

**“IMPLEMENTACIÓN DE UNA OPERADORA DE TURISMO Y AGENCIA
DE VIAJES EN PUERTO AYORA, CANTÓN SANTA CRUZ, PROVINCIA
DE GALAPAGOS”**

TESIS

**PRESENTADA COMO REQUISITO PARA OBTENER EL TITULO DE
INGENIERIA EN ECOTURISMO**

MARIA SILVANA VARGAS ROJAS

ESCUELA SUPERIOR POLITECNICA DE CHIMBORAZO

FACULTAD DE RECURSOS NATURALES

ESCUELA DE INGENIERIA EN ECOTURISMO

RIOBAMBA – ECUADOR

2012

HOJA DE CERTIFICACION

EL TRIBUNAL DE TESIS CERTIFICA QUE: El trabajo de investigación titulado **“IMPLEMENTACIÓN DE UNA OPERADORA DE TURISMO Y AGENCIA DE VIAJES EN PUERTO AYORA, CANTÓN SANTA CRUZ, PROVINCIA DE GALAPAGOS”** de responsabilidad de Srta. María Silvana Vargas Rojas, ha sido revisada quedando autorizada su presentación.

TRIBUNAL DE TESIS

Ing. Christiam Aguirre

.....

DIRECTOR

Econ. Flor Quinchuela

.....

MIEMBRO

ESCUELA SUPERIOR POLITECNICA DE CHIMBORAZO

FACULTAD DE RECURSOS NATURALES

ESCUELA DE INGENIERIA EN ECOTURISMO

Riobamba, junio 2012

DEDICATORIA

A Dios, el Supremo Creador y Perfecto Padre, Tú Señor, quien me ha dado la vida, la inteligencia, la fortaleza y el consuelo, mis mejores logros los dedico a Ti.

A mi madrecita, quien a pesar de su ausencia es y será mi pilar de mi vida, quien me alentó a seguir adelante y me bendijo con sus sabios consejos, a usted le dedico este trabajo por su apoyo incondicional y por el valioso esfuerzo que hiciste apoyándome en mis estudios, siempre seguirás en mi corazón.

A mi esposo e hijo, por ser parte de mi vida, por alentarme a seguir superándome y creciendo como persona.

Silvana Vargas

AGRADECIMIENTO

A mis seres queridos, quienes de una u otra forma me apoyaron y animaron incondicionalmente en el cumplimiento de este sueño.

Mis más sinceros agradecimientos a todo el personal docente y administrativo de la Escuela de Ingeniería en Ecoturismo de manera especial a mi director de tesis, Ing. Christiam Aguirre por ser mi guía, maestro y un amigo más, quien con paciencia y voluntad realizó la revisión técnica aportando con ideas, criterios para el mejoramiento de la presente investigación.

A la Ec. Flor Quinchuela, miembro de mi tesis, por ser maestra y amiga, por su asesoramiento, apoyo y aporte de conocimientos para el desarrollo de este proyecto.

INDICE

I.	IMPLEMENTACIÓN DE UNA OPERADORA DE TURISMO Y AGENCIA DE VIAJES EN PUERTO AYORA, CANTÓN SANTA CRUZ, PROVINCIA DE GALAPAGOS	1
II.	INTRODUCCION.....	1
A.	JUSTIFICACION.....	2
B.	OBJETIVOS.....	3
1.	General.....	3
2.	Específicos.....	3
III.	REVISION BIBLIOGRAFICA.....	5
A.	GENERALIDADES.....	5
1.	Concepto de agencia de viajes.....	5
2.	Actividades propias de las agencias de viajes.....	5
3.	Clasificación de agencias de viajes.....	7
4.	Tour operadores.....	8
B.	TURISMO.....	9
1.	Introducción.....	9
2.	Definición.....	9
C.	DIAGNOSTICO.....	10
D.	DIAGNOSTICO PARTICIPATIVO.....	10
1.	Diagnóstico de recursos y atractivos naturales y culturales.....	11
E.	INVENTARIO DE ATRACTIVOS TURISTICOS.....	15
1.	El Inventario de Atractivos.....	15
2.	Los atractivos turísticos.....	15
3.	Facilidades Turísticas.....	15
4.	Patrimonio cultural.....	15
F.	ETAPAS PARA ELABORAR EL INVENTARIO DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS.....	16
1.	Clasificación de los atractivos.....	16
2.	Recopilación de información.....	16
3.	Trabajo de campo.....	16
4.	Registro de la información.....	17
5.	Evaluación y jerarquización.....	17
6.	Clasificación de los atractivos turísticos.....	17
G.	EVALUACION DE LOS ATRACTIVOS	18

H.	INSTRUCTIVO PARA UTILIZAR LA FICHA DE EVALUACION DE ATRACTIVOS.....	18
1.	Jerarquía IV.....	19
2.	Jerarquía III.....	19
3.	Jerarquía II.....	19
4.	Jerarquía I.....	19
I.	ESTUDIO DE MERCADO.....	20
1.	Concepto de Estudio de Mercado.....	20
2.	Importancia del estudio de mercado.....	21
3.	Fuente de información.....	21
4.	Demanda.....	23
5.	Oferta.....	24
6.	Competencia.....	25
7.	Proveedores.....	25
8.	Publicidad.....	26
9.	Método de investigación de mercados.....	26
J.	ESTUDIO TECNICO.....	27
1.	Ingeniería Básica.....	27
2.	Determinación del Tamaño Óptimo del Proyecto.....	27
3.	Localización de la Planta.....	29
4.	Distribución en la Planta.....	30
5.	Análisis de la Inversión.....	30
K.	ESTUDIO ADMINISTRATIVO LEGAL.....	31
1.	Estudio administrativo.....	31
2.	Estudio legal.....	31
L.	ESTUDIO ECONOMICO DEL PROYECTO.....	32
M.	ANALISIS FINANCIERO.....	33
1.	Definición.....	33
2.	Punto de equilibrio.....	33
3.	Indicadores de Rentabilidad.....	34
IV.	MATERIALES Y METODOS.....	36
A.	CARACTERIZACION DEL LUGAR.....	36
1.	Localización.....	36
2.	Ubicación geográfica.....	36
3.	Características climáticas.....	36
4.	Clasificación ecológica.....	36
5.	Características del suelo.....	36
B.	MATERIALES Y EQUIPOS.....	37

1.	Materiales.....	37
2.	Equipos.....	37
C.	METODOLOGIA.....	37
1.	Método.....	37
2.	Metodología.....	38
V.	RESULTADOS.....	44
A.	DIAGNOSTICO TURÍSTICO DEL SECTOR CANTÓN SANTA CRUZ..	44
1.	Análisis Físico – Espacial.....	44
2.	Análisis Ecológico – Territorial.....	46
3.	Análisis Socio– Cultural.....	57
4.	Análisis Político – Administrativo.....	63
5.	Análisis Económico – Productivo.....	66
B.	ESTUDIO DE MERCADO.....	68
1.	Análisis de la Oferta.....	68
2.	Análisis de la Demanda.....	93
3.	Proyección de la oferta y demanda.....	130
C.	ESTUDIO TECNICO.....	136
1.	Planificación estratégica de la empresa turística.....	136
2.	Análisis del producto turístico.....	144
3.	Planificación y diseño técnico.....	148
4.	Estudio de mercadotecnia o marketing (Área comercial).....	154
D.	ESTUDIO ADMINISTRATIVO Y LEGAL.....	192
1.	Estudio administrativo.....	192
2.	Estudio legal.....	201
E.	ESTUDIO ECONOMICO.....	215
1.	Inversiones del proyecto.....	215
2.	Fuentes y usos del proyecto.....	216
3.	Clasificación de las inversiones.....	217
4.	Financiamiento del proyecto.....	218
5.	Depreciación de los activos fijos.....	219
6.	Depreciación de los activos fijos.....	220
7.	Calculo del pago de la deuda o amortización del préstamo.....	221
8.	Calculo del pago de la deuda o amortización del préstamo.....	221
9.	Estructura de ingresos.....	223
10.	Estado proforma de resultados.....	223
11.	Balance General.....	225
12.	Cálculo del flujo de caja del proyecto.....	226
13.	Costos y gastos.....	228

14.	Cálculo del punto de equilibrio.....	229
F.	EVALUACION FINANCIERA.....	230
VI.	CONCLUSIONES.....	231
VII.	RECOMENDACIONES.....	232
VIII.	RESUMEN.....	233
IX.	SUMARY.....	234
X.	BIBLIOGRAFIA.....	235
XI.	ANEXOS.....	236

LISTA DE CUADROS

N°	Contenido	Pág.
1	Plantas de la zona costera	47
2	Plantas de la zona árida y de transición	47
3	Plantas de la zona húmeda	49
4	Especies de reptiles	49
5	Especies de aves marinas	50
6	Especies de aves costeras y migratorias	51
7	Especies de aves terrestres	51
8	Especies de pinzones de Darwin	52
9	Mamíferos	53
10	Especies de invertebrados terrestres	53
11	Vida intermareal	55
12	Vida marina	55
13	Instituciones educativas del Cantón Santa Cruz	58
14	Calendario de fiestas del Cantón Santa Cruz	60
15	Instituciones que apoyan a Santa Cruz y Puerto Ayora	63
16	Organización política del Cantón Santa Cruz	65
17	Atractivos naturales en el Cantón Santa Cruz	87
18	Atractivos culturales del Cantón Santa Cruz	87
19	Línea de producto con su respectiva variedad y actividades	88
20	Operadoras y agencias de viaje isla Santa Cruz	90
21	Operadoras y agencias de viaje isla Santa Cruz	91
22	Proyección de la demanda potencial turistas nacionales	131
23	Proyección de la demanda potencial turistas internacionales	131
24	Proyección de la oferta proyectada de turistas nacionales	132
25	Proyección de la oferta proyectada de turistas internacionales	133
26	Demanda insatisfecha proyectada para turistas nacionales	133
27	Demanda insatisfecha proyectada para turistas internacionales	134
28	Cuota de mercado de la demanda nacional	134
29	Cuota de mercado de la demanda internacional	135
30	Análisis FODA de los atractivos turísticos	136
31	Análisis FODA de los servicios básicos	137
32	Análisis FODA de los servicios turísticos	138
33	Análisis FODA de la accesibilidad	139
34	Análisis FODA de las facilidades turísticas	140
35	Análisis FODA de la comercialización	140
36	Análisis del producto turístico	144

