisición y presentación del original "El CHATO", el cual ofrece el mismo servicio que el actual, la única diferencia es la facilidad y recorte de tiempo en el recorrido de la visita a los túneles de lava y tortugas gigantes, que permite una mejora en la experiencia y calidad del servicio para los turistas.

EL CHATO fue el primer rancho de la propiedad de Miguel Angel Arias Solís quien es también el actual propietario del restaurante El CHATO 2”, el chato uno contaba ya con sus asociados, los cuales trabajan en conjunto actualmente en El CHATO 2.

El CHATO fue nombrado así porque dentro de su territorio se encontraba la reserva ecológica de tortugas gigantes y laguna que estaba bajo el cuidado del parque nacional Galápagos. Además de esto, El CHATO contaba con un gran túnel de lava de aproximadamente 1.5k de recorrido y estaba situación en la parte más alta de la isla lo cual permitía una gran vista de las islas e islotes próximos a la costa.

Debido al largo recorrido que presentaba El CHATO, Miguel Angel Arias Solís vio una oportunidad de negocio en unos túneles pequeños que se encontraban en otra propiedad muy cercanas a las suyas. Por lo que con el tiempo pudo realizar la compra total del terreno que incluía los pequeños túneles de lava para así emprender el nuevo restaurante ubicado en esa zona que permitiría un recorrido menor.

1.3. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

En las Islas Galápagos, el turismo representa una de las principales fuentes de ingreso y desarrollo económico, debido a la gran cantidad de personas que llegan a las islas, atraídos por su atractivo ecosistema. En los últimos cinco años han ingresado a las islas encantadas un promedio de 181,232 turistas por año, en su mayoría extranjeros. (Parque Nacional Galapagos, 2015)

Dada la gran cantidad de extranjeros que llegan anualmente se crea una oportunidad de negocio para cualquier tipo, sea directo o indirecto.

Muchas empresas de servicios buscan ofrecer un propuesta de valor que permita una ventaja competitiva frente a las otras, es por esto que diversificar los servicios es un requerimiento primordial.

La falta de diversificación crea un ambiente poco atractivo considerando que los visitantes en su mayoría provienen de la cultura norteamericana quienes son muy sociables y abarcan una extensa gastronomía.

El restaurante "El CHATO 2" no cuenta con una gran variedad de comida internacional ni con servicio de camping que pueda captar una mayor parte del mercado. La mayoría de empresas de servicios buscan prepararse y especializarse en el ámbito de mayor calidad de servicio de clase alta para obtener una ventaja y mejorar la imagen sobre otras.

Gracias a esta oportunidad de emprendimiento es donde nace la idea de rediseñar el restaurante para el abastecimiento de una nueva área de cocina y de camping aumentar, y mejorar la calidad de servicios que se prestan a los visitantes extranjeros especialmente.

1.4 OBJETIVOS

1.4.1 OBJETIVO GENERAL

Diversificar los servicios del restaurante turístico de "El CHATO 2".

1.4.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

1. Analizar la empresa y sus componentes del entorno a través de diferentes herramientas de análisis para definir cómo sería la implementación de la diversificación de servicios.
2. Llevar a cabo un estudio de mercado que permita establecer las preferencias de los clientes del restaurante "El CHATO 2" en lo referente a platos de comida gourmet y camping para de esta manera obtener la demanda potencial para estos nuevos servicios.
3. Analizar la viabilidad financiera de esta propuesta de diversificación para medir el impacto en las ventas generales de la empresa.

CAPITULO II

DESCRIPCION DE LA EMPRESA

2.1 RAZON SOCIAL

Rancho EL CHATO S.A.

2.1.1 NOMBRE COMERCIAL

“EI CHATO 2 “

2.1.2 Negocio

El Restaurante turístico EI CHATO 2 ofrece servicio de turismo que comprende la visita a los túneles de lava, laguna y avistamiento de tortugas gigantes de Galápagos en su hábitat natural.

2.1.3 LOGO



Ilustración 1. Logotipo de EL CHATO 2. La ilustración 1 representa el restaurante turístico que está conformada por el nombre del rancho, una imagen de una tortuga gigante de Galápagos, que representa en su mayoría la visita a la parte alta de la isla, un túnel de lava detrás de ella que son los atractivos naturales y un fondo parecido al

logo que representa “Ecuador ama la vida” para destacar que sus maravillas son parte de Ecuador.

2.1.4 Misión

Satisfacer a los visitantes mediante el servicio de turismo que incluye el paquete turístico de parte alta de la isla Santa Cruz, brindando un servicio gastronómico de alta calidad y de comodidad, incluyendo la opción de camping mediante los permisos otorgados por el Parque Nacional Galápagos (PNG).

2.1.5 Visión

Ser la empresa turística líder en cuanto a servicio de paquete turístico de túneles de lava y tortugas gigantes de la isla Santa Cruz.

2.1.6 Valores

Debido a que trabajamos directamente para el sector turístico nuestro deber y valores son los siguientes:

Higiene: Este es un factor fundamental en cuando a servicio de alimentos y visita a un lugar de ambiente natural.

Seguridad: Por la importancia de los visitantes de las islas Galápagos las cuales son un entorno natural en su mayoría se procura mantener un servicio de seguridad en cualquier temporada del año.

Responsabilidad: este valor es esencial y uno de los cuales más identifica al servicio, manteniendo un estándar de atención impecable.

Respeto: debido a la presencia de visitantes de varias procedencias se mantiene un entorno de respeto considerando las diferentes culturas.

2.2 PROCESO PRODUCTIVO

2.2.1 PRODUCCION

La producción depende del número de pasajeros que requieren alimentación por cruceros y tours de agencias de viaje. Los alimentos preparados consisten de desayuno por la mañana y almuerzo por la tarde, de los cuales se especifican los pasajeros veganos y casos especiales de preparación. Para la producción de platos se hacen pedidos previos, mínimo de 24 horas de las embarcaciones de cruceros, con esto se confirma el número de pasajeros que requieren alimentación el día de la visita turística y la hora en la cual se solicita se sirvan los platos preparados. Gracias a esto se hacen las compras previas si hace falta algún insumo para la producción del día previsto en el inventario.

2.1.1 ELABORACION

Para la elaboración de los platos de alimentos se realizan el chequeo de inventario un día antes para abastecerlo si es necesario. El día de la producción el personal de cocina, que suele ser de 2 a 3 personas dependiendo la cantidad de platos, realiza la labor normal de preparación de los alimentos con el equipo que está a disposición en el área de cocina. El primer paso es la limpieza de los utensilios y todos los trastes que los pasajeros usaran, luego se procede a la preparación y cocción de los alimentos, seguido de la limpieza y preparación de las mesas y finalmente se procede a servir los platos.

2.2.1 DESAYUNO

El desayuno consiste en la preparación de frutas y bebidas naturales, cada fruta es presentada en platos diferentes, lavadas y picadas. Se sirven 2 jugos diferentes en 4 jarros.

2.2.2 ALMUERZO

Los almuerzos consisten en comida tipo buffet que esta entre carne rojas y blancas más verduras, 2 tipos de arroz, y bebidas naturales. El almuerzo comienza

con la sopa, seguido del arroz con carne roja y blanca más las verduras acompañas de jugos naturales y finalmente el postre.

2.2.3 BEBIDAS DE CORTESÍA

En el restaurante existe el área de bebidas de cortesía entre café caliente cultivado y procesado 100% orgánico de la Santa Cruz. Este beneficio puede ser disfrutado para cualquier visitante que llegue a “EL CHATO 2”.



Ilustración 10. Café cortesía. La ilustración 10 muestra el recipiente que contiene el café que se ofrece de cortesía por la visita a “EL CHATO 2”.



Ilustración 11. Hierba Luiza cortesía. La ilustración 11 muestra el recipiente que contiene el Te de hierba luiza que se ofrece de cortesía para los visitantes de “EL CHATO 2”.

2.3 INSTALACIONES

Las instalaciones están compuestas por el área de botas y bicicletas, el área de espera y servicio de comidas, el área de cocina, baños, etc. El restaurante cuenta

con una cisterna de agua la cual se usa en momento de emergencia por falta de servicio de agua.

2.3.1 RESTAURANTE

En el interior de esta construcción se encuentra el área de cocina y bar. Los cuales cuentan con todas las facilidades que un restaurante necesita para abastecer los platos.



Ilustración 2. Área de cocina exterior. La ilustración 12 muestra una fotografía del area de cocina tomada desde el exterior desde una perspectiva frontal ingresando a “EL CHATO 2”.

2.3.2 AREA DE ESPERA Y SERVICIO DE COMIDAS



Ilustración 3. Área de espera y comida. La ilustración 13 muestra una fotografía del área de espera y comedor en los visitantes pueden libremente descansar y degustar de los platos preparados en el restaurante.

2.3.3 AREA DE BOTAS Y BICICLETAS



Ilustración 4. Área de botas y bicicletas. La ilustración 14 muestra que el área cuenta con todas las tallas de botas desde niños hasta adultos calzado 46, aquí los visitantes pueden depositar sus zapatos mientras hacen uso de las botas, la expansión del techo permite cubrir a las bicicletas y parqueadero para estas mismas.

2.4 PROCESO DE SERVICIO DE VISITA

La visita al rancho consiste en la caminata del sendero que conduce por los 3 túneles de lava el primero que se encuentra en la parte posterior del área de botas, el cual no está iluminado, los 2 siguientes se encuentran consecutivamente separados por 5 metros de distancia, los cuales si están iluminados, posterior a esto se encuentra la laguna de las tortugas donde se podrán apreciar patillos, pájaros y las tortugas gigantes terrestres.

La mayoría de tortugas gigantes se encuentran durante todo el transcurso de la caminata alrededor del sendero. Se pueden apreciar desde tortugas medianas que por lo general son hembras y las tortugas de mayor tamaño que son machos.

2.4.1 TUNELES DE LAVA (ILUMINADO)



Ilustración 5. Túnel de lava iluminado. La ilustración 15 muestra Los túneles de lava los cuales tienen aproximadamente 20 metros con iluminación de inicio a fin más ciertas partes del transcurso cuenta con barandales para seguridad.

2.4.2 LAGUNA



Ilustración 6. Laguna. La ilustración 16 muestra La laguna la cual está ubicada al final del recorrido y tiene aproximadamente 10 metros de longitud, en donde se pueden encontrar aves, patos y tortuga gigantes disfrutando de esta área,

2.5 CAPACIDAD INSTALADA O TAMAÑO

La cocina del restaurante abastece fácilmente la demanda de platos requeridos debido a que se hacen pedidos previos del número de pasajeros que visitaran el rancho ese día, por lo general el número máximo de personas que ha tenido en un día laboral de servicios de alimentos ha llegado a 40 desayunos y 40 almuerzos de dos distintos cruceros.

2.6 TECNOLOGIAS NECESARIAS PARA EL SERVICIO

El restaurante cuenta con 2 moledoras, una electrónica para masas blandas y otra para granos manual que trabaja con manivela. La moledora eléctrica es semi industrial, modelo Henkel especializada para moler carne, con una potencia 800 watts que puede llegar a producir 150kg cada hora.



Ilustración 7. Máquina de Moler. La ilustración 17 muestra la máquina de moler henkel la cual es eléctrica y semi industrial sirve para moler masas más duras como la carne, cuenta con un potencia de 800 watts.

2.7 CRONOGRAMA DE SERVICIO

La apertura del restaurante comienza a partir de las 8 con la llegada del personal de cocina, administrador y barman. La cocina y baños se realizan la limpieza antes del cierre del día para facilitar el trabajo de desayuno y servicio turístico en la mañana. Se comienza con la limpieza de las mesas y preparación del área de servicio, continuamente si existe pedido de desayuno o almuerzo se procede a desinfectar y

pulir todos los utensilios que se usaran acorde al número de pasajeros, después se preparan las mesas donde se procederá a servir los alimentos, para finalmente servir los platos dependiendo si es desayuno en la mañana y almuerzo a partir del mediodía. El restaurante cierra a las 6 de la tarde.

2.8 CONTROL CALIDAD

Para el control de calidad se hace inspección de insumos e inventario acorde a los pedidos al finalizar la jornada laboral con el propósito de disponer de insumos frescos y en buen estado. También se solicita especificar la existencia de pasajeros veganos, alérgicos, intolerantes o de algún consumo especial. La desinfección de los utensilios es permanente antes de cualquier servicio de alimentos.

2.9 EQUIPOS E INFRAESTRUCTURA NECESARIO

Los equipos son parte importante para la preparación del servicio alimenticio, en este caso no solo se cuenta con una buena infraestructura para la cocina si no que a la vez está bien preparada con los equipos de cocina para cualquier tipo de cocción. El área del restaurante cuenta con el bar, el cual incluye al área de limpieza de trastes pequeños, percha y mesón para las tasas, vasos y cubiertos. También cuenta con una refrigeradora para las bebidas y finalmente la caja.

En la parte interior tenemos la primera área de cocina y el área de limpieza para trastes medianos, en esta área se realiza la preparación de alimentos fritos y la limpieza de platos, jarras u otros trastes de tamaño mediano. En la parte posterior del restaurante se encuentra el área de preparación de alimentos y el área de limpieza de trastes grandes. En esta área se procede a preparación de alimentos cocidos, a la parrilla y acompañados. También se realiza la limpieza de ollas y utensilios de tamaño grande. Esta área también cuenta con la disposición de una refrigeradora y un congelador para los insumos, los trastes pequeños, medianos y grandes son ubicados de manera ordenada y estratégica.

2.10 REQUERIMIENTO DE MANO DE OBRA

El personal del restaurante “El CHATO 2” está compuesta del supervisor, contador, administrador y el personal de cocina. La mano de obra directa está compuesta por el personal de cocina que comprende de 1 a 3 personas dependiendo la demanda del día laboral. La mano de obra indirecta está compuesta por el contador y administrador, los cuales son parte importante en gestión administrativa del restaurante. Finalmente la mano de obra de gestión es dirigida por el supervisor que realiza también el rol de directivo y ejecutivo del servicio turístico.

2.11 REQUERIMIENTOS DE INSUMOS

Los requerimientos de insumos en su mayoría dependen de la demanda de los contratistas. En este caso se procede a realizar las compras al finalizar la jornada de trabajo. El menú para el almuerzo en su mayoría está compuesto por arroz tipo buffet, ensalada fría o caliente, papas al vapor o su equivalente, más la demanda de carnes al gusto de los pasajeros. También se procede a preparar los platos para veganos si existieran los cuales son vegetales al vapor, sopa o pure de legumbres y finalmente los jugos naturales. El menú de desayuno está compuesto de frutas picadas servidas por separado y jugos naturales.

2.12 NORMATIVAS DE PREVENCION DE RIESGOS

Los insumos se mantienen en congelación si es necesario para el día siguiente y verificando su estado para el día siguiente. Los trastes a usar siempre son desinfectados y pulidos antes de la preparación del servicio para una buena calidad y prevención de mal servicio. El personal de cocina tiene un estándar de aseo de alta calidad para ofrecer un servicio impecable.

2.13 ANALISIS FODA

2.13.1 FORTALEZAS

- Excelente ubicación: el restaurante EL CHATO 2 se encuentra próximo a la reserva ecológica “El CHATO” de aquí su nombre.
- Corto recorrido: los túneles se encuentra próximos al restaurante.
- Prestigio: el restaurante tiene mucha acogida y reconocimiento por el nombre de la reserva ecológica El CHATO

2.13.2 OPORTUNIDADES

- El restaurante tiene un gran potencial de explotación gracias a su vasto entorno de flora y vegetación en un área extensa.
- El ambiente y posicionamiento del restaurante permite un crecimiento en cuanto a flora y fauna debido a que se encuentre en un ambiente lleno de recursos naturales que mejora con el tiempo.

2.13.3 DEBILIDADES

- Temporada baja: poca fluidez de visitantes a la isla.
- Clima: la temporada de poca lluvia reduce la presencia de tortugas.

2.13.4 AMENAZAS

- Inestabilidad económica en el país.
- Presencia de un animal o insecto introducido que pueda afectar el ecosistema natural que favorece la presencia de fauna y flora, especialmente de tortugas gigantes.

2.14 ANÁLISIS PEST

Para realizar un análisis de los factores externos que influyen en nuestro negocio y pueden afectar el desarrollo y la puesta en marcha. Como la academia se ubicará en Galápagos, Ecuador se realizará un análisis del país y la provincia de Galápagos.

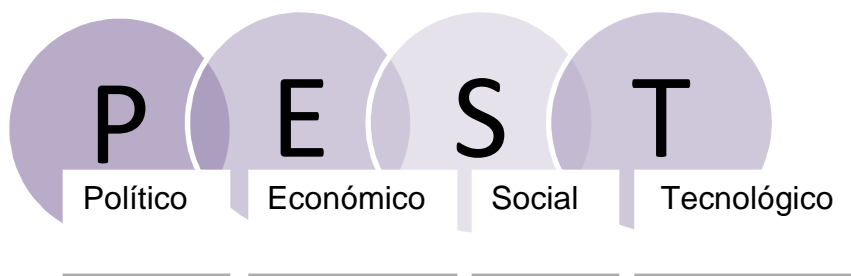


Gráfico 1. Análisis Pest. El grafico 1 señala los puntos que se redactara.

2.14.1 POLÍTICO

Ecuador atraviesa una controversia entre opositores y afines al gobierno sobre la posición actual del presidente de la república del economista Rafael Correa Delgado, debido a sus últimas decisiones, regulaciones y mandatos.

