

**“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACION DE UN
PRODUCTO TURÍSTICO PARA LA TOUR OPERADORA EXPETOURGAL
EN PUERTO AYORA, EN EL CANTÓN SANTA CRUZ, PROVINCIA DE
GALÁPAGOS”**

DIANA CARINA VÁSQUEZ BARRIGA

**TRABAJO DE TITULACIÓN
PRESENTADA COMO REQUISITO PARCIAL PARA OBTENER EL TÍTULO DE
INGENIERO EN ECOTURISMO**



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO

FACULTAD DE RECURSOS NATURALES

ESCUELA DE INGENIERÍA EN ECOTURISMO

RIOBAMBA – ECUADOR

2014

HOJA DE CERTIFICACIÓN

EL TRIBUNAL DE TESIS CERTIFICA QUE: El trabajo de investigación titulado **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACION DE UN PRODUCTO TURÍSTICO PARA LA TOUR OPERADORA EXPETOURGAL EN PUERTO AYORA, EN EL CANTÓN SANTA CRUZ, PROVINCIA DE GALÁPAGOS”** de responsabilidad de Srta. Diana Carina Vásquez Barriga, ha sido revisada quedando autorizada su presentación.

TRIBUNAL DE TESIS

Ing. Verónica Yépez

.....

DIRECTORA

Ec. Flor Quinchuela

.....

MIEMBRO

**ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE RECURSOS NATURALES
ESCUELA DE INGENIERÍA EN ECOTURISMO**

Riobamba, diciembre 2014

DEDICATORIA

*Este trabajo lo dedico a **Dios**, quien con su infinita misericordia me ha permitido llegar al final de mi carrera.*

*A mis Padres, **Mariana Barriga Medina y José Luis Vásquez Yánez**, personas más importantes de mi vida, quienes con su esfuerzo y dedicación me han sabido apoyar en cada una de las etapas de mi vida para el cumplimiento de mis metas.*

*A mis hermanos **José Luis, María José y Luis Alfredo**, quienes con sus consejos, compañía, alegría y entusiasmo le dan sentido a mi vida.*

Diana

AGRADECIMIENTO

*Mi gratitud imperecedera a **Dios**, por darme la vida y permitirme culminar esta etapa de mi vida, como es mi carrera profesional.*

*A mis **Padres**, por estar siempre a mi lado y brindarme su apoyo incondicional.*

A todos los Docentes, quienes de una u otra manera han sido participes directos en la formación de mi carrera.

A los Docentes que me sirvieron de guía para la elaboración y culminación de este trabajo.

A mis compañeros y compañeras de aula, con quienes compartí momentos gratos de mi vida.

Diana

ÍNDICE

I.	<u>ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACION DE UN PRODUCTO TURÍSTICO PARA LA TOUR OPERADORA EXPETOURGAL EN PUERTO AYORA, EN EL CANTÓN SANTA CRUZ, PROVINCIA DE GALÁPAGOS</u>	1
II.	<u>INTRODUCCIÓN</u>	1
A.	JUTIFICACIÓN	2
III.	<u>OBJETIVOS</u>	4
1.	General	4
2.	Específicos	4
IV.	<u>HIPÓTESIS</u>	5
A.	Hipótesis de trabajo	5
V.	<u>REVISION BIBLIOGRÁFICA</u>	6
A.	TURISMO	6
B.	ESTUDIO DE FACTIBILIDAD	7
C.	DIAGNÓTICO	8
D.	ANÁLISIS DE PRIORIZACIÓN DE PROBLEMAS	9
E.	ETAPAS PARA LA ELABORACIÓN DEL INVENTARIO DE ATRACTIVOS	10
F.	ESTUDIO DE MERCADO	12
G.	PRODUCTO TURÍSTICO	17
H.	DIFUSIÓN Y DISTRIBUCIÓN DEL PRODUCTO TURÍSTICO	21
I.	ESTUDIO LEGAL ADMINISTRATIVO	24
J.	ESTUDIO DE IMPACTO AMBIENTAL	27
K.	ANÁLISIS ECONÓMICO FINANCIERO	29

VI. <u>MATERIALES</u>	Y
<u>MÉTODOS</u>.....	35
A. CARACTERIZACIÓN	DEL
LUGAR.....	34
B. MATERIALES	Y
EQUIPOS.....	35
C. METODOLOGÍA.....	37
VII. <u>RESULTADOS</u>.....	47
A. EVALUACIÓN DEL POTENCIAL TURÑISTICO DEL CANTÓN SANTA CRU..	47
B. VIABILIDAD COMERCIAL DEL PRODUCTO TURÍSTICO.....	108
C. DETERMINAR LA VIABILIDAD TÉCNICA DEL PRODUCTO TURÍSTICO...	164
D. VIABILIDAD AMBIENTAL Y SOCIAL DEL PRODUCTO TURÍSTICO.....	203
E. ESTUDIO LEGAL ADMINISTRATIVO DEL PRODUCTO TURÍSTICO.....	211
F. DETERMINAR LA VIABILIDAD ECONÓMICA – FINANCIERA DEL PRODUCTO TURÍSTICO.....	246
VIII. <u>CONCLUSIONES</u>.....	262
IX. <u>RECOMENDACIONES</u>.....	264
X. <u>RESUMEN</u>.....	265
XI. <u>SUMARY</u>.....	266
XII. <u>BIBLIOGRAFÍA</u>.....	267
XIII. <u>ANEXOS</u>.....	270

LISTA DE CUADROS

N°	Contenido	Pág.
001	Plantas de la zona costera	52
002	Plantas de la zona árida y de transición	53
003	Plantas de la zona húmeda	54
004	Especies de Reptiles	55
005	Especies de aves marinas	55
006	Especies de Aves costeras y migratoria	56
007	Especies de aves terrestres	57
008	Especies de Pinzones de Darwin	58
009	Mamíferos	59
010	Especies de invertebrados terrestres	59
011	Vida intermareal	61
012	Vida marina	62
013	Comparación de Crecimiento Poblacional del Cantón Santa Cruz	63
014	Tipo de Establecimiento de Enseñanza Regular al que Asiste	65
015	Grupos Quinquenales de Edad que Asiste a un Establecimiento de Enseñanza Regular	66
016	Planteles Nivel De Educación Básica Y Bachillerato Y Su Ubicación En Santa Cruz.	67
017	Número de personas afiliadas a un Seguro Social en el Cantón	68
018	Calendario de fiestas del cantón Santa Cruz	70

019	Fuentes de agua en santa Cruz	72
020	Clasificación de residuos sólidos recolectados en Santa Cruz	73
021	Instituciones que apoyan a Santa Cruz y Puerto Ayora	75
022	Organización política del cantón Santa Cruz	78
023	Representación de las categorías directamente e indirectamente relacionadas al turismo en el catastro de Santa Cruz	79
024	Análisis FODA de la situación turística del Cantón Santa Cruz	104
025	Análisis CPES de la situación turística del Cantón Santa Cruz	106
026	Atractivos Naturales del Cantón Santa Cruz	108
027	Atractivos Naturales del Cantón Santa Cruz	109
028	Líneas de productos turísticos	110
029	Oferta sustitutiva	114
030	Oferta complementaria	115
031	Perfil del turista nacional	140
032	Perfil del turista internacional	161
033	Proyección de los clientes para los próximos 5 años	162
034	Proyección de la oferta para los próximos 5 años	163
035	Demanda insatisfecha proyectada	164
036	Número de visitantes nacionales e internacionales proyectados	168
037	Servicios básicos	169
038	Paquete 01	170
N°	Contenido	Pág.
040	Paquete 03	173
041	Paquete 04	176
042	Paquete 05	179
043	Equipamiento necesario para el área operativa	183
044	Costos paquete N°1	189
045	Costos paquete N°2	190
046	Costos paquete N°3	190
047	Costos paquete N°4	191
048	Costos paquete N°5	192
049	Plan de comercialización de la empresa	195
050	Materiales de promoción	198
051	Equipamiento necesario para la oficina	200
052	Equipamiento necesario para aseo y limpieza	201
053	Talento humano y remuneración	202
054	Matriz de evaluación de impactos ambientales	208
055	Matriz de cuantificación	209
056	Medidas de mitigación	209
057	Manual de funciones del Coordinador administrativo	223
057	Manual de funciones de Secretaria – contador	226
059	Manual de funciones del guía	228
060	Inversiones	246
061	Fuentes y usos del proyecto	247
062	Clasificación de las inversiones	248
063	Financiamiento del proyecto	249

064	Depreciación de activos fijos	250
065	Amortización de activos diferidos	251
066	Cálculo del pago de la deuda	252
067	Estructura de costos y gastos para la vida útil del proyecto	253
068	Cuota de mercado	254
069	Desagregación por paquetes	254
070	Número de paquetes a vender por año	255
071	Precio de venta al público por paquete	255
072	Estructura de ingresos	255
073	Estado proforma de resultados	256
074	Balance general	257
075	Flujo de caja	258
076	Evaluación financiera	259
077	Periodo de recuperación del capital	259
078	Punto de equilibrio	260

LISTA DE TABLAS

N°	Contenido	Pág.
01	Edad de los turistas nacionales encuestados	121
02	Género de los turistas nacionales encuestados	122
03	Estado civil de turistas nacionales encuestados.	123
04	Procedencia de los turistas nacionales encuestados.	124
05	Nivel de estudios de los turistas nacionales encuestados.	125
06	Salario mensual de los turistas nacionales encuestados.	126
07	Motivo de viaje de los turistas nacionales encuestados	127
08	Cómo prefiere viajar	128
09	Acompañamiento de los turistas nacionales encuestados	129
10	Ha visitado anteriormente Galápagos	130
11	Qué tipos de turismo le gustaría realzar	131
12	Cuántos días permanecerá en Galápagos	132
13	Actividades preferidas por los turistas nacionales encuestados	133
14	le gustaría comprar los paquetes que ofertará la Tour Operadora Expetourgal	134
15	Qué tipo de hospedaje prefiere	135
16	Qué tipo de comida prefiere	136
17	Gasto diario promedio de los turistas nacionales encuestados	137
18	Cómo se informa sobre lugares y actividades turísticas en Galápagos	138
19	Cuál sería su forma de pago	139

20	Edad de los turistas internacionales encuestados	141
21	Género de los turistas internacionales encuestados	142
22	Estado civil de los turistas internacionales encuestados	143
23	Procedencia de los turistas internacionales encuestados	144
24	Nivel de estudios de los turistas nacionales encuestados	146
25	Salario mensual de los turistas nacionales encuestados	147
26	Motivo de viaje de los turistas internacionales encuestados	148
27	Cómo prefiere viajar	149
28	Acompañamiento de los turistas internacionales encuestados	150
29	Ha visitado anteriormente Galápagos	151
30	Qué tipos de turismo le gustaría realzar	152
31	Cuántos días permanecerá en Galápagos	153
32	Actividades preferidas por los turistas internacionales encuestados	154
33	Aceptación de los paquetes turísticos que ofertará la Tour Operadora Expetourgal	155
34	Qué tipo de hospedaje prefiere	156
35	Qué tipo de comida prefiere	157
36	Gasto diario promedio de los turistas internacionales encuestados	158
37	Cómo se informa sobre lugares y actividades turísticas en Galápagos	159
38	Cuál sería su forma de pago	160

LISTA DE GRÁFICOS

N°	Contenido	Pág.
01	Edad de los turistas nacionales encuestados	121
02	Género de los turistas nacionales encuestados	122
03	Estado civil de turistas nacionales encuestados	123
04	Procedencia de los turistas nacionales encuestados	124
05	Nivel de estudios de los turistas nacionales encuestados	125
06	Salario mensual de los turistas nacionales encuestados	126
07	Motivo de viaje de los turistas nacionales encuestados	127
08	Preferencias de viaje de los turistas nacionales encuestados	128
09	Acompañamiento de los turistas nacionales encuestados	129
10	Visita a Galápagos	130
11	Tipos de turismo	131
12	Días de permanencia	132
13	Actividades preferidas por los turistas nacionales encuestados	133
14	Aceptación de los paquetes turísticos de la tour operadora Expetourgal	134
15	Tipo de hospedaje preferido	135
16	Tipo de comida preferida	136
17	Capacidad de gasto de los turistas nacionales encuestados	137
18	Como se informan los turistas encuestados sobre lugares y actividades turísticas	138
19	Formas de pago	140

20	Edad de los turistas internacionales encuestados	141
21	Género de los turistas internacionales encuestados	142
22	Estado civil de turistas internacionales encuestados	143
23	Procedencia de los turistas internacionales encuestados	145
24	Nivel de estudios de los turistas internacionales encuestados	146
25	Salario mensual de los turistas internacionales encuestados	147
26	Motivo de viaje de los turistas internacionales encuestados	148
27	Preferencias de viaje de los turistas nacionales encuestados	149
28	Acompañamiento de los turistas internacionales encuestados	150
29	Visita a Galápagos	151
30	Tipos de turismo	152
31	Días de permanencia	153
32	Actividades preferidas por los turistas internacionales encuestados	154
33	Aceptación de la Tour Operadora Expetourgal	155
34	Tipo de hospedaje preferido	156
35	Tipo de comida preferida	157
36	Capacidad de gasto de los turistas internacionales encuestados	158
37	Como se informan los turistas encuestados sobre lugares y actividades turísticas	159
38	Formas de pago	160
39	Flujograma del proceso productivo	169
40	Isotipo	186
N°	Contenido	Pág.
42	Tarjeta de presentación	188
43	Letrero de la empresa	188
44	Canal directo de distribución	193
45	Canal detallista de distribución	194
46	Diseño de la página web	197
48	Organigrama organizacional de la agencia	221
49	Organigrama funcional	221
50	flujograma de proceso para reservaciones	232
51	Flujograma de asignación del tour	234
52	Flujograma de proceso de recepción y guianza	240
53	Flujograma de pago del guía	240
54	Reservación de los servicios de alimentación, hospedaje y transporte	242
55	Punto de equilibrio	261

LISTA DE MAPAS

N°	Contenido	Pág.
01	Ubicación geográfica de la provincia Galápagos respecto al Continente Americano	47
02	Ubicación del cantón Santa Cruz	48

I. ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN PRODUCTO TURÍSTICO PARA LA TOUR OPERADORA EXPETOURGAL EN PUERTO AYORA, EN EL CANTÓN SANTA CRUZ, PROVINCIA DE GALÁPAGOS.

II. INTRODUCCIÓN

Ecuador tiene una historia de más de 40 años de acciones de conservación de su naturaleza, desde la declaración de las Islas Galápagos como área protegida en 1959. Cuenta en la actualidad con un Sistema Nacional de Áreas Protegidas (SNAP) que abarca a 49 áreas protegidas bajo la tutela del Estado, que cubren un 19% del territorio nacional. (MAE, 2013)

La promoción del turismo sostenible en áreas protegidas constituye una gran oportunidad, no solamente por la posibilidad de conservar los recursos naturales del país, sino también porque la afluencia de turistas quienes cubren el pago por entradas aportan al financiamiento necesario para su gestión. (PLANDETUR 2020, 2006)

El Parque Nacional Galápagos, ocupa un gran porcentaje de la provincia Galápagos, siendo así uno de las áreas protegidas más importantes y antiguas que posee el país, es importante mencionar que ha sido denominado por la (UNESCO, 1978) como: Patrimonio de la Humanidad. Este paraíso de biodiversidad reúne a 19 islas: 13 mayores y seis menores y 42 islotes. La tierra es de origen volcánico y las especies que allí habitan no sufrieron la depredación del hombre, para orgullo del Ecuador y buscando preservar su integridad, también es considerado por los científicos como el área más importantes del mundo, como el más maravilloso ecosistema del planeta, el archipiélago de Galápagos sirvió de base científica para el desarrollo de la teoría de la evolución de las especies de Charles Darwin.

La isla Santa Cruz es el corazón comercial de la provincia de Galápagos, es decir cuenta con todas las facilidades turísticas como: hospedaje de varias categorías y tipologías, alimentación tanto típica del lugar y del país como cocina internacional, guía especializada del Parque Nacional Galápagos, transporte de varias tipologías y servicios básicos; para la ejecución de la actividad turística responsable con el medio ambiente, puesto que es una área protegida con gran valor para la humanidad.

En vista que el cantón Santa Cruz de la provincia Galápagos, es el sitio con mayor demanda comercial en la provincia anteriormente mencionada, por ser la isla más cercana a Baltra, sitio en el cual se encuentra localizado el aeropuerto nacional e internacional, mismo que recibe aproximadamente 400 visitantes diarios; tomando en cuenta el elevado número de turistas que recibe la provincia se propone el diseño de un producto turístico para la tour operadora Expetourgal en puerto Ayora, cantón Santa Cruz, con lo cual se pretende mejorar la operación turística del cantón.

A. JUSTIFICACIÓN

El cantón Santa Cruz de la provincia de Galápagos, al poseer toda la infraestructura necesaria para el cumplimiento de la actividad turística responsable y de calidad es considerada como el centro de operación turística del destino, cuenta con varios sitios de realce como: la estación Charles Darwin, Tortuga Bay, además de varios establecimientos públicos y privados.

Es importante mencionar que las principales líneas de producto que sobresalen en las islas Galápagos son: circuitos turísticos generales, ecoturismo y turismo de naturaleza: observación de flora y fauna, deportes y aventura: buceo y surf, sol y playa. (PLANDETUR 2020, 2009)

Según el Boletín Informativo del Parque Nacional Galápagos en el año 2011 ingresaron 185.028 personas de las cuales 637.00 son turistas nacionales (35%) y 121.328 son turistas

extranjeros (65%) , lo que representan un incremento aproximado de 6.5% con respecto al 2010. Cabe recalcar que el 60 % del turismo en Galápagos está enfocado en un turismo de naturaleza, mientras que el 40% restante del turismo realiza actividades deportivas, de aventura, de recreación, y de contacto con la comunidad.

La operación turística en las islas Galápagos ocasionalmente se ve afectada por la desorganización y empirismo con el cual ha sido manejado, debido a la escases de estudios e investigación, produciendo varios problemas como: inconformidad en los turistas por la baja calidad de los servicios prestados, desaprovechamiento de los atractivos por la inadecuada elaboración de los tours, lo cual desacredita la calidad y eficiencia de las prestaciones de los servicios turísticos en las islas encantadas como destino para turistas nacionales e internacionales.

En base a los problemas anteriormente mencionados y al incremento anual de turista que visitan el archipiélago Galápagos se propone la implementación de un producto turístico para la tour operadora Expetourgal misma que se encuentra en proceso de formación, en el cantón Santa Cruz, garantizando así un aporte en el mejoramiento de la operación turística del cantón Santa Cruz, además de la prestación de servicios turísticos complementarios, facilitando la estadía de los turistas en las islas más cercanas y minoritariamente comerciales.

III. OBJETIVOS

A. OBJETIVO GENERAL

Elaborar el estudio de factibilidad para la implementación de un producto turístico para la tour operadora Expetourgal en Puerto Ayora, cantón Santa Cruz, provincia de Galápagos

B. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

1. Evaluar el potencial turístico del cantón Santa Cruz
2. Determinar la viabilidad comercial del producto turístico
3. Determinar la viabilidad técnica del producto turístico
4. Determinar la viabilidad ambiental y social del producto turístico
5. Determinar la viabilidad legal – administrativa del producto turístico
6. Determinar la viabilidad económica – financiera de producto turístico

IV. HIPÓTESIS

A. HIPÓTESIS DE TRABAJO

Es factible la implementación de un producto turístico para la tour operadora Expetourgal en Puerto Ayora, como una alternativa al mejoramiento de la operación turística en el cantón Santa Cruz

V. REVISIÓN BIBLIOGRÁFICA

A. TURISMO

1. Concepto

Según la Organización Mundial De Turismo (OMT, 2013), define al turismo como: “El conjunto de actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por su periodo de tiempo consecutivo inferior a un año con fines de ocio, por negocios y otros motivos”.

Según Oscar de la Torre Padilla, citado por Francisco de la Torre (1995), “El turismo es un fenómeno social que consiste en el desplazamiento voluntario y temporal de individuos o grupos de personas que, fundamentalmente por motivos de recreación, descanso, cultura o salud, se trasladan de su lugar de residencia habitual a otro, en el que no ejercen ninguna actividad lucrativa ni remunerada, generando múltiples interrelaciones de importancia social, económica y cultural.

a. Importancia

La importancia del fenómeno turístico radica en que éste, es el medio por el cual se logra incrementar las divisas de un país, lo que significa también así, se generen fuentes de trabajo para las personas que de forma directa o indirecta dependen de esta actividad para subsistir. Por otra parte, el turismo también es una forma de relacionar a un individuo con el medio que lo rodea, permitiendo la vivencia de experiencias únicas e inigualables de aprendizaje. El turismo al ser una forma peculiar del uso del tiempo libre y una forma especial de recreación, es entonces, una actividad que se relaciona íntimamente con la educación, el placer y el descanso (LUQUE, 2009).

2. Turismo consiente

El turismo consiente es una experiencia de vida transformadora que genera un crecimiento personal que nos convierte en mejores seres humanos. Este nuevo concepto se sustenta en los principios de la sostenibilidad y ética que promueve los valores como la paz, amistad, respeto y amor a la vida, la cual es esencia de la práctica turística. Constituye un pacto de convivencia, responsabilidad, respeto mutuo, además de comunicación entre los agentes turísticos de las comunidades emisoras y receptoras, el turista, el patrimonio natural y cultural. El turismo consiente es un concepto vivo, dinámico y en constante construcción. Es una experiencia del dar y recibir (MINISTERIO DE TURISMO, 2013).

3. Potencial turístico

la evaluación del potencial turístico, permitirá determinar el territorio correspondiente en el que se llevará a cabo el proyecto de desarrollo turístico, una evaluación precisa del potencial turístico del territorio constituye una excelente base de adopción de decisiones para los organismos de desarrollo, ya que les permitirá minimizar los riesgos de implicarse en malas inversiones.

B. ESTUDIO DE FACTIBILIDAD

El estudio de viabilidad económica facilita a las empresas la toma de decisiones relativa a la realización de proyectos de inversión en corto, mediano y largo plazo, dado que argumenta la utilización de recursos productivos y los rendimientos esperados de un intento de inversión, con lo cual permite a los responsables del proyecto emitir juicios de valor para la toma correcta de decisiones en bien del proyecto.

Para que un estudio de viabilidad económica de un proyecto esté completo, requiere estudios complementarios de: mercado, técnico, organización, financiero y ecológico. Los tres primeros básicamente proporcionan información económica de beneficio costo; y, el cuarto analiza los flujos de efectivo y evalúa el proyecto (OCAMPO, E. 2003).

HERNÁNDEZ, E. (1997) Define que los objetivos de dicho estudio son: “Analizar y presentar todas las variables que condicionan la realización de una futura inversión, destacando aquellas que exhiban mayores niveles de complejidad y estableciendo con toda claridad si el resultado analítico garantiza la factibilidad de su ejecución y operación.

Demostrar la rentabilidad económica para el capital invertido y para los recursos económicos nacionales comprometidos en el proyecto a través de su correcta comparación con otras alternativas o extra sectoriales”.

C. DIAGNÓSTICO

1. Concepto

El estudio de análisis y evaluación del potencial turístico es una herramienta técnica que permite conocer las características generales del entorno del área geográfica.

La fase de diagnóstico consiste en investigar los problemas que tenemos en la organización o en el lugar que nos rodea, este análisis consiste en la búsqueda de información a través de mapas topográficos, estudios económicos de las entidades locales, regionales y nacionales de planificación y administración; información sobre estadísticas y censos, fotografías aéreas o terrestres, directorios locales y regionales; oficinas de turismo gubernamentales (YUCTA, P. 2002).

En la elaboración de un proyecto, el diagnóstico es un proceso de investigación, registro y ordenamiento de la información que nos permite conocer la rentabilidad o un aspecto de ella, y también nos permite valorar críticamente las prácticas de las organizaciones insertadas en esta realidad.

D. ANÁLISIS DE PRIORIZACIÓN DE PROBLEMAS

1. Matriz FODA

El FODA (Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas), es uno de los instrumentos analíticos cuando se trata de evaluar colectivamente procesos internos de una organización o comunidad. También es utilizado con fines de diagnóstico como un instrumento de autoevaluación dentro de un proceso (TIERRA, P. 2008).

FORTALEZAS	DEBIIDADES
Lo que tenemos de positivo, lo bueno, lo mejor al interior de la organización.	Las limitaciones, lo que nos impide salir adelante como organización, lo negativo al interior de la organización.
OPORTUNIDADES	AMENAZAS
Lo que podemos conseguir o aprovechar del entorno de fuera de la organización.	Lo que nos puede afectar a la organización desde fuera de la misma, lo que nos acecha, peligros extremos.

2. Matriz CPES

Esta matriz es una adaptación de la metodología planteada en Modelos para Evaluar las diferentes problemáticas suscitadas.

La matriz causa efecto propone para el levantamiento de la información básica, una matriz estructurada por un conjunto de filas y columnas contentivas de la siguiente información:

- En una primera columna se le asignan números a cada una de las causas;
- Lista de los problemas seleccionados por la comunidad, ordenados de mayor a menor importancia.
- El efecto con el que se está relacionando.
- En la cuarta se colocan el conjunto de alternativas propuestas por los participantes durante la realización de los talleres vivenciales, ordenadas y relacionados de acuerdo con cada una de los problemas indicados en la columna anterior (TIERRA, P. 2008).

E. ETAPAS PARA LA ELABORACIÓN DEL INVENTARIO DE ATRACTIVOS

1. Clasificación de los atractivos

Consiste en identificar claramente la categoría, tipo y subtipo, al cual pertenece el atractivo a inventariar. Los atractivos se clasifican en dos grupos: sitios naturales (montañas, planicies, desiertos, ambientes lacustres, ríos, bosques, aguas subterráneas, fenómenos espeleológicos, costas o litorales, ambientes marinos, tierras insulares, sistema de áreas protegidas) y manifestaciones culturales (históricos, etnográficos, realizaciones técnicas y científicas, realizaciones artísticas contemporáneas y acontecimientos programados). Ambas categorías se agrupan en tipos y subtipos.

- **Categoría:** Define los atributos que tiene un elemento y motivan la visita turística dependiendo de su naturaleza.
- **Tipo:** Son los elementos de características similares en una categoría.
- **Subtipo:** Son los elementos que caracterizan los tipos (MITUR, 2004).

a. Trabajo de campo

El trabajo de campo comprende varias salidas de campo en donde se visita los sitios para verificar la información sobre cada atractivo. Es el procedimiento mediante el cual se le asignan las características particulares del atractivo.

El trabajo de campo debe organizarse en función de las salidas para determinar el tiempo total tomara la actividad.

b. Evaluación y jerarquización

Consiste en el análisis individual de cada atractivo, con el fin de calificarlo en función de la información y las variables seleccionadas: calidad, apoyo y significado. Permite valorar los atractivos objetiva y subjetivamente. Los atractivos de acuerdo a la jerarquización que se les ha asignado, deberán responder aproximadamente a la siguiente descripción (MINTUR, 2004).

- **Jerarquía IV.-** Atractivo excepcional de gran significación para el mercado turístico internacional, capaz por sí solo de motivar una importante corriente de visitantes actual o potencial.
- **Jerarquía III.-** Atractivo con rasgos excepcionales en un país, capaz de motivar una corriente actual o potencial de visitantes del mercado interno, y en menor porcentaje el internacional, ya sea por sí solos o en conjunto con otros atractivos contiguos.
- **Jerarquía II.-** Atractivo con algún rasgo llamativo, capaz de interesar a visitantes de larga distancia, ya sea del mercado interno y receptivo, que hubiesen llegado a la zona por otras motivaciones turísticas, o de motivar corrientes turísticas actuales o potenciales, y atraer al turismo fronterizo de esparcimiento.
- **Jerarquía I.-** Atractivos sin mérito suficiente para considerarlos a nivel de las jerarquías anteriores, pero que igualmente forman parte del patrimonio turístico como elementos que pueden complementar a otros de mayor jerarquía en el desarrollo y funcionamiento de cualquiera de las unidades que integran el espacio turístico (MINTUR, 2004).

F. ESTUDIO DE MERCADO

1. Concepto

“Las tendencias modernas para administrar una empresa indican que debemos analizar las características de los consumidores y orientar nuestros esfuerzos a satisfacer plenamente las necesidades de los clientes, lo que hace uno de los factores centrales al estudiar proyectos sea la determinación del mercado” (OCAMPO, E. 2003).

“El estudio de mercado permite resaltar los detalles relevantes que visualizan y detectan si el producto o servicio derivado del proyecto se puede comercializar” (HERNÁNDEZ, E. 1997).

2. Objetivos del estudio de mercado

“En el caso de un proyecto, la finalidad del estudio de mercado es probar que existe un número suficiente de individuos, empresas u otras entidades económicas que, dadas ciertas condiciones, presentan una demanda que justifica la puesta en marcha de un determinado programa de producción – de bienes o servicios – en un cierto periodo. El estudio debe incluir así mismo las formas específicas que se utilizarán para llegar hasta esos demandantes” (ARBOLEDA, G. 1998).

a. Tipos de Demanda

En relación con su oportunidad, existen dos tipos:

- **Demanda insatisfecha:** En la que lo producido y ofrecido no alcanza a cubrir los requerimientos del mercado.
- **Demanda satisfecha:** En la que lo ofrecido al mercado es exactamente lo que éste requiere.

Se pueden conocer dos tipos de demanda satisfecha:

- ✓ Satisfecha saturada, la que ya no puede soportar una mayor cantidad del bien o servicio en el mercado, pues se está usando plenamente.

Es muy difícil encontrar esta situación en un mercado real.

- ✓ Satisfecha no saturada, que es la que se encuentra aparentemente satisfecha, pero que se puede hacer crecer mediante el uso adecuado de herramientas mercadotécnicas, como las ofertas y la publicidad (HUGO, H. 2010).

b. Perfil general del consumidor a captar

Para fijarlo se recurre normalmente al proceso de segmentación que consiste básicamente en agrupar por subconjuntos al gran conglomerado de consumidores que conforman la demanda futura, potencial u objetiva. Para dicho agrupamiento se utilizan cinco tipos de variables que son: socioeconómicas geográficas, motivacionales, de hábitos, gastos, preferencias y de personalidad (HERNÁNDEZ, E. 1997).

3. Determinación del universo y la muestra

a. Universo o población:

Se conoce como universo o población al conjunto total del conglomerado humano que se investiga.

b. Tamaño de la muestra

La búsqueda de la información se hace por medio de dos fuentes: primaria y secundaria, en orden inverso, es decir que primero buscamos la información bibliográfica y según las necesidades que se presenten vamos a identificar el tipo e información de campo que vamos a buscar y obtener (ARBOLEDA, G. 1998).

Para obtener información primaria nos vamos a centrar en los tipos de variables que se manejará (análisis de la demanda-oferta), después de identificar el universo y de esta manera se elegirá la muestra. La muestra se define mediante la siguiente fórmula:

$$n = \frac{N * (P * Q)}{(N - 1) * \left(\frac{e}{z}\right)^2 + (P * Q)}$$

Dónde:

n = Tamaño de la muestra

N = Universo de estudio

p = Probabilidad de ocurrencia

q = Probabilidad de no ocurrencia

e = Margen de error

z = Nivel de confianza

Dependiendo de la clase de información que se va a obtener se dará la distribución de la muestra. Para que la muestra sea significativa debe guardar las características del universo (ARBOLEDA, G. 1998).

4. Análisis de la oferta

La oferta es la cantidad de bienes o servicios que un cierto número de productores o prestadores de servicios están decididos a poner a la disposición del mercado a un precio determinado.

El propósito que se busca mediante el análisis de la oferta es definir y medir las cantidades y condiciones en que se pone a disposición del mercado un bien o un servicio. La oferta, al igual que la demanda, está en función de una serie de factores, cómo es el precio en el mercado del producto o servicio, entre otros. La investigación de campo que se utilice deberá tomar en cuenta todos estos factores junto con el entorno económico en que se desarrolle el proyecto (PALMERÍN, M. 2011).

1) Análisis competitivo

La empresa analiza las fortalezas, debilidades, amenazas y oportunidades frente a sus principales competidores. Esto es, realiza un completo diagnóstico con respecto a la competencia (COBRA, M. 1998).

5. Análisis de la competencia

a. Competencia

Son todas aquellas empresas que elaboran y venden lo mismo que usted y la misma clientela de su mercado meta. La competencia es necesaria investigarla y analizarla, para

ello debemos recabar información sobre muestra representativa de ella, sobre la competencia es necesario investigar: donde están ubicados, cuántos son, cuántos son según el tamaño, qué productos ofrecen, quiénes son sus clientes, por qué le compran, qué piensa sus clientes de sus productos, cuáles son sus tácticas y formas de publicidad, cuáles son sus formas de distribución, etc. (KOCH, J. 2009).

b. Aspectos para el análisis de la competencia

Se toman los siguientes aspectos:

- Localización de la competencia.
- Estacionalidad de la oferta.
- Líneas de productos.
- Capacidad instalada.

c. Confrontación oferta y demanda

Con la información obtenida se procede a realizar el balance demanda y oferta, es decir, la determinación de la demanda insatisfecha, que consiste en la diferencia entre la demanda y la oferta potencial. Si esta diferencia resulta negativa, entonces se considera que el mercado tiende a ser favorable. Si resulta positiva, se considera que el mercado del producto o servicio puede ser favorable, y entonces se procede a determinar la demanda objetivo del proyecto, que normalmente es un porcentaje (menor al 100%), del balance, si éste resultó favorable.

$\text{Demanda Insatisfecha} = \text{Demanda Potencial} - \text{Oferta Potencial}$.

d. Cálculo de la demanda insatisfecha

Corresponde a la proyección del crecimiento del mercado en el corto, mediano y largo plazo. Así como ayuda a determinar el comportamiento de las tendencias de ciertas

variables de segmentación, las proyecciones utilizarán para el cálculo de la fórmula del interés compuesto.

$$Co = Cn (1 + i)^n$$

Dónde:

Co = año a proyectar (2013-2020)

Cn = demanda actual: turistas nacionales y extranjeros

I = incremento de turismo nacional e internacional (7%)

N = El año a proyectarse (1-10)

e. Selección de la demanda objetivo

Según KOTLER, (2003) para conocer a fondo un mercado hay que identificar los siguientes componentes (siete “O”): ¿Quién constituye el mercado?, ¿Qué compra?, ¿Por qué compra?, ¿Quién participa de la compra?, ¿Cómo compra?, ¿Cuándo compra?, ¿Dónde compra?

Seleccionar la demanda objetivo implica cuantificar el porcentaje de la demanda potencial a ser captada del mercado. Se recomienda que en una etapa inicial o de lanzamiento de un producto se inicie captando hasta el 10% de la demanda insatisfecha, este porcentaje variará conforme pase el tiempo y en función de la capacidad instalada.

G. PRODUCTO TURÍSTICO

1. Concepto

Producto turístico, tiene su origen en Europa Occidental a principios de la década de los 50, aunque debe mencionarse que sus antecedentes remotos datan del año 1850, cuando Tomas Bennett, un agente de viajes inglés, crea el denominado Individual Inclusive Tour, conocido por la sigla ITT.

Hasta la fecha se han dado un sinnúmero de definiciones de “producto turístico”, no obstante es válido destacar por su rigor técnico la brindada por Cárdenas (1991:15) “el producto turístico está conformado por el conjunto de bienes y servicios que se ofrecen al mercado en forma individual o en una gama muy amplia de combinaciones resultantes de las necesidades, requerimientos o deseos de un consumidor al que llamamos, turista”. Es decir, desde la perspectiva del turista, el producto turístico” puede considerarse como una experiencia, en el transcurso de la cual son utilizados productos muy diversos.

Por tanto, el “producto turístico” ha de ofrecer al consumidor un conjunto de utilidades funcionales y psicológicas, siendo las primeras las que satisfacen las necesidades básicas, y las segundas, las relacionadas con el valor simbólico concedido por el turista al lugar o actividad elegida, y al valor social frente a grupos de referencia (TIERRA, N. 2009).

2. Diseño de un producto turístico

Todos diseño de productos turísticos debe ser considerado como un trabajo artístico, original, con los siguientes objetivos: rentabilidad económica, social y ambiental (CHAVIANO, M. Y HERNÁNDEZ, Y. 2007).

3. Características del producto turístico

a. Intangibilidad

Los productos turísticos tienen unos componentes tangibles y otras intangibles.

- La tangibilidad se observa en la cama de un hotel, la overbooking, la calidad de la comida. La parte tangible la constituye el producto turístico en sí, tal como es ofrecido por la empresa de servicios turísticos.
- La intangibilidad se deduce del hecho de que las características de los componentes de un producto turístico no se pueden testar por medio de los sentidos. Los turistas generan expectativas, imaginan cómo es el producto, qué uso de darán, y qué resultados esperan obtener. Este componente de intangibilidad hace que los consumidores no estén seguros de lo que compran, ni del beneficio que realmente van a obtener cuando consuman el producto.

b. Caducidad

Los productos turísticos no se pueden almacenar.

c. Agregabilidad y sustituibilidad

El producto turístico se forma a partir de la agregación de varios componentes, alguno de los cuales se puede sustituir por otro de forma inmediata.

d. Heterogeneidad

El producto turístico está formado por muchas partes, y condicionado por muchos factores.

e. Subjetividad, individualidad, inmediatez y simultaneidad de producción y consumo

Es subjetivo porque depende de las condiciones en que estén los clientes y prestatarios en el momento del consumo. Las satisfacciones que produce son individuales y distintas de unas

personas a otras. Su consumo es simultáneo a su fabricación real, de manera que el producto se crea realmente al mismo tiempo que se consume.

f. Otros

Es un producto estacional. La liquidez o cash flow es alta (DE LA COLINA, J. 2009).

4. Etapas del diseño de un producto turístico

El proceso está compuesto por varias etapas, que bien llevadas, deben conducir a excelentes resultados para los destinos turísticos:

a. Planificación del territorio

Supone que los territorios han decidido, a través de sus planes de ordenamiento, acoger al turismo como una opción seria de desarrollo económico y social. Los planes deben arrojar información sobre inventario de atractivos turísticos calificados, estado de la planta turística, estado de la capacitación, uso de tecnologías, desempeño de la superestructura, nivel de desarrollo de la infraestructura, sondeo del mercado. Todo ello debe concretarse en una priorización (tipo de turismo, objetivos, estrategias, acciones) y expresarse en proyectos.

b. Investigación de los mercados

Sin ello no es posible el diseño de un producto turístico, se debe adelantar independientemente y con los mejores niveles de profundidad. Debe arrojar información detallada sobre los segmentos de mercado que le interesa al destino.

c. Diseño del producto

El destino debe estar preparado para disponer de los elementos necesarios, en el nivel de calidad requerido, para que los operadores (posteriormente) integren los paquetes turísticos, implica una visualización por parte de los agentes del desarrollo de la cadena productiva del turismo y un compromiso colectivo para lograr su fortalecimiento (DE LA COLINA, J. 2009).

H. DIFUSIÓN Y DISTRIBUCIÓN DEL PRODUCTO TURISTICO

1. Concepto

La distribución es el instrumento de marketing que relaciona la producción con el consumo, siendo su función poner el producto a disposición del consumidor final en el momento en que lo necesite y en el lugar donde desee adquirirlo (GURRÍA, M. 1991).

2. Canal de distribución

Dentro del marketing turístico, los canales o redes de distribución son la estructura que se forma en un mercado turístico por el conjunto de organizaciones, con el objetivo principal de facilitar y poner a disposición de los posibles comparadores los productos de los diferentes fabricantes realizando la concreción de la venta, confirmándola y efectuando su cobro (GURRÍA, M. 1991).

3. Estrategias de canal de distribución

Existen dos alternativas o se puede realizar una combinación de ambas:

a. Estrategia de empuje (push)

El producto planifica que el canal le sirva como instrumento para promover su producto.

b. Estrategia de atracción (pull)

El productor dirige la promoción del producto directamente al consumidor final, encargándose plenamente él de todas las actividades oportunas, con el objetivo de fomentar por sí mismo la demanda del producto y atraer al consumidor hacia el canal de distribución. Una vez elegido el segmento a trabajar o mercado objetivo y con el producto en poder, o próximo a ser fabricado; debemos darle POSICIONAMIENTO, es decir, dotarle de una personalidad clara y definida en el mercado y en la mente de nuestro consumidor meta (GARCÍA, G. 2006).

Esto se logra trabajando en el denominado Marketing Mix que está basado en los siguientes componentes:

a) Producto y /o Servicio

Una de las definiciones más claras sobre productos es aquella que indica que es un bien (tangible) o servicio (intangibile) que cubre alguna necesidad específica de un grupo de consumidores.

b) Precio

El precio es la equivalencia monetaria del valor que los consumidores asignan a un producto o servicio.

c) Plaza

Si se tiene un buen producto, con un buen precio, corresponde ahora hacerlo llegar a los posibles compradores en la forma más rápida y eficiente. Esto se llama Plaza o Distribución.

d) Promoción y publicidad

El mejor producto, con un buen precio y eficazmente distribuido no será bien recibido por los consumidores si éstos no conocen sus beneficios o si no se sienten motivados a comprarlo y usarlo. Por esta razón es labor esencial del producto comunicar al consumidor las características y beneficios y hacerlos en forma agradable posible a la vista y oído del consumidor potencial (GRACÍA, G. 2006).

4. Canales de promoción

- Medios de comunicación
- Contactos interpersonales
- Promoción de ventas

5. Principales tipos de canales de distribución

- Canal largo
- Número de intermediarios elevado
- Como mínimo interviene el fabricante
- Mayorista, detallista y consumidor
- Canal corto
- Número de intermediarios reducido
- Constituido por el fabricante, el detallista y el consumidor

- Se elige esta forma cuando el número de detallistas es muy reducido o tiene un alto potencial de compra
- Canal directo
- Canal en el que no hay intermediarios entre el productor y el consumidor final. Se utiliza cuando la producción y el consumo están próximos, o el volumen de venta es reducido, por ejemplo un artesano que vende directamente su obra.

I. ESTUDIO LEGAL ADMINISTRATIVO

1. Aspecto administrativo

En el aspecto administrativo se debe tomar las decisiones para lograr un mejor aprovechamiento de los recursos de la empresa con la finalidad de alcanzar sus objetivos.

El proceso administrativo consta de:

- Planeación
- Organización
- Dirección
- Control (SOSA, C. 2004).

2. Organización

Consiste en el ordenamiento de los recursos de la empresa y la asignación de funciones según niveles de autoridad y grados de responsabilidad para facilitar el logro de los objetivos.

Organizar consiste en:

- Establecer objetivos de la empresa
- Formular políticas
- Determinar actividades

3. Criterio de ordenamiento de recursos

El ordenamiento de los recursos se hace con respecto a:

- Espacio:** para cada componente debe haber un determinado lugar.
- Tiempo:** implica programar las actividades según prioridad y realizarlas en el momento oportuno.
- Dinero:** mediante una distribución que permita el mayor rendimiento posible.
- Personas:** consiste en asignar funciones bien definidas a cada integrante.
- Unidad de mando:** que cada uno recibirá órdenes de un solo jefe.
- Unidad de dirección:** que cada tarea tenga un responsable.
- Trabajo:** consiste en agrupar las actividades de la empresa en áreas administrativas o departamentos.

4. Departmentalización

En cada departamento, el ejecutivo asignado ejerce autoridad y asume responsabilidad para la ejecución de las actividades. La departmentalización se justifica porque un ejecutivo solo puede encargarse de un limitado número de subordinados para alcanzar una producción óptima (SOSA, C. 2004).

a. **Criterios para la departmentalización**

Se toman en cuenta criterios en base a: funciones, territorio, productos y clientes.

b. Organigrama

En el organigrama se presentan las funciones jerárquicas que existen entre las dependencias y los individuos de una organización. El organigrama es esencialmente esquemático, pero refleja si en la empresa hay unidad de mando y unidad de dirección.

c. Descripción de las funciones

Las funciones descritas deben ser entregadas a cada empleado con cargo firmado para asegurar su pleno conocimiento. Los deberes para cada cargo deben incluir todas las obligaciones, de modo que tanto el jefe como el subordinado conozcan exactamente sus responsabilidades y se evite que cada cual interprete a su manera. La descripción debe ser en forma simple y clara indicando expresamente las habilidades que se requieren para el desempeño del cargo (SOSA, C. 2004).

5. Selección de personal

Consta de un conjunto de pasos desde el momento en que se detecta la necesidad de contar con un trabajador hasta conseguirlo y contratarlo. Una selección de personal será buena siempre que se haga coincidir los requerimientos del puesto con las capacidades y aptitudes de la persona que va a desempeñar el cargo.

Se consideran las siguientes actividades:

- Analizar el cargo
- Requisitos del cargo
- Reclutamiento de aspirantes al cargo
- La entrevista
- Exámenes técnicos
- Decisión de contrato (SOSA, C. 2004).

6. Aspecto legal

Se refiere a que la empresa debe cumplir todos los aspectos legales vigentes, especialmente en lo referente a licencias, registros, impuestos, tributos y contribuciones. En lo posible es preferible y aconsejable contar con la asesoría de un abogado para evitar irregularidades y mal entendidos que podrían generarse tanto al estipularse las cláusulas de contratos y documentos de la empresa, como los vencimientos de fechas de pago, tasas, etc. (SOSA, C. 2004).

J. ESTUDIO DE IMPACTOS AMBIENTALES

1. Qué es un impacto ambiental

Es la alteración positiva o negativa del medio ambiente directa o indirectamente por un proyecto o ejercicio en una actividad determinada (SANTILLAN, R. 2205).

2. Evaluación de impactos ambientales

La Evaluación de Impacto Ambiental (EIA) es un proceso empleado para predecir las consecuencias ambientales de una propuesta, la implantación de políticas y programas o la puesta en marcha de proyectos de desarrollo.

La EIA, se ha aplicado sobre todo a proyectos individuales y ha dado lugar a la aparición de diversas técnicas nuevas, como los estudios de impacto sanitario y los de impactos social. Una EIA suele comprender una serie de pasos:

- Un examen previo para decidir si un proyecto requiere un estudio de impactos y hasta que nivel de detalle.
- Un estudio preliminar, que sirve para identificar los impactos clave y su magnitud, significado e importancia.
- Una determinación de su alcance, para garantizar que la EIA se centre en cuestiones clave y determinar donde es necesaria una información más detallada.
- El estudio en sí, consistente en meticulosas investigaciones para predecir y/o evaluar el impacto, y la propuesta de medidas preventivas, protectoras y correctoras necesarias para eliminar o disminuir los efectos de la actividad en cuestión (SANTILLAN, R. 2005).

3. **Estudio de impacto ambiental**

En el estudio técnico resultado de un trabajo de características disciplinario. Baez y Acuña 1998, señalan que: los estudios de impacto ambiental (ESIA), son uno de los métodos más efectivos para determinar cuánto un proyecto será sostenible, y si lo es, para elaborar las medidas a tomar para garantizar que seguirá siendo sostenible. Debidamente aplicados las EIA pueden minimizar el deterioro de los recursos naturales y la degradación ambiental o social que normalmente acompaña a todo desarrollo.

Un estudio de impactos ambientales deberá contener los siguientes pasos:

- Descripción del proyecto y sus actividades
- Diagnóstico ambiental (línea base)
- Área de influencia
- Identificación, valoración y evaluación de impactos ambientales
- Plan de manejo ambiental
- Adicionalmente resumen ejecutivo, índice, anexos y referencias bibliográficas (YUCTA, P. 2002).

4. Matriz Lázaro Lagos

La matriz Lázaro Lagos, para la evaluación de impactos ambientales se obtuvo a partir de las matrices Leopold y Batelle-Columbus, todo gracias al ingenio del científico cubano Lázaro Lagos que modificó las mencionadas matrices para transformarse en un método fácil, rápido y sencillo que permite al investigador generar información precisa.

La matriz está determinada en primera instancia por los componentes ambientales que están siendo afectados o estudiados como: agua, aire, suelo, flora, fauna, entre otros. Así como también las actividades que se realizan dentro del proyecto, para posteriormente desembocar en los impactos generados. Para la evaluación de los componentes mencionados se han determinado nueve criterios de evaluación que son: la naturaleza, magnitud, importancia, certeza, tipo, reversibilidad, duración, tiempo en aparecer, considerado en el proyecto, al final obtendremos la ponderación y para la muestra de resultados se utiliza la matriz de cuantificación de los impactos ambientales.

K. ANÁLISIS ECONÓMICO FINANCIERO

1. Inversiones en el periodo pre-operacional

Las inversiones realizadas antes de la puesta en marcha del proyecto se clasifican en tres grupos:

- Inversiones en activos fijos
- Inversiones en activos diferidos
- Inversiones en capital de trabajo

a. Inversiones en activos fijos

Las inversiones en activos fijos son todas aquellas que se realizan en los bienes tangibles que se utilizarán en el proceso de transformación de las materias primas o que sirvan de apoyo a la operación normal del proyecto.

Constituyen activos fijos, los terrenos y recursos naturales; las obras físicas (cabañas, restaurantes, centros de información oficinas, vías de acceso, estacionamientos, bodegas, etc.).

El equipamiento (maquinaria, muebles, herramientas, vehículos, menaje, accesorios y decoración en general) y la infraestructura de servicio de apoyo (Instalaciones: agua potable, alcantarillado, red eléctrica, comunicaciones, energía, etc.).

Para efectos contables, los activos fijos, excepto los terrenos, están sujetos a depreciación (Disminución en el precio o valor de una cosa). El terreno normalmente tiende a aumentar de precio por el desarrollo urbano a su alrededor (YUCTA, P. 2002).

b. Inversiones en activos diferidos

Las inversiones en activos diferidos constituyen inversiones intangibles susceptibles de amortizar. Los principales elementos que conforman esta inversión son los gastos de constitución, estudios de factibilidad, las patentes y licencias, los gastos de puesta en marcha y ventas, la capacitación, los imprevistos, los intereses y cargos financieros pre-operativos. Los gastos de constitución corresponden a los gastos legales que implican la conformación jurídica de la empresa que se creará para operar el proyecto.

Los gastos de patentes y licencias, corresponden al pago por derecho a uso de una marca, proceso productivo y a los permisos municipales, autorizaciones notariales y licencias generales que certifiquen el funcionamiento del proyecto.

Los gastos de puesta en marcha, son todos aquellos que deben realizarse al iniciar el funcionamiento de las instalaciones, tanto en la etapa de pruebas preliminares como en las

del inicio de la operación y hasta que alcance un funcionamiento adecuado. Se incluirán como gastos de prueba en marcha, los pagos en remuneraciones, arriendos, publicidad, seguros y cualquier otro gasto que se realice antes del inicio de la operación.

Los gastos de capacitación consisten en aquellos tendientes a la instrucción, adiestramiento y preparación del personal para el desarrollo de las habilidades y conocimientos que deben adquirir con anticipación a la puesta en marcha del proyecto.

Los imprevistos, la mayoría de los proyectos consideran un rubro especial para afrontar aquellas inversiones no consideradas en los estudios y para contrastar posibles contingencias. Su magnitud suele calcularse como un porcentaje del total de inversiones (YUCTA, P. 2002).

c. Inversiones en capital de trabajo

La inversión en capital de trabajo constituye el conjunto de recursos necesarios, en la forma de activos corrientes, para la operación normal del proyecto durante un ciclo productivo, para una capacidad y tamaño determinados (YUCTA, P. 2002).

d. Calendario de inversiones

Además de los datos de las inversiones iniciales en activos fijos, diferidos y capital de trabajo del proyecto, se debe elaborar un calendario de inversiones previas a la operación, que identifique los montos para invertir en cada periodo anterior a la puesta en marcha del proyecto (YUCTA, P. 2002).

e. Indicadores financieros

La evaluación de proyectos consiste en comparar los beneficios proyectados asociados a una decisión de inversiones con su correspondiente corriente proyectada de desembolsos.

Esto no es otra cosa que el flujo de caja estimado del proyecto. La evaluación de un proyecto se realiza con dos fines posibles:

- Tomar una decisión de aceptación o rechazo, cuando se estudia un proyecto específico.
- Decidir el ordenamiento de varios proyectos en función de su rentabilidad cuando estos son mutuamente excluyentes o existe racionamientos de capitales cualquiera sea el caso, las técnicas empleadas son las mismas aunque para esta última se requieren consideraciones especiales de interpretación de los resultados comparativos entre proyectos (CHIAN, N. 2011).

2. Valor actual neto (VAN)

El VAN se basa en las técnicas del F de F descontado. Su implementación consta de varios pasos. Primero debe encontrarse el VA de c/flujo, incluyendo tanto los de entrada como los de salida, descontados al costo del capital del proyecto. Segundo, deben sumarse estos flujos para obtener el VAN del proyecto.

$$\text{VAN} = \frac{\text{Flujo Neto}_t}{\sum (1+k)^t}$$

Si el van es positivo, el proyecto debería ser aceptado, mientras que si es negativo debería ser rechazado. Un VAN igual a cero significa que los F de F del proyecto son justa//suficientes para reembolsar el capital invertido y para proporcionar la tasa requerida de rendimiento s/ ese capital. Si un proyecto tiene un VAN positivo, entonces estará

generando más efectivo del que se necesita para reembolsar su deuda y para proporcionar el rendimiento requerido a los accionistas, y este exceso de efectivo se acumulará exclusiva// para los accionistas de la empresa. Por lo tanto si la empresa toma un proyecto con VAN positivo, la posición de los accionistas se verá mejorada (BIRMIHAM, WESTON. 2013).

3. Tasa interna de retorno (TIR)

La TIR se define como aquella tasa de descuento que iguala el valor actual de los flujos de entrada esperados de un proyecto con el valor actual de sus costos esperados.

$$\text{VA flujos de entrada} = \text{VA costos de inversión}$$

$$\text{VAN} = 0 = \sum \frac{\text{Flujo Neto}_t}{(1+\text{TIR})^t}$$

Obsérvese que la fórmula de la TIR es simple, la fórmula del VAN, resuelta para obtener la tasa particular de descuento que hace el VAN igual a cero. En matemática los métodos del VAN y la TIR siempre conducirán a las mismas decisiones de aceptación, en el caso de proyectos independientes. Sin embargo el VAN y la TIR pueden conducir a conflictos cuando se aplican a proyectos mutua excluyentes.

Si la TIR es superior al costo de los fondos que se usaron para financiar el proyecto, quedará un superávit después de que se haya pagado el capital, y dicho superávit se acumulará para los accionistas. Es precisa esta característica de punto de equilibrio lo que hace que la TIR sea útil al evaluar proyectos de capital (BIRMIHAM, WESTON. 2013).

4. Relación costo beneficio (RBC)

El análisis costo-beneficio es una herramienta financiera que mide la relación entre los costos y beneficios asociados a un proyecto de inversión con el fin de evaluar se rentabilidad, entendiéndose por proyecto de inversión no solo como la creación de un nuevo negocio, sino también, como inversiones que se pueden hacer en un negocio en marcha tales como el desarrollo de nuevo producto o la adquisición de nueva maquinaria.

Mientras que la relación costo-beneficio (B/C), también conocida como índice neto de rentabilidad, es un cociente que se obtiene al dividir el Valor Actual de los Ingresos totales netos o beneficios netos (VAI) entre el Valor Actual de los Costos de inversión o costos totales (VAC) de un proyecto.

$$B/C = VAI / VAC$$

El análisis de la relación B/C, toma valores mayores, menores o iguales a 1, lo que implica que:

- $B/C > 1$ implica que los ingresos son mayores que los egresos, entonces el proyecto es aconsejable.
- $B/C = 1$ implica que los ingresos son iguales que los egresos, entonces el proyecto es indiferente.
- $B/C < 1$ implica que los ingresos son menores que los egresos, entonces el proyecto no es aconsejable (GÓMEZ, G. 2011).

VI. MATERIALES Y MÉTODOS

A. CARACTERIZACIÓN DEL LUGAR

1. Localización

El proyecto de titulación se elaboró en el cantón Santa Cruz, puerto Ayora, provincia Galápagos.

2. Ubicación geográfica

Latitud: 0°32'22"

Longitud: 90°31'26"

Altitud: 864 m.s.n.m.

3. Características climáticas

Promedio anual de temperatura: 18 a 30 °C

Precipitación anual: 300 mm (Hamann 1981)

4. Clasificación Ecológica

Según Cañadas – Cruz (1983) corresponde a las zonas de vida: matorral desértico Tropical, monte espinoso Tropical, monte espinoso Pre Montano, bosque seco Pre Montano.

5. Características del suelo

El origen de las Islas Galápagos es volcánico, las islas son el resultado de erupciones de lava desde el interior del océano que las elevaron más de 790 metros sobre el nivel del mar. Por esto la lava de los más de 2000 cráteres ha continuado alterando el relieve de la región.

El 70% de la superficie del archipiélago está formada por roca volcánica desnuda, los suelos en su mayoría son superficiales, las zonas húmedas llegan a una profundidad de 2.8m. el PH es ligeramente ácido a neutro y contiene medianamente nitrógeno y bajo fósforo potasio.

Santa Cruz se compone geológicamente de dos partes muy diferenciadas, la más joven y adicionalmente por porción más grande es un extenso escudo de lava basáltica, oval, a la que se sobrepone un grupo de conos de escoria jóvenes. La porción más antigua constituye una estrecha franja a lo largo de la costa noreste formada de corrientes y tobas de lava submarina provenientes alternadas con roca caliza fosilizada (MICHAEL, J. 1997).

B. MATERIALES Y EQUIPOS

1. Equipos

- Cámaras Fotográficas
- Computadora
- Impresora
- Equipo de Camping
- G.P.S. otros.

2. Materiales

- Cartas cartográficas
- Guía de campo
- Resma de papel Bond
- Fichas de campo
- Libreta de campo
- Copias
- Esferos
- CDs
- Esferográficos
- Lápiz
- Minas
- borrador
- Portaminas

- Baterías, pilas
- otros.

C. METODOLOGÍA

Para el cumplimiento de los objetivos específicos planteados anteriormente se utilizó la siguiente metodología:

1. Evaluar el potencial turístico del cantón Santa Cruz

a. Diagnóstico de la situación turística del cantón Santa Cruz

Se realizó un análisis de fuentes de información secundarias y primarias relacionadas con los aspectos: físico-espacial, político –administrativo, sociocultural, económico-productivo del cantón Santa Cruz.

b. Validación del inventario de atractivos turísticos

Se validó la información de los atractivos turísticos aptos para el desarrollo de la actividad turística en el cantón Santa Cruz, de la tesis Implementación de una operadora de turismo y agencia de viajes en puerto Ayora, cantón Santa Cruz, provincia de Galápagos, la misma que fue elaborada en el año 2012 por la Ing. María Vargas.

c. Análisis situacional: elaboración de la Matriz FODA

Se determinó la situación turística del cantón a través de la elaboración de la matriz FODA en donde se identificarán las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas, realizando así un análisis interno y externo del cantón.

d. Matriz CPES

Se determinó los problemas y posibles soluciones del cantón Santa Cruz por medio de la matriz CPES en donde se demostró las causas, problemas, efectos y soluciones.

2. Determinar la viabilidad comercial del producto turístico

Para el cumplimiento de este objetivo, se tomó en cuenta el siguiente aspecto.

a. Estudio de mercado

1) Análisis de la oferta

El análisis de la oferta turística se efectuó en base a sus dos componentes que son:

a) Análisis de la oferta turística actual

Para determinar la oferta turística del cantón se acudió a fuentes de información secundaria tales como catastro turísticos y se realizó un análisis en base a los componentes del sistema turístico como son: actividades/atractivo, infraestructura, planta turística y superestructura del cantón.

En la planta turística en lo referente a hospedaje se calculó la tasa de ocupación de los establecimientos prestadores de este servicio, para lo cual se empleó la siguiente fórmula:

$$T_o = \frac{\Sigma \text{ total de huéspedes}}{\text{total de plazas disponibles x días}} * 100$$

b) Análisis de la competencia

Para determinar la competencia y en qué porcentaje se encuentran el mercado, se identificó a las diferentes operadoras y agencias del cantón Santa Cruz, que en su oferta incluyan productos vinculados con atractivos del cantón. Con la finalidad de conocer cuáles son las fortalezas, amenazas y debilidades para lo cual se analizarán los siguientes aspectos:

- Quiénes son, cuántos son, dónde están (emplazamiento) y cómo ofrecen sus servicios.
- Ventaja y desventajas en cuanto al precio, calidad, agilidad, amabilidad entre otros, es decir clarificar las ventajas competitivas.
- Segmento de mercado que atiende y su participación porcentual en ese mercado.
- Información relacionada al nivel de las ventas de la competencia y el tipo de clientes que atiende.
- Tipo de tecnología que aplican y capacidad instalada.
- De qué manera utiliza los mecanismos de promoción y publicidad, por ejemplo conocer a fondo sus catálogos de servicios y canales de comunicación con su clientela.
- Conocimiento de la oferta de sus servicios, las formas de prestación y pago de los mismos. (TIERRA, 2011)

1) **Análisis de la demanda**

- **Determinación del universo y muestra de estudio**

Se tomó como universo de estudio a los turistas nacionales y extranjeros que visitaron el cantón Santa Cruz en el año 2013. Para obtener la muestra se utilizó la fórmula de Cannavos (1998) dispuesta a continuación.

Dónde:

N = Universo de estudio:

$p = 0.5$ Probabilidad ocurrencia de un evento

q = 0.5 Probabilidad de no ocurrencia de un evento

e = 0,08 Margen de error

k = 1,75% Margen de confiabilidad

n = Tamaño de muestra

$$n = \frac{N.(p.q)}{(N-1)\left(\frac{e}{k}\right)^2 + (p.q)}$$

2) Aplicación de encuestas

El instrumento empleado para el análisis de la demanda fué el cuestionario y como técnica la encuesta la misma que se utilizará con preguntas abiertas y cerradas en el idioma español e inglés (Ver Anexo N°01 y 02)

El número de encuestas a ser aplicadas se determinó de acuerdo al resultado que arroje el cálculo de la muestra.