37	Número de clientes nacionales proyectados	148
38	Número de clientes internacionales proyectados	149
39	Servicios básicos	154
40	Itinerario de Galápagos magia natural	162
41	Itinerario de Galápagos un sitio inolvidable	169
42	Itinerario de Galápagos bajo sus encantos marinos	176
43	Plan de comercialización para la empresa	183
44	Equipamiento necesario para la oficina	188
45	Equipamiento necesario para aseo y limpieza	189
46	Gastos del área comercial	190
47	Talento humano y remuneración económica área comercial	191
48	Gastos de constitución, patentes y licencias de agencia operadora	214
49	Inversiones del proyecto	215
50	Fuentes y usos del proyecto	216
51	Clasificación de las inversiones	217
52	Financiamiento del proyecto	218
53	Depreciación de activos fijos	219
54	Amortización de los activos diferidos	220
55	Calculo del pago de la deuda	221
56	Estructura de costos y gastos para vida útil proyecto	221
57	Estructura de ingresos	223
58	Estado proforma de resultados	223
59	Balance general	225
60	Calculo de flujo de caja del proyecto	226
61	Costos y gastos	228
62	Calculo del punto de equilibrio	229
63	Evaluación financiera	230

LISTA DE TABLAS

N°	Contenido	Pág.
	Demanda Nacional	
1	Edad turistas nacionales	95
2	Sexo de los turistas nacionales	96
3	Estado civil de los turistas nacionales	97
4	Procedencia por provincia de los turistas nacionales	98
5	Nivel de educación de los turistas nacionales	99
6	Motivación del viaje de los turistas nacionales	100
7	Preferencia de viaje de los turistas nacionales	101
8	Con quien viaja los turistas nacionales	102
9	Han visitado anteriormente los turistas nacionales Galápagos	103
10	Clase de turismo preferido por los turistas nacionales	104
11	Días de estadía de los turistas nacionales	105
12	Actividades que prefieren realizar los turistas nacionales	106
13	Tipo de hospedaje prefieren los turistas nacionales	108
14	Tipo de comida preferida por los turistas nacionales	109
15	Disponibilidad de gasto de los turistas nacionales	110
16	Medios de comunicación utilizados turistas nacionales	111
	Demanda Internacional	
17	Edad de los turistas internacionales	112
18	Sexo de los turistas nacionales	113
19	estado civil de los turistas internacionales	114
20	Procedencia de los turistas internacionales	115
21	Nivel de educación de los turistas internacionales	116
22	Motivación de viaje de los turistas internacionales	117
23	Preferencia de viaje de los turistas internacionales	118
24	Con quien viaja los turistas internacionales	119
25	Han visitado anteriormente los turistas internacionales Galápagos	120
26	Clase de turismo preferido por los turistas internacionales	121
27	Días de estadía de los turistas internacionales	122
28	Actividades que prefieren realizar los turistas internacionales	123
29	Que tipo de hospedaje prefieren los turistas internacionales	125
30	Tipo de comida preferida por los turistas internacionales	126
31	Disponibilidad de gasto de los turistas internacionales	127
32	Medios de comunicación utilizados por los turistas internacionales	128

33	Requerimientos mínimos de una agencia de viajes y operadora de turismo	
	150	
34	Calculo de costos paquete #1	165
35	Calculo de costos paquete #2	172
36	Calculo de costos paquete #3	179

LISTA DE GRAFICOS

N°	Contenido	Pág.
	Demanda Nacional	
1	Edad turistas nacionales	96
2	Sexo de los turistas nacionales	97
3	Estado civil de los turistas nacionales	98
4	Procedencia por provincia de los turistas nacionales	99
5	Nivel de educación de los turistas nacionales	100
6	Motivación del viaje de los turistas nacionales	101
7	Preferencia de viaje de los turistas nacionales	102
8	Con quien viaja los turistas nacionales	103
9	Han visitado anteriormente los turistas nacionales Galápagos	104
10	Clase de turismo preferido por los turistas nacionales	105
11	Días de estadía de los turistas nacionales	106
12	Actividades que prefieren realizar los turistas nacionales	107
13	Tipo de hospedaje prefieren los turistas nacionales	108
14	Tipo de comida preferida por los turistas nacionales	109
15	Disponibilidad de gasto de los turistas nacionales	110
16	Medios de comunicación utilizados turistas nacionales	111
	Demanda Internacional	
17	Edad de los turistas internacionales	113
18	Sexo de los turistas nacionales	114
19	estado civil de los turistas internacionales	115
20	Procedencia de los turistas internacionales	116
21	Nivel de educación de los turistas internacionales	117
22	Motivación de viaje de los turistas internacionales	118
23	Preferencia de viaje de los turistas internacionales	119
24	Con quien viaja los turistas internacionales	120
25	Han visitado anteriormente los turistas internacionales Galápagos	121
26	Clase de turismo preferido por los turistas internacionales	122
27	Días de estadía de los turistas internacionales	123
28	Actividades que prefieren realizar los turistas internacionales	124
29	Que tipo de hospedaje prefieren los turistas internacionales	125
30	Tipo de comida preferida por los turistas internacionales	126
31	Disponibilidad de gasto de los turistas internacionales	127
32	Medios de comunicación utilizados por los turistas internacionales	128

33	Distribución espacial de las instalaciones de Galantours	152
34	Flujograma del proceso productivo	153
35	Logotipo de la empresa	156
36	Tarjeta de presentación	158
37	Rotulo empresa	158
38	Recorrido paquete #01	162
39	Recorrido paquete #02	169
40	Recorrido paquete #03	176
41	Canal directo de distribución	181
42	Canal detallista de distribución	182
43	Diseño página web	185
44	Diseño tríptico	186
45	Organigrama organizacional de la empresa	192
46	Organigrama funcional de la empresa	193

LISTA DE MAPAS

N°	Contenido	Pág.
1	Ubicación geográfica Provincia de Galápagos	44
2	Ubicación Cantón Santa Cruz	45

I. IMPLEMENTACIÓN DE UNA OPERADORA DE TURISMO Y AGENCIA DE VIAJES EN PUERTO AYORA, CANTÓN SANTA CRUZ, PROVINCIA DE GALAPAGOS.

II. INTRODUCCIÓN

El turismo se ha convertido en un fenómeno mundial que ha generado, y genera, una fuerza económica importante. Según la Organización Mundial del Turismo (OMT) en el año 2005 los países de América del Sur habrían recibido alrededor de 18 millones de turistas internacionales, lo que representa un crecimiento del 12,7% en ingreso de divisas. Para el año 2020 la OMT proyecta 1600 millones de llegadas de turistas internacionales y un volumen total de ingresos de dos billones de dólares, se estima que el turismo interno supera en unas diez veces el volumen mundial del turismo internacional por lo que el turismo sigue siendo uno de los principales puntales del desarrollo económico y continuará siéndolo por mucho tiempo, dadas las características singulares con que cuenta el país, lo cual le ha otorgado competitividad hasta convertirse en el gran líder de la región ecuatoriana.

El desarrollo de la actividad turística ha servido de motor para impulsar a otros sectores de la economía nacional, uno de estos sectores es el conformado por los agentes de viajes y operadores, ambos muy vinculados al turismo por la función que desempeñan al servir de nexo para facilitar el acceso de turistas al país.

Las Islas Galápagos o también conocidas como las islas Encantadas constituyen uno de los más complejos, diversos y únicos archipiélagos oceánicos del mundo, que aún mantiene sus ecosistemas y biodiversidad sin grandes alteraciones. Su ubicación y aislamiento geográfico, su riqueza biológica y los procesos evolutivos reflejados en su fauna y flora singular, las han hecho acreedoras del reconocimiento mundial, es por ello que son la primera elección de los turistas debido a que es un destino internacional del Ecuador y que se ubican en la primera posición, en la categoría de islas, dentro del concurso de las “Las 7 Nuevas Maravillas Naturales del Mundo”.

La actividad turística en las Islas Galápagos comenzó oficialmente en 1969, donde se inició con excursiones entre las islas con énfasis en su protección y conservación. De esta manera El

mantener a la naturaleza en buen estado y libre de contaminación, permitirá que los recursos tanto naturales como culturales se puedan utilizar en la actividad turística, despertando así el interés de la mayoría de las poblaciones rurales de las islas, que hasta hoy no cuenta con el conocimiento básico y claro sobre el valor e importancia del manejo de los recursos.

Una de las alternativas, que de hecho será el motivo de este estudio, son las agencias operadoras, que han experimentado un considerable índice de crecimiento en lo que se refiere a número y operación, reflejando un mercado que se lo puede considerar prometedor, pero que por estar sujeto a una serie de factores que pueden afectar la inversión, es necesario realizar estudios que garanticen la factibilidad para la implementación de una empresa.

La isla Santa Cruz o Indefatigable está localizada en la mitad del archipiélago y tiene una superficie de 98.555 hectáreas, fue colonizada a finales de 1920 por un grupo de noruegos, su sueño de enlatar pescado no fue consumado y algunos de ellos se radicaron en la parte alta y cambiaron su actividad de la pesca a la agricultura para vivir. Desde la costa nosotros podemos disfrutar de hermosas playas y bahías con tortugas y aves marinas. Viajando a través de siete diferentes zonas de vegetación y territorios de tortugas gigantes usted puede llegar a Cerro Crocker a 2.834 pies de altitud, y disfrutar de una grandiosa vista de la isla.