Según el Banco Mundial en el 2016 uno de los cambios significativos fue el alza del 12 al 14 por ciento del Impuesto al Valor Agregado (IVA) acorde al último mandato importante debido al reciente terremoto que sufrió Ecuador principalmente en las costas de Manabí donde se perdió la mayor parte de las estructuras especialmente las más cercanas al epicentro. Debido a que el terremoto no afectó la región insular, en ningún aspecto natural o estructural, cabe resaltar que no existió sismo alguno a pesar que el terremoto ocurrió en las costas de Ecuador, se estima que la cantidad de visitantes pueda reducirse pero no significativamente como para considerar que afecta el turismo.

2.14.2 ECONÓMICO

La estabilidad económica del país depende de diferentes variables que influyen de alguna forma a la actividad económica de los distintos negocios que existen en nuestro medio. La situación económica de Ecuador es estable a pesar de la caída del precio del petróleo, gracias a la política fiscal expansiva implementada por el Gobierno, basada en un intenso gasto público que está permitiendo suavizar el impacto negativo sobre la economía ecuatoriana. (Jaramillo, 2015)

“El Gobierno de Ecuador recorta su presupuesto para el presente año, debido a la caída del precio del petróleo, su principal producto de exportación. Esta situación ha obligado a revocar el incremento salarial previsto para el sector público y a ampliar la deuda con China. A este respecto está prevista la firma de un acuerdo con el Eximbank, El Banco de Importaciones y Exportaciones de China.” (Burbano, 2015)

A pesar de estos problemas Santa Cruz no se ve muy afectada del todo, debido a que se maneja una economía diferente, casi propia. Gracias al turismo es un mercado muy demandado por lo que los precios son altos, lo que logra una gran brecha entre precio-costo brindando una mayor utilidad para los negocios.

En las Islas Galápagos, el turismo representa una de las principales fuentes de ingreso y desarrollo económico en las Islas Galápagos, debido a la gran cantidad de personas que llegan a las islas atraídos por su atractivo ecosistema. En los últimos cinco años han ingresado a las islas encantadas un promedio de 181,232 turistas por año, en su mayoría extranjeros (Yepez, 2015).

Gracias a este ambiente económico y social, las islas Galápagos, en especial la isla Santa Cruz, cuentan con un desarrollo económico acelerado y buen diseño de ambiente social. Apegándose al diseño político del gobierno de Ecuador, siguiendo sus regímenes y normas, alcanzando un óptimo desempeño.

2.14.3 SOCIOCULTURAL

Los residentes de la isla tienen una cultura muy bien establecida en donde la gente está dispuesta a ayudar a los turistas en su visita a las islas.

La mayoría de la población tiene el concepto de conservación y limpieza para mantener un ecosistema protegido y cuidado, una costumbre que se crea en el ambiente.

La fundación Charles Darwin se encarga de programas de desarrollo social y motivación cultural para mantener esta cultura proteccionista para el medio ambiente.

2.14.4 TECNOLÓGICO

La innovación tecnológica ayuda en el desarrollo sustentable del país. Los avances tecnológicos y científicos buscan mejoras en todos los aspectos del desarrollo productivo. El uso del internet, por medio de aplicaciones, redes sociales aportan valor a los procesos evolutivos del ser humano, si son utilizados con conciencia social.

“En sector educativo también se benefició con las políticas de conectividad escolar, hasta diciembre de 2012, se atendieron a más de 5.040 escuelas fiscales de zonas rurales con servicios de Internet. En el 2006 no existían escuelas con equipos tecnológicos para motivar el proceso de enseñanza-aprendizaje” (Miño, 2012).

2.15 ANÁLISIS DE PORTER

El micro-entorno está conformado por varios factores que se encuentran relacionados directamente con el giro de negocio de la empresa; por ello para un mejor análisis de las variables que influyen en la capacidad de satisfacer a los clientes o ser competitivos en el mercado, se ha planteado realizar el Análisis de las cinco fuerzas de Porter, el mismo que está orientado a los clientes, proveedores, servicios nuevos, servicios sustitutos, y la competencia.

2.15.1 AMENAZA DE SERVICIOS SUSTITUTOS

La amenaza de servicios sustitutos es media baja, los productos sustitutos para una persona que desea visitar túneles de lava y tortugas gigantes en su entorno natural son pocas o nulo en las Isla Santa. Como sustitutos también podemos encontrar los cerros, cráteres y lagunas o manifestaciones naturales como son los gemelos, sin embargo esta atracción turística no es muy parecida a los túneles de lava. En la isla Isabela existen túneles debajo de la superficie del agua cubierta por rocas donde residen tiburones de aleta blanca pero existe gran diferencia de excursión y precios considerando que para entrar a estos túneles es obligación ir con guía naturista y mediante un operador turístico certificado.

2.15.1.1 SERVICIO SUSTITUTO - ATRACTIVO. CRÁTER LOS GEMELOS

Tabla 1

Atractivo turístico – Cráter Los Gemelos


1. DATOS GENERALES	
1.1 Encuestador: Equipo Técnico	1.2 Ficha N° 02
1.3 Supervisor Evaluador: Ing. Christian Aguirre	
1.4 Fecha: 14 Noviembre 2010	
1.5 Nombre del Atractivo: Los Gemelos	
1.6 Categoría: Sitios Naturales	
1.7 Tipo: Fenómenos Geológicos	
1.8 Subtipo: Cráteres	
	

Ilustración 2. Vista frontal Cráter los gemelos. La ilustración 2 muestra una fotografía panorámica del cráter los Gemelos desde una perspectiva frontal en donde la gente se ubica generalmente para apreciar el paisaje.

2. UBICACIÓN

2.1 Provincia: Galápagos

2.2 Ciudad y/o Cantón: Santa Cruz

2.3 Parroquia: Santa Rosa

3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO.

3.1 Nombre del poblado: Santa Rosa

3.2 Distancia: 1,5 km

4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO.

4.1 Altitud: m.s.n.m.

4.2 Temperatura: 18 a 20 °C

4.3 Precipitación Pluviométrica: 300 a 1700 mm/año

4.4 Ubicación del Atractivo

El atractivo se encuentra ubicado a 16,5 Km del centro de la ciudad de Puerto Ayora.

4.5 Descripción del atractivo.

Los Gemelos son, hablando geológicamente, considerados como hoyos cratéricos y su formación no se debió directamente a acciones volcánicas. Fueron creados como resultado del colapso o hundimiento de materiales superficiales dentro de fisuras o cámaras subterráneas. Se encuentra ubicada en la parte alta de la isla Santa Cruz en la parroquia Santa Rosa en la vía hacia la Isla Baltra, en este atractivo se puede observar una gran neblina espesa durante la mayor parte del año.

4.6 Atractivos individuales que lo conforman:

Los cráteres Gemelos es el único lugar de la isla Santa Cruz donde se encuentra el bosque de Escalecia Scalesia pedunculata con, su ramas se encuentran cubiertas por algunas epífitas y una hepática de color café, Bryopteris liebmaniana, que mucha gente confunde con musgo y Guayabillo Psidium galapageium, en donde podemos encontrar gran variedad de pinzones de Darwin y frecuentemente se puede observar al pájaro brujo. Existe un sendero que rodea cada uno de los cráteres en donde se puede observar vegetación típica de la zona húmeda de la isla.

4.7 Permisos y Restricciones:

Para realizar la visitación de este sitio turístico se lo debe hacer acompañado por un guía naturalista de Galápagos.

<p>4.8 Usos</p> <p>4.8.1 Usos Actuales Sitio turístico muy visitado tanto por turistas nacionales y extranjeros</p> <p>4.8.2 Usos Potenciales Conocer la importancia de la zona húmeda y plantas que existen en esta zona.</p> <p>4.8.3 Necesidades turísticas Señalización turística.</p>
<p>4.9 Impactos</p> <p>4.9.1 Impactos positivos Mayor información y concientización de los visitantes y población local de la importancia de la conservación de bosque de Escalecia y Guayabillo.</p> <p>4.9.2 Impactos negativos: Exceso de visitantes en el sitio</p>
<p>5. ESTADOS DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO:</p>
<p>5.1 Estado: Deteriorado</p>
<p>5.2 Causas: Presencia de diferentes senderos por diferentes partes del bosque.</p>
<p>6. ENTORNO:</p>
<p>6.1 Entorno: Intervenido</p>
<p>6.2 Causas: Presencia de la mora silvestre planta introducida que se abrió camino en este sitio y se ha tenido que intervenir con la erradicación de esta especie, para eso se debe realizar trochas.</p>
<p>7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y ACCESO</p>
<p>7.1 Tipo: Terrestre</p>
<p>7.2 Subtipo: Asfaltado</p>
<p>7.3 Estado de Vías: Perfecto estado</p>
<p>7.4 Transporte: Alquiler de camionetas para realizar la visita del sitio costo 35.00 USD.</p>

7.5 Frecuencias: Todos los días

7.6 Temporalidad de acceso: Todo el año

7.7 Observaciones:

Ninguna

8. FACILIDADES TURÍSTICAS.

Infraestructura turística existente en la Parroquia de Santa Rosa.

9. INFRAESTRUCTURA BÁSICA

9.1 Agua: No

9.2 Energía Eléctrica: No

9.3 Alcantarillado: No

10. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS.

10.1 Nombre del atractivo:

-Rancho Primicias

10.2 Distancia:

- 3 Km

11. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO:

11.1 Difusión: Internacional

12. VALORACIÓN DEL ATRACTIVO

VARIABLE	FACTOR	PUNTOS
CALIDAD	a) Valor Intrínseco	8
	b) Valor Extrínseco	7
	c) Entorno	6
	d) Estado de conservación y/o organización	6
APOYO	a) Acceso	8
	b) Servicios	8
	c) Asociación con otros atractivos	4
SIGNIFICADO	a) Local	2
	b) Provincial	4
	c) Nacional	7
	d) Internacional	12
TOTAL		72

13. JERARQUIZACIÓN

Jerarquía III

Nota: Otro sustituto pueden ser las costumbres y tradiciones de los habitantes de la parte alta pero no hay un fuerte apoyo para que sea considerado por como parte de visita turística en los paquetes de cruceros.

2.15.2 RIVALIDAD ENTRE COMPETIDORES

La rivalidad entre los competidores se basa fundamentalmente en el nivel de saturación del mercado, es decir, si el servicio de turismo de parte alta que brinda nuestra empresa lo ofrecen muchas más empresas del sector la rivalidad sería mayor. El grado de rivalidad es medio debido a que son pocos los ranchos existentes con túneles de lava.

2.15.3 LA AMENAZA DE NUEVOS ENTRANTES

La amenaza de nuevos entrantes constituye la tercera fuerza de Porter, es aquí donde realmente es posible medirnos con las empresas del sector y comparar si realmente es rentable continuar nuestro servicio con la misma metodología o debe realizarse algún cambio.

El ingreso de nuevos competidores dependerá directamente de las barreras de acceso al sector de actividad, por lo cual se considera necesario que exista una diferenciación de nuestro servicio con el que ofrecen muchos ranchos, como por ejemplo, la apertura para practicar un nuevo rancho requiere permisos y más que todo la acogida de las grandes empresas de turismo como las que manejan los cruceros con los propios turistas de las islas como parte de clases prácticas, de modo que el turista se sienta motivado a conocer sobre este nuevo rancho.

No obstante solo los residentes permanentes pueden realizar actividades económicas, compra venta o inversión en Galápagos. El artículo 80 de la Ley Especial de Galápagos menciona los requisitos para la obtención de la residencia:

Art. 40.- Residente permanente. Es un estatus que autoriza a las personas a vivir y trabajar de forma permanente en la provincia de Galápagos. Se concederá esta categoría migratoria exclusivamente a las siguientes personas:

1. Las personas cuyo padre y/o madre tenga residencia permanente.
2. El o la cónyuge de una persona residente permanente, siempre que hayan transcurrido por lo menos diez años desde la fecha en que contrajeron

matrimonio. 3. El o la conviviente de una persona residente permanente, siempre que se encuentren en unión de hecho al menos por diez años. Se entenderá que existe unión de hecho cuando se han cumplido los requisitos previstos en la legislación nacional. El plazo de que trata este numeral empezará a contarse desde la fecha en que se presente la solicitud de residencia temporal para él o la conviviente de una persona residente permanente. En los casos de los numerales dos y tres, las y los residentes permanentes estarán sujetos a los requisitos de residencia física y de tiempo de permanencia continua que establezca el Pleno del Consejo de Gobierno, sean ciudadanas o ciudadanos ecuatorianos o no. Si en el transcurso del plazo se produjere el fallecimiento del residente permanente, su cónyuge o conviviente asumirá la condición de residente permanente, si así lo deseara. (Ley Orgánica de Educación, 2011)

Según la ley orgánica de régimen especial de Galápagos, los ecuatorianos y extranjeros que al momento de la expedición de la ley se encuentren residiendo en Galápagos conforme a alguno de los requisitos establecidos en el artículo 40 de la ley, excepto aquellos que hayan sido asignados al cumplimiento de funciones públicas, actividades castrenses o religiosas, y, no cumplieren con las condiciones para acceder a la residencia permanente, establecidas en el numeral 1, 2 y 3 del artículo anterior serán considerados residentes temporales como menciona el artículo 41. (Ley Orgánica de Educación, 2011)

No obstante cualquier interesado tiene la oportunidad de realizar inversiones en la isla Santa Cruz mientras mantenga una relación económica con un residente permanente o exista una asociación lo cual les permitirá participar y visitar las islas para control y seguimiento de su capital e inversión.

Se debe aclarar que a pesar de obtener residencia permanente, estos están ligados a permisos, licencias o autorizaciones para la iniciación de proyectos u obras, sin la cual puede generar sanciones que perjudiquen la implementación del futuro proyecto como lo menciona el artículo 80:

Art. 80.- Derecho preferente.- Las políticas de promoción de inversiones en la provincia de Galápagos darán preferencia mediante acciones afirmativas a los residentes permanentes, y evitará prácticas desleales o simuladas. De comprobarse prácticas de testaferrismo serán sancionados de conformidad a lo establecido en la ley de la materia. El desarrollo de la inversión privada en la provincia de Galápagos deberá instrumentarse en el Reglamento de esta Ley y en las ordenanzas del Consejo de Gobierno. (Galapagos L. O., 2005)

Dependiendo de la acogida del rancho se prevé la posibilidad de invertir en infraestructura y capacitación de los chefs para que la empresa se encuentre prevenida ante la llegada de nuevos competidores, de modo que podamos medir el atractivo que tiene la empresa con los clientes al ponernos cara a cara con otras empresas.

2.15.4 PODER DE NEGOCIACIÓN CON LOS PROVEEDORES

La cuarta fuerza trata de la negociación de la empresa con los intermediarios, es decir con las agencias de turismo, la ventaja de la misma al poder elegir entre diferentes alternativas de proveedores de turistas, quienes nos proporcionarán clientes para brindar el servicio. Es necesario comenzar definiendo o identificando las ventajas competitivas que nos proporciona cada proveedor respecto al número de visitantes recibidos por las agencias.

Cuando existen muchos intermediarios de un mismo insumo, entonces la empresa tiene muchas opciones para elegir, por ello se sabe que el poder de negociación de los proveedores será bajo para "EL CHATO 2", esto se debe a la poca competencia que hay por el servicio y la gran oferta de parte de sus proveedores de insumos y de turistas gracias al creciente número de intermediarios como son las agencias de viaje y taxistas que se dedican al transporte de los pasajeros de puerto a la parte alta.

2.15.5 PODER DE NEGOCIACIÓN DEL CLIENTE

Luego de haber analizado las cuatro fuerzas de Porter, procederemos a hablar de la quinta fuerza, la cual trata de la negociación directa con los clientes y la posibilidad que tienen ellos de reemplazar el servicio que ofrece la empresa por otro de la competencia. Lo beneficioso de este negocio es que al existir pocas ofertas de servicio turístico de parte alta en la Isla Santa Cruz, el poder de negociación del cliente es bajo y el grado de dependencia de nuestro negocio es alto.

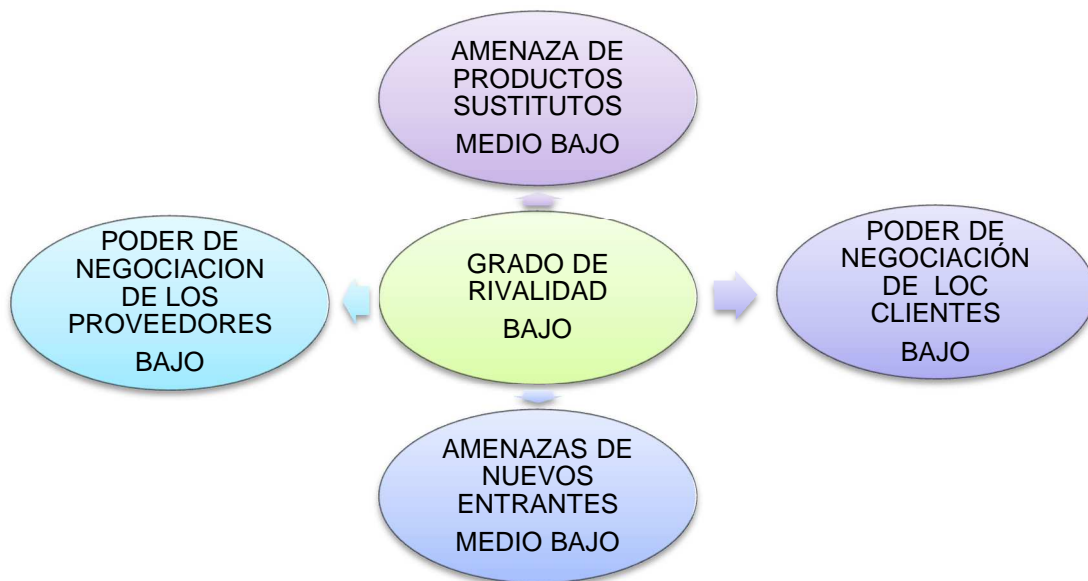


Gráfico 2. Las 5 fuerzas de Porter. El gráfico 2 muestra la medición de impacto de las 5 fuerzas de Porter frente al proyecto.