Las encuestas fueron aplicadas a los turistas nacionales y extranjero que visitaron el cantón

3) Proyección de la demanda

La proyección de la demanda se la efectuó empleando la fórmula del incremento compuesto.

$$C_n: C_o (1+i)^n$$

En donde:

Cn: año a proyectar (2014-2018)

Co: demanda actual: turistas nacionales y extranjeros

I: incremento de turismo nacional e internacional (14%) MINTUR (2013)

N: el año a proyectarse (1-5)

4) Proyección de la demanda objetivo

Se realizó el análisis comparativo entre la demanda y la oferta, basado en las proyecciones de los mismos.

5) Determinación de la cuota objetivo

Se determinó la cuota objetivo para la implementación del proyecto de acuerdo a la capacidad instalada y comprobar la factibilidad del producto.

6) Confrontación oferta vs. Demanda.

Se realizó la confrontación de la oferta vs la demanda a través del cálculo de la demanda insatisfecha y el cálculo de la demanda objetivo.

3. Determinar la viabilidad técnica del producto turístico

El estudio técnico se realizó basándose en los resultados del estudio de mercado y considerando las variables representativas del mismo como son:

a. Planificación estratégica de la empresa

1) Visión

2) Misión

- 3) Objetivos
- 4) Políticas de acción

b. Marca empresarial

- 1) Determinar el color de identificación de la empresa
- 2) Elaborar el slogan de la empresa
- 3) Elaborar el logotipo de la empresa

c. Determinación del Producto

Se definió el producto (paquetes, rutas/circuitos turísticos) considerando los datos que se obtuvieron en del estudio de mercado. Además se elaboró un análisis del producto mediante:

- 1) Las líneas, la variedad de producto que se ofertó,
- 2) Los servicios adicionales o complementarios,
- 3) La calidad que es el servicio que propicia la satisfacción del cliente y trata de superar las expectativas del usuario,
- 4) El precio, tomando en cuenta la competencia, los costos de producción, el perfil del cliente y sus necesidades, etc.,

d. Canales de distribución

En este punto se determinó el camino que siguió el producto o servicio desde el prestador del servicio hasta el consumidor final:

- 1) Productor Consumidor final
- 2) Productor Intermediario Consumidor final
- 3) Productor Detallista Consumidor final.

e. Estrategias de promoción y publicidad

- 1) Diseño de material promocional
- 2) Medio publicitario para la empresa

f. Definición del proceso de producción del producto

Se lo representó mediante manual de procedimientos, iconografías internacionales, diagramas de flujo, tomando en cuenta que el proceso comercial es la forma en que una serie de productos terminados, listos para el consumo mediante la combinación de:

- 1) Flujogramas del proceso productivo
- 2) Requerimientos de instalaciones
- 3) Requerimiento de maquinaria, equipos y mobiliario, etc.

4. Determinar la viabilidad ambiental y social del producto turístico

Para el cumplimiento de este objetivo, se utilizará lo siguiente:

Mediante la Matriz de Lázaro Lagos se establecerá el nivel de impacto socio – ambiental que ocasionará la actividad turística dentro del cantón Santa Cruz, examinando variables de: suelo, agua, aire, flora, fauna, social y económico, teniendo como parámetros de evaluación los siguientes:

COMPONENTES A EVALUAR	VALORACIÓN
Naturaleza: Dependiendo si el impacto es positivo o negativo	Se marcará con (+) si es positivo y si es negativo con (-)
Magnitud: Se determina a través de los siguientes rangos	1. Baja intensidad 2. Moderada intensidad

	3. Alta intensidad
Importancia: Se determina a través de cuatro rangos de evaluación	0. Sin importancia 1. Menor importancia 2. Moderada importancia 3. Importante importancia
Certeza: Se determina a través de tres rangos definidos con letras	C. Si el impacto ocurrirá con una probabilidad de 75% D. Si el impacto ocurrirá con una probabilidad de entre 50 a 75% I. Si se requiere de estudios específicos para evaluar la certeza del impacto
Tipo: Se define a través de	(Pr): Primario (Sc): Secundario (Ac): Acumulativo
Reversibilidad: Puede ser de dos tipos	1. Reversible 2. Irreversible
Duración: Se determina a través del tiempo	1. Corto plazo 2. Mediano plazo 3. Largo plazo
Tiempo en aparecer: Determinado también por el tiempo	C. Corto plazo M. Mediano L. Largo plazo
Considerado en el proyecto: Se define por las alternativas	S. Si el impacto es considerado N. Si el impacto no fue considerado

Fuente: Lázaro Lagos

Posterior a esto se identificarán estrategias para la mitigación de los impactos ambientales negativos de mayor incidencia.

5. Definir la viabilidad legal – administrativo del producto turístico

Para el cumplimiento de este objetivo se realizó lo siguiente:

Para el estudio legal, se tomó en cuenta el marco legal y la normativa relacionada con el sector turístico para la legalización y el funcionamiento del producto, además se revisará información vinculada con:

- Constitución Política de la República del Ecuador.
- Ley de Turismo.
- Ley de compañías.
- Ley de economía solidaria, entre otras.

Al finalizar este análisis se establecerá la figura legal más viable a adoptar para la operación del producto, considerando además el desglose de requisitos y procedimientos para su legalización.

Dentro del estudio administrativo se determinará los siguientes aspectos:

- El organigrama estructural
- El organigrama funcional.
- Talento humano (definición de personal necesario para la administración y operación).
- Manual de funciones de cada área y del personal.
- Manual de operación (proceso, procedimiento, flujograma de procesos y herramienta operativa).
- Reglamento y normativa.

6. Determinar la viabilidad económica – financiera del producto turístico

Para el cumplimiento de este objetivo, se tomará en cuenta lo siguiente:

g. Estudio económico

Se realizó tomando en cuenta los gastos y costos de inversión del producto, remuneraciones del personal y otras condiciones económicas, este estudio consideró los siguientes componentes: activos fijos, activos diferidos y las inversiones en capital de trabajo que son los gastos que necesita el proyecto para ejecutarse, además de los gastos de mantenimiento, las proyecciones de ventas y las utilidades.

h. Evaluación financiera

Se determinó la rentabilidad de la inversión y se calculó los indicadores de rentabilidad.

- RBC (relación costo beneficio)
- VAN (valor neto actual)
- TIR (tasa interna de retorno)

Fuente: www.google.com/ubicaciónelascalápagos-ecuador

b. Delimitación del cantón Santa Cruz

- **Norte:** Isla Baltra
- **Sur:** Isla Floreana
- **Este:** Isla San Cristóbal
- **Oeste:** Isla Santiago

Mapa 2. Ubicación del cantón Santa Cruz



Fuente: www.google.com/ubicacióngeograficadelcantónsantacruz

c. Hidrografía

El agua dulce es un recurso dinámico. Las zonas habitadas insulares se establecieron y han crecido notablemente sin poner atención al manejo integrado de este importante elemento. No se han tomado en cuenta las relaciones entre las lluvias, los escurrimientos, el agua salobre, la contaminación, la zona agrícola y los predios del Parque Nacional. En realidad,

todos estos elementos están relacionados entre sí por el ciclo del agua y actualmente la situación es muy compleja. (d'Ozouville, 2007).

Las fuentes de agua superficial son escasas debido a las particularidades geológicas de la isla, al ser una isla de origen basáltico (lava porosa) con un alto grado de fracturamiento, causa que se presente una infiltración acelerada y las zonas de acumulación de agua sean solo temporales. (d'Ozouville, 2007).

En Santa Cruz existen 32 cuencas hidrográficas principales con superficies que varían entre los 5 km² y 50 km². La mayoría de ellas se extienden desde el punto más alto de la isla, Cerro Crocker, hacia el mar. No existen ríos perennes, solo escurrimientos eventuales en épocas de inviernos o garúas fuerte. (d'Ozouville, 2007).

d. Orografía

El cantón Santa Cruz de igual forma que las islas que comprenden el Archipiélago Galápagos son de origen volcánico, se componen geológicamente de dos partes muy diferenciadas, la más joven y la parte más grande es un extenso escudo de lava basáltica, oval, a la que se sobrepone un grupo de conos de escoria jóvenes. La porción más antigua constituye una estrecha franja a lo largo de la costa noreste formada de corrientes y toba de lava submarina provenientes alternadas con roca caliza fosilizada. (Vargas M, 2012).

2. Análisis Ecológico – Territorial

a. Clima

El cantón Santa Cruz presenta varios pisos climáticos. En la primera franja, en las playas a cero metros sobre el nivel del mar la temperatura es de 21°C, conforme se va ascendiendo en una segunda faja, la temperatura va bajando, de manera que a los 200 m.s.n.m. la temperatura es de 19°C, en la tercera faja a 400 m.s.n.m. la temperatura es de 17°C y en la cuarta faja a 450 m.s.n.m. la temperatura es inferior a 17°C. (Vargas M, 2012).

b. Clasificación ecológica

Según Cañadas – Cruz (1983), citado por Vargas, M (2012), corresponde a las zonas de vida: matorral desértico Tropical, monte espinoso Tropical, monte espinoso Pre Montano, bosque seco Pre Montano, con una temperatura promedio de 18 a 30 °C y una precipitación anual de 300 mm.

c. Biodiversidad

Las islas Galápagos constituyen uno de los archipiélagos oceánicos más grandes, complejos, diversos y mejor conservados en términos ecológicos que existen en el planeta. Por su localización geográfica, la influencia de varias corrientes marina y la intersección entre varias placa tectónicas en movimiento, cuenta con una gran diversidad biológica terrestre y marina, con niveles importantes de endemismo de su flora y fauna. (SENPLADES, 2010).

d. Conservación

Las Islas Galápagos son una de las áreas silvestres más protegidas en el mundo. Los esfuerzos de conservación que se practican en las islas son increíblemente completos y ambiciosos, y tratan de proteger la flora y la fauna, únicas de las islas.

Esto no siempre fue así. Pues en la historia de la mayoría de los asentamientos humanos en las islas, poco se hizo para proteger la vida silvestre o sus hábitats. En los siglos 17 y 18, los marineros capturaban tortugas gigantes, para utilizarlas como fuente de alimento en viajes largos. Más tarde, los cazadores diezmaron la población de focas.

Luego en el siglo 19 y 20, la introducción de plantas y animales foráneos, como cabras, ratas, gatos y perros, disminuyó la población de especies nativas. Más de la mitad de todas

las especies de las Galápagos están consideradas en peligro o amenazadas. Sin embargo, sólo una pequeña fracción se ha extinguido.

Estas tendencias hubiesen continuado, si no sería por los esfuerzos del gobierno ecuatoriano, la población local y los grupos internacionales de conservación. Juntos, estos grupos se han unido para proteger las islas. Esto comenzó en la década de 1930, cuando algunas islas estaban protegidas para el desarrollo y la agricultura por nuevas leyes. En 1959, el 97 por ciento de la superficie terrestre de las islas fue puesto bajo la protección del nuevo Parque Nacional Galápagos. En 1979, el parque fue declarado Patrimonio de la Humanidad por la UNESCO. En 1986, una reserva marina se estableció, y ahora cubre un radio de 40 millas náuticas (75 km.) alrededor de las islas. Dentro de esta área, la pesca industrial está prohibida.

Para conservar la maravilla natural de las islas, una serie de estrictas reglas han sido promulgadas. La nueva Ley Especial de Galápagos, limita estrictamente el número de extranjeros y ecuatorianos que pueden desplazarse a las islas, con lo cual se lucha contra la expansión y el hacinamiento. Para los que viven en las islas, hay reglas estrictas acerca de la construcción y el uso de los recursos. Los visitantes deben seguir una serie de normas, incluida la prohibición de tocar la flora y la fauna. Los incendios son prohibidos dentro de los límites del parque. Todos los barcos que visitan la isla deben ir acompañados de un guía certificado.

Los funcionarios del parque, grupos internacionales y personas locales han trabajado no sólo para detener el daño a la flora y la fauna locales, sino también para revertir el daño que ya se ha hecho. En primer lugar, los funcionarios del parque han trabajado para eliminar las especies introducidas, que causaron estragos en la fauna y la flora nativas. Esto se ha llevado a cabo sobre todo por la caza de las especies introducidas, y ha habido algunos éxitos notables: las cabras han sido erradicadas de varias islas, mientras que miles de perturbadores jabalíes se han retirado de la isla Santiago.

Mientras tanto, los programas de cría en cautiverio, están restaurando algunas especies que se acercaban peligrosamente a la extinción. El enfoque de estos programas ha sido sobre las tortugas de mar, los primeros animales en las islas Galápagos en ser objeto de caza. En la Isla Pinta, sólo una tortuga se mantuvo, pero ahora hay una floreciente y creciente población. Estos proyectos son financiados en parte, por los ingresos obtenidos del turismo (Si se puede Ecuador, 2012)

e. Paisaje Natural

La potencialidad estética del ambiente natural de este ecosistema es único, la transición existente hace que el paisaje de las islas se convierta en uno de los mejores lugares a conocer a nivel mundial, al igual que la riqueza y gran variedad de especies de flora y fauna que han permitido que la población tome conciencia para el cuidado del mismo. (Vargas M, 2012).

f. Flora

La flora está constituida básicamente por especies herbáceas destacándose entre estas:

Cuadro N° 01. Plantas de la zona costera

NOMBRE COMÚN	NOMBRE CIENTÍFICO
Arrayancillo	<i>Maytenus octogona</i>
Atrilex peruviana	<i>Atrilex peruviana</i>
Cacabus	<i>Cacabus miersii</i>
Ipomoea	<i>Ipomoea pes – caprae</i>
Hierba escorpión	<i>Heliotropium curassavicum</i>
Mangle rojo	<i>Rhizophora mangle</i>
Mangle negro	<i>Avicennia germinans</i>
Mangle blanco	<i>Laguncularia racemosa</i>
Mangle botón	<i>Conocarpus erecta</i>
Monte salado	<i>Cryptocarpus pyriformis</i>

Uva de playa	<i>Scaevola plumeri</i>
Sesuvium	<i>Sesuvium spp.</i>

Fuente: “Galápagos una historia natural”, Michael H. Jackson, 2006.

Elaborado por: Diana Vásquez

Cuadro N° 02. Plantas de la zona árida y de transición

NOMBRE COMÚN	NOMBRE CIENTÍFICO
Amargo	<i>Castela galapageia</i>
Acacia	<i>Acacia spp.</i>
Algodón	<i>Gossypium barbadense</i>
Algarrobo	<i>Prosopis juliflora</i>
Cacto de lava	<i>Brachycereus nesioticus</i>
Caco	<i>Erythina velutina</i>
Cacho de chivo	<i>Tribulus cistoides</i>
Candelabro	<i>Jasminocereus thouarsii</i>
Chala	<i>Crotón scouleri</i>
Chamaesyce	<i>Chamaesyce spp.</i>
Espino	<i>Scutia pauciflora</i>
Flor de la pasión	<i>Passiflora foetida</i>
Grabowskia	<i>Grabowskia boerhaviaefolia</i>
Mollugo	<i>Mollugo spp.</i>
Monte colorado	<i>Alternanthera spp.</i>
Matazarno	<i>Piscidia carthagenesis</i>
Manzanillo	<i>Hippomane mancinella</i>
Momordica	<i>Momordica charantia</i>
Muyuyo	<i>Cordia lutea</i>
Lantana	<i>Lantana pedunculari</i>
Lecocarpus	<i>Lecocarpus pinnatifidus</i>
Lechoso	<i>Scalesia spp.</i>
Licium	<i>Lycium mínimum</i>

Guayabillo	<i>Psidium galapageium</i>
Rodilla de caballo	<i>Clerodendrum molle</i>
Romerillo	<i>Macraea laricifolia</i>
Orchilla	<i>Roccella babingtonii</i>
Palo santo	<i>Bursera graveolens</i>
Palo santo	<i>Bursera malacophylla</i>
Palo verde	<i>Parquinsonia aculeata</i>
Pega pega	<i>Pisonia floribunda</i>
Sicyocaulis	<i>Sicyocauli pentagonus</i>
Tiquilia	<i>Tiquilia spp.</i>
Tomatillo de galápagos	<i>Lycopersicon cheesmanii</i>
Tuna	<i>Opuntia spp.</i>
Waltheria	<i>Waltheria ovata</i>

Fuente: “Galápagos una historia natural”, Michael H. Jackson, 2006

Elaborado por: Diana Vásquez

Cuadro N° 03. Plantas de la zona húmeda

NOMBRE COMÚN	NOMBRE CIENTÍFICO
Azolla	<i>Azolla microphylla</i>
Cacaotillo	<i>Miconia rabinsoniana</i>
Darwiniotamus	<i>Darwiniothamnus tenuifolius</i>
Helecho de árbol	<i>Cyathea weatherbyana</i>
Helecho	<i>Pteridium aquilinum</i>
Huaycundo	<i>Tillandsia insularis</i>
Lechoso	<i>Scalecia pedunculata</i>
Licopodio	<i>Lycopodium spp.</i>
Muérdago de Galápagos	<i>Phoradendron henslovii</i>
Orquídea	<i>Epidendrum spicatum</i>
Peperomia	<i>Peperomia spp.</i>

Turnefortia	<i>Tournefortia pubescens</i>
Tacshi	<i>Pernettya howeli</i>
Uña de gato	<i>Zanthoxylum fagara</i>

Fuente: “Galápagos una historia natural”, Michael H. Jackson, 2006

Elaborado por: Diana Vásquez

g. Fauna

La fauna de Galápagos es la más admirada, tanto por su endemismo, diversidad de especies, y la alta especialización adaptativa. Aunque toda la fauna de las islas tiene sus ancestros en la zona continental, esta ha evolucionado de manera aislada durante más de 4 millones de años. Con respecto a la fauna terrestre en las islas existen 17 especies de mamíferos, 152 aves, 22 reptiles y cerca de 2000 invertebrados. (ECOLAP Y MAE, 2007).

Dentro de la reserva marina se encuentran 23 especies de ballenas y delfines, de las cuales 11 son las más comunes, como el delfín nariz de botella y la ballena bryde, además de especies endémicas como el lobo marino de Galápagos. (IGM, 2010).

Cuadro N° 04. Especies de Reptiles

NOMBRE COMÚN	NOMBRE CIENTÍFICO
Galápagos (tortuga gigante)	<i>Geochelone elephantopus</i>
Iguana terrestre de Galápagos	<i>Conolophus subcristatus</i>
Iguana marina	<i>Amblyrhynchus cristatu</i>
Tortuga verde del pacífico	<i>Chelonia mydas</i>
Culebra marina	<i>Pelamis platurus</i>
Culebra de galápagos	<i>Philodrya sp. Alsophis spp.</i>
Lagartija de lava	<i>Tropidurus spo.</i>
Geco (salamanquesa)	<i>Phyllodactylus spp.</i>

Fuente: “Galápagos una historia natural”, Michael H. Jackson, 2006

Elaborado por: Diana Vásquez

Cuadro N° 05. Especies de aves marinas

NOMBRE COMÚN	NOMBRE CIENTÍFICO
Albatros de Galápagos	<i>Diomedea irrorata</i>
Cormorán no volador	<i>Nannopterum harrii</i>
Fragata real	<i>Fregata magnificens</i>
Fragata común	<i>Fregata minor</i>
Gaviota de cola bifurcada	<i>Creagrus furcatus</i>
Gaviota de lava	<i>Larus fuliginosus</i>
Nodi o gaviota pardo	<i>Anous stolidus</i>
Gaviota de Franklin	<i>Larus pipixcan</i>
Gaviotín tizado	<i>Sterna fucata</i>
Gaviotín real	<i>Thalasseus</i>
Pata pegada	<i>Pterodroma phaeopygia</i>
Pájaro tropical o piloto	<i>Phaethon aethreus</i>
Petrel de Galápagos	<i>Oceanodroma tethys</i>
Petrel de Madeira	<i>Oceanodroma castro</i>
Petrel de Elliot	<i>Oceanites gracilis</i>
Pelícano café	<i>Pelecanus occidentalis</i>
Pingüino de Galápagos	<i>Spheniscus mendiculus</i>
Piquero de patas azules	<i>Sula nebouxi</i>
Piquero enmascarado	<i>Sula dactylatra</i>
Piquero de patas rojas	<i>Sula sula</i>
Pufino	<i>Puffinus l'herminieri</i>

Fuente: “Galápagos una historia natural”, Michael H. Jackson, 2006

Elaborado por: Diana Vásquez

Cuadro N° 06. Especies de Aves costeras y migratorias

NOMBRE COMÚN	NOMBRE CIENTÍFICO
Andarríos vagabundo	<i>Heteroscelus incanus</i>
Cerceta aliazul	<i>Anas discors</i>
Chorlitejo semipalmado	<i>Charadrius semipalmatus</i>
Flamenco mayor	<i>Phoenicopterus ruber</i>
Falaropo norteño	<i>Lobipes lobatus</i>
Huaque o garza nocturna	<i>Nyctanassa violácea</i>
Garza morena	<i>Ardea herodias</i>
Garza blanca	<i>Casmerodius albus</i>
Garza vaquera	<i>Bubulcus ibis</i>
Garza de lava	<i>Butorides sundevalli</i>
Garcita estriada	<i>Butorides striatu</i>
Ostrero	<i>Haematopus palliatus</i>
Patillo	<i>Anas bahamensis</i>
Playero común	<i>Crocethia alba</i>
Tero real o changamé	<i>Himmantoups himantopus</i>
Vuelvepiedras	<i>Arenaria interpres</i>
Zarapito	<i>Numenius phaeopus</i>

Fuente: “Galápagos una historia natural”, Michael H. Jackson, 2006

Elaborado por: Diana Vásquez

Cuadro N° 07. Especies de aves terrestres

NOMBRE COMÚN	NOMBRE CIENTÍFICO
Cuclillo	<i>Coccyzus melacoryphus</i>
Cucuve de Galápagos	<i>Nesomimus parvulus</i>
Cucuve de Floreana	<i>Nesomimus trifaciatus</i>
Cucuve de Española	<i>Nesomimus macdonaldi</i>
Cucuve de San Cristóbal	<i>Nesomimus melanotis</i>
Canario María	<i>Dendroica petechia</i>

Gavilán de Galápagos	<i>Buteo galapagoensis</i>
Gallareta	<i>Neocrex erythrops</i>
Gallareta frentirroja	<i>Gallinula chloropu</i>
Garrapatero	<i>Crotophaga ani</i>
Golondrina de Galápagos	<i>Progne modesta</i>
Lechuza blanca	<i>Tyto punctissima</i>
Lechuza de campo	<i>Asio flammeus</i>
Pachay	<i>Lateralus spilonotus</i>
Paloma de Galápagos	<i>Zenaida galapagoensis</i>
Pájaro brujo	<i>Pyrocephalus rubinus</i>
Papamoscas de Galápagos	<i>Myiarchus magnirostris</i>

Fuente: “Galápagos una historia natural”, Michael H. Jackson, 2006

Elaborado por: Diana Vásquez

Cuadro N° 08. Especies de Pinzones de Darwin

NOMBRE COMÚN	NOMBRE CIENTÍFICO
Gran pinzón terrestre	<i>Geospiza magnirostris</i>
Gran pinzón de cacto	<i>Geospiza conirostris</i>
Gran pinzón arbóreo	<i>Camarhynchus psittacula</i>
Mediano pinzón terrestre	<i>Geospiza fortis</i>
Mediano pinzón arbóreo	<i>Camarhynchus pauper</i>
Pequeño pinzón terrestre	<i>Geospiza fuliginosa</i>
Pequeño pinzón arbóreo	<i>Camarhynchus parvulus</i>
Pinzón terrestre de pico agudo	<i>Geospiza difficilis</i>
Pinzón de cacto	<i>Geospiza conirotris</i>
Pinzón vegetariano	<i>Platypiza crassirostri</i>
Pinzón carpintero	<i>Camarhynchus pallidus</i>
Pinzón de manglar	<i>Camarhynchus heliobates</i>
Pinzón cantor	<i>Certhidea olivácea</i>

Fuente: “Galápagos una historia natural”, Michael H. Jackson, 2006

Elaborado por: Diana Vásquez

Cuadro N° 09. Mamíferos

NOMBRE COMÚN	NOMBRE CIENTÍFICO
Ballena jorobada	<i>Megaptera novaeangliae</i>
Ballena de aleta	<i>Balaenoptera physalus</i>
Ballena sei	<i>Balaenoptera borealis</i>
Ballena de Bryde	<i>Balaenoptera edeni</i>
Ballena minke	<i>Balaenoptera acutorostrata</i>
Ballena piloto	<i>Globicephata macrorhyncha</i>
Cachalote	<i>Physeter macrocephalus</i>
Delfín nariz de botella	<i>Tursiops truncatus</i>
Delfín común	<i>Delphinus delphis</i>
Murciélagos	<i>Lasiurus spp.</i>
Lobo marino	<i>Zalophus californianus</i>
Lobo peletero	<i>Arctocephalus galapagoensis</i>
Orca	<i>Orcinus spp.</i>
Ratas endémica	<i>Oryzomys and Nesoryzomys</i>

Fuente: “Galápagos una historia natural”, Michael H. Jackson, 2006

Elaborado por: Diana Vásquez

Cuadro N° 10. Especies de invertebrados terrestres

NOMBRE COMÚN	NOMBRE CIENTÍFICO
Abeja carpintera	<i>Xylocopa darwinii</i>
Araña cangrejo gigante	<i>Heteropoda venatoria</i>

Araña	<i>Selenops spp.</i>
Araña plateada	<i>Argiope argentata</i>
Araña estrella	<i>Gasteracantha servillei</i>
Chinche de agua	<i>Trichocorixa reticulata</i>
Caracol terrestre	<i>Bulimulus (Naesiotus) spp.</i>
Chinches cocos	<i>Coccidae</i>
Chinche marino	<i>Halobates robustus</i>
Ciempiés	<i>Scolopendra galapagoensis</i>
Damas pintadas	<i>Banessa carye, V. virginensis</i>
Escarabajo	<i>Trox suberosus</i>
Escarabajo maderero	<i>Stenodontes molarius</i>
Escarabajo terrestre	<i>Calosoma spp.</i>
Escarabajo tigre	<i>Cincindela spp.</i>
Esfinge verde	<i>Eumorpha labuscae</i>
Esfinge	<i>Hyles lineata</i>
Escorpión endémico	<i>Centruroides exsul</i>
Escorpión amarillo común	<i>Hadruroides lunatus</i>
Garrapata	<i>Ambyloma spp.</i>
Gorgojo	<i>Gersteckeria galapagoensis</i>
Hormiga carpintera	<i>Camponotus spp.</i>
Hormiga colorada	<i>Wasmannia auropunctata</i>
Jején picador	<i>Forcipomyia fuliginosa</i>
Mosquito	<i>Aedes taeniorhynchus</i>
Mosca picadora común	<i>Stomoxys calcitrans</i>
Tábano	<i>Tabanus vittiger</i>
Mariposa amarilla	<i>Phoebis sennae</i>
Mariposa plateada	<i>Agraulis vanillae</i>
Mariposa monarca	<i>Danaus plexippus</i>
Mariposa reina	<i>Danaus gilippus</i>
Mariposa azulada	<i>Leptodes parrhasioides</i>

Mariposa de cola larga	<i>Urbanus dorabtes</i>
Mantis religiosa	<i>Galapagia solitaria</i>
Polillas blancas	<i>Utethesia spp.</i>
Polilla noctuid	<i>Ascalapha odorata</i>
Polilla	<i>Atteva spp.</i>
Saltamontes de antenas cortadas	<i>Schistocerca melanocera</i>
Saltamontes	<i>Sphingonotus spp.</i>
Viuda negra	<i>Latrodectus apicalis</i>

Fuente: “Galápagos una historia natural”, Michael H. Jackson, 2006

Elaborado por: Diana Vásquez

Cuadro N° 11. Vida intermareal

NOMBRE COMÚN	NOMBRE CIENTÍFICO
Alga verde	<i>Ulva sp.</i>
Alga	<i>Centroceras sp.</i>
Alga	<i>Gelidium sp.</i>
Alga café grande	<i>Blossevillea galapagoensis</i>
Blenia cuatro ojos	<i>Dialomus fuscus</i>
Cangrejo fantasma	<i>Ocypode spp.</i>
Cangrejo ermitño	<i>Calcinus explorator</i>
Cangrejo ermitaño semiterrestre	<i>Coenobita compressus</i>
Camarón salino	<i>Artemia salina</i>
Canchalagua	<i>Chinton goodalli</i>
Erizo lapicero	<i>Eucidaris thouarsii</i>
Erizo verde endémico	<i>Lytecinus semiturberculatus</i>
Pequeño balano	<i>Tetraclita sp.</i>
Gran balano o bellota de mar	<i>Magabalanus galapaganus</i>
Sol de mar	<i>Heliaster spp.</i>
Zayapa	<i>Grapsus grapsus</i>

Fuente: “Galápagos una historia natural”, Michael H. Jackson, 2006

Elaborado por: Diana Vásquez

Cuadro N° 12. Vida marina

NOMBRE COMÚN	NOMBRE CIENTÍFICO
Atunes y bonitos	<i>Thunnus spp. Euthynnus spp. Sarda sp.</i>
Arenques o pinchaguas	<i>Opisthonema sp.</i>
Anchoveta	<i>Anchoa sp.</i>
Bacalao	<i>Mycteroperca olfax</i>
Carabalí	<i>Cirrhitus rivulatis</i>
Cachudo panza amarilla	<i>Sufflamen verres</i>
Chupa piedra	<i>Ophioblennius steindachneri</i>
Chopa penumbra	<i>Girella freminvillei</i>
Cirujano o chancho	<i>Prionurus laticlavus</i>
Estrella de mar gigante	<i>Luidia superba</i>
Erizo negro	<i>Diadema mexicanum</i>
Erizo suave	<i>Centrostrephanus coronatus</i>
Estrella del golfo	<i>Oreaster occidentalis</i>
Damisela cola amarilla	<i>Stegates arcifrons</i>
Gringo	<i>Paranthias colonus</i>
Ídolo moro	<i>Zanclus cornutus</i>
Manta	<i>Manta hamiltonii</i>
Langosta azul	<i>Panulirus gracilis</i>
Langosta roja	<i>Panulirus penicillatus</i>
Langostino	<i>Scyllarides astori</i>
Lisa	<i>Mugil spp.</i>
Morena pinta	<i>Mureana lentiginosa</i>

Palometa	<i>Seriola dorsalis</i>
Pez murciélago labio rojo	<i>Ogcocephalus darwini</i>
Peces voladores	<i>Exocoetidae</i>
Pez bandera	<i>Holocanthus passer</i>
Vieja arlequín	<i>Bodianus eclancheri</i>
Pez loro barba azul	<i>Scarus ghobban</i>
Rémora	<i>Remora remora</i>
Raya águila	<i>Aetoeatus narinari</i>
Raya dorada	<i>Rhinoptera steindacheri</i>
Raya sartén	<i>Dasyatis brevis</i>
Tambulero	<i>Sphoeroides annulatus</i>
Tiburón gato	<i>Heterodontus quoyi</i>
Tiburón ballena	<i>Rhincodon Typu</i>
Tintorera	<i>Triaenodon obesus</i>
Tiburón de aleta negra	<i>Carcharhynchus maculipennis</i>
Tiburón de Galápagos	<i>Carcharhynchus galapagoensis</i>
Tiburón tigre	<i>Galeocerdo cuvieri</i>
Tiburón martillo	<i>Shyrna spp.</i>
Vanera	<i>Lyropecten magnificens</i>

Fuente: “Galápagos una historia natural”, Michael H. Jackson, 2006

Elaborado por: Diana Vásquez

3. Análisis Socio – Cultural

a. Características básicas de la población

El cantón Santa Cruz cuenta con una población de 15.393 habitantes, de acuerdo al último Censo de Población y Vivienda de 2010, y en comparación con el Censo 2001, Santa Cruz es el cantón más poblado del Régimen Especial de Galápagos.

Cuadro N° 13. Comparación de Crecimiento Poblacional del Cantón Santa Cruz

Población por Sexo	Censo de Población y Vivienda 2001	Censo de Población y Vivienda 2010
Mujeres	5.133	7.561
Hombres	6.255	7.832
Total	11.388	15.393

Fuente: Censo de Población y Vivienda INEC, 2010

b. Migración

Galápagos ha experimentado una serie de movimientos migratorios, que se vienen manifestando desde 1950, obtuvo un importante y considerable crecimiento de la población o del número de residentes desde 1990 al año 2000, hasta aproximadamente al año 1998 que se detiene considerablemente el flujo migratorio, ya que dos años antes en 1996 la Constitución Política del Ecuador, vigente a esa fecha, (Art. 154) dispuso que la provincia de Galápagos tenga un Régimen Especial, y que para su protección puedan restringirse los derecho de libre residencia, propiedad y comercio. Con este sustento, en marzo de 1998, se aprobó la Ley de Régimen Especial para la Conservación y Desarrollo Sustentable de Galápagos. Dos años después, el Presidente de la República puso en vigencia el Reglamento Especial de Migraciones. Con la aplicación de la Ley del Régimen Especial para las islas Galápagos, se detiene el flujo migratorio de 6000 migrantes por año a 1000 migrantes de manera inmediata en ese mismo año (1998).

A pesar de la vigencia de la Ley Especial de Galápagos, en los últimos cinco años Santa Cruz ha crecido como efecto de la migración. Datos adicionales demuestran además que su perfil de instrucción o de calificación es el que menos requiere el cantón y la región. Por ejemplo, la mayoría de ellos tiene instrucción entre primaria, básica y secundaria (57%). Aun así, es importante resaltar que el porcentaje de población inmigrante con estudios superiores es significativo, con cerca de la cuarta parte.

Al analizar la distribución poblacional por edades, los datos ofrecen otro indicador para el estudio del proceso migratorio, pues una gran mayoría es población adulta. Obsérvese que el 42% de la población oscila entre los 20 y 39 años de edad, más un 17% entre 40 y 59 años. En otros cantones del país, la población joven tiende a ser mayoritaria.

En efecto, los niños y niñas representan no más del 19%, en tanto que la población entre 10 y 19 años (que se la calificarían como jóvenes) representa el 16%. La población de 60 años en adelante es más escasa, con apenas el 6%. (Censo de Población y Vivienda. INEC, 2010)

c. Idioma

El idioma predominante es el español, seguido del Kichwa (Salasacas, Otavaleños) y por último el inglés. (Vargas M, 2012).

d. Vivienda

Las viviendas de los habitantes se encuentran distribuidas en varios puntos y lugares del cantón. Las viviendas son construidas con pared de bloque fundidos con cemento, piso de cerámica, con techos de zinc o eternit. Hoy en la actualidad las casas están siendo construidas con mezcla de madera la más resistente del cantón llamado matazarno. (Vargas M, 2012).

e. Educación

En el cantón Santa Cruz, con respecto a la oferta educativa básica y secundaria, existen establecimientos de enseñanza regular: fiscales, particulares, fiscomisionales y municipales; el siguiente cuadro muestra los tipos de establecimiento de enseñanza regular al que asisten los educandos, por cantones del Régimen Especial de Galápagos.

Cuadro N° 14. Tipo de Establecimiento de Enseñanza Regular al que Asiste

Establecimientos de enseñanza regular al que asiste	PUERTO AYORA		BELLAVISTA		SANTA ROSA		TOTAL SANTA CRUZ	
	casos	%	casos	%	casos	%	Casos	%
Fiscal (Estado)	2,324	61.82	581	70.51	134	73.63	3,039	63.78
Particular (Privado)	815	21.68	145	17.60	32	17.58	992	20.82
Fiscomisional	578	15.38	91	11.04	16	8.79	685	14.38
Municipal	42	1.12	7	0.85			49	1.03
Total	3,759	100,00	824	100.00	182	100.00	4,765	100.00

Fuente: Censo de Población y Vivienda, INEC, 2010.

A nivel provincial existe un número de 7.842 educandos que asisten a los diferentes establecimientos de enseñanza regular; siendo Santa Cruz la de mayor número con 4.765 distribuidos en las parroquias Bellavista con 824 educandos, Santa Rosa con 182 y la cabecera cantonal, Puerto Ayora con 3.759.

El cuadro siguiente muestra los grupos quinquenales de edad que asiste o no asiste a un establecimiento de enseñanza superior.

Cuadro N° 15. Grupos Quinquenales de Edad que Asiste a un Establecimiento de Enseñanza Regular

Grupos de edades	Si	No	Total
De 5 a 9 años	1503	25	1528
De 10 a 14 años	1364	32	1396
De 15 a 19 años	861	327	1188
De 20 a 24 años	305	957	1262
De 25 a 29 años	223	1337	1560

De 30 a 34 años	192	1346	1538
De 35 a 39 años	116	1247	1363
De 40 a 44 años	74	1025	1099
De 45 a 49 años	69	890	959
De 50 a 54 años	24	624	648
De 55 a 59 años	14	469	483
De 60 a 64 años	7	342	349
De 65 a 69 años	7	289	296
De 70 a 74 años	5	176	181
De 75 a 79 años	1	140	141
De 80 a 84 años		54	54
De 85 a 89 años		41	41
De 90 a 94 años		9	9
De 95 a 99 años		1	1
De 100 años a mas		1	1
Total	4765	9332	14097

Fuente: Censo Poblacional y Vivienda, INEC, 2010.

En el cuadro anterior podemos observar que existe un alto número de jóvenes entre 15 a 19 años que no estudian, y de acuerdo a lo indicado en las mesas territoriales y por actores locales, existe una desmotivación en los jóvenes por seguir los bachilleratos locales, muchos de ellos migran al continente en edades que oscilan entre 15 a 14 años, para culminar estudios o carreras universitarias, y los jóvenes que se queden en las islas alguno de ellos continúan su bachillerato y otros se dedican a actividades como la pesca o turismo desde edad temprana.

Existen un total de 15 planteles educativos que cubren con la demanda en los diferentes niveles de educación: educación inicial, básica y bachillerato, tres planteles atienden todos los niveles educativos, 7 de ellos son de educación inicial y básica, 4 al nivel básico y bachillerato y 1 de educación inicial únicamente.

Cuadro N° 16. Planteles Nivel De Educación Básica y Bachillerato y su ubicación en Santa Cruz.

N°	ESTABLECIMIENTO	UBICACIÓN
1	COLEGIO NACIONAL GALÁPAGOS	Puerto Ayora
2	COLEGIO MIGUEL ANGEL CAZARE	Puerto Ayora
3	U.E.F. SAN FRANCISCO DE ASIS	Puerto Ayora
4	U.E.TOMAS DE BERLANGA	Bellavista
5	U.E. LOMA LINDA	Puerto Ayora
6	COLEGIO DON BOSCO DEL GUAYAS	Puerto Ayora
7	COLEGIO ISLAS GALÁPAGOS	

Fuente: Dirección de Educación de Galápagos, 2012.

f. Salud

La salud en la Provincia de Galápagos siempre ha sido un tema de gran preocupación, los mayores prestadores de servicios de salud en las islas son de orden públicos, existiendo escasos establecimiento particulares de orden privado. La escases de profesionales al servicio de la salud especializados en las diferentes ramas, lo cual constituye un factor clave en la problemática actual y la falta de equipamiento e infraestructura adecuada, han constituido factores determinantes para que la población no demande los servicios de salud locales y que incluso migre al continente en búsqueda de atención con calidad y especializada.

La cobertura de establecimientos públicos es mayor para casos de malestar o enfermedad a nivel cantonal, en San Cristóbal el 73,4 % acude a hacer uso de los servicios, Isabela registra el 73,7 % y el 52,3 % corresponde a Santa Cruz; en menor porcentaje acuden a establecimientos privados, reciben la atención en casa o domicilio y van a otros.

Cuadro N° 17. Número de personas afiliadas a un Seguro Social en el Cantón

Aporte o afiliación a la Seguridad Social	PUERTO AYORA		BELLAVISTA		SANTA ROSA		TOTAL SANTA CRUZ	
	Casos	%	Casos	%	Casos	%	Casos	%
Seguro ISSFA	48	0.52%	4	0.22%	9	1.03%	61	0,51
Seguro ISSPOL	22	0,24%	2	0.11%	1	0.11%	25	0,21
IESS Seguro general	2,252	24.29%	333	18.56%	100	11.39%	2,685	22.48
IESS Seguro voluntario	206	2.22%	36	2.01%	4	0.46%	246	2.06
IESS Seguro campesino	16	0.17%	9	0.50%	1	0,11%	26	0.22
Es jubilado del IESS-ISSFA-ISSPOL	181	1.95%	10	0.56%	104	11.85%	295	2.47
No aporta	5,731	61.82%	1,290	71.91%	380	43.28%	7,401	61.97
Se ignora	815	8.79%	110	6.13%	279	31.78%	1,204	10.08
Total	9.271	100.00 %	1.794	100.00 %	878	100.00 %	11.943	100.0 0%

Fuente: encuesta condiciones de vida 2009-2010 en Galápagos, INEC, 2009-2010.

En los cuadros anteriores se puede observar que del total de los aportantes de Galápagos, el 25,9% prefiere un seguro privado, el 60,3% cuenta con el seguro del IESS y un 13,8% cuenta con otros seguros. En el cantón Santa Cruz existen seguros privados como ISSFA e ISSPOL, el cual cuenta con mínimo casos de aportantes; la mayor concentración de aportación la tiene el IESS a través del seguro general de salud, seguro voluntario, seguro campesino y jubilado; aun así se observa un alto índice de población, un 48% de los que se encuentran en capacidad de aportar que no lo hacen, lo que evidencia problemas estructurales de aportaciones al IESS o falta de cultura de protección de salud a través de

los seguros; esto puede evidenciar los problemas reportados en el territorio con respecto a temas de salud, el escaso acceso a servicios de calidad y pocos profesionales de salud especializados para la atención médica efectiva y oportuna.

g. Vías de acceso

El archipiélago de Galápagos se encuentra a 970Km al occidente de la costa ecuatoriana, para llegar a la isla Galápagos es necesario viajar por las tres líneas aérea que funcionan y están legalmente establecida en las islas Tame, Aerogal y LAN quién inició su operaciones en 17 de septiembre de 2010, además se puede utilizar el servicio del avión de los militares llamado Hércules que arriba a la isla cada 15 días. (PDTO Santa Cruz, 2012).

h. Religión

Los habitantes mantienen la religión católica (60%) el resto está distribuida entre cristianos, adventistas, mormones, pentecostales, entre otras. (PDTO Santa Cruz, 2012).

i. Tradiciones

A lo largo del tiempo las tradiciones y costumbres son importantes y se muestra en la forma de vida de los habitantes, siendo ésta la carta de presentación, pos este motivo llama la atención del turista y el visitante.

Cuadro N° 18. Calendario de fiestas del cantón Santa Cruz

MES	CELEBRACIÓN	DESCRIPCIÓN
Enero 1	Año nuevo	Visita a familiares
Febrero 12-18	Cantonización de Santa	Pregón de inicio de fiestas, elección reina del

	Cruz	catón día de playa y concursos en la playa tortuga bay, rodeo montubio y presentaciones artísticas.
Abril	Semana Santa	Se recuerda la muerte y resurrección de Jesús, se realiza procesión y misas en cada una de las iglesias parroquiales de la isla.
Mayo	Día de la Madre	Por parte del gobierno municipal de Santa Cruz las Madres del cantón reciben un homenaje en su día.
Junio 13	Fiesta patrono San Antonio de Padua	Se lo realiza en la Parroquia Bellavista año tras año en honor a su patrono San Antonio, se hacen juegos deportivos, presentaciones artísticas y procesión.
Noviembre	Finados	Se realiza misa campal en el cementerio y los familiares visitan a los seres queridos que descansan en paz.
Diciembre 24-25	Navidad	Se realiza la tradicional misa de Gallo el día 24 a las 00:00 horas.
Diciembre 31	Año viejo	Se realiza presentaciones artísticas en el malecón de la ciudad de Puerto Ayora, así como también se realiza baile general en las parroquias del cantón.

Fuente: (Vargas M, 2012).

j. Agua entubada

Santa Cruz cuenta con un sistema de agua entubada con un nivel de cobertura del 81%, el resto de la población posee grietas subterráneas propias de las cuales extraen el agua salobre, como es el caso del barrio Punta Estrada. Sin embargo el problema que afronta la población no es en cantidad sino en calidad, esto se debe fundamentalmente a la alta

concentración de cloruros (800 – 1200 mg/L, norma 250 mg/L) de las aguas de las grietas, en las que se encuentran ubicadas las estaciones de bombeo.

Cuadro N° 19. Fuentes de agua en santa Cruz

Fuente	Usuario	Uso	Distancia mar (m)	Altitud (m.s.n.m.)
Estación Charles Darwin	ONG	Doméstico	-	15
Cementerio el Edén	Privado	Doméstico	-	5
Misión Franciscana	Municipal y Privado	Distribución red y desalinización	545	20
El Barranco	Privado	Tanqueros	1200	31
Martín Schreyer A y B	Privado	Desalinización distribución Punta estrada	280	15
Ctr. M. Cifuentes-Tortuga Bay	Privado	Desalinización Agua Potable	500	17
INGALA-Pampas coloradas	Municipal	Distribución red	1100	23
La Camiseta	Municipal	Distribución red	1600	34
Pozo Profundo	Municipal	Distribución red	4700	157

Fuente: FDC, 2001.

k. Energía eléctrica

En cuanto al servicio eléctrico, esta isla aún no cuenta con un sistema de generación de energía alternativa, sino que la generación depende del diésel, el 90% de la población se caracteriza por poseer servicio de energía eléctrica, el 70% tiene alumbrado público

actualmente se encuentran gestionando para tener alumbrado público en fincas, en donde existen familias que se han trasladado a vivir en ese sector (parte alta de la isla). (PDTO Santa Cruz, 2012).

I. Tratamiento de desecho

El Cantón Santa Cruz, cuenta con un Sistema de Gestión de Residuos y Reciclaje, el cual incluye el proceso de separación de los diferentes tipos de desechos (desechos reciclables, orgánicos y no-reciclables) en la fuente, la recolección selectiva y el proceso de reciclaje o el destino final según el tipo de desecho. El sistema cuenta también con programas de recolección de residuos peligrosos y hospitalarios, así como también con la recolección por separado de residuos voluminosos: malezas, chatarras y llantas usadas. Además, la microempresa privada RELUGAL (Recolección de Lubricantes Usadas en Galápagos) maneja la recolección y el almacenamiento de aceites usados en Santa Cruz.

Cuadro N° 20. Clasificación de residuos sólidos recolectados en Santa Cruz

Color	Identificación	Tipo de material
Tacho verde	Residuos orgánicos	Restos de comida
		Restos de madera
		Restos de plantas
Tacho azul	Materiales reciclables	Tetra pack
		Cartón
		Papel
		Vidrios
		Latas
		Pilas usadas
		Plásticos
Tacho negro	Materiales no reciclables y otros	Papel higiénico
		Servilletas

		Toallas sanitarias
		Pañales desechables
		Zapatos
		Boyas
		Ropa vieja
		Otros
Tacho rojo	Desechos peligrosos infecciosos y hospitalarios	Aceites y lubricantes usados
		Desechos hospitalario
		Otros desechos tóxicos
	Desechos voluminosos	Chatarra
		Electrodomésticos
		Malezas
		Llantas usadas

Fuente: DIGAS-GADMSC, 2010.

m. Sitios de abastecimiento

La principal fuente de abastecimiento que tienen las Islas Galápagos es por medio del transporte marítimo comercial de carga, se inicia con la recepción de la mercadería en el muelle de Tinza de Guayaquil. Esta mercadería se embarca a cada una de las embarcaciones para posteriormente ser trasladada a cada uno de los puertos de las tres principales poblaciones en las Islas Galápagos (Puerto Baquerizo Moreno; Puerto Ayora y Puerto Villamil).

Los buques de Cabotaje que operan llevando carga al archipiélago son:

M/N San Cristóbal

M/N Floreana

M/N Angelina

M/N Galápagos

Estos buques de carga realizan en promedio un viaje cada 21 días (tres semanas), y su ruta tradicional es: Guayaquil – San Cristóbal – Santa Cruz – Isabela / Isabela – Santa Cruz – San Cristóbal – Guayaquil. (PDTO Santa Cruz, 2012).

n. Combustible para cocinar

El principal combustible para los habitantes de las viviendas ocupadas, es el gas, el mismo que es traído de la parte continental por la M/N Galápagos y Petrocomercial quienes abastecen a la población cada 15 días. (PDTO Santa Cruz, 2012).

o. Servicio telefónico

Santa Cruz cuenta con la Corporación Nacional de Telecomunicaciones CNT, y las dos grandes telefonías celulares Movistar y Claro, que abastecen de telefonía al cantón. (PDTO Santa Cruz, 2012).

4. Análisis político – administrativo

a. Instituciones internas y externas de Apoyo para Puerto Ayora

Las principales instituciones que han contribuido al mejoramiento, desarrollo y conservación de la isla Santa Cruz y su ciudad Puerto Ayora son:

Cuadro N° 21. Instituciones que apoyan a Santa Cruz y Puerto Ayora

Aportaciones	Corporaciones	Ámbito
\$250,000 – \$500,000	Internacional Watch Company, Schffhausen	Conservación
\$50,000 - \$249,999	Programa de Donaciones para Actividades Ambientales de la	Conservación

	Corporación Automotriz Toyota	
\$10,000 – 49,999	BESS Forest Club Keidanren Nature Conservation Fund	Conservación
\$1,000 – \$9,999	OMAS SrL	Conservación
\$500,000 - \$999,000	Galápagos Conservancy, (EE.UU)	Conservación
\$100,000 - \$499,999	Sociedad Zoológica de Frankfurt – (Ayuda para la vida Silvestre Amenazada). Galápagos Conservation Trust, Reino Unido	Conservación
\$50,000 - \$99,999	Amigos de Galápagos de Suiza	Conservación
\$10,000 - \$49,999	Amigos de Galápagos de los Países Bajos	Conservación
\$1,000 - \$9,999	Amigos de Galápagos Nueva Zelanda Asociación de Amigos de Galápagos de Japón Fundación Charles Darwin de Canadá The Galápagos Darwin Trust (Luxemburgo)	Conservación
Aportaciones	Fundaciones / Organizaciones No Gubernamentales	Ámbito
\$250,000 - \$499,000	The Leona M. and Harry B. Helmley Charitable Trust	Conservación
\$100,000 - \$249,000	Boston Environmental Research (B) Prince Albert II of Monaco Foundation	Conservación
\$10,000 - \$99,999	Basler Stiftung fur Biologische Forschung (C) Stanley Smith Horticultural Trust,	Conservación

	US (B) Conservación Internacional, Ecuador Durrell Wildlife Conservation Trust Oak Philanthropy Limited	
\$5,000 - \$9,999	Bay and Paul Foundations (B) Erwin – Warth Stiftung (C) Fondo Mundial para la Naturaleza, Galápagos	Conservación
\$1,000 - \$4,999	Stanley Smith Horticultural Trust, UK (A) Peace Boat Young Presidents Organization Penguin Fund of Japan	Conservación
Aportaciones	Gubernamentales, Bilaterales y Multilaterales	Ámbito
\$10,000 - \$49,999	Oficina Federal de Política Científica Belga	Investigación
\$5,000 - \$9,999	Embajada Británica, Quito Gobierno de los Países Bajos	Conservación
\$1,000 - \$4,999	Embajada de los Estados Unidos, Ecuador Delegación de la Comisión Europea para Ecuador	Conservación
Aporte en Especies		
	Aerolínea AEROGAL	
	Embajada Británica, Ecuador	
	CISCO Webex	
	Ecoventura	
	Emergency Communication Without Frontier (ECWF)	
	Fundación Jardín Botánico, Quito	

	GALÁPAGOS AGGRESSOR I & II	
	Libri Mundi	
	Lindbland Expeditions	
	María Susana Rivadeneira	
	Ilustre Municipio de Quito	
	Pamela Cortes	
	Planet Action	
	Swen Lorenz	
	Aerolínea TAME	
	UNESCO Ecuador	

Fuente: PNG, 2009

b. Organización política del cantón

El cantón Santa Cruz está conformado primordialmente por:

Cuadro N° 22. Organización política del cantón Santa Cruz

A nivel provincial
a. Consejo de gobierno de Galápagos
b. Gobernador provincial
c. Parque Nacional Galápagos
d. Fundación Charles Darwin
A nivel cantonal
a. Gobierno Municipal de Santa Cruz
b. Juntas Parroquiales
c. Hospital Cantonal República del Ecuador
d. Cruz Roja Cantonal
e. Comisaria Nacional
f. Jefatura Política

Fuente: (Vargas M, 2012)

5. Análisis económico – productivo

a. Turismo

El turismo tiene una importancia capital en el territorio del Cantón de Santa Cruz. Su impacto influye en todos los niveles (ambiental, social, económico y político) por lo tanto tiene importancia en la ordenación territorial.

El modelo actual del territorio está actualmente basado sobre un modelo de turismo corriente generando un dinamismo y una economía importante en la isla. Pero ese funcionamiento presenta algunas desventajas y no es sostenible a largo plazo por lo que está consumiendo y dañando, a medida que se desarrolla, su propio soporte y fuente, el medioambiente.

El sector turístico es generador de empleos para la población local de manera directa e indirecta.

Permite la creación de empleos directamente relacionados con el turismo como los guías turísticos o los servicios de restaurantes y hoteles. Al mismo tiempo los servicios turísticos dependen de los servicios de energía, de agua, de transporte, así como de las vías de circulación, del ingreso o de la producción de alimentos, de la evacuación de desechos etc. En el catastro, 30,82% de las actividades son el producto indirecto de la actividad turística. Y el 69,18% del catastro está designado directamente a la actividad turística.

Cuadro N° 23. Representación de las categorías directamente e indirectamente relacionadas al turismo en el catastro de Santa Cruz

Sector	N° de infraestructuras	Representatividad en el catastro
Industria	6	1,29%
Instalaciones agropecuarias	2	0,43%
Comercios	203	43,75%
Alojamiento y turismo	118	25,43%
Comunicación y telecomunicación	6	1,29%
Educación	14	3,02%
Servicio Social	26	5,60%
Instalaciones deportivas y de diversión	25	5,39%
Instalaciones estatales	37	7,97%
Fuerzas armadas	3	0,65%
Instalaciones religiosas	12	2,59%
Instalaciones financieras	8	1,72%
Transporte	4	0,86%
Total	464	100,00%

Fuente: Catastro 2011, Elaboración: STPDS 2012

La actividad turística tiene entonces sus impactos positivos como la generación de empleos y el dinamismo de la economía de la isla. Esta dinámica económica tan importante permite un nivel de vida mejor que en la parte continental del país. El hecho que haya una actividad turística, dada a la presencia de ecosistemas y espacios naturales únicos, permite también la protección de los mismos y la creación de múltiples programas por su conservación.

Sin embargo, la presencia de un turismo importante afecta también al medioambiente, creando más contaminación y consumo de energías y recursos, pero también solicita cada vez más espacio, provocando así el crecimiento urbano y la expansión de la ciudad (hecho que amenaza a los espacios naturales y ecosistemas también).

El ingreso de turistas va en aumento, creando una dinámica económica cada vez más importante por el Cantón pero amenazando también el recurso mismo.

En cuanto al turismo agroecológico, tiene sus ventajas como sus desventajas. Es fuente de nuevos recursos por los agricultores pero también puede modificar el papel original de la agricultura y cambiar las prioridades de la finca, si se dedica demasiado tiempo al acoger turistas. (Catastro 2011, Elaboración: STPDS 2012)

b. Sector pesquero

La población de pescadores insulares ha dependido del tipo de producto y del destino comercial de éste. En el caso de las capturas de tiburón, pepinos de mar destinadas al mercado asiático, los pescadores artesanales locales se han convertido en proveedores importantes.

Existen además fricciones con las autoridades de la reserva marina porque la industria pesquera no respeta las disposiciones de zonificación establecidas; las autoridades se sienten frustradas de que sus limitados medios de control y vigilancia no les permiten hacer cumplir esas disposiciones. (PDTO Santa Cruz, 2012)

c. Agricultura

La agricultura ocupa una parte importante del territorio y provee una parte significativa de los productos en el mercado. Pero según la Encuesta de Condiciones de Vida en Galápagos del 2009, solamente un 27% de la producción local es destinada a la venta, el resto es utilizado para el consumo personal, alimentación de animales, elaboración de otros productos, y usos varios.

La zona urbana está relacionada con la zona rural, el número de fincas aumenta cuando se fracciona la superficie agrícola. Eso significa que se está parcelando la zona rural, poniendo en riesgo la agricultura. Que trae como consecuencia el aumento de los precios de los

productos agrícolas. A pesar de eso, las parcelas más pequeñas son más fáciles de manejo y permiten una mejor lucha contra las especies invasoras. (INEC-CGREG Encuestas de condiciones de Vida Galápagos 2009).

d. Ganadería


Otra actividad que se ha llevado a la par con la agricultura es la crianza de animales bovino, porcino y avícola, algunos sitios de la parte alta de la isla son destinados para pastizales, por parte de los bovinos se obtiene producción de carne, leche, quesos y yogurt, aquí no se comercializa la venta de estos animales puesto que son difíciles de conseguir. Los animales comercializados entre familias o en la feria son los porcinos y avícolas, obteniendo de la venta el dinero necesario para la alimentación, vestimenta y educación. Los productos que genera el ganado tienen las siguientes marcas Porvenir, Kastadlen y Noruega. (PDTO Santa Cruz, 2012)

e. Accesibilidad al crédito

En la ciudad de Puerto Ayora funcionan las siguientes entidades Bancarias: Banco del Fomento uno de los primeros bancos que funciona desde 1978, a quien la mayor población acude para realizar sus créditos, seguido del Banco del Pacífico quien opera desde 1991 aprox, Banco del Pichincha quien operó a mediados del año 2009 y si quieren los créditos con más facilidad lo ofrecen las cooperativas de ahorro y crédito con intereses más bajos, un monto de 10000 y con un máximo de 8 años. (Vargas M, 2012)

6. Validación del Inventario de atractivos turísticos en el cantón Santa Cruz

a. Atractivo 1. “Playa Tortuga Bay”

1. DATOS GENERALES	
1.1 Encuestador: Diana Vásquez	1.2 Ficha N°: 01
1.3 Supervisor Evaluador: Ing. Verónica Yépez	1.4 Fecha: 01 de abril del 2014
1.5 Nombre del Atractivo: Playa Tortuga Bay	
1.6 Categoría: Sitios Naturales	
1.7 Tipo: Costas O Litorales	
1.8 Subtipo: Playas	
	
Fotografía N° 01. Playa Tortuga Bay Por: Diana Vásquez	
2. UBICACIÓN	
2.1 Provincia: Galápagos	2.2 Ciudad y/o Cantón: Santa Cruz
2.3 Parroquia: Puerto Ayora	
2.4 Latitud: 9917829	2.5 Longitud: 15M0799900
3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO	
3.1 Nombre del poblado: Puerto Ayora	3.2 Distancia: 2.5 Km
4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO	
4.1 Altitud: 0 m.s.n.m.	
4.2 Temperatura: 24 a 29 °C	
4.3 Precipitación Pluviométrica: 0 a 3000 mm/año	
4.4 Ubicación del Atractivo	
Tortuga Bay se encuentra a 2,5 Km del centro poblado Puerto Ayora	

4.5 Descripción del atractivo

La playa Tortuga Bay es un atractivo hermoso que forma parte del Parque Nacional Galápagos. La principal característica de esta playa es su arena de color blanco y lleva su nombre por ser un sitio de anidación de la tortuga negra. Para poder llegar a este atractivo se debe caminar por un sendero auto guiado aproximadamente 40 minutos. Los deportes que se pueden practicar en esta playa son el: surf, snorkel, natación, kayak y caminatas para observar el hermoso paisaje.

4.6 Atractivos individuales que lo conforman:

Es una de las playas más hermosas presentes en el Cantón Santa Cruz. Tortuga Bay alberga una gran colonia de iguanas marinas que anidan en la misma. Se puede observar gran variedad de fauna como: tortugas, tiburones, pulpos, gran variedad de peces, erizos, pinzones de Darwin, piqueros de patas azules, gaviotines, fragata, pelicanos etc.

Se puede admirar un extenso bosque de opuntia, el cual se encuentra dividiendo la playa Brava de la playa mansa.

4.7 Permisos y Restricciones

Al ingresar al sendero está presente un parqueadero de bicicletas, se debe subir varios escalones, finalmente llegará a la casa de control en donde se registra el ingreso con el Guardaparque presente. El horario de visita a la playa es desde las 6 am a 18pm.

4.8 Usos

4.8.1 Usos Actuales

Es uno de los principales sitios de visita en el Cantón Santa Cruz, también lo utiliza la población local como un sitio para ejercitarse.

4.8.2 Usos Potenciales

Uso turístico responsable

4.8.3 Necesidades turísticas

Mayor señalización turística indicando la delimitación de las zonas de ingreso en la playa para actividades como el esparcimiento de los visitantes, concientización a los visitantes para que contribuyan en la conservación del sitio en estado natural.

4.9 Impactos


4.9.1 Impactos positivos

Contribuir en la conservación de los sitios de reproducción de tortugas e iguanas.