Se considera importante y prioritario, realizar la implementación de una operadora de turismo y agencia de viajes en Puerto Ayora, basada en el análisis de la oferta y demanda de paquetes de turismo de tierra, que este dirigida a realizar una actividad que obtenga simultáneamente un beneficio económico, desarrollo local y apoye a la conservación del entorno.

A. JUSTIFICACIÓN

Puerto Ayora capital de la isla Santa Cruz, provincia de Galápagos, debido a su localización posee una gran riqueza natural, otorgando al sector las fuentes primordiales necesarias para el desarrollo de la actividad turística en la zona.

Puerto Ayora es una zona con mayor desarrollo para actividades turísticas lo cual ha hecho que muchas personas cambien su actitud con respecto a la conservación ambiental esto ha dado lugar

a que se incremente la demanda por atractivos turísticos, beneficiándose de la modalidad de turismo de naturaleza las diferentes ciudades del país. Esto ha incentivado a la creación de varias agencias y operadoras, gran parte de las cuales no considera a la población local como un ente que debe beneficiarse de la actividad turística, convirtiéndose en una alternativa de ingresos económicos.

En resumen la presente investigación permitirá encontrar un resultado factible para la creación e implementación de una operadora y agencia que promueva el desarrollo turístico de las parroquias, a través de la operación de los distintos paquetes, generando beneficios económicos para la empresa y a su vez para los miembros de las parroquias con los que se opere el producto, procurando que la población local mejore su calidad de vida en base a la conservación, sostenibilidad de los recursos, al respeto cultural, fortaleciendo el capital social, adecuando la infraestructura.

B. OBJETIVOS

1. General

Realizar la implementación de una operadora de turismo y agencia de viajes en Puerto Ayora, cantón Santa Cruz, provincia de Galápagos.

2. Específicos

- a. Realizar el diagnóstico turístico de las islas Galápagos.
- b. Ejecutar el estudio de mercado.
- c. Efectuar el estudio técnico.
- d. Estructurar el marco administrativo - legal.

- e. Realizar el estudio económico.
- f. Efectuar el análisis financiero

III. REVISIÓN DE LITERATURA

A. GENERALIDADES

1. Concepto de agencia 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. (Reglamento General De Actividades Turísticas, 2002)

El ejercicio de actividades propias de agencias de viajes queda reservado exclusivamente a las compañías a las que se refiere el inciso anterior, con excepción de las compañías de economía mixta, formadas con la participación del Estado y el concurso de capital privado; por lo tanto, será considerado contrario a este reglamento todo acto ejecutado dentro de estas actividades, por personas naturales o jurídicas que no se encuentren autorizadas dentro del marco legal aquí establecido. (Reglamento General De Actividades Turísticas, 2002)

2. Actividades propias de las agencias de viajes

Son actividades propias de las agencias de viajes las siguientes, que podrán ser desarrolladas dentro y fuera del país: (Reglamento General De Actividades Turísticas, 2002)

- a. La mediación en la reserva de plazas y venta de boletos en toda clase de medios de transporte local o internacional;
- b. 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;

- c. 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;
- d. La prestación e intermediación de servicios de transporte turístico aéreo, terrestre, marítimo y fluvial a los viajeros dentro y fuera del territorio nacional;
- e. El alquiler y flete de aviones, barcos, autobuses, trenes y otros medios de transporte para la prestación de servicios turísticos;
- f. La actuación como representante de otras agencias de viajes y turismo nacionales o extranjeras, en otros domicilios diferentes al de la sede principal de la representada, para la venta de productos turísticos;
- g. La tramitación y asesoramiento a los viajeros para la obtención de los documentos de viaje necesarios;
- h. La entrega de información turística y difusión de material de propaganda;
- i. La intermediación en la venta de pólizas de seguros inherentes a la actividad turística;
- j. El alquiler de útiles y equipos destinados a la práctica de turismo deportivo y especializado;
- k. La intermediación en la venta de paquetes turísticos que incluyan cursos internacionales de intercambio, congresos y convenciones; y,
- l. La intermediación en el despacho de carga y equipaje por cualquier medio de transporte.

3. Clasificación de agencias de viajes

Las agencias de viajes, en razón del ámbito y extensión de sus actividades, se clasifican:

- a. Mayoristas;
- b. Internacionales; y,
- c. Operadoras.

Las agencias internacionales y las operadoras podrán ejercer los dos tipos de actividades a la vez, siempre y cuando el activo real sea igual a la sumatoria de los requeridos para cada una de ellas. En la licencia anual de funcionamiento constará este particular. (Reglamento General De Actividades Turísticas, 2002)

Ni las agencias internacionales, ni los operadores, podrán en ningún caso realizar las actividades determinadas como propias de las agencias mayoristas; estas últimas no podrán efectuar las actividades de ninguna de las otras. (Reglamento General De Actividades Turísticas, 2002)

a. Agencias de viajes mayoristas

“Son agencias de viajes mayoristas las que proyectan, elaboran, organizan y venden en el país, toda clase de servicios y paquetes turísticos del exterior a través de los otros dos tipos de agencias de viajes, debidamente autorizadas; y, además, mediante la compra de servicios que complementa el turismo receptivo, organizan y venden en el campo internacional, a través de las agencias de viajes de otros países, o a través de su principal en el exterior.

Esta clase de agencias podrá representar a las empresas de transporte turístico en sus diferentes modalidades, que no operen en el país, y realizar la intermediación en la venta de paquetes turísticos que incluyan cursos internacionales de intercambio, congresos y convenciones.

Las agencias de viajes mayoristas podrán también vender en el exterior los servicios turísticos que adquieran localmente a las agencias operadoras, o a los prestatarios de los servicios.

Las agencias de viajes mayoristas podrán actuar como representantes en el Ecuador de agencias de viajes extranjeras, pero deberán declarar este particular ante el Ministerio de Turismo.” (Reglamento General De Actividades Turísticas, 2002)

b. Agencias de viajes internacionales

Son agencias de viajes internacionales las que comercializan el producto de las agencias mayoristas, vendiéndolo directamente al usuario; o bien proyectan, elaboran, organizan o venden toda clase de servicios y paquetes turísticos, directamente al usuario o comercializan, tanto local como internacionalmente, el producto de las agencias operadoras. Estas agencias no pueden ofrecer ni vender productos que se desarrollen en el exterior a otras agencias de viajes dentro del territorio nacional. (Reglamento General De Actividades Turísticas, 2002)

c. Agencias de viajes operadoras

Son agencias de viajes operadoras las que elaboran, organizan, operan. y venden, ya sea directamente al usuario o a través de los otros dos tipos de agencias de viajes, toda clase de servicios y paquetes turísticos dentro del territorio nacional, para ser vendidos al interior o fuera del país. (Reglamento General De Actividades Turísticas, 2002)

4. Tour operadores.

Los servicios que ofrecen los tour operadores varían mucho y solamente tiene por límite la imaginación. El tour operador compra una serie de servicios de tierra en varios destinos a organizaciones especializadas en esos servicios, que pueden incluir la recepción del cliente con grandes protocolos a su llegada al lugar de destino. (MUÑOZ. F, 1996)

Actualmente las operadoras son el corazón de la distribución turística, aunque en un futuro, puede que tengan que compartir este privilegio con los sistemas globales de reservas informatizadas. Es decir, centrar sus negocios en la confección de productos turísticos completos, elaborados para un gran número de clientes, mediante la amalgama y combinación de los

productos básicos del sector, concebidos, concretados y puestos en el sistema de ventas a través de los canales de distribución, con anticipación a la demanda real. (MUÑOZ. F, 1996)

B. TURISMO

1. Introducción.

Si bien, el hombre ha viajado desde tiempos inmemoriales. El turismo se origina como consecuencia de un fenómeno social a partir del desarrollo del concepto de tiempo libre pero con una clara vocación geográfica, por lo que el turismo va ligado íntimamente con conceptos de ocio y recreación. (BRITTON, A., 1999).

Por su propia naturaleza el turismo ha llegado a ser un complejo fenómeno de dimensiones políticas, sociales, culturales, educativas, biofísicas, ecológicas y estéticas, en las que se puede descubrir numerosas oportunidades y posibilidades conociendo su valiosa interacción existente entre los deseos y expectativas de los visitantes y de las aspiraciones y deseos de las localidades anfitrionas. Por lo que el turismo es cada vez más apreciado como una fuerza positiva para la conservación de la naturaleza y la cultura, captando aspectos económicos aprovechados para su conservación generando fondos. (BRITTON, A., 1999).

2. Definición

CAPACE, G. (1997) sostiene que el turismo es: "la actividad económica productora de bienes y servicios que, respetando los límites físicos del espacio en que se desarrolla y los psíquicos de los habitantes y demás actores, son destinados a quienes deciden desplazarse temporal y voluntariamente fuera del lugar de residencia habitual sin incorporarse al mercado de trabajo del lugar de destino, con motivo o no de recreación".

“El turismo comprende las actividades que realizan las personas (turistas) durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un periodo de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, por negocios y otros motivos.”(OMT, 1999).