2.16 ORGANIGRAMA ORGANIZACIONAL

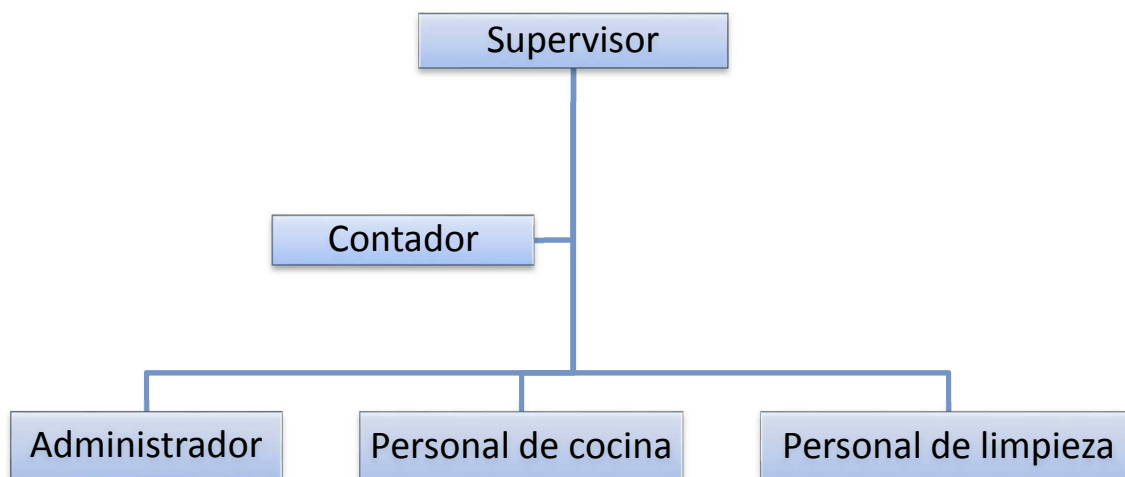


Gráfico 3. Organigrama organizacional. El gráfico 3 muestra la posición jerárquica que se empleará para el proyecto.

2.17 BASES LEGALES

2.17.1 LICENCIA UNICA DE FUNCIONAMIENTO

La LUDF se la obtiene en la dirección de desarrollo sostenible del G.A.D. municipal de Santa Cruz, el cual es un documento que permite las atribuciones conferidas a través de convenio de transferencia de competencias suscrito entre el ministerio de turismo y el G.A.D. municipal de Santa Cruz, amparado en la ley de turismo y su reglamento general.

Requisitos:

1. Formulario de solicitud de LUAF
2. Copia del Comprobante de cobro de la LUAF del año correspondiente
3. Copia de la Patente Municipal del año correspondiente
4. Copia del RUC actualizado
5. Copia del Registro del Ministerio de Turismo
6. Copia del Fidecomiso del Ministerio de Turismo del año correspondiente
7. Lista de precios actualizada de los servicios que ofrece el establecimiento

2.17.2 PATENTE ANUAL

La patente anual se obtiene en la dirección del Gobierno Autónomo Descentralizado (GAD) Municipal de Santa Cruz, con la cual el propietario del establecimiento tiene derecho y uso de un nombre único para el funcionamiento del mismo y de conformidad con la Constitución de la República del Ecuador, Capítulo 3 de los gobiernos autónomos; y del código de organización territorial, autonomía y descentralización COOTAD en los artículos 546, 547, 548; y luego de haber cumplido con los requisitos legales e inscrito en el registro, se autoriza el ejercicio del mismo.

2.17.3 PERMISO DE FUNCIONAMIENTO

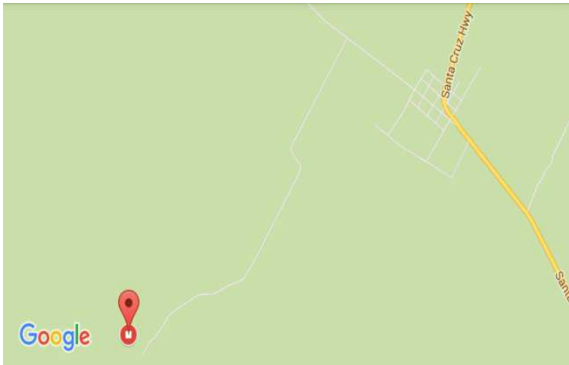
La licencia única anual de funcionamiento se la obtiene en la dirección de desarrollo sostenible del G.A.D. Municipal de Santa Cruz la cual confiere al propietario, mediante la ley de turismo y su reglamento general, y en la Ordenanza no. 0048-CC-GMSC-2015, promulgada el 11 de diciembre de 2015, el permiso de funcionamiento como establecimiento turístico.

2.18 UBICACIÓN DEL RESTAURANTE

El CHATO 2 se encuentra en la parte alta de Santa Cruz a unos quince minutos de Santa Rosa que es un pueblo ubicado también en la parte con mayor elevación.



Ilustración 8. Ubicación GPS Santa Cruz. La ilustración 3 muestra la posición satelital de la ubicación del restaurante “EL CHATO 2” desde una perspectiva del recorrido desde Puerto Ayora zona centrica y urbana de la poblacion de Santa Cruz.



2.18.2 MICRO LOCALIZACIÓN



Ilustración 11. Isla Santa Cruz – Galápagos. LA ilustración 6 muestra la Isla Santa Cruz tiene un territorio de aproximadamente 1.020 km², consta de tres poblaciones: Puerto Ayora, Bellavista y Santa Rosa. Su cabecera es Puerto Ayora y tiene como parroquia rural a las poblaciones de Bellavista en la isla Santa Cruz, y Santa Rosa en Baltra; el cantón lo integran además las islas Marchena, Pinta, Pinzón, Rábida, San salvador y Seymour. (Mora, 2014)

2.19 ENTORNO DEMOGRÁFICO

La mayor parte de población se dedica al turismo y prestación de servicios relacionados, un poco porcentaje se dedica a la agricultura, negocios y otros servicios.

La isla Santa Cruz cuenta con aproximadamente 15000 habitantes y solo una pequeña porción de las tierras son habitadas, por lo que la mayoría de personas se conocen. (INEC, 2010). El ambiente de la comunidad es tranquilo y se vive en comunidad, se podría decir que el nivel de violencia y delincuencia es nulo.

Este proyecto tendrá lugar en la isla Santa cruz, Galápagos debido a que esta es la capital económica de las 3 islas más grandes. Santa cruz es la segunda isla más grande pero es la más poblada y con mayor fluctuación de turistas debido a que el primer aeropuerto se encuentra en la isla baltra, siendo Santa Cruz la más próxima lo que ha ayudado a convertirla en el principal destino turístico.

2.20 DESCRIPCION DEL LUGAR



Ilustración 12. Restaurante EL CHATO 2. La ilustración 7 muestra como EL CHATO 2 comienza con un parqueadero natural cerrado con cercas y un gran letrero con el nombre del lugar. Después de la entrada a su derecha tiene el área de botas y el primer túnel no iluminado; en frente el restaurante, y a la izquierda sigue el sendero

que conduce a los 2 siguientes túneles iluminados, al finalizar se encuentra la laguna de tortugas gigantes.



Ilustración 13. Recepción EL CHATO 2. La ilustración 8 muestra como El restaurante tiene un área de cocina, el bar que incluye la caja y los refrigerios, una bodega, baños y el área de servicio de platos al aire libre. El resto del rancho son senderos de áreas verdes que cuentan con la presencia de tortugas gigantes de Galápagos, aves y mucha fauna.



Ilustración 14. Área de comida. La ilustración 9 muestra el área de comida del restaurante cuenta con varias mesas y sillas es un lugar abierto y con vista a la naturaleza. Cuenta con 3 caparazones y unos cuantos huesos de tortugas gigantes, las cuales pueden ingresar y tomarse fotos para recuerdo de la visita.

2.21 DESCRIPCION DEL SERVICIO

2.21.1 SERVICIO PÚBLICO

Este servicio es para los visitantes que ingresan a EL CHATO 2 por su propia cuenta sin contrato. El cliente debe cancelar el valor de tres dólares por la entrada al rancho, valor que le permite hacer el recorrido de los túneles de lava y la visita a la laguna. Durante el recorrido podrán apreciar tortugas gigantes, aves y usar las instalaciones del restaurante. El recorrido incluye el uso de botas, linternas y la posibilidad de beber agua de hierbaluisa o una taza de café caliente producido en Galápagos como cortesía del servicio.

2.21.2 SERVICIO PARTICULAR

Este servicio es para los grupos grandes y socios que hacen contrato previo, principalmente los cruceros, que ofrecen recorridos a los diferentes puntos de Galápagos donde incluyen la visita al EL CHATO 2. El servicio cuenta con desayuno o almuerzo, según disponga el contratista, más el servicio de visita a los túneles, laguna, avistamiento de tortugas gigantes de lava y los beneficios anteriormente mencionados.

2.22 PROCESO DEL SERVICIO

El restaurante abre a partir de las siete de la mañana, desde ese momento el servicio está disponible. Dependiendo del pedido del contratista se procede a preparar el desayuno y al medio día los almuerzos, el contratista debe reportar si existen algún requisito especial tales como:

- Presencia de veganos en el grupo
- Alguna intolerancia o alergias
- Algún pedido en especial sobre condimentos, cocción o preparación

El contratista es libre de establecer la hora en la cual se servirán los platos y el tiempo de recorrido incluyendo los beneficios que este incluye.

2.23 PROPUESTA DE VALOR

La propuesta de valor para el servicio es añadir platos tipo gourmet internacional y ecuatorianos, considerando que la mayoría de los visitantes son extranjeros de cruceros. También se añadirá el servicio de camping para los turistas que deseen una convivencia más cercana con la naturaleza aprovechando los espacios y la comodidad que el restaurante ofrece gracias a la mejora que se va a realizar en este.

2.24 MERCADO OBJETIVO

El mercado objetivo principal son los cruceros ya que estos incluyen la visita a EL CHATO 2 en la ruta de su itinerario, esto implica que sus pasajeros serán nuestros clientes a quienes le brindaremos el servicio turístico. Entre más capacidad sea la naviera mayor será el número de clientes que recibirá el restaurante.

2.24.1 ENTORNO DEMOGRÁFICO

La mayor parte de población se dedica al turismo y prestación de servicios relacionados, un poco porcentaje se dedica a la agricultura, negocios y otros servicios.

La isla Santa Cruz cuenta con aproximadamente 15000 habitantes y solo una pequeña porción de las tierras son habitadas, por lo que la mayoría de personas se conocen. (Instituto nacional de estadísticas y censos, 2010). El ambiente de la

comunidad es tranquilo y se vive en comunidad, se podría decir que el nivel de violencia y delincuencia es nulo.

2.24.2 ENTORNO NACIONAL

La Región Insular o Provincia de Galápagos tiene una extensión aproximada de 1.020 km² y en ella se encuentran las poblaciones de Puerto Ayora, Bellavista y Santa Cruz. Las islas Galápagos constituyen un archipiélago del océano Pacífico ubicado a 972 km de la costa de Ecuador. Administrativamente, las islas son parte del Ecuador, cuya capital es Puerto Baquerizo Moreno (oficialmente, también se le denomina Región Insular del Ecuador). (Efrén Avilés Pino, 2012)

Las islas Galápagos son famosas por sus numerosas especies endémicas y por los estudios de Charles Darwin que le llevaron a establecer su Teoría de la Evolución por la selección Natural.

Debido a este fenómeno natural donde surgieron las islas, se ha vuelto parte de un sitio turístico visitado por miles de personas cada año, por lo que para mantener el ecosistema no se permite destruir el ecosistema natural, por lo que la mayor parte de sus zonas y sectores turísticos se encuentran al ambiente natural, debido a esto debe ocupar varias horas de viajes y recorridos turísticos.

CAPITULO 3

3 ESTUDIO DE MERCADO

Por medio de la investigación de mercado se va a poder obtener la información necesaria para elaborar un plan estratégico para poder posicionar el restaurante turístico “El CHATO 2” en parte alta de Santa Cruz en el puesto líder de recepción de visitantes y calidad de servicio, ya que permite identificar primeramente el mercado objetivo, las características de los habitantes de la ciudad, su disponibilidad de horarios, si existe algún inconveniente al momento de recibir el servicio. El estudio nos permitirá identificar además el poder adquisitivo de la población para de esta manera poder definir las oportunidades y problemas del mercado.

El objetivo general del estudio de mercado para el proyecto es recolectar la mayor información posible para de esta manera analizar sistemáticamente los datos acerca de los clientes, competidores y el entorno del mercado.

3.1 DEFINICION DEL MERCADO

Nuestro mercado objetivo principalmente son los cruceros los cuales incluyen como destino de visita en sus paquetes turísticos el restaurante “EL CHATO 2”, y también los turistas que llegan al restaurante individualmente ya sea por recomendación de una agencia de viaje o mediante transporte privado como lo son los taxi que son camionetas de color blanco las cuales realizan servicio de transporte que incluyen en su paquete de parte alta la visita a los túneles de lava y las tortugas gigantes.

3.2 POBLACION Y MUESTRA

La población estudiada en el proyecto son principalmente grupos de pasajeros de cruceros y extranjeros en general, los cuales no solo hacen el recorrido sino que también reciben el servicio de alimentación ofrecido por el restaurante son personas de clase media y alta, principalmente adultos mayores.

3.2.1 MUESTRA

Debido a que la población es finita y se conoce el número promedio de pasajeros que visitan el restaurante anualmente se procederá a usar la siguiente fórmula:

Ecuación 1. Muestra

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

Dónde:

n = el tamaño de la muestra.

N = tamaño de la población.

σ = Desviación estándar de la población que, generalmente cuando no se tiene su valor, suele utilizarse un valor constante de 0,5.

Z = Valor obtenido mediante niveles de confianza. Es un valor constante que, si no se tiene su valor, se lo toma en relación al 95% de confianza equivale a 1,96 (como más usual) o en relación al 99% de confianza equivale 2,58, valor que queda a criterio del investigador.

e = Límite aceptable de error muestral que, generalmente cuando no se tiene su valor, suele utilizarse un valor que varía entre el 1% (0,01) y 9% (0,09), valor que queda a criterio del encuestador.

n = muestra

N = 10800

$\sigma = 0.5$

Z = 1.95 (95%)

e = 0.05

Se tiene N=10800, para el 95% de confianza Z = 1,95, y como no se tiene los demás valores se tomará $\sigma = 0,5$ y e = 0,05.

Reemplazando valores de la fórmula se tiene:

$$n = \frac{10800 \times 0.5^2 \times 1.95^2}{0.05^2(500 - 1) + 0.5^2 \times 1.95^2}$$

$$n = \frac{10372.32}{39.8368}$$

$$n = 298.311 \approx 300$$

Considerando el resultado se redondeará a 300 encuestas para ayudar al proyecto a conocer datos importantes y relevantes de aceptación y aplicación.

3.3 TIPO DE INVESTIGACIÓN

El proyecto es un investigación descriptiva debido a que desarrollará y analizará datos en un situación hipotética de un ambiente y lugar determinado para demostrar los posibles resultados. Este tipo de investigación se basa en datos y situaciones reales o parecidas a la realidad, con el propósito de mostrar una interpretación acertadas de los resultados (Rojas, 2015).

3.3.1 ESTUDIO DESCRIPTIVO

Para desarrollar el proyecto de forma positiva, se realizará un estudio descriptivo, ya que se van analizar variables y situaciones ya existentes, tanto características y detalles de los métodos y facilidades del servicio de paquete turístico de parte alta, su importancia y cuán influyente es en el turismo local, así como también se describirá la necesidad de que exista una mejora y variedad de los servicios que se ofrecen en el restaurante, para esto se usará el método de encuestas en “EL CHATO 2” de la isla Santa Cruz.

3.3.1 ESTUDIO CUALITATIVO

Para el estudio cualitativo se utilizarán las entrevistas como medio de recolección de datos de forma verbal tomando en consideración la información más

importante y relevante del estudio a través de preguntas que propone el analista. El objetivo principal es determinar las siguientes interrogantes:

- Gustos y necesidades
- Aceptación del proyecto
- Opiniones o recomendaciones sobre la propuesta

Este estudio se realizará a las personas que hayan ocupado el servicio para obtener su opinión y recomendación sobre la idea propuesta.

3.3.2 ESTUDIO CUANTITATIVO

Para el estudio cuantitativo se procederá al uso de encuestas de las cuales se desea obtener la información más importante y relevante de una forma que se puede delimitar y medir para uso del proyecto en cuanto al análisis de datos para determinar las mejores opciones a elegir en cuanto a las respuestas ofrecidas por los turistas.

3.4 FUENTES DE RECOLECCIÓN DE DATOS

3.4.1 FUENTES PRIMARIAS

Para la recolección de datos de fuente primaria se usará contenido original y de relevancia solo para el proyecto, resultante de una investigación. Para obtener la información necesaria para el proyecto se emplean dos técnicas de recolección de datos: observación y encuestas.

3.4.2 FUENTES SECUNDARIAS

Para la recolección de información de fuentes secundarias se ha optado por revisar las recomendaciones y comentarios hechos por personas que han experimentado el servicio de parte alta del restaurante turístico “EL CHATO 2”.