4.9.2 Impactos negativos	
Destrucción de los sitios de reproducción tanto de iguanas como tortugas marinas.	
5. ESTADOS DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO:	
5.1 Estado: Conservado	
5.2 Causas:	
El Parque Nacional Galápagos hace esfuerzos para mantener el sitio en su estado natural.	
6. ENTORNO:	
6.1 Entorno: Alterado	
6.2 Causas:	
Intervención de visitantes a sectores de las dunas donde es sitio propio para anidación de tortugas marina e iguanas.	
7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y ACCESO	
7.1 Tipo: Terrestre y Marina	7.2 Subtipo: Sendero/adoquinado
7.3 Estado de Vías: Excelente	7.4 Transporte: Se lo puede realizar también a través de lanchas por vía marina.
7.5 Frecuencias: Se lo hace por vía terrestre mediante un sendero autoguiado de 45 min, por vía marítima lo hacen a través de fibras desde el muelle de pasajeros, esto lo realizan pocas personas debido al coto que representa \$20,00 por persona ida y vuelta.	7.6 Temporalidad de acceso: Todo el año
7.7 Observaciones:	
Es recomendable usar ropa ligera, terno de baño, zapatillas cómodas para caminata, gorra, bloqueador solar y gafas.	
8. FACILIDADES TURÍSTICAS	
Infraestructura turística existente en la ciudad de Puerto Ayora	
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: No existen atractivos cercamos	10.2 Distancia:	
11. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO:		
11.1 Difusión: local, provincial, nacional, internacional		
12. VALORACIÓN DEL ATRACTIVO		
VARIABLE	FACTOR	PUNTOS
CALIDAD	a) Valor intrínseco	10
	b) Valor extrínseco	10
	c) Entorno	9
	d) Estado de Conservación y/o Organización	8
APOYO	a) Acceso	10
	b) Servicios	10
	c) Asociación con otros atractivos	6
SIGNIFICADO	a) Local	2
	b) Provincial	4
	c) Nacional	7
	d) Internacional	12
TOTAL		88
13. JERARQUIZACIÓN		
Jerarquía IV		

b. Atractivo 2. “Cráter Los Gemelos”

1. DATOS GENERALES	
1.1 Encuestador: Diana Vásquez	1.2 Ficha N°: 01
1.3 Supervisor Evaluador: Ing. Verónica Yépez	1.4 Fecha: 03 de abril del 2014
1.5 Nombre del Atractivo: Los Gemelo	
1.6 Categoría: Sitios Naturales	
1.7 Tipo: Fenómeno Geológicos	
1.8 Subtipo: Cráteres	
	
<p>Fotografía N° 02. Cráteres Los Gemelos Por: Diana Vásquez</p>	
2. UBICACIÓN	
2.1 Provincia: Galápagos	2.2 Ciudad y/o Cantón: Santa Cruz
2.3 Parroquia: Santa Rosa	
2.4 Latitud: 9930892	2.5 Longitud: 15M0791162
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
Cráteres Los Gemelo se encuentra a 16,5 Km del centro poblado Puerto Ayora
4.5 Descripción del atractivo
Los Cráteres Los Gemelos geológicamente nacieron del hundimiento de materiales superficiales de cámaras subterráneas. Se encuentra localizado en la parte alta de la isla Santa Cruz en la Parroquia Santa Rosa en la vía a Baltra. La neblina espesa acompaña a este atractivo durante la mayor parte del año.
4.6 Atractivos individuales que lo conforman:
Los Cráteres Los Gemelos es un atractivo privilegiado puesto que es el único sitio de la isla en donde se puede observar el bosque de Escalecia Scalesia pedunculatacon, tanto el tallo como sus ramas presentan epífita y hepáticas de coloración café que los recubren. También podemos encontrar gran variedad de pinzones de Darwin además del pájaro brujo. El atractivo cuenta con un sendero que rodea los dos Cráteres permitiendo observar además la vegetación propia de la parte alta de la isla.
4.7 Permisos y Restricciones
Para poder ingresar, la visita se la debe hacer acompañado(a) de un guía naturalista de Galápagos.
4.8 Usos
4.8.1 Usos Actuales
Sitio turístico importante visitado por turistas nacionales y extranjeros.
4.8.2 Usos Potenciales
Conocer el valor que posee la zona húmeda de la isla.
4.8.3 Necesidades turísticas
Mayor señalización turística
4.9 Impactos
4.9.1 Impactos positivos
Crear una conciencia ambiental en cada uno de los turistas que visitan el atractivo.
4.9.2 Impactos negativos

Destrucción del atractivo a causa del exceso de visitantes		
5. ESTADOS DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO:		
5.1 Estado: Deteriorado		
5.2 Causas:		
El atractivo cuenta con varios senderos		
6. ENTORNO:		
6.1 Entorno: Intervenido		
6.2 Causas:		
Elaboración de trochas para la erradicación de la Mora silvestre, la misma que es una especie introducida.		
7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y ACCESO		
7.1 Tipo: Terrestre	7.2 Subtipo: Asfaltado	
7.3 Estado de Vías: perfecto estado	7.4 Transporte: el alquiler de la camioneta para poder ingresar tiene un costo de \$30,00	
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 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:	10.2 Distancia:	
Rancho Primicias	3Km	
11. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO:		
11.1 Difusión: Internacional		
12. VALORACIÓN DEL ATRACTIVO		
VARIABLE	FACTOR	PUNTOS

CALIDAD	a) Valor intrínseco	7
	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		71
13. JERARQUIZACIÓN		
Jerarquía III		

c. Atractivo 3. “Centro de Crianza de Tortugas Fausto Llerena”

1. DATOS GENERALES	
1.1 Encuestador: Diana Vásquez	1.2 Ficha N°: 03
1.3 Supervisor Evaluador: Ing. Verónica Yépez	1.4 Fecha: 08 de abril del 2014
1.5 Nombre del Atractivo: Centro de Crianza de Tortugas Gigante Fausto Llerena	
1.6 Categoría: Manifestaciones Culturales	
1.7 Tipo: Relaciones Técnico Científicas	
1.8 Subtipo: Centros Científicos y Técnicos	



Fotografía N° 03. “Centro de Crianza de Tortugas Fausto Llerena” **Por:** Diana V.

2. UBICACIÓN

2.1 Provincia: Galápagos

2.2 Ciudad y/o Cantón: Santa Cruz

2.3 Parroquia: Puerto Ayora

2.4 Latitud: 9917901

2.5 Longitud: 15M0800011

3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO

3.1 Nombre del poblado: Puerto Ayora

3.2 Distancia: 1.5 Km

4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO

4.1 Altitud: 2 m.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 Centro de Crianza de Tortugas Gigantes Fausto Llerena se encuentra a 1.5 Km del centro poblado Puerto Ayora.

4.5 Descripción del atractivo


La Fundación Charles Darwin fue inaugurada en el año 1964 y el Centro de Crianza en colaboración con el P.N.G. El programa de crianza de las Tortugas Galápagos es llevado a cabo por el personal del SPNG con la asistencia de los científicos de la ECCD. Los huevos de las Tortugas Galápagos son traídos desde la Isla Pinzón, Santiago y Santa Cruz hasta la estación la Estación Charles Darwin. Los huevos de las Galápagos son encubados artificialmente, las galápagos hacen y son criados hasta la edad de 5 años, en cuanto pueden defenderse sobrevivir por si solos a los peligros de los depredadores

<p>como ratas, chanco y perros. Después son regresados a sus áreas nativas. Desde 1970 se ha distribuido más de 2000 Galápagos. Más de 400 especies se encuentran en crianza y serán regresadas a su sitio de origen.</p>
<p>4.6 Atractivos individuales que lo conforman:</p> <p>Se puede admirar tortugas de diferentes tamaño desde las recién nacidas hasta las más grandes que están ubicadas en los corrales. El Centro de Interpretación Van Straelen dónde se puede conocer la historia de las islas además de su formación.</p>
<p>4.7 Permisos y Restricciones</p> <p>Su horario de atención empieza a las 7:00 am hasta las 18:00 pm.</p>
<p>4.8 Usos</p>
<p>4.8.1 Usos Actuales</p> <p>Actualmente es utilizado para la incubación, reproducción y crianza de los huevos de las tortugas gigantes que son encontrados en cada uno de los nidos de las islas Galápagos. Después de 5 años de su cuidado las tortugas serán regresadas a su hábitat natural.</p>
<p>4.8.2 Usos Potenciales</p> <p>Ser un fascinante atractivo turístico para conocer sobre la importancia de las Galápagos para cada una de las Islas, además de concientizar a la población.</p>
<p>4.8.3 Necesidades turísticas</p> <p>Ampliación del centro del Centro de Interpretación.</p>
<p>4.9 Impactos</p>
<p>4.9.1 Impactos positivos</p> <p>Todas las persona que visitan el Centro de Crianza puede colaborar a través de donaciones por medio de las página Web del P.N.S.</p>
<p>4.9.2 Impactos negativos</p> <p>Muchas de las veces no se respetan la capacidad de carga del Centro de Crianza.</p>
<p>5. ESTADOS DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO:</p>
<p>5.1 Estado: Deteriorado</p>
<p>5.2 Causas:</p> <p>Las malas condiciones climáticas destruyen parte del sendero.</p>
<p>6. ENTORNO:</p>
<p>6.1 Entorno: Alterado</p>

6.2 Causas:		
Acomodamiento de cada uno de los corrales para el cuidado y protección 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 7:00 a 17:00	7.6 Temporalidad de acceso: Todo el año	
7.7 Observaciones:		
Se recomienda vestir zapatos cómodos para la caminata, además de gorra, repelente y gafas.		
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 Charles D.	500 metros	
11. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO:		
11.1 Difusión: Internacional		
12. VALORACIÓN DEL ATRACTIVO		
VARIABLE	FACTOR	PUNTOS
CALIDAD	a) Valor intrínseco	9
	b) Valor extrínseco	9
	c) Entorno	6
	d) Estado de Conservación y/o Organización	6
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		71
13. JERARQUIZACIÓN		
Jerarquía III		

d. Atractivo 4. “Playa la Estación”

1. DATOS GENERALES	
1.1 Encuestador: Diana Vásquez	1.2 Ficha N°: 04
1.3 Supervisor Evaluador: Ing. Verónica Yépez	1.4 Fecha: 08 de abril del 2014
1.5 Nombre del Atractivo: Playa de la Estación	
1.6 Categoría: Sitios Naturales	
1.7 Tipo: Costas o Litorales	
1.8 Subtipo: Playas	
	
Fotografía No. 04 “Playa La Estación” Por: Diana Vásquez	
2. UBICACIÓN	
2.1 Provincia: Galápagos	2.2 Ciudad y/o Cantón: Santa Cruz
2.3 Parroquia: Puerto Ayora	

2.4 Latitud: 9917829	2.5 Longitud: 15M0799900
3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO	
3.1 Nombre del poblado: Ciudad de Puerto Ayora	3.2 Distancia: 2 Km
4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO	
4.1 Altitud: 0 m.s.n.m.	
4.2 Temperatura: 24 a 29 °C	
4.3 Precipitación Pluviométrica: 0 a 300 mm/año	
4.4 Ubicación del Atractivo	
La Playa La Estación se encuentra ubicada a 2 Km del centro de la Ciudad de Puerto Ayora.	
4.5 Descripción del atractivo	
Este atractivo cuenta con una playa pequeña, su arena es de color blanca la cual ha sido formada de los restos de caracoles, su superficie es de aproximadamente 320 m ² , cabe destacar que la Playa La Estación está rodeada de roca volcánica.	
4.6 Atractivos individuales que lo conforman:	
La Playa La Estación al estar ubicada cerca del centro de Puerto Ayora se convierte en un lugar de esparcimiento para los pobladores de sitio, en cual se puede desarrollar actividades como: snorkeling, natación y observación de especies.	
4.7 Permisos y Restricciones	
Su horario de visita es de 7:00 am a 18:00 pm de lunes a domingo. Mediante la obtención de un permiso otorgado por el P.N.S. se puede acampar.	
4.8 Usos	
4.8.1 Usos Actuales	
Centro de esparcimiento de la población local.	
4.8.2 Usos Potenciales	
Sitio de esparcimiento para turistas nacionales e internacionales por ser la playa más cercana al centro de Puerto Ayora.	
4.8.3 Necesidades turísticas	
Implementación de señalética turística y control de registro de visitantes.	
4.9 Impactos	

4.9.1 Impactos positivos	
Correcto uso de las zonas de la playa	
4.9.2 Impactos negativos	
Exceso en la capacidad de visitantes a la Playa.	
5. ESTADOS DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO:	
5.1 Estado: Alterado	
5.2 Causas:	
Inexistencia de señalética para delimitar las zonas de la Playa.	
6. ENTORNO:	
6.1 Entorno: Intervenido	
6.2 Causas:	
Destrucción de la vegetación.	
7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y ACCESO	
7.1 Tipo: Carretera y Sendero	7.2 Subtipo: Adoquinado, lastrado
7.3 Estado de Vías: Excelente	7.4 Transporte: Alquiler de camionetas o caminatas
7.5 Frecuencias: Todos los días	7.6 Temporalidad de acceso: Todo el año
7.7 Observaciones:	
Vestir ropa ligera, además de gafas, protector solar, cámara y equipo de snorkel.	
8. FACILIDADES TURÍSTICAS	
Infraestructura turística existente en la ciudad de Puerto Ayora.	
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:	10.2 Distancia:
Centro de Crianza Fausto Llerena y Centro de Interpretación Van Strailer	2 Km
11. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO:	
11.1 Difusión: Internacional	

12. VALORACIÓN DEL ATRACTIVO		
VARIABLE	FACTOR	PUNTOS
CALIDAD	a) Valor intrínseco	9
	b) Valor extrínseco	7
	c) Entorno	6
	d) Estado de Conservación y/o Organización	6
APOYO	a) Acceso	9
	b) Servicios	6
	c) Asociación con otros atractivos	5
SIGNIFICADO	a) Local	2
	b) Provincial	4
	c) Nacional	5
	d) Internacional	7
TOTAL		66
13. JERARQUIZACIÓN		
Jerarquía III		

e. Atractivo 5. “Las Grietas”

1. DATOS GENERALES	
1.1 Encuestador: Diana Vásquez	1.2 Ficha N°: 05
1.3 Supervisor Evaluador: Ing. Verónica Yépez	1.4 Fecha: 08 de abril del 2014
1.5 Nombre del Atractivo: Las Grietas	
1.6 Categoría: Sitios Naturales	
1.7 Tipo: Ambientes Marinos	
1.8 Subtipo: Grietas	



Fotografía N° 05. “Las Grietas” Por: Diana Vásquez

2. UBICACIÓN

2.1 Provincia: Galápagos

2.2 Ciudad y/o Cantón: Santa Cruz

2.3 Parroquia: Puerto Ayora – Barrio Punta Estrada

2.4 Latitud: 9917831

2.5 Longitud: 15M0799903

3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO

3.1 Nombre del poblado: Ciudad de Puerto Ayora

3.2 Distancia: 2 Km

4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO

4.1 Altitud: 5 m.s.n.m.

4.2 Temperatura: 24 a 29 °C

4.3 Precipitación Pluviométrica: 0 a 300 mm/año

4.4 Ubicación del Atractivo

Las Grietas están ubicadas a 2 Km del centro de la ciudad de Puerto Ayora en el Barrio Punta Estrada, cruzando el muelle de pasajeros, para lo cual se toma un taxi marítimo, seguido de una caminata.

4.5 Descripción del atractivo

Las Grietas son el resultado de fisuras de lava en paredes de roca, en medio de las cuales se encuentra un brazo de agua salobre. Es importante mencionar que el agua de las Grietas que

se encuentra en la parte superior es dulce puesto que la misma desciende de la parte alta de las Grietas, mientras que el agua de la parte interior es filtrada del mar, dando como resultado agua salobre.

4.6 Atractivos individuales que lo conforman:

Existe un bosque de Cactus opuntia que rodea Las Grietas en el cual se puede observar variedad de especies de fauna como: aves y reptiles.

4.7 Permisos y Restricciones

Su horario de visita es de 7:00 am a 17:30 pm de lunes a domingo.

4.8 Usos

4.8.1 Usos Actuales

Importante sitio de visita para turistas nacionales y extranjeros, debido a su singular formación.

4.8.2 Usos Potenciales

Sitio de esparcimiento para turistas nacionales e internacionales.

4.8.3 Necesidades turísticas

Mejoramiento del sendero que conduce a las Grietas e implementación de señalética turística.

4.9 Impactos

4.9.1 Impactos positivos

Alta interacción con el paisaje volcánico.

4.9.2 Impactos negativos

Dificultad para ingresar a las Grietas debido al mal estado del sendero.

5. ESTADOS DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO:

5.1 Estado: Conservado

5.2 Causas:

No

6. ENTORNO:

6.1 Entorno: Conservado


6.2 Causas:

No

7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y ACCESO		
7.1 Tipo: Marina y Terrestre	7.2 Subtipo: Sendero	
7.3 Estado de Vías: Regular	7.4 Transporte: Alquiler de taxis acuáticos	
7.5 Frecuencias: Todos los días en horarios de 7:00 a 17:30	7.6 Temporalidad de acceso: Todo el año	
7.7 Observaciones: Vestir ropa ligera, además de zapatos cómodos para la caminata, gafas, protector solar, cámara y equipo de snorkel.		
8. FACILIDADES TURÍSTICAS		
Infraestructura turística existente en la ciudad de Puerto Ayora.		
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: Centro de Crianza Fausto Llerena y Centro de Interpretación Van Strailer	10.2 Distancia: 2 Km	
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	8
APOYO	a) Acceso	5
	b) Servicios	3
	c) Asociación con otros atractivos	3

SIGNIFICADO	a) Local	2
	b) Provincial	4
	c) Nacional	7
	d) Internacional	12
TOTAL		69
13. JERARQUIZACIÓN		
Jerarquía III		

f. Atractivo 6. “Playa El Garrapatero”

1. DATOS GENERALES	
1.1 Encuestador: Diana Vásquez	1.2 Ficha N°: 06
1.3 Supervisor Evaluador: Ing. Verónica Yépez	1.4 Fecha: 09 de abril del 2014
1.5 Nombre del Atractivo: Playa El Garrapatero	
1.6 Categoría: Sitios Naturales	
1.7 Tipo: Costas o Litorales	
1.8 Subtipo: Playas	
	

Fotografía N° 06. “Playa El Garrapatero”		Por: Diana Vásquez
2. UBICACIÓN		
2.1 Provincia: Galápagos	2.2 Ciudad y/o Cantón: Santa Cruz	
2.3 Parroquia: Parroquia Bellavista		
2.4 Latitud: 9923648	2.5 Longitud: 15M0809190	
3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO		
3.1 Nombre del poblado: Recinto el Cascajo	3.2 Distancia: 5 Km	
4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO		
4.1 Altitud: 0 m.s.n.m.		
4.2 Temperatura: 22 a 29 °C		
4.3 Precipitación Pluviométrica: 0 a 300 mm/año		
4.4 Ubicación del Atractivo		
La Playa el Garrapatero se encuentra ubicada a 7 Km de la Parroquia Bellavista.		
4.5 Descripción del atractivo		
Esta Playa posee arena de color blanca con una extensión de 1500 metros, además cuenta con una pequeña poza a 100 metro de la Playa, en la cual habitan Flamings y patillos. Es importante mencionar que la especie Hippomane mancinella (manzanillo), misma que está presente en la parte final del sendero es venenosa por lo cual no se la debe ingerir. La fauna está representada por aves como: cucuves, pinzones, patillos y flamings. En los bordes de la playa puede observar zayapas, ostreros y ocasionalmente iguanas marinas.		
4.6 Atractivos individuales que lo conforman:		
Muy cercana a la Playa se encuentra la Poza de Flamings, zona de camping además de una zona de parrillada para hacer pequeñas fogatas.		
4.7 Permisos y Restricciones		
Su horario de visita es de 7:00 am a 18:00 pm de lunes a domingo. De igual manera se puede acampar en el sitio siempre y cuando obtenga un permiso otorgado por el P.N.G.		
4.8 Usos		
4.8.1 Usos Actuales		
Importante sitio de visita para turistas nacionales y extranjeros.		
4.8.2 Usos Potenciales		

Sitio de esparcimiento para turistas nacionales e internacionales con la respectiva adecuación y difusión.	
4.8.3 Necesidades turísticas	
Mejoramiento en la señalética del atractivo para evitar el ingreso de los visitantes a zonas restringidas.	
4.9 Impactos	
4.9.1 Impactos positivos	
Importante crecimiento turístico de la Parroquia Bellavista gracias al incremento de visitantes.	
4.9.2 Impactos negativos	
Alteración del estado natural del atractivo.	
5. ESTADOS DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO:	
5.1 Estado: Intervenido	
5.2 Causas:	
Incorrecta distribución de las zonas de camping.	
6. ENTORNO:	
6.1 Entorno: Intervenido	
6.2 Causas:	
Mejoramiento de las vías de acceso para facilitar el ingreso de los turistas al atractivo.	
7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y ACCESO	
7.1 Tipo: Carretera y Sendero	7.2 Subtipo: Asfaltado y Adoquinado
7.3 Estado de Vías: Excelente	7.4 Transporte: Alquiler de camionetas o viaje organizado por medio de una tour operadora
7.5 Frecuencias: Todos los días en horarios de 7:00 a 18:00	7.6 Temporalidad de acceso: Todo el año
7.7 Observaciones:	
Para ingresar a la Playa el Garrapatero se debe alquilar una camioneta la misma que posee un costo de \$30.00 ida y retorno. Se recomienda vestir ropa cómoda, además de usar protector sola, repelente, gafas y llevar cámara.	
8. FACILIDADES TURÍSTICAS	

Infraestructura turística existente en la Parroquia Bellavista.		
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: Túneles del amor sin fin	10.2 Distancia: 8 Km	
11. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO:		
11.1 Difusión: Nacional		
12. VALORACIÓN DEL ATRACTIVO		
VARIABLE	FACTOR	PUNTOS
CALIDAD	a) Valor intrínseco	9
	b) Valor extrínseco	9
	c) Entorno	8
	d) Estado de Conservación y/o Organización	8
APOYO	a) Acceso	10
	b) Servicios	4
	c) Asociación con otros atractivos	3
SIGNIFICADO	a) Local	2
	b) Provincial	4
	c) Nacional	3
	d) Internacional	1
TOTAL		61
13. JERARQUIZACIÓN		
Jerarquía III		

7. Matriz FODA

a. Análisis FODA

a) Análisis FODA de la situación turística del Cantón Santa Cruz

Cuadro N° 24. Análisis FODA de la situación turística del Cantón Santa Cruz

Análisis FODA de la situación turística del Cantón Santa Cruz	
FORTALEZA	OPORTUNIDADES
El Gobierno Municipal del Cantón Santa Cruz cuenta con varios centros de información turística con personal capacitado en sitios como: Aeropuerto de Baltra y centro poblado.	Crecimiento de la actividad turística tanto en la parte alta como en la parte baja de la Isla Santa Cruz, lo que permite diversificar la oferta turística para los visitantes.
Santa Cruz, cuenta con su aeropuerto en Baltra, el mismo que se encuentra ubicado a 45 minutos del centro poblado, por donde fluye más del 80 % del turismo de la provincia.	Mayor captación de turistas que prefieren ingresar al Archipiélago Galápagos por el Aeropuerto de Baltra.
Galápagos ha sido reconocido a nivel Mundial como un destino turístico ideal para admirar su biodiversidad endémica de Flora y Fauna, que se encuentran en buen estado de conservación.	Incrementar la venta de tours, los mismos que combinen actividades en las cuales se puedan visitar sitios representativos de la Isla Santa Cruz e Islas Cercanas, además de realizar deportes como: buceo, snorkeling, kayak, etc.
Santa Cruz cuenta con un gran número de Agencias de Viajes y Tour Operadoras que ofertan una gran variedad de tours con	Satisfacer a los visitantes debido a que cuentan con una gran variedad de agencias y operadoras que ofertan una

actividades como: tour de bahía, buceo, snorkeling, tours en la parte alta de la Isla, renta de cayacs, tours en distintas islas, etc.	diversidad de actividades a realizar en su estancia en Santa Cruz.
DEBILIDADES	AMENAZAS
La publicidad efectuada por el Gobierno Municipal de Santa Cruz no toma en cuenta importantes líneas de turismo que se llevan a cabo en Galápagos como: turismo comunitario, turismo científico, turismo académico.	Decrecimiento en la venta de tours sobre la visita a comunidades e investigación.
Dificultades logísticas en el traslado desde el aeropuerto de Baltra por los múltiples trasbordos en bus, gabarra, bus o taxi para llegar al Puerto, causando malestar en los visitantes.	Cambio en la preferencia de los visitantes a su ingreso a Galápagos, prefieran ingresar al Archipiélago, a través del aeropuerto de Isla San Cristóbal.
El Archipiélago Galápagos al ser reconocido mundialmente como un destino ideal de Ecoturismo y turismo de naturaleza, cuenta con varios reglamentos propios del Parque Nacional Galápagos y del Gobierno Municipal de Santa Cruz, mismos que no son respetadas por los pobladores locales y algunos visitantes.	Constante deterioro de cada uno de los componentes que conforman el alto endemismo de flora y fauna de la Isla Santa Cruz.
Operadoras de turismo con escasas capacidades y poco profesionalismo basan su operación en el empirismo y ponen en riesgo la reputación de las operadoras locales.	La competencia desleal en la política de precios por parte de las empresas competidoras, causan un desequilibrio en el mercado turístico.

8. Matriz CPES

a. Análisis CPES

1) Análisis CPES de la situación turística del Cantón Santa Cruz

Cuadro N° 25. Análisis CPES de la situación turística del Cantón Santa Cruz

Análisis CPES de la situación turística del Cantón Santa Cruz			
CAUSA	PROBLEMA	EFECTO	SOLUCIÓN
Falta de capacitación a los prestadores de servicios turísticos	Empirismo en la prestación de servicios turísticos	Prestación de servicios turísticos de baja calidad	Organizar capacitaciones anuales a los prestadores de servicios por parte de ministerio de turismo
Despreocupación por parte del Gobierno Municipal	Carencia de señalética turística en el cantón Santa Cruz y sus parroquias	Pérdida de tiempo en los turistas que no cuentan con un guía durante su estancia en la Isla	Implementación de señalética turística en el Cantón Santa Cruz
Incumplimiento por parte del Gobierno Municipal del cantón Santa Cruz y Cant	Deficiencia de los servicios básicos como: alcantarillado, agua potable e internet en el cantón Santa Cruz	Insatisfacción por parte de los pobladores, turistas nacionales e internacionales que visitan la Isla	Implementación de servicios básicos como: agua potable, alcantarillado e internet en la Isla

B. VIABILIDAD COMERCIAL DEL PRODUCTO TURÍSTICO

1. Estudio de mercado

a. Análisis de la oferta

1) Análisis de la oferta turística actual

a) Resumen de los atractivos turísticos del Cantón Santa Cruz

Cuadro N° 26. Atractivos Naturales del Cantón Santa Cruz

ATRATIVOS	CATEGORÍA	TIPO	SUB-TIPO	JERARQUÍA
Atractivos naturales correspondientes al inventario 2013				
Playa Tortuga Bay	Sitios Naturales	Costas Litorales	o Playas	IV
Cráter los Gemelos	Sitios Naturales	Fenómenos Geológicos	Cráteres	III
Playa la Estación	Sitios Naturales	Costas Litorales	o Playas	III
Las Grietas	Sitios Naturales	Ambientes Marinos	Grietas	III
Playa el Garrapatero	Sitios Naturales	Costas Litorales	o Playas	III
ATRATIVOS	CATEGORÍA	TIPO	SUB-TIPO	JERARQUÍA
Atractivos naturales correspondientes al inventario del MINTUR 2007				
Túneles del Amor	Sitio Natural	Fenómenos Geológicos	Tubos de lava	III
Rancho Primicias	Sitio Natural	Ambientes Lacustres	Pozas	III

Reserva de Tortugas El Chato	Sitio Natural	Ambientes Lacustres	Pozas	III
Playas los Alemanes	Sitios Naturales	Costas o Litorales	Playas	III
Laguna Las Ninfas	Sitio Natural	Amiente Lacustre	Ensenada	II

Fuente: Ministerio de Turismo, 2010

Elaborado por: Diana Vásquez

Cuadro N° 27. Atractivos Naturales del Cantón Santa Cruz

ATRATIVOS	CATEGORÍA	TIPO	SUB-TIPO	JERARQUÍA
Atractivos culturales correspondientes al inventario 2013				
Centro de Crianza de Tortugas Fausto Llerena	Manifestaciones Culturales	Relaciones Técnico Científicas	Centros Científicos y Técnicos	III
ATRATIVOS	CATEGORÍA	TIPO	SUB-TIPO	JERARQUÍA
Atractivos Culturales correspondientes al inventario del MINTUR 2007				
Finca el Trapiche	Manifestaciones Culturales	Relaciones Técnico Científicas	Explotaciones Agropecuarias	III

Fuente: Ministerio de Turismo, 2010

Elaborado por: Diana Vásquez

b) Productos turísticos

i) Definición de líneas de productos turísticos

En el sitio de estudio se establece las siguientes líneas de productos, cada una de ella con sus concernientes variedades de producto y con cada una de sus actividades turísticas.

Cuadro N° 28. Líneas de productos turísticos

Líneas de Productos	Variedad de Producto	Nombre	Actividades
Turismo Comunitario	Turismo Vivencial	Parroquia Bellavista Parroquia Santa Rosa Recinto el Cascajo	Interacción comunitaria (tradiciones, costumbres, gastronomía y música)
Ecoturismo	Parque Nacional Reserva Marina	Parque Nacional Galápagos	Caminata a Cerro Croker y al Puntudo. Observación de Flora y Fauna.
		Reserva Marina Galápagos	Pesca deportiva únicamente en áreas permitidas por el P.N.G. Observación de flora y fauna marina como: arrecifes, tiburón martillo, tortugas marinas etc.
Turismo Aventura	Deportes Terrestres	Cycling y caminata	Cerro Media Luna
		Cabalgatas	Cerro el Puntudo

b. Análisis de la competencia (Oferta sustitutiva – Oferta complementaria)

a) Identificación de los competidores

Santa Cruz cuenta con distintas empresas prestadoras de servicios turísticos, las mismas que han sido catastradas por el Mintur. Anexo N° 3.

b) Tasa de ocupación de los establecimientos de hospedaje

Para elaborar el cálculo de la tasa de ocupación de los establecimientos prestadores del servicio de alojamiento se procedió aplicar la siguiente fórmula:

$$To = \frac{\Sigma \text{total de huéspedes}}{\text{Total de plazas disponibles} \times \text{días}} \times 100$$

Según el Parque Nacional Galápagos, 2013. En relación a la ocupación turística de los establecimientos prestadores de servicios de alojamiento, se ha determinado que en el año 2013, en el cantón Puerto Ayora se ha hospedado un total de 108597 turistas.

Datos

Total huéspedes: 108597

Total plazas disponibles: 760

Días: 365

$$To: \frac{108,597}{760 \times 365} \times 100$$

To: 39%

La tasa de ocupación en el año 2013 de los establecimientos prestadores de servicio de hospedaje fue del 18%.

1) Súper estructura turística

En la provincia de Galápagos trabajan en varios ejes de turismo sostenible las siguientes instituciones públicas y privadas detalladas a continuación:

a) Ámbito turístico

Consejo Provincial

Ente encargado de la promoción turística a nivel provincial.

Gobiernos autónomos descentralizados

Cada uno de los tres cantones de la provincia de Galápagos cuenta con una institución de este tipo, cabe mencionar que los tres cantones los mismos que son: cantón Puerto Ayora, Puerto Villamil y Puerto Vaquerizo Moreno tienen importante influencia en el turismo. Los gobiernos cantonales trabajan en proyectos referentes a la conservación, dotación de servicios básicos, promover el desarrollo del turismo mediante la promoción, así como también la regulación y cumplimiento de la normatividad turística.

Ministerio de turismo

A través de las unidades de turismo ubicadas en los cantones Puerto Ayora, Puerto Villamil y Puerto Vaquerizo Moreno ha venido impulsando al turismo apoyando en las diferentes actividades que los gobiernos cantonales programan.

Cuerpo de bomberos

Ente encargado de exigir planes de contingencia a los establecimientos prestadores de servicios turísticos.

b) Ámbito cultural

Subsecretaría de Cultura

Institución pública, que conjuntamente con los municipios realizan actividades de integración y recreación en los cantones de la provincia.

Casa de la cultura

Institución pública, encargada de brindar talleres culturales dirigidos principalmente a los niños de la provincia.

Asociación de Artesanos

Ente gremial, cuya finalidad es lograr una mayor organización del grupo para la búsqueda de beneficios.

c) Ámbito ambiental

Ministerio del Ambiente

Institución pública, encargada de realizar estudios de impacto ambiental, brindar asesoría técnica a los responsables de ejecutar proyectos turísticos en áreas protegidas.

c. Detalle de la oferta complementaria

Consecuentemente se estudia a las operadoras de buceo que comprenden la oferta complementaria, puesto que la operadora de turismo Expetourgal no cuenta con el servicio de Buceo.

Cuadro N° 29. Oferta sustitutiva

Nombre	Ubicación	# años de funcionamiento	# clientes anuales	Tipo de visitantes	Servicios e instalaciones	Precios	Publicidad	Ventajas	Desventajas
KEANNA GALAPAGOS TOURS	Av. Charley Darwin y Charles Binford	3 años	1986	Visitantes nacionales, extranjeros, grupos de familias, grupos de estudiantes	Venta de tickets Tour diario Tour de snorkeling y pesca Tour de bahía	\$35,00 \$120,00 \$80,00 \$35,00	Local	Ubicación	Carencia de publicidad, material pop, escaso personal capacitado, falta implementar actividad educativas y ecoturísticas en los tours
ISLAS DE FUEGO EXPEDITIONS CIA LTDA	C. Moisés Brito y Juan Montalvo	23 años	6570	Turistas nacionales, Extranjero, grupos de estudiante, grupos de adultos mayores Grupos de adultos	Tour parte alta Tour de playa Tour de bahía	\$35,00	Internet	Convenio con importante agencias de Ecuador contiene tal Contante publicidad Personal capacitado	Falta implementar actividad educativas y ecoturísticas en los tours
PLANET	Av. Baltra y 10	5 años	4745	Visitantes	Tour diario	\$180,00	Página web	Cuenta con agencia	Falta implementar

GALÁPAGOS S.A.	de Marzo			nacionales, extranjeros, grupos de familias, grupos selectos	Seymour Bartolomé Plazas	\$180,00 \$140,00		sucursal en la ciudad de Guayaquil Constante publicidad Material pop La empresa su propio hotel en Santa Cruz, San Cristóbal, barco	actividad educativas y ecoturísticas en los tours
LONESOME GEORGE	Av. Baltra y Opuntia	14 años	4015	Visitantes nacionales, extranjeros, grupos de familias, grupos de estudiantes	Tour diario Tour navegable	\$145,00 \$1200,00- \$2000,00	Página web Material pop	Constante publicidad, consolidada en el mercado	Falta implementar actividad educativas y ecoturísticas en los tours

Cuadro N° 30. Oferta complementaria

Tour operadoras									
Nombre	Ubicación	# años de funcionamiento	# clientes anuales	Tipo de visitantes	Servicios e instalaciones	Precios	Publicidad	Ventajas	Desventajas
GALÁPAGOS PEOPLE	Av. Charles Darwin y Floreana	7 años	2095	Visitantes nacionales, extranjeros, parejas, grupos de	Tour entre islas Buceo Tour navegable	\$400,00 \$150,00 (\$1000 - \$2000)	Internet	Consolidada en el mercado	Falta implementar actividad educativas y ecoturísticas en los tours Escaso personal

				familias, grupos de estudiantes					
ALBATROS TOURS	Av. Charles Darwin y Baltra	14 años	2930	Visitantes nacionales, extranjeros, Grupos de familia	Tour diario Buceo Tour de bahía	\$145,00 \$140,00 \$35,00	Internet	Ubicación céntrica Consolidada en el mercado	Escaso personal capacitado Falta implementar actividad educativas y ecoturísticas en los tours Carente publicidad
EAGLERAY TOURS	Islas y Thomas de Berlanga	8 años	2105	Visitantes extranjeros, nacionales y grupos de familias	Buceo Tour diario	\$160,00 \$150,00	Página web Facebook Instagram Twitter	relación con varias agencias ubicadas en Ecuador continental Ventas por internet	Falta de publicidad Escaso personal capacitado Falta implementar actividad educativas y ecoturísticas en los tours

Hoteles y hostales						
Nombre	Ubicación	Tipo de visitantes	Servicios e instalaciones	Precios	Ventajas	Desventajas
Hostal Fernandina	B. El Eden, Av. 18 de Febrero y Marchena	Turistas nacionales y extranjeros	Hab. Sencilla Hab. Doble Hab. Trile Hab. cuádruple	\$102,60 \$127,80 \$170,10 \$196,20	Habitaciones amplias con aire acondicionado, servicio a la habitación, piscina, incluye desayuno mini buffet	22% adicional (iva y servicio) No se encuentra en la avenida principal
Hostal Pelican Inn	C. Adolfo Hanny y Floreana	Turistas nacionales y extranjeros	Precio por persona Grupos	\$44,80 \$39,20	Las habitaciones cuentan con refrigeradora, TV cable, aire acondicionado, desayuno incluido, piscina, el precio incluye iva y servicios	No se encuentra en la avenida principal
Hostal Mainao	C. Matazaros e	Turistas nacionales	Hab. Doble	\$101,26	Las habitaciones cuentan con TV cable, aire	No se encuentra en la

	Indefatigable	y extranjeros	Hab. Triple Hab. cuádruple	\$134,20 \$167,40	acondicionado, WI-FI, desayuno incluido, el precio incluye iva y servicios	avenida principal
Hotel Fiesta	C. Moises Brito y Juan Montalvo – Barrio Las Ninfas	Turistas nacionales y extranjeros	Hab. Sencilla Hab. Triple Hab. cuádruple	\$90,00 \$135,00 \$160,00	Instalaciones amplias, las habitaciones cuentan con TV cable, aire acondicionado, WI-FI, piscina, desayuno incluido, el precio incluye iva y servicios	No se encuentra en la avenida principal
Pensión Palace Suit	C. Cucuve s/n y C. Floreana.	Turistas nacionales y extranjeros	Junior suit Master suit doble Triple	\$170,00 \$150,00 \$130,00 \$120,00	Las habitaciones cuentan con TV cable, aire acondicionado, desayuno incluido	No incluye el 12% de iva y no se encuentra en la avenida principal
Restaurants						
Nombre	Ubicación	Tipo de visitantes	Servicios e instalaciones	Precios	Ventajas	Desventajas
Bar restaurant Pelican View	Av. Charles Darwin	Turistas nacionales, extranjeros y personas locales	Cenas	\$13,00 \$18,00 \$20,00	Ubicada en la avenida principal con vista al mar	Precio no incluye 22% de iva y servicios
Restaurante el Chocolate	Av. Charles Darwin, B. Pelicanbay	Turistas nacionales, extranjeros y personas locales	Almuerzos Cenas	\$12,00 \$24,00 \$12,00 \$24,00	Ubicada en la avenida principal con vista al mar	Precio no incluye 22% de iva y servicios
Transporte terrestre						
Nombre	Ubicación	Tipo de visitantes	Servicios e instalaciones	Precios	Ventajas	Desventajas
Cooperativa de Taxis Puerto Ayora	Av. Baltra	Turistas Nacionales, extranjeros y gente local	Camioneta Medio día Van	\$35,00	Varias unidades de camionetas en buen estado	La cooperativa no cuenta con varias unidades y las mismas se encuentran en

			Medio día Minibús	\$60,00		estado deteriorado
			Medio día Bus	\$125,00		
			Medio día	\$200,00		
Transporte marítimo						
Nombre	Ubicación	Tipo de visitantes	Servicios e instalaciones	Precios	Ventajas	Desventajas
Xpedition	Base puerto ayora	Turistas nacionales, extranjeros y personas locales	Puerto Ayora – puerto Villamil Puerto Ayora – Puerto B. Moreno	\$25,00 \$30,00	Disponibilidad en varios horario de lunes a domingo	

2. Análisis de la demanda

a. Segmento de mercado

Para la elaboración del análisis de mercado de los productos turísticos se ha tomado en cuenta dos segmentos importantes, el segmento nacional y extranjero.

Dentro del segmento nacional se ha definido el cantón Santa Cruz. Información que ha sido obtenida del P.N.G. 2013.

En el segmento de turistas extranjeros se ha tomado en cuenta a los turistas que visitaron el cantón Santa Cruz. Información que ha sido obtenida del P.N.G. 2013.

3. Universo turistas nacionales y extranjeros

El universo de turistas internacionales que visitan el cantón Santa Cruz es de 121107 (P.N.G. 2013).

El universo de turistas nacionales que visitan el cantón Santa Cruz es de 65211 (P.N.G. 2013).

4. Tamaño de la muestra

Para el cálculo de la muestra se utilizó un margen de error del 8% y como constante K igual a 1.75, tanto para la obtención de la muestra de turistas nacionales y extranjeros.

5. Muestreo

a. Muestra para turistas nacionales

Para el universo de turistas nacionales se tomó en cuenta el total de visitantes durante el año 2013 que visitaron el cantón Santa Cruz, los cuales suman un total de 65211 visitantes.

$$n = \frac{N * (P * Q)}{(N - 1) * \left(\frac{e}{z}\right)^2 + (P * Q)}$$

$$n = \frac{65211(0,5 \times 0,5)}{65210 \times (0,08 \div 1,75)^2 + (0,5 \times 0,5)}$$

Muestra para los turistas nacionales a aplicar en el cantón Santa Cruz.

n: 119 encuestas

b. Muestra para turistas extranjeros

Para el universo de turistas extranjeros se tomó en cuenta el total de visitantes durante el año 2013 que visitaron el cantón Santa Cruz, los cuales suman un total de 121107 visitantes.

$$n = \frac{N * (P * Q)}{(N - 1) * \left(\frac{e}{z}\right)^2 + (P * Q)}$$

$$n = \frac{121107(0,5 \times 0,5)}{121106 \times (0,08 \div 1,75)^2 + (0,5 \times 0,5)}$$

Muestra para los turistas extranjeros a aplicar en el cantón Santa Cruz.

n: 120 encuestas

6. Tabulación de resultados

a. Demanda nacional

- **Características Sociodemográficas:**

1) **Edad**

Tabla N° 1. Edad de los turistas nacionales encuestados

Opciones	Frecuencias	Porcentaje
Menos de 20 años	3	2,52%
21 – 40 años	66	55,46%
41 a 60 años	24	20,17%
Más de 61 años	26	21,85%
Total	119	100 %

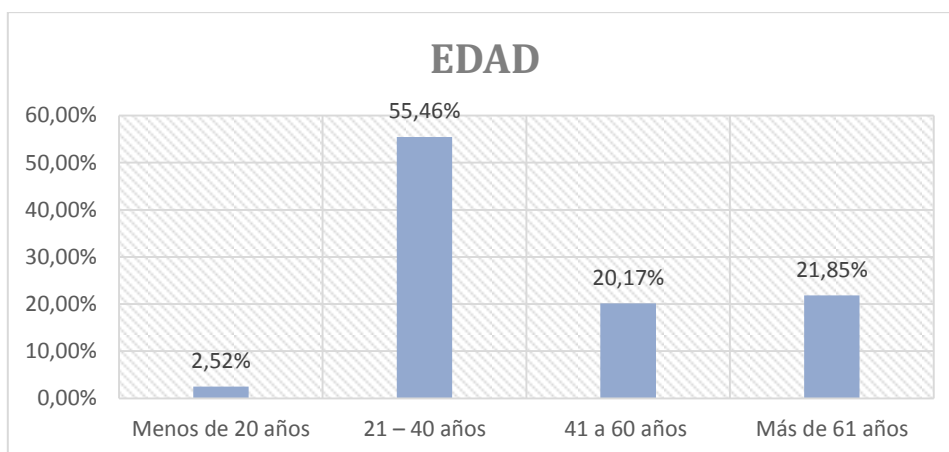


Gráfico N° 1. Edad de los turistas nacionales encuestados.

Como se puede observar en el gráfico, la edad de los turistas nacionales encuestados corresponde a 119 frecuencias, es decir el 55% son turistas de 21 a 40 años, el 22% a los turistas mayores de 61 años de edad, el 20% a turistas de 41 a 60 años y el 3% corresponde a los turistas menores de 20 años.

2) Género

Tabla N° 2. Género de los turistas nacionales encuestados

Género	Frecuencias	Porcentaje
Masculino	69	57,98%
Femenino	50	42,02%
Total	119	100%

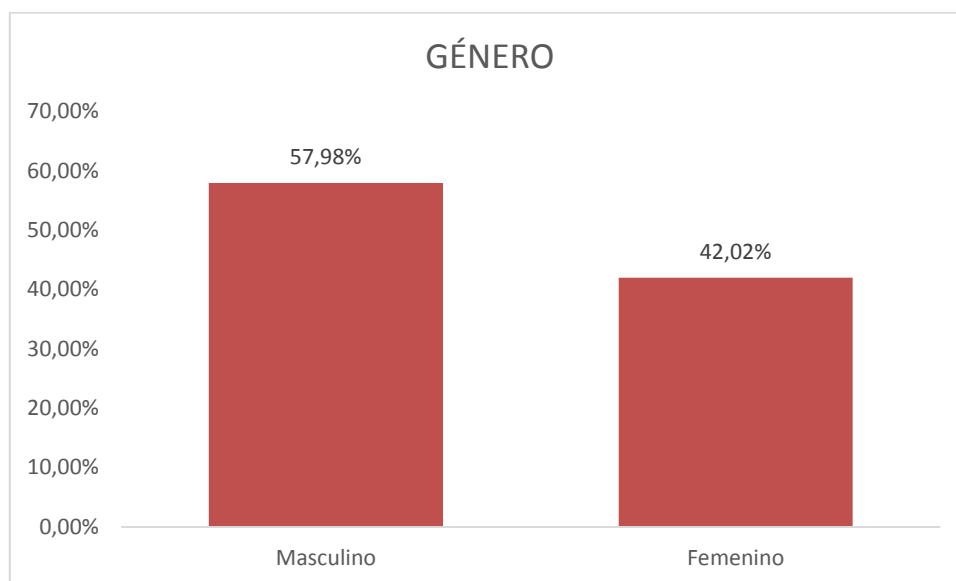


Gráfico N° 2. Género de los turistas nacionales encuestados.

Como se puede observar en el gráfico el género de los turistas nacionales encuestados corresponde a 119 frecuencias. El 58% corresponde al género masculino y 42% al género femenino.

3) Estado civil

Tabla N° 3. Estado civil de turistas nacionales encuestados.

Opciones	Frecuencias	Porcentaje
Soltero	22	18,49%
Casado	88	73,95%
Divorciado	5	4,20%
Viudo	4	3,36%
Total	119	100%

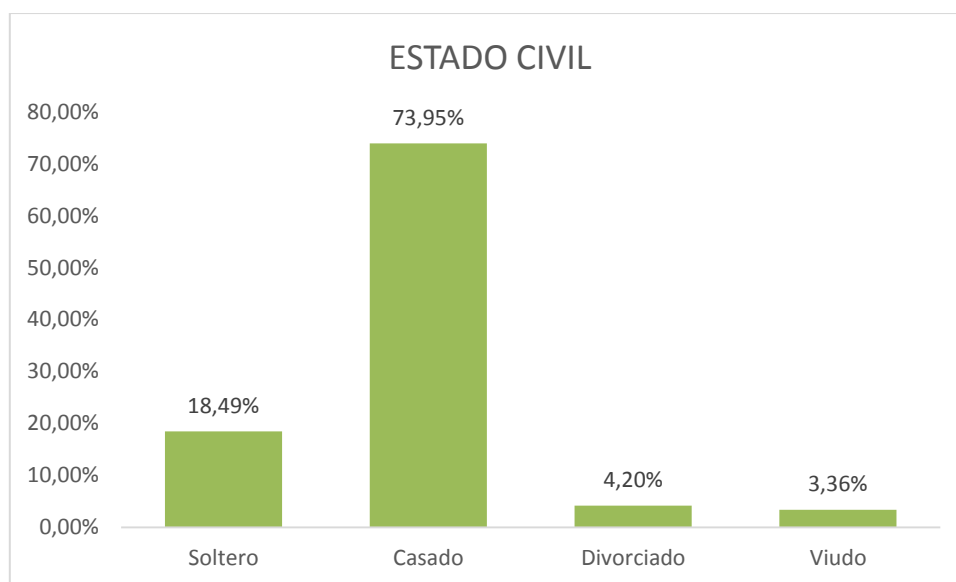


Gráfico N° 3. Estado civil de turistas nacionales encuestados.

Como se puede observar en el gráfico el estado civil de los turistas nacionales encuestados cuenta con 119 frecuencias, de las cuales el 73,95% son casados, el 18,49% son solteros, el 4,20% son divorciados y un 3% son viudos.

4) Procedencia

Tabla N° 4. Procedencia de los turistas nacionales encuestados.

Provincias	Frecuencias	Porcentaje
Esmeraldas	3	2,52%
Guayas	38	31,93%
Tungurahua	3	2,52%
Loja	3	2,52%
Pichincha	48	40,34%
Santo D. de los Colorados	3	2,52%
Manabí	6	5,04%
Azuay	9	7,56%
G. San Cristóbal	6	5,04%
Total	119	100%

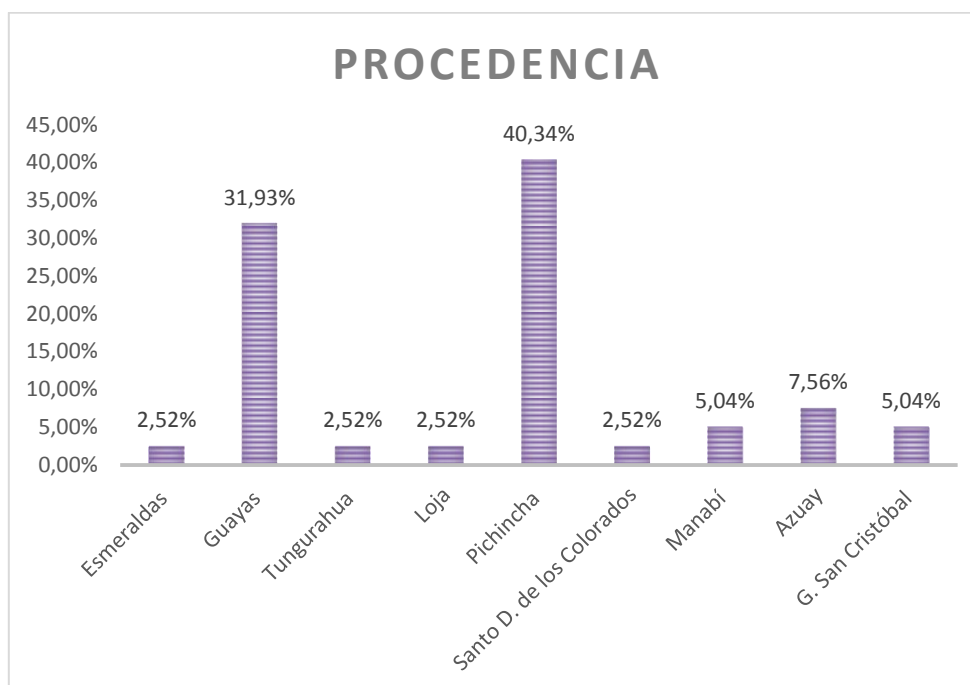


Gráfico N° 4. Procedencia de los turistas nacionales encuestados.

En cuanto a la procedencia de los turistas nacionales encuestados como se puede observar el 40% son de la provincia de Pichincha, el 32% son de la provincia del Guayas, el 8% de la provincia de Azuay, el 5% respectivamente de la provincia de Galápagos y Manabí, el 3% respectivamente de las provincias de Esmeraldas, Tungurahua, Loja y Santo Domingo.

5) Nivel de estudios

Tabla N° 5. Nivel de estudios de los turistas nacionales encuestados.

Opciones	Frecuencias	Porcentaje
Primaria	0	0%
Secundaria	27	22,69%
Universidad	72	60,50%
Post-grado	20	16,81%
Total	119	100%

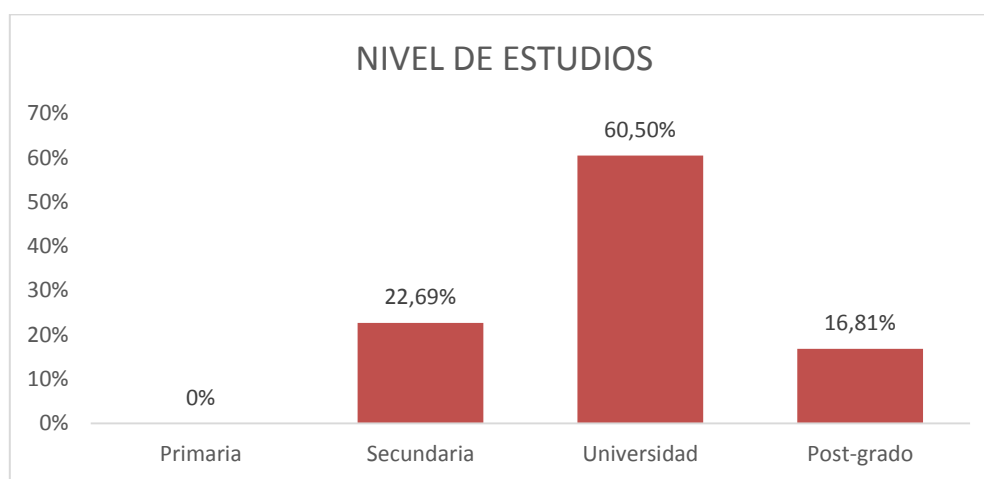


Gráfico N° 5. Nivel de estudios de los turistas nacionales encuestados.

En cuanto al nivel de estudios de los turistas nacionales encuestados, se determina que el 61% poseen estudios universitarios, el 23% cuentan con un nivel de estudios de secundaria, el 17% con poseen el nivel de post – grado.

6) Salario mensual

Tabla N° 6. Salario mensual de los turistas nacionales encuestados.

Opciones	Frecuencias	Porcentaje
Menor a 500 - 1000	18	15,13%
De 1001 – 2000	56	47,06%
Mayor a 2001	45	37,82%
Total	119	100%

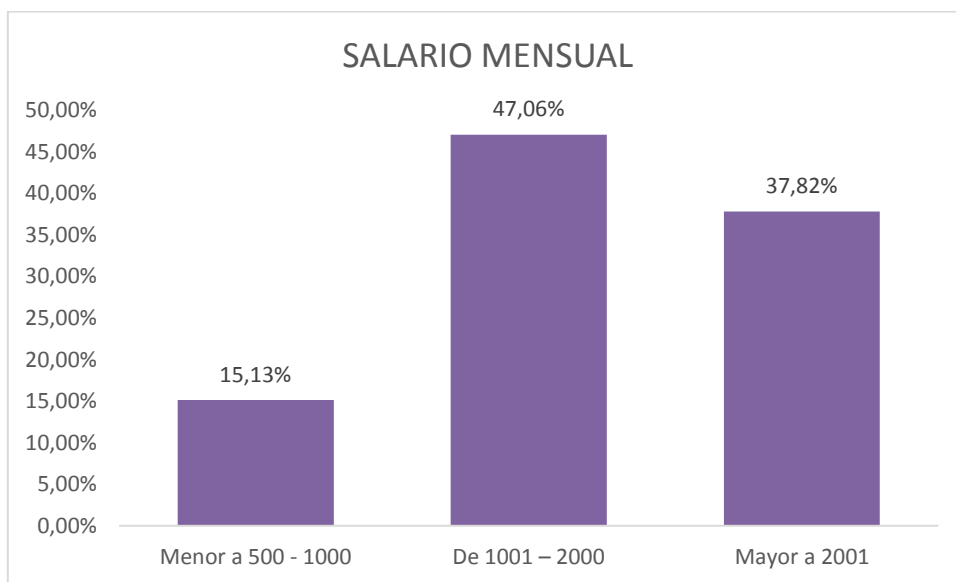


Gráfico N° 6. Salario mensual de los turistas nacionales encuestados.

En cuanto al nivel de ingresos de los turistas nacionales encuestados, se obtuvo que el 47% poseen ingresos entre 1001 a 2000 dólares americanos, mientras que el 38% perciben ingresos mayores a 2001 dólares americanos y finalmente el 15,13% poseen ingresos entre 500 y 1000 dólares mensuales.

Características Psicodemográficas.

7) Cuál es el motivo del viaje.

Tabla 7. Motivo de viaje de los turistas nacionales encuestados.

Opciones	Frecuencias	Porcentaje
Relax	104	87,39%
Estudios	9	7,56%
Trabajo	6	5,04%
Otros	0	0,0%
Total	119	100%

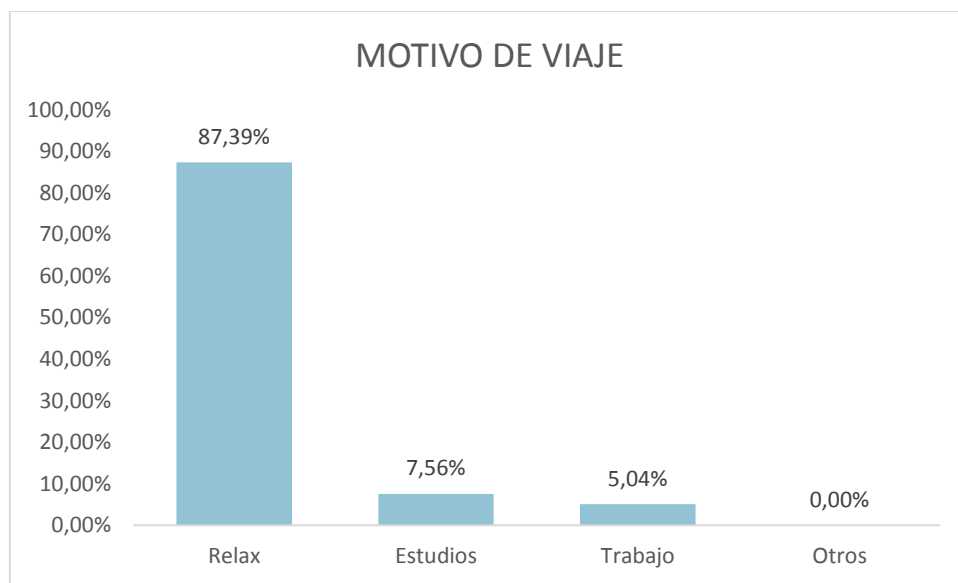


Gráfico N° 7. Motivo de viaje de los turistas nacionales encuestados

El 87% de los turistas nacionales encuestados realizan su viaje por relax, mientras que el 8% de los turistas nacionales viajan por estudios y el 5% viajan por motivos de trabajo.

8) Preferencias de viaje

Tabla N° 38. Cómo prefiere viajar

Opciones	Frecuencias	Porcentaje
Independientemente	113	94,96%
Por medio de agencia	6	5,04%
Total	119	100%

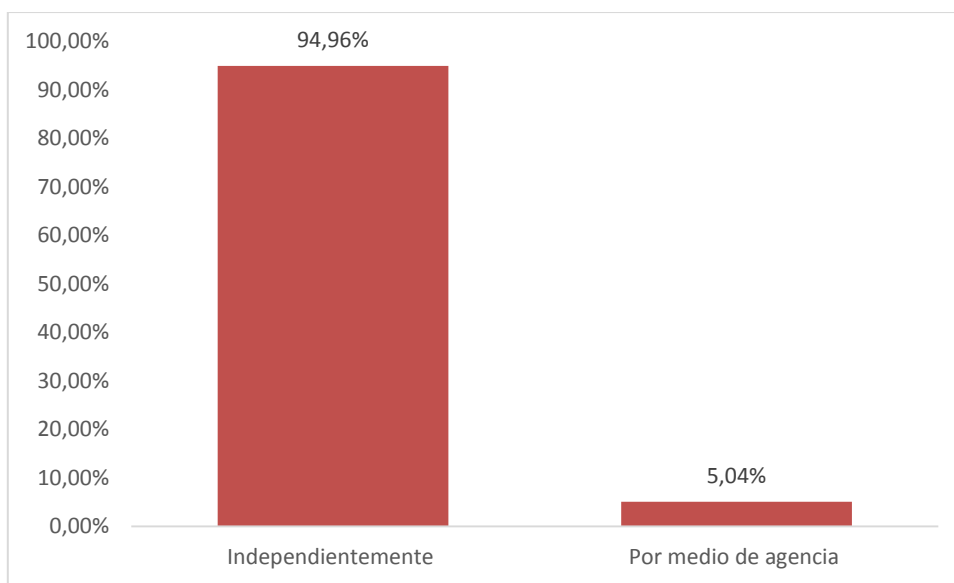


Gráfico N° 8. Preferencias de viaje de los turistas nacionales encuestados

El 95% de los turistas nacionales encuestados prefieren realizar sus viajes de manera independiente, mientras que el 5% de los turistas nacionales viajan por medio de agencias de viajes.

9) Acompañamiento

Tabla N° 9. Acompañamiento de los turistas nacionales encuestados

Opciones	Frecuencias	Porcentaje
Solo	23	18,40%
Amigos	6	4,80%
Pareja	24	19,20%
Familia	72	57,60%
Total	125	100

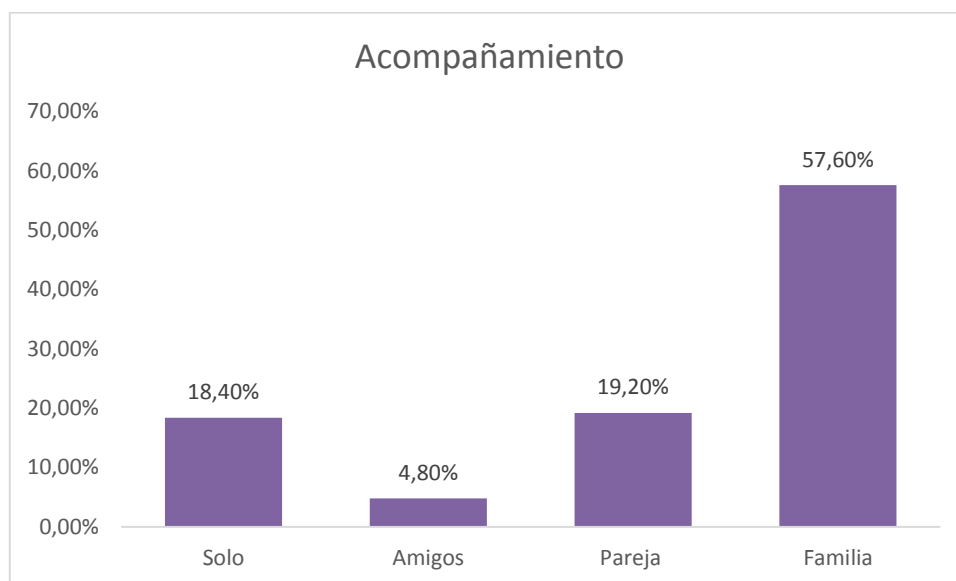


Gráfico N° 9. Acompañamiento de los turistas nacionales encuestados

En cuanto al acompañamiento de los turistas nacionales encuestados se obtuvo que prefieren viajar con la familia en un 58%, mientras que en pareja viajan el 19% de los turistas nacionales, un 18% de los turistas realizan sus viajes solos, mientras que en grupo de amigos viajan un 5% de los turistas encuestados.