C. DIAGNÓSTICO

El diagnóstico es levantar la información necesaria para elegir los temas de los proyectos, es el proceso de evaluación, es paso indispensable en el desarrollo de los proyectos, ya que abre el camino para el diseño de un proyecto adecuado a las condiciones sociales y ecológicas locales. En este sentido, el reto central del proceso de evaluación es obtener información sobre el contexto social y ecológico. (PEÑAFIEL G, 1998)

Entendemos con realidad, todo lo que nos rodea, la situación social, económica, política e ideológica-cultural de un país, sector o localidad. El diagnóstico es una parte del proceso de sistematización. (PEÑAFIEL G, 1998)

D. DIAGNÓSTICO PARTICIPATIVO

En primer lugar, necesitamos obtener los conocimientos necesarios antes de planificar e intervenir. No podemos equivocarnos en la selección de los problemas. Tenemos que poder distinguir los problemas principales y prioritarios de los secundarios. Igualmente es indispensable distinguir las causas de los efectos. (PEÑAFIEL G, 1998)

En segundo lugar, es importante conocer los diferentes puntos de vista que existe sobre la realidad del sector. Sin la participación de grupos con diferentes experiencias, obtendremos una visión parcial. Por esto es importante obtener información separada de, por ejemplo, hombres y mujeres, dirigentes y otros actores, para obtener una visión más correcta y menos parcial de la situación del lugar. (PEÑAFIEL G, 1998)

Un buen levantamiento de datos contribuye a realizar una adecuada interpretación y análisis de la información y permite la búsqueda de alternativas factibles y posibles para la solución de los problemas que se identifiquen. (PEÑAFIEL G, 1998)

Dos son los tipos de información que se puede recoger: datos primarios y datos secundarios. Los datos primarios, son proporcionados por determinadas personas de manera directa que habitan en

el espacio territorial en el cual se realiza el proceso de investigación. Los datos secundarios son información que han sido previamente elaborados por otras personas y que está contenida en libros, informes, artículos y otros documentos escritos. (PEÑAFIEL G, 1998)

Las fuentes primarias de información se refieren a los acontecimientos que pueden ser observados, a los criterios, opiniones y experiencias concretas de la gente que pueden ser recogidas a través de entrevistas, encuestas y otras técnicas de investigación participativas.

Una de las técnicas que mayores y mejores resultados puede proporcionar en el desarrollo de la aplicación de datos primarios es la entrevista semi-estructurada. Esta es un diálogo que el entrevistador establece con una persona en particular o con un grupo de personas. Para ello se formula con aplicación, unas 5 o 10 preguntas sobre un tema acerca del cual interesa conocer las aplicaciones y criterios de determinados actores. En esta técnica no se incluye un listado completo de preguntas (en el caso de la técnica de encuesta), puesto que se debe posibilitar que sea la propia dinámica de la entrevista la que genere otras preguntas que no estarán escritas. La entrevista semi-estructurada se realiza de manera informal, en las viviendas o lugares de trabajo de los pobladores. (PEÑAFIEL G, 1998)

Sin embargo, con la finalidad de ahorrar tiempo y facilitar el procesamiento posterior de los datos es recomendable privilegiar la aplicación de esta técnica a las personas claves. (PEÑAFIEL G, 1998)

Los pasos a seguir para la obtención del diagnóstico participativo serán: Identificar el problema (la pregunta central), plan de diagnóstico, recoger la información, procesamiento de información, socializar los resultados. (PEÑAFIEL G, 1998)

1. Diagnóstico de recursos y atractivos naturales y culturales

Para la elaboración del diagnóstico de recursos y atractivos naturales y culturales de la zona, requerimos una serie de procesos técnicos de actividades, para ello lo hemos dividido en dos fases.

a. Primera fase

Consiste en los siguientes puntos:

1) Reconocimiento del patrimonio cultural y natural

Se realiza mediante la convocatoria a una serie de talleres, con la finalidad de conformar grupos de trabajo. La selección del sitio de interés turístico se lo realiza mediante la ubicación geográfica, en relación del país, región, provincia, ciudad, en función de variables como: condiciones naturales, aspectos socio-culturales, infraestructura existente, servicios públicos disponibles, operaciones turísticas existentes. (PROYECTO SUBIR, 1995).

2) Autodiagnóstico Comunitario

La finalidad del autodiagnóstico es que toda la comunidad participe en la realización de inventarios de los bienes del patrimonio tanto natural como cultural. Realizar una explicación introductoria a los participantes acerca del propósito general y de los objetivos propuestos para el trabajo; y dar a conocer la metodología que se utilizará para realizar el autodiagnóstico comunitario refiriéndose a varios temas específicos como:

a) Historia de la comunidad

Se recrea de manera física como fue la comunidad hace 20 años (en este período de tiempo permite analizar los procesos de evolución), y se conoce los valores, sabiduría, tradiciones y recursos naturales, a partir de narraciones de las personas más antiguas de la comunidad. (CARE, 1992).

b) Levantamiento geográfico

El dibujo de la comunidad nos indicará la ubicación en el espacio, reconstruir su territorio de identidad, señalar los linderos de la comunidad, ubicar caminos, viviendas, centros administrativos, los recursos, etc. (COMÚNIDEC, 1995).

c) Datos biofísicos

Se registran datos sobre: altitud, temperatura, precipitación, meses de invierno, verano, heladas, viento, sequía, tipo de suelos, pendientes, tipo de erosión. (CARE, 1992).

d) Listado de bienes naturales y culturales

En esta lista se incluye las tradiciones y costumbres del pasado con los hábitos del presente, para proyectarlos como valores culturales al futuro. Esta actividad facilita que los participantes encuentren los elementos comunes de su identidad, que valoricen los esfuerzos de las antiguas familias por mantener las tradiciones. A través de esta lista se identifica las tendencias culturales que en el presente se mantienen desde el pasado, los nuevos elementos que se incorporan a la cultura y se sitúa los problemas culturales del presente.

La lista preliminar de los bienes naturales y culturales, se la realiza en base a información de la comunidad o de la administración del área, para identificar un atractivo, es necesario: nombre del atractivo, localización geográfica, medios de acceso, tiempo estimado desde el sitio de operadores en horas y minutos, distancia, facilidades existentes. (SUBIR, 1995).

e) Actividades familiares, productivas, formas de vida.

Nos permite obtener información sobre el modo en que vive la gente de la zona a nivel familiar, es muy importante puesto que nos muestra la forma en que las familias ven su propia vida sobre actividades que realizan diariamente y acerca de los valores que aún mantienen.

f) Calendario de fiestas y ritos en el año

Nos muestra la manera de cómo la comunidad vive en el tiempo. El calendario de fiestas y ritos nos indica los comportamientos de las personas ante las distintas situaciones de la naturaleza y la sociedad durante el año.

g) Instituciones y organizaciones que trabajan con la comunidad

Es muy importante el conocer el tipo de instituciones y organizaciones que trabajan en la zona, conocer el tipo de trabajo, su campo de acción, sus nombres, actividades, metodología, saber qué relación tuvo con la comunidad.

h) Identificación y priorización de problemas y soluciones

La finalidad es identificar los problemas más urgentes y de mayor importancia y proponer soluciones, conjuntamente con la participación de la comunidad.

b. Segunda fase

1) Planificación participativa

Es una programación de actividades secuenciales que van a ser ejecutadas en un tiempo determinado, con el fin de alcanzar los objetivos planteados junto con la comunidad, basándose principalmente en las necesidades y requerimiento de la comunidad, para mejorar sus condiciones de vida tanto social como económicas.

2) Convenios comunales

La comunidad en coordinación con representantes de instituciones educativas, elabora un plan de trabajo por un tiempo determinado, en donde ya se ha especificado con anticipación las metas a

cumplirse, para luego pasar a la ejecución de las diferentes actividades de interés comunitario. (COMUNIDEC, 1994).

E. INVENTARIO DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS

1. El Inventario de Atractivos

Es el proceso mediante el cual se registra ordenadamente los factores físicos, biológicos y culturales que como conjunto de atractivos efectivos o potencialmente puestos en el mercado contribuyen a confrontar la oferta turística del país. Proporcionan información importante para el desarrollo del turismo su tecnificación evaluación y zonificación en el sentido de diversificar las áreas del desarrollo turístico. (MITUR 2004)

2. Los atractivos Turísticos

Son el conjunto de lugares, bienes, costumbres, servicios y acontecimientos que por sus características propias o de ubicación en un contexto atraen el interés del visitante. (MITUR 2004)

3. Facilidades Turísticas

Comprende el conjunto de bienes y servicios que hacen posible la actividad turística. Se refiere a las instalaciones donde los visitantes pueden satisfacer sus necesidades y los servicios complementarios para la práctica de turismo. (MITUR 2004)

4. Patrimonio cultural

Constituido por todos los bienes y valores culturales que son expresión de la nacionalidad, tales como la tradición, las costumbres y los hábitos, así como el conjunto de bienes inmateriales y materiales, muebles e inmuebles, que poseen un especial interés histórico, artístico, estético, plástico, arquitectónico, urbano, arqueológico, ambiental, documental, literario, bibliográfico,

museológico, antropológico y las manifestaciones, los productos y las representaciones de la cultura popular. (MITUR 2004)

F. ETAPAS PARA LA ELABORAR EL INVENTARIO DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS

De acuerdo con la metodología del Ministerio de Turismo, el proceso para la elaboración del inventario de atractivos turísticos comprende las siguientes fases o etapas:

1. Clasificación de los atractivos

Consiste en identificar claramente la categoría, tipo y subtipo al cual pertenece el atractivo a inventariar. (MITUR 2004)

2. Recopilación de información

En esta fase se selecciona tentativamente los atractivos para lo cual se investiga sus características relevantes. Esta fase de investigación es documental, cuya información se obtiene en las oficinas relacionadas con su manejo. (MITUR 2004)

3. Trabajo de campo

Consiste en la visita a efectuarse a los sitios para verificar la información sobre cada atractivo. Es el procedimiento mediante el cual se le asigna las características al atractivo. (MITUR 2004)

El trabajo de campo debe ordenarse en función de los desplazamientos para estimar el tiempo total que demande esta actividad. Es recomendable dirigirse a las oficinas públicas que puedan dotar de información adicional. (MITUR 2004)

4. Registro de la información

Para almacenar la información se debe seleccionar los datos definitivos de cada atractivo y registrarlos en los formularios diseñados según las categorías. (MITUR 2004)

5. 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. (MITUR 2004)

6. Clasificación de los atractivos turísticos

La clasificación de las categorías de atractivos en esta metodología se la hace en dos grupos: SITIOS NATURALES y MANIFESTACIONES CULTURALES. Ambas categorías se agrupan en tipos y subtipos. (MITUR 2004)