3.5 ANALISIS DE LA DEMANDA

3.5.1 FACTORES QUE AFECTAN LA DEMANDA

La demanda de los servicios de “El CHATO 2” se ve influida por factores, como son:

- A) Los gustos o preferencias de los consumidores
- B) El presupuesto
- C) Precios

3.5.1.1 LOS GUSTOS O PREFERENCIAS DE LOS CONSUMIDORES

La demanda depende de los beneficios que se buscan obtener. Los visitantes de la isla Santa Cruz buscan una buena calidad de servicio por lo que optan por la empresa con mayor prestigio y recomendaciones, u otros lugares donde se ofrezca una buena publicidad. Muchos visitantes cuentan con el presupuesto pero siempre buscan invertir bien su dinero. La falta de emprendimiento en la isla Santa Cruz delimita los beneficios que se pueden obtener por estar acostumbrados a una cierta cantidad de visitantes. Los visitantes de la isla Santa Cruz buscan ambientes naturales y de aventura donde pueden relacionarse con la naturaleza.

3.5.1.2 EL PRESUPUESTO

Son muy pocos los turistas que no cuentan con el presupuesto suficiente considerando de antemano que la visita a las islas, en especial a Santa Cruz, tiene un costo elevado. Solo el transporte hacia la parte alta bordea los \$30, siendo 10 veces más costoso que la tarifa de ingreso a la reserva que solo cuesta \$3. Adicionalmente si la persona no lleva su propia alimentación, debe añadir este costo a su presupuesto, siendo el promedio \$8 si consumen solo snacks, o \$20 si es tipo buffet.

3.5.1.3 PRECIOS

La economía de Galápagos se basa en el turismo el cual representa un fuerte ingreso económico a pesar del alto costo de vida. Un precio promedio acorde a la rentabilidad del servicio sería mucho más económico que aumentar costos por brindar un lujo innecesario, es por esto que se realizará un estudio para determinar la rentabilidad del proyecto.

3.5.2 DEMANDA POTENCIAL

La demanda potencial de acuerdo a cifras oficiales del Parque Nacional Galápagos serían todos los pasajeros que ingresan por la isla Baltra, esto es 173,487 personas entre extranjeros y nacionales. La estimación oficial es que el 70% de los visitantes buscan tener un contacto con las tortugas gigantes en su hábitat natural, reduciendo de esta forma a 121,441 la demanda potencial para el CHATO 2.

3.6 ANALISIS DE LA OFERTA

La oferta está dada por el número de empresas que prestan el servicio en la parte alta, sin embargo, restaurantes turísticos en la Isla Santa Cruz existen muy pocos, los mismos que ya están acomodados para abastecer la fuerte demanda. Al no haber muchos restaurantes turísticos con túneles de lava en la isla, para algunos visitantes, sin conocimiento al respecto, les es indiferente donde obtener el servicio mientras sea sugerido.

Por tal razón se realizará un análisis de restaurantes con túneles de lava situadas en la parte alta de Santa Cruz, quienes representarán la competencia directa. No obstante existe también una competencia indirecta sin fines de lucro conocida como el Centro de Crianza Fausto Llerena, donde se pueden encontrar a las tortugas gigantes pero en cautiverio, de igual manera se considera competencia debido a que las personas sin conocimiento alguno de cómo es el servicio de parte alta se pueden conformar con solo este recorrido.

3.6.1 COMPETENCIA INDIRECTA SIN FINES DE LUCRO - ATRACTIVO. CENTRO DE CRIANZA DE TORTUGAS GIGANTES FAUSTO LLERENA

3.6.1.1 COMPETENCIA DIRECTA

Tabla 2

Atractivo turístico - Centro de Crianza de Tortugas Gigantes Fausto Llerena.

1. DATOS GENERALES	
1.1 Encuestador: Equipo Técnico	1.2 Ficha N° 03
1.3 Supervisor Evaluador: Ing. Christiam Aguirre	1.4 Fecha: 20 Noviembre 2010
1.5 Nombre del Atractivo: Centro de Crianza de Tortugas Gigantes Fausto Llerena	
1.6 Categoría: Manifestaciones Culturales	
1.7 Tipo: Relaciones Técnico Científicas	
1.8 Subtipo: Centros Científicos y Técnicos	

Ilustración 15. “Vista frontal Centro de Crianza de Tortugas gigantes Fausto Llerena”



Ilustración 16. “Vista frontal Centro de Crianza de Tortugas gigantes Fausto Llerena”. La ilustración 18 muestra una fotografía tomada por Silvana Vargas la cual muestra el letrero el cual indica el ingreso al centro de crianza de tortugas gigantes Fausto Llerena, la cual fue obtenida de <http://dspace.esPOCH.edu.ec/bitstream/123456789/2189/1/23T0329%20VARGAS%20MARIA.pdf>

2. UBICACIÓN

2.1 Provincia: Galápagos

2.2 Ciudad y/o Cantón: Santa Cruz

2.3 Parroquia: Puerto Ayora

3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO.

3.1 Nombre del poblado: Puerto Ayora

3.2 Distancia: 1.5km

4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO.

4.1 Altitud: 2m.s.n.m.

4.2 Temperatura: 22 a 29 °C

4.3 Precipitación Pluviométrica: 0 a 3000 mm/año

4.4 Ubicación del Atractivo

El atractivo se encuentra ubicado a 1.5 Km del centro de la ciudad de Puerto Ayora.

4.5 Descripción del atractivo.

La Fundación Charles Darwin fue inaugurada en enero de 1964 y el centro de crianza en cooperación con el Servicio Parque Nacional Galápagos. El programa de crianza de Galápagos se lleva a cabo por el personal del SPNG con la colaboración de los científicos de la ECCD. Los huevos de Galápagos son traídos desde las islas Pinzón, Santiago y Santa Cruz hasta la Estación. Los huevos son encubados artificialmente,

los galapaguitos nacen y son criados hasta la edad de 5 años, cuando ya pueden sobrevivir a los efectos de los depredadores introducidos (ratas, chanchos y perros). Luego son devueltos a sus áreas nativas. Desde 1970, se han repatriado más de 2000 galapaguitos. Más de 400 se encuentran en crianza y oportunamente serán regresados a su lugar de origen.

4.6 Atractivos individuales que lo conforman:

Se puede observar tortugas de diferentes tamaño desde las recién nacidas de la isla Española así como también las grandes que esta ubicadas en cada uno de los corrales y por supuesto ver la tortuga gigante último en su especie “El Solitario George”, quien es sobreviviente de las tortugas de la isla Pinta.

Centro de Interpretación Van Straelen donde se puede conocer la historia de las islas su formación y el trabajo científico que realizan para lograr mantener para las futuras generaciones Galápagos en su estado natural.

4.7 Permisos y Restricciones:

Horario de atención a la visita de turistas de 7:00 am hasta las 18:00.

4.8 Usos

4.8.1 Usos Actuales

Es utilizado para la incubación, reproducción y crianza de los huevos de tortugas gigantes recogidos de los nidos encontrados en cada una de las islas, para luego de 5 años de crianza un tiempo determinado donde la pequeña tortuga no sea vulnerable a los depredadores existentes como: gatos, ratas puedan sobrevivir en estado natural y volver a poblar las islas.

4.8.2 Usos Potenciales

Un excelente atractivo turístico para conocer y concientizar a la población y visitantes de la importancia que tienen cada una de las tortugas gigantes en la vida de las islas Galápagos.

4.8.3 Necesidades turísticas

El recorrido debe ser más interpretativo y se debe ampliar el centro de interpretación Van Estraelen.

4.9 Impactos	
4.9.1 Impactos positivos	
Cada una de las personas que visitan el Centro de Crianza Fausto Llerena pueden realizar donaciones a través de la página web del PNG y observan la importancia del trabajo que se realiza con el apoyo de la Estación Científica Charles Darwin.	
4.9.2 Impactos negativos:	
Exceso en la capacidad de carga del sitio turístico.	
5. ESTADOS DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO:	
5.1 Estado: Deteriorado	
5.2 Causas:	
Incligencia del clima destruye parte del sendero.	
6. ENTORNO:	
6.1 Entorno: Alterado	
6.2 Causas:	
Adecuación de los corrales para el cuidado de las tortugas.	
7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y ACCESO	
7.1 Tipo: Terrestre	7.2 Subtipo: Carretera y Sendero
7.3 Estado de Vías: Regular	7.4 Transporte: Alquiler de camionetas
7.5 Frecuencias: Todos los días en horario de 07h00 a 17h00	7.6
Temporalidad de acceso: Todo el año	
7.7 Observaciones:	
Es recomendable llevar puesto zapatos cómodos para caminata, gorra, repelente, gafas para cubrirse del sol.	
8. FACILIDADES TURÍSTICAS.	
Infraestructura turística existente en la ciudad de Puerto Ayora	
9. INFRAESTRUCTURA BÁSICA	
9.1 Agua: Si	
9.2 Energía Eléctrica: Si	
9.3 Alcantarillado: No	
10. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS.	
10.1 Nombre del atractivo:	10.2 Distancia:
-Playa de la estación	500 mtrs

11. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO:		
11.1 Difusión: Internacional		
12. VALORACIÓN DEL ATRACTIVO		
VARIABLE	FACTOR	PUNTOS
CALIDAD	a) Valor Intrínseco	10
	b) Valor Extrínseco	9
	c) Entorno	6
	d) Estado de conservación y/o organización	
APOYO	a) Acceso	8
	b) Servicios	6
	c) Asociación con otros atractivos	5
SIGNIFICADO	a) Local	2
	b) Provincial	4
	c) Nacional	6
	d) Internacional	9
TOTAL		72
13. JERARQUIZACIÓN		
Jerarquía III		

Nota: el centro de crianza Fausto Llerena ofrece a sus visitantes la posibilidad de ver a las tortugas gigantes de Galápagos por etapas de desarrollo pero en cautiverio.

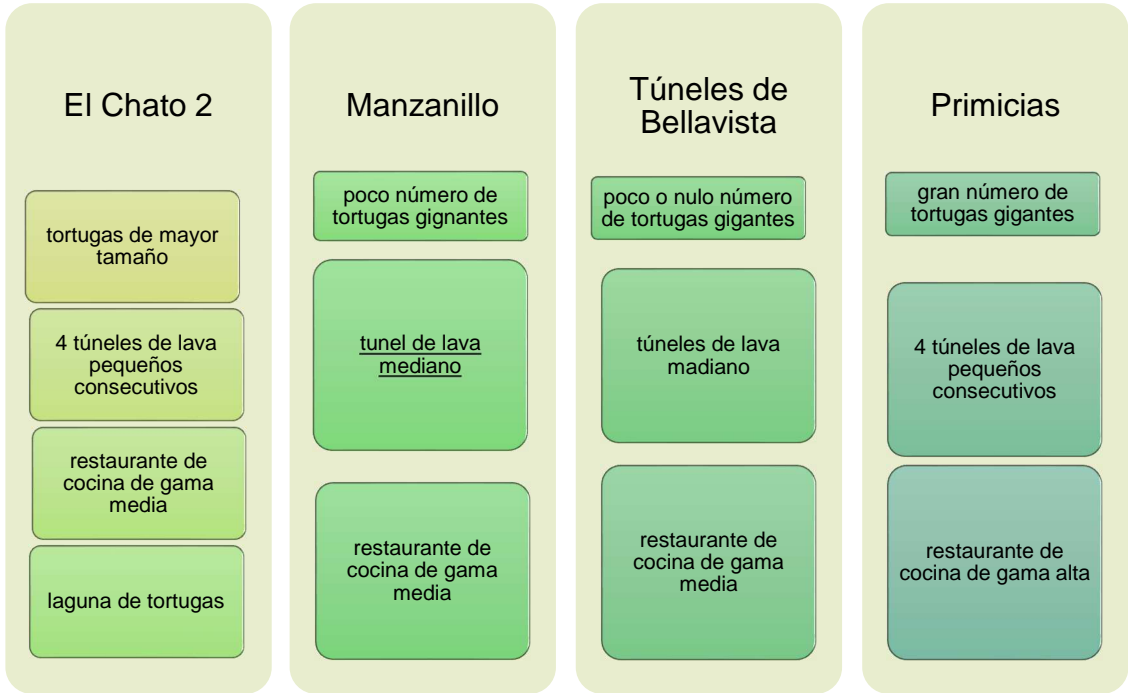
Entre las competencias directas principales se encuentra el rancho “Primicias” y “Manzanillo”, ambos lugares turísticos que poseen túneles de lava y tortugas gigantes, siendo estos los atractivos naturales. Estos ranchos cuentan con los mismos servicios y acomodaciones que “EL CHATO 2”. Por un lado el rancho Primicias se encuentra muy cerca de “EL CHATO 2”, quedando como segunda opción entre dos calles que son la entrada y que dirigen a sus respectivas propiedades.

3.7 MARKETING MIX

3.7.1 PRECIO

Las estrategias para establecer precios son establecidas de acuerdo a parámetros que permitan el cumplimiento del objetivo que se desea lograr, además determina el precio del servicio que se desea ofrecer.

Tabla 3
Análisis de la competencia frente al “EI CHATO 2”



Nota: las ventajas competitivas de cada empresa turística de parte alta se muestran por cada por su propuesta de valor.

3.7.2 PROMOCIÓN

Se repartirán volantes con la información del restaurante “EL CHATO 2” en las agencias y puntos turísticos de la isla Santa Cruz, se realizarán pequeñas actividades en el puerto de Santa Cruz en donde muestre como es un tour de parte alta en “EL CHATO 2”.

Por otra parte se hará publicidad en las medios webs como Facebook y páginas de alto prestigio en cuanto a turismo, con el respaldo de Trip Advisor.

Se ofrecerán descuentos del 5 al 10% para los grupos grandes como cruceros para incentivar la nueva entrada de socios de cruceros.

3.7.3 PLAZA

El proyecto se llevará a cabo en la parte alta, ubicación del actual “EL CHATO 2” mediante una ampliación de cocina, de zona de relajamiento y acomodación para camping en la parte subyacente del restaurante.

3.7.4 PUBLICIDAD

La publicidad en la isla Santa Cruz no es muy fuerte ni reñida para tipos de negocios turísticos, la cantidad de turistas abastece fácilmente a los negocios. A pesar de los altos precios de los insumos, servicios, productos, etc. los turistas no lo encuentran excesivo porque su gran mayoría son jubilados que desean gastar sus riquezas acumuladas durante años de trabajo, por lo que se maneja un sistema financiero diferente al de Ecuador Continental. De igual manera existen brechas para aquellos que no cuentan con mucho capital para darse todos los lujos que existen.

La publicidad se manejará en los medios de web populares de turismo como ya se mencionó en el punto de promoción, y adicionalmente se abastecerá de información a las agencias o puntos turísticos sobre el paquete de parte alta del restaurante EL CHATO 2.

3.8 RESULTADO DE LAS ENCUESTAS

La encuesta es aquel grupo de preguntas sistematizadas que están dirigidas a un tamaño de muestra específica de una población u organismo, con el objetivo de recolectar datos reales y determinar hechos. (González, 2009)

3.8.1 GENERO

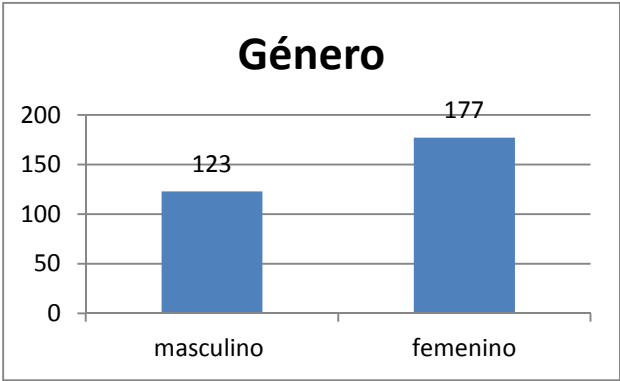


Gráfico 1. Género.

El gráfico 4 muestra que la mayoría de los encuestados pertenecen al género femenino, aunque este resultado no es relevante debido a que no existe marginación alguna para el tipo de servicio que se ofrece.

3.8.2 EDAD

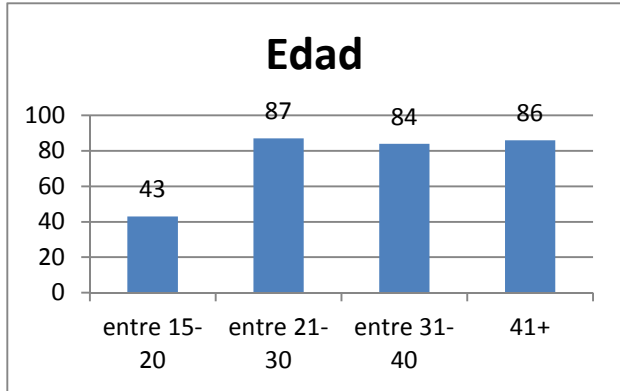


Gráfico 2. Edad.

El gráfico 5 muestra las edades de los encuestados, se puede determinar que la mayoría que visitan el restaurante turístico EL CHATO 2, son personas adultas y jóvenes acompañados muy poco por sus hijos. Es de considerar que los adultos mayores de 41 en adelante son personas jubiladas que están haciendo uso del dinero que han generado durante años de servicios y que tienen la facilidad monetaria para los altos costos de las islas Galápagos.