10) Visita a Galápagos

Tabla N° 10. Ha visitado anteriormente Galápagos

Opciones	Frecuencias	Porcentaje
Si	75	63,03%
No	44	36,97%
Total	119	100%

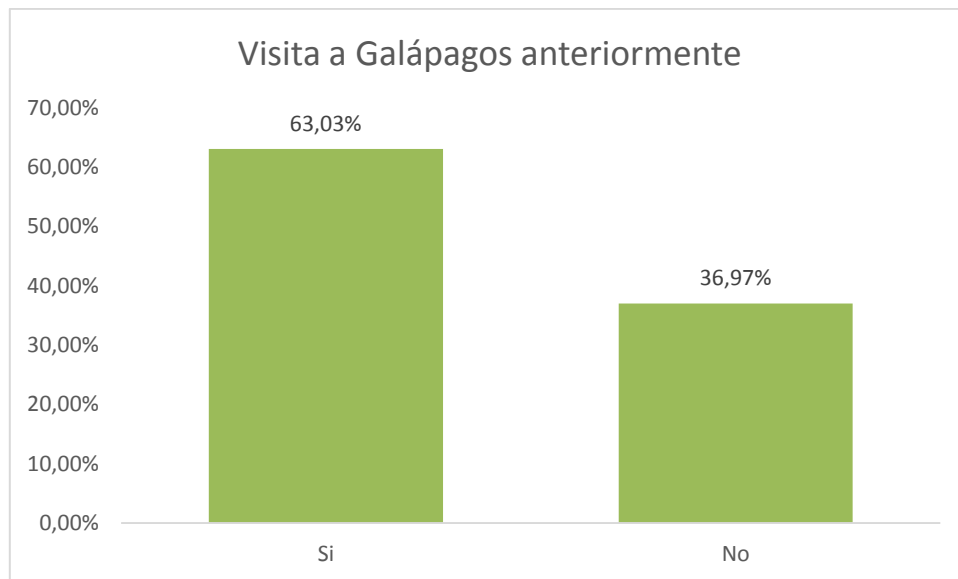


Gráfico N° 10. Visita a Galápagos

Los turistas nacionales encuestados con una frecuencia de 119, demuestran que si han visitado anteriormente las Islas Galápagos, incluyendo la Isla Santa Cruz con un 63%, mientras que el 37% de los turistas es la primera vez que visitan el Archipiélago.

11) Tipos de Turismo

Tabla N° 11. Qué tipos de turismo le gustaría realizar

Opciones	Frecuencias	Porcentaje
Ecoturismo	88	47,83%
Turismo de aventura	57	30,98%
Turismo comunitario	12	6,52%
Cruceros	27	14,67%
Total	184	100%

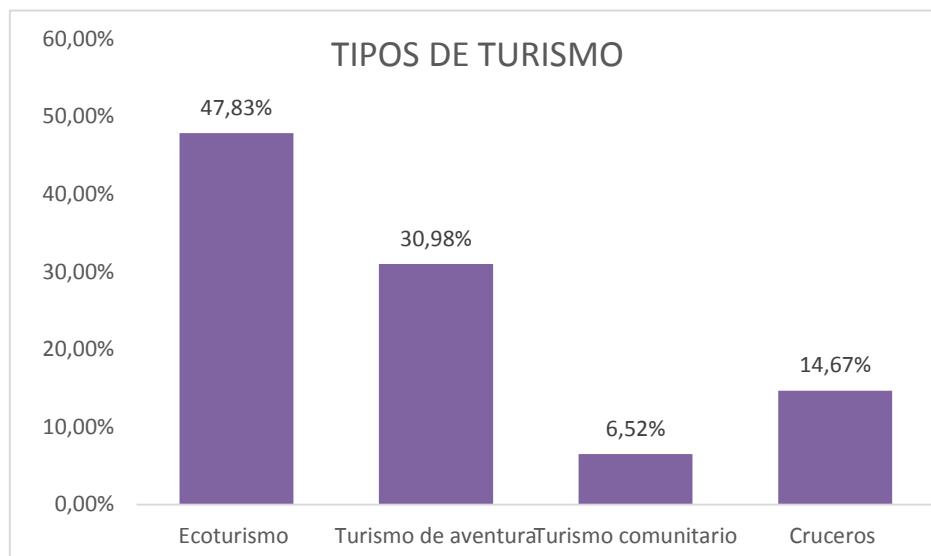


Gráfico N° 11. Tipos de turismo

Los turistas nacionales encuestados con una frecuencia de 184, demuestran una preferencia en un 48% por el Ecoturismo, con el 31% los turistas prefieren el turismo de aventura, mientras que el 15% de los turistas prefieren los cruceros y el 7% demuestran que prefieren el turismo comunitario.

12) Días de permanencia

Tabla N° 12. Cuántos días permanecerá en Galápagos.

Opciones	Frecuencias	Porcentaje
1 a 2 días	0	0%
3 a 4 días	9	7,56%
5 a 6 días	54	45,38%
Más de 7 días	57	47,90%
Total	119	100%

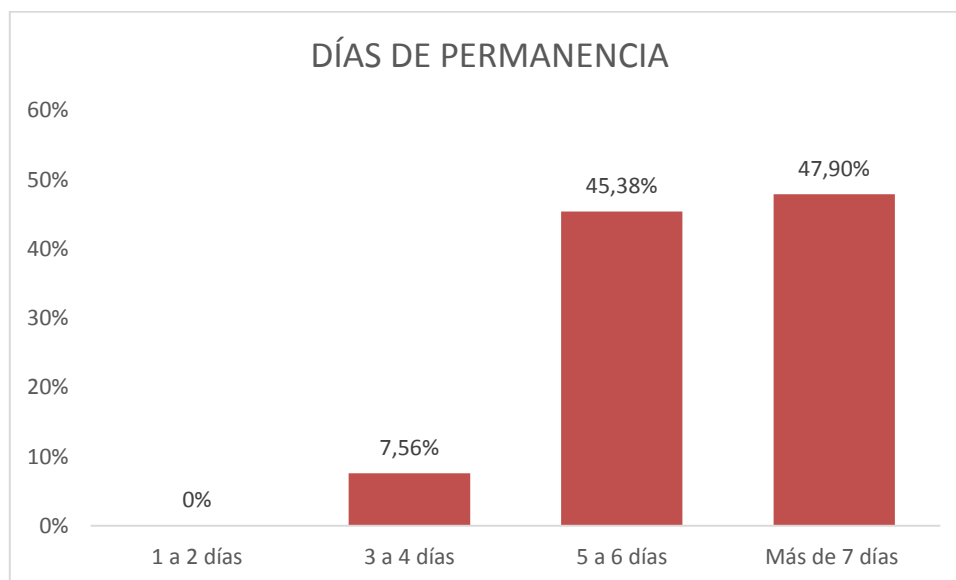


Gráfico N° 12. Días de permanencia

El número de días de permanencia de los turistas nacionales es de más de 7 días con el 48%, muy seguido de los turistas que prefieren viajar de 5 a 6 días con el 45%, mientras que el 8% de los turistas permanecen apenas de 3 a 4 días.

13) Actividades preferidas por los turistas.

Tabla N° 13. Actividades preferidas por los turistas nacionales encuestados.

Opciones	Frecuencias	Porcentaje
Senderismo	61	18,15%
Campamentos	21	6,25%
Kayak	15	4,46%
Observación astronómica	27	8,04%
Degustar comida típica	43	12,80%
Snorkeling	48	14,29%
Ciclismo	12	3,57%
Cabalgatas	3	0,89%
Observación de flora y fauna	100	29,76%
Visitar festividades culturales	6	1,79%
Total	336	100%

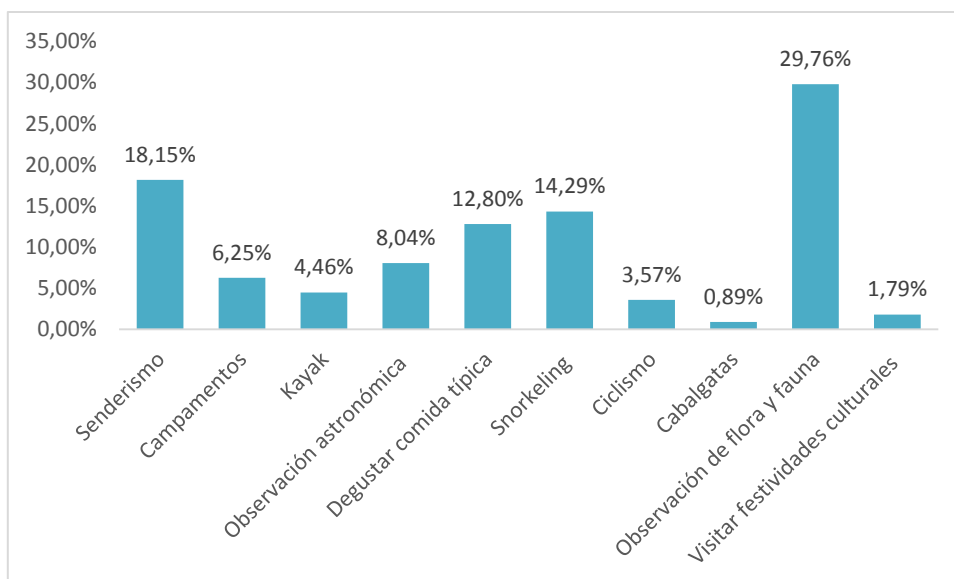


Gráfico N° 13. Actividades preferidas por los turistas nacionales encuestados.

En cuanto a las actividades preferidas por los turistas, obtuvimos que la observación de flora y fauna es la actividad preferida de los turistas con el 30%, seguido del senderismo con el 18%, mientras que el snorkeling tiene una preferencia del 14%, muy seguido de la degustación de comida típica con el 13%, mientras que los campamentos cuentan con una aceptación del 6%, el kayak posee un 4%, al igual que el ciclismo que también cuenta con una aceptación del 4%, mientras que las festividades culturales poseen un 2% y las cabalgatas apenas el 1%.

14) Tour Operadora Expetourgal

Tabla N° 14. le gustaría comprar los paquetes que ofertará la Tour Operadora Expetourgal

Opciones	Frecuencias	Porcentaje
Si	108	90,76%
No	11	9,24%
Total	119	100%

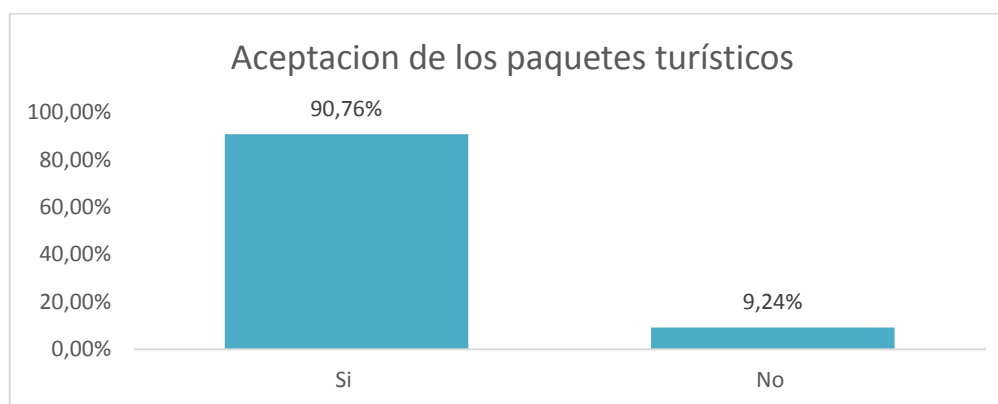


Gráfico N° 14. Aceptación de los paquetes turísticos de la tour operadora Expetourgal

De lo turistas encuestados con una frecuencia de 119, se obtuvo que el 91% de los turistas están interesados en comprar los paquetes turísticos, mientras que el 9% de los turistas no están interesados en comprar los paquetes que ofertará la tour operadora expetourgal.

15) Tipo de hospedaje

Tabla N° 15. Qué tipo de hospedaje prefiere

Opciones	Frecuencias	Porcentaje
Clase económica	42	35,29%
Clase media	74	62,18%
Clase alta	3	2,52%
Lujo	0	0%
Total	119	100%

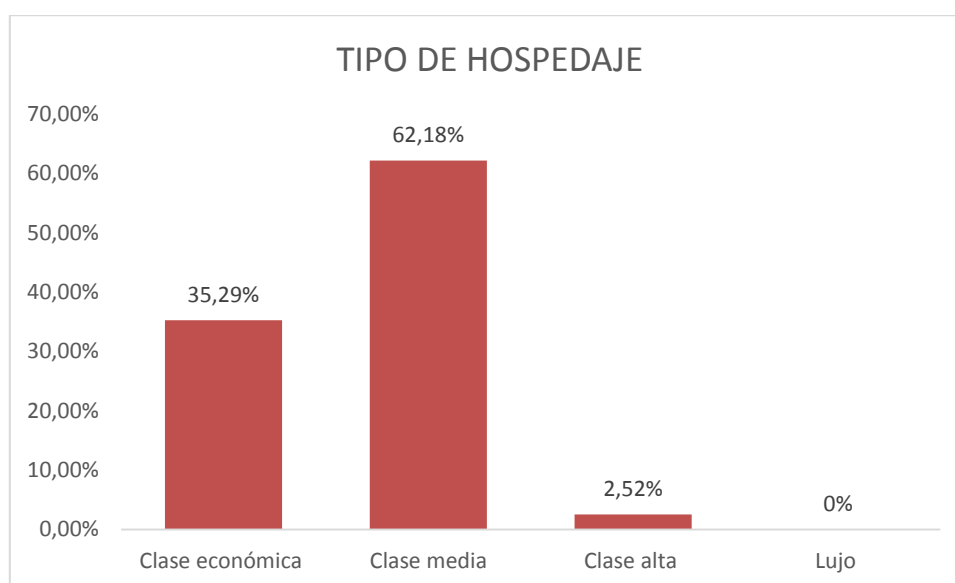


Gráfico N° 15. Tipo de hospedaje preferido

De lo turistas encuestados con una frecuencia de 119, se obtuvo que el 62% de los turistas prefiere su hospedaje de clase media, seguido de los turistas que prefieren su hospedaje de

clase económica con el 35%, mientras que el 3% de los turistas prefieren el hospedaje de clase alta.

16) Tipo de comida

Tabla N° 16. Qué tipo de comida prefiere

Opciones	Frecuencias	Porcentaje
Menú	18	14,29%
Típica de la zona	99	78,57%
Comida vegetariana	6	4,76%
Comida internacional	3	2,38%
Total	126	100%

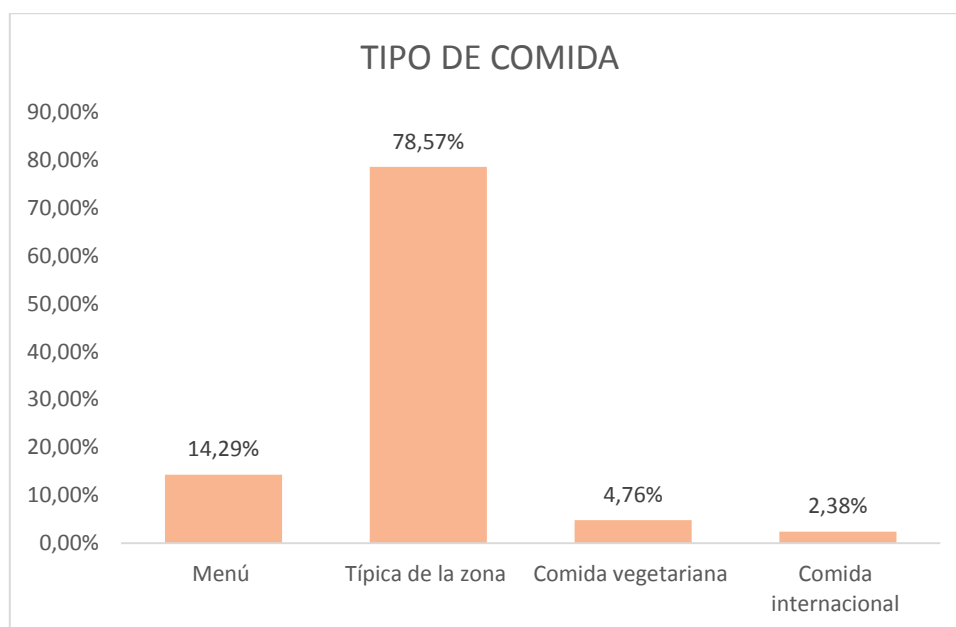


Gráfico N° 16. Tipo de comida preferida

De lo turistas encuestados con una frecuencia de 126, se obtuvo que el 79% de los turistas prefiere los alimentos típicos de la zona, mientras que 14% de los turistas prefieren la comida tipo menú, el 5% prefiere comida vegetariana y el 2% prefieren comida internacional.

17) Gasto diario promedio.

Tabla N° 17. Gasto diario promedio de los turistas nacionales encuestados.

Opciones	Frecuencias	Porcentaje
\$50,00 – \$100,00 dólares	86	72,27%
\$102 – \$200,00 dólares	30	25,21%
\$201,00 – \$300 dólares	3	2,52%
Más de 3001 dólares	0	0%
Total	119	100%

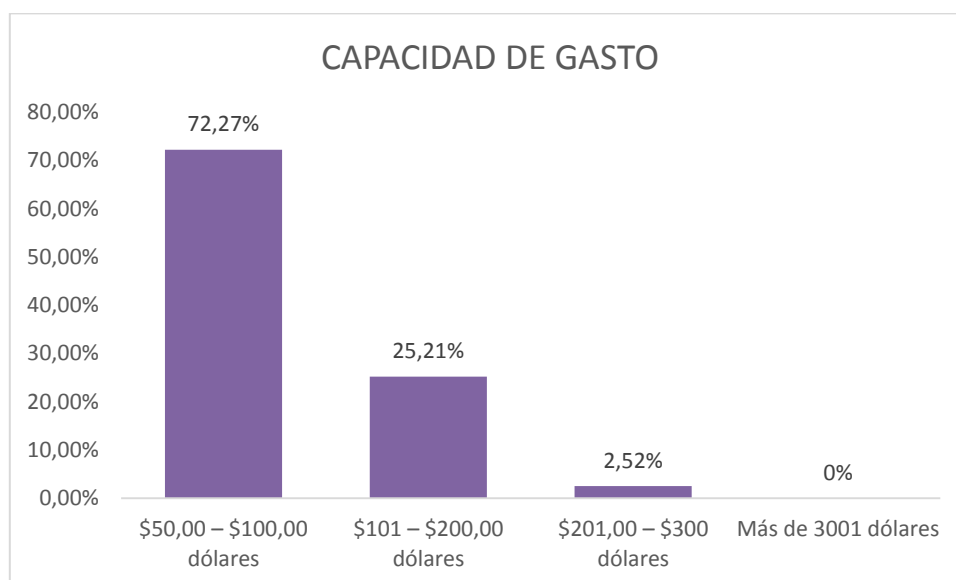


Gráfico N° 17. Capacidad de gasto de los turistas nacionales encuestados.

El gasto diario promedio de los turistas es de \$50,00 a \$100,00 con el 72%, mientras que el 25% de los turistas posee una capacidad de gasto diario de \$101,00 a \$200,0031 y el 3% de los turistas posee una capacidad de gasto de \$201,00 a \$300,00.

18) Cómo se informa sobre lugares y actividades turísticas en Galápagos.

Tabla N° 18. Cómo se informa sobre lugares y actividades turísticas en Galápagos.

Opciones	Frecuencias	Porcentaje
TV	36	18,75%
Internet	105	54,69%
Revistas	30	15,63%
Agencias de viajes	21	10,94%
Total	192	100%

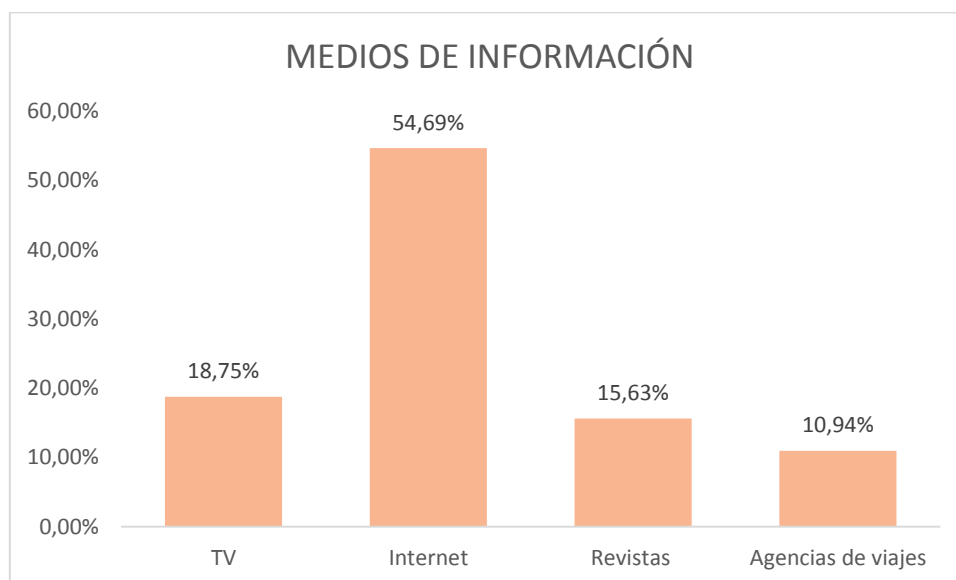


Gráfico N° 18. Como se informan los turistas encuestados sobre lugares y actividades turísticas

Los turistas encuestados obtienen información turística por medio de la internet con un 55%, por medio de la TV con un 19%, mientras que por medio de revistas se informan un 16% y por medio de agencias de viajes se informan un 11% de turistas encuestados.

19) Forma de pago.

Tabla N° 19. Cuál sería su forma de pago

Opciones	Frecuencias	Porcentaje
Efectivo	84	51,85%
Tarjeta de crédito	78	48,15%
Total	162	100%

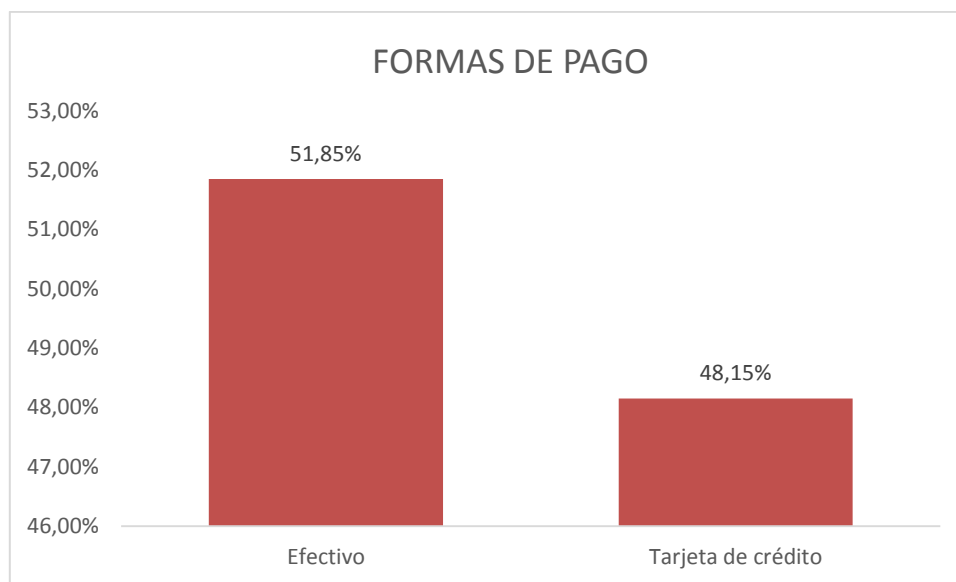


Gráfico N° 19. Formas de pago

Los turistas nacionales encuestados con una frecuencia de 162, se demuestra que prefieren pagar en efectivo en un 52%, mientras que con tarjeta de crédito prefieren pagar el 48% de los turistas encuestados.

b. Perfil del turista nacional

Cuadro N° 31. Perfil del turista nacional

PREGUNTA	OPCIÓN	PORCENTAJE
Edad	De 21 a 40 años	55%
	Más de 61 años	22%
Género	Masculino	58%
	Femenino	42%
Estado civil	Casado	74%
Procedencia	Pichincha	40%
	Guayas	32%
Nivel de estudios	Universidad	61%
Salario mensual	De \$1001 a 2000	47%
Motivo de viaje	Relax	87%
Tipo de viaje	Independientemente	95%
Acompañamiento	Familia	58%
Visita anteriormente ha Galápagos	Si	63%
Tipos de turismo	Ecoturismo	48%
	T. aventura	31%
Días de permanencia	Más de 7 días	47%
	5 a 6 días	45%
Actividades preferidas por los	Senderismo	18%

turistas	Observación de biodiversidad	30%
Preferencia por los paquetes t. de Expetourgal	Si	91%
Alojamiento	Clase media	62%
Tipo de alimentación	Típica de la zona	79%
Capacidad de gasto	\$50,00 a \$100,00	72%
Medios informativos	Internet	55%
Forma de pago	Efectivo	52%

c. Análisis del turista internacional

1) Edad

Tabla N° 20. Edad de los turistas internacionales encuestados

Opciones	Frecuencias	Porcentaje
Menos de 20 años	5	4,17%
21 – 40 años	58	48,33%
41 a 60 años	31	25,83%
Más de 61 años	26	21,67%
Total	120	100 %

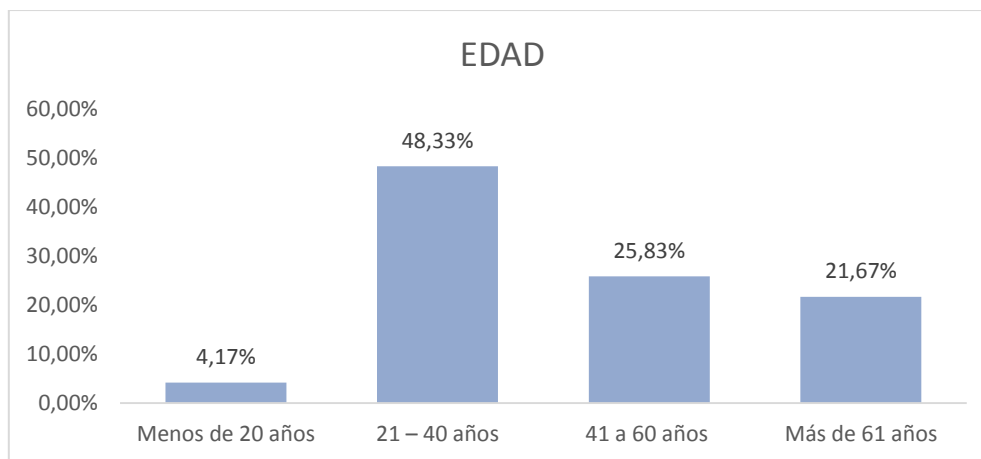


Gráfico N° 20. Edad de los turistas internacionales encuestados.

Como se puede observar en el gráfico, la edad de los visitantes internacionales encuestados corresponde a 120 frecuencias, es decir el 48% son turistas de 21 a 40 años, el 26% a los visitantes poseen una edad de 41 a 60 años, mientras que el 22% de los visitantes son mayores de 61 años de edad y el 4% corresponde a los turistas menores de 20 años.

2) Género

Tabla N° 21. Género de los turistas internacionales encuestados

Género	Frecuencias	Porcentaje
Masculino	53	44,17%
Femenino	67	55,83%
Total	120	100%

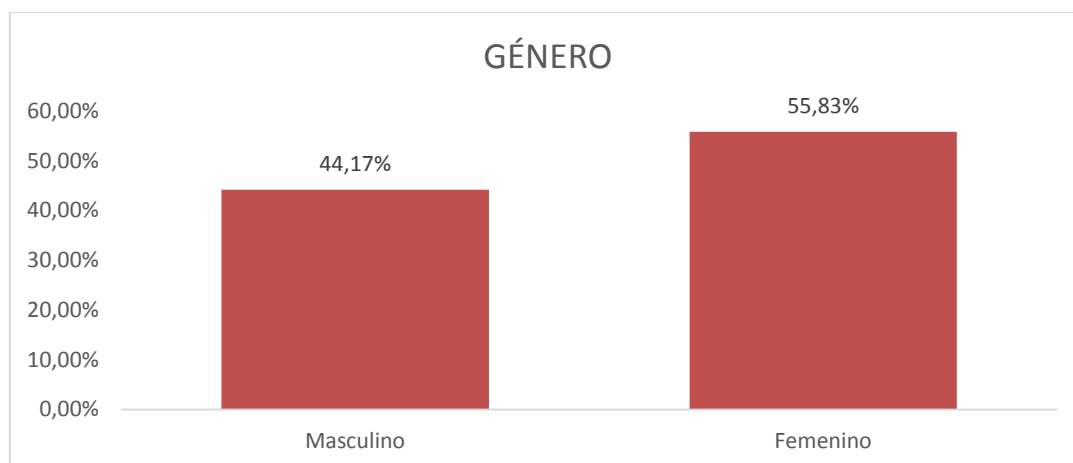


Gráfico N° 21. Género de los turistas internacionales encuestados.

Como se puede observar en el gráfico el género de los turistas internacionales encuestados corresponde a 120 frecuencias, es decir un 56% corresponde al género femenino y el 44% pertenece al género masculino.

3) Estado civil

Tabla N° 22. Estado civil de los turistas internacionales encuestados.

Opciones	Frecuencias	Porcentaje
Soltero	55	45,83%
Casado	54	45%
Divorciado	8	6,67%
Viudo	3	2,50%
Total	120	100%

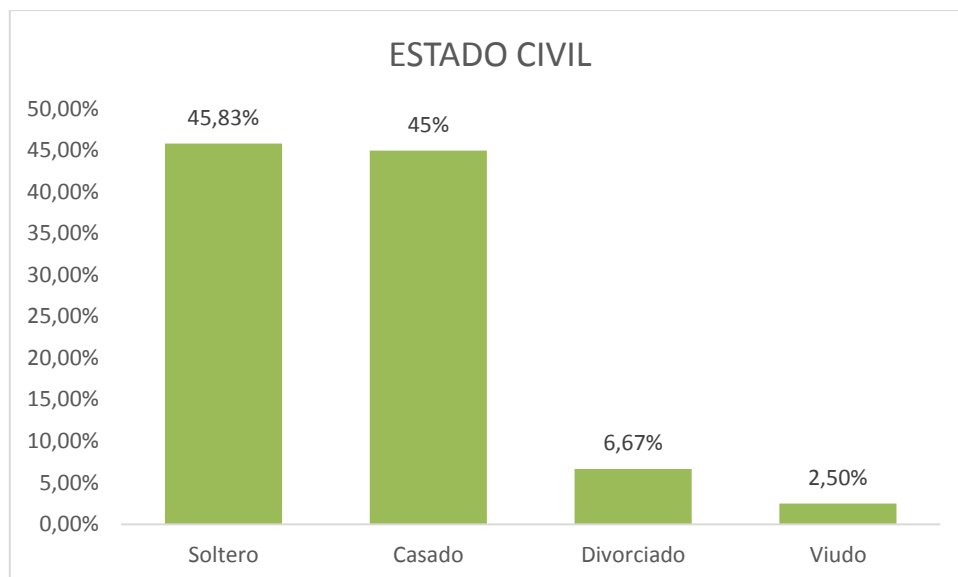


Gráfico N° 22. Estado civil de turistas internacionales encuestados.

Como se puede observar en el gráfico el estado civil de los turistas internacionales encuestados cuenta con 120 frecuencias, de las cuales el 46% son solteros, casados con el 45%, mientras que el 7% son divorciados y un 3% son viudos.

4) Procedencia

Tabla N° 23. Procedencia de los turistas internacionales encuestados.

País	Frecuencias	Porcentaje
Bolivia	2	1,67%
Corea	1	0,83%
Puerto Rico	5	4,17%
Argentina	14	11,67%
USA	29	24,17%
Gran Bretaña	3	2,50%
Canadá	6	5%
Dinamarca	3	2,50%

Ucrania	2	1,67%
Inglaterra	14	11,67%
Italia	3	2,50%
Alemania	1	0,83%
Irlanda	4	3,33%
Francia	6	5%
Israel	5	4,17%
Finlandia	1	0,83%
España	2	1,67%
Brasil	2	1,67%
Japón	3	2,50%
Rusia	4	3,33%
Chile	2	1,67%
Escocia	1	0,83%
Suiza	2	1,67%
Australia	1	0,83%
Total	120	100%

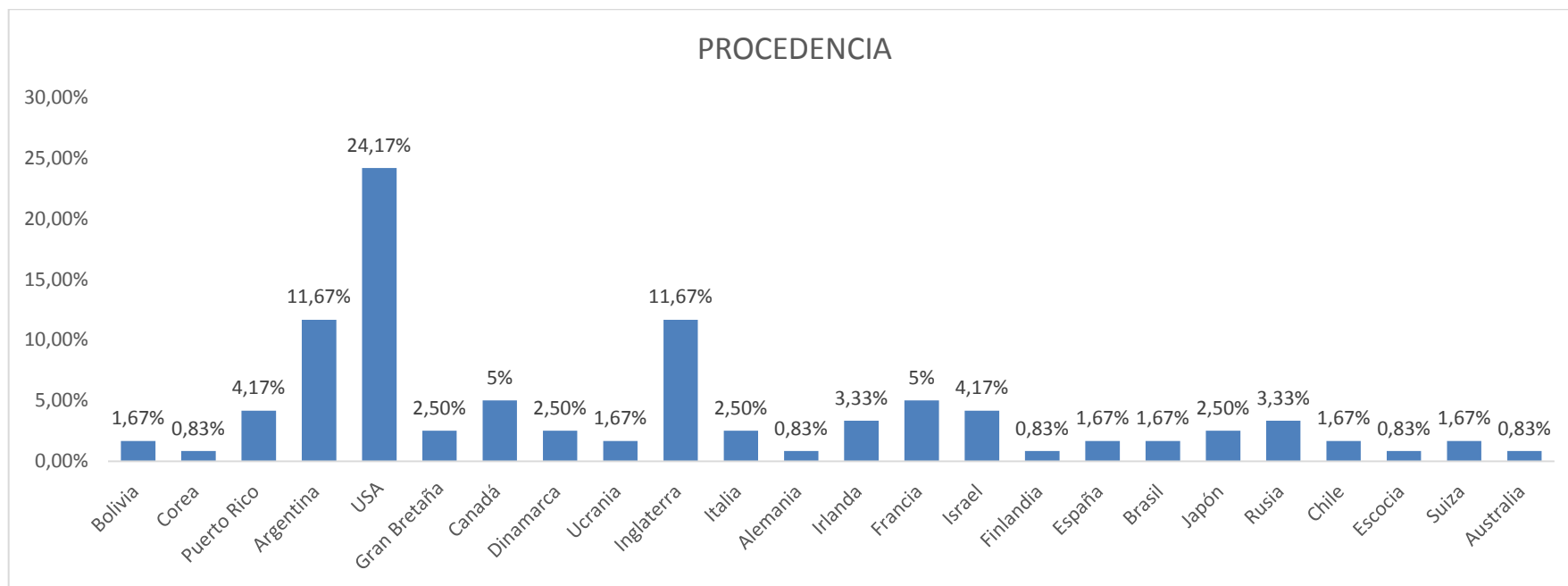


Gráfico N° 23. Procedencia de los turistas internacionales encuestados.

En cuanto a la procedencia de los turistas internacionales encuestados como se puede observar el 24% de los visitantes son de nacionalidad Estadounidense, mientras que el 12% posee nacionalidad Argentina, al igual que los visitantes procedentes de Inglaterra con el 12%, seguido de visitantes de Canadá con el 5%, de igual forma de los visitantes de Francia con el 5% también, seguidamente tenemos los visitantes de Pico Rico con el 4%, de igual manera que los visitantes de nacionalidad Israelita con el 4%, muy seguido de los visitantes de Irlanda con el 3%, los visitantes de Gran Bretaña con el 2,50%, al igual que los visitantes de Dinamarca, Italia y Japón, con el 2% tenemos a los visitantes de Bolivia, Ucrania, España, Brasil, Chile y Suiza

respectivamente y finalmente tenemos a los visitantes procedentes de Corea, Alemania, Finlandia, Escocia y Australia con el 1% respectivamente.

5) Nivel de estudios

Tabla N° 24. Nivel de estudios de los turistas nacionales encuestados.

Opciones	Frecuencias	Porcentaje
Primaria	0	0.%
Secundaria	3	2,50%
Universidad	82	68,33%
Post-grado	35	29,17%
Total	120	100%

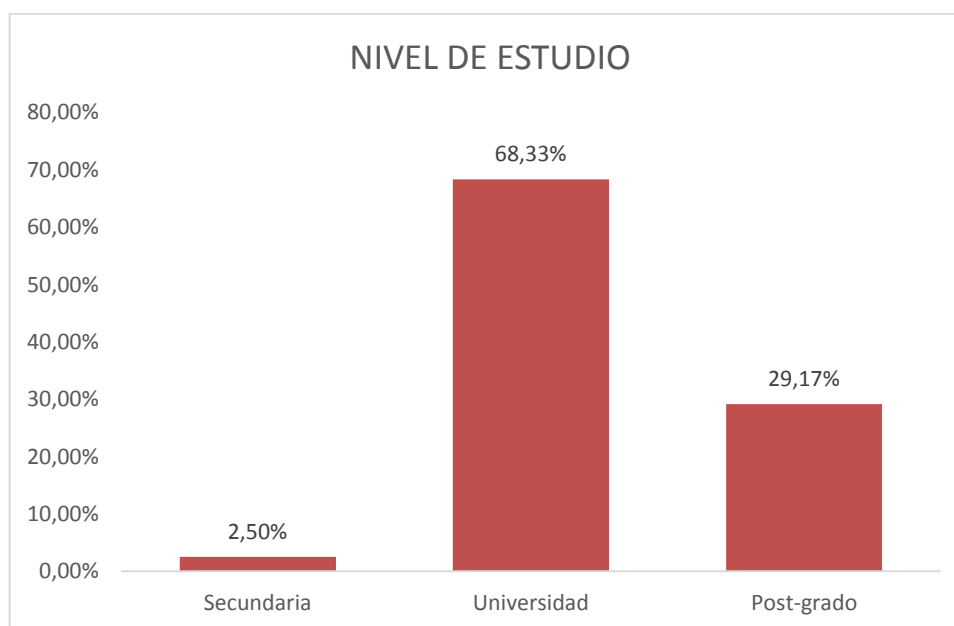


Gráfico N° 24. Nivel de estudios de los turistas internacionales encuestados.

En cuanto al nivel de estudios de los turistas internacionales encuestados, se determina que el 68% poseen estudios universitarios, el 29% cuentan con un nivel de estudios de post-grado y el 2.5% con poseen un nivel de secundaria.

6) Salario mensual

Tabla N° 25. Salario mensual de los turistas nacionales encuestados.

Opciones	Frecuencias	Porcentaje
Menor a 500 - 1000	31	25,83%
De 1001 – 2000	30	25%
Mayor a 2001	59	49,17%
Total	120	100%

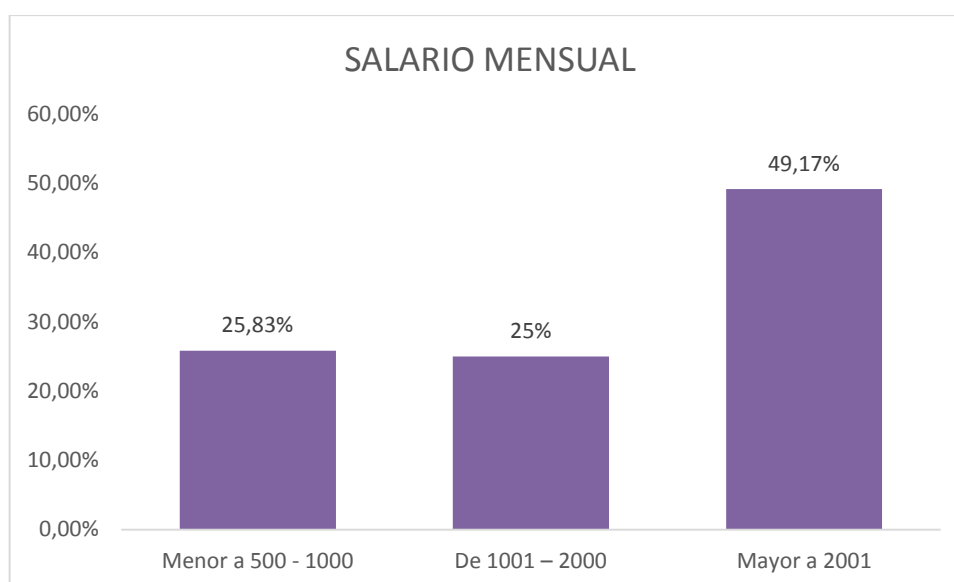


Gráfico N° 25. Salario mensual de los turistas internacionales encuestados.

En cuanto al nivel de ingresos de los turistas internacionales encuestados, se obtuvo que el 49% poseen ingresos mayores a \$2001, mientras que el 26% perciben ingresos entre \$500 y \$1000, finalmente el 25% poseen ingresos entre \$1001 y \$200 mensuales.

Características Psicodemográficas.

7) Motivo del viaje.

Tabla N° 26. Motivo de viaje de los turistas internacionales encuestados.

Opciones	Frecuencias	Porcentaje
Relax	109	90,83%
Estudios	5	4,17%
Trabajo	1	0,83%
Otros	5	4,17%
Total	120	100%

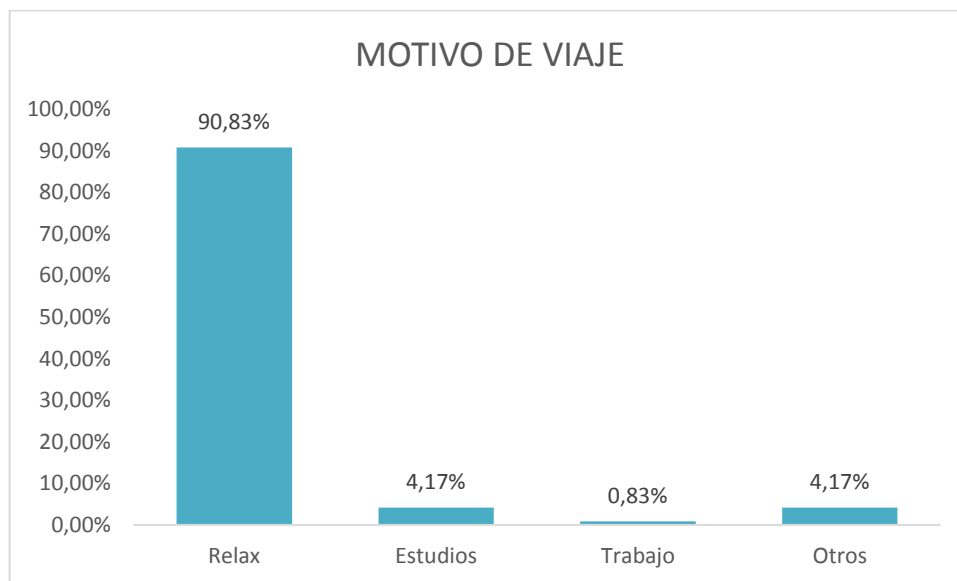


Gráfico N° 26. Motivo de viaje de los turistas internacionales encuestados

El 90,83% de los turistas internacionales encuestados realizan su viaje por relax, mientras que el 4% de los turistas viajan por estudios y otras actividades respectivamente y el 1% viajan por motivos de trabajo.

8) Preferencias de viaje

Tabla N° 27. Cómo prefiere viajar

Opciones	Frecuencias	Porcentaje
Independientemente	88	73,33%
Por medio de agencia	32	26,67%
Total	120	100%

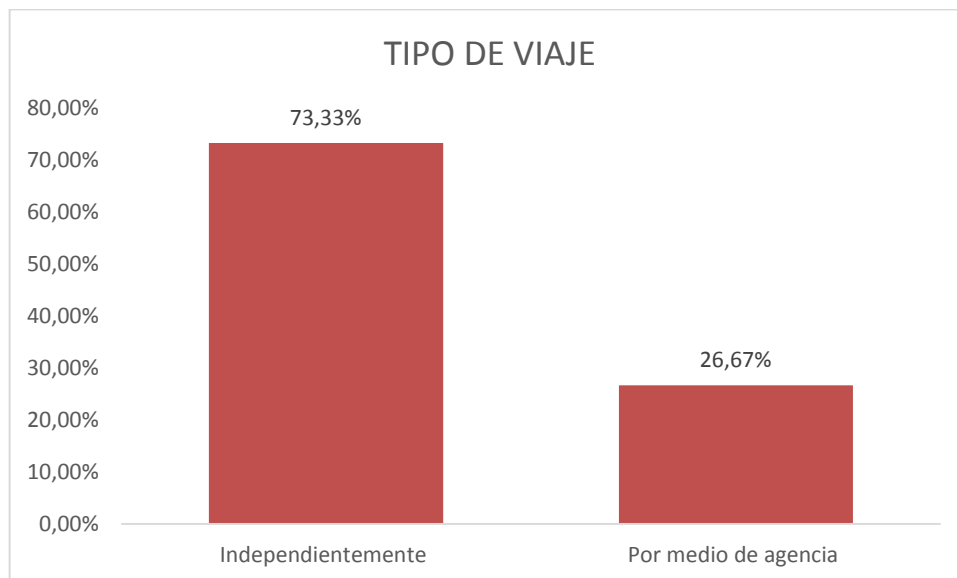


Gráfico N° 27. Preferencias de viaje de los turistas nacionales encuestados

El 73% de los turistas internacionales encuestados prefieren realizar sus viajes de manera independiente, mientras que el 27% de los turistas internacionales viajan por medio de agencias de viajes.

9) Acompañamiento

Tabla N° 28. Acompañamiento de los turistas internacionales encuestados

Opciones	Frecuencias	Porcentaje
Solo	18	15%
Amigos	39	32,50%
Pareja	33	27,50%
Familia	30	25%
Total	120	100

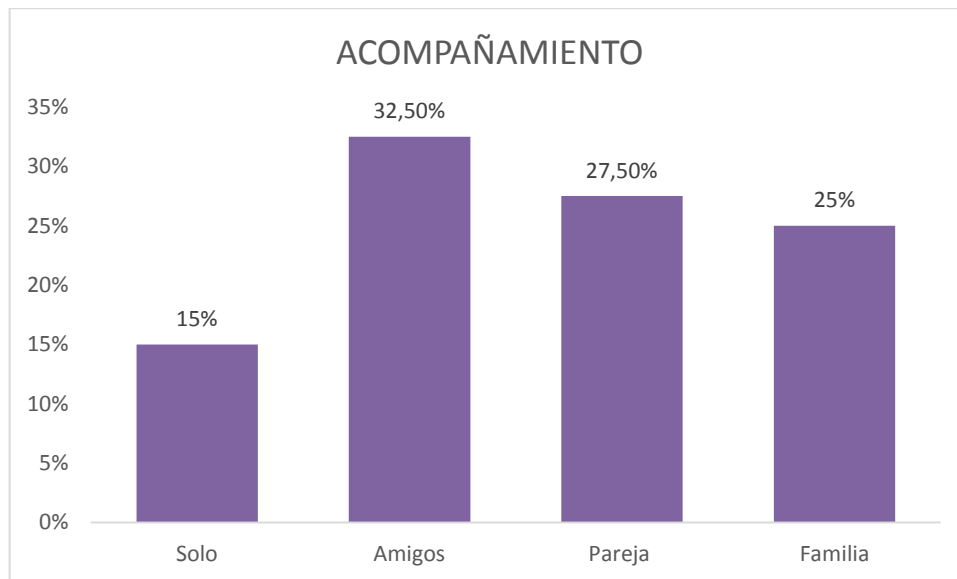


Gráfico N° 28. Acompañamiento de los turistas internacionales encuestados

Los turistas internacionales encuestados prefieren viajar acompañados de sus amigos con un 32,5%, mientras que en pareja viajan el 27,5% con la familia viaja un 25% y viajan solos únicamente el 15%.

10) Visita a Galápagos

Tabla N° 29. Ha visitado anteriormente Galápagos

Opciones	Frecuencias	Porcentaje
Si	9	7,50%
No	111	92,50%
Total	120	100%

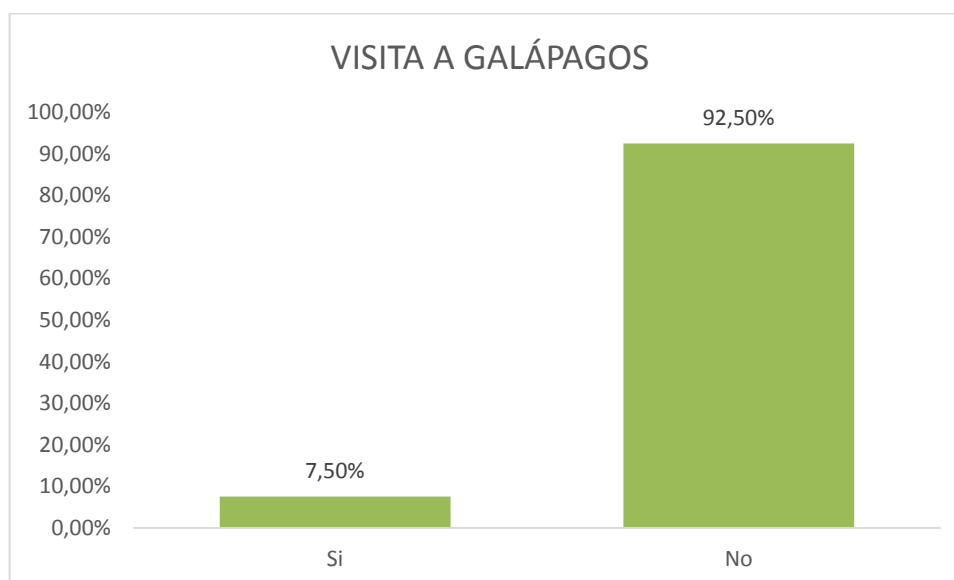


Gráfico N° 29. Visita a Galápagos

Los turistas internacionales encuestados con una frecuencia de 120, demuestran que no han visitado anteriormente la Isla Santa Cruz con un 92,5%, mientras que el 7,50% de los turistas es la primera vez que visitan el Archipiélago.

11) Tipos de Turismo

Tabla N° 30. Qué tipos de turismo le gustaría realizar

Opciones	Frecuencias	Porcentaje
Ecoturismo	76	41,76%
Turismo de aventura	65	35,71%
Turismo comunitario	16	8,79%
Cruceros	25	13,74%
Total	182	100%

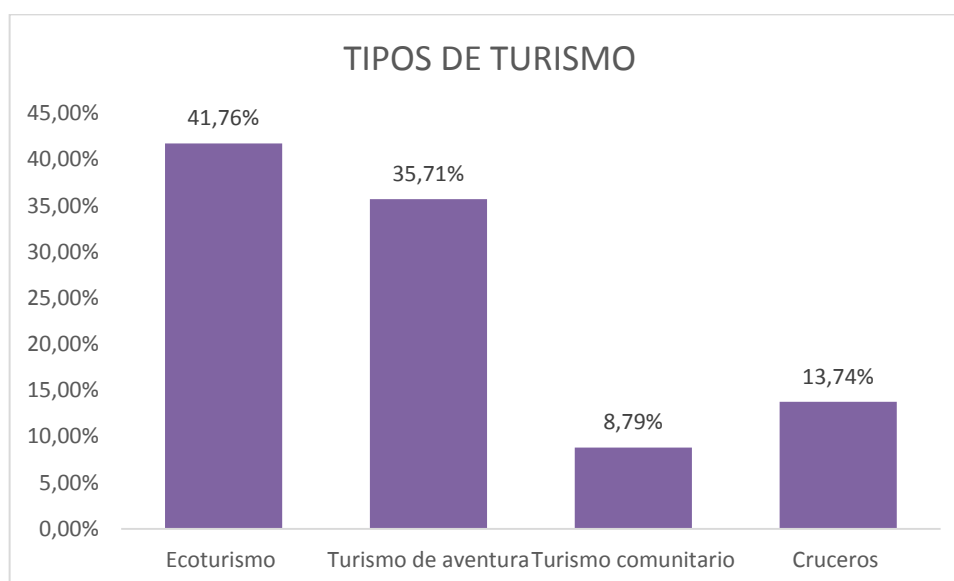


Gráfico N° 30. Tipos de turismo

Los turistas internacionales encuestados con una frecuencia de 182, demuestran una preferencia en un 42% por el Ecoturismo, el 36% los turistas prefieren el turismo de aventura, los cruceros poseen una aceptación de 14%, mientras que el 9% de los turistas prefieren turismo comunitario.

12) Días de permanencia

Tabla N° 31. Cuántos días permanecerá en Galápagos.

Opciones	Frecuencias	Porcentaje
1 a 2 días	2	1,67%
3 a 4 días	8	6,67%
5 a 6 días	25	20,83%
Más de 7 días	85	70,83%
Total	120	100%

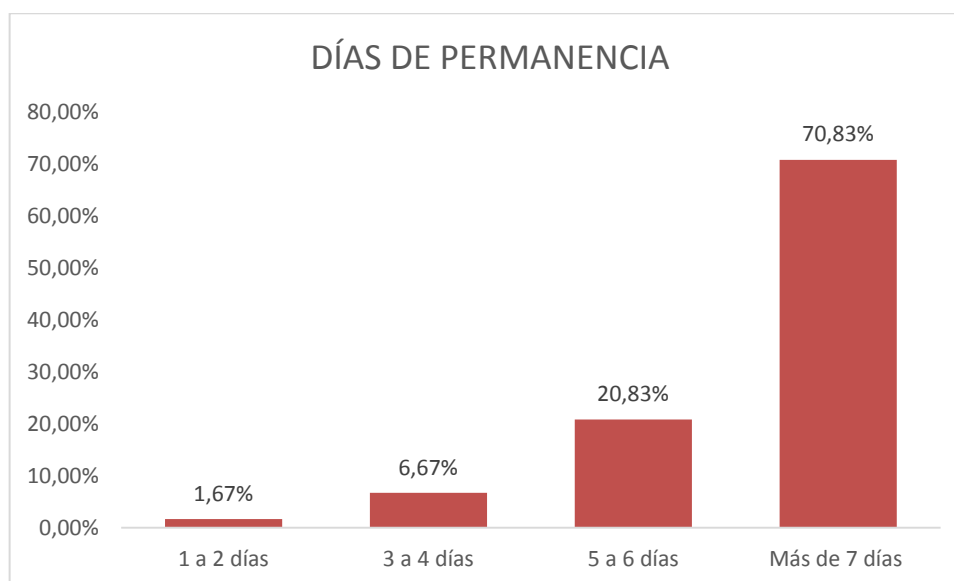


Gráfico N° 31. Días de permanencia

El número de días de permanencia de los turistas internacionales encuestados demuestra que su estancia en las islas es de más de 7 días con el 71%, seguido tenemos de 5 a 6 días con el 21%, mientras que con el 7% de 3 a 4 días y de 1 a 2 días apenas el 2%.

13) Actividades preferidas por los turistas.

Tabla N° 32. Actividades preferidas por los turistas internacionales encuestados.

Opciones	Frecuencias	Porcentaje
Senderismo	66	14,83%
Campamentos	20	4,49%
Kayak	35	7,87%
Observación astronómica	31	6,97%
Degustar comida típica	71	15,96%
Snorkeling	80	17,98%
Ciclismo	23	5,17%
Cabalgatas	17	3,82%
Observación de flora y fauna	100	22,47%
Visitar festividades culturales	2	0,45%
Total	445	100%

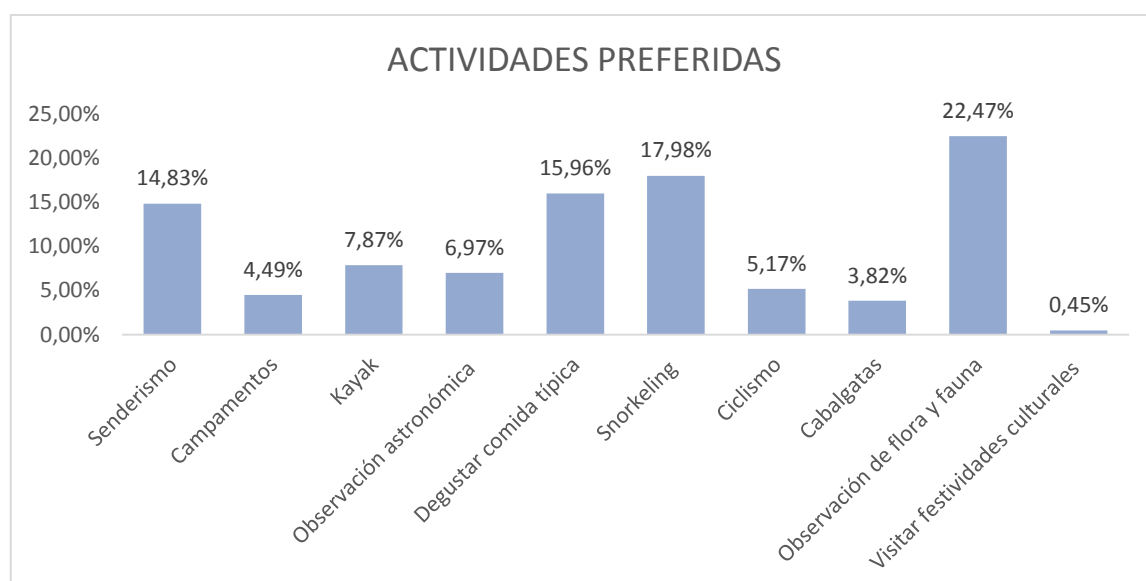


Gráfico N° 32. Actividades preferidas por los turistas internacionales encuestados.

En cuanto a las actividades preferidas por los turistas, obtuvimos que la observación de flora y fauna es la actividad preferida de los turistas con el 22%, seguido del snorkeling con el 18%, la degustación de comida típica con el 16%, el senderismo con la aceptación del 15%, consecuentemente tenemos el Kayak con el 8%, muy seguido de la observación astronómica con el 7%, el ciclismo con el 5%, seguido de los campamentos 4,4% mientras que las cabalgatas presenta una aceptación del 3,8 y finalmente la visita a festividades culturales con el 0,45%.

14) Aceptación de la tour operadora Expetourgal

Tabla N° 33: Aceptación de los paquetes turísticos que ofertará la Tour Operadora Expetourgal

Opciones	Frecuencias	Porcentaje
Si	101	84,17%
No	19	15,83%
Total	120	100%

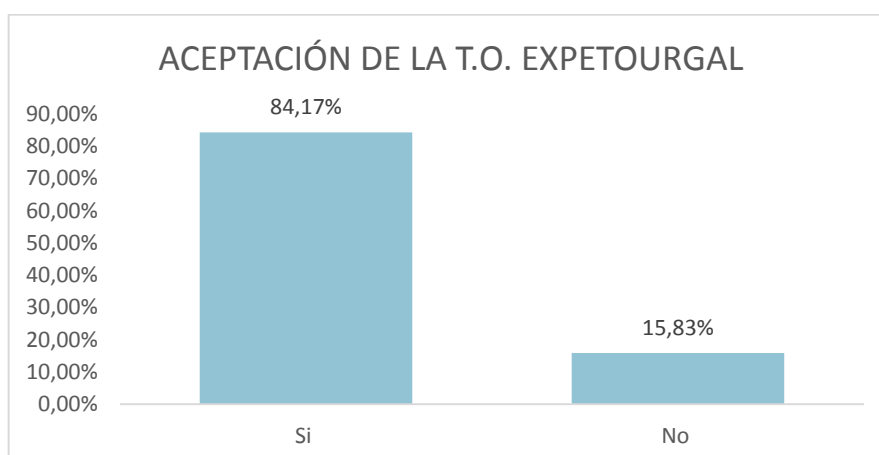


Gráfico N° 33. Aceptación de la Tour Operadora Expetourgal

De lo turistas encuestados con una frecuencia de 120, se obtuvo que el 84% de los turistas están interesados en comprar los paquete turísticos que ofertará la Tour Operadora Expetourgal, mientras que el 16% de los turistas no están interesados en comprar los paquetes.

15) Tipo de hospedaje

Tabla N° 34. Qué tipo de hospedaje prefiere

Opciones	Frecuencias	Porcentaje
Clase económica	62	51,67%
Clase media	52	43,33%
Clase alta	3	2,50%
Lujo	3	2,50%
Total	120	100%

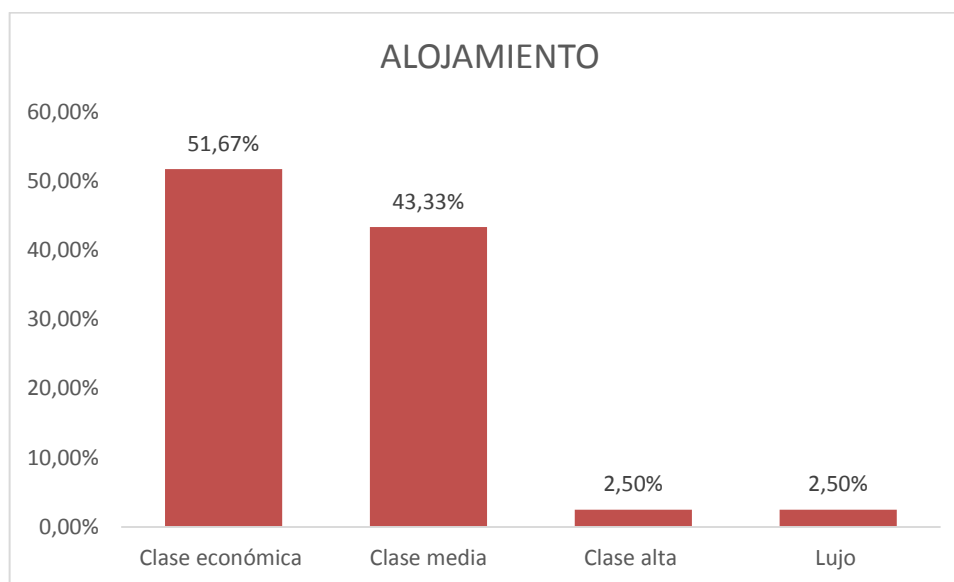


Gráfico N° 34. Tipo de hospedaje preferido

De lo turistas encuestados con una frecuencia de 120, se obtuvo que el 52% de los turistas prefiere su hospedaje de clase económica, seguido de los turistas que prefieren

su hospedaje de clase media con el 43%, mientras que el 3% de los turistas prefieren el hospedaje de clase alta, al igual que el 3% restante prefiere el hospedaje de lujo.