En la categoría de Sitios naturales se reconocen tipos: Montañas, Planicies, Desiertos, Ambientes lacustres, Ríos, Bosques, Aguas Subterráneas, Fenómenos Espeleológicos, Costas o Litorales, Ambientes Marinos, Tierras Insulares, Sistema de Áreas Protegidas (MITUR 2004)

En la categoría manifestaciones culturales se reconocen los tipos: Históricos, Etnográficos, Realizaciones Técnicas y Científicas, Realizaciones Artísticas Contemporáneas, y Acontecimientos Programados (MITUR 2004)

a. Categoría: Define los atributos que tiene un elemento y motivan la visita turística dependiendo de su naturaleza (MITUR 2004)

b. Tipo: Son los elementos de características similares en una categoría

c. Subtipo: Son los elementos que caracterizan los tipos

G. EVALUACIÓN DE LOS ATRACTIVOS

Evaluar un conjunto de atractivos significa establecer una relación de orden entre los elementos de ese conjunto, en base a la descripción contenida en los formularios de registro de la información. El proceso de evaluación conduce a la asignación de una jerarquía. (MITUR 2004)

Los atractivos deberán ser evaluados en base a tres parámetros:

- Información consignada en los formularios.
- Estudio fotográfico (mínimo 5 tomas por atractivo) y,
- Un minucioso conocimiento de los evaluadores sobre las características particulares de los atractivos. (MITUR 2004)

La jerarquía se establece a partir de la suma de los valores asignados a cada factor, y en función de los puntos obtenidos se determina el rango jerárquico donde se ubica el atractivo. (MITUR 2004)

Los rangos son:

1 a 25 puntos: Jerarquía I

26 a 50 puntos: Jerarquía II

51 a 75 puntos: Jerarquía III

76 a 100 puntos: Jerarquía IV

H. INSTRUCTIVO PARA UTILIZAR LA FICHA DE EVALUACIÓN DE ATRACTIVOS

Esta labor tiene lugar luego de realizadas las actividades de campo y será de exclusiva responsabilidad del Supervisor del Trabajo, quien deberá consignar su nombre en la ficha.

En esta ficha de evaluación, a más del nombre de la provincia y del atractivo, se calificará las variables, registrando en cada casilla el valor en números enteros asignados a cada factor de esa variable, sin sobrepasar los puntos máximos señalados. (MITUR 2004)

En el casillero JERARQUIA se debe anotar, en números romanos la jerarquía del I a IV, que corresponda según el rango dentro del cual se ubica la cifra de puntos totales escrita en la casilla anterior. (MITUR 2004)

Los atractivos de acuerdo a la jerarquización que se les ha asignado, deberán responder aproximadamente a la siguiente descripción. (MITUR 2004)

1. Jerarquía IV

Atractivo excepcional de gran significación para el mercado turístico internacional, capaz por si solo de motivar una importante corriente de visitantes actual o potencial. (MITUR 2004)

2. 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 si solos o en conjunto con otros atractivos contiguos. (MITUR 2004)

3. 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. (MITUR 2004)

4. Jerarquía I

Atractivos sin merito 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. (MITUR 2004)

I. ESTUDIO DE MERCADO

1. Concepto de Estudio de Mercado.

“La investigación de mercados es la reunión, el registro y el análisis de todos los hechos acerca de los problemas relacionados con las actividades de las personas, las empresas y las instituciones en general. En el caso concreto de las empresas privadas, la investigación de mercados ayuda a la dirección a comprender su ambiente, identificar problemas y oportunidades y evaluar y desarrollar alternativas de acción de marketing. En el caso de las organizaciones públicas. La investigación de mercados contribuye a una mejor comprensión del entorno, a fin de tomar mejores decisiones de tipo económico, político y social.

Por lo tanto, puede afirmarse que la investigación de mercados es una herramienta muy poderosa para la toma de decisiones, que ayuda a disminuir el riesgo que corren las instituciones en general”. (BENASSINI, 2001)

La investigación de mercados sirve de enlace entre la organización y su entorno de mercado e implica la especificación para ayudar a la administración a entender ese ambiente de mercado, identificar sus problemas y oportunidades, así como a desarrollar y evaluar cursos de acción. (JANY J, 2000).

Hay cuatro términos que se deben incluir en esta definición. Estos son (1) sistemático, (2) objetivo, (3) información y (4) toma de decisiones. Por lo tanto, la investigación de mercados es el enfoque sistemático, objetivo al desarrollo y disposición de información para el proceso de toma de decisiones por parte d la gerencia de mercadeo. (JANY J, 2000).

Debemos hacer algunos comentarios acerca de esta definición. La palabra “sistemático” se refiere al requisito de que el proyecto de investigación debe estar bien organizado y planeado: se deben detallar con anterioridad los aspectos estratégicos y tácticos del diseño de investigación, y se han de anticipar la naturaleza de los datos que se deben reunir y el modo de análisis que se utilizara. (JANY J, 2000).

La “objetividad” implica que la investigación de mercados busca ser neutral y sin ningún tipo de carga emocional en el desempeño de sus responsabilidades. A veces se escucha que la investigación de mercados es “la aplicación de método científico al mercadeo”. La base fundamental del método científico es la recopilación objetiva de datos, el análisis y la interpretación de estos. (JANY J, 2000).

2. Importancia del estudio de mercado

La importancia de las investigaciones de mercados en todos los procesos es muy alta ya que sirve como instrumento de acopio de información, previene y limita los riesgos y especialmente ayuda para que la toma de decisiones se den en condiciones de menor incertidumbre, es considerada un área del marketing que ayuda a crear y establecer un sistema de información que por medio de un proceso técnico permite clasificar, analizar o interpretar datos cuantitativos y cualitativos obtenidos de fuentes primarias o secundarias, a fin de evitar riesgos y tomar decisiones adecuadas para una eficiente dirección de la empresa. (JANY J., 2000)

¿Para qué sirve?

- Para proporcionar información que ayude a comprender el mercado y el entorno.
- Para identificar limitaciones y oportunidades.
- Para desarrollar y evaluar cursos de acción alternativos.
- Para tomar decisiones claves para el futuro de su empresa. (JANY J, 2000).

3. Fuentes de información

Los datos primarios, los secundarios o ambos pueden emplearse en una investigación. Los datos primarios son los datos originales reunidos especialmente para el proyecto en cuestión. Los datos secundarios ya han sido obtenidos para algún propósito. Por ejemplo, cuando los investigadores acuden a un supermercado y observan si el público se sirve de listas de compras, están recabando datos primarios. Si consiguen información de un censo de población, estarán usando una fuente secundaria. (STANTON W. 1990).

a. Fuentes de datos secundarios

Un investigador de mercados dispone de algunas fuentes excelentes y de fácil acceso de información secundaria. Una de esas fuentes es, desde luego, la multitud de documentos e informes que se conservan dentro de la empresa. Fuera de ellas tenemos a las bibliotecas, asociaciones comerciales, empresas privadas que proporcionan datos estadísticos, medios de comunicación y publicidad. (STANTON W. 1990).

b. Fuentes de datos primarios

Luego de agotar todas las fuentes razonables de datos secundarios, los investigadores posiblemente no tengan todavía suficiente información. Entonces acudirán a las fuentes primarias y recogerán la información personalmente. En el proyecto de investigación de una compañía; por ejemplo, un investigador puede entrevistar a los vendedores, los intermediarios o clientes, a fin de recabar la información pertinente de mercado. (STANTON W. 1990).

Hay tres métodos de uso general en la obtención de datos primarios; encuesta, observación y experimentación. Normalmente los tres no se aplican en un proyecto. El método de elección dependerá de la disponibilidad de tiempo, dinero, personal e instalaciones. (STANTON W. 1990).

c. Método de encuesta

La encuesta consiste en reunir datos entrevistando a un número reducido de personas (una muestra) escogida de un grupo más grande. La encuesta tiene la ventaja de llegar a la fuente original de información. En efecto, ésta puede ser la única manera de averiguar de opiniones de conocer las intenciones del grupo. (STANTON W. 1990).

Si bien la entrevista sigue siendo la técnica de más uso en la obtención de datos primarios, se advierte la tendencia a sustituirla por otras. Otros métodos han sido perfeccionados y su valor se aprecia mejor en la actualidad. El método de encuesta contiene ciertas limitaciones intrínsecas.

Hay probabilidades de error en la elaboración del cuestionario y en el proceso de la entrevista. Las encuestas pueden ser caras, y a veces su realización tarda mucho tiempo. Otra de sus grandes limitaciones es que los entrevistados a menudo no pueden o no quieren dar sus verdaderas respuestas. (STANTON W. 1990).

4. Demanda

La demanda es la expresión de la forma en la cual una comunidad desea utilizar sus recursos con el objeto de satisfacer sus necesidades, buscando maximizar su utilidad, bienestar y satisfacción. (ARBOLEDA, G. 1998).

a. Objetivo del análisis de la demanda

Determinar y medir cuales son las fuerzas que afectan los requerimientos del mercado con respecto a un bien o servicio. La demanda es función de: Necesidad real que se tiene del bien o servicio, su precio, nivel de ingreso de la población, indicador económicos. (ARBOLEDA, G. 1998)

b. Tipos de demanda

La demanda se clasifica de acuerdo con su probabilidad y de acuerdo con los consumidores o usuarios inmediatos. (ARBOLEDA, G. 1998)

1) De acuerdo con su probabilidad

- Demanda efectiva o real, es la demanda totalmente cierta.
- Demanda aparente, es aquella demanda probable en la cual no se conocen las pérdidas y/o mermas por comercialización.
- Demanda potencial, es la demanda probable que al satisfacer determinadas condiciones no se puede volver real. (ARBOLEDA, G. 1998)

2) De acuerdo con los consumidores o usuarios inmediatos

Demanda básica, cuando el uso o consumo es final, Demanda derivada, cuando los usuarios o consumidores son intermediarios. (ARBOLEDA, G. 1998)

c. La demanda en el estudio de mercado

Se clasifica en:

1) Demanda insatisfecha

Cuando la demanda total no está debidamente satisfecha es decir en la que lo producido u ofrecido no alcanza a cubrir los requerimientos de mercado. (ARBOLEDA, G. 1998)

2) Demanda satisfecha

En la cual lo ofrecido al mercado es lo que este requiere. (ARBOLEDA, G. 1998)

3) Demanda satisfecha saturada

La que ya no puede soportar una mayor cantidad del bien o servicio en el mercado, pues se está usando plenamente. (ARBOLEDA, G. 1998)

5. Oferta

El estudio de la oferta se refiere al comportamiento de la misma y a la definición de las cantidades que ofrecen o pueden proporcionar quienes dentro de sus actividades proveen de bienes y servicios similares al del proyecto. Incluye lo siguiente. (ARBOLEDA, G. 1998)

a. Análisis de la oferta actual

Se busca caracterizar la evolución de la oferta.