3.8.3 GRÁFICO PASAJEROS DE CRUCERO - ¿ES USTED PARTE DE LOS PASAJEROS DE CRUCEROS?

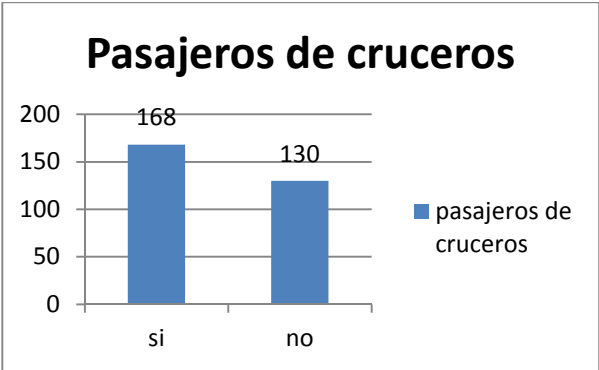


Gráfico 3. Pasajeros de cruceros.

El gráfico 6 muestra que la mayoría de los turistas que visitan “EL CHATO 2” provienen de cruceros que su visita está programada en el itinerario del paquete turístico ofrecido por el crucero. Los cruceros requieren el servicio de parte alta y por lo tanto realizan contrato con la oferta, en este caso existe un lazo de fidelidad por parte de los cruceros, mantener este vínculo crea una estabilidad de mercado para el negocio.

3.8.4 GRÁFICO PRINCIPALES CRUCEROS – ¿CUÁL CRUCERO?

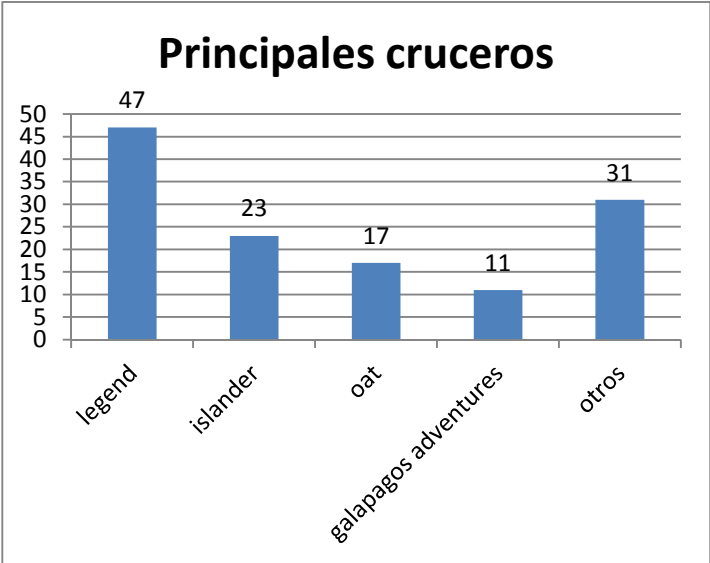


Gráfico 4. Principales cruceros.

El gráfico 7 muestra la procedencia de los pasajeros por los principales grupos de crucero y los de poca relevancia se los ha agrupado en otros. Se debe considerar que los 4 principales son los que tiene programada la visita a “EL CHATO 2” en su cronograma de itinerario. En conclusión gracias a estos resultados podemos saber cuáles son nuestros principales partidarios y dar un adicional aquellos cruceros con poca relevancia para aumentar los vínculos de negocios.

3.8.5 GRÁFICO INFORMACIÓN DE “EL CHATO 2”

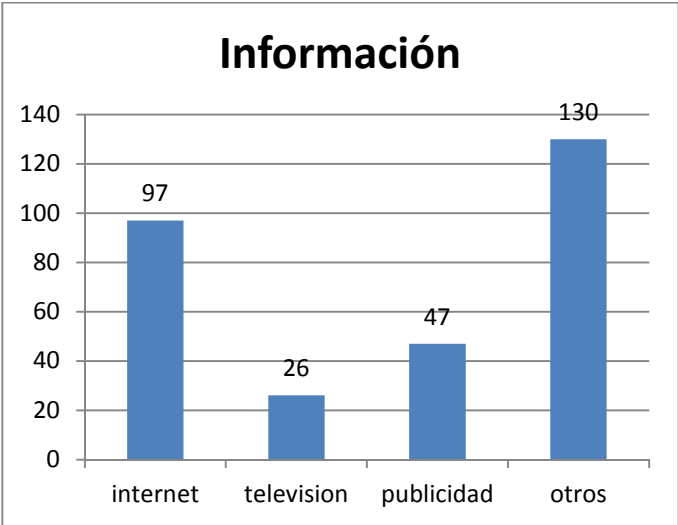


Gráfico 5. Información.

El gráfico 8 muestra que la información de “EL CHATO 2” de mayor aporte no se encuentra fuertemente vinculado con los típicos medios de publicidad si no de las recomendaciones dentro de la isla, esto se debe a la popularidad del restaurante turístico dentro de la isla santa cruz. También se puede deducir que la información puede provenir de una aplicación llamada Trip Advisor el cual permite calificar el lugar de visita y dejar un comentario acorde a la experiencia adquirida.

3.8.6 GRÁFICO OTROS – INFORMACIÓN

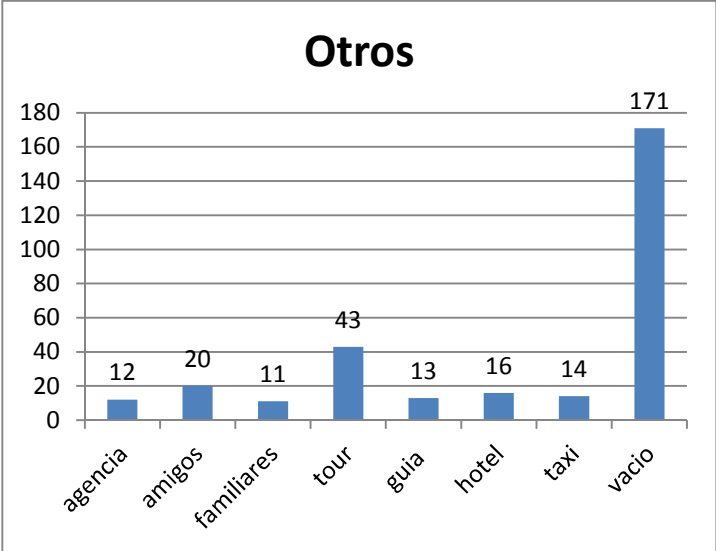


Grafico 6. Otros – Información.

El gráfico 9 muestra que la información de “EL CHATO 2” es proporcionada por medios vinculados al turismo de los cuales ya mayoría son recomendaciones de los propios residentes de la isla Santa Cruz, creando un gran prestigio del restaurante turístico, así como agencias de viaje, dueños de taxis y hoteles.

3.8.7 GRÁFICO CALIDAD DEL SERVICIO

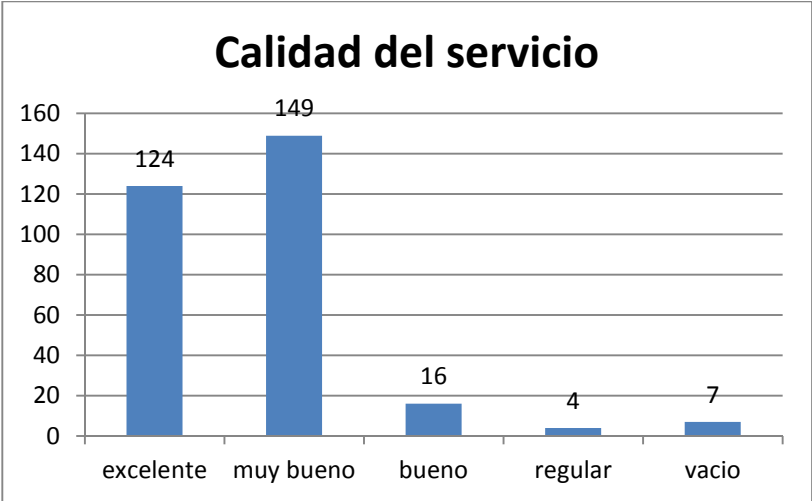


Grafico 7. Calidad del servicio.

El gráfico 10 muestra como se formuló la pregunta de “¿cómo fue el servicio del restaurante durante la estadía?”, gracias a la cual se puede fácilmente apreciar un alto

rendimiento en cuanto a servicio ofrecido en el restaurante. El servicio del restaurante se compone de la velocidad de respuesta y las facilidades que se pueden percibir.

3.8.8 GRÁFICO CALIDAD DE LA COMIDA

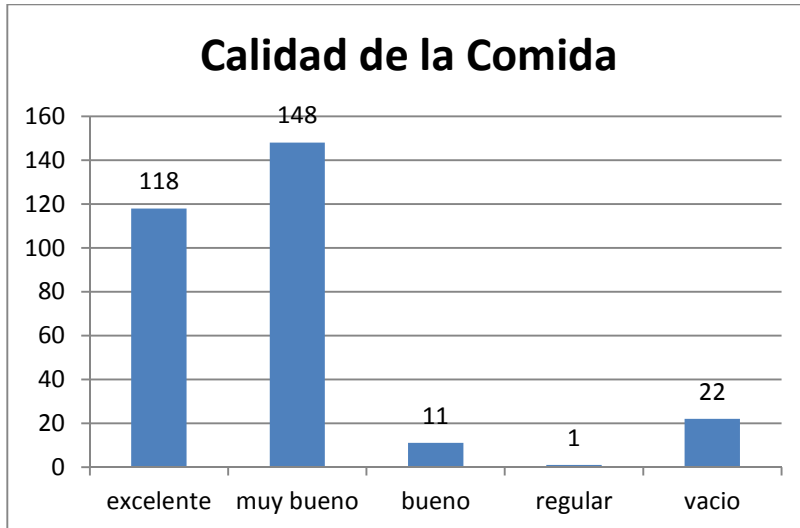


Gráfico 8. Calidad de la comida.

El gráfico 11 muestra la calidad de la comida servida en el restaurante acorde a la pregunta “¿qué tal estuvo la comida en el restaurante?”, mediante la cual podemos notar un alto rendimiento en la calidad de la comida al igual que el servicio. La comida está compuesta de platos tipos gourmet y bebidas naturales para el almuerzo y fruta picada y pelada con decoración para el desayuno.

3.8.9 GRÁFICO MÁS OPCIONES DE PLATOS

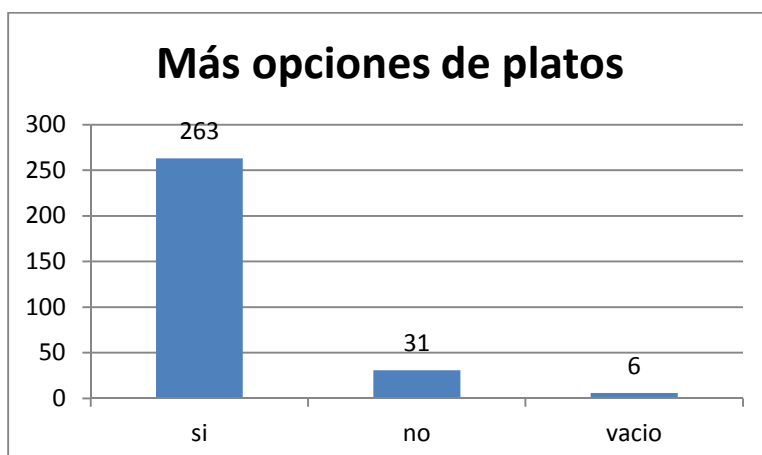


Gráfico 9. Más opciones de platos.

El gráfico 12 muestra que mediante la pregunta en la encuesta “¿Estaría de acuerdo de tener opciones de platos tipo gourmet internacionales y ecuatorianos?, gracias a la cual obtendremos la aceptación del primer servicio a ofrecer el cual es aumentar la variedad de comida servida en el restaurante aumentando los platos tipo gourmet internacionales y ecuatorianos en el menú para atraer captar un mayor porcentaje de demanda potencial.

3.8.10 GRÁFICO MEJORAR

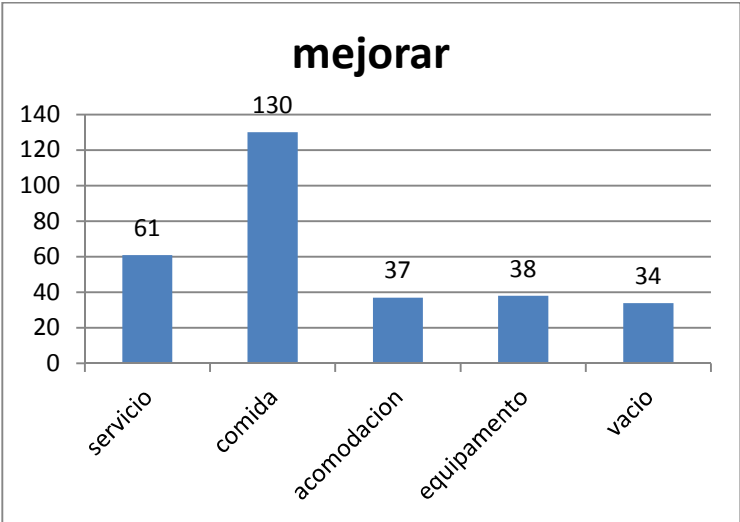


Gráfico 10. Mejorar.

El gráfico 13 muestra que mediante la pregunta “¿cuál aspecto piensa usted que el restaurante debería mejorar en general? permite al proyecto conocer dónde se puede realizar mejoras o cambios. La tabla muestra una gran demanda por la mejora de la comida en cuanto a variedad llegando a la conclusión de la aprobación de aumentar las opciones en el menú del restaurante.

3.8.11 GRÁFICO EXPECTATIVAS CUBIERTAS

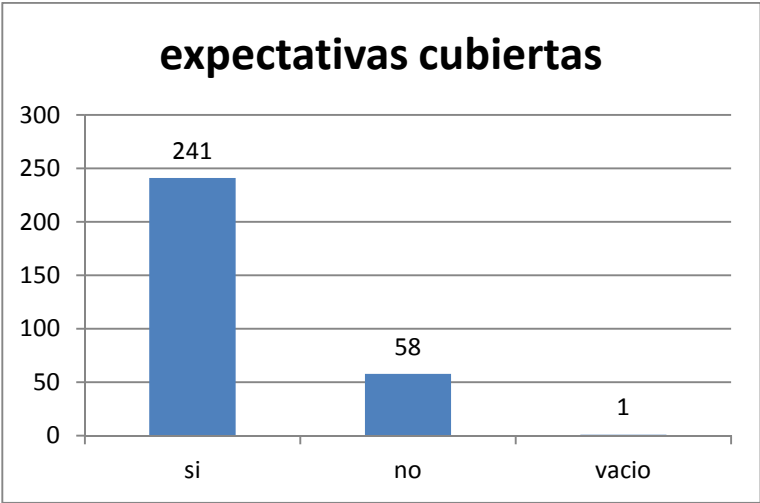


Gráfico 11. Expectativas cubiertas.

El gráfico 14 muestra que acorde a los resultados de la pregunta “¿las facilidades en EL CHATO 2 cubrieron sus expectativas?”, podemos ver que el equipamiento está en óptimas condiciones y hay que mejorar algunos imperfectos.

3.8.12 GRÁFICO RECIBIÓ TODO LO OFERTADO DEL TOUR

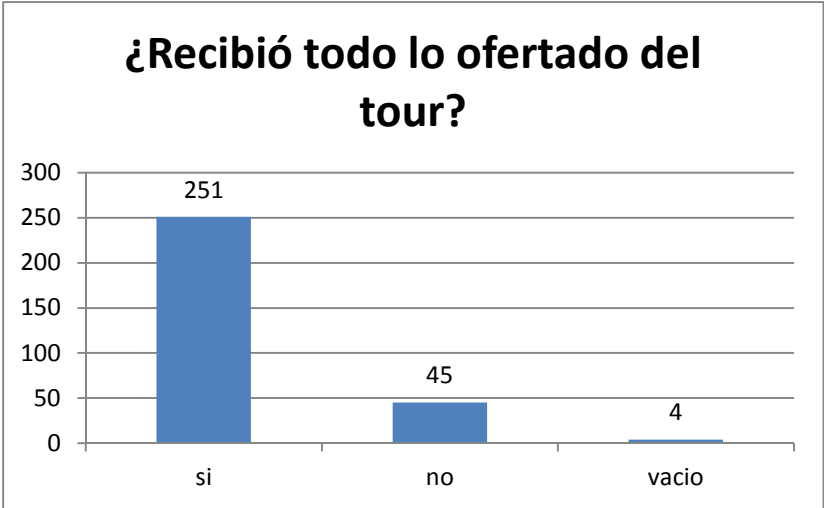


Gráfico 12. Recibió todo lo ofertado del tour.

En la tabla se puede apreciar que durante el transcurso del tour de parta alta se mantuvo un alto rendimiento en cuanto a lo que se ofrece en un paquete turístico a pesar de la presencia de la ausencia de algunos implementos. Llegando a la

conclusión de mejorar la facilidad de obtención de los mismos y aumentando la disponibilidad de cada uno.

3.8.13 GRÁFICO CAMPAMENTO EN EL CHATO 2

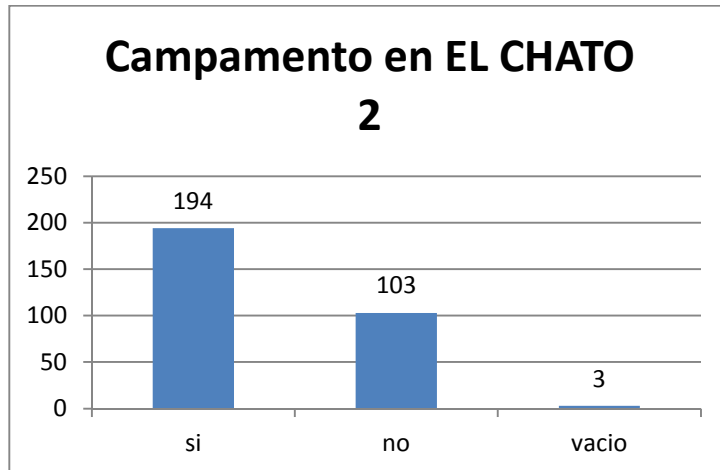


Gráfico 13. Campamento en EL CHATO 2.