16) Tipo de comida

Tabla N° 35. Qué tipo de comida prefiere

Opciones	Frecuencias	Porcentaje
Menú	26	17,45%
Típica de la zona	82	55,03%
Comida vegetariana	14	9,40%
Comida internacional	27	18,12%
Total	149	100%

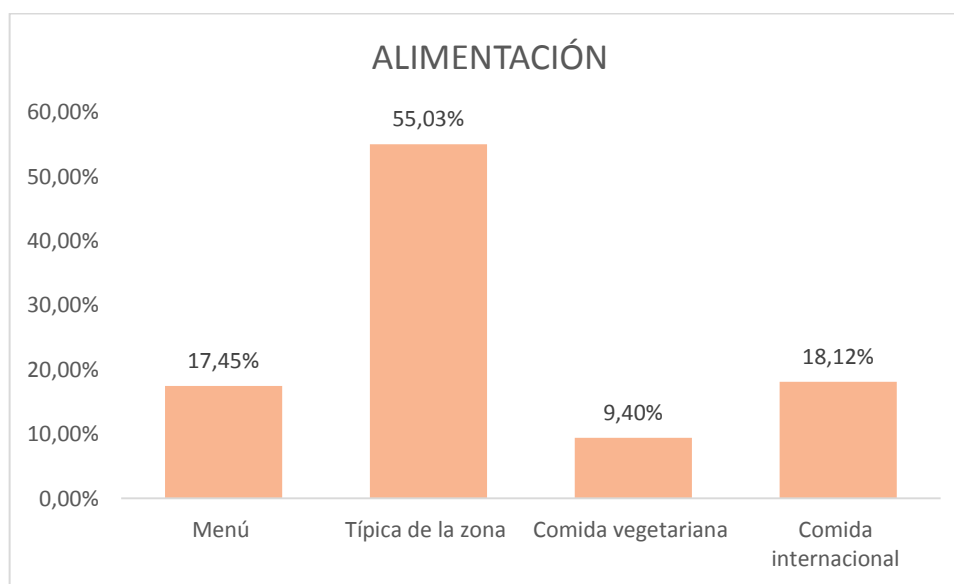


Gráfico N° 35. Tipo de comida preferida

De lo turistas encuestados con una frecuencia de 149, se obtuvo que el 55% de los turistas prefiere los alimentos típicos de la zona, mientras que 18% de los turistas prefieren comida internacional, muy seguido de los turistas que prefieren la comida tipo menú y el 9% de los turistas prefieren comida vegetariana.

17) Capacidad de gasto

Tabla N° 36. Gasto diario promedio de los turistas internacionales encuestados.

Opciones	Frecuencias	Porcentaje
\$50,00 – \$100,00 dólares	68	56,67%
\$1002 – \$200,00 dólares	39	32,50%
\$201,00 – \$300 dólares	8	6,67%
Más de 3001 dólares	5	4,17%
Total	120	100%

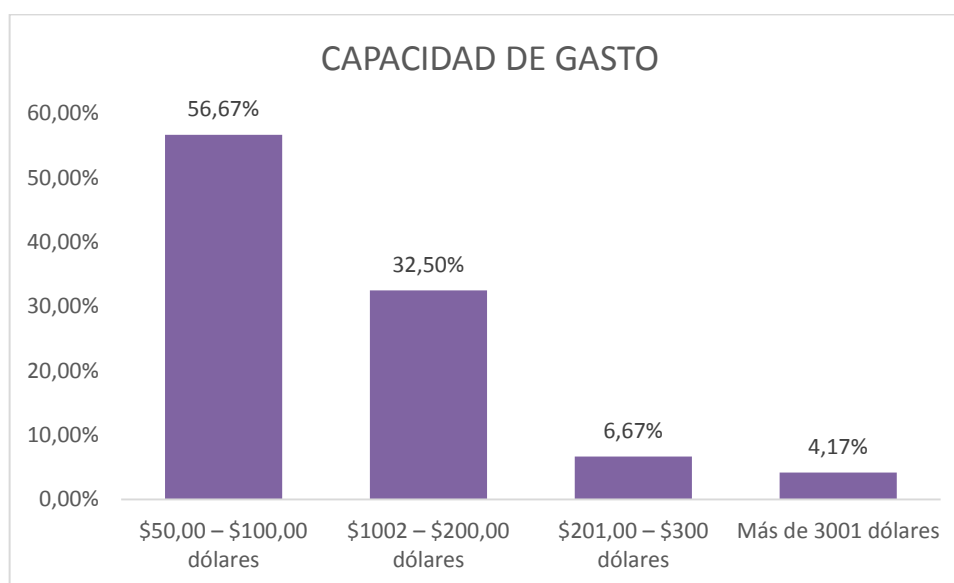


Gráfico N° 36. Capacidad de gasto de los turistas internacionales encuestados.

El gasto diario promedio de los turistas es de \$50,00 a \$100,00 con el 57%, mientras que el 33% de los turistas posee una capacidad de gasto diario de \$101,00 a \$200,00 mientras que el 7% de los turistas poseen una capacidad de gasto de \$201,00 a \$300,00 y el 4% de los turistas restantes gasta diariamente más de \$301,00.

18) Medios de información.

Tabla N° 37. Cómo se informa sobre lugares y actividades turísticas en Galápagos.

Opciones	Frecuencias	Porcentaje
TV	18	10,53%
Internet	104	60,82%
Revistas	18	10,53%
Agencias de viajes	31	18,13%
Total	171	100%

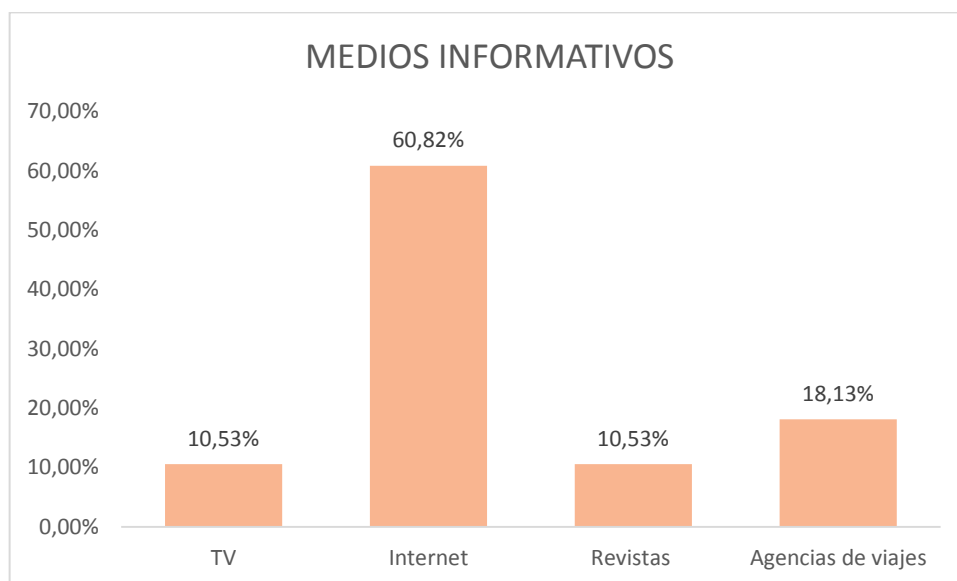


Gráfico N° 37. Como se informan los turistas encuestados sobre lugares y actividades turísticas

Los turistas encuestados obtienen su información turística por medio de la internet con un 61%, por medio de las agencias de viajes con el 18%, mientras que por medio de la TV con un 11%, al igual que mediante revistas se informan un 11% de igual manera.

19) Forma de pago.

Tabla N° 38. Cuál sería su forma de pago

Opciones	Frecuencias	Porcentaje
Efectivo	59	41,26%
Tarjeta de crédito	84	58,74%
Total	143	100%

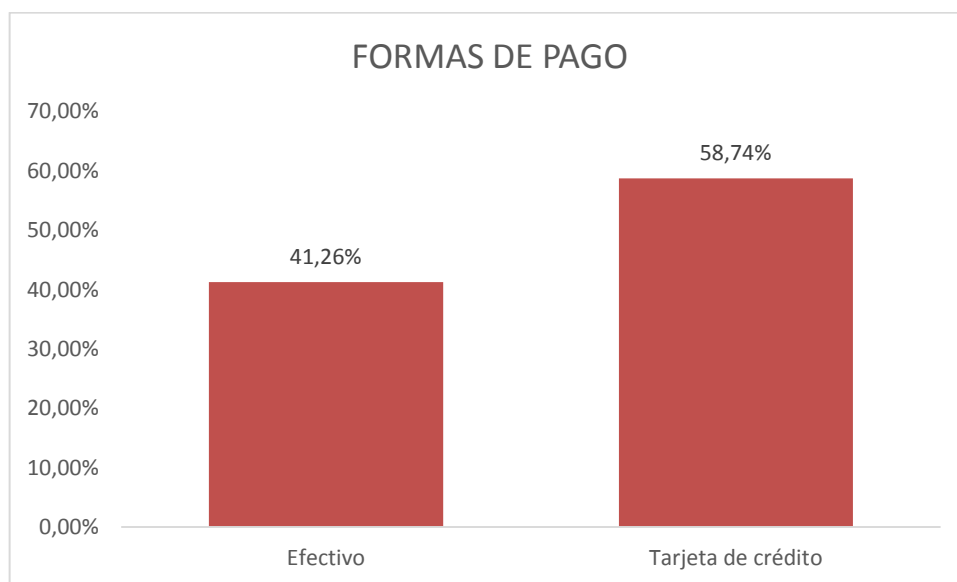


Gráfico N° 38. Formas de pago

Los turistas encuestados prefieren pagar con tarjeta de crédito por los servicios turísticos prestados con el 59%, mientras que el 41% de los turistas encuestados prefieren efectuar sus pagos en efectivo.

d. Perfil del turista internacional encuestados.

Cuadro N° 32. Perfil del turista internacional

PREGUNTA	OPCIÓN	PORCENTAJE
Edad	De 21 a 40 años	49%
Género	Masculino	44%
	Femenino	56%
Estado civil	Soltero	46%
	Casado	45%
Procedencia	USA	24%
	Inglaterra	12% %
	Argentina	12%
Nivel de estudios	Universidad	68%
Salario mensual	Más de 2001	49%
Motivo de viaje	Relax	91%
Tipo de viaje	Independientemente	73%
Acompañamiento	Familia	32%
	Pareja	26%
Visita anteriormente ha Galápagos	No	93%
Tipos de turismo	Ecoturismo	42%
	T. aventura	36%
Días de permanencia	Más de 7 días	71%
Actividades preferidas por los turistas	Observación de biodiversidad	22%
	Snorkeling	18%
	Senderismo	15%
Aceptación de la Tour Operadora Expetourgal	si	84%
Alojamiento	Clase económica	52%

Tipo de alimentación	Típica de la zona	55%
Capacidad de gasto	\$50,00 a \$100,00	57%
Medios informativos	Internet	61%
Forma de pago	Tarjeta de crédito	59%

e. Proyección de la demanda

Del universo de estudio de 65211 turistas nacionales que visitaron el cantón Santa Cruz en el año 2013, el 91% si están interesados en comprar los paquetes turísticos que ofertará la tour operadora Expetourgal, lo que equivale a 59342 turistas potenciales que comprarían los paquetes turísticos.

En cuanto al universo de turistas internacionales contamos con 121107 turistas que visitaron el cantón Santa Cruz, el 84% si les interesa comprar los paquetes turísticos, lo que equivale a 101730 turistas potenciales que harían uso de este producto turístico.

Para calcular la demanda potencial nacional y extranjera para los próximos 5 años, se utilizó la fórmula del incremento compuesto, considerando una tasa de crecimiento turístico en Galápagos del 14% anual (MINTUR, 2012)

Co: $C_n (1 + i)^n$

Co: año a proyectar (2013-2018)

Cn: demanda actual: turistas nacionales y extranjeros

i: incremento de turistas nacionales e internacionales (14%)

n: el año a proyectarse (1-5)

Cuadro N° 33. Proyección de los clientes para los próximos 5 años.

AÑO	Demanda total	Demanda potencial segmento nacional 91%	Demanda potencial segmento internacional 84%	Total de la demanda potencial

2014	186318	59342,01	101729,88	161071,89
2015	212402,52	67649,89	115972,06	183621,95
2016	242138,87	77120,88	132208,15	209329,03
2017	276038,31	87917,80	150717,29	238635,09
2018	314683,68	100226,29	171817,71	272044
2019	358739,39	114257,97	195872,19	310130,16

f. Proyección de la oferta

Para la elaboración de la proyección de la oferta potencial de turistas tanto nacionales como internacionales se utilizó el método del incremento compuesto, lo cual se calculó teniendo como base el número de clientes anuales en el año 2013 que han hecho uso de los servicios ofertados por los competidores, es decir oferta sustitutiva; teniendo como resultado 24446 visitantes anuales, mismo valor que se obtuvo del análisis de la oferta.

24446(35%) demanda nacional = **8556 Oferta visitantes nacionales**

24446(65 %) demanda extranjera = **15890 Oferta visitantes internacionales**

Cuadro N° 34. Proyección de la oferta para los próximos 5 años.

AÑO	Oferta segmento nacional	Oferta segmento internacional	Total de la oferta
2014	8556	15890	24446
2015	9753,84	18114,60	27868,44
2016	11119,38	20650,64	31770,02
2017	12676,09	23541,73	36217,82
2018	14450,74	26837,58	41288,32
2019	16473,85	30594,84	47068,69

7. Confrontación demanda vs. Oferta

a. **Demanda insatisfecha proyectada**

La demanda insatisfecha se determinó mediante la confrontación de la cantidad demandada con la cantidad ofertada por las operadoras turísticas, cuya demanda objetiva se calculó con el porcentaje del 0,62%, por los altos niveles de competencia que existen en el cantón Puerto Ayora.

Cuadro N° 35. Demanda insatisfecha proyectada.

Año	Cantidad demandada	Cantidad ofertada	Demanda insatisfecha	Demanda objetivo (0,62%)
2014	161072	24446	136626	847
2015	183622	27868	155754	966
2016	209329	31770	177559	1101
2017	238635	36218	202417	1255
2018	272044	41288	230756	1431
2019	310130	47069	263061	1631

C. **DETERMINAR LA VIABILIDAD TÉCNICA DEL PRODUCTO TURÍSTICO**

1. Formulación filosófica y estratégica de la operada turística

a. **Misión**

Brindar a los visitantes nacionales e internacionales una alternativa diferente de turismo organizado, responsable y satisfactorio, con énfasis en el ecoturismo con actividades

académicas en áreas tanto naturales como culturales, integrando a la comunidad local y respetando la naturaleza.

b. Visión

Ser una empresa líder e innovadora en el mercado ecoturístico, logrando la satisfacción de todos visitantes, mediante el cumplimiento las más altas exigencias y necesidades.

c. Objetivo

Lograr una fuerte consolidación en el mercado, lo cual permitirá ascender económicamente como empresa y consecuentemente favorecer la economía local mediante el desarrollo turístico responsable y equitativo de la zona.

d. Políticas de acción

1) Servicio

- a) Atención de calidad y de manera ordenada, respetando el orden de llegada de cada visitante.
- b) Venta de viajes organizados y combinados, conforme a lo establecido legalmente.
- c) Alquiler de vehículos (camionetas, buseta y buses), lanchas de cabotaje y demás medios que sean necesarios para el cumplimiento de los servicios turísticos.
- d) No se permite la exclusión por ningún visitante (cliente).
- e) Entrega de equipaje mediante cualquier medio de transporte siempre y cuando sea equivocación de la empresa.
- f) Formalización en cuanto a pólizas de seguro turístico por pérdida o deterioro del equipaje y demás que cubra el seguro.
- g) Todas las quejas y sugerencias de los visitantes (clientes) serán tomados en cuenta para la calidad de todos los servicios ofertados por la empresa.
- h) Personal de la empresa entregará a todos sus visitantes (clientes) material pop con información turística.

- i) Organización y venta de excursiones llamadas de 1 día (tour diario) ofertadas por otras operadoras o proyectadas a solicitud del usuario, además que no implique todos los componentes de un viaje combinado.
- j) El sitio en donde se llevara a cabo el servicio turístico siempre debe estar limpio.

2) Personal

- a) La hora para iniciar las actividades de trabajo será a las 8:30 a.m. y culminara a las 18:30 p.m. de lunes a sábado.
- b) El personal que será contratado deberá poseer la debida experiencia en el área citada.
- c) El personal a ser contratado deberá laborar en dos turnos (8:30 a.m. – 13:30 p.m.) y (13:30 p.m. – 18:30 p.m.).
- d) El personal deberá presentarse en la empresa correctamente uniformado.
- e) El personal nuevo deberá tomar la debida capacitación en cuanto a servicio de calidad.
- f) El pago de salarios al personal será cancelado en dos partes, es decir cada 30 días.
- g) Es obligación del personal dirigirse con educación y cordialidad hacia el cliente, en caso de suscitar lo contrario el gerente deberá afrontar y solucionar el problema.

3) Valores

Los principales valores que comprende la empresa son: Ética profesional, Respeto, Responsabilidad, Amabilidad, y Confianza. A más de éstos se apuntan los siguientes:

De trabajo

- a) Moral
- b) Puntualidad

- c) Honestidad
- d) Sabiduría
- e) Solidaridad
- f) Compromiso
- g) Lealtad
- h) Cordialidad

De la persona

- a) Atender al visitante (cliente) con respeto, seguridad y amabilidad.
- b) Ser inventivo en las acciones y responsabilidades encomendadas.
- c) Buscar la mejor solución a minúsculos problemas que sean de fáciles solución.
- d) Mostrar el mayor respeto para con el visitante (cliente) para mantener una cómoda comunicación y relación.
- e) Acatarse al horario de trabajo establecido por la empresa.
- f) Ser interactivo en cada una de las actividades que organice la empresa.

2. Planificación y diseño técnico del producto

a. Localización del proyecto

1) Macro localización

El presente estudio de factibilidad se ejecutará en el país de Ecuador, Provincia de Galápagos, Cantón Santa Cruz.

2) Micro localización

La prestación de los servicios turísticos como hospedaje, alimentación, guianza y transporte se llevarán a cabo en el cantón Santa Cruz, sus coordenadas son: latitud 00°45'00"S, longitud 90°19'00"W, temperatura promedio anual entre 16 – 30°C, altitud de 864 m.s.n.m.

b. Tamaño del proyecto

1) Número de clientes proyectados

Para obtener el tamaño de la empresa se tomó en cuenta únicamente la demanda objetiva, misma que se calculó de la demanda insatisfecha con el 0,90%, perspectiva del estudio de factibilidad del proyecto para iniciar con su futuro funcionamiento. El cual fue proyectado para los próximos 5 años, obteniendo así proyecciones: anuales, mensuales, quincenales, semanales y diarias.

Cuadro N° 36. Número de visitantes nacionales e internacionales proyectados

Año	Demanda objetivo (0,90%)	Número de visitantes al día	Número de visitantes a la semana	Número de visitantes al mes
2014	1230	3	26	103
2015	1402	4	29	117
2016	1598	4	33	133
2017	1822	5	38	152
2018	2077	6	43	173
2019	2368	6	49	197

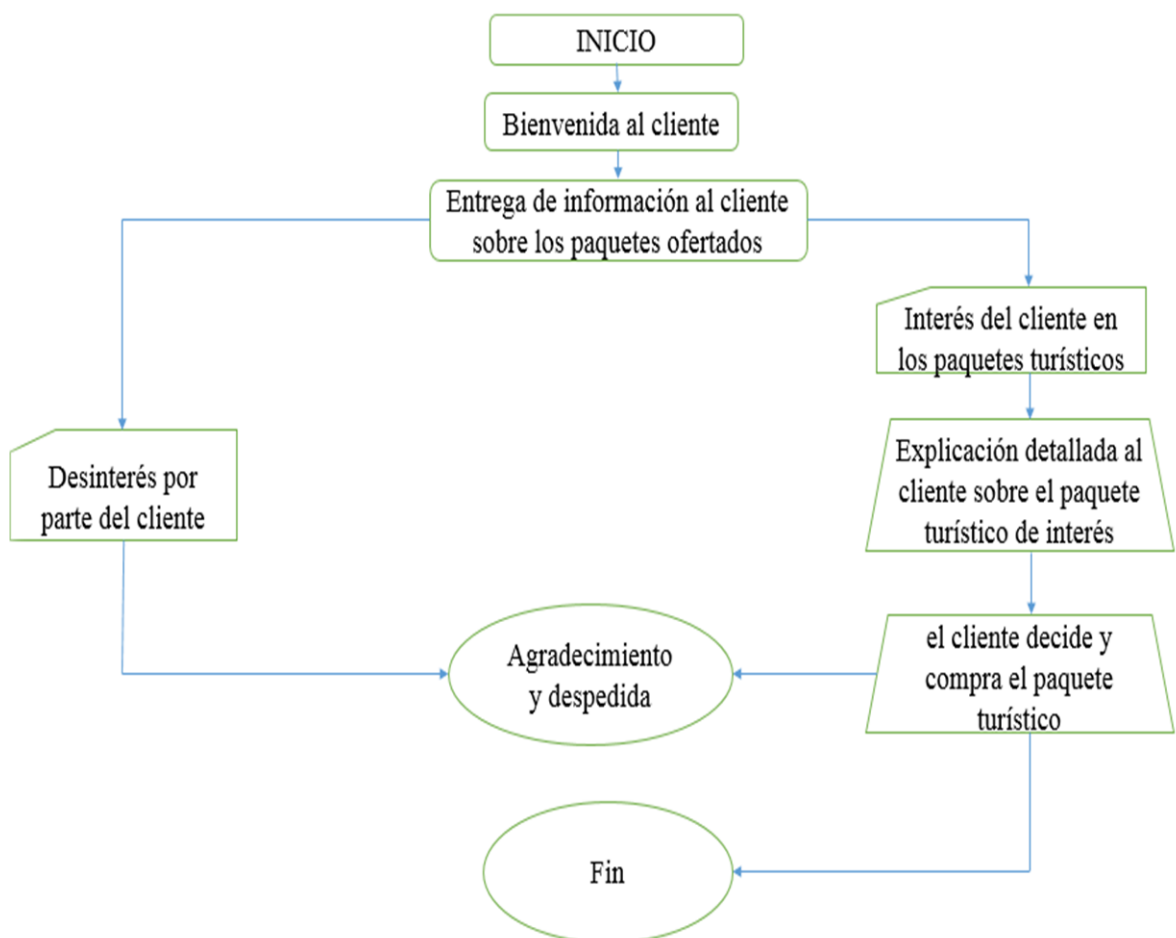
Con este análisis se puede tener una imagen general del número de visitante (clientes) que se tendrá por día, tanto visitantes nacionales como extranjeros.

c. Definición del proceso productivo

1) Flujograma del proceso productivo

A continuación se demuestra de forma gráfica y organizada los procesos productivos para los futuros visitantes clientes, así tenemos

Gráfico N° 39. Flujograma del proceso productivo



2) Servicios básicos

Cuadro N° 37. Servicios básicos

Rubro	Unidad	Cantidad	Costo	Costo	Costo anual
-------	--------	----------	-------	-------	-------------

		mensual	unitario	mensual	
Energía Eléctrica	Kwh	650	0,15	\$97,50	\$1170,00
Agua	Litros	1000	0,07	\$70,00	\$840,00
Teléfono	Minutos	160	0,06	\$9,60	\$115,20
Internet	Kb			\$80,00	\$960,00
TOTAL				\$257,10	\$3085,20

3. Paquetes turísticos estructura técnica

Paquete N° 01

Cuadro N° 38. Paquete 01

Paquete N° 01.		
Denominación: Galápagos & the stars		Código: GE001
Dificultad: fácil	Idioma de guianza: Español e Inglés	Duración: medio día
Recorrido: cantón Puerto Ayora – Cerro Meza		
Centro de operaciones: Tour Operadora Expetourgal		
Itinerario		
Día	Hora	Actividades
1	18:00	Recogida en los hoteles
	18: 15	Salida a Cerro Meza
	19:00	Arribo a Cerro Meza
	19:10	Cena
	20:00	Observación estelar
	21:00	Retorno a Puerto Ayora
	21:45	Arribo a Puerto Ayora
Descripción del Paquete Turístico		
El recorrido del tour denominado Galápagos & the stars inicia en el cantón Puerto Ayora, desde el cual se realizará el traslado al Cerro Meza, en donde se llevará a cabo la bienvenida del grupo, además se facilitará una corta charla introductoria por parte del guía sobre la observación astronómica desde el Archipiélago Galápagos, la misma que será		

acompañada de una deliciosa cena, en la cual también se entregará suvenires como recuerdo por parte de la empresa. Una vez culminada la cena se procederá a la observación astronómica conjuntamente con el guía, para lo cual se contará con varios telescopios de diferentes tamaños, garantizando una satisfactoria observación de las estrellas. Al culminar la actividad se retornará a Puerto Ayora y se dará por terminado el servicio.			
Requerimientos para la visita	<ul style="list-style-type: none"> • Documentos personales • Cámara fotográfica 		
Prohibiciones	<ul style="list-style-type: none"> • Bebidas alcohólicas • Armas blancas y de fuego 		
Normas de comportamiento	<ul style="list-style-type: none"> • No arrojar basura en los sitios de visita • No recolectar especies vegetales o animales • Seguir las instrucciones del guía 		
El paquete incluye	<ul style="list-style-type: none"> • 1 Cena • Guianza • Transporte todo el recorrido • Fotografías del tour 	El paquete no incluye	<ul style="list-style-type: none"> • Comidas y bebidas extras • Gastos personales • Propinas • Lo que no esté especificado en el programa
Facilidades-servicios turísticos	<ul style="list-style-type: none"> • Transporte privado • Guianza todo el recorrido • Botiquín de primeros auxilios 		
Observaciones	Todos los paquetes que oferta la empresa están sujetos a cambios de acuerdo a las necesidades y sugerencias de los visitantes.		
Precio	1-3 pax \$140,45 4-9 pax \$94,86 10-16 pax \$65,30		

Cuadro N° 39. Paquete 02

Paquete N° 02.	
Denominación: Awesome Santa Cruz	Código: GE002

Dificultad: fácil	Idioma de guianza: Español e Inglés	Duración: 1 día
Recorrido: cantón Puerto Ayora – parroquia Bellavista		
Centro de operaciones: Tour Operadora Expetourgal		
Itinerario		
Día	Hora	Actividades
1	8:00	Salida a la finca el Cafetalero
	8:30	Arribo a la finca el Cafetalero
	9:30	Degustación de café
	10:00	Salida a la finca el Chato en la parte alta de la isla
	10:15	Visita a las tortugas en estado natural y túnel de lava
	12:30	Almuerzo campestre en la finca el Chato
	13:30	Salida a la playa el Garrapatero
	14:00	Arribo a la playa el Garrapatero
	17:30	Retorno a puerto Ayora
	18:00	Arribo a puerto Ayora
	Descripción del Paquete Turístico	
<p>El recorrido del tour denominado Awesome Santa Cruz inicia en el cantón Puerto Ayora, desde el cual se realizará el traslado a la parroquia Bellavista en donde se encuentra ubicada la finca el Cafetalero, en donde se conocerá todo el proceso de cultivo, cosecha y producción de café, pudiendo así degustarlo. A media mañana se trasladarán a la finca el Chato, en donde se observará tortugas en estado natural, se realizará una caminata en los túneles de lava y se degustará un delicioso almuerzo campestre.</p> <p>En la tarde se visitará la playa el Garrapatero una de las playas más impresionantes y hermosas del archipiélago, en la cual se podrá observar una laguna de flamencos y una gran extensión de mangle; acompañando la visita con un refrescante baño y toma de sol. Ya en el atardecer al culminar las actividades el grupo será trasladado a cada uno de sus hoteles en el que se encuentren hospedados.</p>		
Requerimientos para la visita	<ul style="list-style-type: none"> • Documentos personales • Botas de caucho, zapatos cómodos, ropa cómoda e impermeable, traje de baño, protector solar, repelente, gafas, gorra, cámara fotográfica. 	
Prohibiciones	<ul style="list-style-type: none"> • Bebidas alcohólicas 	

	<ul style="list-style-type: none"> • Armas blancas y de fuego 		
Normas de comportamiento	<ul style="list-style-type: none"> • No arrojar basura en los sitios de visita • No recolectar especies vegetales o animales • Seguir las instrucciones del guía 		
El paquete incluye	<ul style="list-style-type: none"> • 1 Almuerzos • Guianza • Transporte todo el recorrido • Suvenires 	El paquete no incluye	<ul style="list-style-type: none"> • Comidas y bebidas extras • Gastos personales • Propinas • Lo que no esté especificado en el programa
Facilidades-servicios turísticos	<ul style="list-style-type: none"> • Transporte privado • Guianza todo el recorrido • Botiquín de primeros auxilios 		
Observaciones	Todos los paquetes que oferta la empresa están sujetos a cambios de acuerdo a las necesidades y sugerencias de los visitantes.		
Precio	1-3 pax \$170,20 4-9 pax \$119,50 10-16 pax \$86,24		

Cuadro N° 40. Paquete 03

Paquete N° 03.		
Denominación: wonderful Galápagos		Código: GE003
Dificultad: Moderado	Idioma de guianza: Español e Inglés	Duración: 3 días 2 noche
Recorrido: cantón Puerto Ayora – parroquia Bellavista		
Centro de operaciones: Tour Operadora Expetourgal		
Itinerario		
Día	Hora	Actividades
1	11:00	Recogida en el aeropuerto

	12:20	Arribo al hotel
	13:00	Almuerzo en el restaurant “Chocolate”
	14:00	Salida a Tortuga Bay
	17:00	Retorno al hotel
	17:45	Arribo al hotel
	19:30	Cena y coctel de bienvenida en el restaurant Pelican View
	22:00	Fin de las actividades
2	07:00	Desayuno
	08:00	Salida a la estación Charles Darwin
	09:30	Salida a la finca el Chato en la parte alta de la isla
	12:00	Almuerzo campestre
	12:45	Retorno al hotel
	13:15	Arribo al hotel
	14:00	Tour de Bahía
	17:00	Retorno al hotel
	18:00	salida a cerro Meza
	18: 30	Arribo a cerro Meza
	19:00	Cena
	20:00	Observación estelar
	21:00	Retorno a Puerto Ayora
	21:45	Arribo al hotel
3	7:00	Desayuno
	7:30	Salida a los gemelos
	8:00	Visita atractivo los gemelos
	8:40	Salida al aeropuerto
	9:00	Arribo al aeropuerto y despedida

Descripción del Paquete Turístico

Día 1: El recorrido del tour denominado wonderful Galápagos inicia en las instalaciones del aeropuerto ubicado en la isla Baltra, en donde el guía recibirá y trasladará a todos los visitantes al hotel el cual estará ubicado en el cantón Puerto Ayora, en donde degustarán de un deliciosos almuerzo para seguidamente visitar la playa “Tortuga Bay”, siendo esta una

de las palayas más extensas de arena blanca y hermosas que posee el Archipiélago; aquí los visitantes podrán observar un bosque de cactus, iguanas marinas, iguanas terrestres, variedad de aves, una playa de surf y la playa mansa en la cual podrán nadar y tomar sol. Ya en el atardecer el grupo retornará al hotel para degustar de una deliciosa cena y coctel de bienvenida.

Día 2: pronto en la mañana las actividades inician con un delicioso desayuno, después del cual el grupo partirá conjuntamente con el guía a la estación “Charles Darwin”, en donde podrán observar variedades de tortugas e iguanas; seguidamente el grupo se dirigirá a la parroquia Bellavista en donde se encuentra ubicada la finca el Chato, en donde se observará tortugas en estado natural, se realizará una caminata en los túneles de lava y se degustará un delicioso almuerzo campestre. Ya en la tarde el grupo retornará a la parte baja de la isla para tomar el tour de bahía en donde podrán hacer snorkeling en la Lobería y en las grietas, además de visitar la playa de los perros. Al culminar la tarde el grupo regresará al hotel para ponerse cómodos y alistarse para salir a Cerro Meza en donde el grupo recibirá una corta charla introductoria por parte del guía sobre la observación astronómica desde el Archipiélago Galápagos, la misma que será acompañada de una deliciosa cena, en la cual también se entregará suvenires como recuerdo por parte de la empresa. Una vez culminada la cena se procederá a la observación astronómica conjuntamente con el guía, para lo cual se contará con varios telescopios de diferentes tamaños, garantizando de esta manera una satisfactoria observación de las estrellas. Finalmente se retornará al hotel y se dará por terminadas las actividades del día.

Día 3: siendo este el último día del tour lo visitantes después del desayuno, saldrán al aeropuerto y en el trayecto visitarán el atractivo los “Gemelos”, los mismos que son formaciones naturales de cráteres de volcanes; seguidamente después de la visita el grupo seguirá su trayecto al aeropuerto, en donde se darán por terminadas las actividades.

<p>Requerimientos para la visita</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Documentos personales • Botas de caucho, zapatos cómodos, ropa cómoda e impermeable, traje de baño, protector solar, repelente, gafas, gorra, cámara fotográfica.
<p>Prohibiciones</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Bebidas alcohólicas • Armas blancas y de fuego

Normas de comportamiento	<ul style="list-style-type: none"> • No arrojar basura en los sitios de visita • No recolectar especies vegetales o animales • Seguir las instrucciones del guía 		
El paquete incluye	<ul style="list-style-type: none"> • 2 Desayunos • 2 almuerzos • 2 Cenas • Guianza • Transporte todo el recorrido • Fotografías del tour 	El paquete no incluye	<ul style="list-style-type: none"> • Comidas y bebidas extras • Gastos personales • Propinas • Lo que no esté especificado en el programa
Facilidades-servicios turísticos	<ul style="list-style-type: none"> • Transporte privado • Guianza todo el recorrido • Botiquín de primeros auxilios 		
Observaciones	Todos los paquetes que oferta la empresa están sujetos a cambios de acuerdo a las necesidades y sugerencias de los visitantes.		
Precio	1-3 pax \$577,81 4-9 pax \$450,91 10-16 pax \$360,98		

Cuadro N° 41. Paquete 04

Paquete N° 04.		
Denominación: beautiful Galápagos		Código: GE004
Dificultad: moderada	Idioma de guianza: español-inglés	Duración: 4 días 3 noches
Recorrido: cantón Puerto Ayora – cantón Puerto Villamil		
Centro de operaciones: Tour Operadora Expetourgal		
Itinerario		
Día	Hora	Actividades
1	11:00	Recogida en el aeropuerto
	12:20	Arribo al hotel

	13:00	Almuerzo en el hotel
	14:00	Salida a Tortuga Bay
	17:00	Retorno al hotel
	17:45	Arribo al hotel
	19:30	Cena y coctel de bienvenida
	22:00	Fin de las actividades
2	07:00	Desayuno
	08:00	Salida a la estación Charles Darwin
	09:30	Salida a la finca el Chato en la parte alta
	12:00	Almuerzo campestre
	12:45	Retorno al hotel
	13:15	Arribo al hotel
	14:00	Tour de Bahía
	17:00	Retorno al hotel
	19: 15	Salida a Baltra
	20:00	Arribo a Baltra
	20:00	Cena
	21:00	Observación estelar
	22:00	Retorno al hotel
3	6:20	Desayuno
	7:00	Salida a Isabela
	9:00	Arribo a Isabela
	10:00	Arribo al hotel y preparación del box lunch
	10:30	Salida al volcán sierra negra
	12:30	Degustación del box lunch
	14:00	Arribo al volcán sierra negra
	14:30	Regreso al hotel
	17:00	Arribo al hotel
	19:30	Cena y coctel de despedida
	22:00	Fin de las actividades
4	6:00	Salida al cantón Puerto Ayora

	7:00	Desayuno en el bote
	8:00	Arribo al cantón Puerto Ayora
	8:20	Salida a Baltra
	9:00	Arribo a Baltra y despedida

Descripción del Paquete Turístico

Día 1: El recorrido del tour denominado beautiful Galápagos inicia en las instalaciones del aeropuerto ubicado en la isla Baltra, en donde el guía recibirá y trasladará a todos los visitantes al hotel el cual estará ubicado en el cantón Puerto Ayora, en donde degustarán de un delicioso almuerzo para seguidamente visitar la playa “Tortuga Bay”, siendo esta una de las palayas más extensas de arena blanca y hermosas que posee el Archipiélago; aquí los visitantes podrán observar un bosque de cactus, iguanas marinas, iguanas terrestres, variedad de aves, una playa de surf y la playa mansa en la cual podrán nadar y tomar sol. Ya en el atardecer el grupo retornará al hotel para degustar de una deliciosa cena y coctel de bienvenida en el cual también se entregará suvenires como recuerdo por parte de la empresa.

Día 2: pronto en la mañana las actividades inician con un delicioso desayuno, después del cual el grupo partirá conjuntamente con el guía a la estación “Charles Darwin”, en donde podrán observar variedades de tortugas e iguanas; seguidamente el grupo se dirigirá a la parroquia Bellavista en donde se encuentra ubicada la finca el Chato, en donde se observará tortugas en estado natural, se realizará una caminata en los túneles de lava y se degustará un delicioso almuerzo campestre. Ya en la tarde el grupo retornará a la parte baja de la isla para tomar el tour de bahía en donde podrán hacer snorkeling en la Lobería y en las grietas, además de visitar la playa de los perros. Al culminar la tarde el grupo regresará al hotel para ponerse cómodos y alistarse para salir a cerro Mesa en donde el grupo recibirá una corta charla introductoria por parte del guía sobre la observación astronómica desde el Archipiélago Galápagos, la misma que será acompañada de una deliciosa cena. Una vez culminada la cena se procederá a la observación astronómica conjuntamente con el guía, para lo cual se contará con varios telescopios de diferentes tamaños, garantizando de esta manera una satisfactoria observación de las estrellas. Finalmente se retornará al hotel y se dará por terminadas las actividades del día.

Día 3: este día lo visitantes saldrán en bote a la isla Isabela muy pronto en la mañana

<p>después del desayuno, una vez el grupo arribe en Isabela se dirigirá al hotel para preparar su box lunch y alistarse para salir a la caminata del volcán Sierra Negra, el cual es impresionante y admirado por su cráter de 6 Km de diámetro, que aún está en actividad volcánica; al retornar de la larga caminata el grupo se relajará en la playa y finalmente se dirigirá al hotel para degustar una deliciosa cena acompañada de la despedida del grupo.</p> <p>Día 4: muy pronto en la mañana el grupo retornará a la isla Santa Cruz, para dirigirse al aeropuerto en Baltra en donde el guía despedirá a los visitantes.</p>			
Requerimientos para la visita	<ul style="list-style-type: none"> • Documentos personales • Botas de caucho, zapatos cómodos, ropa cómoda e impermeable, traje de baño, protector solar, repelente, gafas, gorra, cámara fotográfica. 		
Prohibiciones	<ul style="list-style-type: none"> • Bebidas alcohólicas • Armas blancas y de fuego 		
Normas de comportamiento	<ul style="list-style-type: none"> • No arrojar basura en los sitios de visita • No recolectar especies vegetales o animales • Seguir las instrucciones del guía 		
El paquete incluye	<ul style="list-style-type: none"> • 3 Desayunos • 3 almuerzos • 3 Cenas • Guianza • Transporte todo el recorrido • Fotografías del tour 	El paquete no incluye	<ul style="list-style-type: none"> • Comidas y bebidas extras • Gastos personales • Propinas • Lo que no esté especificado en el programa
Facilidades-servicios turísticos	<ul style="list-style-type: none"> • Transporte privado • Guianza todo el recorrido • Botiquín de primeros auxilios 		
Observaciones	<p>Todos los paquetes que oferta la empresa están sujetos a cambios de acuerdo a las necesidades y sugerencias de los visitantes.</p>		
Precio	1-3 pax \$884,58		

	4-9 pax \$697,31
	10-16 pax \$569,18

Cuadro N° 42: Paquete 05

Paquete N° 05.		
Denominación: relax with adventures in Galápagos		Código: GE005
Dificultad: moderada	Idioma de guianza: español-inglés	Duración: 5 días 4 noches
Recorrido: cantón Puerto Ayora – cantón Puerto Villamil		
Centro de operaciones: Tour Operadora Expetourgal		
Itinerario		
Día	Hora	Actividades
1	11:00	Recogida en el aeropuerto
	12:20	Arribo al hotel
	13:00	Almuerzo en el hotel
	14:00	Salida a Tortuga Bay
	17:00	Retorno al hotel
	17:45	Arribo al hotel
	19:30	Cena y coctel de bienvenida
	22:00	Fin de las actividades
2	07:00	Desayuno
	08:00	Salida a la estación Charles Darwin
	09:30	Salida a la finca el Chato en la parte alta
	12:00	Almuerzo campestre
	12:45	Retorno al hotel
	13:15	Arribo al hotel
	14:00	Tour de Bahía
	17:00	Retorno al hotel
	19: 15	Salida cerro Meza
	20:00	Arribo a cerro Meza
	20:00	Cena

	21:00	Observación estelar
	22:00	Retorno al hotel
3	6:20	Desayuno en el hotel
	7:00	Salida a Isabela
	9:30	Arribo a Isabela
	10:00	Visita criadero de tortugas
	11:00	Visita a la laguna de Flamencos
	12:00	Almuerzo
	13:30	Visita “Muro de las lagrima”
	14:00	Recorrido en el mirador
	14:30	Visita a la fuente de agua dulce
	15:30	Visita a la laguna roja y laguna negra
	16:00	Visita playa del amor
	16:30	Visita poza de las diabras
	17:00	Caminata libre por la playa
	19:30	Cena
4	7:00	Desayuno
	7:30	Preparación del box lunch
	8:00	Salida al volcán sierra negra
	14:00	Regreso al hotel
	15:00	Tour de bahía y snorkeling
	17:30	Retorno al hotel
	19:30	Cena y coctel de despedida
	22:00	Fin de las actividades
5	6:00	Salida al cantón Puerto Ayora
	7:00	Desayuno en el bote
	8:00	Arribo al cantón Puerto Ayora
	8:20	Salida a Baltra
	9:00	Arribo a Baltra y despedida
Descripción del paquete turístico		
Día 1: El recorrido del tour denominado relax with adventures in Galápagos inicia en las		

instalaciones del aeropuerto ubicado en la isla Baltra, en donde el guía recibirá y trasladará a todos los visitantes al hotel el cual estará ubicado en el cantón Puerto Ayora, en donde degustarán de un delicioso almuerzo para seguidamente visitar la playa “Tortuga Bay”, siendo esta una de las playas más extensas de arena blanca y hermosas que posee el Archipiélago; aquí los visitantes podrán observar un bosque de cactus, iguanas marinas, iguanas terrestres, variedad de aves, una playa de surf y la playa mansa en la cual podrán nadar y tomar sol. Ya en el atardecer el grupo retornará al hotel para degustar de una deliciosa cena y coctel de bienvenida en el cual también se entregará suvenires como recuerdo por parte de la empresa.

Día 2: pronto en la mañana las actividades inician con un delicioso desayuno, después del cual el grupo partirá conjuntamente con el guía a la estación “Charles Darwin”, en donde podrán observar variedades de tortugas e iguanas; seguidamente el grupo se dirigirá a la parroquia Bellavista en donde se encuentra ubicada la finca el Chato, en donde se observará tortugas en estado natural, se realizará una caminata en los túneles de lava y se degustará un delicioso almuerzo campestre. Ya en la tarde el grupo retornará a la parte baja de la isla para tomar el tour de bahía en donde podrán hacer snorkeling en la Lobería y en las grietas, además de visitar la playa de los perros. Al culminar la tarde el grupo regresará al hotel para ponerse cómodos y alistarse para salir a cerro Mesa en donde el grupo recibirá una corta charla introductoria por parte del guía sobre la observación astronómica desde el Archipiélago Galápagos, la misma que será acompañada de una deliciosa cena. Una vez culminada la cena se procederá a la observación astronómica conjuntamente con el guía, para lo cual se contará con varios telescopios de diferentes tamaños, garantizando de esta manera una satisfactoria observación de las estrellas. Finalmente se retornará al hotel y se dará por terminadas las actividades del día.

Día 3: este día los visitantes saldrán en bote a la isla Isabela muy pronto en la mañana después del desayuno, una vez el grupo arribe en Isabela se dirigirá al hotel para ponerse cómodos y preparar su box lunch, después el grupo visitará el criadero de 5 especies de tortugas, la laguna de flamencos, muro de la lágrimas, el mirador, fuente de agua dulce, laguna roja, laguna negra, la playa del amor, la poza de las diablitas y finalmente el descanso en la playa.

Una vez culminadas las actividades el grupo degustará una deliciosa cena y se dirigirá al

<p>hotel.</p> <p>Día 4: en la mañana después del desayuno el grupo prepara su box lunch y se alistará para salir a la caminata del volcán Sierra Negra, el cual es impresionante y admirado por su cráter de 6 Km de diámetro, que aún está en actividad volcánica; al retornar de la larga caminata el grupo se relajará en el tour de Bahía; finalmente se dirigirá al hotel para degustar una deliciosa cena acompañada de la despedida del grupo.</p> <p>Día 5: muy pronto en la mañana el grupo retornará a la isla Santa Cruz, para dirigirse al aeropuerto en Baltra en donde el guía despedirá a los visitantes.</p>			
Requerimientos para la visita	<ul style="list-style-type: none"> • Documentos personales • Botas de caucho, zapatos cómodos, ropa cómoda e impermeable, traje de baño, protector solar, repelente, gafas, gorra, cámara fotográfica. 		
Prohibiciones	<ul style="list-style-type: none"> • Bebidas alcohólicas • Armas blancas y de fuego 		
Normas de comportamiento	<ul style="list-style-type: none"> • No arrojar basura en los sitios de visita • No recolectar especies vegetales o animales • Seguir las instrucciones del guía 		
El paquete incluye	<ul style="list-style-type: none"> • 4 Desayunos • 4 almuerzos • 4 Cenas • Guianza • Transporte todo el recorrido • Fotografías del tour 	El paquete no incluye	<ul style="list-style-type: none"> • Comidas y bebidas extras • Gastos personales • Propinas • Lo que no esté especificado en el programa
Facilidades-servicios turísticos	<ul style="list-style-type: none"> • Transporte privado • Guianza todo el recorrido • Botiquín de primeros auxilios 		
Observaciones	<p>Todos los paquetes que oferta la empresa están sujetos a cambios de acuerdo a las necesidades y sugerencias de los</p>		

	visitantes.
Precio	\$1038,58 \$820,51 \$657,89

4. Equipamiento necesario para el área operativa

Cuadro N° 43. Equipamiento necesario para el área operativa

ITEM	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
EQUIPO DE SNORKELING			
Mascara con tubo	100	\$ 70,00	\$ 7.000,00
Aletas	100	\$ 60,00	\$ 6.000,00
Chalecos	100	\$ 40,00	\$ 4.000,00
Cascos	100	\$ 50,00	\$ 5.000,00
Subtotal			\$ 22.000,00

5. Estudio de mercadotecnia

a. Estrategias de posicionamiento

1) **Identificación del nicho de mercado**

En el análisis de mercado que se efectuó, se demuestra que los futuros visitantes (clientes), si les gustaría comprar los nuevos paquetes turísticos de la Tour Operadora Expetourgal, en los cuales se realizará actividades como senderismo y observación de flora y fauna. Cabe mencionar que los paquetes turísticos se los complementará también con actividades que integren la belleza natural que posee el sitio, con sus diferentes actividades culturales, de aventura y académicas.

Partiendo del perfil del visitante nacional e internacional se identificaron los siguientes target (grupo objetivo):

2) Target Nacional

Turistas de las provincias de Pichincha (40%) y de Guayas (32%); entre 21 a 40 años de edad (55%) y mayores de 61 años (22%).

3) Target Internacional

Turistas procedentes de Estados Unidos (24%), Inglaterra (12%) y Argentina (12%); entre 21 a 40 años de edad (40%).

a. Marketing Mix

1) Producto

a) Valor diferencial

El presente proyecto posee notables características que lo hacen diferente como:

- i.** Interrelación armónica y académica entre la naturaleza y ser humano.
- ii.** Responsabilidad social: generación de empleo en las parroquias de Bellavista y Santa Rosa.
- iii.** Responsabilidad ambiental: no contaminar los sitios de visita y generar una conciencia ambiental en los visitantes.
- iv.** Convivencia con las personas que conforman las parroquias y localidad.
- v.** Observación de la evolución cultural del sitio (historia de los primeros pobladores y asentamientos humanos en las islas.)

b) Branding

i. Nombre

El nombre que se adoptó para Tour Operadora es “EXPETOURGAL”, el cual posee el significado de: “More Experience Galápagos Tours”.

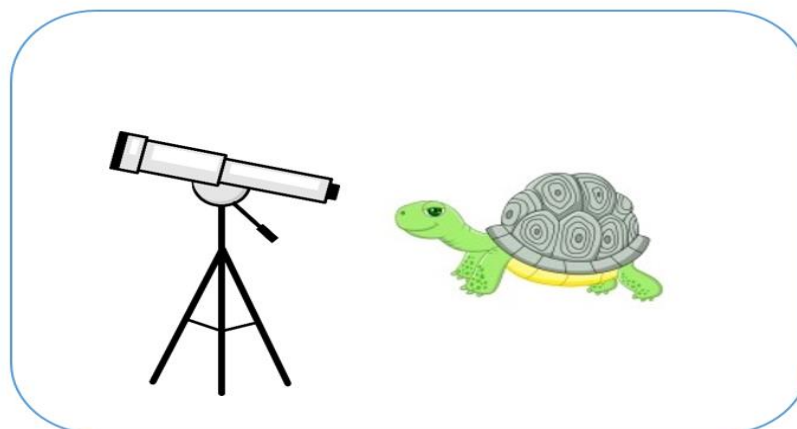
ii. Slogan

Awesome tryp

Se ha determinado como slogan de la empresa “Awesome tryp”, puesto que la Tour Operadora, se caracteriza por sus paquetes turísticos innovadores que interactúan sus actividades de relajación, aventura y aprendizaje lo cual convierte su estancia en Galápagos en un viaje maravilloso.

a. Isotipo

Gráfico N° 40. Isotipo



El isotipo de la empresa cuenta con una tortuga y un telescopio, es importante mencionar que la tortuga representa la diversidad endémica que posee Galápagos, mientras que el telescopio simboliza el producto estrella de la empresa que es la observación nocturna de las estrellas.

b. Isólogo

Los colores y el isólogo fueron diseñados tomando en cuenta el mercado objetivo los cuales son personas entre 41 – 60 años de edad, y que generalmente son personas más formales y prefieren la sencillez combinada con el entorno.

Gráfico N° 41. Marca de la empresa



c. Componentes

Los componentes que comprende el isólogo de la empresa son imágenes gráficas y textuales, las mismas que posee el siguiente significado:

- El componente principal es el telescopio, el cual representa el producto estrella de la empresa, conjuntamente con la tortuga, representando la riqueza natural endémica del sitio.
- El nombre de la empresa "EXPETOURGAL".
- El slogan de la empresa "Aweome tryp".

d. Gama cromática de la empresa

Los colores que comprenden el isólogo se los tomó en cuenta pensando en los componentes de la naturaleza como: el mar, vegetación, cielo y las estrellas; los mismos que son elementos principales en cada uno de los paquetes turísticos que manejará la empresa.

A continuación se puntualiza la gama cromática de la empresa, teniendo como base el color blanco, azul, turquesa y verde.

- **Turquesa:** representa el majestuoso y rico océano que rodea el Archipiélago, mismo que provee de alimentos a la población tanto del Galápagos como de Ecuador continental.
- **Azul:** simboliza el majestuoso cielo q no cubre.
- **Blanco:** simboliza las estrellas que nos brindan su luz y belleza.
- **Verde:** representar la riqueza florística natural que poseen las islas, mismas que demuestran su alto grado de conservación.

e. Identidad corporativa

Para la identidad corporativa de la empresa se diseñó y definió elementos gráficos de papelería como: tarjetas de presentación, plegables y rótulo de la empresa. Su elaboración tuvo un costo de \$500.00 USD por 1000 tarjetas full color, el rótulo para la empresa tuvo un costo de \$3000,00 USD fabricados con materiales de la zona.

Gráfico N° 42. Tarjeta de presentación



EXPETOURGAL

Awesome Tryp

Paquetes turísticos: 1, 2, 3, 4 días. (todo incluido)

Ubicación: Av. Baltra y Charles Darwin
 E-mail: expetourgal@gmail.com
 Web: www.expetourgal.com
 Puerto Ayora- Isla Santa Cruz
 Tlfn: 0997151056-0998977822



Gráfico N° 43. Letrero de la empresa



EXPETOURGAL

Tour Operadora

Awesome tryp

2) **Precio**

a) **Precio final de los productos**

Los precios de los diferentes paquetes turísticos se fijaron en correlación a la competencia, tomando en cuenta el estudio de la demanda y el análisis de costos, de manera que sean accesibles en el mercado.

3) Análisis de los costos

Los costos de los paquetes se determinaron, tomando en cuenta la capacidad de gasto de los visitantes, dato que fue obtenido del estudio de mercado.

Cuadro N° 44. Costos paquete N°1

Costos	Rangos de pax		
	2 a 3	4 a 9	10 a 16
Costos generales del tour			
Transporte	\$ 35,00	\$ 60,00	\$ 125,00
Guianza nativa	\$ 100,00	\$ 100,00	\$ 100,00
Total costos generales	\$ 135,00	\$ 160,00	\$ 225,00
Costos individuales del tour			
Hospedaje	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
Alimentación	\$ 17,00	\$ 17,00	\$ 17,00
Entradas	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
Renta de equipos	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
Total costos individuales	\$ 17,00	\$ 17,00	\$ 17,00
Total costos	\$ 152,00	\$ 177,00	\$ 242,00
Costos totales por pax	\$ 84,50	\$ 57,00	\$ 39,50
Gastos administrativos 10%	\$ 8,45	\$ 5,70	\$ 3,95
Gastos depreciación 5%	\$ 4,23	\$ 2,85	\$ 1,98
Precio neto	\$ 97,18	\$ 65,55	\$ 45,43
Margen de rango 15%	\$ 16,83	\$ 11,45	\$ 7,58
Total	\$ 114,00	\$ 77,00	\$ 53,00
Precio gros 10%	\$ 11,40	\$ 7,70	\$ 5,30
Precio sin iva	\$ 125,40	\$ 84,70	\$ 58,30
Iva 12%	\$ 15,05	\$ 10,16	\$ 7,00
Precio final	\$ 140,45	\$ 94,86	\$ 65,30

Cuadro N° 45. Costos paquete N°2

Costos	Rangos de pax		
	2 a 3	4 a 9	10 a 16
Costos generales del tour			
Transporte	\$ 70,00	\$ 120,00	\$ 250,00
Guianza nativa	\$ 100,00	\$ 100,00	\$ 100,00
Total costos generales	\$ 170,00	\$ 220,00	\$ 350,00
Costos individuales del tour			
Hospedaje	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
Alimentación	\$ 15,00	\$ 15,00	\$ 15,00

Entradas	\$ 2,00	\$ 2,00	\$ 2,00
Renta de equipos	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
Total costos individuales	\$ 17,00	\$ 17,00	\$ 17,00
Total costos	\$ 187,00	\$ 237,00	\$ 367,00
Costos totales por pax	\$ 102,00	\$ 72,00	\$ 52,00
Gastos administrativos 10%	\$ 10,20	\$ 7,20	\$ 5,20
Gastos depreciación 5%	\$ 5,10	\$ 3,60	\$ 2,60
Precio neto	\$ 117,30	\$ 82,80	\$ 59,80
Margen de rango 15%	\$ 20,70	\$ 14,20	\$ 10,20
Total	\$ 138,00	\$ 97,00	\$ 70,00
Precio gros 10%	\$ 13,80	\$ 9,70	\$ 7,00
Precio sin iva	\$ 151,80	\$ 106,70	\$ 77,00
Iva 12%	\$ 18,22	\$ 12,80	\$ 9,24
Precio final	\$ 170,02	\$ 119,50	\$ 86,24

Cuadro N° 46. Costos paquete N°3

Costos	Rangos de pax		
Costos generales del tour	2 a 3	4 a 9	10 a 16
Transporte	\$ 102,00	\$ 200,00	\$ 410,00
Guianza nativa	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 300,00
Total costos generales	\$ 402,00	\$ 500,00	\$ 710,00
Costos individuales del tour	2 a 3	4 a 9	10 a 16
Hospedaje	\$ 56,00	\$ 56,00	\$ 56,00
Alimentación	\$ 55,10	\$ 55,10	\$ 55,10
Entradas	\$ 35,00	\$ 35,00	\$ 35,00
Renta de equipos	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
Total costos individuales	\$ 146,10	\$ 146,10	\$ 146,10
Total costos	\$ 548,10	\$ 646,10	\$ 856,10
Costos totales por pax	\$ 347,10	\$ 271,10	\$ 217,10
Gastos administrativos 10%	\$ 34,71	\$ 27,11	\$ 21,71
Gastos depreciación 5%	\$ 17,36	\$ 13,56	\$ 10,86
Precio neto	\$ 399,17	\$ 311,77	\$ 249,67
Margen de rango 15%	\$ 69,84	\$ 54,24	\$ 43,34
Total	\$ 469,00	\$ 366,00	\$ 293,00
Precio gros 10%	\$ 46,90	\$ 36,60	\$ 29,30
Precio sin iva	\$ 515,90	\$ 402,60	\$ 322,30
Iva 12%	\$ 61,91	\$ 48,31	\$ 38,68
Precio final	\$ 577,81	\$ 450,91	\$ 360,98

Cuadro N° 47. Costos paquete N°4

Costos	Rangos de pax		
Costos generales del tour	2 a 3	4 a 9	10 a 16
Transporte	\$ 172,00	\$ 295,00	\$ 570,00
Guianza nativa	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 400,00
Total costos generales	\$ 572,00	\$ 695,00	\$ 970,00
Costos individuales del tour	2 a 3	4 a 9	10 a 16
Hospedaje	\$ 81,00	\$ 81,00	\$ 81,00
Alimentación	\$ 78,80	\$ 78,80	\$ 78,80
Entradas	\$ 85,00	\$ 85,00	\$ 85,00
Renta de equipos	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
Total costos individuales	\$ 244,80	\$ 244,80	\$ 244,80
Total costos	\$ 816,80	\$ 939,80	\$ 1.214,80
Costos totales por pax	\$ 530,80	\$ 418,55	\$ 341,80
Gastos administrativos 10%	\$ 53,08	\$ 41,86	\$ 34,18
Gastos depreciación 5%	\$ 26,54	\$ 20,93	\$ 17,09
Precio neto	\$ 610,42	\$ 481,33	\$ 393,07
Margen de rango 15%	\$ 107,58	\$ 84,67	\$ 68,93
Total	\$ 718,00	\$ 566,00	\$ 462,00
Precio gros 10%	\$ 71,80	\$ 56,60	\$ 46,20
Precio sin iva	\$ 789,80	\$ 622,60	\$ 508,20
Iva 12%	\$ 94,78	\$ 74,71	\$ 60,98
Precio final	\$ 884,58	\$ 697,31	\$ 569,18

Cuadro N° 48. Costos paquete N°5

Costos	Rangos de pax		
Costos generales del tour	2 a 3	4 a 9	10 a 16
Transporte	\$ 172,00	\$ 320,00	\$ 570,00
Guianza nativa	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 500,00
Total costos generales	\$ 672,00	\$ 820,00	\$ 1.070,00
Costos individuales del tour	2 a 3	4 a 9	10 a 16
Hospedaje	\$ 106,00	\$ 106,00	\$ 106,00
Alimentación	\$ 96,80	\$ 96,80	\$ 96,80
Entradas	\$ 85,00	\$ 85,00	\$ 85,00

Renta de equipos	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
Total costos individuales	\$ 287,80	\$ 287,80	\$ 287,80
Total costos	\$ 959,80	\$ 1.107,80	\$ 1.357,80
Costos totales por pax	\$ 623,80	\$ 492,80	\$ 394,80
Gastos administrativos 10%	\$ 62,38	\$ 49,28	\$ 39,48
Gastos depreciación 5%	\$ 31,19	\$ 24,64	\$ 19,74
Precio neto	\$ 717,37	\$ 566,72	\$ 454,02
Margen de rango 15%	\$ 125,63	\$ 99,28	\$ 79,98
Total	\$ 843,00	\$ 666,00	\$ 534,00
Precio gros 10%	\$ 84,30	\$ 66,60	\$ 53,40
Precio sin iva	\$ 927,30	\$ 732,60	\$ 587,40
Iva 12%	\$ 111,28	\$ 87,91	\$ 70,49
Precio final	\$ 1.038,58	\$ 820,51	\$ 657,89

b) Políticas de operación de la empresa

La empresa “EXPETOURGAL” define a continuación sus políticas de operación:

- El cliente deberá firmar el contrato de servicios.
- Se ofrecerá al visitante (cliente) precios cómodos y beneficios a través de descuentos los mismos que serán publicados en la página web y redes sociales de la empresa.
- Pago de contado: el 100% del monto deberá ser pagado en el momento de la contratación del paquete turístico de manera personal y directa.
- Reservación: el 50% del monto deberá ser pagado de contado para poder reservar el o los espacios y el 50% restante deberá ser pagado para confirmar, este proceso se lo realiza cuando la contratación es vía telefónica o por internet.
- De igual manera la empresa recibe pagos con tarjetas de crédito o débito preferentemente: Visa, Mastercard, American Express y Dinners.
- En caso de no poseer tarjetas de crédito o débito la Empresa también acepta transferencias bancarias y cheques certificados.
- Se cumplirá una evaluación la cual nos permitirá conocer el desempeño del personal, detectar fallas o errores, modificar para mejorar los planes, determinar la coordinación, establecer un mejor sistema de comunicación y evitar problemas.

c) Políticas de negociación

- Se ejecutarán descuentos especiales a clientes consecutivos de la empresa.
- En los meses de temporada baja habrán descuentos y promociones, que serán publicados en la página web y redes sociales de la empresa.
- Se ofrecerá descuentos del 5% en cada paquete a instituciones públicas o privadas que sean clientes de la empresa.