1) Caracterización del mercado

Consiste en recopilar, procesar y analizar la información que permita aclarar el régimen de mercado y lo caracterice en su estructura como de competencia perfecta o monopólica o en una posición entre ambas. (ARBOLEDA, G. 1998).

2) Pronóstico de la oferta

Consiste en tratar de identificar, con la ayuda de distintas hipótesis, la probable evolución futura de la oferta. (ARBOLEDA, G. 1998).

3) Objetivo del análisis de la oferta

Determinar o medir las cantidades y condiciones en que una economía puede y quiere poner a disposición del mercado un bien o servicio. (ARBOLEDA, G. 1998).

6. Competencia

Se trata de analizar concienzudamente la operación de aquellas unidades que están operando en la gama del mercado que en principio serán competencia directa del proyecto que se estudia, bien por su previsible localización, categoría, nivel y servicios, etc. (VELASTEGUI, H., 1997).

7. Proveedores

La investigación de mercado también sirve para conocer a cerca de los proveedores de equipos, materias primas, envases y otros materiales que usted necesita para producir y vender las mercaderías o entregar los servicios. Encuentre las respuestas a estas preguntas.

- ¿Cuáles son sus precios?
- ¿Cuáles son las condiciones de pago?
- ¿Cuál es el nivel de la calidad?
- ¿Cómo es su relación con la clientela?
- ¿Tienen repuestos las partes de las máquinas? (VELASTEGUI, H., 1997).

8. Publicidad

La investigación sirve para indicar cuál es el mejor vehículo de comunicación para la publicidad del producto o servicio. (VELASTEGUI, H., 1997).

9. Métodos de investigación de mercados

Existen diferentes métodos de investigación de mercado, a saber:

a. Entrevista.

Un entrevistador conduce la entrevista, siguiendo un cuestionario especialmente elaborado para obtener determinadas informaciones. (VELASTEGUI, H., 1997).

b. Sondeo.

Este es un método sencillo y barato de investigar que se caracteriza por preguntas orales simples y objetivas. Del mismo modo se obtienen respuestas sencillas y objetivas. (VELASTEGUI, H., 1997).

c. Observación.

El método de observación consiste en colocar a una persona (investigador) observando y anotando el comportamiento de las personas investigadas. (VELASTEGUI, H., 1997).

d. Cuestionario.

El método de cuestionario consiste en investigar la opinión de las personas a través de un cuestionario escrito a ser respondido por escrito por la propia persona investigada. (VELASTEGUI, H., 1997).

J. ESTUDIO TÉCNICO

1. Ingeniería Básica

La ingeniería del proyecto es una propuesta de solución a necesidades detectadas en el ámbito empresarial, social, individual, entre otros. (www.itson.mx, 2009)

a. Descripción del producto

La descripción del bien o servicio debe mostrar las especificaciones físicas del producto. Para ello será necesario identificar la materia prima (insumos) que se utilizarán y los procesos tecnológicos necesarios para su fabricación. En el caso de empresas de servicio, también se tiene que describir detalladamente en qué consiste dicho servicio. (www.itson.mx, 2009)

b. Descripción del proceso

Con este elemento se pretende describir la secuencia de operaciones que llevan al bien a transformarse en un producto terminado. En él se pueden incluir tiempos y requerimientos y para su mejor presentación y entendimiento se sugieren los diagramas de flujo los cuales sirven para mostrar los espacios y la transformación de los materiales hasta llegar a su última presentación. (www.itson.mx, 2009)

2. Determinación del Tamaño Óptimo del Proyecto

En este elemento del estudio técnico se cuantifica la capacidad de producción y todos los requerimientos que sean necesarios para el desarrollo del bien por ello se debe tomar en cuenta la

demanda y de esta manera determinar la proporción necesaria para satisfacer a esa demanda. (www.itson.mx, 2009)

A continuación se muestran los factores que pueden apoyar a la determinación del tamaño óptimo del proyecto. (www.itson.mx, 2009)

a. Identificación de la demanda

El estudio de mercado entre otras cosas, tiene el propósito de mostrar las necesidades del consumidor, la demanda real, potencial y la proyectada basándose en su investigación de mercado. De ahí que la demanda es un factor importante para condicionar el tamaño del proyecto, ésta puede ser mayor al proyecto, igual o bien quedar por debajo, o sea que la proporción de demanda real y potencial puede ser mayor a la proporción de producción que tendrá el proyecto; puede ser también igual si la demanda real y potencial se ve satisfecha con la capacidad de producción del proyecto, finalmente puede quedar por debajo que consiste en ver a la demanda muy pequeña en relación con la capacidad de producción del proyecto. (www.itson.mx, 2009)

b. Identificación de los insumos y suministros del proyecto

En este punto se debe identificar el abasto suficiente en cantidad y calidad de materias primas que se requiere para el desarrollo del proyecto. De ahí la importancia de conocer a los proveedores, precios, cantidades de suministros e insumos respaldado por cotizaciones para establecer un compromiso. (www.itson.mx, 2009)

c. Identificación de la maquinaria, equipo, tecnología

Para identificar la maquinaria y equipo que el proyecto requerirá es importante tomar en cuenta todos los elementos que involucren a la decisión. La información que se obtenga será necesaria para la toma de decisiones y para las proyecciones ya que es importante considerarla dentro de la inversión del proyecto. A continuación los elementos mínimos a identificar para la determinación de la maquinaria y equipo, mismo que será respaldado por una cotización que muestra además las

dimensiones del bien, su capacidad, costo de mantenimiento, consumo de energía, infraestructura necesaria para su habilitación. (www.itson.mx, 2009)

d. El tamaño del proyecto y el financiamiento

Para este análisis se sugiere que la empresa haga un balance entre el monto necesario para el desarrollo del proyecto y lo que pudiera arriesgar para financiarlo, pues se tiene que conocer las diferentes fuentes de financiamiento y el rendimiento que dicho proyecto tendría para identificar un beneficio económico en la implantación del proyecto y en caso contrario volver a realizar el análisis y determinar el tamaño necesario que proporcione una utilidad para los inversionistas. En otras palabras identificar si puede cubrir la inversión con fuentes internas, con externas o ambas. (www.itson.mx, 2009)

3. Localización de la Planta

Este elemento consiste en identificar el lugar ideal para la implementación del proyecto, se debe tomar en cuenta algunos elementos importantes que darán soporte a la decisión del lugar específico de la planta. La selección de la localización del proyecto se define en dos ámbitos: el de la macrolocalización donde se elige la región o zona más atractiva para el proyecto y el de la microlocalización, que determina el lugar específico donde se instalará el proyecto. (www.itson.mx, 2009)

Métodos recomendados: el método cualitativo por puntos que consiste en asignar elementos cuantitativos a un grupo de criterios relevantes para la localización, lo que lleva a comparar varios sitios y escoger el que más puntuación tenga, otro es el método cuantitativo de Vogel, este método requiere un análisis de costos de transporte, de la materia prima y los productos terminados de tal manera que el monto de los costos determinarán la mejor localización y el método de Brown y Gibson en el que se combinan factores posibles de cuantificar con factores subjetivos a los que asignan valores ponderados de peso relativo. (www.itson.mx, 2009)

4. Distribución en la Planta

Una buena distribución del equipo en la planta corresponde a la distribución de las máquinas, los materiales y los servicios complementarios que atienden de la mejor manera las necesidades del proceso productivo y asegura los menores costos y la más alta productividad, a la vez que mantiene las condiciones óptimas de seguridad y bienestar para los trabajadores.(BACA. G, 2001)

Para ello es importante considerar todos los elementos necesarios para el desarrollo del proyecto, como lo es la maquinaria, equipo, personal, materia prima, almacenamiento, etc. e identificar los espacios y recorridos que permitan que los materiales y las personas se encuentren seguros y bien establecidos. Existen algunos métodos para la distribución óptima de la planta como lo es la Planeación Sistémica Simplificada de Distribución (PSSD) que cuenta con un grupo de elementos que proporcionan una mejor distribución. (BACA. G, 2001)

5. Análisis de la Inversión

El análisis de costos que se presenta como conclusión del estudio técnico consiste en la determinación y distribución de los costos de inversión fija, diferida y el capital de trabajo, en términos totales. (BACA. G, 2001)

Finalmente los resultados de los análisis en el estudio técnico deberán combinarse con el resto de los estudios realizados en un proyecto de evaluación, como es el caso del estudio de mercado, estudio administrativo y finalmente el estudio financiero. La estimación de los costos del proyecto son parte importante en el desarrollo de los proyectos de inversión, tanto por su efecto en la determinación de la rentabilidad del mismo como por su variedad de elementos que condicionan el estudio financiero. (BACA. G, 2001)