El gráfico 16 muestra la aceptación del campamento como opción de servicio en “EL CHATO 2”. Alrededor de 200 personas expresaron su interés en el servicio de camping bajo un precio que incluya el uso de alimentos, suplementos y facilidades.

3.8.14 GRÁFICO PRECIO POR UNA NOCHE DE CAMPAMENTO EN EL CHATO 2

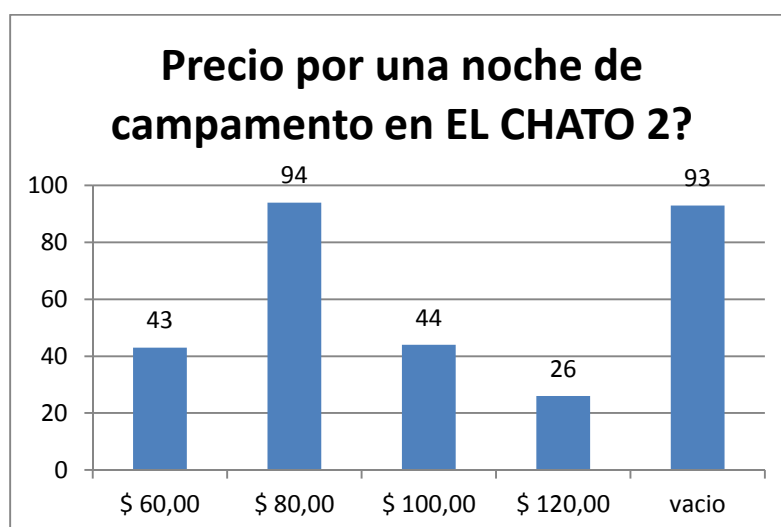


Gráfico 14. Precio por una noche de campamento en EL CHATO 2.

El gráfico 17 muestra la escala de precios por una noche de campamento que los clientes determinaron. Para el precio de \$80.00 la noche, la mayor parte de los

encuestados lo consideraron aceptable, lo que representa para EL CHATO 2 un buen referente ya que esta cantidad cubre todos los costos y adicionalmente genera una ganancia.

CAPITULO 4

4.1 ESTUDIO FINANCIERO

Para el estudio financiero se utilizará un modelo financiero que permita mediante el historial anual proyectar indicadores y razones financieras para realizar un análisis profundo de los resultados que determinen qué tan factible es el proyecto.

4.1.1 OBJETIVO

Demostrar mediante análisis financieros la factibilidad del proyecto para poder así implementarlo en la práctica.

4.1.2 INVERSION INICIAL

La inversión inicial para la expansión del área de cocina y la acomodación de camping costará aproximadamente 20,000 US dólares, de los cuales se añadirá un área de cocina más extensa y una nueva área de relajamiento que cuenta con piso de madera, horno a carbón tipo parrilla, y la nueva decoración.

4.1.2.1 ACTIVOS FIJOS

Tabla 4

Activos fijos

ACTIVOS FIJOS			
Cuentas	Cantidad	Valor	Total
Muebles y enseres			
Mesas	2	\$ 250,00	\$ 500,00
Sillas	20	\$ 15,00	\$ 300,00
Sillas largas	3	\$ 35,00	\$ 105,00
Congeladores	2	\$ 1.050,00	\$ 2.100,00
Refrigeradoras	2	\$ 850,00	\$ 1.700,00
Archivador metálico	8	\$ 50,00	\$ 400,00
Archivador aéreo	2	\$ 35,00	\$ 70,00
Estante para libros	1	\$ 110,00	\$ 110,00
Instalaciones	1	\$ 500,00	\$ 500,00
Subtotal			\$ 5.785,00
Equipos de Oficina			
Telefono Fijo	1	\$ 40,00	\$ 40,00
Impresora	1	\$ 285,00	\$ 285,00
Subtotal			\$ 325,00
Equipos de Computación			
Laptop Hp Envy 17" Core i5	1	\$ 1.350,00	\$ 1.350,00
Laptop Toshiba 15" Core i5	1	\$ 1.100,00	\$ 1.100,00
PC escritorio	1	\$ 850,00	\$ 850,00
Subtotal			\$ 3.300,00
TOTAL			\$ 9.410,00

Nota: Existen 3 secciones de activos: los equipos y materiales de oficina, y muebles y enseres del restaurante. Todos estos activos son solo parte del restaurante y se contabiliza fuera de los activos del rancho en general.

4.1.2.2 PLAN DE INVERSIONES

Tabla 5

Plan de inversiones

PLAN DE INVERSIONES	
ACTIVOS FIJOS	
Cuenta	Valor
Edificios y Construcciones	\$ 10.500,00
Maquinarias y Equipos	\$ 1.500,00
Vehículos	\$ 8.000,00
SUBTOTAL	\$ 20.000,00

Nota: El plan de inversión está dirigido principalmente hacia aquellos materiales y activos que van a influir directamente en la creación de los nuevos servicios como son los de comida y campamento.

4.1.2.1 FINANCIAMIENTO

Tabla 6

Condiciones financiamiento

CONDICIONES FINANCIAMIENTO		
IFI	Corporación Financiera Nacional	
Monto	\$ 20.000,00	
Plazo	36	meses
Interes	10,85%	anual
Pago	\$ 653,35	mensual

Nota: El financiamiento va de acorde a un interés presupuestario del préstamo necesario para la inversión financiera para la implementación de los nuevos servicios de comida y campamento.

4.1.3 BALANCE GENERAL HISTORICO PROYECTADO

Tabla 4. Balance general histórico proyectado

BALANCE GENERAL HISTORICO PROYECTADO					
	1	2	3	4	5
ACTIVO CORRIENTE					
Efectivo y Bancos	\$ 10.222,90	\$ 21.976,52	\$ 32.765,99	\$ 43.248,65	\$ 60.316,43
Cuentas y Documentos por Cobrar	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
SUBTOTAL	\$ 10.222,90	\$ 21.976,52	\$ 32.765,99	\$ 43.248,65	\$ 60.316,43
PROPIEDADES Y EQUIPOS					
Terrenos	\$ 2.000,00	\$ 2.000,00	\$ 2.000,00	\$ 2.000,00	\$ 2.000,00
Edificios y Construcciones	\$ 10.500,00	\$ 10.500,00	\$ 10.500,00	\$ 10.500,00	\$ 10.500,00
Maquinarias y Equipos	\$ 1.500,00	\$ 1.500,00	\$ 1.500,00	\$ 1.500,00	\$ 1.500,00
Vehículos	\$ 8.000,00	\$ 8.000,00	\$ 8.000,00	\$ 8.000,00	\$ 8.000,00
Muebles y Enseres	\$ 5.785,00	\$ 5.785,00	\$ 5.785,00	\$ 5.785,00	\$ 5.785,00
Equipos de Oficina	\$ 325,00	\$ 325,00	\$ 325,00	\$ 325,00	\$ 325,00
Equipos de Computación	\$ 3.300,00	\$ 3.300,00	\$ 3.300,00	\$ 3.300,00	\$ 3.300,00
SUBTOTAL	\$ 31.410,00	\$ 31.410,00	\$ 31.410,00	\$ 31.410,00	\$ 31.410,00
Depreciaciones	\$ (7.408,00)	\$ (11.394,00)	\$ (15.380,00)	\$ (18.266,00)	\$ (21.152,00)
SUBTOTAL	\$ 24.002,00	\$ 20.016,00	\$ 16.030,00	\$ 13.144,00	\$ 10.258,00
TOTAL ACTIVOS	\$ 34.224,90	\$ 41.992,52	\$ 48.795,99	\$ 56.392,65	\$ 70.574,43
PASIVO CORRIENTE					
Participación Trabajadores	\$ 2.013,74	\$ 2.106,08	\$ 2.204,15	\$ 2.413,47	\$ 2.384,54
Impuesto a la Renta	\$ 2.510,46	\$ 3.552,26	\$ 3.717,67	\$ 4.070,72	\$ 4.021,92

Porción Corriente Deuda	\$ 5.960,91	\$ 6.640,82	\$ 7.398,28	\$ -	\$ -
SUBTOTAL	\$ 10.485,10	\$ 12.299,16	\$ 13.320,09	\$ 6.484,19	\$ 6.406,45
PASIVO LARGO PLAZO					
Porción Deuda Largo Plazo	\$ 14.039,09	\$ 7.398,28	\$ -	\$ -	\$ -
SUBTOTAL	\$ 14.039,09	\$ 7.398,28	\$ -	\$ -	\$ -
TOTAL PASIVOS	\$ 24.524,19	\$ 19.697,44	\$ 13.320,09	\$ 6.484,19	\$ 6.406,45
PATRIMONIO					
Capital Social Pagado	\$ 800,00	\$ 800,00	\$ 800,00	\$ 800,00	\$ 800,00
Utilidad	\$ 8.900,71	\$ 12.594,37	\$ 13.180,81	\$ 14.432,56	\$ 14.259,52
Utilidades Retenidas		\$ 8.900,71	\$ 21.495,08	\$ 34.675,90	\$ 49.108,46
TOTAL PATRIMONIO	\$ 9.700,71	\$ 22.295,08	\$ 35.475,90	\$ 49.908,46	\$ 64.167,98
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	\$ 34.224,90	\$ 41.992,52	\$ 48.795,99	\$ 56.392,65	\$ 70.574,43
CUADRE	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -

Nota: El costo del terreno del balance solo es la porción que pertenece al restaurante, dado que el total del rancho es empleado en ganadería, servicio de agua, y agricultura.

4.1.4 DEPRECIACIÓN

Tabla 5

Depreciación y Amortizaciones

DEPRECIACIÓN ACTIVOS FIJOS			
Activos Fijos	Valor	Vida Util	Depreciación
Muebles y Enseres	\$ 5.785,00	10	\$ 578,50
Equipos de Oficina	\$ 325,00	10	\$ 32,50
Equipos de Computación	\$ 3.300,00	3	\$ 1.100,00
Terrenos	\$ 2.000,00	0	\$ -
Edificios y Construcciones	\$ 10.500,00	20	\$ 525,00
Maquinarias y Equipos	\$ 1.500,00	10	\$ 150,00
Vehículos	\$ 8.000,00	5	\$ 1.600,00
TOTAL DEPRECIACIÓN	\$ 31.410,00		\$ 3.986,00

Nota:

Tabla 7

Depreciación acumulada

DEPRECIACIÓN ACUMULADA					
Activos Fijos	AÑO1	AÑO2	AÑO3	AÑO4	AÑO5
Muebles y Enseres	\$ 578,50	\$ 578,50	\$ 578,50	\$ 578,50	\$ 578,50
Equipos de Oficina	\$ 32,50	\$ 32,50	\$ 32,50	\$ 32,50	\$ 32,50
Equipos de Computación	\$ 1.100,00	\$ 1.100,00	\$ 1.100,00	\$ -	\$ -
Terrenos	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Edificios y Construcciones	\$ 525,00	\$ 525,00	\$ 525,00	\$ 525,00	\$ 525,00
Maquinarias y Equipos	\$ 150,00	\$ 150,00	\$ 150,00	\$ 150,00	\$ 150,00
Vehículos	\$ 1.600,00	\$ 1.600,00	\$ 1.600,00	\$ 1.600,00	\$ 1.600,00
DEPRECIACIÓN ANUAL	\$ 3.986,00	\$ 3.986,00	\$ 3.986,00	\$ 2.886,00	\$ 2.886,00
DEPRECIACIÓN ACUMULADA	\$ 7.408,00	\$ 11.394,00	\$ 15.380,00	\$ 18.266,00	\$ 21.152,00

Nota: La depreciación acumulada es el resultado de la depreciación existente de años pasados más la depreciación calculada para los años en donde se implementara el proyecto

4.1.5 SUELDOS

Tabla 7

Sueldos

PERSONAL OPERATIVO					
Cargo	# Personas	Salario mes	Beneficios Sociales	Costo año	
Chef	1	\$ 800,00	\$ 3.825,08	\$ 13.425,08	
Asistente de Chef	1	\$ 700,00	\$ 3.429,32	\$ 11.829,32	
			\$ -	\$ -	
			\$ -	\$ -	
TOTAL	2	\$ 1.500,00	\$ 7.254,40	\$ 25.254,40	

PERSONAL ADMINISTRATIVO					
Cargo	# Personas	Salario mes	Beneficios Sociales	Costo año	
Supervisor	1	\$ 900,00	\$ 4.220,84	\$ 10.800,00	
Contador	1	\$ 700,00	\$ 3.429,32	\$ 8.400,00	
TOTAL	2	\$ 1.600,00	\$ 7.650,16	\$ 19.200,00	

PERSONAL DE VENTAS					
Cargo	# Personas	Salario mes	Beneficios Sociales	Costo año	
Administrador de ventas	1	\$ 800,00	\$ 3.825,08	\$ 9.600,00	
			\$ -	\$ -	
TOTAL	1	\$ 800,00	\$ 3.825,08	\$ 9.600,00	

Nota: El sueldo básico en la región insular es de US\$659 establecidos de un cálculo hecho por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, a partir de los índices promedio de consumidores el cual fue de 1.803 al cual multiplicando por los 365 días del años no da como resultado US\$658,18 redondeado a \$659 (INEC, 2016)

4.1.6 AMORTIZACIÓN

Tabla 6

Amortización

Periodo	Amortización	Interés	Pago	Capital
0				\$ 20.000,00
1	\$ 472,52	\$ 180,83	\$ 653,35	\$ 19.527,48
2	\$ 476,79	\$ 176,56	\$ 653,35	\$ 19.050,69
3	\$ 481,10	\$ 172,25	\$ 653,35	\$ 18.569,58
4	\$ 485,45	\$ 167,90	\$ 653,35	\$ 18.084,13
5	\$ 489,84	\$ 163,51	\$ 653,35	\$ 17.594,28
6	\$ 494,27	\$ 159,08	\$ 653,35	\$ 17.100,01
7	\$ 498,74	\$ 154,61	\$ 653,35	\$ 16.601,27
8	\$ 503,25	\$ 150,10	\$ 653,35	\$ 16.098,02
9	\$ 507,80	\$ 145,55	\$ 653,35	\$ 15.590,21
10	\$ 512,39	\$ 140,96	\$ 653,35	\$ 15.077,82
11	\$ 517,03	\$ 136,33	\$ 653,35	\$ 14.560,79
12	\$ 521,70	\$ 131,65	\$ 653,35	\$ 14.039,09
13	\$ 526,42	\$ 126,94	\$ 653,35	\$ 13.512,68
14	\$ 531,18	\$ 122,18	\$ 653,35	\$ 12.981,50
15	\$ 535,98	\$ 117,37	\$ 653,35	\$ 12.445,52
16	\$ 540,83	\$ 112,53	\$ 653,35	\$ 11.904,69
17	\$ 545,72	\$ 107,64	\$ 653,35	\$ 11.358,98
18	\$ 550,65	\$ 102,70	\$ 653,35	\$ 10.808,33
19	\$ 555,63	\$ 97,73	\$ 653,35	\$ 10.252,70
20	\$ 560,65	\$ 92,70	\$ 653,35	\$ 9.692,04
21	\$ 565,72	\$ 87,63	\$ 653,35	\$ 9.126,32
22	\$ 570,84	\$ 82,52	\$ 653,35	\$ 8.555,48
23	\$ 576,00	\$ 77,36	\$ 653,35	\$ 7.979,48
24	\$ 581,21	\$ 72,15	\$ 653,35	\$ 7.398,28
25	\$ 586,46	\$ 66,89	\$ 653,35	\$ 6.811,82
26	\$ 591,76	\$ 61,59	\$ 653,35	\$ 6.220,05
27	\$ 597,11	\$ 56,24	\$ 653,35	\$ 5.622,94
28	\$ 602,51	\$ 50,84	\$ 653,35	\$ 5.020,42
29	\$ 607,96	\$ 45,39	\$ 653,35	\$ 4.412,46
30	\$ 613,46	\$ 39,90	\$ 653,35	\$ 3.799,00
31	\$ 619,01	\$ 34,35	\$ 653,35	\$ 3.180,00
32	\$ 624,60	\$ 28,75	\$ 653,35	\$ 2.555,40
33	\$ 630,25	\$ 23,11	\$ 653,35	\$ 1.925,15
34	\$ 635,95	\$ 17,41	\$ 653,35	\$ 1.289,20
35	\$ 641,70	\$ 11,66	\$ 653,35	\$ 647,50
36	\$ 647,50	\$ 5,85	\$ 653,35	\$ 0,00
	20.000,00	3.520,76	23.520,76	

Nota: Los pagos más los intereses más o menos cubren un salario básico de la región insular lo cual no es muy alto y fácil de pago.