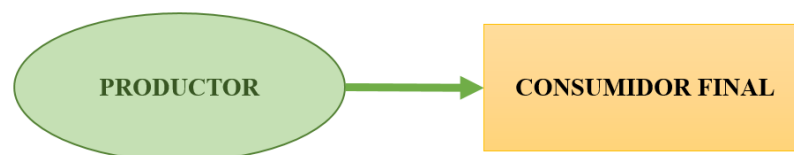
4) Plaza

La empresa ha determinado dos canales de distribución y comercialización para la prestación de los servicios turísticos en el mercado:

a) Canal directo

El canal directo será del productor al consumidor final, de manera que los subproductos que posee el paquete se venderán directamente al visitante cliente. De igual manera el precio del producto turístico será directamente al visitante (consumidor final) incluido el IVA.

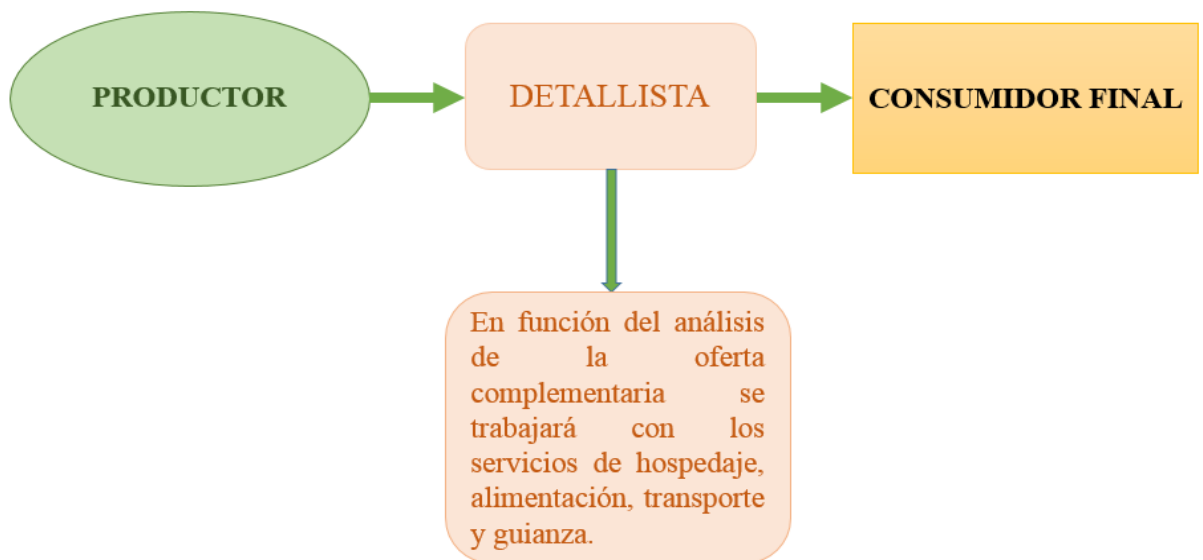
Gráfico N° 44. Canal directo de distribución



b) Canal detallista

La venta del producto turístico de forma indirecta se la realiza por medio de intermediarios con quienes se constituirán alianzas estratégicas con el fin de incrementar las ventas entre dos o más agencias u operadoras de turismo.

Gráfico N° 45. Canal detallista de distribución



c) **Plan de comercialización**

Posee como objetivo primordial captar una cuota de mercado significativa para la empresa con la finalidad de lograr un equilibrio financiero

Cuadro N° 49. Plan de comercialización de la empresa

POSICIONAMIENTO E IMAGEN	MEDIOS PUBLICITARIOS	OBJETIVO	POLÍTICAS DE FUNCIONAMIENTO	TARGET
Presentaciones públicas	Ser partícipes de ferias en diferentes provincias del país, además de acudir a eventos de turismo a nivel nacional	Dar a conocer el producto turístico de la empresa conjuntamente con su imagen a los posibles y visitantes (clientes)	Incrementar, facilitar y agilizar los procesos comerciales gracias a la capacidad de agrupar gran cantidad de personas en un mismo lugar. Alquilar Stands para proporcionar información sobre los servicios y beneficios que oferta la empresa.	Las ciudades anfitrionas en ferias de turismo son: Quito, Guayaquil, Cuenca, Loja, Santo Domingo, Ambato.
Publicidad	Presencia continua en medios de comunicación y papelería	Incrementar la compra del producto turístico	Páginas informativas Análisis y control de visitas a través de Google Analytics, del Link: www.expetourgal.com	Visitantes que realizan su ingreso a la isla Baltra y a la isla Santa Cruz vía aérea o en fibras.

			e-mail: expetourgal@gmail.com Diseño de trípticos y papelería de escritorio.	Exhibición de material publicitario permanentemente en puntos estratégicos y con empresas de alianza comercial.
Reuniones estratégicas	Con representantes de ecoturismo (Ministerio de Turismo, Municipio, Cámara de Turismo) y con entes de la actividad turística como (agencia de viajes y operadoras).	Crear correlaciones públicas y privadas que favorezcan al desarrollo ecoturístico de la población local	Organizar reuniones estratégicas las mismas que será de dos tipos: informales (establecer nexos) Formales (pedir ayuda concreta a las instituciones públicas).	Personas, organizaciones, instituciones (públicas y privadas), fundaciones de influencia en el ámbito turístico y ambiental.

5) Promoción

a) Publicidad

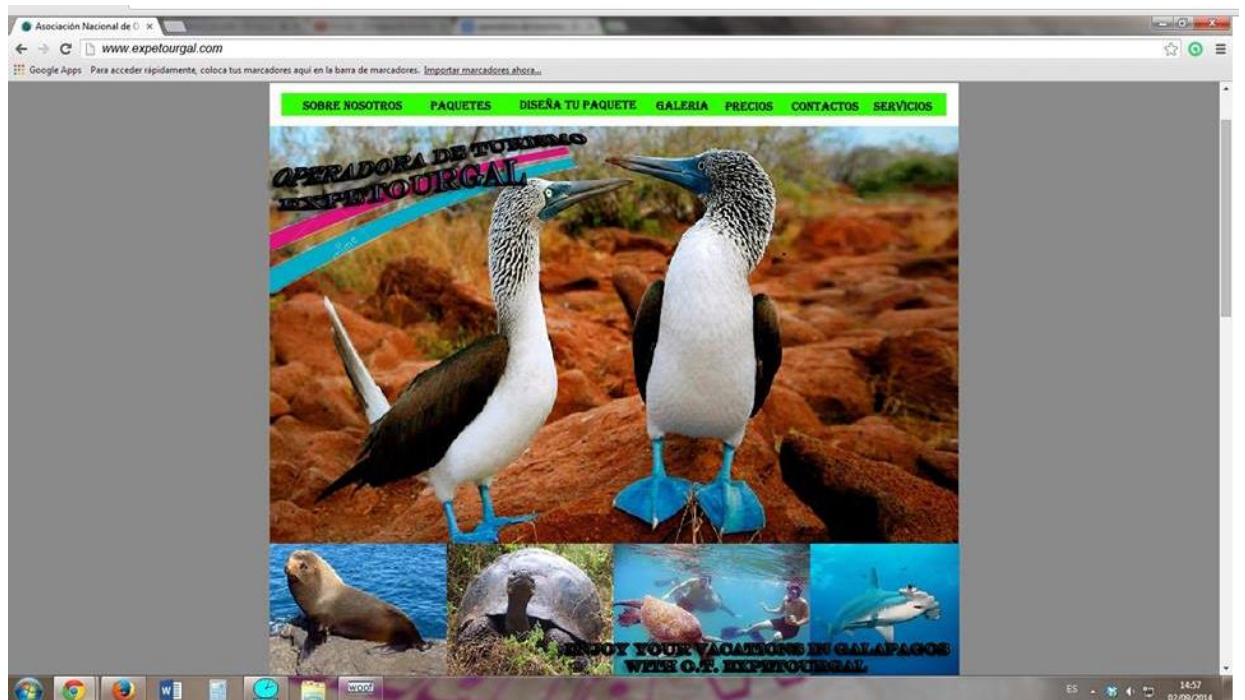
Uno de los recursos que se va a utilizar para promocionar el producto turístico de la empresa es la página web, ya que a través del estudio de mercado se determinó que tanto turistas nacionales como extranjeros se informan por este medio para conocer y visitar destinos turísticos.

En el diseño de la página se ha colocado el logotipo diseñado, acompañado de fotografías y paisajes del lugar, la dirección de la página es www.expetourgal.com

i. Página Web

Para una mayor difusión tanto nacional como internacional de la tour operadora se crea la página web, la cual contendrá información de las islas Galápagos, atractivos naturales y culturales del sitio, detalle de los paquetes turísticos, precios e itinerarios. Su diseño tuvo un costo de \$2000,00 USD.

Gráfico N° 46. Diseño de la página web



Cuadro N° 50. Materiales de promoción

DETALLE	CARACTERÍSTICAS	TOTAL COSTOS
Tarjetas de presentación	1000 copias, full color	\$ 500,00
Rótulo de la empresa	Madera de la zona pintada	\$ 3.000,00
Página web	Publicación por un año, tamaño de 50MB	\$ 2.000,00
Ferías	Talento humano	\$ 3.000,00
TOTAL		\$ 8.500,00

6) Políticas de viaje

i. Cambios y cancelaciones

• Cancelaciones:

Cualquiera actividad o servicio turístico contratado por el visitante o por otra empresa turística puede ser cancelado únicamente con 24 o más horas de anticipación.

En caso de inasistencia o fallo en la cancelación de un paquete o servicio turístico el visitante (cliente) no recibirá reembolso.

Con la finalidad de salvaguardar al visitante, no se aceptan peticiones de terceras personas por cancelaciones de tours o servicios; para lo cual las cancelaciones deberán ser realizadas por la persona o empresa que hizo la reservación o compra del tour o servicio.

De darse el caso que la operadora cancele el tour o los servicios anteriormente vendidos y el visitante no cuenta con tiempo necesario para reorganizar las actividades. La Empresa se encargará de reembolsar el 100% del valor pagado; si el pago fue realizado con tarjeta el reembolso tomará aproximadamente 8 días por procesos financieros ajenos a la empresa y si el pago fue hecho en efectivo el reembolso será inmediato.

- **Cambios**

Los cambios de los diferentes paquetes turístico y demás servicios que oferta la Empresa pueden ser cambiados únicamente con 24 o más horas al inicio de las actividades y la petición de cambio la debe realizar el visitante (cliente) directamente. Los cambios hechos no generan ninguna penalización.

- ii. **Responsabilidades**

La Empresa expone que todos los tickets, boletos, y cupones vendidos, además de todos los arreglos elaborados en cuanto a servicios de transporte, excursiones, hospedaje y guianza, han sido realizados con la condición de que no será responsabilidad de la Empresa alguna lesión, accidente, daño, pérdida, retraso o irregularidad que pueda suscitar, ya sea por algún motivo o irregularidad de los medios de transporte o por algún acto de incumplimiento e irresponsabilidad de la compañía o persona encargada de transportar visitantes o cumplir con los servicios anteriormente mencionados.

- 7) **Políticas de promoción**

- Grupos mayores a 15 personas obtienen una regalía.
- Personas que viajen con niños menores de 5 años de edad obtendrán el 50% de descuento.
- Las personas con capacidades diferentes tendrán el 50% de descuento.

8) Equipamiento necesario, costos y gastos del área comercial

Cuadro N° 51. Equipamiento necesario para la oficina

ITEM	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Equipos de oficina			
Fax	1	\$ 150,00	\$ 150,00
Teléfono	2	\$ 200,00	\$ 400,00
Calculadora	2	\$ 180,00	\$ 360,00
Televisor 32" Sony LED	1	\$ 1.500,00	\$ 1.500,00
Aire acondicionado LG	1	\$ 1.200,00	\$ 1.200,00
Equipos de computación			
Computadora	3	\$ 1.500,00	\$ 4.500,00
Impresora-copiadora	1	\$ 300,00	\$ 300,00
Muebles y enseres			
Escritorio	3	\$ 800,00	\$ 2.400,00
Silla giratoria	3	\$ 120,00	\$ 360,00
sillas	6	\$ 30,00	\$ 180,00
Archivador	1	\$ 150,00	\$ 150,00
Cuadros	4	\$ 80,00	\$ 320,00
Útiles de oficina	4	\$ 250,00	\$ 1.000,00
Total			\$ 12.820,00

Cuadro N° 52. Equipamiento necesario para aseo y limpieza

ITEM	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Menaje			
Toallas de mano	24	\$ 3,00	\$ 72,00
Juego de baño	6	\$ 20,00	\$ 120,00
Útiles de aseo			
Set desinfectante biodegradable	1	\$ 80,00	\$ 80,00
Escoba	24	\$ 4,00	\$ 96,00
Basurero para baño	3	\$ 6,00	\$ 18,00
Basurero de color azul para reciclaje	3	\$ 8,00	\$ 24,00
Basurero de color negro para reciclaje	3	\$ 8,00	\$ 24,00
Basurero de color verde para reciclaje	3	\$ 8,00	\$ 24,00
Trapeador	24	\$ 5,00	\$ 120,00
Jabón líquido para manos	12	\$ 5,00	\$ 60,00
Total			\$ 638,00

9) Talento humano y remuneración para el área comercial

A continuación se expone los salarios a pagar al personal del área de administración y del servicio de guianza, el costo mensual y anual que se cancelará a cada uno de ellos para atender y satisfacer a los visitantes que reciba la empresa.

Cuadro N° 53. Talento humano y remuneración del área comercial

Cargo	Plazas	Sueldo	IESS	CNCF	Vacaciones	Fondos de reserva	Décimo cuarto	Décimo tercero	Pago mensual	Pago Anual
Presidente	1	\$ 1.300,00	\$ 144,95	\$ 6,50	\$ 54,17	\$ 108,33	\$ 24,33	\$ 108,33	\$ 1.746,62	\$ 20.959,40
Gerente – Administrador	1	\$ 1.000,00	\$ 111,50	\$ 5,00	\$ 41,67	\$ 83,33	\$ 24,33	\$ 83,33	\$ 1.349,17	\$ 16.190,00
Secretario – Contador	1	\$ 800,00	\$ 89,20	\$ 4,00	\$ 33,33	\$ 66,67	\$ 24,33	\$ 66,67	\$ 1.084,20	\$ 13.010,40
Total sueldos y salarios									\$ 50.159,80	

D. VIABILIDAD AMBIENTAL Y SOCIAL DEL PRODUCTO TURÍSTICO

1. Identificación de las actividades que pueden causar impactos sobre el medio

Toda actividad causa un impacto al medio, mismo que puede ser positivo o negativo. En este proyecto se han registrado a las actividades relacionadas con el ecoturismo que causan efectos sobre los atractivos, mismas que son detalladas a continuación:

a. Operación Turística

La operación turística al considerar el senderismo dentro del producto turístico, ayudará a que la población cambie de hábitos en el transporte.

Al practicar el ecoturismo se requiere de una visita al atractivo lo cual puede causar compactación en el suelo y consecuentemente contaminación por desechos, también es importante mencionar que ayudará al incremento del turismo en el sitio, intercambio cultural y dinamización de la economía local.

b. Ecoturismo

En la elaboración del producto turístico se ha considerado la práctica de varias actividades como: senderismo, camping, snorkeling, bird watching, entre otros. Los cuales generan impactos negativos principalmente la contaminación por desechos orgánicos e inorgánicos, producción de gases contaminantes, compactación del suelo, presencia de desechos orgánicos e inorgánicos, incremento de consumo de agua y generación de aguas servidas.

Para la práctica del Ecoturismo es necesario el contacto directo con el medio, lo que afecta directamente a la flora y fauna pudiendo perturbar su habitación, alejamiento de las diferentes especies, alteración de la imagen paisajística, y perturbación por ruido.

El incremento de la práctica de ecoturismo a su vez incrementará otros tipos de turismo en el cantón Puerto Ayora y favorecerá el intercambio cultural.

c. Interpretación ambiental

Es una herramienta que nos ayuda a explicar adecuadamente la importancia de la flora y fauna representativa del lugar y también nos permite crear una conciencia ambiental en cada uno de los visitantes.

d. Visita a complejos turísticos

La visita a complejos turísticos, genera contaminación del suelo por desechos orgánicos e inorgánicos, incremento de consumo de bebidas embotelladas en los establecimientos turísticos, incremento en la generación de aguas servidas. Ayuda al incremento de la actividad turística en la zona y al intercambio cultural.

e. Tránsito de vehículos livianos

La presente actividad incrementará la emisión de gases contaminantes del aire, debido al smog que producen los carros y en mayor escala los autos a diésel, así como también provocará la compactación del suelos en lugares que es necesario ingresar con vehículo, además por vibraciones y ruido se alterará el habitat de las diferentes especies ocasionando el alejamiento y hasta la migración a otras zonas más lejanas. La utilización de los medios de transporte ayudará a la generación de ingresos económicos a la población.

f. Promoción turística

Genera impactos de carácter positivo, ya que al promocionar y difundir el producto turístico, se comercializará los productos y servicios que ofertará la empresa y a la vez se diversificará la economía local generando oportunidades de empleo directa e indirectamente.

g. Generación de oportunidades de empleo

En los sitio de influencia directa al proyecto a través de la prestación de servicios de hospedaje, alimentación y guianza se generará impactos positivos, lo cual permite generar oportunidades de trabajo y a la vez contribuye en la dinamización de la economía local.

2. Identificación de los factores ambientales del entorno susceptibles de recibir impactos

a. Aire

Es uno de los componentes más susceptibles a sufrir impactos por las diferentes actividades turísticas a realizase en un determinado lugar, este al ser un elemento vital para el ser humano, se debe hacer un estudio responsable y estricto del mismo. La utilización del vehículo de apoyo produce un efecto negativo sobre este elemento.

b. Suelo

La práctica de senderismo en cada uno de los atractivos, pueden causar impactos ambientales tales como compactación, contaminación por desechos sólidos entre otros.

c. Agua

Dentro del producto turístico se afectara a este recurso, cuando el visitante realice actividades como: snorkeling y uso de los establecimientos turísticos.

d. Flora y Fauna

La presencia de visitantes en el área de influencia que comprende el proyecto se puede ocasionar impactos negativos tanto en la flora como en la fauna. En la flora puede ocasionar la recolección de especies que se encuentren cercanas a los senderos, pisoteo

de vegetación herbácea y destrucción de los arbustos. En fauna la alteración del hábitad y comportamiento de las especies.

e. Socio económico

La interrelación entre los visitantes y los integrantes de las parroquias, contribuye a crear un intercambio cultural, el cual debe emitirse con términos de respeto a la cultura local, evitando así efectos como la erosión cultural y la migración. El presente proyecto favorecerá al incremento de ingresos económicos para la comunidad.

f. Paisaje

El paisaje se verá afectado por la presencia de desechos orgánicos e inorgánicos, además del ruido que se generará al momento de practicar las actividades turísticas.

3. Resultados de matriz de Lázaro Lagos

Para evaluar si el presente proyecto de implementación de un producto turístico para la Tour Operadora Expetourgal, es ambientalmente factible se constituyeron dos matrices las cuales permiten interpretar de manera más fácil y real las posibles actividades que deterioran el medio ambiente.

La aplicación de la matriz arrojó dos resultados, los mismos que son: positivos con un valor de 273 frente a los negativos con 101, obteniendo un resultado favorable ya que el presente proyecto es básicamente responsable con el medio ambiente, puesto que las actividades propuestas en el diseño del producto busca incentivar precisamente el turismo ambientalmente responsable.

En cuanto a las actividades del presente proyecto, se pudo demostrar gracias a la matriz que la operación turística es la labor más fructuosa del proyecto con un valor positivo de 92, puesto que la misma promueve, la creación de nuevas actividades para hacer turismo en la zona, lo cual contribuirá a crear fuentes alternativas de trabajo para los pobladores de las diferentes islas, en las cuales se va a operar.

La operación turística es la actividad más beneficiosa que posee el proyecto, por lo cual puede llegar a ser la acción mayormente perjudicial para el medio ambiente, pudiendo apreciarse en la matriz que arrojó un valor negativo de 42, cabe destacar que una responsable operación turística y un adecuado seguimiento del proyecto llegará a ser el factor que determine que el posible daño causado no sea significativo ni mucho menos nocivo para el medio ambiente y para la comunidad.

Los componentes ambientales y la parte socio-económica comprenden un valor de 179, siendo los ámbitos más beneficiados, puesto que se crean fuentes alternativas de trabajo, de igual manera se busca por medio del presente proyecto una mayor sensibilización de la población local frente a su maravilloso entorno, lo cual además predispone un beneficio directo para el medio ambiente. El aumento de la actividad turística en la zona beneficiará no solo a los involucrados directamente con el turismo sino también a todas aquellas personas que brinden servicios complementarios al mismo.

Cuadro N° 54. Matriz de evaluación de impactos ambientales

Componentes Ambientales	Actividades						IMPACTOS	CRITERIOS DE EVALUACIÓN									
	a. Operación turística	b. Ecoturismo	c. Visita a complejos	d. Tránsito de vehículos	e. Promoción turística	f. Generación de empleo		1. Naturaleza	2. Magnitud	3. Importancia	4. Certeza	5. Tipo	6. Reversibilidad	7. Duración	8. Tiempo en aparecer	9. Considerado en el proyecto	10. Ponderación
A. Aire				X			Emisión de gases contaminantes	(-)	1	1	C	Pr	2	3	C	N	6
	X				X		Cambio de hábitos de transporte (uso de bicicleta)	+	3	3	I	Pr	2	3	C	S	13
B. Suelo	X			X			Compactación	(-)	1	1	D	Pr	2	3	M	N	6
	X		X				Contaminación por desechos orgánicos e inorgánicos	(-)	1	1	D	Sc	1	1	C	N	3
C. Agua	X		X				Incremento del consumo de agua en los establecimientos turísticos	(-)	1	1	D	Sc	2	2	M	N	7
	X		X				Incremento de la generación de aguas servidas	(-)	1	1	D	Sc	2	2	M	N	5
D. Flora y Fauna	X						Recolección de especies de flora	(-)	1	1	C	Pr	1	1	C	N	3
	X			X			Perturbación del hábitat de fauna	(-)	2	1	C	Pr	1	1	M	N	4
	X			X			Alejamiento de las especies de fauna	(-)	2	2	C	Pr	2	1	M	N	5
		X			X		Protección a especies de fauna	+	2	2	D	Sc	2	3	M	S	10
E. Socio Económico	X		X		X	X	Aumento del turismo en la zona	+	3	3	I	Pr	2	3	L	S	13
		X			X	X	Sensibilización de turistas y habitantes	+	3	2	D	Pr	2	3	M	S	11
	X		X				Intercambio cultural	+	2	3	C	Pr	2	3	M	S	11
				X	X	X	Dinamización de la economía local	+	2	3	D	Pr	2	3	M	S	11
	X				X		Fomento del ecoturismo	+	3	3	I	Pr	2	3	C	S	13
F. Paisaje	X	X		X			Alteración de la imagen paisajística por el manejo de desechos	(-)	2	2	D	Pr	1	1	C	N	5

	X	X				Perturbación por ruido	(-)	1	1	D	Pr	1	1	C	N	3
--	----------	----------	--	--	--	-------------------------------	------------	----------	----------	----------	-----------	----------	----------	----------	----------	----------

Cuadro N° 55. Matriz de cuantificación

COMPONENTES AMBIENTALES	ACTIVIDADES							TOTAL	TOTAL	TOTAL
	1	2	3	4	5	6	7	(+)	(-)	
A	+13	+13			-6	+13		39	6	45
B	-6,-3	-6,-3		-3	-6				27	27
C		-7,-5		-7,-5					34	34
D		-3,-4, -6	+10		-4,- 6	+10		55	13	68
E	+13,+11 +11,+13	+13,+11 +13	+11	+13,+11	+11	+13,+11 +11,+13	+13,+11 +11	179	5	184
F		-5,-3	-5,- 3		-5				16	16
TOTAL (+)	61	50	21	24	11	71	35	273		
TOTAL (-)	9	42	8	15	27	-	-	101		
TOTAL	70	92	29	39	38	71	35	374		

4. Medidas de mitigación de los impactos

Se estableció las siguientes medidas de mitigación.

Cuadro N° 56. Medidas de mitigación

IMPACTO	ORIGEN	ETRAATEGIA	ACCIÓN
Contaminación del aire	Continua actividad turística	Impulsar el uso de la bicicleta y productos amigables con el ambiente	Dar a conocer a los visitantes sobre las reglas internas de visita que maneja el Parque Nacional Galápagos
Contaminación por desechos orgánicos e inorgánicos	Número insuficiente de tachos recolectores de desechos orgánicos e inorgánicos en centros turísticos	Incrementar el número de tachos recolectores de desechos orgánicos e inorgánicos en centros turísticos	Coordinar conjuntamente con los dirigentes de los centros turísticos para una adecuada implementación de tachos recolectores de desechos orgánicos e inorgánicos
Incremento del	Inconciencia	Crear una	Coordinar conjuntamente

consumo de agua en los centros turísticos	ambiental en el uso de los servicios básicos, por parte de los prestadores de servicios	conciencia ambiental en los prestadores de servicios sobre el adecuado uso de los servicios básicos	con el Ministerio de Turismo para brindar capacitaciones sobre el uso adecuado de los servicios básicos
Recolección de especies de flora	Visita constante y mantenimiento de los senderos presentes en cada uno de los sitios de visita	Dar a conocer a todos los visitantes las normas de visita que poseen los sitios que van a recorrer	Respetar las normas de visita en todos y cada uno de los sitios que van a recorrer
Perturbación del hábitad de fauna			
Alejamiento de especies de fauna			

E. ESTUDIO LEGAL ADMINISTRATIVO DEL PRODUCTO TURÍSTICO

a. Estudio legal

a. Normativa legal que ampara el desarrollo de la operación turística de Operadoras de turismo

La normativa jurídica que ampara el desarrollo de la operación en el Ecuador se remite a un cuerpo legal que empieza con la Constitución de la República, Ley de Turismo, Reglamento General a la Ley de Turismo, Reglamento General de actividades turísticas, la Ley de compañías.

1) Constitución Política del Estado

La Constitución Política del Ecuador, manifiesta que:

Que debe ser primordial la defensa del patrimonio natural y cultural, promoviendo el cuidado de los bienes del país. (Art. 3)

El estado reconoce el derecho de la población a vivir en un ambiente sano y ecológicamente equilibrado, que garantice la sostenibilidad y el buen vivir también llamado Sumak Kawsay. (Art. 14)

Las personas tienen el derecho a la recreación y al esparcimiento, a la práctica del deporte y al tiempo libre. (Art. 24)

La carta Magna manifiesta que la economía responderá a los principios de eficiencia, solidaridad, sustentabilidad y calidad y será su objetivo el desarrollo equitativo, regionalmente equilibrado, ambientalmente sustentable y democráticamente participativo; el sistema económico se integrará por las formas de organización pública, privada, mixta, popular y solidaria, el incremento y diversificación de la producción; y la participación competitiva de la producción ecuatoriana en el mercado internacional, para ello el estado garantizará la inversión nacional y extranjera. (Art. 276, 283 y 339)

2) Ley de Turismo

Esta ley tiene por objeto determinar el marco legal que rige la promoción, el desarrollo y la regulación del sector turístico, las potestades del estado y las obligaciones y derechos de los prestadores de servicios y usuarios. (Art. 1)

La iniciativa privada tiene como pilar fundamental del sector, la participación de los gobiernos provincial y cantonal para impulsar y apoyar el desarrollo turístico, dentro del marco de la descentralización. La iniciativa y la participación de las comunidades, con su cultura y tradiciones, preservando su identidad, protegiendo su ecosistema y participando en la prestación de servicios turísticos, es un principio de la actividad turística. (Art. 3)

La operación constituye una actividad turística a la que la ley señala como aquellas desarrolladas por personas naturales o jurídicas que se dediquen a la prestación remunerada de modo habitual, es decir no podrán ser ejercidas por aquellas personas jurídicas que no persigan fines de lucro. (Art.4 y 7)

Para el ejercicio de las actividades turísticas requiere obtener el Registro de Turismo y la Licencia Anual de Funcionamiento que acredite la idoneidad del servicio y se sujete a las normas técnicas de calidad vigentes. El registro consiste en la inscripción del prestador de servicios turísticos previo al inicio de sus actividades y por una sola vez en el MINTUR, donde se establecerá la clasificación y categoría correspondiente. (Art. 8, 9, 19).

El Ministerio de Turismo es el organismo rector de la actividad turística ecuatoriana. (Art. 10).

Además está facultado para promover y fomentar todo tipo de turismo, especialmente el receptivo y social como también la ejecución de proyectos, programas y prestación de servicios complementarios con organizaciones, entidades e instituciones pública y privadas. (Art. 15)

3) Reglamento General a la Ley de Turismo

a) De la operación turística

El reglamento General a la Ley de Turismo define a la operación turística como las diversas formas de organización de viajes y visitas, mediante modalidades como: Turismo Cultural, turismo de aventura, ecoturismo, turismo rural, turismo educativo y otros tipos de operación o modalidad que sean aceptados por el MINTUR.

Se realizará a través de agencias de viajes , operadoras de turismo que se definen como las empresas comerciales constituidas por personas naturales o jurídicas, debidamente autorizadas, que se dediquen profesionalmente a la organización de actividades turísticas y a la prestación de servicios, directamente o en asociación con otros proveedores de servicios, incluidos los de transportación; cuando las agencias de viajes provean su propio transporte, esta actividad se considerará como parte del agenciamiento. (Art.43)

No pueden ejercer actividades turísticas, las sociedades civiles sin fines de lucro, definidas como tal en el Código Civil Ecuatoriano. (Art. 46)

b) Del registro único de turismo

El registro único de turismo es obligación de toda persona natural, jurídica, empresa o sociedad, previo al inicio de cualquiera de las actividades turísticas descritas en el Art. 5 de la ley de turismo, las cuales obtendrán el registro de turismo, que consiste en la inscripción del prestador de servicios turísticos en el catastro de servicios turísticos o registro público de empresarios y establecimientos turísticos, en el MINTUR. (Art. 47)

El pago por concepto de registro, se realizará una sola vez y de acuerdo con el detalle que conste en el correspondiente acuerdo ministerial. Los valores podrán ser ajustados anualmente. El valor por concepto de registro será pagado una sola vez, siempre que se mantenga la actividad, en caso de que la actividad cambien se pagara el valor que corresponda a la nueva. (Art.48)

c) De la licencia anual de funcionamiento

Es el requisito previo a la operación, o al inicio y ejercicio de las actividades turísticas, es la autorización legal a los establecimientos dedicados a la prestación de los servicios turísticos, sin la cual no podrá operar y tendrá la vigencia durante un año y los sesenta días calendario del año siguiente. (Art. 55)

4) Reglamento General de Actividades Turísticas

a) De las agencias de viajes

Son consideradas agencias de viajes las compañías sujetas a la vigilancia y control de la Superintendencia de Compañías, en cuyo objeto social conste el desarrollo profesional de actividades turísticas, dirigidas a la prestación de servicios en forma directa o como intermediación, utilizando en su accionar medios propios o de terceros. (Art. 77)

Son actividades propias de las agencias de viajes las siguientes, que podrán ser desarrolladas dentro y fuera del país:

La mediación en la reserva de plazas y venta de boletos en toda clase de medios de transporte locales o internacionales.

- La reserva, adquisición y venta de alojamiento y servicios turísticos, boletos o entradas a todo tipo de espectáculos, museos, monumentos y áreas protegidas en el país y en el exterior.
- La organización, promoción y venta de los denominados paquetes turísticos, entendiéndose como tales el conjunto de servicios turísticos (manutención, transporte, alojamiento, etc.), ajustado o proyectado a solicitud del cliente, a un precio preestablecido, para ser operados dentro y fuera del territorio nacional.
- La prestación e intermediación de servicios de transporte turístico aéreo, terrestre, marítimo y fluvial a los viajeros dentro y fuera del territorio nacional.

- El alquiler y flete de aviones, barcos, autobuses, trenes y otros medios de transporte para la prestación de servicios turísticos.
- La actuación como representante de otras agencias de viajes y turismo nacionales o extranjeros, en otros domicilios diferentes al de la sede principal de la representada, para la venta de productos turísticos.
- La tramitación y asesoramiento a los viajeros para la obtención de los documentos de viaje necesarios.
- La entrega de información turística y difusión de material de propaganda.
- La intermediación en la venta de pólizas de seguros inherentes a la actividad turística.
- El alquiler de útiles y equipos destinados a la práctica de turismo deportivo y especializado.
- La intermediación en la venta de paquetes turísticos que incluyan cursos internacionales de intercambio, congresos y convenciones.
- La intermediación en el despacho de carga y equipaje por cualquier medio de transporte.

Las agencias de viajes, en razón del ámbito y extensión de sus actividades, se clasifican: Agencias de viajes Mayoristas, Agencias de viajes Internacionales, Agencias de Viajes Operadoras.

Los locales que se destinen al funcionamiento de agencias de viajes, no podrán ser compartidos con otro tipo de actividad económica ajena a la actividad turística. Tendrá una superficie mínima de treinta metros cuadrados y deberá contar con los servicios básicos de agua, luz, teléfono, fax y una batería sanitaria. (Art. 83)

5) Ley de Compañías

La ley de compañías manifiesta que un contrato de compañía es aquél por el cual dos o más personas unen sus capitales o industrias, para emprender en operaciones mercantiles y participar de sus utilidades. Este contrato se rige por las disposiciones de esta Ley, por las del Código de Comercio, por los convenios de las partes y por las disposiciones del Código Civil. (Art.1)

Hay cinco especies de compañías de comercio, a saber:

- La compañía en nombre colectivo.
- La compañía en comandita simple y dividida por acciones.
- La compañía de responsabilidad limitada.
- La compañía anónima.
- La compañía de economía mixta.

Estas cinco especies de compañías constituyen personas jurídicas. La Ley reconoce, además, la compañía accidental o cuentas en participación. (Art. 2)

El domicilio de la compañía estará en el lugar que se determine en el contrato constitutivo de la misma. (Art.4)

Para inscribir la escritura pública en el Registro Mercantil se acreditará la inscripción de la compañía en la Cámara de la Producción correspondiente. (Art. 19)

Las compañías constituidas en el Ecuador, sujetas a la vigilancia y control de la Superintendencia de Compañías, enviarán a ésta, en el primer cuatrimestre de cada año:

- Copias autorizadas del balance general anual, del estado de la cuenta de pérdidas y ganancias, así como de las memorias e informes de los administradores y de los organismos de fiscalización establecidos por la Ley.
- La nómina de los administradores, representantes legales y socios o accionistas.

- Los demás datos que se contemplaren en el reglamento expedido por la Superintendencia de Compañías. (Art. 20)

a) De la compañía de responsabilidad limitada

La compañía de responsabilidad limitada es la que se contrae entre tres o más personas, que solamente responden por las obligaciones sociales hasta el monto de sus aportaciones individuales y hacen el comercio bajo una razón social o denominación objetiva, a la que se añadirán, en todo caso, las palabras "Compañía Limitada" o su correspondiente abreviatura. Si se utilizare una denominación objetiva será una que no pueda confundirse con la de una compañía preexistente. Los términos comunes y los que sirven para determinar una clase de empresa, como "comercial", "industrial", "agrícola", "constructora", etc., no serán de uso exclusivo e irán acompañadas de una expresión peculiar. Si no se hubiere cumplido con las disposiciones de esta Ley para la constitución de la compañía, las personas naturales o jurídicas, no podrán usar en anuncios, membretes de cartas, circulantes, prospectos u otros documentos, un nombre, expresión o sigla que indiquen o sugieran que se trata de una compañía de responsabilidad limitada. Los que contravinieren a lo dispuesto en el inciso anterior, serán sancionados con arreglo a lo prescrito en el Art. 445.

La multa tendrá el destino indicado en tal precepto legal. Impuesta la sanción, el Superintendente de Compañías notificará al Ministerio de Finanzas para la recaudación correspondiente.

En esta compañía el capital estará representado por participaciones que podrán transferirse de acuerdo con lo que dispone el Art. 113.

Art. 93.- La compañía de responsabilidad limitada es siempre mercantil, pero sus integrantes, por el hecho de constituirla, no adquieren la calidad de comerciantes.

Art. 94.- La compañía de responsabilidad limitada podrá tener como finalidad la realización de toda clase de actos civiles o de comercio y operaciones mercantiles permitidos por la Ley, excepción hecha de operaciones de banco, seguros, capitalización y ahorro.

Art. 95.- La compañía de responsabilidad limitada no podrá funcionar como tal si sus socios exceden del número de quince, si excediere de este máximo, deberá transformarse en otra clase de compañía o disolverse.

Art. 96.- El principio de existencia de esta especie de compañía es la fecha de inscripción del contrato social en el Registro Mercantil.

Art. 97.- Para los efectos fiscales y tributarios las compañías de responsabilidad limitada son sociedades de capital.

b) Registro Único de Contribuyentes

Instrumento que tiene como función registrar e identificar con fines impositivos, y con propósito de informar a la administración tributaria, para obtener el RUC de la persona jurídica se requiere:

- La escritura de la constitución de la compañía.
- Copia de la cedula de identidad del representante legal.
- Llenar el formulario

c) Base legal para el funcionamiento de la Operadora de turismo Expetourgal.

Para el funcionamiento legal de la compañía fueron necesarios los siguientes trámites:

1) Constitución de la compañía

Para la constitución de la empresa se realizaron los siguientes pasos:

- Aprobación del nombre o razón social en la Superintendencia de Compañías.
- Apertura de la cuenta de integración de capital en el banco del Pacífico.
- Elevar a escritura pública la constitución de la compañía en una notaría.
- Presentación de tres escrituras de constitución con un oficio firmado por el representante legal de la compañía, para obtener la resolución de la constitución.

- La superintendencia luego de 72 horas emite los resultados, si la respuesta es afirmativa se continúa con los trámites.
- Publicar en el periódico de domicilio el extracto de constitución.
- Asentar la razón de constitución en la escritura, en la notaria donde se realizó las escrituras.
- Inscribir las escrituras en el registro mercantil.
- Inscribir los nombramientos del representante legal.
- La superintendencia otorga, formulario de RUC, cumplimiento de las obligaciones y existencia legal, datos generales, listado de accionistas.
- Obtención del RUC en el Servicio de Rentas Internas.
- Obtener la patente municipal.

2) **Registro en el MINTUR**

Para el registro de la compañía en el MINTUR se cumplió con los siguientes requisitos:

- Copia certificada de la escritura pública de la constitución de la compañía y del aumento de capital.
- Nombramiento del representante legal, debidamente inscrito.
- Certificado del Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual.
- Registro único de contribuyentes.
- Justificación del activo real, para Agencias y operadoras.
- Contrato de arrendamiento o pago predial del local donde va operar.
- Formulario de declaración del uno por mil sobre activos fijos.
- Listado de activos fijos.
- Documentos personales del representante legal y accionistas.

3) **Obtención de la licencia anual de funcionamiento en la unidad de turismo del cantón Puerto Ayora.**

- Copia certificada de la escritura de constitución de la compañía, debidamente inscrita en el registro mercantil.

- Copia del nombramiento del representante legal debidamente inscrita en el registro mercantil.
- Copia del RUC.
- Copia de documentos personales del representante legal y accionistas.
- Certificado de no adeudar al municipio.
- Certificado de cancelación en el municipio por concepto de LUAF, la cantidad correspondiente para empresas.
- Declaración de los activos para cancelar el 1-5 por mil.

4) Renovación de la licencia anual de funcionamiento en la unidad de turismo del cantón Puerto Ayora.

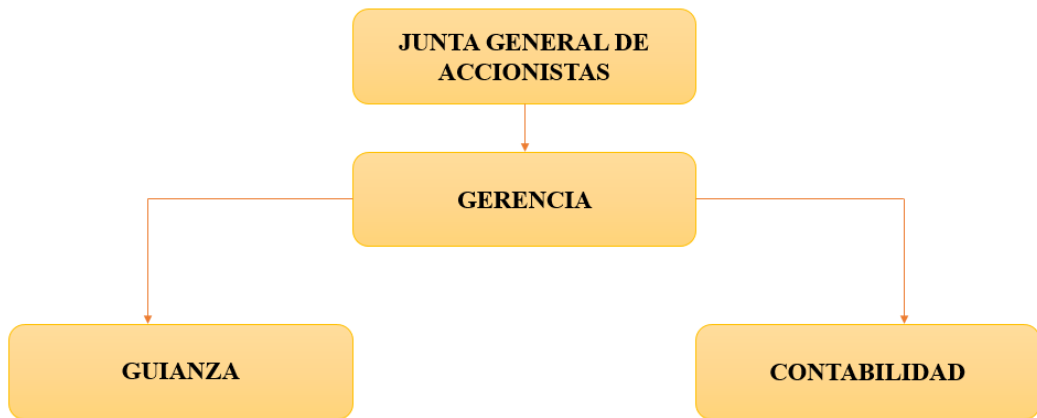
- Copia de documentos personales del representante legal en caso de que existiera cambios.
- Certificado de no adeudar al municipio.
- Certificado de cancelación en el municipio por concepto de LUAF, la cantidad correspondiente para empresas de tipo dualidad.

b. Estudio administrativo

a. Estructura organizacional de la empresa

En cuanto a la estructura organizacional de la empresa definió el siguiente organigrama, para lo cual se debe organizar y distribuir adecuadamente las actividades y funciones para el correcto desarrollo y funcionamiento de la empresa.

Gráfico N° 48. Organigrama organizacional de la agencia



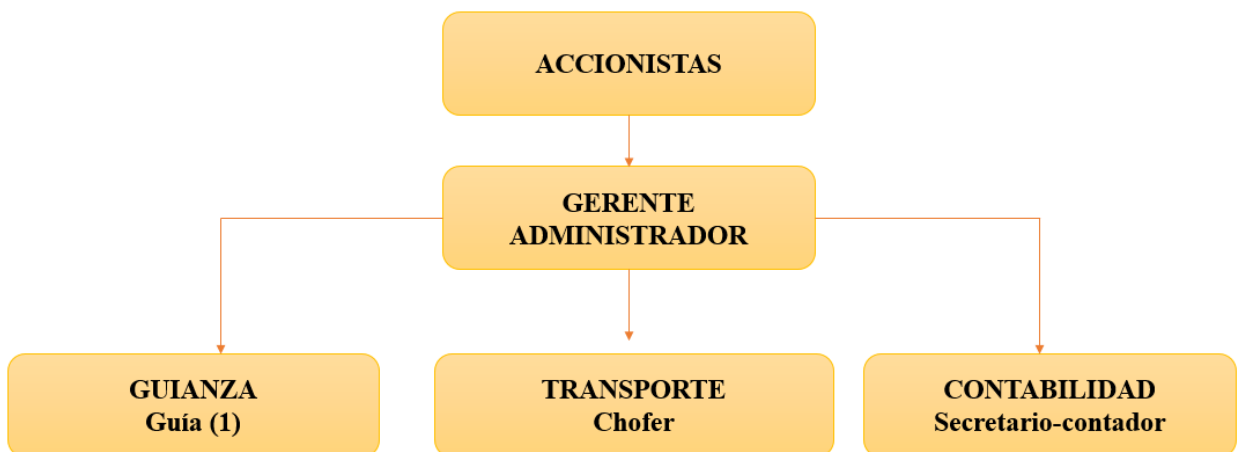
Fuente: Información secundaria

Elaborado por: Diana Vásquez

b. Estructura funcional de la empresa

Tomando en cuenta la estructura organizacional de la Empresa se definió el personal necesario que se contratará para el correcto desarrollo y funcionamiento.

Gráfico N° 49. Organigrama funcional



Fuente: Información secundaria

Elaborado por: Diana Vásquez

c. Manual de funciones del equipo de turismo de la agencia

1) Nivel directivo

Conformado por la junta de accionistas los cuales estarán encargados de promover y fortalecer la actividad turística en la Tour Operadora. Los miembros que son parte de la junta están facultados para elegir a la persona que ocupará el cargo de presidente, esta dignidad será ocupada por el socio que tenga mayor porcentaje de acciones en la empresa.

Cuadro N° 56. Manual de funciones del Coordinador administrativo

DATOS DE IDENTIFICACIÓN				
Título del puesto		Coordinador administrativo		
Nivel de reporte inmediato		Junta general de accionistas		
Subrogación		En caso de ausencia será reemplazado por quien lo designe la junta general de accionistas		
Misión del cargo				
Gestionar, controlar, supervisar, organizar, orientar todo lo concerniente a la prestación de servicios turísticos, coordinación del personal que labora en la Tour operadora.				
Colaboradores directos		Contactos internos		Contactos externos
Secretaria – contadora		Junta general de accionistas		Prestadores de servicios turísticos del cantón Puerto Ayora.
Per- fil	Formación académica	Requisitos y conocimientos adicionales	Idiomas necesarios	Nivel de experiencia
	Título profesional de segundo o tercer nivel en cualquier área de especialización.	Tener conocimiento de informática básica, legislación ambiental y turística, gestión, planificación, diseño y ejecución de proyectos turísticos.	Inglés básico hablado y comprendido	Si es miembro de la junta general de accionistas no es necesario el nivel de experiencia
Responsabilidad del cargo				
<ul style="list-style-type: none"> • Representar legalmente a la Tour Operadora “Expetourgal” • Promover y acatar lo dispuesto expresamente en los estatutos y reglamentos internos de la asociación. • Convocar y presidir las sesiones de la directiva y de la junta general de acciones. • Establecer y formular políticas para el desarrollo de actividades turísticas para la Tour Operadora. • Firmar documentos de egresos de los fondos de la Operadora conjuntamente con el contador de la Operadora. • Firmar correspondencias y documentos de la Operadora conjuntamente con el secretario de la junta. • Establecer y suscribir convenios con establecimientos afines a los objetivos que persigue la Operadora. • Presentar a la junta general de accionistas conjuntamente con la directiva el informe anual de labores de la asociación. • Presentar en coordinación con el contador los balances económicos financieros que demuestren la vida activa de la Operadora. • Coordinar actividades con la directiva para lograr el cumplimiento eficaz de los objetivos de la Operadora. • Establecer alianzas estratégicas de comercialización con los sectores involucrados en turismo dentro y fuera del cantón Puerto Ayora. • Gestionar para el financiamiento de proyectos de turismo en beneficios de la Operadora. • Controlar y supervisar presupuestos de operación y ventas. 				

<ul style="list-style-type: none"> • Organizar y dirigir reuniones de trabajo del personal que conforman la operación turística. • Establecer políticas para la cancelación de reservaciones. • Periódicamente supervisar, evaluar y mejorar la calidad del servicio turístico y atención al cliente. • Atender las inquietudes de los clientes y del personal que conforma la Operadora. • Mantener buenas relaciones con sus subalternos y asignar a tiempo los recursos necesarios para las actividades de la Operadora. • Realización de contratos del personal, legislación de los mismos. • Conceder, certificar y justificar permisos, faltas, atrasos y enfermedades de las personas que laboran para la Operadora. • Realizar una evaluación mensual de los comentarios y sugerencias entregados por los clientes en pro de la mejora del servicio entregado a turistas nacionales y extranjeros. • Aplicar las sanciones disciplinarias de acuerdo a la ley y las demás funciones que le asignen su organización. 	
Indicadores de medición	
Indicador de la Operadora	Indicador de proceso
Responsabilidad en la toma de decisiones administrativas, comerciales, ambientales, políticas y económicas de la Operadora.	Responsabilidad en la conducción y cumplimiento de las políticas y objetivos de la Operadora
Condiciones de trabajo	
Desarrolla las funciones de su cargo periódicamente mediante desplazamientos y movilizaciones de gestión dentro y fuera del cantón.	
Perfil de competencias	
Compromiso	
Atributo	Nivel requerido
Lealtad	Ser un ejemplo de compromiso organizacional fomentando respeto, colaboración, participación y el cumplimiento de normas establecidas que promuevan el fortalecimiento e integridad de la Operadora.
Respeto	Mantener en clima de tolerancia, apertura y respeto mediante el cumplimiento de principios y normas de la asociación.
Trabajo en equipo	
Atributo	Nivel requerido
Cooperación	Comparte, propone, aprueba y gestiona proyectos de turismo y su financiamiento en beneficio del desarrollo de la Operadora.
Sinergia	Coordinar actividades y establecer alianzas estratégicas para lograr el cumplimiento de los objetivos mediante el trabajo en equipo dentro y fuera de la Operadora.
Integridad	
Atributo	Nivel requerido

Ética	Velar por la integridad y el cumplimiento de normas laborales y sociales mediante un liderazgo intachable, transmitiendo y promoviendo sólidos fundamentos morales en todos los miembros de la asociación.
Moral	Promover el cumplimiento de normas legales y principios de respeto, honradez y confianza de la Operadora y sus colaboradores.
Profesionalismo	Promover el fortalecimiento corporativo mediante el trabajo eficiente, dinámico y participativo que garantice la calidad e innovación de los servicios y actividades de la Operadora.
Respeto a la institucionalidad	Establecer y formular políticas que permitan, controlen y regulen el cumplimiento de las actividades y servicios de la asociación promoviendo el desarrollo sostenible para el bien de la población actual y de las futuras generaciones.
Orientación a la oferta y demanda	
Atributo	Nivel requerido
Énfasis en el servicio y atención al cliente	Fomentar el desarrollo turístico sostenible garantizando el respeto a la naturaleza, seguridad de la integridad del turista, calidad en los servicios a ofertar y rentabilidad socio-económica para la población.
Cumplimiento de compromisos	Definir, establecer y aprobar alianzas estratégicas de promoción y comercialización de los servicios turísticos con sectores públicos, privados, comunitarios involucrados con el turismo sostenible.
Liderazgo	
Atributo	Nivel requerido
Desarrollo de personal	Supervisar, evaluar y mejorar el desenvolvimiento profesional del personal de atención al cliente y miembros de la asociación a través de capacitaciones periódicas.
Conducción efectiva de equipos	Enfocar el cumplimiento de las actividades hacia la misión corporativa mediante el liderazgo y trabajo participativo, en todos los miembros de la asociación y sus colaboradores.
Visión de largo plazo	Fortalecer estrategias que promuevan el desarrollo sostenible en la población mediante la conservación ambiental, gestión y ejecución de proyectos turísticos.
Orientación a resultados	
Atributo	Nivel requerido
Definición de objetivos	Establecer indicadores y estándares de medición para monitorear el rendimiento profesional tanto del personal de atención al cliente como de los miembros de la asociación, para lograr con éxito los resultados esperados.
Cumplimiento de metas	Definir objetivos acordes con la situación turística del país, que conlleven al mejoramiento de la asociación, mismos, que serán evaluados por su cumplimiento a través de indicadores estratégicos.
Generación de valor	Establecer lineamientos estratégicos para mejorar parámetros de inversión nacional e internacional en el cantón, para mejorar más oportunidades de

	recreación y valor hacia la demanda turística.
--	--

Fuente: Diseño de un producto de aviturismo y desarrollo de estrategias para su fortalecimiento en el cantón Patate, provincia de Tungurahua, Adela Abril. Formato modificado por Diana Vásquez.

1) Secretaria – contador

Cuadro N° 57. Manual de funciones de Secretaria - contador

DATOS DE IDENTIFICACIÓN					
Título del puesto		Secretaria – contador			
Nivel de reporte inmediato		Gerente de la Operadora de turismo “Expetourgal”			
Subrogación		En caso de ausencia será reemplazado por quien lo designe el gerente			
Misión del cargo					
Llevar el control financiero de los movimientos económicos y financieros de la Operadora.					
Colaboradores directos		Contactos internos		Contactos externos	
Gerente		Comisiones especiales		Sectores públicos, privados comunitarios y público en general.	
Per_	Formación académica	Requisitos y conocimientos adicionales		Idiomas necesarios	
fil	Título de bachiller o de tercer nivel acorde a la misión y visión de la Operadora.	<ul style="list-style-type: none"> Aprobación del gerente para ocupar el cargo. Tener conocimiento de informática básica, contabilidad, administración, facturación, turismo y ambiente. 		Inglés básico elemental.	
<th>Nivel de experiencia</th>					Nivel de experiencia
Tener experiencia mínimo de 6 meses a 1 año en funciones similares.					
Responsabilidad del cargo					
<ul style="list-style-type: none"> Promover y acatar lo dispuesto expresamente en los estatutos y reglamentos internos de la asociación. Asistir cumplidamente a todas las reuniones ordinarias y extraordinarias de la Operadora. Llevar un inventario actualizado de todos los bienes, valores y obligaciones de la Operadora. Llevar en forma ordenada recibos, facturas, notas de venta y todo comprobante que justifique un pago o transacción. 					

<ul style="list-style-type: none"> • Llevar un proceso contable que ayude al manejo económico de la Operadora. • Presentar al gerente informes mensuales sobre el movimiento financiero de la Operadora. • Recaudar y manejar los fondos de la Operadora que estarán bajo su responsabilidad. • Presentar trimestralmente un informe económico contable a la junta general de accionistas o cuando lo pidiere. • Permitir la revisión de los libros de contabilidad a su cargo con la autorización de la junta general de accionistas. • Efectuar los pagos de todas las cuentas que lleven bajo la autorización de la junta o del presidente. • Registrar su firma y del presidente en todas las cuentas bancarias para efecto de la movilización de fondos. • Manejar una caja chica de gasto o egresos que manejará la Operadora. • Declarar mensualmente los impuestos en el SRI, con los respectivos formularios para que todo se encuentre en orden dentro de la operación. • Vigilar el pago de los sueldos a los integrantes del equipo de gestión de la asociación. • Chequear roles de pago de agua, luz, teléfono, suministros, etc. • Realizar los pagos de materia prima, personal, insumos y otras obligaciones que se presenten en la asociación. • Coordinar actividades con la administración. • Ocuparse de los asuntos tributarios y las demás funciones que le asignen su organización. 	
Indicadores de medición	
Indicador de la operadora	Indicador de proceso
El proceso contable de la asociación estará sujeto a supervisión permanente para garantizar la vida comercial de la asociación.	Honradez, responsabilidad y esmero en las funciones económicas y financieras a su cargo.
Condiciones de trabajo	
Desarrollar las funciones de su cargo periódicamente mediante visitas de inspección y evaluación de las transacciones y motivaciones económicas y financieros de la asociación.	
Perfil de competencias	
Compromiso	
Atributo	Nivel requerido
Lealtad	Transmitir credibilidad y confianza velando la integridad financiera de la asociación.
Respeto	Mantener un clima de tolerancia, apertura y respeto mediante el cumplimiento de normas y principios de la asociación
Integridad	
Atributo	Nivel requerido
Ética	Velar por la viabilidad económica-financiera mediante el cumplimiento de normas y principios que promuevan sólidos fundamentos morales en la asociación.

Profesionalismo	Cumplir con los principios y normas de la asociación, demostrando solvencia, responsabilidad, honradez y transparencia en el manejo eficaz de fondos y bienes asignados.
Respeto a la institucionalidad	Establecer propuestas de mejora para asegurar la rentabilidad económica financiera y promover el cumplimiento de las normas y políticas de la asociación.
Liderazgo	
Atributo	Nivel requerido
Desarrollo de personal	Participar y colaborar en la gestión de programas de capacitación interno o externo para fomentar el desarrollo de competencias laborales.
Visión de largo plazo	Ejecutar actividades para el fortalecimiento organizativo aprovechando oportunidades y mitigando amenazas con estrategias que fomentan el crecimiento institucional.

Fuente: Diseño de un producto de aviturismo y desarrollo de estrategias para su fortalecimiento en el cantón Patate, provincia de Tungurahua, Adela Abril. Formato modificado por Diana Vásquez.

2) Guía

Cuadro N° 58. Manual de funciones del guía

DATOS DE IDENTIFICACIÓN				
Título del puesto		Guía nativo		
Nivel de reporte inmediato		Coordinador del nivel operativo		
Subrogación		En caso de ausencia será reemplazado por el coordinador de nivel operativo o por quien designe el gerente.		
Misión del cargo				
Planificar, orientar, dirigir, informar, recrear, animar y conducir a turistas nacionales y extranjeros para mostrar la belleza natural que posee el sitio.				
Colaboradores directos		Contactos internos		Contactos externos
Coordinador del nivel operativo.		Comisiones especiales y recepcionistas.		Prestadores de servicios turísticos. Turistas, visitantes y público en general.
P	Formación académica	Requisitos y conocimientos adicionales	Idiomas necesarios	Nivel de experiencia

e r f i l	Título profesional de segundo o tercer nivel en cualquier área de especialización.	<ul style="list-style-type: none"> • Poseer licencia de guía naturalista del Parque Nacional Galápagos. • Conocer ampliamente cada uno de los atractivos naturales y culturales que existen en el sitio. • Tener conocimiento de manejo de flora y fauna del sitio. • Tener conocimiento de turismo, ambiente, geografía, historia, técnicas de guianza, comunicación relaciones humanas, primeros auxilios. 	Conocimiento de inglés intermedio comprendido y hablado.	No necesita tener experiencia.
Responsabilidad del cargo				
<ul style="list-style-type: none"> • Promover y acatar lo dispuesto expresamente en los estatutos y reglamentos internos de la asociación. • Preparar el guion técnico de acuerdo a los requerimientos de la naturaleza del tour. • Preparar las condiciones favorables para la guianza y refrigerios en coordinación con el área de alimentación. • Atender y resolver problemas que pudieran tener los turistas, durante la permanencia en el lugar visitado. • Elaborar y exigir la aplicación de normas de comportamiento y seguridad de los turistas. • El guía debe estar con predisposición para el trabajo aun fuera del horario establecido. • Informar a los turistas sobre flora, fauna y cultura local de forma dinámica y cautelosa a la vez. • Nunca debe arrojar la basura en áreas no permitidas que contamine el ambiente. • Nunca debe pedir regalos a los turistas. • El guía nunca debe discutir con sus compañeros de trabajo, frente al turista. • Durante las caminatas solo deben usar los senderos establecidos y no deben apartarse de ellos. • Debe llenar las fichas de evaluación del servicio y registro del turista cuando empiece el tour. • Cuando los turistas lleguen al centro y antes de iniciar con los recorridos, les explicarán sobre el viaje y responderá las inquietudes que tengan. • El guía es el máximo responsable del recorrido. • Los guías o ayudantes deben dormir independientemente de los turistas. • Mantener buenas relaciones con sus subalternos. • El guía está prohibido de usar drogas y alcohol en horarios de trabajo. • El guía no debe implicarse en relaciones sentimentales o sexuales con los turistas durante el tour. 				

<ul style="list-style-type: none"> Y las demás funciones que le asignen su organización y aquellas que le fueren recomendadas por el coordinador de guianza. 	
Indicadores de medición	
Indicador de la asociación	Indicador de proceso
Responsabilidad en la conducción y cumplimiento de las políticas establecidas en guianza. Guion técnico. Ser activo, dinámico, firme y seguro de sí mismo.	Responsabilidad directa en el disfrute y entretenimiento de los turistas para garantizar una experiencia satisfactoria. Mostrar liderazgo y concientizar a los turistas acerca de la protección a los recursos animales.
Condiciones de trabajo	
Desarrolla sus labores en el área de cocina trabajo que desempeña mediante la responsabilidad en la preparación de alimentos y deleite de los turistas.	
Perfil de competencias	
Compromiso	
Atributo	Nivel requerido
Lealtad	Garantizar la buena imagen y calidad de los servicios que la asociación oferta mediante la credibilidad y confianza.
Respeto	Velar por la seguridad de los turistas, por el respeto a las comunidades locales y la protección del medio ambiente.
Trabajo en equipo	
Atributo	Nivel requerido
Cooperación	Coordinar, organizar y planificar actividades que conlleven al cumplimiento de los objetivos y metas del centro.
Sinergia	Proveer oportunidades y beneficios para personas locales en todos los aspectos de la operación turística de forma directa o indirecta.
Integridad	
Atributo	Nivel requerido
Ética	Velar por la integridad e imagen de la Operadora mediante el cumplimiento de normas laborales y sociales, promoviendo valores morales para con la naturaleza y la población.
Profesionalismo	Promover un trabajo eficiente, dinámico y participativo, que garantice experiencias satisfactorias en los clientes, mostrando puntualidad, responsabilidad, organización, liderazgo y respeto a recursos naturales y culturales.
Respeto a la institucionalidad	Promover el cumplimiento de políticas, normas y principios en los turistas, con el fin de encaminar hacia el desarrollo sostenible para el bien de la población actual y de las futuras generaciones
Liderazgo	
Atributo	Nivel requerido

Desarrollo de personal	Mostrar profesionalismo a través de su conocimiento, experiencia, firmeza y liderazgo para garantizar la estabilidad y satisfacción de los turistas.
Conducción efectiva de equipos	Desempeñar sus funciones demostrando firmeza, confianza y seguridad en el manejo de grupos para promover el cumplimiento de las actividades y la satisfacción plena de la estadía de los turistas.

Fuente: Diseño de un producto de aviturismo y desarrollo de estrategias para su fortalecimiento en el cantón Patate, provincia de Tungurahua, Adela Abril. Formato modificado por Diana Vásquez.