K. ESTUDIO ADMINISTRATIVO LEGAL

1. Estudio administrativo

En una empresa, la administración consiste en la manera cómo se alcanzan las metas u objetivos con la ayuda de personas y recursos, mediante el desempeño de ciertas funciones, esenciales como planeación (determina los objetivos), organización (coordina funciones y recursos), dirección (ejecuta lo planeado) y control (compara los resultados con los planeado), llamado en su conjunto “Proceso administrativo” o “funciones de la administración” (VALDIVIESO, L. 2000)

“Es importante analizar y justificar las decisiones que ayudan a definir cómo funcionará el proyecto, es decir que se definirán las áreas para que se cumpla el proceso administrativo en: planear la instalación y ejecución del proyecto, organizar el trabajo, integrar el personal a cada función, dirigir la instalación y operación del proyecto, controlar el desempeño personal, rendimiento, resultados contabilidad, finanzas, innovación, información a la comunidad, relación con colaboradores y otros” (LUNA, R. 2001)

2. Estudio legal

El ámbito legal de un proyecto implica una investigación adecuada, sobre todo el cuerpo de leyes, reglamentos, disposiciones y demás normas emitidas por autoridades competentes, cuya letra y espíritu se relaciona con la ejecución y operación de la empresa en estudio. (HERNÁNDEZ, E. 1997)

Al hablar del entorno legal nos referimos a todas las leyes y reglamentos que norman la operación de una compañía o de un producto en el mercado. Así, por ejemplo los permisos, el registro de marcas, la ley de invenciones y marcas, de derechos de autor, las patentes, el derecho mercantil, la ley general de protección al consumidor, la ley general de sociedades cooperativas, entre otras. (HERNÁNDEZ, E. 1997)

Todas estas son elementales para estar dentro de la ley, evitar demandas y de alguna manera la piratería. Además, muchas veces es importante todo esto, por ejemplo a los fabricantes de bebidas alcohólicas o de cigarros, la ley les exige poner leyendas en su publicidad para cuidar la salud como "todo con medida", "el abuso en el consumo de este producto, puede causar cáncer". Incluso hay una normatividad para el diseño de una etiqueta: el código de barras debe tener un tamaño determinado, el contenido neto es con "g" minúscula y sin punto, los ingredientes, datos de fabricante, entre otros aspectos (CONTRERAS, C. 2005).

L. ESTUDIO ECONÓMICO DEL PROYECTO

En el estudio de la viabilidad económica se pretende definir, mediante la comparación de los beneficios y costos estimados de un proyecto, si es recomendable su implementación y posterior operación. En la concreción de esta viabilidad se reconocen tres etapas o niveles en que se clasifican los estudios de acuerdo con su profundidad y con la calidad y cantidad de información utilizada, siendo la última de tales etapas la de factibilidad. En este punto centraremos este capítulo, en nuestro intento de clarificar los conceptos, técnicas y metodologías acerca de la formulación y evaluación de proyectos. (CUARTAS, F., 2008).

Aquí se demuestra lo importante: ¿La idea es rentable?., Para saberlo se tienen tres presupuestos: ventas, inversión, gastos. Que salieron de los estudios anteriores. Con esto se decidirá si el proyecto es viable, o si se necesita cambios, como por ejemplo, si se debe vender más, comprar maquinas más baratas o gastar menos.

Hay que recordar que cualquier "cambio" en los presupuestos debe ser realista y alcanzable, si la ganancia no puede ser satisfactoria, ni considerando todos los cambios y opciones posibles entonces el proyecto será "no viable" y es necesario encontrar otra idea de inversión.(GRATEROL, M., 1997).

M. ANÁLISIS FINANCIERO

1. Definición

El análisis financiero constituye la técnica matemático-financiera y analítica, a través de la cual se determinan los beneficios o pérdidas en los que se puede incurrir al pretender realizar una inversión u alguna otro movimiento, en donde uno de sus objetivos es obtener resultados que apoyen la toma de decisiones referente a actividades de inversión. (James C., 2007)

Asimismo, al analizar los proyectos de inversión se determinan los costos de oportunidad en que se incurre al invertir al momento para obtener beneficios al instante, mientras se sacrifican las posibilidades de beneficios futuros, o si es posible privar el beneficio actual para trasladarlo al futuro, al tener como base específica a las inversiones. Una de las evaluaciones que deben de realizarse para apoyar la toma de decisiones en lo que respecta a la inversión de un proyecto, es la que se refiere a la evaluación financiera, que se apoya en el cálculo de los aspectos financieros del proyecto. (James C., 2007)

El análisis financiero se emplea también para comparar dos o más proyectos y para determinar la viabilidad de la inversión de un solo proyecto. (James C., 2007)

2. Punto de equilibrio

El sistema del punto de equilibrio se desarrollo en el año de 1920 por el Ing. Walter A. Rautenstrauch, considero que los estados financieros no presentaban una información completa sobre los siguientes aspectos: (James C., 2007)

- a. Solvencia.
- b. Estabilidad.
- c. Productividad.

3. Indicadores de Rentabilidad

- a. TIR o IRR en inglés (Internal Rate of Return), es una herramienta o medida usada como indicador al cuantificar la eficiencia de una inversión determinada. Al contrario del VAN (valor actual neto), que entrega como resultado una magnitud, el TIR entrega un porcentaje, por lo que muchos analistas lo prefieren, aunque es más preciso como indicador el VAN. En otras palabras, el TIR es la tasa compuesta de retorno anual que se puede ganar de una inversión. (James C., 2007)

Se considera que si el TIR es mayor que el costo del capital para un proyecto, este último entrega valor a la compañía. Desde otro punto de vista, un proyecto es bueno siempre y cuando su TIR sea mayor al retorno a la inversión que se pueda obtener en inversiones alternativas, como por ejemplo depósitos a plazo (James C., 2007)

- b. VAN, valor actual neto es una medida de los excesos o pérdidas en los flujos de caja, todo llevado al valor presente (el valor real del dinero cambia con el tiempo). Es por otro lado una de las metodologías estándar que se utilizan para la evaluación de proyectos. (James C., 2007)

- c. Relación Costo /Beneficio está representada por la relación:

- 1) Ingresos / Egresos.

En donde los ingresos y los egresos deben ser calculados de un modo que no genere pérdidas para la empresa y por el contrario tenga un criterio de ganancias para poder que uno de los objetivos se cumplan como el de generar beneficios a la empresa y su personal. El análisis de la relación beneficio costo implica que: (James C., 2007)

- a) $B/C > 1$ implica que los ingresos son mayores que los egresos, entonces el proyecto es aconsejable. (James C., 2007)

- b) $B/C = 1$ implica que los ingresos son iguales que los egresos, en este caso el proyecto es indiferente. (James C., 2007) $B/C < 1$ implica que los ingresos son menores que los egresos, entonces el proyecto no es aconsejable. (James C., 2007)

IV. MATERIALES Y MÉTODOS

A. CARACTERIZACIÓN DEL LUGAR

1. Localización

El presente trabajo se realizará en la Provincia de Galápagos.

2. Ubicación geográfica

Latitud: 0°32'22"

Longitud: 90°31'26"

Altitud: 864 metros

3. Características climáticas

Temperatura promedio: 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 formado 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 la 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. Materiales

Materiales de oficina, tinta para impresora blanco-negro y color, Cds, pilas alcalinas AA, calculadora.

2. Equipos

Cámara digital, computadora portátil, impresora, flash memory 1 GB, scanner.

C. METODOLOGÍA

1. Método

La presente investigación es de tipo aplicada ya que está orientada al desarrollo del área de estudio. Es una investigación de campo, porque se desarrollará en la Provincia de Galápagos.

2. Metodología

1. Realizar el diagnóstico turístico de las islas Galápagos

- a. Se recopilará información de fuentes secundarias como: Parque Nacional Galápagos, Ministerio de turismo, Cámara de Turismo, Ilustre Municipio de Santa Cruz, en donde se obtendrán datos reales para desarrollar el diagnóstico.
- b. Validar el inventario de atractivos culturales y naturales de las islas Galápagos, aquella que se encuentre desactualizada se aplicará la metodología del MINTUR 2004, mediante salidas de campo para verificar, calificar, jerarquizar y analizar la información sobre los atractivos.

2. Ejecutar el estudio de mercado correspondiente

a. Análisis de la Demanda

- 1) **Aspecto Cuantitativo:** se tomará en cuenta la afluencia de visitantes en el aeropuerto de Baltra y la Isla Santa Cruz.

Se definirá cual es nuestra demanda, identificando quiénes son y donde se encuentran los consumidores de los servicios que se entregará, se definirá:

- a) Las tendencias generales de la demanda
- b) La determinación del mercado potencial
- c) Segmentación de los mercados y análisis de cada segmento

2) Aspecto Cualitativo:

Para realizar esta investigación se identificará el universo de estudio, mediante la segmentación, el tamaño y localización para el mismo.

Se determinará la muestra mediante la siguiente fórmula CANAVOS:

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

N = Universo de estudio.

P = 0,5 probabilidad de ocurrencia de un evento.

Q = 0,5 probabilidad de no ocurrencia de un evento.

e = Margen de error.

k = Margen de confiabilidad.

n = Muestra.

Una vez que se obtenga el número de encuestas para aplicar se elaborará el contenido de las encuestas a partir de las siguientes variables:

Variables psicográficas

Variables socioeconómicas,

Variables geográficas,

Variables motivacionales,

Hábitos de consumo, gustos y preferencias

Con la información recolectada se procederá al análisis e interpretación de datos obteniendo así el perfil de nuestros posibles consumidores.

b. Análisis de la Oferta

Se definirá cuales son nuestros competidores actuales y potenciales, que productos, servicios generan, en qué condiciones, estos son elementos que se deberá conocer para tener éxito.

Para el análisis de la oferta se realizará de dos tipos:

- 1) Análisis de la oferta complementaria (los servicios turísticos de la provincia de Galápagos); y
- 2) Análisis de la competencia

c. Confrontación oferta vs. demanda

Dónde se determinará las oportunidades cuantitativas del mercado. En esta parte se confrontará los datos estadísticos de la demanda frente a la oferta y se determinará la demanda insatisfecha. La demanda insatisfecha permitirá realizar una estimación de la demanda que será cubierta con el proyecto.