4.1.8 PROYECCION ANUAL DE VENTAS

Tabla 7

Proyección de ventas

PROYECCIÓN DE VENTAS							
Servicio	3%	1	2	3	4	5	
Tasa de Ingreso		10800	11124	11458	11801	12155	
Servicio de alimentos		360	371	382	393	405	
Nuevo Servicio de Alimentos		1800	1854	1910	1967	2026	
Servicio de Camping		216	222	229	236	243	
Ventas de Bar		200	206	212	219	225	
TOTAL VENTAS (Q)		13376	13777	14191	14616	15055	
	Precio						
Tasa de Ingreso	\$ 3,00	\$ 32.400,00	\$ 33.372,00	\$ 34.373,16	\$ 35.404,35	\$ 36.466,49	
Servicio de alimentos	\$ 15,00	\$ 5.400,00	\$ 5.562,00	\$ 5.728,86	\$ 5.900,73	\$ 6.077,75	
Nuevo Servicio de Alimentos	\$ 18,00	\$ 27.000,00	\$ 27.810,00	\$ 28.644,30	\$ 29.503,63	\$ 30.388,74	
Servicio de Camping	\$ 80,00	\$ 17.280,00	\$ 17.798,40	\$ 18.332,35	\$ 18.882,32	\$ 19.448,79	
Ventas de Bar	\$ 100,00	\$ 20.000,00	\$ 20.600,00	\$ 21.218,00	\$ 21.854,54	\$ 22.510,18	
TOTAL VENTAS (\$)		\$ 102.080,00	\$ 105.142,40	\$ 108.296,67	\$ 111.545,57	\$ 114.891,94	

Nota: La tasa de ingreso se cobra a todos los visitantes que ingresen al área de la propiedad del rancho donde se encuentra ubicado el restaurante turístico "EL CHATO 2", indiferentemente si realiza o no algún otro gasto.

4.1.7 GASTOS ANUALES DE SALARIOS

Tabla 8

Proyecciones Costos y Gastos

GASTOS EN SUELDOS Y SALARIOS								
SUELDO MES	SUELDO AÑO	13º SUELDO	14º SUELDO	VACACIONES	FONDOS DE RESERVA	APORTE PATRONAL	TOTAL SALARIO	SALARIO PROMEDIO MES
\$ 800,00	\$ 9.600,00	\$ 800,00	\$ 659,00	\$ 400,00	\$ 799,68	\$ 1.166,40	\$ 13.425,08	\$ 1.118,76
\$ 700,00	\$ 8.400,00	\$ 700,00	\$ 659,00	\$ 350,00	\$ 699,72	\$ 1.020,60	\$ 11.829,32	\$ 985,78
\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
\$ 900,00	\$ 10.800,00	\$ 900,00	\$ 659,00	\$ 450,00	\$ 899,64	\$ 1.312,20	\$ 15.020,84	\$ 1.251,74
\$ 700,00	\$ 8.400,00	\$ 700,00	\$ 659,00	\$ 350,00	\$ 699,72	\$ 1.020,60	\$ 11.829,32	\$ 985,78
\$ 800,00	\$ 9.600,00	\$ 800,00	\$ 659,00	\$ 400,00	\$ 799,68	\$ 1.166,40	\$ 13.425,08	\$ 1.118,76
\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
\$ 3.900,00	\$ 46.800,00	\$ 3.900,00	\$ 3.295,00	\$ 1.950,00	\$ 3.898,44	\$ 5.686,20	\$ 65.529,64	\$ 5.460,80

Nota: Los salarios van de acorde a un sueldo superior al básico establecido para la región insular.

4.1.8 PRECIO DE VENTAS, COSTOS UNITARIOS

Tabla 9

Precio de ventas, costos unitarios

PV Promedio	\$ 7,63	\$ 7,63	\$ 7,63	\$ 7,63	\$ 7,63
CF Totales	\$ 28.860,40	\$ 62.272,00	\$ 63.346,72	\$ 64.791,88	\$ 66.735,64
CF Unitario	\$ 2,16	\$ 4,52	\$ 4,46	\$ 4,43	\$ 4,43
CV Totales	\$ 23.496,00	\$ 24.843,85	\$ 26.269,63	\$ 27.777,88	\$ 29.373,40
CV Unitario	\$ 1,76	\$ 1,80	\$ 1,85	\$ 1,90	\$ 1,95

Nota: Los precios de ventas y costos van de acorde a los años que se va a ejercer el proyecto. Existen una diferencia considerable entre precio y costo que genera un ingreso alto.

4.1.9 PUNTO DE EQUILIBRIO

Tabla 10

Punto de equilibrio

Punto de Equilibrio Cantidad	PE (Q)	4.912	10.684	10.959	11.305	11.748
Punto de Equilibrio Ventas	PE (\$)	\$ 37.489,43	\$ 81.538,55	\$ 83.633,86	\$ 86.277,26	\$ 89.657,60
	CF	\$ 28.860,40	\$ 62.272,00	\$ 63.346,72	\$ 64.791,88	\$ 66.735,64
	CV	\$ 8.629,03	\$ 19.266,55	\$ 20.287,15	\$ 21.485,38	\$ 22.921,96
Total Costos		\$ 37.489,43	\$ 81.538,55	\$ 83.633,86	\$ 86.277,26	\$ 89.657,60
Ventas - Costos		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -

Nota: Los puntos de equilibrios fluctúan mediante el transcurso de los años debido a las proyecciones de incrementos acorde a un informe estadístico.

4.1.9.1 PUNTO DE EQUILIBRIO AÑO 1 ESCENARIOS

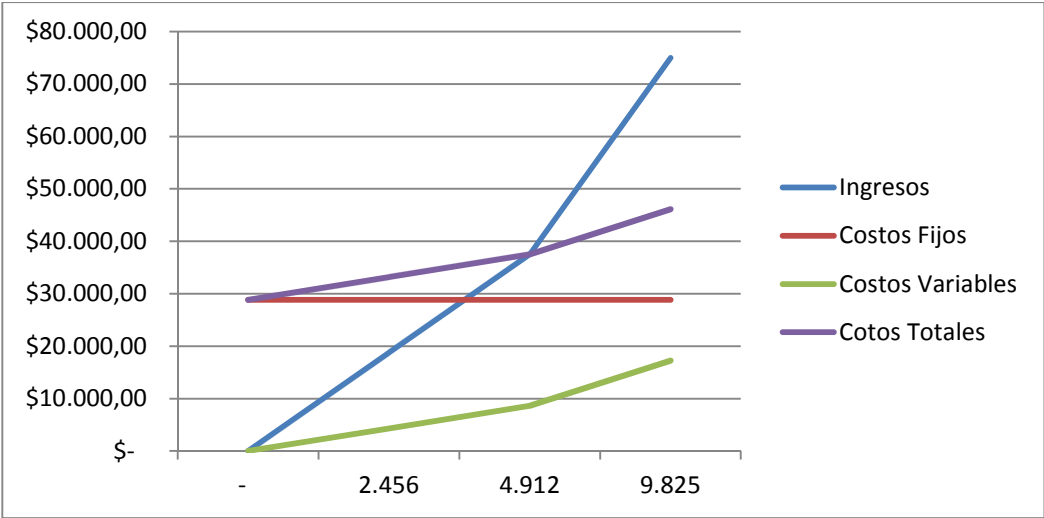
Tabla 11
Punto de equilibrio año 1 escenarios

PUNTO DE EQUILIBRIO AÑO 1					
Cantidad		-	2.456	4.912	9.825
Ingresos	\$	-	\$ 18.744,72	\$ 37.489,43	\$ 74.978,87
Costos Fijos	\$	28.860,40	28.860,40	28.860,40	28.860,40
Costos Variables	\$	-	\$ 4.314,52	\$ 8.629,03	\$ 17.258,07
Cotos Totales	\$	28.860,40	\$ 33.174,92	\$ 37.489,43	\$ 46.118,47
Cuadre	\$	(28.860,40)	\$ (14.430,20)	\$ -	\$ 28.860,40

Nota: Los escenarios van de acorde a improbable, poco probable, al margen, propuesto. Se toman los escenarios como posibles catástrofes o por la existencia de un evento poco probable para considerar las pérdidas que esto podría generar.

4.1.10 Gráfico Punto de equilibrio

Gráfico 17
Punto de equilibrio



Nota: el punto de equilibrio se encuentra donde cruzan los costos totales y los ingresos en donde no existe ni ganancia ni pérdida.

4.1.11 Estado de pérdidas y ganancias

Tabla 12

Estado de pérdidas y ganancias

ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS PROYECTADO					
	1	2	3	4	5
Otras Ventas	\$ 57.800,00	\$ 59.534,00	\$ 61.320,02	\$ 63.159,62	\$ 65.054,41
Ventas Netas - Nuevo Proyecto	\$ 44.280,00	\$ 45.608,40	\$ 46.976,65	\$ 48.385,95	\$ 49.837,53
Costo de Ventas - Nuevo Proyecto	\$ (27.705,32)	\$ (29.027,05)	\$ (30.418,30)	\$ (31.882,99)	\$ (33.425,25)
Otros Costos de Ventas	\$ (24.651,08)	\$ (25.543,01)	\$ (26.469,32)	\$ (27.431,42)	\$ (28.430,79)
UTILIDAD BRUTA EN VENTAS	\$ 49.723,60	\$ 50.572,34	\$ 51.409,05	\$ 52.231,16	\$ 53.035,91
Gastos de Adm y Vtas	\$ (30.433,35)	\$ (31.346,35)	\$ (32.286,74)	\$ (33.255,34)	\$ (34.253,00)
Depreciación	\$ (3.986,00)	\$ (3.986,00)	\$ (3.986,00)	\$ (2.886,00)	\$ (2.886,00)
UTILIDAD OPERACIONAL	\$ 15.304,25	\$ 15.239,99	\$ 15.136,30	\$ 16.089,81	\$ 15.896,90
Gastos Financieros	\$ (1.879,35)	\$ (1.199,44)	\$ (441,98)	\$ -	\$ -
UTILIDAD ANTES PARTICIPACIÓN	\$ 13.424,90	\$ 14.040,55	\$ 14.694,33	\$ 16.089,81	\$ 15.896,90
Participación Utilidades	\$ (2.013,74)	\$ (2.106,08)	\$ (2.204,15)	\$ (2.413,47)	\$ (2.384,54)
UTILIDAD ANTES IMP RENTA	\$ 11.411,17	\$ 16.146,63	\$ 16.898,48	\$ 18.503,29	\$ 18.281,44
Impuesto a la Renta	\$ (2.510,46)	\$ (3.552,26)	\$ (3.717,67)	\$ (4.070,72)	\$ (4.021,92)
UTILIDAD NETA	\$ 8.900,71	\$ 12.594,37	\$ 13.180,81	\$ 14.432,56	\$ 14.259,52

Nota: Las ganancias del primer año no son tan elevadas como las siguientes a partir del año 2 debido al préstamo realizado para los nuevos servicios.

4.1.12 FLUJO DE CAJA

Tabla 135

Flujo de caja proyectado

FLUJO DE CAJA PROYECTADO						
	0	1	2	3	4	5
INGRESOS OPERACIONALES						
Ingresos - Nuevo Proyecto		\$ 44.280,00	\$ 45.608,40	\$ 46.976,65	\$ 48.385,95	\$ 49.837,53
Ingresos - Otros		\$ 57.800,00	\$ 59.534,00	\$ 61.320,02	\$ 63.159,62	\$ 65.054,41
SUBTOTAL		\$ 102.080,00	\$ 105.142,40	\$ 108.296,67	\$ 111.545,57	\$ 114.891,94
EGRESOS OPERACIONALES						
Costos de Ventas - Nuevo Proyecto		\$ (27.705,32)	\$ (29.027,05)	\$ (30.418,30)	\$ (31.882,99)	\$ (33.425,25)
Costos de Ventas - Otros		\$ (24.651,08)	\$ (25.543,01)	\$ (26.469,32)	\$ (27.431,42)	\$ (28.430,79)
Gastos Administración y Ventas		\$ (30.433,35)	\$ (31.346,35)	\$ (32.286,74)	\$ (33.255,34)	\$ (34.253,00)
Pago Participación		\$ -	\$ (2.013,74)	\$ (2.106,08)	\$ (2.204,15)	\$ (2.413,47)
Pago de Impuesto a la Renta		\$ -	\$ (2.510,46)	\$ (3.552,26)	\$ (3.717,67)	\$ (4.070,72)
SUBTOTAL		\$ (82.789,75)	\$ (90.440,60)	\$ (94.832,71)	\$ (98.491,57)	\$ (102.593,23)
FLUJO OPERACIONAL	\$ (20.000,00)	\$ 19.290,25	\$ 14.701,80	\$ 13.463,96	\$ 13.054,00	\$ 12.298,71
EGRESOS NO OPERACIONALES						
Pago de Intereses		\$ (1.879,35)	\$ (1.199,44)	\$ (441,98)	\$ -	\$ -
Pago de Capital		\$ (5.960,91)	\$ (6.640,82)	\$ (7.398,28)	\$ -	\$ -
SUBTOTAL		\$ (7.840,25)	\$ (7.840,25)	\$ (7.840,25)	\$ -	\$ -
FLUJO NETO	\$ (20.000,00)	\$ 11.450,00	\$ 6.861,54	\$ 5.623,71	\$ 13.054,00	\$ 12.298,71
FLUJO NETO GENERADO		\$ 11.450,00	\$ 6.861,54	\$ 5.623,71	\$ 13.054,00	\$ 12.298,71
SALDO INICIAL DE CAJA		\$ -	\$ 11.450,00	\$ 18.311,54	\$ 23.935,25	\$ 36.989,25

SALDO FINAL ACUMULADO DE CAJA	\$ 11.450,00	\$ 18.311,54	\$ 23.935,25	\$ 36.989,25	\$ 49.287,95
--------------------------------------	---------------------	---------------------	---------------------	---------------------	---------------------

Nota: Solo se consideran los ingresos y costos por los nuevos servicios para poder apreciar de una mejor manera la viabilidad del proyecto acorde a la inversión.

4.1.13 INDICADORES

Tabla 146

Indicadores

ÍNDICES FINANCIEROS						
ÍNDICE	1	2	3	4	5	PROMEDIO
Retorno						
Tasa interna de retorno financiera (TIRF)						77,28%
Tasa interna de retorno del inversionista (TIRI)						38,28%
Valor actual neto (VAN)						\$ 16.035,97
Período de recuperación AÑOS						2
Utilidad neta/patrimonio (ROE)	91,75%	56,49%	37,15%	28,92%	22,22%	47,31%
Utilidad neta/activos totales (ROA)	26,01%	29,99%	27,01%	25,59%	20,20%	25,76%
Utilidad neta/ventas	8,72%	11,98%	12,17%	12,94%	12,41%	11,64%
Punto de equilibrio	4912,41	10684,36	10958,92	11305,30	11748,24	9921,84
	\$ 37.489,43	\$ 37.489,43	\$ 37.489,43	\$ 37.489,43	\$ 37.489,43	\$ 37.489,43
Liquidez						
Flujo operacional	\$ 19.290,25	\$ 14.701,80	\$ 13.463,96	\$ 13.054,00	\$ 12.298,71	\$ 14.561,74
Flujo no operacional	\$ 11.450,00	\$ 6.861,54	\$ 5.623,71	\$ 13.054,00	\$ 12.298,71	\$ 9.857,59
Flujo neto generado	\$ 11.450,00	\$ 6.861,54	\$ 5.623,71	\$ 13.054,00	\$ 12.298,71	\$ 9.857,59
Saldo final de caja	\$ 11.450,00	\$ 18.311,54	\$ 23.935,25	\$ 36.989,25	\$ 49.287,95	\$ 27.994,80
Capital de trabajo	\$ (262,20)	\$ 9.677,36	\$ 19.445,90	\$ 36.764,46	\$ 53.909,98	\$ 23.907,10
Índice de liquidez (prueba ácida)	0,97	1,79	2,46	6,67	9,41	4,26

Indice de solvencia (razon corriente)	0,97	1,79	2,46	6,67	9,41	4,26
Composición de activos						
Activo corriente/activos totales	29,87%	52,33%	67,15%	76,69%	85,46%	62,30%
Activo fijo/activos totales	91,78%	74,80%	64,37%	55,70%	44,51%	66,23%
Apalancamiento						
Pasivos totales/activos totales	71,66%	46,91%	27,30%	11,50%	9,08%	33,29%
Pasivos corrientes/activos totales	30,64%	29,29%	27,30%	11,50%	9,08%	21,56%
Patrimonio/activos totales	28,34%	53,09%	72,70%	88,50%	90,92%	66,71%
Composición de costos y gastos						
Gastos adm y vtas/costos y gastos	36,76%	36,48%	36,21%	35,92%	35,64%	36,20%
Gastos financieros/costos y gastos	2,27%	1,40%	0,50%	0,00%	0,00%	0,83%
Costo de ventas/costos y gastos	63,24%	63,52%	63,79%	64,08%	64,36%	63,80%
Costo suministros y servicios/costos y gastos	4,36%	4,32%	4,29%	4,26%	4,22%	4,29%
Costo mano obra directa/costos y gastos	16,22%	16,09%	15,97%	15,85%	15,72%	15,97%
Costo mano obra indirecta/costos y gastos	34,79%	34,53%	34,26%	34,00%	33,73%	34,26%
Gastos personal administ./costos y gastos	23,19%	23,02%	22,84%	22,66%	22,48%	22,84%
Gastos personal ventas/costos y gastos	11,60%	11,51%	11,42%	11,33%	11,24%	11,42%
Total remuneraciones/costos y gastos	51,00%	50,62%	50,23%	49,84%	49,45%	50,23%
Sociales						
Sueldos y salarios	\$ 42.225,08	\$ 43.491,83	\$ 44.796,59	\$ 46.140,48	\$ 47.524,70	\$ 44.835,74

Nota: Los promedios muestran cada uno de los indicadores acorde a puntos específicos del proyecto para un mejor entendimiento del impacto que generan.