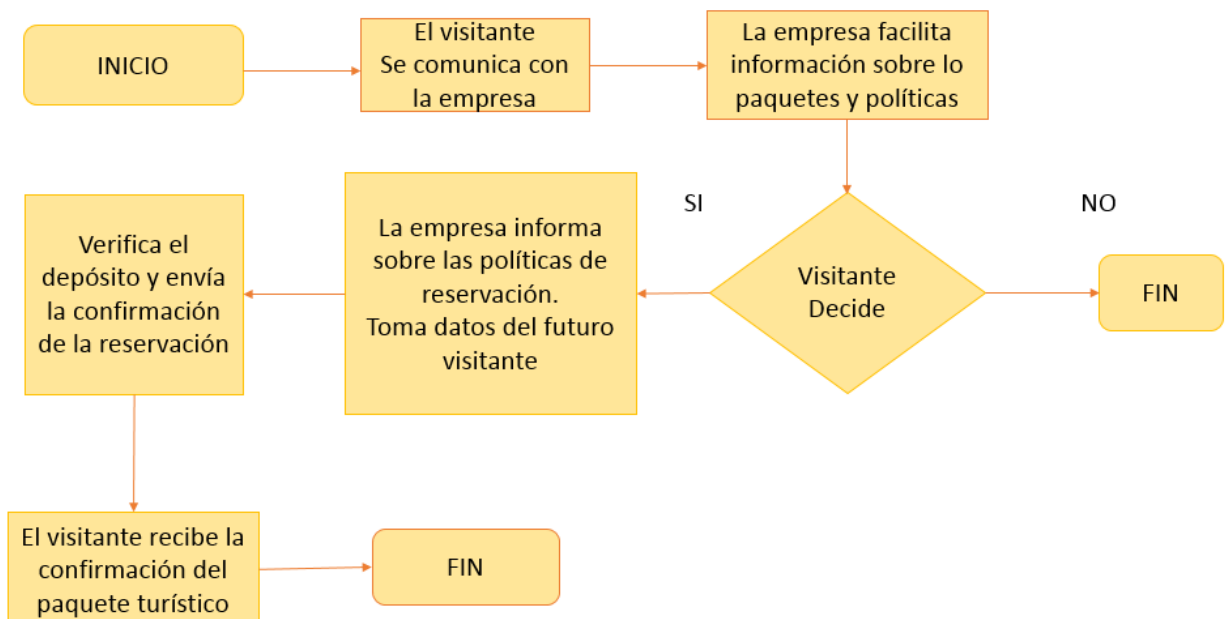
Nota: los guías serán contratados de acuerdo al movimiento que exista en la operación es decir por trabajo realizado, es por eso que se ha tomado en cuenta el perfil de los mismos.

d. Manual de procedimiento para la ejecución de servicios turísticos

1) Reservación

- Contestar el teléfono convencional o celular
- Saludar e identificarse
- Tomar atención y revisar la información necesaria que solicita el cliente
- Responder cordialmente con respuestas concretas a todas las inquietudes de los clientes
- Informar al cliente que las reservaciones se concretan con un anticipo del 50%
- Registrar datos: nombre, número telefónico, E-mail, nombre del paquete, día de la reserva de paquetes
- Despedida
- Confirmación del depósito
- La secretaria realiza la reservación de los servicios (herramienta 01) y envía la confirmación de la reservación (herramienta 02).

Gráfico N° 50: flujograma de proceso para reservaciones



Herramienta N° 01. Boucher de reservación

Para las reservaciones de los servicios se utilizará la siguiente herramienta:

OPERADORA DE TURISMO “EXPETOURGAL”		
BOUCHER DE RESERVACIONES		
Nombre:		
País:	Ciudad:	
Teléfono	Mail	
Fecha de arribo:	Hora:	Vía:
Fecha de salida:	Hora:	Vía:
Nombre del paquete reservado:		
Número de personas:		
Precio acordado:		
Fecha del depósito:		
Monto del depósito:		
Requerimientos especiales:		

Herramienta N° 02. Confirmación de la reservación y depósito

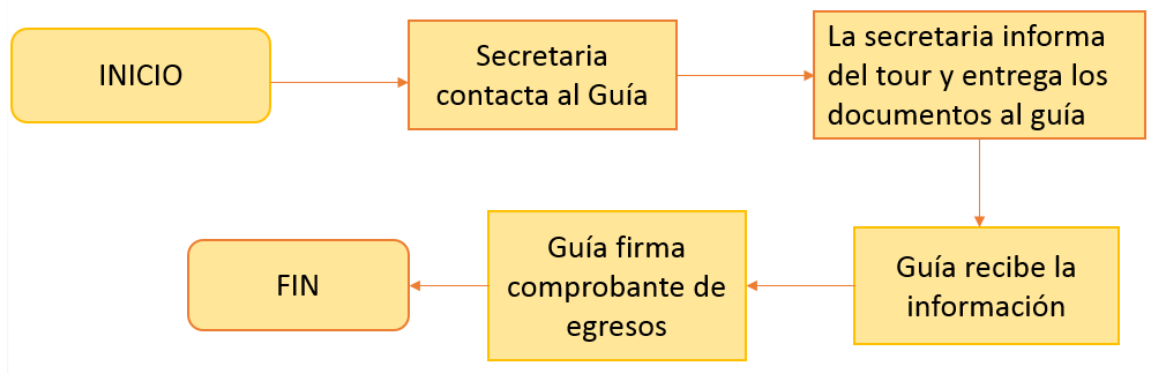
OPERADORA DE TURISMO “EXPETOURGAL”	
CONFIRMACION DE RESERVACIONES Y DEPOSITO	
Nombre:	
Fecha de reservación:	
Encantados de confirmar su depósito por el monto de \$ _____ lo	
cual cubre la siguiente reservación:	
<ul style="list-style-type: none">• Nombre del tour reservado:• N° de personas:• Fecha de arribo:• Fecha de salida:	

<ul style="list-style-type: none"> • Monto a cancelar al arribo:
observaciones:

2) Procesos para la asignación del tour

- Contacto con el guía.
- Secretaria da a conocer el tour.
- La secretaria entrega la hoja de ruta, lista de pasajeros, suvenires, evaluación de los servicios y contrato de servicios.
- Guía firma el comprobante de egresos y se despide.

Gráfico N° 51. Flujograma de asignación del tour



Herramienta N° 03: Hoja de ruta

OPERADORA DE TURISMO “EXPETOURGAL”	
HOJA DE RUTA	
Nombre:	
Nombre y codificación del tour contratado:	
Lugar de partida:	Lugar de destino:

Fecha de salida:	Fecha de retorno:
Hora de salida:	Hora de retorno:
Duración del tour (Nº días y noches):	
Días	Actividades
Día 1	
Día 2	
Día 3	
Día 4	
<p>_____</p> <p style="text-align: center;">Contratante</p> <p>C.I. _____</p> <p>_____</p> <p style="text-align: center;">Chofer</p> <p>C.I. _____</p>	
<p>_____</p> <p style="text-align: center;">Guía</p> <p>C.I. _____</p>	

Herramienta N° 04: Lista de pasajeros

OPERADORA DE TURISMO “EXPETOURGAL”			
LISTA DE PASAJEROS			
Nº	NOMBRE	APELLIDOS	C.I. PASAPORTE
1			
2			
3			
4			

5			
6			
7			
8			
9			
10			
11			
12			
13			
14			
15			
16			
17			
18			
19			
20			

GUÍA

CONTRATANTE

C.I.

C.I.

Herramienta N° 05: Contrato de prestación de servicios

<p>OPERADORA DE TURISMO “EXPETOURGAL”</p> <p>CONTRATO DE PRESTACIÓN DE SERVICIOS TURÍSTICOS</p>
<p>De forma libre y voluntaria comparecen a la celebración del presente contrato: por un parte EXPETOURGAL, Operadora de Turismo. Legal y debidamente representada por....., y por otra parte el o la señor(a)..... .</p>

BAJO LAS SIGUIENTES CLAUSULAS

PRIMERA.- ANTECEDENTES

EXPETOURGAL es una empresa que presta servicios de turismo a nivel nacional, a través de personal debidamente capacitado, contando para ello con las autorizaciones legales correspondientes emanadas de las autoridades competentes.

SEGUNDA.- CONTRATO

Con estos antecedentes la empresa, se compromete a prestar sus servicios para el día.....del(mes).....del (año)....., en el paquete denominado..... de la siguiente manera:

- i. El tour iniciará a las (horas).....en (lugar).....duración(días/noches).....
- ii. Realizaremos paradas estratégicas, haremos uso de las instalaciones y servicios ofrecidos; alojamiento, alimentación y transporte turístico, acorde al programa turístico.
- iii. La hora de regreso está previsto para las (horas).....aproximadamente.

TERCERA.- GARANTIA

Cada una de las unidades de transporte con las que trabaja EXPETOURGAL, se encuentra debidamente aseguradas y cuentan con su respectivo SOAT de seguros que cubren a cada uno de los pasajeros en caso de accidentes. La empresa no se responsabiliza por accidentes suscitados fuera de los vehículos ni por objetos de valor ni dineros extraviados.

CUARTA.- VALOR Y FORMA DE PAGO

El Cliente pagará a la empresa, por el servicio turístico contratado la suma de....., equivalente al costo total del tour, de la siguiente manera:

El Cliente paga el 50% del costo total de tour cuando realiza la reservación.

La cantidad restante (50%) debe cancelar antes de que el tour se ejecute, la empresa emitirá recibos como constancia de las cantidades abonadas.

Los pagos se deberán realizar mediante depósito, transferencia bancaria o tarjeta de crédito.

Las partes plenamente de acuerdo en todas y cada una de las estipulaciones realizadas en las cláusulas que preceden firman el presente documento el día de hoy (fecha).....

GERENTE

C.I.

CONTRATISTA

C.I.

SECRETARIA

C.I.

Herramienta N° 06: Evaluación de los servicios

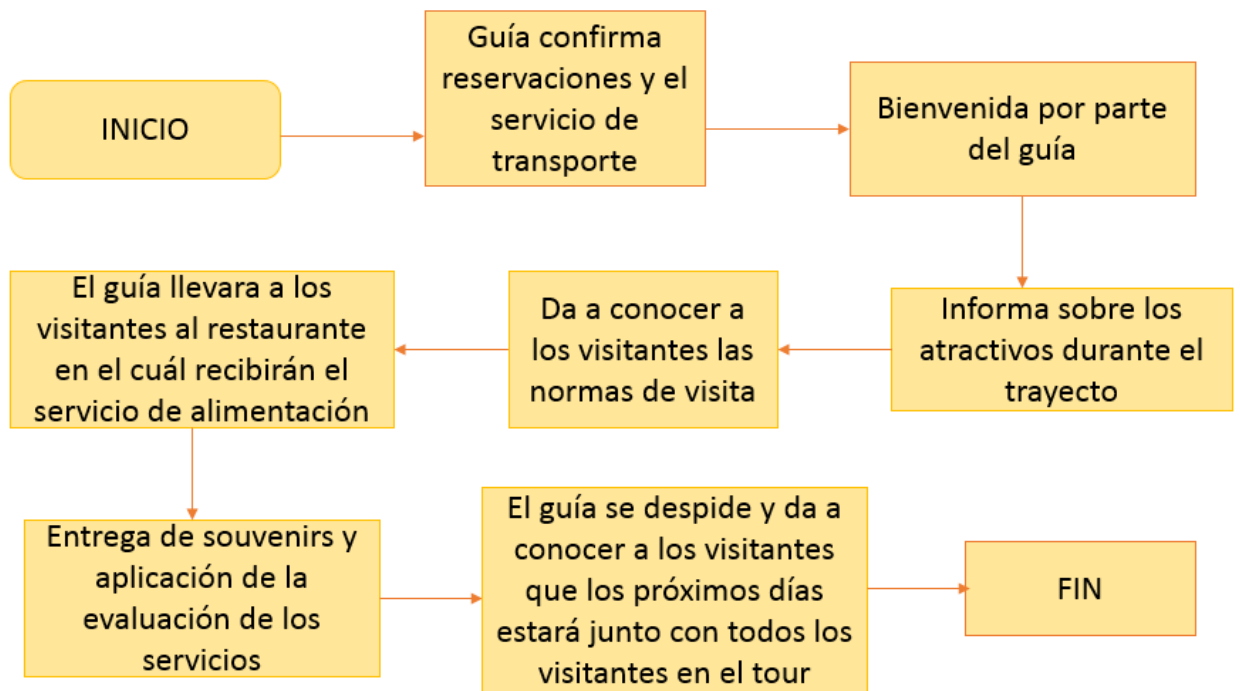
OPERADORA DE TURISMO “EXPETOURGAL”				
LISTA DE PASAJEROS				
Servicios prestados	Excelente	Bueno	Regular	Malo
El servicio de transporte fue				
El servicio de guianza fue				
el servicio de alimentación que recibió				

durante el tour fue				
Como considera el servicio de alojamiento				
El cumplimiento del itinerario fue				
Recomendaciones que usted considera importantes que nos ayudarán a mejorar la prestación de los servicios turísticos:				

3) **Recepción y guianza a los visitantes**

- El guía confirma las reservaciones de los servicios de alimentación, hospedaje, y el servicio de transporte.
- Bienvenida por parte del guía nativo, poseer letrero con el nombre de los turistas y de la Operadora para que los turistas puedan identificarlo.
- Dar a conocer a los visitantes sobre los atractivos turísticos a lo largo del recorrido
- Informar a los visitantes el itinerario y servicios turísticos que oferta el paquete
- Indica a los visitantes las normas de comportamiento.
- El guía es responsable de llevar a los visitantes conjuntamente con su equipaje al hotel donde se hospedarán.
- El guía llevará a los visitantes al restaurante en el cual recibirán el servicio de alimentación.
- Entrega de suvenires y aplicación de la evaluación de los servicios.
- El guía se despide y da a conocer a los visitantes que los próximos días que dura el paquete estará junto con todos los visitantes del tour.

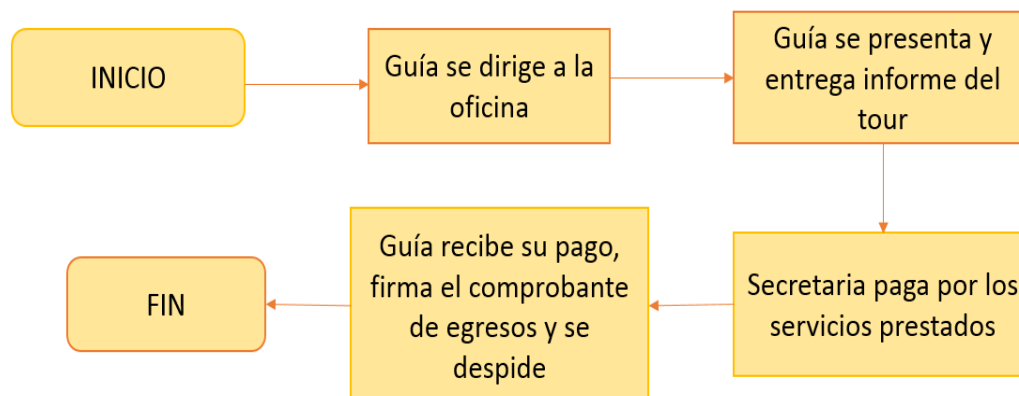
Gráfico N° 52. Flujograma de proceso de recepción y guianza



4) Procesos para el pago al guía

- Guía se dirige a la oficina.
- Guía se presenta y da un informe del tour.
- La secretaria paga por los servicios profesionales al guía.
- Guía recibe su paga y firma el comprobante de egresos.

Gráfico N° 53. Flujograma de pago del guía



Herramienta N° 08. Comprobante de egresos

Para registrar los egresos en la empresa se trabajara con la siguiente herramienta:

OPERADORA DE TURISMO “EXPETOURGAL” COMPROVANTE DE EGRESOS		
Fecha:		Por \$:
		RUC – C.I.
la cantidad de:		dólares
americanos		
Pagado a:		
Por concepto de:		
Gerente	Secretaria	Beneficiario
<hr/>	<hr/>	<hr/>

Herramienta N° 09. Comprobante de ingresos

Todo dinero que ingrese se registrará con el siguiente comprobante de ingreso, existirán un original que se llevará el depositante y una copia que se quedará en la empresa.

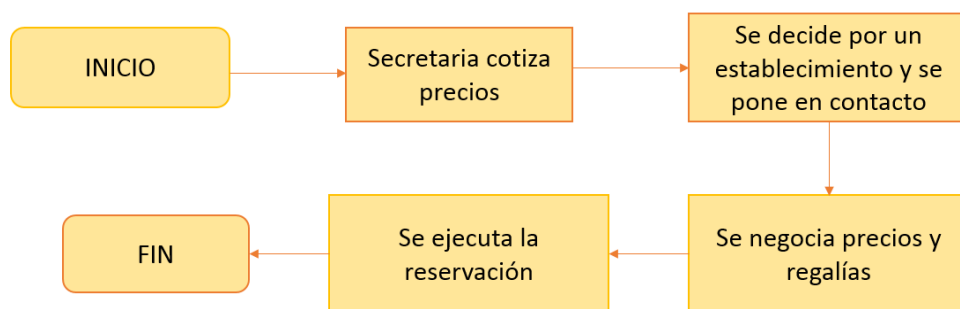
OPERADORA DE TURISMO “EXPETOURGAL” COMPROVANTE DE INGRESOS
Fecha:
Hemos recibido de:
CONCEPTO:
La cantidad de:
OBSERVACIONES:
Totales de las recaudaciones en efectivo:
Recibido por:

C.I.
CLIENTE _____

5) Proceso para la reservación de los servicios de alimentación, hospedaje, y transporte

- Secretaria busca establecimientos que presten los servicios requeridos en la lista de establecimientos que trabajan con la empresa y cotiza precios.
- Se decide por un establecimiento y se pone en contacto con él representante legal.
- Se negocia precios y regalías.
- Se realiza la reservación.

Gráfico N° 54. Reservación de los servicios de alimentación, hospedaje y transporte



e. Reglamento para visitantes otorgadas por el Parque Nacional Galápagos

El presente reglamento comprende normas impuestas por el Parque Nacional Galápagos, las mismas que deben ser cumplidas.

Herramienta N° 10. Lista de establecimientos turísticos

Se registrará a los establecimientos que trabajan con la Empresa en la siguiente herramienta para tener mayor facilidad al momento de ejecutar las reservaciones y negociaciones.

TOUR OPERADORA “EXPETOURGAL”									
LISTA DE ESTABLECIMIENTOS									
N°	NOMBRE	TIPO	CATEGORÍA	REPRESENTANTE LEGAL	TELEFONO	MAIL	UBICACIÓN		PRECIO
							Ciudad	Dirección	

Herramienta N° 11. Pago al personal

La remuneración al personal como son: presidente, gerente y secretaria se empleara la siguiente herramienta.

TOUR OPERADORA “EXPETOURGAL”										
N°	NÓMINA	CARGO	INGRESOS			DESCUENTOS			TOTAL A PAGAR	FIRMA
			S.A.	COM	TOTAL DE INGRESOS	SEGURO	PERMISOS	TOTAL DESCUENTOS		
1		Presidente								
2		Gerente								
3		Secretaria								
		TOTAL								
			SA: sueldo asignado			COM: comisiones				

Herramienta N° 12. Lista de guías de la Empresa

Todos los guías que trabajen con la Empresa estarán registrados en la siguiente lista:

OPERADORA DE TURISMO EXPETOURGAL								
LISTA DE GUÍAS								
N°	NOMBRES	APELLIDOS	C.I.	TELEFONO	TIPO	DISPONIBILIDAD	DOMICILIO	
							CIUDAD	DIRECCION

f. Normas de visita del Parque Nacional Galápagos

Ver anexo. N° 04

F. DETERMINAR LA VIABILIDAD ECONÓMICA – FINANCIERA DEL PRODUCTO TURÍSTICO

a. Estudio económico

b. Inversiones

Cuadro N° 59. Inversiones

Rubro	Inversión realizada	Inversión por realizar	Total inversión
Inversiones fijas			
Vehículo de trabajo		\$ 70.000,00	\$ 70.000,00
Equipo de computo		\$ 4.800,00	\$ 4.800,00
Equipo de oficina		\$ 3.610,00	\$ 3.610,00
Muebles y enseres		\$ 4.410,00	\$ 4.410,00
Menaje de baño		\$ 638,00	\$ 638,00
Equipo de snorkeling		\$ 22.000,00	\$ 22.000,00
Sub total	\$ 0,00	\$ 105.458,00	\$ 105.458,00
Activos diferidos			
Gastos de constitución	\$ 2.000,00		\$ 2.000,00
Gastos de instalación	\$ 800,00		\$ 800,00
Promoción y publicidad		\$ 8.500,00	\$ 8.500,00
Subtotal	\$ 2.800,00	\$ 8.500,00	\$ 11.300,00
Capital de trabajo			
Sueldos y salarios		\$ 50.159,80	\$ 50.159,80
Servicios básicos		\$ 3.085,20	\$ 3.085,20
Contingencias		\$ 15.625,15	\$ 15.625,15
Subtotal	\$ 0,00	\$ 68.870,15	\$ 68.870,15
Total	\$ 2.800,00	\$ 182.828,15	\$ 185.628,15

c. **Fuentes y usos del proyecto**

Cuadro N° 60. Fuentes y usos del proyecto

RUBROS	INVERSION REALIZADA	INVERSION POR REALIZAR	TOTAL INVERSION	R PROPIO	BANCOS
ACTIVOS FIJOS					
Vehículo de trabajo	\$ -	\$70.000,00	\$70.000,00		\$70.000,00
Equipos de computación y electrónicos	\$ -	\$4.800,00	\$4.800,00	\$4.800,00	
Equipos de oficina	\$ -	\$3.610,00	\$3.610,00	\$3.610,00	
Muebles y enseres	\$ -	\$4.410,00	\$4.410,00	\$4.410,00	
Menaje de baño	\$ -	\$638,00	\$638,00	\$ 638,00	
Equipo de snorkeling	\$ -	\$22.000,00	\$22.000,00	\$22.000,00	
Subtotal	\$ -	\$105.458,00	\$105.458,00	\$35.458,00	
ACTIVOS DIFERIDOS					
Gastos de constitución	\$ 2.000,00	\$ 0,00	\$ 2.000,00		
Gastos de instalación	\$ 800,00	\$ 0,00	\$ 800,00		
Promocion y publicidad	\$ 0,00	\$ 8.500,00	\$ 8.500,00	\$ 8.500,00	
Subtotal	\$ 2.800,00	\$ 8.500,00	\$ 11.300,00	\$ 8.500,00	
CAPITAL DE TRABAJO					
Sueldos y salarios	0	\$50159,8	\$50159,8	\$50159,8	
Servicios básicos	0	\$3085,2	\$3085,2	\$3085,2	
Contingencias	0	\$15625,15	\$15625,15	\$15625,15	
Subtotal	0	\$68870,15	\$68870,15	\$68870,15	
TOTAL	\$2.800,00	\$182.828,15	\$ 185.628,15	\$112.828,15	\$70.000,00

d. Clasificación de las inversiones

Cuadro N° 61. Clasificación de las inversiones

Inversiones en activos fijos	
Detalle	Valor
Vehículo de trabajo	\$ 70.000,00
Equipos de computación y electrónicos	\$ 4.800,00
Equipos de oficina	\$ 3.610,00
Muebles y enseres	\$ 4.410,00
Menaje de baño	\$ 638,00
Total activos fijos	\$ 3.458,00
Inversiones en activos diferidos	
Detalle	Valor
Gastos de constitución	\$ 0,00
Gastos de instalación	\$ 0,00
Promoción y publicidad	\$ 8.500,00
Total activos diferidos	\$ 8.500,00
Capital de trabajo	
Detalle	Valor
Sueldos y salarios	\$ 50159,8
Servicios básicos	\$ 3085,2
Contingencias	\$ 15625,15
Total capital de trabajo	\$ 68.870,15
Total de la inversión	
Detalle	Valor
Activos fijos	\$ 83.458,00
Activos diferidos	\$ 8.500,00
Capital de trabajo	\$ 68.870,15
TOTAL	\$ 160.828,15

2. Financiamiento del proyecto

Cuadro N° 62. Financiamiento del proyecto

FINANCIAMIENTO	
Préstamo	\$ 70.000,00
Aportación socia a	\$ 56.414,08
Aportación socio b	\$ 56.414,08
Total del financiamiento	\$ 182.828,15
Total aporte de los socios	\$ 112.828,15

3. Depreciación de los activos fijos

Cuadro N° 63. Depreciación de activos fijos

DETALLE	VALOR DEL BIEN	% DEPRECIACION	DURACION DEL PROY	AÑOS POR LEY	DEPRE. ANUAL	VALOR SALVAMENTO	VALOR DEPRECIACION
Equipo de snorkeling	\$ 22.000,00	10	5	10	\$ 2.200,00	\$ 11.000,00	\$ 11.000,00
Vehículo de trabajo	\$ 70.000,00	20	5	5	\$ 14.000,00	\$ 0,00	\$ 70.000,00
Equipos de computación y electrónicos	\$ 4.800,00	10	5	10	\$ 480,00	\$ 2.400,00	\$ 2.400,00
Equipos de oficina	\$ 3.610,00	33	5	3	\$ 1.203,33	\$ 0,00	\$ 6.016,67
Muebles y enseres	\$ 4.410,00	10	5	10	\$ 441,00	\$ 2.205,00	\$ 2.205,00
Menaje de baño	\$ 638,00	10	5	10	\$ 63,80	\$ 319,00	\$ 319,00
TOTAL					\$ 18.388,13	\$ 15.924,00	\$ 91.940,67
					\$ 17.908,13		

Activos Fijos	% Anual
Inmuebles (excepto terrenos), naves, aeronaves, barcasas y similares	5%
Instalaciones, maquinarias, equipos y muebles	10%
Vehículos, equipos de transporte y equipo caminero móvil	20%
Equipo de cómputo y software	33%

4. Amortización de los activos diferidos

Cuadro N° 64. Amortización de activos diferidos

DIFERIDO	VALOR	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Gastos de constitución	\$ 2.000,00	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 400,00
Gastos de instalación	\$ 800,00	\$ 160,00	\$ 160,00	\$ 160,00	\$ 160,00	\$ 160,00
Promoción y publicidad	\$ 8.500,00	\$ 1.700,00	\$ 1.700,00	\$ 1.700,00	\$ 1.700,00	\$ 1.700,00
Subtotal	\$ 11.300,00	\$ 2.260,00	\$ 2.260,00	\$ 2.260,00	\$ 2.260,00	\$ 2.260,00

5. Calculo del pago de la deuda o amortización del préstamo

El cálculo del pago de la deuda se realizó con los siguientes datos:

- a. Préstamo: 70000
- b. Plazo: 5 años
- c. Interés: 12%

Cuadro N° 65. Cálculo del pago de la deuda

PERIODO	CAPITAL PRESTADO	INTERES	CAPITAL PAGO	CUOTA PAGO	SALDO
Año 1	\$70000	\$8400	\$14000	\$22400	\$56000
Año 2	\$56000	\$6720	\$14000	\$20720	\$42000
Año 3	\$42000	\$5040	\$14000	\$19040	\$28000
Año 4	\$28000	\$3360	\$14000	\$17360	\$14000
Año 5	\$14000	\$1680	\$14000	\$15680	0
TOTAL		\$25200	\$70000	\$95200	

6. **Estructura de costos y gastos para la vida útil del proyecto**

Cuadro N° 66. Estructura de costos y gastos para la vida útil del proyecto

RUBRO	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
COSTO DE PRODUCCION					
Transporte	\$ 130.000,00	\$ 141.700,00	\$ 154.453,00	\$ 168.353,77	\$ 183.505,61
Guianza nativa	\$ 72.800,00	\$ 81.536,00	\$ 88.874,24	\$ 96.872,92	\$ 105.591,48
Hospedaje	\$ 208.000,00	\$ 226.720,00	\$ 247.124,80	\$ 269.366,03	\$ 293.608,97
Alimentación	\$ 33.280,00	\$ 36.275,20	\$ 39.539,97	\$ 43.098,57	\$ 46.977,44
Entradas	\$ 4.420,00	\$ 4.817,80	\$ 5.251,40	\$ 5.724,03	\$ 6.239,19
SUBTOTAL	\$ 448.500,00	\$ 491.049,00	\$ 535.243,41	\$ 583.415,32	\$ 635.922,70
COSTOS ADMINISTRATIVOS					
Sueldos y salarios	\$ 50.159,80	\$ 56.178,98	\$ 62.920,45	\$ 70.470,91	\$ 78.927,42
Servicios Básicos	\$ 3.085,20	\$ 3.362,87	\$ 3.665,53	\$ 3.995,42	\$ 4.355,01
Depreciaciones	\$ 18.388,13	\$ 18.388,13	\$ 18.388,13	17908,13333	17908,13333
SUBTOTAL	\$ 71.633,13	\$ 77.929,98	\$ 84.974,11	\$ 92.374,46	\$ 101.190,56
COSTOS FINANCIEROS					
Intereses	\$ 8.400,00	\$ 6.720,00	\$ 5.040,00	\$ 3.360,00	\$ 1.680,00
SUBTOTAL	\$ 8.400,00	\$ 6.720,00	\$ 5.040,00	\$ 3.360,00	\$ 1.680,00
COSTOS DE VENTA					
Promoción	\$ 8.500,00	\$ 9.265,00	\$ 10.098,85	\$ 11.007,75	\$ 11.998,44
SUBTOTAL	\$ 8.500,00	\$ 9.265,00	\$ 10.098,85	\$ 11.007,75	\$ 11.998,44
TOTAL	\$ 537.033,13	\$ 584.963,98	\$ 635.356,37	\$ 690.157,53	\$ 750.791,70

7. Estructura de ingresos

Cuadro N° 67. Cuota de mercado

Año	Cantidad demandada	Cantidad ofertada	Demanda insatisfecha	Demanda objetivo (0,009%)
2014	161072	24446	136626	1230
2015	183622	27868	155754	1402
2016	209329	31770	177559	1598
2017	238635	36218	202417	1822
2018	272044	41288	230756	2077
2019	310130	47069	263061	2368

Cuadro N° 68. Desagregación por paquetes

Item	Número de clientes	Porcentaje de segregación
Paquete N°1	86	0,07
Paquete N°2	123	0,10
Paquete N°3	221	0,18
Paquete N°4	492	0,4
Paquete N°5	307	0,25
Demanda objetivo (0,009%) año 1	1230	1

Cuadro N° 69. Número de paquetes a vender por año

NÚMERO DE PRODUCTOS VENDIDOS					
PRODUCTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Paquete N°1	86	98	112	128	145
Paquete N°2	123	140	160	182	208
Paquete N°3	221	252	288	328	374
Paquete N°4	492	561	639	729	831
Paquete N°5	307	350	400	455	519

Cuadro N° 70. Precio de venta al público por paquete

PRECIO DE VENTA DE PRODUCTOS					
PRODUCTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Paquete N°1	\$ 65,30	\$ 68,43	\$ 71,72	\$ 75,16	\$ 78,77
Paquete N°2	\$ 86,24	\$ 90,38	\$ 94,72	\$ 99,26	\$ 104,03
Paquete N°3	\$ 360,98	\$ 378,31	\$ 396,47	\$ 415,50	\$ 435,44
Paquete N°4	569,18	\$ 596,50	\$ 625,13	\$ 655,14	\$ 686,59
Paquete N°5	657,89	\$ 689,47	\$ 722,56	\$ 757,25	\$ 793,59

Cuadro N° 71. Estructura de ingresos

INGRESOS DEL PROYECTO					
PRODUCTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Paquete N°1	\$ 5.620,65	\$ 6.715,11	\$ 8.022,67	\$ 9.584,85	\$ 11.451,21
Paquete N°2	\$ 10.604,36	\$ 12.669,24	\$ 15.136,19	\$ 18.083,51	\$ 21.604,73
Paquete N°3	\$ 79.897,13	\$ 95.454,69	\$ 114.041,63	\$ 136.247,82	\$ 162.778,00
Paquete N°4	\$ 279.953,01	\$ 334.465,46	\$ 399.592,57	\$ 477.401,23	\$ 570.360,80
Paquete N°5	\$ 202.240,82	\$ 241.621,15	\$ 288.669,62	\$ 344.879,36	\$ 412.034,27
SUBTOTAL	\$ 578.315,96	\$ 690.925,64	\$ 825.462,68	\$ 986.196,77	\$1.178.229,01

Para la estructura de ingresos se procedió a realizar el siguiente cálculo: el total de la demanda objetiva por el precio de los paquetes calculando una media para el mismo.

8. **Estado proforma de resultados**

Cuadro N° 72. Estado proforma de resultados

ESTADO PROFORMA DE RESULTADOS					
RUBROS	AÑO1	AÑO2	AÑO3	AÑO4	AÑO5
Ventas netas	\$ 578.315,96	\$ 690.925,64	\$ 825.462,68	\$ 986.196,77	\$ 1.178.229,01
- Costos de producción	\$ 448.500,00	\$ 491.049,00	\$ 535.243,41	\$ 583.415,32	\$ 635.922,70
(=) Utilidad Bruta	\$ 129.815,96	\$ 199.876,64	\$ 290.219,27	\$ 402.781,46	\$ 542.306,31
-Costos de administración	\$ 71.633,13	\$ 77.929,98	\$ 84.974,11	\$ 92.374,46	\$ 101.190,56
-Costos de ventas	\$ 8.500,00	\$ 9.265,00	\$ 10.098,85	\$ 11.007,75	\$ 11.998,44
(=) Utilidad operativa	\$ 49.682,82	\$ 112.681,66	\$ 195.146,31	\$ 299.399,24	\$ 429.117,31
-Costo financiero	\$ 8.400,00	\$ 6.720,00	\$ 5.040,00	\$ 3.360,00	\$ 1.680,00
Activo diferido	\$ 2.260,00	\$ 2.260,00	\$ 2.260,00	\$ 2.260,00	\$ 2.260,00
(=) Utilidad neta antes de rep de utilidades	\$ 39.022,82	\$ 103.701,66	\$ 187.846,31	\$ 293.779,24	\$ 425.177,31
- Reparto de utilidades 15%	\$ 5.853,42	\$ 15.555,25	\$ 28.176,95	\$ 44.066,89	\$ 63.776,60
(=) Utilidad neta antes de impuestos	\$ 33.169,40	\$ 88.146,41	\$ 159.669,36	\$ 249.712,36	\$ 361.400,71
- Impuestos 25%	\$ 8.292,35	\$ 22.036,60	\$ 39.917,34	\$ 62.428,09	\$ 90.350,18
(=) Utilidad neta	\$ 24.877,05	\$ 66.109,81	\$ 119.752,02	\$ 187.284,27	\$ 271.050,53

9. **Balance general**

Cuadro N° 73. Balance general

DETALLE	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Activo corriente (capital de trabajo)	\$68.870,15	\$72.175,92	\$75.640,36	\$79.271,10	\$83.076,11	\$87.063,76
Activo fijo	\$35.458,00	\$35.458,00	\$35.458,00	\$35.458,00	\$35.458,00	\$35.458,00
Depreciación acumulada		\$18.388,13	\$18.388,13	\$18.388,13	\$17.908,13	\$17.908,13
Ac. diferi (valor anual de amort)		\$2.260,00	\$2.260,00	\$2.260,00	\$2.260,00	\$2.260,00
TOTAL DE ACTIVOS	\$104.328,15	\$91.505,78	\$94.970,23	\$98.600,97	\$102.885,98	\$106.873,63
Pasiv. corr (intereses)		\$8.400,00	\$6.720,00	\$5.040,00	\$3.360,00	\$1.680,00
Pasiv. Largo p. (préstamo)		\$14.000,00	\$14.000,00	\$14.000,00	\$14.000,00	\$14.000,00
Patrimonio	\$2.800,00	\$16.800,00	\$30.800,00	\$44.800,00	\$58.800,00	\$72.800,00
UTILID.EJERCICIO (Utilidad neta)		\$24.877,05	\$66.109,81	\$119.752,02	\$187.284,27	\$271.050,53
TOTAL PASIVO + PATRIMONIO	\$2.800,00	\$64.077,05	\$117.629,81	\$183.592,02	\$263.444,27	\$359.530,53

10. Flujo de caja

Cuadro N° 74. Flujo de caja

	RUBROS	0	1	2	3	4	5
+	VENTAS		578.315,96	690.925,64	825.462,68	986.196,77	1.178.229,01
+	VALOR SALVAMENTO						
-	COST. PRODUCC.		448.500,00	491.049,00	535.243,41	583.415,32	635.922,70
-	COSTOS. ADMINIS.		71.633,13	77.929,98	84.974,11	92.374,46	101.190,56
-	COSTOS VENTAS		8.500,00	9.265,00	10.098,85	11.007,75	11.998,44
-	COSTOS FINANCIEROS		8.400,00	6.720,00	5.040,00	3.360,00	1.680,00
-	AMORT. ACT. DIFE.(5 AÑ)		2.260,00	2.260,00	2.260,00	2.260,00	2.260,00
=	UTILID. ANTES DE REP. UT. E IMP.		39.022,82	103.701,66	187.846,31	293.779,24	425.177,31
-	REPARTO UTILIDADES		5.853,42	15.555,25	28.176,95	44.066,89	63.776,60
=	UTILIDADES ANTES DE IMP.		33.169,40	88.146,41	159.669,36	249.712,36	361.400,71
-	IMPUESTO		8.292,35	22.036,60	39.917,34	62.428,09	90.350,18
=	UTILIDAD NETA		24.877,05	66.109,81	119.752,02	187.284,27	271.050,53
+	DEPRECIACIONES		18.388,13	18.388,13	18.388,13	17.908,13	17.908,13
-	Vehículo de trabajo	70.000,00					
-	Equipos de computación y electrónicos	4.800,00					
-	Equipos de oficina	3.610,00					
	Muebles y enseres	4.410,00					
	Equipo de snorkeling	22.000,00					
	Menaje de baño	638,00					
-	INV. ACT. DIFERIDO	11.300,00					
-	INV. CAPITAL DE TRABAJO	68.870,15					
-	AMORT. PRESTAMO		14.000,00	14.000,00	14.000,00	14.000,00	14.000,00
	FLUJO DE CAJA	-141.628,15	-7.511,08	33.721,68	87.363,89	155.376,13	239.142,40

11. Evaluación financiera

Cuadro N° 75. Evaluación financiera

Valor Presente Neto (VPN)	\$ 123.926,02
Tasa Interna de Retorno (TIR)	36,63%
Relación Beneficio-Costo	\$ 3,59

Una vez realizada la evaluación financiera se tiene un VPN de \$123.926,02 lo cual es positivo, puesto que se generan ganancias.

La tasa interna de retorno es del 36,63% en relación con el 5% que es la tasa pasiva de los bancos, es decir que si se invierte en el proyecto la ganancia es considerable en relación con la ganancia del banco.

La relación beneficio costo es de \$3,59 es decir que por cada dólar invertido se obtiene una ganancia de \$2,59.

Cuadro N° 76. Periodo de recuperación del capital

Periodo de recuperación del capital de costos	(\$ 141.628,15)	(\$ 149.139,23)	(\$ 115.417,56)	(\$ 28.053,67)	\$ 127.322,46	\$ 366.464,86
--	-----------------	-----------------	-----------------	----------------	---------------	---------------

El periodo de recuperación del capital invertido es de 4 años después de que arranque el proyecto.

12. Punto de equilibrio

$$pq = \frac{\text{depreciación} + \text{costos fijos}}{\text{precio de venta al público} - \text{costo unitario de producción}}$$

Cuadro N° 77. Punto de equilibrio

Precio de venta	\$657,89
Costo de producción unitario	\$454,02
Costos fijos	\$90.793,13
Depreciación	\$18.388,13

Unidades en punto de equilibrio	536
Ingresos en punto de equilibrio	\$352.328,76

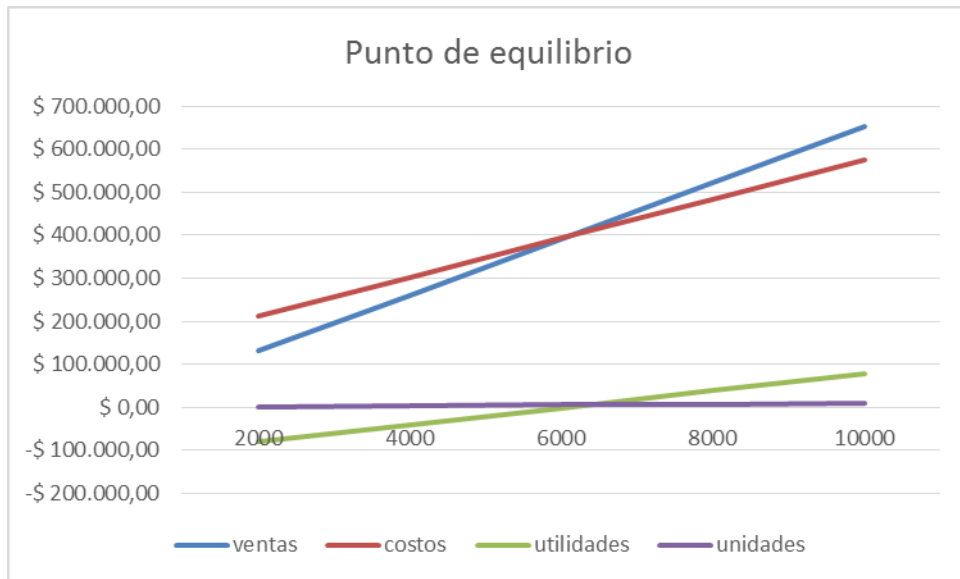
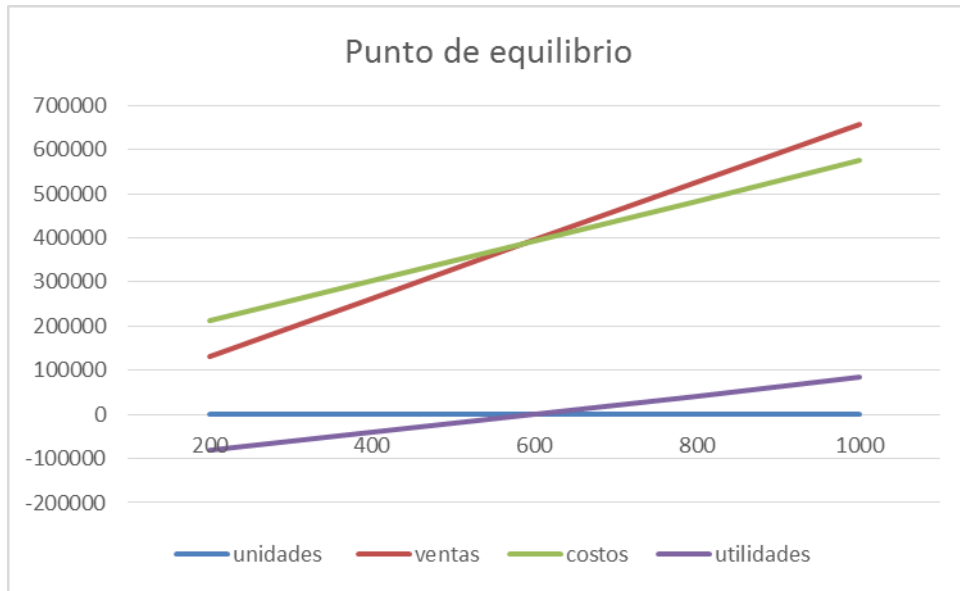
Se debe vender 536 paquetes de un costo de \$657,89 al año, para alcanzar el punto de equilibrio.

Precio de venta	\$65,30
Costo de producción unitario	\$45, 43
Costos fijos	\$90.793,13
Depreciación	\$18.388,13

Unidades en punto de equilibrio	5,495
Ingresos en punto de equilibrio	\$358.809,09

Se debe vender 5,495 paquetes de un costo de \$65,30 al año, para alcanzar el punto de equilibrio

Gráfico N° 55. Punto de equilibrio



VIII. CONCLUSIONES

- A.** El diagnóstico situacional del cantón Santa Cruz, permitió establecer la presencia de un alto déficit de cobertura de los servicios básicos tanto en el sector urbano como en el sector rural, creando dificultades en el desarrollo de la planta turística. La migración es frecuente en estudiantes principalmente, debido a la falta de centros escolares como colegios e universidades básicamente con una variedad de carreras que la población desea.

En el inventario de atractivos tenemos que el 100% son atractivos naturales que corresponden a jerarquía III y IV, es decir de gran acogida para el mercado turístico.

- B.** El estudio de mercado demuestra una preferencia evidente por los productos turísticos enfocados al ecoturismo, lo cual refleja beneficios sociales, valoración cultural y un alto respeto a la naturaleza.

- C.** Se estructuraron cinco paquetes turísticos, cada uno con su itinerario y análisis de costos, tres paquetes cuentan con un recorrido dentro de la isla Santa Cruz y los dos restantes poseen un recorrido entre la isla Santa Cruz y la isla Isabela. Dinamizando de esta manera la economía de las dos localidades.

- D.** Mediante la evaluación socio – ambiental se determinó que los componentes que aportan mayores impactos positivos al proyecto son los socio económicos, puesto que los mismos contribuyen al mejoramiento de la calidad de vida de la población, mientras que la flora, fauna, suelo y el mar son los componentes más susceptibles a recibir impactos por la actividad turística, sin embargo se puede contrarrestar con una buena definición de senderos, señalización, ubicación de letreros interpretativos y concientización a todos los visitantes sobre la importancia del respeto y conservación de cada uno de los componentes del medio.

- E.** El marco legal ecuatoriano establece las pautas legales para la operación de una empresa turística, para lo cual se ha tomado en cuenta todos los requerimientos de ley. De igual manera se presenta un presupuesto de estructura organizacional que permite cumplir con

los objetivos propuestos para el desarrollo de las actividades turísticas, siendo una herramienta principal para la definición del personal en las diferentes áreas.

- F.** El estudio financiero muestra que la comercialización de los paquetes turísticos permitirá la capitalización de la empresa generando una rentabilidad positiva, puesto que la inversión realizada se recuperará en el cuarto año de operación turística proporcionando una tasa interna de retorno del 36,63%, un valor actual neto de \$123.926,02 y una relación beneficio costo de \$3,59; es decir que por cada dólar invertido se obtendrá una ganancia de \$2,59.

IX. RECOMENDACIONES

- A.** Se recomienda mejorar la calidad de los servicios básicos, principalmente el servicio de agua potable del cantón Santa Cruz y de las demás islas pobladas que conforman el archipiélago, puesto que la provincia Galápagos no cuenta con grandes fuentes de agua dulce, lo cual dificulta la correcta ejecución de la actividad turística.
- B.** Tomando en cuenta el perfil del turista nacional e internacional, se recomienda ofertar mayoritariamente paquetes turísticos que integren actividades ecoturísticas, puesto que los visitantes están interesados en conocer la flora y fauna propia del sitio.
- C.** Se recomienda la elaboración de una fuerte campaña publicitaria en los primeros años, tomando en cuenta la presencia de varios competidores, también es importante establecer alianzas estratégicas, convenios con instituciones, obteniendo así un mejor desempeño, además del incremento en la demanda turística.
- D.** En cuanto a la evaluación socio–ambiental, se recomienda respetar las normas de visita del Parque Nacional Galápagos, lo cual contribuye a su conservación. De igual manera se recomienda la participación conjunta con la población para la ejecución de la actividad turística, lo cual facilita la dinamización de la economía local.
- E.** Para la futura contratación del grupo de trabajo que estará a cargo de la empresa se deberá tomar en cuenta el manual de funciones y respaldarse en las competencias laborales.
- F.** Se recomienda hacer un monitoreo y control constante del estado y calidad de cada uno de los establecimientos que prestan los servicios turísticos, de tal forma que esto permita elevar paulatinamente el nivel de satisfacción de los visitantes, garantizando de esta manera la calidad de la oferta turística.

X. RESUMEN

La presente investigación propone: elaborar un estudio de factibilidad para la implementación de un producto turístico para la tour operadora Expetourgal en el cantón Santa Cruz, provincia Galápagos.; se utilizó técnicas de investigación bibliográfica y de campo, se identificaron atractivos de jerarquía III. Se analizó la oferta, dando como resultado a clientes potenciales los visitantes extranjeros y en menor porcentaje los visitantes nacionales. En el estudio técnico se definió la planificación y se creó 5 paquetes turísticos de tipo ecoturístico principalmente, estableciendo los precios, costos y ganancias por paquete. Se estructuró la parte organizativa de la empresa con su respectivo manual de funciones y reglamento interno de la empresa, en cuanto a la parte legal se sustenta el proyecto en las leyes ecuatorianas relacionadas al ámbito turístico. Para el estudio socio-ambiental se tomó en cuenta la matriz Lázaro Lagos, la misma que dio como resultado la obtención de 273 puntos positivos contra 101 puntos negativos lo cual indica que el producto es ambientalmente factible. El análisis económico financiero determinó una inversión de \$185.628,15, costos e ingresos, estado de resultados, balance general, flujo de caja y punto de equilibrio. La evaluación financiera cuenta con indicadores como: un VAN positivo de \$123.926,02, un TIR del 36,63% y una relación beneficio costo de \$3,59. Se concluye que la empresa es económica y financieramente rentable, debiendo diversificar paquetes y servicios, captando de esta manera mayor mercado, efectuando un monitoreo constante de la planta turística para garantizar una mejor calidad en el producto ofertado.



XI. SUMMARY

This research proposes: to develop a study of feasibility for the implementation of a touristic product for the tour operator Expetourgal in Santa Cruz, Galápagos province. I was used some technical of bibliographic research and of field, I identified attractive of hierarchy III. I analyzed the offer, it was a result to potential clients such as foreign visitors and in less percent the national visitors. In the technical study. I defined the planning and, I created five tour packages from ecotourism kind, also the prices, costs, earnings. I structured the organizational part from the factory with its functions' manual and rules of procedure. The legal sphere was done with Ecuadorian laws of tourist sphere. The socio environmental study was done with the matrix Lázaro Lagos, it was a result of 273 positive points and 101 negative points, it has a environmentally positive. In financial economic analysis had a investment of \$185.628,15, costs, moneymakers, income statement, balance sheet, cash flow and breakeven. The financial evaluation has indicators such as: positive AVN of \$123.926,02, a RTI of 36,63% and a benefit cost ratio of \$3,59. This factory is economically profitable, the factory have to create some new tour packages and services to get more visitors and the factory must to do frequently controls from services to give warranty of a better quality in the offered products.



XII. BIBLIOGRAFÍA

- 1) ARBOLEDA, G. (1998) “Proyectos Formulación, Evaluación y control” Colombia.
- 2) BIRMIHAN (2013) (en línea) “Fundamentos de administración financiera” Consultado el 12 de diciembre del 2013 Disponible en: www.muece.org.ar/pdf/apuntes/contador/654/C654T01.doc
- 3) CHAVIANO, M. Y HERNÁNDEZ, Y. 2007 (en línea) “Diseño de un producto turístico” Consultado el 11 de diciembre del 2013. Disponible en: <http://es.slideshare.net/frankorojas/clase-4-diseo-de-productos-turisticos>
- 4) COBRA, M. (2003) “Marketing de servicios, estrategias para turismo, finanzas, salud y comunicación”.
- 5) GÓMEZ G. (2013) (en línea) “Evaluación de alternativas de inversión” Consultado el 3 de diciembre del 2013. Disponible en: <http://www.gestiopolis.com/canales/financiera/articulos26/bc.htm>
- 6) GURRÍA, A. (1996) (en línea) “El producto turístico y el estudio de mercado” Consultado el 12 de diciembre del 2013. Disponible en: <http://web.ua.es/es/revistageographosgiyecryal/documentos/.pdf?noCache=1356600583859>
- 7) GURRÍA, M. (1991) “introducción al turismo” Trillas México pp15-18, 52-62,67-76-79,80.
- 8) HERNÁNDEZ, E. (1997) “Proyectos Turísticos, Formulación y Evaluación”. Editorial Trillas México.

- 9) KOENING, E. (1994) (en línea) “El producto turístico”. Disponible en: http://www.ehowenespanol.com/definicion-promocion-turistica-sobre_88156/. Consultado el 02 de diciembre del 2013
- 10) LUQUE, Y. (2009) (en línea) “Definición de Turismo” Consultado el 10 de diciembre del 2013. Disponible en: <http://www.monografias.com/trabajos17/turismo/turismo.shtml>
- 11) MAE, (2013) (en línea) “Sistema Nacional de áreas protegidas” Consultado el 4 de diciembre del 2013. Disponible en: <http://www.ambiente.gob.ec/sistema-nacional-de-areas-protegidas/>
- 12) MEDINA, I. 2001. “Enfoque y preferencia de la demanda turística”. Edición. Mc Graw Hill 2001.
- 13) MINTUR, (2013) (en línea) “Turismo consciente” Consultado el 5 de diciembre del 2013. Disponible en: <http://www.turismo.gob.ec/turismo-consciente-una-propuesta-de-ecuador-al-mundo-se-presenta-en-colombia/>
- 14) MUÑOS, A. (2009) (en línea) “Diseño de productos turísticos para la hacienda Releche, parroquia Candelaria, cantón Penipe, provincia Chimborazo”. Memorias de prácticas preprofesionales II, Ingeniería en ecoturismo, Riobamba –Ecuador. Escuela Superior Politécnica de Chimborazo.
- 15) OCAMPO, J. (2003) “Costo y evaluación de proyectos” Primera edición México.
- 16) SANTILLAN, R. (2005) “Tecnología y medio Ambiente” ESPOCH Riobamba – Ecuador.
- 17) SI SE PUEDE ECUADOR, (2012) (en línea) “Conservación de la flora y fauna” Consultado el 11 de diciembre del 2014. Disponible en: <http://www.sisepuedeecuador.com/index.php/2012-11-30-18-30-11/turismo->

urbano/item/13594-conservaci%C3%B3n-de-la-flora-y-fauna-de-las-islas-gal%C3%A1pagos. Consultado el 9 de mayo del 2014.

- 18)** TIERRA, N. (2008) Texto Básico “Paquetes Turísticos” ESPOCH Riobamba – Ecuador Pág. 6-8
- 19)** VELES, J. (1998) (en línea) “La empresa turística con sus elementos”. Disponible en: <http://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/11473/6/TEMA1%20PRODUCCION%20EN%20LA%20EMPRESA%20TURISTICA.pdf>. Consultado el 2 de diciembre del 2013.
- 20)** YUCTA, P. (2002) Diseño y Formulación de Proyectos Ecoturísticos Riobamba – Ecuador Pág. 52

XIII. ANEXOS

ANEXO N° 01: Encuesta para turistas nacionales



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE RECURSOS NATURALES
ESCUELA DE INGENIERÍA EN ECOTURISMO



El objetivo de esta encuesta, es establecer las características para la implementación de un Producto Turístico, en puerto Ayora, cantón Santa Cruz.

Reciba un cordial saludo

INFORMACIÓN BÁSICA			
1 ¿Edad?			
1.1 Menos de 20 años	1.2 (21-40) años	1.3 (41-60) años	1.4 Más de 61 años
2 ¿Género?			
2.1 Masculino		2.2 Femenino	
3 ¿Estado Civil?			
3.1 Soltero	3.2 Casado	3.3 Divorciado	3.4 Viudo
4 ¿Procedencia?			
4.1 Provincia			
5 ¿Nivel de estudio?			
5.1 Primaria	5.2 Secundaria	5.3 Universidad	5.4 Post-Grado
6 ¿Ingresos Mensual?			
6.1 De 500 a 1000	6.2 De 1001- 2000	6.3 Más de 2001	
PREFERENCIAS DE VIAJE			
7 ¿Cuál es el motivo de su viaje?			
7.1 Relax	7.2 Estudios	7.3 Trabajo	7.4 Otros
8 ¿Cómo prefiere viajar?			
8.1 Independientemente		8.2 Mediante agencia de viajes	
9 ¿Con quién realiza sus viajes?			
9.1 Familia	9.2 Amigos	9.3 Pareja	9.4 Solo
10 ¿Ha visitado anteriormente Galápagos?			
10.1 Si		10.2 No	
11 ¿Qué tipo de turismo le gustaría realizar?			
11.1 Ecoturismo		11.2 Turismo de aventura	
11.3 Turismo comunitario		11.4 Cruceros	
12 ¿Cuántos días permanecerá en Galápagos?			
12.1 (1 a 2 días)	12.2 (3 a 4 días)	12.3 (5 a 6 días)	12.4 (Más de 7 días)
13 ¿Qué actividades le gustaría realizar?			
13.1 Senderismo		13.2 Campamentos	13.3 Kayak
13.4 Observación astronómica		13.5 Degustar comida típica	

13.6 Snorkeling		13.7 Ciclismo	
13.8 Cabalgatas		13.9 Observación del flora y fauna	
13.10 Visitar festividades culturales		13.11 Otros (especifique)	
14 ¿Le gustaría comprar los paquetes turísticos que ofertará la tour Operadora Expetourgal?			
14.1 Si ()		14.2 No ()	
15 ¿Qué tipo de hospedaje prefiere?			
15.1 Clase económica		15.2 Clase media	
15.3 Clase alta		15.4 Lujo	
16 ¿Qué tipo de comida prefiere?			
16.1 Menú		16.2 Típica de la zona	
16.3 Comida vegetariana		16.4 Comida internacional	
17 ¿Cuánto estaría dispuesto a gastar diariamente?			
17.1 \$50.00 a \$100.00		17.2 \$101.00 a \$200.00	
17.3 \$201.00 a \$300.00		17.4 Más de \$301.00	
18 ¿Por qué medio de comunicación usted se informa sobre actividades turísticas?			
18.1 TV		18.2 Internet	
18.3 Revistas		18.4 Agencias de viajes	
19 ¿Cuál sería su forma de pago preferida?			
19.1 Efectivo		19.2 Tarjeta de crédito	
GRACIAS POR SU COLABORACIÓN			

ANEXO N° 02: Encuesta para turistas internacionales



**ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE RECURSOS NATURALES
ESCUELA DE INGENIERÍA EN ECOTURISMO**



Read the information below. Please be honest.