4.1.13.1 INDICES FINANCIEROS PROMEDIO

Tabla 156

Indicadores

ÍNDICES FINANCIEROS	
ÍNDICE	PROMEDIO
Retorno	
Tasa interna de retorno financiera (TIRF)	77,28%
Tasa interna de retorno del inversionista (TIRI)	38,28%
Valor actual neto (VAN)	\$ 16.035,97
Período de recuperación AÑOS	2
Utilidad neta/patrimonio (ROE)	47,31%
Utilidad neta/activos totales (ROA)	25,76%
Utilidad neta/ventas	11,64%
Punto de equilibrio	9921,84
	\$ 37.489,43
Liquidez	
Flujo operacional	\$ 14.561,74
Flujo no operacional	\$ 9.857,59
Flujo neto generado	\$ 9.857,59
Saldo final de caja	\$ 27.994,80
Capital de trabajo	\$ 23.907,10
Indice de liquidez (prueba ácida)	4,26
Indice de solvencia (razon corriente)	4,26
Composición de activos	
Activo corriente/activos totales	62,30%
Activo fijo/activos totales	66,23%
Apalancamiento	
Pasivos totales/activos totales	33,29%
Pasivos corrientes/activos totales	21,56%
Patrimonio/activos totales	66,71%
Composición de costos y gastos	
Gastos adm y vtas/costos y gastos	36,20%
Gastos financieros/costos y gastos	0,83%
Costo de ventas/costos y gastos	63,80%
Costo suministros y servicios/costos y gastos	4,29%
Costo mano obra directa/costos y gastos	15,97%
Costo mano obra indirecta/costos y gastos	34,26%
Gastos personal administ./costos y gastos	22,84%
Gastos personal ventas/costos y gastos	11,42%
Total remuneraciones/costos y gastos	50,23%
Sociales	
Sueldos y salarios	\$ 44.835,74

Nota: Los índices financieros están calculados mediante promedio para una mayor facilidad de entendimiento del impacto del rediseño del proyecto en una empresa ya existente.

4.1.14 EVALUACION FINANCIERA

Desde el punto de vista financiero y estadístico se puede observar acorde a los resultados la rentabilidad y viabilidad del proyecto. A pesar de los altos costos que se generan en las islas Galápagos por motivos de logística y turismo, se compensa con un alto precio de ventas originando un ingreso por encima de los costos y gastos, resultado que se han manifestado en el Restaurante EL CHATO 2 durante sus años de servicios en el ámbito turístico y también en el crecimiento económico en general de la Isla Santa Cruz, capital económica de las islas Galápagos.

4.1.15 PUNTO DE EQUILIBRIO

Se han creado 3 escenarios diferentes para el punto de equilibrio, el primero en donde solo existen los costos este el peor escenario en donde no se han generado ninguna venta. El segundo escenarios es realizando solo la mitad del total de las ventas de la proyección el cual muestra pérdidas considerables debido a los costos fijos. Y en un último escenario positivo se muestran las ventas duplicadas dando como resultado unas ganancias de gran magnitud para el proyecto.

4.1.16 RATIOS FINANCIEROS

EL resultado de los indicadores son muy positivos, obteniendo una Tasa de retorno financiera del 56.98% de y una tasa interna de retorno del inversionista de 17,17% de que se encuentran dentro del rango de un escenario de gran rentabilidad y viabilidad. Estos indicadores nos muestran la velocidad de generación de dinero para el periodo de recuperación y gracias al valor actual neto de \$ 48.604,94

Podemos determinar la cantidad de dinero que se genera para cada periodo de año y para finalizar tenemos el indicador misceláneo que es el punto de equilibrio ya antes mencionado.

4.1.17 Análisis de resultados financieros

Los indicadores que se utilizarán en este proyecto son el Valor Actual Neto (VAN), el cual nos mostrará en el presente el valor de los flujos de dinero de la empresa utilizando una tasa de descuento; la Tasa Interna de Retorno (TIR) será otro indicador a utilizar, la cual representa la rentabilidad porcentual del proyecto considerando los flujos de dinero por año.

El Valor Actual Neto es la cantidad monetaria que resulta de regresar los flujos netos del futuro hacia el presente con una tasa de descuento. El proyecto se acepta siempre y cuando dicho indicador sea mayor a cero, caso contrario se rechaza

El mayor problema para aplicar este método radica en fijar la tasa correcta de descuento, la cual la hemos fijado en 10%.

Con estas consideraciones obtenemos nuestro VAN en US\$ 48.604,94 donde podemos concluir que el proyecto es económicamente rentable durante los 5 años iniciales.

La tasa interna de retorno es aquella tasa de interés que hace igual a cero el valor de un flujo de beneficios netos. El criterio para aceptar o rechazar el proyecto se fundamenta en que si la TIR es menor que la tasa de descuento se debe rechazar el proyecto, en caso contrario se lo acepta. Al calcular la TIR para nuestro proyecto vemos que es mayor a la tasa de descuento, obteniendo una tasa interna de retorno de 17,17% considerando el préstamo obtenido, tanto en el pago de capital e intereses.

Como se ha demostrado, el proyecto económicamente presenta un perfil favorable para su inversión. Es recomendable que se evalúe continuamente su posición en el transcurso de su vida para poder tomar las correcciones necesarias o aprovechar oportunidades que el mercado presente.

CONCLUSIONES

Mediante la medición y análisis del proceso productivo se obtuvo los principales servicios los cuales son los platos preparados y el nuevo servicio de camping y sus derivados como los equipos, infraestructura, instalaciones requerimientos, mediante los cuales se controla la calidad y cronograma para brindar un servicio de calidad y obtener una propuesta de valor mediante una ventaja competitiva al incluir variedades de servicios que la competencia no tiene.

El rancho EL CHATO 2 está adecuado para las exigencias de los visitantes en cuanto a seguridad, calidad y servicio. En cuanto a seguridad, el restaurante está adecuado con iluminación, barandales, señalización e incluso linternas y área de botas para un ambiente húmedo debido a la lluvia.

En cuanto a calidad los platos llevan un proceso de preparación, iniciando con las compras previas de productos frescos e insumos o suministros faltantes. Luego viene la selección de los insumos de mejor calidad evitando algún imperfecto especialmente en frutas y vegetales. Para la cocción de alimentos se mantiene un estándar promedio bajo en grasas y sales incluso platos por petición previa o algún intolerante o alérgico.

En cuanto a servicio, siempre se mantiene un área limpia y una higiene contra las bacterias para los utensilios y materiales de preparación. En este caso siempre se realiza el proceso de desinfección antes de utilizar los utensilios vasos y cual otro instrumento o material que se use directamente para la preparación y servicio de los alimentos.

Referente al estudio de mercado se optó mediante clasificación y análisis el tipo de método y estudio investigativo a realizar para el tipo de proyecto empleado como lo es el estudio descriptivo y las técnicas de recolección de datos del estudio cuantitativo el cual se refiere a las encuestas que gracias a los datos obtenidos del proyecto mediante las investigaciones y análisis se ha concluido que los resultados de las encuestas han dado positivo y eran los deseados acorde a los principales requisitos:

- A) Se demostró la aceptación de los nuevos servicios ofrecidos dando como ambos positivos mediante las encuestas realizadas a los visitantes de Rancho turístico
- B) Los precios quedaron en el rango de acorde a lo requerido para una rentabilidad entre ingresos y costos
- C) En cuanto a calidad y servicio el rancho tiene un alto estándar acorde a los resultados de las encuestas sobre el servicio al cliente, comida, equipamiento y facilidades del restaurante.

No obstante se pudo definir el marketing mix el cual abarca las cuatro P para definir el precio, la promoción, plaza y publicidad. También se pudo medir y comparar las competencias directas e indirectas ayudando así a determinar las ventajas y desventajas.

Consecuentemente se realizó el análisis de la demanda y la oferta los cuales determinan las debilidades y oportunidades existentes en el mercado turístico el cual es el fuerte y de mayor aporte de crecimiento económico para las islas Galápagos principalmente en Santa Cruz, el cual es considerado la capital económica gracias a su aeropuerto y posicionamiento entre las islas facilitando la movilización de los visitantes de isla a isla considerando que Isabela, Santa Cruz y San Cristóbal son las más pobladas y de mayor movimiento y fluctuación de turistas de todas partes del mundo .

Mediante todos estos resultados se pudo definir una propuesta de valor que ayudará a mantener una ventaja competitiva que permitiría a la compañía aumentar su crecimiento económico.

Para finalizar, de acuerdo al estudio financiero los resultados han sido positivos demostrando la rentabilidad del proyecto aumentando los servicios y espacios propuestos para el proyecto, alcanzando los objetivos los cuales son la expansión del restaurante con propósitos de variedad gastronómica y de servicios para aumentar los ingresos y crecimiento económico del Restaurante turístico.

Se ha creado también 3 tipos de escenarios para no descartar cualquier posibilidad de un ambiente no favorable para el proyecto para determinar las posibles medidas a tomar para evitar cualquier resultado desfavorable.

Gracias al proceso financiero contable se obtuvo los índices financieros principales y ratios e índices para la proyección para determinar el crecimiento, retorno y variables que permitan analizar la viabilidad y rentabilidad del proyecto.

En general, se ha demostrado la aceptación y aprobación del proyecto para implementarlo en el Rancho EL CHATO 2 con fines de lucro, aporte y crecimiento económico y turístico de la isla Santa Cruz, hogar del proyecto y de ecuatorianos dedicados al turismo.

RECOMENDACIONES

El proyecto no solo es de interés económico sino de aporte y apoyo turístico para los propietarios de cruceros y pequeños intermediarios que generan comisiones y ganancias a través de estos paquetes turísticos de parte alta, los cuales requieren transporte, información y costeos. Entre los pequeños intermediarios participan directamente los transportistas, las agencias de viajes y los turistas individuales contratados para excursión hacia la parte alta de la isla Santa Cruz.

Como aporte futuro se puede analizar la posibilidad de ofrecer servicio personalizado en cuanto a alimentación para abastecer a un mercado más exigente dispuesto a pagar un precio mayor por un servicio de mayor calidad y presencia, considerando que existen visitantes de clase social más alta que el promedio y teniendo en consideración el alto costo de vida de las islas Galápagos.

Como última recomendación se puede considerar la idea de implementar un ambiente natural con mayor presencia humana intentando de ubicar la flora en un lugar estratégico para una mayor atracción, tratando lo mayor posible el impacto negativo por la intervención humana en la naturaleza como son sistemas de riegos que no obstruyan el paso de la fauna creando un espacio personalizado y de belleza estética en cuanto a decoración.

REFERENCIAS

- Banco Central del Ecuador (2016). Riesgo país EMBI Ecuador. [Gráfico].
Recuperado de:
https://contenido.bce.fin.ec/resumen_ticker.php?ticker_value=dow_jones
- Baptista, F. C. (Abril de 2006). *Metodología de la Investigación*. Obtenido de http://www.esup.edu.pe/descargas/dep_investigacion/Metodologia%20de%20la%20investigaci%C3%B3n%205ta%20Edici%C3%B3n.pdf
- Baptista, P. F. (2006). *Metodología de la Investigación*. Obtenido de http://www.esup.edu.pe/descargas/dep_investigacion/Metodologia%20de%20la%20investigaci%C3%B3n%205ta%20Edici%C3%B3n.pdf
- Burbano, A. (21 de Julio de 2015). *Prezi*. Obtenido de Desarrollo Político en el Ecuador, periodo 2007 hasta la act: <https://prezi.com/y0iu3k4qqhvy/desarrollo-politico-en-el-ecuador-periodo-2007-hasta-la-act/>
- Galapagos, L. O. (2005).
- Galapagos, P. N. (26 de Agosto de 2013). *Informe anual de visitantes que ingresaron a las áreas protegidas de galápagos 2012: el visitante de las áreas protegidas de Galapagos*. Obtenido de http://www.galapagospark.org/pn.php?page=turismo_sitios_guias
- INEC. (marzo de 2016). *ecuadorencifras*. Obtenido de http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Sitios/ipc_Espacial_galapagos/assets/resultados_ipceg_periodo_oct2015-mar2016.xls
- INEC, I. N. (2010). *Población y Demografía de Galapagos*. Obtenido de <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/descargas/Manu-lateral/Resultados-provinciales/galapagos.pdf>
- Jaramillo, J. P. (Mayo de 2015). *La tendencia económica del Ecuador en el 2015*. Obtenido de <http://investiga.ide.edu.ec/index.php/revista-perspectiva/247-mayo-2015/1085-la-tendencia-economica-del-ecuador-en-el-2015>
- Ley Orgánica de Educación. (2011). Segundo suplemento. Registro oficial N° 417.
- Lizeth Paez, F. V. (Julio de 2012). *Repositorio Universidad del Norte*. Obtenido de <http://repositorio.utn.edu.ec/bitstream/123456789/1547/1/02%20ICA%20304%20tesis%20completa.pdf>

- Miño, D. (2012). *Conectividad Escolar*. Obtenido de <http://www.telecomunicaciones.gob.ec/conectividad-escolar/>
- Mora, L. B. (2014). *PLAN DE DESARROLLO Y ORDENAMIENTO TERRITORIAL DE SANTA CRUZ*. Obtenido de http://www.gadsantacruz.gob.ec/wp-content/uploads/2015/09/Doc_PDyOT_Diagn%C3%B3stico_Parte-I.pdf
- Parque Nacional Galapagos. (2015). *observatorio de turismo de Galápagos*. Obtenido de <http://www.galapagos.gob.ec/?wpdmpro=informe-anual-de-visitantes-a-las-areas-protejidas-de-galapagos-2014>
- Yepez, D. (28 de Julio de 2015). *En 2014 a Ecuador llegaron cerca de 140 000 turistas más que en 2013*. Obtenido de <http://www.elcomercio.com/tendencias/turismo-ecuador-2014-turistas-cifras.html>



**Presidencia
de la República
del Ecuador**



**Plan Nacional
de Ciencia, Tecnología,
Innovación y Saberes**



SENESCYT
Secretaría Nacional de Educación Superior,
Ciencia, Tecnología e Innovación

DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN

Yo, **Caicedo Arias Ronald Luis** con C.C: # 200005128-0 autor del trabajo de titulación: Propuesta Para El Rediseño Del Restaurante Turístico "El Chato 2" Que Permita La Diversificación De Servicios previo a la obtención del título de **Ingeniero en Gestión Empresarial** en la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.

1.- Declaro tener pleno conocimiento de la obligación que tienen las instituciones de educación superior, de conformidad con el Artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior, de entregar a la SENESCYT en formato digital una copia del referido trabajo de titulación para que sea integrado al Sistema Nacional de Información de la Educación Superior del Ecuador para su difusión pública respetando los derechos de autor.

2.- Autorizo a la SENESCYT a tener una copia del referido trabajo de titulación, con el propósito de generar un repositorio que democratice la información, respetando las políticas de propiedad intelectual vigentes.

Guayaquil, 21 de septiembre del 2016

f. _____

Nombre: **Caicedo Arias, Ronald Caicedo**

C.C: **0991707489**

REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA

FICHA DE REGISTRO DE TESIS/TRABAJO DE TITULACIÓN

TÍTULO Y SUBTÍTULO:	Propuesta Para El Rediseño Del Restaurante Turístico "El Chato 2" Que Permita La Diversificación De Servicios		
AUTOR	Caicedo Arias, Ronald Luis		
REVISOR(ES)/TUTOR(ES)	Ing. Terán Molina, Diana Verónica MGS.		
INSTITUCIÓN:	Universidad Católica de Santiago de Guayaquil		
FACULTAD:	Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas		
CARRERA:	Gestión Empresarial Internacional		
TÍTULO OBTENIDO:	Ingeniero en Gestión Empresarial Internacional		
FECHA DE PUBLICACIÓN:	21 de septiembre de 2016	No. DE PÁGINAS:	100 páginas
ÁREAS TEMÁTICAS:	ESTUDIO DE MERCADO		
PALABRAS CLAVES/ KEYWORDS:	ESTUDIO DE MERCADO, PROPUESTA, TURISMO, DIVERSIFICACIÓN DE SERVICIOS, ANALISIS FINANCIERO, RESTAURANTE.		

El propósito de este proyecto es proponer una nueva diversificación gastronómica, y a la vez una nueva actividad para los visitantes del restaurante turístico "El CHATO 2", con el fin de ofrecer más variedades en servicios. El rediseño del restaurante turístico comprende la expansión del lugar añadiendo una nueva área de cocina y también de camping. El servicio de comida incluirá platos típicos de Ecuador tipo gourmet, y también platos gourmet internacionales, así se mantendrá un estándar de comida internacional más familiarizada a los turistas que a su vez podrían degustar la comida típica local cuando gusten. El servicio de camping proporcionará un ambiente más natural y relajante, acomodado en su mayoría con madera dentro del restaurante en el área de descanso, e incluirá la facilidad de instrumentos esenciales, como carpas, sleeping, navajas de camping, etc. Gracias a este proyecto los turistas podrán aumentar su calidad de experiencia mientras visitan las tortugas gigantes y los túneles de lava que se encuentran en las cercanías del restaurante.

ADJUNTO PDF:	<input checked="" type="checkbox"/> SI	<input type="checkbox"/> NO
CONTACTO CON AUTOR/ES:	Teléfono: +593-2-526 528 / +593 991707489	E-mail: Ronald-rules@hotmail.com
CONTACTO CON LA INSTITUCIÓN (COORDINADOR DEL PROCESO UTE):::	Nombre: Ing. Cynthia Lizbeth Román Bermeo	
	Teléfono: +593-98-422-8698	
	E-mail: Cynthia.roman@cu.ucsq.edu.ec	

SECCIÓN PARA USO DE BIBLIOTECA

Nº. DE REGISTRO (en base a datos):	
Nº. DE CLASIFICACIÓN:	
DIRECCIÓN URL (tesis en la web):	