BASIC INFORMATION			
1. Age?			
1.1. (1-20) years	1.2 (21-40) years	1.3 (41-60) years	1.4 More than 61 years
2. Gender?			
2.1 Male		2.2 Female	
3. Marital status?			
3.1 Single	3.2 Married	3.3 Divorced	3.4 Widower
4. Country of origin?			
5. Education Level?			
5.1 Elementary		5.2 School	
5.3 Hi school		5.4 Barchelor	
6. Which is your salary per month?			
6.1 (\$500 - \$1000)	6.2 (\$1001 to \$1,200)		6.3 More than \$2001
TRAVEL REFERENCE			

7. What is the purpose from your trip?			
7.1 Relax	7.2 Studies	7.3 Work	7.4 Other
8. How do you prefer to travel?			
8.1 Independently		8.2 Through a travel agency	
9. Accompaniment?			
9.1 Family	9.2 Friends	9.3 Couple	9.4 Alone
10. Have you been visited Galapagos before?			
10.1 Yes		10.2 No	
11. What kind of tourism would you like to do?			
11.1 Ecotourism		11.2 Adventure tourism	
11.3 Community Tourism		11.4 Cruises	
12. How many days will you spend in Galápagos?			
12.1 (1 a 2 days)		12.2 (3 a 4 days)	
12.3 (5 a 6 days)		12.4 (more than 7 days)	
13. What kind of activities would you like to do?			
13.1 Hiking		13.2 Camping	
13.3 Kayak		13.4 Astronomical observations	
13.5 Taste typical food		13.6 Snorkeling	
13.7 Cycling		13.8 Horseback	
13.9 Observing wildlife		13.10 Other (specify)	
14. Would you like to buy the tour packages in the Expetourgal tour operator?			
14.1 Yes ()		14.2 No ()	
16. What kind of accommodation do you prefer?			
16.1 Economy Class		16.2 Middle class	
16.3 High class		16.4 Luxury	
17. What type of food you prefer?			
17.1 Menu		17.2 Typical	
17.3 Vegetarian food		17.4 International food	
18. How much can you spend each day?			
18.1 \$50.00 – \$100.00		18.2 \$101.00 – \$200.00	
18.3 \$201.00 - \$300.00		18.4 More of \$301.00	
19. How do you get information about the places before visit it?			
19.1 TV		19.2 Internet	
19.3 Magazines		19.4 Travel Agency	
20. How would you like to pay?			
20.1 Cash		20.2 Credit card	
THANKS			

ANEXO N° 03. Oferta complementaria y sustitutiva

N°	Nombre (Razón social)	Propietario	Representante	Dirección	Categoría	Teléfono	Mail	Web
UBICACIÓN: CANTÓN SANTA CRUZ ACTIVIDAD TURÍSTICA: AGENCIAS DE VIAJES TIPO DE ACTIVIDAD: AGENCIA DE VIAJE								
1	DARWIN TOURS	AGENCIA DE VIAJES LOS VIAJES DE DARWIN S.A. DARWINTOURS	GAIBOR GASTELU FEDERICO	AV. BALTRA Y ENRIQUE FUENTES	OPERADOR A	2527021 2527021	losviajesdedarwin@yahoo.es	
2	GALÁPAGOS WALKER	GALAWALKER S.A	JACQUELINE FAJARDO	AV. THOMAS DE BERLANGA Y 12 DE FEBRERO	OPERADOR A	53013894 52524625	galapagoswalker@hotmail.com	
3	BRISAS DEL PACIFICO	BRISAS DEL PACÍFICO S.A.	JANETH CEDEÑOS BALLESTEROS	CALLE FLOREANA Y ADOLFO HANNY	OPERADOR A	2527394	janetcrb@hotmail.com	
4	BUTTON MANGROVE ADVENTURE	HARAS BUNGA CÍA LTDA	JACQUELINE VASQUEZ	AV. CHARLES DARWIN	OPERADOR A	2527011	polonavarro@galapagosmagic.com	www.galapagosmagic.com
5	TORTUBAY	TORTUGA BAY CÍA LTDA TORTUBAY	JACINTO MARIANO CADENA PALLO	CALLE SEYMOUR S/N Y FRAGATA	OPERADOR A	2527341	ventas@tortubay.com	
6	SOPE DIVING	DON SOPE CÍA. DE TURISMO S.A DOSOTUSA	JAIME CAMILO SOBERON CAÑARTE	C. ISLAS PLAZAS Y OPUNTIA, SECTOR	OPERADOR A	3014354	don_sope@hotmail.com	www.sopediving.com

				CENTRAL				
7	EAGLERAY TOURS VIAJES Y TURISMO CÍA. LTDA.	EAGLERAY TOURS VIAJES Y TURISMO CÍA. LTDA.	ILIANA LLORENTE FERNANDEZ	C. ISLAS PLAZAS S/N Y THOMAS DE BERLANGA	OPERADOR A	2524172	eagleraytours@hotmail.com	www.eagleraytours.com.ec
8	GALAPAGOS VOYAGES S.A.	VOYAGES S.A.	JORGE ESPINOZA ANDRADE	AV. CHARLES DARWIN	OPERADOR A	2526833	galapagosvoyages2008@hotmail.com	
9	OCEAN TRAVEL	OCEAN TRAVEL S.A OCETRAV	HUGO CELI AGUIRRE	C. THOMAS DE BERLANGA Y 12 DE FEBRERO	OPERADOR A	2527437	ocean_travel07@hotmail.com	
10	GALAPAGOS PEOPLE	GALAPAGOS PEOPLE S.A.	ANA CHAPI FARFAN	AVENIDA CHARLES DARWIN Y FLOREANA	OPERADOR A	2524866 2527117	info@galapagospeople.com	www.galapagospeople.com
11	IGUANA TRAVEL	IGUANA TRAVEL S.A.	ADOLFO PADDY INTRIAGO PATA	AV. CHARLES DARWIN	OPERADOR A	2524464	paddygalapagos@yahoo.com	www.galapagosdream.com
12	HAMMERHEAD GALÁPAGOS	PURE NATURE PURA NATURALEZA VIAJES CIA . LTDA.	MATEO ESPINOZA	MARCHENA S/N Y MICONIA (FRENTE A LA ESCUELA GUAYASAMIN)	OPERADOR A	3013263 3013263	eduardogs73@gmail.com	
13	GISLOBOS	GALAPAGOS ISLAS LOBOS S.A.	JULIA ESTHER LLAMUCA VILEMA	AV. BALTRA S/N Y THOMAS DE BERLANGA ESQ.	OPERADOR A	3013789	islaslobos@hotmail.com	

14	VERMILION	VERMILION TOURS S.A.	INGRID LARA LEON	C. ISLAS PLAZAS Y AV. CHARLES DARWIN	OPERADOR A	95951499 1 2524249	agenciavermiliontours@hotmail.com	
15	SIERRA NEGRA EXPEDICIONES Y ECOTURISMO	SIERRA NEGRA EXPEDICIONES CIA LTDA.	JOSE COQUE JARA	AV. CHARLES DARWIN	OPERADOR A	2526261	hotelcoralblanco@gmail.com	www.tours-galapagos.com
16	NEW LIFE TRAVEL	NEW LIFE CIA. LTDA	ROSE ROSE ROSE EDUARDO	AV. CHARLES DARWIN Y 12 DE FEBRERO	OPERADOR A	2526087 2526087	queenmabel@gmail.com	
17	TRAVEL MAKERS	RED MANGROVE INN S.A.	SANDRA CASTILLO PIEDRA	AV. CHARLES DARWIN Y PIQUEROS	OPERADOR A	2526564	rdager@redgalapagos.com	www..redmangrove.com
18	GALATOURS	GALATOURS S.A.	RUBEN HIDALGO MEDINA	RABIDA ENTRE CUCUVE Y FLOREANA	OPERADOR A	2526327	ptoayora@kleintours.com	www.galapagosecuador.com
19	ANGELITO HALAGA	ANGELITO HALAGA S.A	HUGO ANDRADE SERRANO	CHARLES BINDFOR S/N BARRIO LAS NINFAS	OPERADOR A	2526420 2526420	hugoandrade@galapagosvirtual.com	www.angelitogalapagos.com
20	GALAPAGOS CRUISING MURAN	GALAPAGOS CRUISING MURAN S.A.	GEOCONDA MORA LEON	C.ISLAS PLAZAS Y ENRIQUE FUENTES. ESQ.	OPERADOR A	2524838	galapagoscruisingmuran@yahoo.com	www.galapagosnative.com
21	OCEAN SUNFISH TRAVEL S.A.	OCEAN SUNFISH TRAVEL S.A.	BOHORQUEZ MARIA GABRIELA	C. ESCALESIA Y PETREL	OPERADOR A	2527471	paul@galapex.com	www.galapex.com

22	PENGUIN EXPEDITIONS	PENGUIN EXPEDITIONS CIA. LTDA.	CECILIA CABRERA BARRENO	CALLE CHARLES BINFORD S/N E ISLAS PLAZAS	OPERADOR A	2527379 2524844	penguinedivecenter@islasantacruz.com	www.galapagospenguinexpeditions.com
23	ISLAS DE FUEGO EXPEDITIONS CÍA. LTDA.	ISLAS DE FUEGO EXPEDITIONS CÍA. LTDA	MIRIAN ADRIANA HERRERA GRANDA	C. MOISES BRITO Y JUAN MONTALVO	OPERADOR A	2526489	islasdefuego@jpsinter.net	www.islasdefuego.com
24	PLANET GALAPAGOS S.A.	PLANET GALAPAGOS S.A.	SONIA FREIRE NAVAS	AV. BALTRA Y 10 DE MARZO	OPERADOR A	94206469 2523040	jaimeguia@hotmail.com	
25	CORMORANT TOURS S.A.	CORMORANT TOURS S.A.CORMOTOURS	ANGEL GUSTAVO VILLACÍS GUAYLLAZACA	AV. CHARLES DARWIN	OPERADOR A	2526407 2526407	yatecormorant@yahoo.com	www.cormorantexpeditions.com
26	ACADEMY BAYDIVING	ACADEMY BAYDIVING S.A.	HUGO MASAQUIZA JEREZ	AV. CHARLES DARWIN Y AV. BALTRA	OPERADOR A	52524164	galaps_academybay@hotmail.com	www.academybaydiving.com
27	SCUBA IGUANA	SCUBA IGUANACORP S.A.	VERONICA CLAVIJO GONZALEZ	AV. CHARLES DARWIN	OPERADOR A	2526296 2526497	info@scubaiguana.com	www.scubaiguana.com
28	JOYBE TOURS	OYBE TOURS S.A.	BETTY YANINE MEJÍA SANCHEZ	C. ISLAS PLAZAS Y AV. CHARLES DARWIN	OPERADOR A	2527055	joybe_touris@hotmail.com	
29	GALAPAGOS YACHTS UNLIMITED GALAYACHTS S.A.	GALAPAGOS YACHTS UNLIMITED GALAYACHTS S.A.	MANUEL MOREANO SILVA	AV. CHARLES DARWIN Y THOMAS DE BERLANGA	OPERADOR A	2527515 2524363	antonio@galayachts.com	www.galayachts.com

30	YACHTGALA	YACHTING GALAPAGOS S.A.	JHONNY ROMERO MEJIA	C. SEYMOUR Y FRAGATA	OPERADOR A	2527403	javier.pluas@naugala.com	www.galapagosdestiny.com
31	ALBATROS TOURS	ALBATROS TOURS ALTOGAL S.A.	EDISON ENRIQUEZ LOMBEIDA	AV. CHARLES DARWIN Y BALTRA	OPERADOR A	2526948 2526948	albatrostours@gpsinter.net	www.albatrostoursgalapagos.com
32	GNM EXPEDITIONS CÍA. LTDA.	GNM EXPEDITIONS CÍA. LTDA.	JESSENIA YADIRA REYES CABRERA	AV. BALTRA E INDEFATIGABLE	OPERADOR A	2526553 2526903	jrcgalapagos@gmail.com	www.gnm-expeditions.com
33	GALAPAGOS MUNDO MAGICO	GALAPAGOS MUNDO MAGICO GALAMAGIC S.A.	KARIN ISABEL KUGELE	C. TOMAS DE BERLANGA Y AV. CHARLES DARWIN Y	OPERADOR A	2524377	championstours@hotmail.com	www.galamagic.com.ec
34	GALAPAGOS DEEP	GALAPAGOS DEEP S.A. GALDEEP	DAVID ASCENCIO ANCHUNDIA	INDEFATIGABLE S/N Y MATAZARNO	OPERADOR A	52527045 2526307	galapagosdeep08@hotmail.com	www.galapagosdeep.com
35	LAND SEA HEAVEN TOURS	LAND SEA HEAVEN TOURS S.A	TORRES JOSE MIGUEL	CHARLES BINFORD Y AV. CHARLES DARWIN	OPERADOR A	3015034	landseaheaven@hotmail.com	www.landseaheaven.com
36	MACARRON'S SCUBA DIVER AGENCY S.A	MACARRON'S SCUBA DIVER AGENCY S.A	JUAN CARLOS MONCAYO	AV. CHARLES DARWIN E INDEFATIGABLE	OPERADOR A	3015159 2524080	info@macarronscubadiver.com.ec	www.macarronscubadiver.com.ec
37	NAVYTOURING	NAVYTOURING SERVICIOS NAVIEROS Y TURISTICOS LUCIO S.A.	GRACIELA GONZALES BAJAÑA	C. ENRIQUE FUENTES Y OPUNTIA	OPERADOR A	2524634	gracielagonzalesb@hotmail.com	

38	CABOMARTOUR	CABOMARTOUR S.A	ALBERTO ISRAEL BRAVO CONSTANTE	AV. CHARLES DARWIN S/N Y COLONOS	OPERADOR A	52524859	cabomartur@hotmail.com	
39	GALATRAVEL	GALATRAVEL S.A	DANIEL SOTOMAYOR	AV. CHARLES DARWIN	OPERADOR A	52527141	info@galatrael.com.ec	www.galatrael.com.ec
40	GALICIA TOURS	GALICIATOURS S.A	ALEJANDRO PODALIRIO HERRERA	AV. CHARLES DARWIN Y LAS NINFAS (JUNTO A RESTAURANTE SALVAVIDAS)	OPERADOR A	52524539 52526947	galiciatours@yahoo.com	www.galiciatours.com.ec
41	GALASAUTOUR	GALAPAGOS SAUL TOUR OPERADOR S.A. GALASAUTOUR	EDWIN VICENTE ALDAZ HUGO	AV. BALTRA (DIAGONAL HOSTAL SIR FRANCIS DRAKE)	OPERADOR A	3015354	galasautour@hotmail.com	
42	GALAEDEN	GALAEDEN CIA. LTDA.	ANDRADE TORRES EFRAIN GONZALO	AV. BALTRA Y THOMAS DE BERLANGA	OPERADOR A	2527329	belen.andrade@gmail.com	
43	KEANNA GALÁPAGOS TOURS	KEANNA GALÁPAGOS TOURS S.A.	JULIAN MAXIMO QUIMI MORA	AV. BALTRA Y CHARLES BINFORD	OPERADOR A	3015320	brimargalapagostours@hotmail.com	
44	NAUTIDIVING	NAUTIDIVING S.A	AFRICA BERDONCES DURAN	AV. CHARLES DARWIN y AV. BALTRA	OPERADOR A	2526096 2527004	info@nautidiving.com	www.nautidiving.com
45	TRAVELLING ECUADOR	TRAVELLING ECUADOR S.A. DOORTRAVEL	LUIS JARA MOSQUERA	AV. CHARLES DARWIN	OPERADOR A	2527125 2527125	luisjara69@yahoo.com	www.galapagostravellers.com

46	ESPAÑOLA TOURS	ESPAÑOLA TOURS AGENCIA DE VIAJES Y TURISMO CIA. LTDA	GINNO RAMON ZAVALA ANDRADE	CALLE CHARLES BINFORD S/N E PLAZAS	OPERADOR A	2527078 2524360	info@espanolatours.com. ec	
47	GALÁPAGOS NATURAL PARADISE	GALNAPA S.A	FERNANDO MORENO MORA	BARRIO LA CASCADA CALLE VEHICULAR NO. B	OPERADOR A	3015052 2524197	invicta_galapagos@hotm ail.com	
48	GALÁPAGOS MOCKING BIRD	GALAPAGOS MOCKING BIRD S.A.	MARIA GABRIELA RUEDA LLERENA	C. ISLAS PLAZAS S/N Y CHARLES DARWIN	OPERADOR A	3014677	gaby_rll@hotmail.com	
49	GALAGENTS	GALAPAGOS MARITIME AGENTS S.A.	ALEXIS GORDILLO GRANDA	CALLE ALBATROS E ISABELA	OPERADOR A		GERENCIA@GALAGE NTS.COM	WWW.GALAGENT S.COM
50	GALAPAGOS SEA STAR TRAVEL	SEA STAR TRAVEL S.A.	MAYRA TIPAN MORA	IGNACIO HERNANDEZ E ISLA DUNCAN, BARRIO LA UNION	OPERADOR A	3013310	galapagos- seastartravel@hotmail.co m	
51	AQUA TOURS	AQUATOURS CIA. LTDA.	HARO ZAMBRANO ROBERTO	C. FRAGATA Y SEYMOUR NORTE	OPERADOR A	2527303 526632	galapagosaquatours@yah oo.com	www.galapagosaquat ours.com
52	LONESONE GEORGE	LONESONE GEORGE CIA. LTDA.	VACA PEÑAHERRERA VICTOR	AV. BALTRA ESQ. Y OPUNTIA	OPERADOR A	2526245 2526245	lonesomegrg@yahoo.com	www.lonesomegeorge .com.ec

53	GALAPATOUR	GALAPATOUR CIA. LTDA.	LILIANA BETANCOURT BALLESTEROS	C. RODRIGUEZ LARA Y GENOVESA	DUALIDAD	2526258 2524097	info@galapatour.com	www.galapatour.com
54	CARAPACHO TOURS	DELGOVISA REPRESENTACIONES INTERNACIONALES S.A.	JENIFFER SUSANA DELGADO OVIEDO	AV. BALTRA E HILARIO PAREDES CALLE	DUALIDAD	2524679	presidencia@carapachotours.com	www.carapachotours.com
55	GALAPAGOS TIP TOP DIVE CENTER	GALÁPAGOS DIVE CENTER GDC CÍA. LTDA.	MAHAUAD WITTMER JORGE ANTONIO	CALLE CHARLES BINFORD S/N Y DUNCAN	DUALIDAD	3014745	jorgeantoniomw@hotmail.com	www.galapagosdivecenter.com

Nombre (Razón Social)	Propietario	Representante	Dirección	Categoría	Habitaciones/ Plazas Habitaciones	Teléfono	Mail	Web
UBICACIÓN: CANTÓN SANTA CRUZ ACTIVIDAD TURÍSTICA: ALOJAMIENTO TIPO DE ACTIVIDAD: PENSIÓN								
ANGERMEYER WATER FRONT INN	TEPPI ANGERMEYE R LITUMA		BARRIO ESTRADA	PRIMERA	7/ 14	52526134	tangermeyer@yah oo.com	angermeyerwaterfrontin n@gmail.com
GALAPAGOS SUITES	CARDOSO RHOR JOSELINE	CARDOSO RHOR JOSELINE	CALLE CUCUVE S/N Y FLOREANA	PRIMERA	6/ 12	52526209 52526209	info@galapagossu ites.com	galapagossuites.com
CASALAIGUAN A	CASALAIGUA NA CASIGU S.A.	JUAN GERARDO ALGELT KRUGER	BARRIO PUNTA ESTRADA	PRIMERA	6/ 12	42832020	dianabalt@hotmail.com	www.galapagoswilla.com
GALÁPAGOS BAY HOUSE	FURIO VALBONESI VALBONESI	FURIO VALBONESI VALBONESI	PUNTA ESTRADA, BAHIA TIBURON	PRIMERA	6/ 15	2526725	info@furivolbone si.com	www.magiccruises.com
ESCALESIA	ESCALESIA S.A	OSWALDO JOSÉ MOLESTINA ZAVALA	CALLE FLOREANA S/N; INTERSECCIÓ N AV. CHARLES DARWIN	PRIMERA	6/ 14	52527100 2527100	omz@gye.satnet.n et	
JEAN' S HOME	SCHREYER GORLITZ GUNDA	SCHREYER GORLITZ GUNDA SRA.	BARRIO PUNTA ESTRADA	SEGUNDA	6/ 12	2526446	gundisg@hotmail.com	

HOSTELLING 1028	VICTORIA FLORES CARRILLO	VICTORIA FLORES CARRILLO	CALLE FLOREANA S/N; INTERSECCIÓ N AV. CHARLES DARWIN	SEGUNDA	6/ 16	52524153	info@1028hostalg alapagos.com	www.1028hostalgala pagos.com
MI CALETA INN	RODRIGO JACOME SPECK	RODRIGO JACOME SPECK	C. DAPHNE S/N Y PETREL	SEGUNDA	6/ 12	2526335 2526335	execyres@gmail.c om	www.galapagos- micaletainn.com
GARDNER	HUGO WILFRIDO CELI AGUIRRE	HUGO WILFRIDO CELI AGUIRRE	ISLAS PLAZAS ENTRE BOLÍVAR NAVEDA Y 12 DE FEBRERO	SEGUNDA	10/ 30	2526979 2526108	hotelgardner@yah oo.com	www.hotelgardnergalap agos.com
BAMBU GALAPAGOS EL	JUAN SEBASTIAN ARELLANO		ISLAS DUNCAN Y CALLE ALBATROS S/N	SEGUNDA	6/ 10	52524085		www.viajeroexploraec uador.com
CUCUVE SUITES	JUAN SCHIESS HUNZIKER	JUAN SCHIESS HUNZIKER	CALLE CHARLES BINFORD S/N	SEGUNDA	6/ 12	52526058 2526266	gerencia@electro nautica.com.ec	
DIVINE'S BAY OCEANFRONT ECO CHALETS	INMOBILIARI A DIVIMONT S.A.	STEVEN CONRAD DIVINE BRANCH	BARRIO PUNTA ESTRADA	SEGUNDA	7/ 14	82920477	moonrise@easyne t.net.ec	
PEREGRINA BED & BREAKFAST	MARCO AGUIRRE BOGUEL	MARCO AGUIRRE BOGUEL	AV. CHARLES DARWIN E INDEFATIGA	TERCERA	10/ 19	2526328	peregrinagalapago s@yahoo.com	

			BLE ESQ.					
SANTA CRUZ	CRISTÓBAL HERAZO DEL VALLE	CRISTÓBAL HERAZO DEL VALLE	AV. BALTRA E INDEFATIGA BLE	TERCERA	9/ 21	2524723	galapagosantacruz @hotmail.com	
AMIGOS LOS	ROSA ROSERO MARIÑO	ROSA ROSERO MARIÑO	AV. CHARLES DARWIN	TERCERA	7/ 15	2526265	mariluisa62@yah oo.es	
DARWIN	RICARDO SOTOMAYOR NEIRA	RICARDO SOTOMAYOR NEIRA	AV. BALTRA Y THOMAS DE BERLANGA	TERCERA	12/ 21	2526096		
TIPO DE ACTIVIDAD: APARTAMENTO TURÍSTICO								
GALAPAGOS APART AND SUITES	CASTRO CORAY MIGUEL ANTONIO	CASTRO CORAY MIGUEL ANTONIO	AV. BALTRA E INDEFATIGA BLE	PRIMERA	6/ 16	52527051 2527051	tony@galapagosa partandsuites.com	www.galapagosapartan dsuites.com
SANTA FE	AJOY MA. ELENA	AJOY MA. ELENA	CHARLES BINFOR y JUAN MONTALVO	PRIMERA	7/ 19	2526419 2526593	santafeii@islasant acruz.com	www.santafeii.com
CASA DEL LAGO LODGING HOUSE	ELENA ALVARADO RUIZ	ALVARADO RUÍZ CLARA ELENA	C. MOISÉS BRITO s/n	PRIMERA	4/ 11	2524116	galapagoscultural @hotmail.com	www.galapagoscultural. com
SUITES MATAZARNO	DELIO SARANGO	DELIO SARANGO CUENCA	KARL ANGERMEYE	SEGUNDA	6/ 14	2524376	deliosarango_195 7@yahoo.com	

	CUENCA		R Y FLOREANA					
MAIDITH GALAPAGOS	AGREDA AGUIRRE MARÍA EDITH	AGREDA AGUIRRE MARÍA EDITH	C. RABIDA S/N Y PIQUEROS	SEGUNDA	9/ 35	2526311	magreda@iess.go v.ec	www.maidithgalapagos. com
CHALET GALAPAGOS	MARIA DEL PILAR ANDRADE	MARIA DEL PILAR ANDRADE	BARRIO PUNTA ESTRADA	TERCERA	6/ 14	2526301	enchantedislands @accesinter.net	
TIPO DE ACTIVIDAD: HOSTAL								
RED BOOBY	SERVICIOS HOTELEROS Y TURISTICOS RED BOOBY CIA LTDA.	MARIA PURIFICACION SALINAS	ISLAS PLAZAS Y CHARLES BINFORD	PRIMERA	6/ 60	2526486 2526485	info@hotelredboo by.com.ec	www.hotelredbooby.co m.ec
GALAPAGOS ISLAND	BETANCOUR T ROSITA LILIANA	BETANCOURT ROSITA LILIANA	PETREL Y FLOREANA	PRIMERA	16/ 32	53013709 52526258	administration@c asanaturahotel.co m	www.casanaturahotel.c om
RED MANGROVE INN	RED MANGROVE INN S.A	SANDRA CASTILLO PIEDRA	AV. CHARLES DARWIN S/N	PRIMERA	14/ 40	2526564 2524475	recepcion@redma ngrove.com	www.redmangrove.com
SILBERSTEIN	GALAEXTUR CIA. LTDA.	SILBERSTEIN WERNER	AV. CHARLES DARWIN S/N Y PIQUEROS	PRIMERA	22/ 39	2526277 2526277/2526 0	info@hotesilberst ein.com	www.galexur.com
FERNANDINA	RUIZ DIAZ LUIS FERNANDO		C. 18 DE FEBRERO Y FRAGATA	PRIMERA	22/ 48	2526499 526122	info@hotelfernan dina.com.ec	www.hotelfernandina.c om.ec

MAINAO	MAINAO S.A.	SANGOLQUI TAPIA IGNACIO	CALLE MATAZARNO S E INDEFATIGA BLE	PRIMERA	19/ 47	52527029 2527117	mainaomist@hot mail.com	
ESPAÑA	GENOVEVA AGUIRRE FUENTES	GENOVEVA AGUIRRE FUENTES	C. TOMAS DE BERLANGA E ISLAS PLAZAS	SEGUNDA	15/ 39	2526108	hotelesgalapagos @yahoo.es	www.elhotelespaña.co m
ESTRELLA DEL MAR	THORVALDO KASTDALEN ESPIN	THORVALDO KASTDALEN ESPIN	AV. CHARLES DARWIN Y 12 DE FEBRERO	SEGUNDA	11/ 22	2526427 2526080	estrellademar@isl asantacruz.com	
SALINAS	SALINAS BORJA JOSE	SALINAS BORJA JOSE	BOLIVAR NAVEDA	SEGUNDA	25/ 55	2526107	reservashotelsalin as@hotmail.com	
SULLIVAN BAY	GOROZABEL SALMON GLEN	GOROZABEL SALMON GLEN	SEYMOUR NORTE Y FRAGATA	SEGUNDA	18/ 68		info@hoteltortuga bay.com	www.hoteltortugabay.c om
VERDE AZUL	LUIS SANGOLQUI TAPIA	LUIS SANGOLQUI TAPIA	CALLE PETREL S/N	SEGUNDA	16/ 49	52524262	hotelverdeazul200 9@yahoo.es	
SIR FRANCIS DRAKE	FANNY ROSILLO BECERRA		AV. BALTRA Y CHARLES BINFORD	TERCERA	14/ 28	2526221	fannyrosillo@hot mail.com	www.sirfrancisdrakegal apagos.com
FLAMINGO	MARÍA VILLACÍS SALINAS	MARÍA VILLACÍS SALINAS	C. TOMAS DE BERLANGA E ISLAS PLAZAS	TERCERA	15/ 30	2526556 526556	brigitte@marine- adventure.com	
TIPO DE ACTIVIDAD: HOSTAL RESIDENCIA								

VILLA LAGUNA	GALAPAGOS AIMAR CIA. LTDA.	AYALA CHACA AIDA MARIA	CALLE MOISES BRITO S/N Y JUAN MONTALVO, BARRIO LAS NINFAS	PRIMERA	16/ 32	52524819 52524819	villalaguna@gala pagosvirtual.com	yateaidamaria@galapag osvirtual.com
PELICAN BAY INN	BALLESTERO S PUENTE GEORGINA	BALLESTEROS PUENTE GEORGINA	CALLE FLOREANA Y ADOLFO HANNY	SEGUNDA	15/ 36	52524622	info@pelicanbay. com.ec	www.hotelpelicanbay.c om.ec
CASTRO	FABERCA.S.A.	ING. THOMAS MORENO RODIRGUEZ	CALLE LOS COLONOS, BARRIO LAS NINFAS	SEGUNDA	19/ 59	2526113 526508	hotel_castro@hot mail.com	www.viajandoporameri ca.com
LIRIO DEL MAR	CRISTÓBAL HOYOS CALERO	CRISTÓBAL HOYOS CALERO	BOLIVAR NAVEDA	SEGUNDA	19/ 44	2526212	mesitrujillo2008 @yahoo.es	
GALÁPAGOS INN	HILDA GALLARDO MARIÑO	HILDA GALLARDO MARIÑO	CALLE FRAGATA S/N Y ESCALESIA	SEGUNDA	17/ 37	52527343 2527388	ptejada1056@yah oo.com	
NUEVO ELIZABETH	LUCIO MORA VILMA	VILMA JUDITH LUCIO MORA	AV. CHARLES DARWIN	TERCERA	21/ 37	2526178 526178	galapagoshoteleliz abeth@hotmail.co m	
TIPO DE ACTIVIDAD: HOTEL								
FINCH BAY	INDEFATIGA BLE S.A.	BURBANO DE LARA JORGE	BARRIO PUNTA ESTRADA	PRIMERA	33/ 66	2526297 2526283	recepcion@finchb ayhotel.com	www.finchbayhotel.co m

NINFAS LAS	GALAPASS C.A	RAFAEL ORTIZ COBOS	CALLE COLONOS Y THOMAS DE BERLANGA	PRIMERA	33/ 72	52526127 2526036	hotelninfas@islas antacruz.com	www.galapagosmarineli fe.com.ec
SOL Y MAR	IMPERSA CIA. LTDA.	PEREZ CASTRO JULIAN	AV. CHARLES DARWIN	PRIMERA	31/ 49	52526281 2527015	contabilidad@hot elsolymar.com.ec/ info@hotelsolyma	www.hotelsolymar.com .ec
LOBO DE MAR	HOTEL LOBO DE MAR CRANVIFRE CÍA. LTDA.	CRISTHIAN ANDRES VILEMA FREIRE	AV. CHARLES DARWIN Y 12 DE FEBRERO	SEGUNDA	37/ 84	52526569 2526188	reservas- @lobodemar.com. ec	www.lobodemar.com.ec
FIESTA	HERRERA GRANDA ROSSANA MARGARETH		C. JUAN MONTALVO Y MOISES BRITO	SEGUNDA	34/ 87	2526440	hotelfiestagps@g mail.com	www.galapagoshotelfie sta.com
PALMERAS	PALSEVGAL TURISMO CIA. LTDA.	JORGE SEVILLA SEVILLA	C. THOMAS DE BERLANGA E ISLAS PLAZAS	SEGUNDA	41/ 93	2526139	HOTELPALMER AS@HOTMAIL. COM	WWW.HOTELPALME RAS.COM,EC

Nombre	Propietario	Representante	Dirección	Categoría	Mesas Total	Plazas Mesas	Teléfono	Mail
UBICACIÓN: CANTÓN SANTA CRUZ								
ACTIVIDAD TURÍSTICA: COMIDAS Y BEBIDAS								
TIPO DE ACTIVIDAD: RESTAURANTE								
ISLA GRILL	FERNANDO SALAZAR	FERNANDO SALAZAR	AV. CHARLES DARWIN	PRIMERA	0	0	2524461	islagrillgalapagos@hotmail.com
D' MAR Y CRIS	CRISTIAN JOSE VEGA TANDALLA	CRISTIAN JOSE VEGA TANDALLA	AV. BALTRA	SEGUNDA	7	28	98882845	crispjopero@hotmail.es
TROPIC BIRD	WILSON MANTUANO MARTINEZ	WILSON MANTUANO MARTINEZ	AV. CHARLES DARWIN	SEGUNDA	0	0	2524460	
CAFE DEL MAR	FERNANDO HANS LUGO BISKY		AV. CHARLES DARWIN	SEGUNDA	10	40	52524479	cafedelmargps@hotmail.com
THE ROCK	WILFRIDO URIBE LOPEZ	WILFRIDO URIBE LOPEZ	AV. CHARLES DARWIN E ISLAS PLAZAS	SEGUNDA	6	24	2527505	ginosorrentino@hotmail.com
EMIL'S	VIOLETA DE LAS MERCEDES FLORES CARRILLO	VIOLETA DE LAS MERCEDES FLORES CARRILLO	AV. CHARLES BINFORD Y AV. BALTRA	SEGUNDA	8	32	524115	violetamerce@hotmail.com
EL CHOCOLATE	PISCO MENDOZA DICTSY	PISCO MENDOZA DICTSY	AV. CHARLES DARWIN	SEGUNDA	9	36	2524654	
SALVAVIDAS	RUEDA LARA GALO	RUEDA LARA GALO	MUELLE MUNICIPAL DE LAS NINFAS	SEGUNDA	10	40	2526418	

DESCANSO DEL GUIA EL	IRLANDA BANGUERA PEREA	IRLANDA BANGUERA PEREA	AV. CHARLES DARWIN Y PADRE JULIO HERRERA	SEGUNDA	13	52	2526618	
TINTORERA LA	HANS ENRIQUE RIVADENEIRA RUIZ		AV. CHARLES DARWIN Y FLOREANA	SEGUNDA	10	40	2524141	info@latintorera.com
LA PEÑITA	VICTOR DAVID BURGOS GUERRA		AV. CHARLES DARWIN E INDEFATIGABLE (F. MUELLE DE PESCADORES)	SEGUNDA	10	40	2527054	victoraldahir@hotmail.com
FRUTOS DEL MAR	EMERITA ORTEGA VELIZ	EMERITA ORTEGA VELIZ	AV. CHARLES DARWIN	SEGUNDA	0	0	52526624	
CAFE HERNAN	HECEGAVI CIA. LTDA.	EDGAR HERNAN HERRERA VILLACIS	AV. BALTRA Y CHARLES DARWIN	SEGUNDA	22	88	2526573	hernancafebar@hotmail.com
CHIFA ASIA	FELIPE GOMEZ TUMBACO	FELIPE GOMEZ TUMBACO	AV. CHARLES BINDFORD Y RODRIGUEZ LARA	TERCERA	8	32	2524471	
LO&LO CEVICHES Y ALGO MAS	LORENA LOPEZ MONCAYO	LORENA LOPEZ MONCAYO	AV. THOMAS DE BERLANGA	TERCERA	7	28	84319533	
SERVISABROSÓ N	GUADALUPE SALCEDO BUSTAMANTE	GUADALUPE SALCEDO BUSTAMANTE	CHARLES BINFOR	TERCERA	0	0	2527461	
CAFE SCUBA	PENGUIN EXPEDITIONS CIA. LTDA.	ALBA CECILIA CABRERA BARRENO	C. JUAN LEON MERA Y MARCHENA	TERCERA	12	48		penguinedivecenter@gmail.com
Nombre	Propietario	Representante	Dirección	Categoría	Mesas	Plazas	Teléfono	Mail

					Total	Mesas		
UBICACIÓN: CANTÓN SANTA CRUZ								
ACTIVIDAD TURÍSTICA: RECREACIÓN, DIVERSIÓN Y ESPARCIMIENTO								
TIPO DE ACTIVIDAD: DISCOTECA								
GEORGE KARAOKE	JORGE INSUASTI BARRIGA	JORGE INSUASTI BARRIGA	AV. BALTRA	LUJO	11	44		
LIZARD	MUÑOZ TORRES GALO	MUÑOZ TORRES GALO	AV. BALTRA	LUJO	12	48	2526293	
MADERA FINA	FRANKLIN ARTURO SEVILLA CEDEÑO	FRANKLIN ARTURO SEVILLA CEDEÑO	CALLE TOMAS DE BERLANGA S/N Y A. BALTRA	PRIMERA	20	80	52526326	hotelpalmeras@hotmail.com
FERCHO'S	EDWIN FERNANDO PARRA DELGADO	EDWIN FERNANDO PARRA DELGADO	AV. CHARLES BINFORD E ISLAS PLAZAS	SEGUNDA	8	32	2527056	fernandoparrade2012@hotmail.com
MALIBUU	BELLA VERA ZAMBRANO	BELLA VERA ZAMBRANO	C. GRAL. RODRIGUEZ LARA	SEGUNDA	16	64	3014876	negrita-pechocha@hotmail.com
PANGA LA	JUDITH FRETZ S.	JUDITH FRETZ S.	AV. CHARLES DARWIN	SEGUNDA	7	28	2524042	jschiess@ayora.ecua.net.ec
MI OFICINA	EDISON GIL JARAMILLO	EDISON GIL JARAMILLO	CALLE ADOLFO HANNY	SEGUNDA	12	48	52526926	javierpulpito@hotmail.com

Nombre	Propietario	Representante	Dirección	Categoría	Mesas Total	Plazas Mesas	Teléfono	Mail	Web
UBICACIÓN: CANTÓN SANTA CRUZ									
ACTIVIDAD TURÍSTICA: TRANSPORTE TURÍSTICO									
TIPO DE ACTIVIDAD: MARÍTIMO Y FLUVIAL									
ENCANTADA	Ecuacenter S.A.	Carlos Pacheco Beltran	Base Pto. Ayora	MOTO_Velero	10	10	2526084	dive@scubagalapagos.com	www.encantada.com
SAMBA	OSCAR JUAN MANUEL SALCEDO IZURIETA	OSCAR JUAN MAUEL SALCEDO IZURIETA	Base Pto. Ayora	MOTO_Velero	7	7	2526294 526040		
MERAK	SARVALTOU RS SARANGO VALVERDE TOURS CIA. LTDA.	GRACE RUBI SARANGO ALDAZ	PUERTO AYORA	MOTO_Velero	0	0	526388	rsarango@satnet.net	
THE BEAGLE	Augusto Cruz Bedon y Esposa		Base de operaciones en Puerto Ayora	MOTO_Velero	0	0	2526376 2526377	iguana@uio.telconet.net	
AMAZONIA	LATINTUR CIA. LTDA.	Cristobal Jijon	Puerto Ayora	MOTO_Velero	0	0	2526563	latintour@gpsinter.net	www.galapagosinformation.com
LA PINTA	INTERLAGO CIA. LTDA.	MARIA PAULINA BURBANO DE LARA	PUNTA ESTRADA	MOTO_Velero	0	0	526157	capitan.lp@yatelapinta.com	www.metropolitantouring.com
EVOLUTION	NAUTICA DEL PACIFICO	EDUARDO DIEZ	AV. CHARLES DARWIN	MOTO_Velero	0	0	97946052 5252092	evolution@quasarex.com	www.quasarex.com

FLOREANA	Carlos Peñaherrera Andrade		Base de operaciones en Puerto Ayora	YATES_PAS AJ	0	0	2526814 2526314	operaciones@yateflor eana.com	ww.yateflorea.na.com
MONSERRA T	VIAJES VIA NATURA VINATURA CIA. LTDA.	Gabriela Soro Guevara	C. ROBERTO SCHIESS Y DUNCAN	YATES_PAS AJ	0	0	3015056	operacionesg@vianat ura.com	www.vianatura.com
GALAPAGO S SHARK	FRANKLIN ANGERMEYER	FRANKLIN ANGERMEYER	AV. CHARLES DARWIN S/N Y 12 DE FEBRERO	YATES_PAS AJ	0	0	526533	paddygalapagos@yahoo.com	
QUEEN BEATRIZ	ANGEL VILEMA E HIJOS	GINNO VILEMA	AV. CHARLES DARWIN	YATES_PAS AJ	0	0	2526188		
SEA FINCH	DAVID BALFOUR	DAVID BALFOUR	BARRIO PUNTA ESTRADA	YATES_PAS AJ	0	0	526298	dbalfour@metropolit an-touring.com	
GALAPAGO S ADVENTUR E	GALAPAGOS AGENCIAS Y REPRESENTACIONES	JAIME ORTIZ COBOS	MUELLE DE LAS NINFAS	YATES_PAS AJ	0	0	2526359	galaven@islasantacruz.com	
PELIKANO	LATINTUR CIA. LTDA.	MARIA DE LOURDES JIJON DAVALOS	C. JUAN LEON MERA Y ESCALESIA	YATES_PAS AJ	0	0	2526604	latintour@gpsinter.net	www.galapagosinformation.com
DOMENICA	AMELIA TRANSITO	AMELIA TRANSITO MORA	C. IGNACIO HERNANDE	YATES_PAS AJ	0	0	3013286	corsamergalapagos@hotmail.com	

	MORA TREJO	TREJO	Z EISLAS DUNZCAN						
KING OF THE SEA	SAUL GUSTAVO VILLACIS GUAYLLAZA CA	SAUL GUSTAVO VILLACIS GUAYLLAZACA	AV. CHARLES DARWIN Y 12 DE FEBRERO	YATES_PAS AJ	0	0	2524625	saulvillacis@hotmail. com	
TIP TOP IV	ROLF WITTMER CIA. LTDA.	ENRIQUE WITTMER	PUERTO AYORA	YATES_PAS AJ	0	0	526502	rwittmer@tiptop.com. ec	www.rwittmer.co m
INTEGRITY	PACIFIC MARINE ENTERPRISES CIA. LTDA PAMARENT	CHRISTIAN SIEVERS CEDEÑO	BARRIO PUNTA ESTRADA	YATES_PAS AJ	0	0	5526210	csievers@uio.satnet.n et	
GALAPAGO S LEGEN	Galapagos Corporacion Turistica	Ruben Guillermo Hidalgo	Base de operaciones en Puerto Ayora	YATES_PAS AJ	0	0	999016055 2526329	lgcapitan@kleintars.c om.ec	
CACHALOT E	Judy Carvahal y Martyn Schereyer	Judy Carvahal y Martyn Schereyer	Base Pto. Ayora	YATES_PAS AJ	7	7	2526294 526040	martinsc@ayora.ecua. net.ec	ww.enchantedexp editions.com
CARINA	BIANCOXA S.A.	BASTIDAS DAVILA PEPITA	BASE DE OPERACION ES EN PUERTO AYORA	YATES_PAS AJ	0	0	2527078 2526627	evargas@gct.com	
TIP TOP III	Rolf Wittmer Tur. Gala. Cía.	ROLF WITTMER	Base Pto. Ayora	YATES_PAS AJ	10	10	2526502 2526503	RWITTMER@TIPT OP.COM.EC	WWW.RWITTM ER.COM

	Ltda.								
YOLITA II	MARIANA SILVINA TORRES MUÑOZ	MARIANA SILVINA TORRES MUÑOZ	RODRIGUEZ LARA Y GENOVESA	YATES_PAS AJ	0	0	2526179	administracion@guanatanamerayolita.com	
ALBATROS	Galaex S.A.	WITMER ORSCHELL PETER	BASE PTO AYORA	YATES_PAS AJ	40	40	2526229 2681955	INFO@AGGRESSOR.COM	WWW.AGGRESSOR.COM
ANGELITO	Hugo Leonardo Andrade	Hugo Leonardo Andrade	Base Pto. Ayora	YATES_PAS AJ	36	36	2526029 2526420	LEONARDO@AYORA.ECUA.NET.EC	WWW.ANGELITOGALAPAGOS.COM
BELUGA	Martin Schryer	MARTIN SCHREYER	Base Pto. Ayora	YATES_PAS AJ	5	5	2526294 2526040	martinsc@ayora.ecua.net.ec	www.enchantedexpeditions.com
REINA SILVIA	Pacific Marre Enterprises Cia. Ltda.	Cristian Siervers Cedeño	Base Pto. Ayora	YATES_PAS AJ	15	15	2526210 2526198	csiervers@uio.satnet.net	www.reinasilvia.com
MILENIUM	CATUL S.A.	GUSTAVO ERNESTO VITERI DONOSO	AV. BALTRA Y OPUNTIA	YATES_PAS AJ	0	0	87241516	santiagolucio@yahoo.com	
EDEN	Efraín Andrade Torres	Efraín Andrade	Base de operaciones en Puerto Ayora	YATES_PAS AJ	0	0	2527337 2527329	edenyacht@hotmail.com	
ECLIPSE	Oceanadventure S.A.		Base Pto. Ayora	YATES_PAS AJ	26	26	2463660 2247418	info@eclipse.com.ec	www.oceanadventures.com.ec

CORAL II	Klein Aventure Cia. Ltda.	MARIA AGUSTA DE KLEIN	Base Pto. Ayora	YATES_PAS AJ	12	12	2526327 2526328	ECUADOR@KLEIN TOURS.COM	www.galapagosec uador.com
PELIKANO	Latín Tour Cía. Ltda.	MARIA DE LOURDE JIJON	Base Pto. Ayora	YATES_PAS AJ	22	22	2526563 2526604	LATINTOUR@GAL APAGOS- TOURS.COM	
PINGUINO EXPLORER	GUILLERMO BAQUE PINCAJ	GUILLERMO BAQUE PINCAJ	AV. CHARLES DARWIN Y BALTRA	YATES_PAS AJ	0	0	3014734	gbaque@hotmail.com	
MARY ANNE	FEDERICO ANGERMEYE R KUBLER	FEDERICO ANGERMEYER KUBLER	BARRIO LAS NINFAS	YATES_PAS AJ	0	0	2526308	maggie@angermeyer. cruises.com	www.angermeyer cruise.com
ARCHIPELL	MERINEQUA S.A.	LUIGUI JOSÉ MARTINES	MUELLE PRINCIPAL	YATES_PAS AJ	0	0	52526117	xbarreiro@galapagosa rchipell.com	www.galapagosar chipell.com
GUANTANA MERA	ASENCIO ANCHUNDIA JAIME		BASE DE OPERACION ES EN PUERTO AYORA	YATES_PAS AJ	0	0	2526179 2526256	jenaida@ecuadorterr adefuego.com	ww.yateguantame ra.com
GALAXY	ALEXIS GORDILLO GRANDA	ALEXIS GORDILLO GRANDA	BARRIO PAMPAS COLORADA S	YATES_PAS AJ	0	0	52526489 52526440	gerencia@galagents.c om	www.galagents.co m
ATHALA II	OCEAN ADVENTURES S.A.	MARCUS ANDREW BENJAMIN DOD	SECTOR LAGUNA DE LAS NINFAS	YATES_PAS AJ	0	0		fsalas@oagalpagos.c om	www.oceanadvent ures.com.ec
CORAL I	Klein Tour Cía. Ltda.	MARIA AGUSTA DE KLEIN	Base Pto. Ayora	YATES_PAS AJ	12	12	2526327 526328	ECUADOR@KLEIN TOURS.COM.EC	www.galapagosec uador.com

TIP TOP II	Rolf Wittmer Tur. Gala. Cía. Ltda.	ROLF WITTMER	Base Pto. Ayora	YATES_PAS AJ	14	14	2526938 2228520	RWITTMER@TIPT OP.COM.EC	WWW.RWITTM ER.COM
CARINA	PATRICE TEYSSÉDRE GAUTHIER	PATRICE TEYSSÉDRE GAUTHIER	CALLE CHARLES BINFORD DIAGONAL AL HOTEL FIESTA	YATES_PAS AJ	0	0	2526097	galapagostour@aol.co m	www.galapagos12 3.com
AIDA MARIA	ALICIA AYALA	ALICIA MARGOT AYALA CHACA	Puerto Ayora	YATES_PAS AJ	0	0	2526333	infoaidamaria@galap agosvirtual.com	www.aidamariatra vel.com
GENOVESA	JUAN CARLOS ANDRADE AYALA	JUAN CARLOS ANDRADE AYALA	AV. BALTRA	YATES_PAS AJ	0	0	2527337		
NAUTILUS	VICENTE BERDONCE SIERRA	VICENTE BERDONCE SIERRA	BARRIO EL EDEN	YATES_PAS AJ	0	0	2527004	galadivers@gps.latin media.com.ec	
GRACE	IGUANA TOURS CRUCEROS MARITIMOS S.A.	EDUARDO DIEZ CORDOVEZ	PUERTO AYORA	YATES_PAS AJ	0	0		grace@quasarex.com	www.quasarex.co m
TREASURE OF GALAPAGO S	ISLAND TRAVEL CIA. LTDA.	JOSÉ GABRIEL TERAN ORBEA	PUERTO AYORA	YATES_PAS AJ	0	0	2524255	treasureofgalapagos@ hotmail.com	www.cretertours.c om.ec
SEA LION	INDEFATIGA BLE S.A.	JORGE XAVIER BURBANO DE	PUNTA ESTRADA	YATES_PAS AJ	0	0	2526297	ebrito@metropolitan- touring.com.ec	www.metropolita ntouring.com

		LARA TORRES							
ESPAÑOLA 1	ELSA ANDRADE SERRANO		Base Pto. Ayora	LAN_TOUR_ DIARIO	20	20	526227 2527429		
FIOVAL	FANNY JARRIN VARGAS	FANNY JARRIN VARGAS	BARRIO EL EDEN	LAN_TOUR_ DIARIO	0	0	2527333	fannyjarrin@hotmail. com	
ALTAMAR	VERONICA AYALA EGAS	VERONICA AYALA EGAS	AV. BALTRA Y THOMAS DE BERLANGA	LAN_TOUR_ DIARIO	0	0	526430	altamargalapagos@ho tmail.com	
SHALON MAINAO	RENE SANGOLQUI TAPIA	RENE SANGOLQUI TAPIA	AV. CHARLES DARWIN	LAN_TOUR_ DIARIO	0	0	2527117		
IGUANA	MATHIAS GERMANICO ESPINOSA KNOCHE	MATHIAS ESPINOSA	AV. CHARLES DARWIN	LANC_PASA JE	0	0	2526497	info@scubaiguana.co m	www.scubaiguana .com
EL GALAPAGO S I	JACK RANDALL NELSON HANNER	JACK RANDALL NELSON HANNER	AV. CHARLES DAWIN	LANC_PASA JE	0	0	2526296		
QUEEN KAREN I	DAVID ABSALON ASCENCIO ANCHUNDIA	DAVID ABSALON ASCENDIO ANCHUNDIA	INDEFATIG ABLE Y PETREL	LANC_PASA JE	0	0	2526307		
RESCATE	ELSA ZAMBRANO	ELSA ZAMBRANO	AV. CHARLES	LANC_PASA JE	0	0	526632	galapagosaquatours@ hotmail.com	

	MORA	MORA	DARWIN Y FLOREANA						
GALAPAGOS DIVERS	EDIZON ENRIQUEZ LOMBEIDA	EDIZON ENRIQUEZ LOMBEIDA	AV. CHARLES DARWIN	LANC_PASA JE	0	0	2524248	albatrostours@gpsinternet.net	www.albatrostoursgalapagos.com
DIOS MEGUIE II	LUIS FERNANDO ZAMBRANO HABOUD	LUIS FERNANDO ZAMBRANO HABOUD	AV. CHARLES DARWIN S/N Y FLOREANA	LANC_PASA JE	0	0	2526633	divecenter@galapagos-sub-aqua.com	www.galapagos-sub-aqua.com
VICTORIA	RAFAEL RUBIO CANO	RAFAEL RUBIO CANO	C. JUAN LEON MERA Y MARCHENA	LANC_PASA JE	0	0	527379	penguine@easynet.ec	
DAPHNE	Carlos Malo y Laura Martínez	Carlos Malo y Laura Martínez	Base Pto. Ayora	LANC_PASA JE	14	14	2526344 2526344	INFO@DAPHNECRUISES.COM	WWW.DAPHNECRUISES.COM
FLAMINGO	Gonzalo Villacis Rosero	Gonzalo Villacis Rosero	Base Pto. Ayora	LANC_PASA JE	10	10	2526556		
GOLONDRINA	Segundo Serrano Briones	Segundo Serrano Briones	Base Pto. Ayora	LANC_PASA JE	11	11	2526257 2526257		
ECLIPSE	DANIEL TENORIO BUSTOS	DANIEL TENORIO BUSTOS	Puerto Ayora La Alborada	LANC_PASA JE	0	0	2526084		
NAREL	ALEXIS PAUL GORDILLO GRANDA	ALEXIS PAUL GORDILLO GRANDA	MOISES BRITO Y JUAN MONTALVO	LANC_PASA JE	0	0	2526489 2526489	narel@galapagosgalaxy.com.ec	www.galapagosgalaxy.com.ec

EXPRESS ONE	MARCELO LARA LEON	MARCELO LARA LEON	C. JOSE JOAQUIN OLMEDO Y ESCALESIA	LANC_PASA JE	0	0	3015260	marcelo21_06@hotmail.com	
NAREL II	ALEXIS GORDILLO GRANDA	ALEXIS GORDILLO GRANDA	C. MOISES BRITO Y JUAN MONTALVO	LANC_PASA JE	0	0	2526489	narelyacht@galagents.com	www.galagents.com
DARWIN	Manuel Villacis Salinas	Manuel Villacis Salinas	Base Pto. Ayora	LANC_PASA JE	22	22	2526485 2526485	patricia@vigoaltravel.com	www.vigoaltravel.com
JESUS DEL GRAN PODER	Galascuba		BASE PTO AYORA	LANC_PASA JE	20	20	2681950 2681955	INFO@AGGRESSOR.COM	WWW.AGGRESSOR.COM
POLARIS	NATIONAL GEOGRAPHIC ENDEAVOUR METROHOTE L C.A. LTDA.	ALFREDO GALLEGOS BANDERAS	Base Pto. Ayora	MOTONAVES	10	10	526099591 526591		
ISABELA II	ETICA EMPRESA TURÍSTICA INTERNACIONAL C.A	MARIA PAULINA BURBANO DE LARA MONCAYO	BARRIO PUNTA ESTRADA	MOTONAVES	0	0	2526591	ebrito@metropolitan-touring.com.ec	
XPEDITION	ISLAS GALAPAGOS TURISMO Y VAPORES C.A.	ZACHARIAS SARDELI GEORGE	BASE DE OPERACIONES EN PUERTO AYORA	MOTONAVES	0	0	2526356 2526356	sales@ambasadorl.com	www.ambasadorcruires.com

SANTA CRUZ	Etica C.A	PABLO PEÑA ROMERO	Base Pto. Ayora	MOTONAVES	14	14	2526099 526591		WWW.METROPOLITAN-TOURING.COM
NATIONAL GEOGRAPHIC ISLANDER	MARVENTURA DE TURISMO CIA. LTDA.	DR. ALFREDO GALLEGOS	PUNTA ESTRADA	MOTONAVES	0	0	2526591	ebrito@mtropoitantouring.com.ec	www.metropolitantouring.com
UBICACIÓN: CANTÓN SANTA CRUZ									
ACTIVIDAD TURÍSTICA: TRANSPORTE TURÍSTICO									
TIPO DE ACTIVIDAD: TRANSPORTE TERRESTRE									
ISECANSA	COMPañIA DE TRANSPORTE TERRESTRE TURÍSTICO ISLAS ENCANTADAS	MARCELO ROMERO GARCÍA	CALLE ISLAS DUNCAN S/N Y LOBO MARINO	SERVICIO TRANSP.TE RRES.TURIS .	0	0	52524940	compañia.isecansa@gmail.com	
SANTA FE	GALAENCANTO S.A.	MA. ELENA AJOY CASTRO	CHARLES BINFORD Y JUAN MONTALVO	SERVICIO TRANSP.TE RRES.TURIS .	0	0	52526593 52526593		

UBICACIÓN: PARROQUIA BELLAVISTA Y SANTA ROSA

Actividad Turística	Tipo de Actividad	Nombre	Propietario	Representante	Dirección	Categoría	Plazas Habitaciones	Teléfono	Mail / Web
AGENCIAS DE VIAJES	AGENCIAS DE VIAJE	GALAPAGOS ALTERNATIVE	JIMOTOURS CIA. LTDA.	Pedro Javier Moreno Cedeño	BELLAVISTA	OPERADORA	0	3013398	javier@galapagosalternative.com / www.galapagosalternative.com
ALOJAMIENTO	HOSTERIA	SEMILLA VERDE	ROBERT MARK GRIMSTONE	ROBERT MARK GRIMSTONE	KM. 12 VIA A BALTRA, EL CARMEN	PRIMERA	12	87103006	rob@gps.ec
ALOJAMIENTO	HOSTERIA	ALTAIR	ANA MARIA SALCEDO BARRIGA	ANA MARIA SALCEDO B	BELLAVISTA	SEGUNDA	20	2526500	
ALOJAMIENTO	HOSTERIA	QUINTA MARGARITA	FRANCISCO DE SANTIS CHINGA	FRANCISCO DE SANTIS CHINGA	VÍA AL AGUACATAL	TERCERA	26	3014247	SARA-63-AB@HOTMAIL.COM
COMIDAS Y BEBIDAS	BAR	EL RANCHO	GLEN GOROZABEL	GLEN GOROZABEL	BELLAVISTA VIA EL CAMOTE	TERCERA	0	2527342	
COMIDAS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	CERRO MESA	NORMA CONSUELO JERIA MOYA	NORMA CONSUELO JERIA MOYA	CERRO MESA, RECINTO EL CAMOTE	SEGUNDA	0	52524639	normajeriamoya@hotmail.com
COMIDAS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	ALTAIR	ANA SALCEDO BARRIGA	ANA SALCEDO BARRIGA	REC. EL CASCAJO	SEGUNDA	0		

COMIDAS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	BUENA VENTURA	JORGE RIVADENEIRA PERALTA	JORGE RIVADENEIRA PERALTA	FRENTE AL PARQUE	TERCERA	0	2526720	
AGENCIAS DE VIAJES	AGENCIAS DE VIAJE	F.B.O JTHANDLING ECUADOR	F.B.O JTHANDLING ECUADOR S.A.	Mariana de Jesus Romero Guarnizo	ISLA BALTRA, AEROPUERTO SEYMOUR	OPERADORA	0	2521700	
ALOJAMIENTO	CABAÑA	GALAPAGOS CAMPING	HARAS BUNGA CIA LTDA	SANDRA CASTILLO	EL CARMEN	SEGUNDA	16	2527011	
ALOJAMIENTO	CAMPAMENTO TURISTICO	GALAPAGOS SAFARI CAMP	GALÁPAGOS SAFARI CAMP CÍA. LTDA.	MICHAEL MESDAG BURGERHOUT	SECTOR SALASACA	SEGUNDA	18	93717552	info@galapagossafaricamp.com / www.galapagossafaricamp.com
ALOJAMIENTO	HOSTERIA	ROYAL PALM	SERINATURA CIA. LTDA.	MARIA ROSALIA SALAZAR MONTESINOS	KM. 18 VÍA A BALTRA, SANTA ROSA	PRIMERA	64	52527409	info@royalpalmgalapagos.com / www.royalpalmgalapagos.com
COMIDAS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	MANZANILLO EL	HERNAN ALADINO GUERRERO SOLIS		KM 15 VIA A BALTRA, EL CARMEN	PRIMERA	0	3014744	rancho_elmanzanillo@hotmail.com
COMIDAS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	AQUELARRE	RUTH HERRERA GUDIÑO	RUTH HERRERA GUDIÑO	EL CARMEN KM 14 VIA A BALTRA	PRIMERA	0		selvapro@hotmail.com
COMIDAS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	RESTAURANTE FORTIZ	TURISMO R. FORTIZ S.A	RAFAEL FERNANDO ORTIZ COBOS	KM 14 VÍA A BALTRA	PRIMERA	0	52525020	ranchofortiz@gmail.com


COMIDAS Y BEBIDAS	RESTAUR ANTE	NARWAL	Evelina Correa Arteta	Evelina Correa Arteta	Rec. El Carmen, KM 14	SEGUNDA	0	99777340	
COMIDAS Y BEBIDAS	RESTAUR ANTE	RANCHO PRIMICIAS	SRA. FANNY GLADYS CHAPI FARFAN		SANTA ROSA, SECTOR SALASACA	SEGUNDA	0	3013061	rancho.primicias@hotmail.com
COMIDAS Y BEBIDAS	RESTAUR ANTE	BALTRA	ROMERO GUARNIZO MARIANA	MARIANA ROMERO GUARNIZO	AEROPUERTO	SEGUNDA	0		
COMIDAS Y BEBIDAS	RESTAUR ANTE	RACHO PRIMICIAS	FANNY CHAPI FARFÁN	FANNY CHAPI FARFÁN	SECTOR EL CHATO	SEGUNDA	0	2526991	

Fuente: CATASTRO, 2013

Elaborado por: Diana Vásquez

ANEXO N° 04. Normas de visita del Parque Nacional Galápagos


REGLAS PARA VISITANTES A LAS ÁREAS NATURALES PROTEGIDAS DE GALÁPAGOS




Bienvenido/a a Galápagos
¡Usted es parte de la conservación de este Patrimonio Natural de la Humanidad!
Cumpla con las siguientes reglas:

Welcome to the Galapagos Islands, as a visitor to this National Park and World Heritage site, please do your part to promote their conservation.

Denuncie cualquier irregularidad a:
Report any irregularities to:
turismo@spng.org.ec




1.



Las visitas a las áreas protegidas de Galápagos, sólo pueden efectuarse en compañía de un Guía Naturalista autorizado por la Dirección del Parque Nacional Galápagos.

Visitors to any protected areas in the National Park, have to be accompanied by a Licensed Galapagos National Park Guide.


2.



Contrate los servicios de operadores turísticos y embarcaciones autorizadas para trabajar en las áreas protegidas de Galápagos. ¡Asegúrese que su experiencia sea inolvidable!

If you want your trip to Galapagos to be an enjoyable one, please use the services of authorized tour operators and /or tour boats.

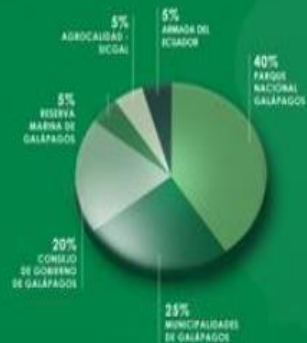
3.



Permanezca en el interior de los senderos y respete la señalización. No destruya su infraestructura. Su seguridad y la conservación de los recursos naturales son importantes.

To help with conservation and for your security at the visitor sites, please stay within the marked trails.

TRIBUTO POR INGRESO A LAS ÁREAS
NATURALES PROTEGIDAS DE GALÁPAGOS
GALAPAGOS NATIONAL PARK
ENTRANCE TRIBUTE



Este tributo se invierte en obras de infraestructura ambiental, turística, educación, investigación, control, manejo y saneamiento de las áreas naturales protegidas de Galápagos.

This tribute is shared as shown on the graphic above and spent on conservation efforts and into sustainable local development.

4.



Mantenga una distancia no menor a dos metros de los animales para no afectar su comportamiento. Si los toca, los altera.

Please keep your distance from the wildlife. A distance of two meters (6 ft) is required. Do not touch the animals or allow them to touch you.

5.



Evite alimentar a los animales de Galápagos, ya que causa daños en su salud. Ellos pueden alimentarse solos.

Do not feed the wildlife, they can feed themselves and you will alter the balance of nature.

6.



Tome fotografías sin flash, así evitará alterar el comportamiento normal de la vida silvestre. Filmaciones y fotografías profesionales con fines comerciales necesitan autorización de la Dirección del Parque Nacional Galápagos.

Do not use flash on the wildlife; it can alter their natural way of life. Professional photographers and filmmakers have to have National Park authorization.

7.



Si desea acampar, hay sitios permitidos donde puede hacerlo. Solicite una autorización con 48 horas de anticipación en las oficinas de la Dirección Parque Nacional Galápagos en las diferentes Islas pobladas.

There are authorized camping sites on the Galapagos and you may use them asking for authorization 48 hours in advance. Please visit the National Park office on the island you are visiting.

8.



Los alimentos, plantas y animales ajenos a Galápagos amenazan las Islas. Colabore con los sistemas de inspección y cuarentena ubicados en los aeropuertos y muelles de las Islas. Revise la lista de productos permitidos para su ingreso.

Please fully cooperate with the environmental inspection and quarantine services during your visit. Introduced plants, animals and certain types of food which are not native to the islands are a very serious threat to the Galapagos ecosystems.

9.



Los souvenirs hechos con coral negro, conchas, piedras volcánicas, partes de animales y maderas endémicas, el consumo de especies en veda; constituyen una actividad ilegal. ¡No los compre, no los consuma y denuncie su venta!

Souvenirs, made from black coral, shells, volcanic rocks, animal parts and native woods are illegal to buy and remove from the islands, also eating certain species out of season is illegal. Denounce these activities to the authorities.

10.



Escribir frases en rocas, árboles y paredes, alteran el paisaje natural de las Islas. ¡Mantengamos su belleza escénica en su mayor estado natural posible!

All types of graffiti on rocks, trees and walls is illegal please do not be tempted to ruin the beauty of the scenery.

11.



Si genera basura, guárdela; llévala consigo hasta los centros poblados y colabore con los programas de reciclaje. La basura genera impactos negativos sobre el paisaje, la vida de los humanos y la de los animales.

Rubbish, garbage, trash of all types should be kept on your person and deposited in the correct recycling containers on your return to the populated areas. Please show your conservation attitude and do your part to keep Galapagos litter free.

12.



El fuego es un peligro para la flora y fauna de las Islas, fumar o hacer fogatas dentro del área protegida no está permitido.

Smoking and/ or camp fires are forbidden within the National Park, they are a danger to the Flora and Fauna.

13.



La pesca a bordo de las embarcaciones de turismo está prohibida. Colabore denunciando esta irregularidad a las autoridades de la Dirección del Parque Nacional Galápagos y la Armada del Ecuador.

It is forbidden to do any type of fishing activity from tour boats. Please denounce this activity to the National Park Service or the Ecuadorian Navy.

14.



Los deportes acuáticos motorizados, el uso de submarinos y el turismo aéreo no están permitidos. Disfrute de un contacto más natural en este bello lugar del Planeta.

Motorized aquatic sports, mini-sub, and aerial tourism are not permitted in the National Park.