3. Efectuar el estudio técnico

El estudio técnico se realizará 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

Definir el producto (paquetes, rutas/circuitos turísticos) considerando los datos que se obtengan en el estudio de mercado. Además se hará el análisis del producto mediante:

- 1) La líneas, la variedad de producto que se va a ofertar,
- 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 determinará el camino que seguirá 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 representará 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. Estructurar el marco administrativo - legal

a. Administrativo:

En este estudio se definirá el organigrama estructural y el manual de funciones del talento humano responsable.

b. Legal:

Además se tomará en cuenta los aspectos legales para su funcionamiento y operación, es decir los impuestos y controles estatales a los que se regirá la futura empresa, entre algunos están los siguientes:

- 1) La Constitución de la República del Ecuador
- 2) La Ley de Compañías
- 3) La Ley de Turismo
- 4) La Ley Especial de Galápagos
- 5) Impuestos por licencia de funcionamiento anual otorgados por el Ministerio de Turismo
- 6) Impuestos Municipales
- 7) Impuestos al Sistema de Rentas Internar, RUC

5. Realizar el estudio económico

A través del análisis financiero se definirá los beneficios y costos estimados del proyecto, los mismos que serán un punto de partida para saber si es recomendable su implementación y posterior operación.

Se analizará:

- a. Activo fijo, diferido y capital de trabajo de la empresa.
- b. Fuentes de financiamiento y usos de fondos.
- c. Calculo del servicio de la deuda.
- d. Calculo de depreciaciones y amortizaciones.
- e. Presupuesto de costos y gastos.
- f. Costos e ingresos de la empresa.
- g. Estado financiero "estado de resultados".
- h. Punto de Equilibrio.
- i. Balance de situación inicial.
- j. Balances generales proyectados.

6. Efectuar el análisis financiero

Con la evaluación financiera del proyecto, se conocerá la rentabilidad del proyecto, mediante:

- a. Flujo neto de caja
- b. Valor actual neto
- c. Periodo de recuperación del capital
- d. Relación beneficio costo
- e. Tasa interna de retorno

V. RESULTADOS

A. DIAGNÓSTICO TURÍSTICO DEL SECTOR ISLA SANTA CRUZ

1. Análisis Físico - Espacial

a. Ubicación Geográfica

Mapa 1. Ubicación Geográfica Provincia de Galápagos



Fuente: www.google.com/islasgalapagos-ecuador

b. Delimitación

La Isla Santa Cruz limita al norte, con la Isla Baltra, al sur con la Isla Floreana, al este con la Isla San Cristóbal y al oeste con la Isla Santiago

Mapa 2. Ubicación Cantón Santa Cruz



Fuente: www.google.com/islasgalapagos

c. Hidrografía

En Santa Cruz en la parte alta de la isla existen fuentes de agua natural, y en la parte baja de la isla existen grietas de agua salobre.

d. Orografía

La Isla Santa Cruz al igual que todas las islas que conforman el Archipiélago de Galápagos es de origen volcánico, se compone geológicamente de dos partes muy diferenciadas la más joven y adicionalmente la 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.

2. Análisis Ecológico – Territorial

a. Clima

En la isla existen pisos climáticos. En la primera faja, en las playas, a cero metros, la temperatura es de 21°C. Conforme se va ascendiendo en una segunda faja, la temperatura va bajando. Así, a los 200m es de 19°C. En una tercera faja, a 400m de altura, la temperatura es de 17°C. Y en una cuarta faja, a 450m, la temperatura es inferior a los 17°C.

b. 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, con una temperatura promedio de 18 a 30°C y una precipitación anual de 300 mm

c. 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.

d. Flora

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

Cuadro N° 01. Plantas de la zona costera

NOMBRE COMÚN	NOMBRE CIENTÍFICO
Uva de playa	<i>Scaevola plumeri</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>
Arrayancillo	<i>Maytenus octogona</i>
Monte salado	<i>Cryptocarpus pyriformis</i>
Sesuvium	<i>Sesuvium spp.</i>
Ipomoea	<i>Ipomoea pes-caprae</i>
Hierba escorpión	<i>Heliotropium curassavicum</i>
Atriplex peruviana	<i>Atriplex peruviana</i>
Cacabus	<i>Cacabus miersii</i>

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

Elaborado por: Silvana Vargas R.

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

NOMBRE COMUN	NOMBRE CIENTÍFICO
Mollugo	<i>Mollugo spp.</i>
Romerillo	<i>Macraea laricifolia</i>
Sicyocaulis	<i>Sicyocaulis pentagonus</i>
Palo santo	<i>Bursera graveolens</i>
Palo santo	<i>Bursera malacophylla</i>
Matazarno	<i>Piscidia carthagenesis</i>
Pega pega	<i>Pisonia floribunda</i>
Guayabillo	<i>Psidium galapageium</i>
Candelabro	<i>Jasminocereus thouarsii</i>
Cacto de lava	<i>Brachycereus nesioticus</i>
Tuna	<i>Opuntia spp.</i>

Manzanillo	<i>Hippomane mancinella</i>
Espino	<i>Scutia pauciflora</i>
Muyuyo	<i>Cordia lutea</i>
Amargo	<i>Castela galapageia</i>
Lecocarpus	<i>Lecocarpus pinnatifidus</i>
Lechoso	<i>Scalesia</i> spp.
Chala	<i>Croton scouleri</i>
Palo verde	<i>Parkinsonia aculeata</i>
Caco	<i>Erythina velutina</i>
Acacia	<i>Acacia</i> spp.
Algarrobo	<i>Prosopis juliflora</i>
Grabowskia	<i>Grabowskia boerhaviaefolia</i>
Lycium	<i>Lycium mínimum</i>
Algodón	<i>Gossypium barbadense</i>
Lantana	<i>Lantana peduncularis</i>
Rodilla de caballo	<i>Clerodendrum molle</i>
Waltheria	<i>Waltheria ovata</i>
Tomatillo de galápagos	<i>Lycopersicon cheesmanii</i>
Monte colorado	<i>Alternanthera</i> spp.
Flor de la pasión	<i>Passiflora foetida</i>
Momordica	<i>Momordica charantia</i>
Cacho de chivo	<i>Tribulus cistoides</i>
Tiquilia	<i>Tiquilla</i> spp.
Chamaesyce	<i>Chamaesyce</i> spp.
Orchilla	<i>Rocella babingtonii</i>

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

Elaborado por: Silvana Vargas R

Cuadro N° 03. Plantas de la zona húmeda

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

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

Elaborado por: Silvana Vargas R

e. Fauna

Existe variedad en cuanto a fauna se refiere, entre los que se destaca:

Cuadro N° 04. Especies de Reptiles

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

Iguana marina	Amblyrhynchus cristatus
---------------	-------------------------

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

Elaborado por: Silvana Vargas R.

Cuadro N° 05. Especies Aves marinas

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

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

Elaborado por: Silvana Vargas R

Cuadro N° 06. Especies Aves costeras y migratorias

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

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

Elaborado por: Silvana Vargas R

Cuadro N° 07. Especies Aves terrestres

NOMBRE COMÚN	NOMBRE CIENTÍFICO
Gavilán de Galápagos	Buteo galapagoensis
Lechuza blanca	Tyto punctissima
Lechuza de campo	Asio flammeus
Pachay	Lateralus spilonotus
Gallareta	Neocrex erythrops
Gallareta frentirroja	Gallinula chloropus

Paloma de Galápagos	<i>Zenaida galapagoensis</i>
Cuclillo	<i>Coccyzus melacoryphus</i>
Garrapatero	<i>Crotophaga ani</i>
Pájaro brujo	<i>Pyrocephalus rubinus</i>
Papamoscas de Galápagos	<i>Myiarchus magnirostris</i>
Golondrina de Galápagos	<i>Progne modesta</i>
Cucuve de galápagos	<i>Nesomimus parvulus</i>
Cucuve de Floreana	<i>Nesomimus trifasciatus</i>
Cucuve de Española	<i>Nesomimus macdonaldi</i>
Cucuve de San Cristóbal	<i>Nesomimus melanotis</i>
Canario maría	<i>Dendroica petechia</i>

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

Elaborado por: Silvana Vargas R

Cuadro N° 08. Especies Pinzones de Darwin

NOMBRE COMÚN	NOMBRE CIENTÍFICO
Gran pinzón terrestre	<i>Geospiza magnirostris</i>
Mediano pinzón terrestre	<i>Geospiza fortis</i>
Pequeño pinzón terrestre	<i>Geospiza Fuliginosa</i>
Pinzón terrestre de pico agudo	<i>Geospiza difficilis</i>
Pinzón de cacto	<i>Geospiza scandens</i>
Gran pinzón de cacto	<i>Geospiza conirostris</i>
Pinzón vegetariano	<i>Platyspiza crassirostris</i>
Gran pinzón arbóreo	<i>Camarhynchus psittacula</i>
Mediano pinzón arbóreo	<i>Camarhynchus pauper</i>
Pequeño pinzón arbóreo	<i>Camarhynchus parvulus</i>
Pinzón carpintero	<i>Camarhynchus pallidus</i>
Pinzón de manglar	<i>Camarhynchus heliobates</i>
Pinzón cantor	<i>Certhidea olivacea</i>

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

Elaborado por: Silvana Vargas R

Cuadro N° 09 Mamíferos

NOMBRE COMÚN	NOMBRE CIENTÍFICO
Lobo marino	<i>Zalophus californianus</i>
Lobo peletero	<i>Arctocephalus galapagoensis</i>
Ratas endémicas	<i>Oryzomys</i> and <i>Nesoryzomys</i>
Murciélagos	<i>Lasiurus</i> spp.
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>
Cachalote	<i>Physeter macrocephalus</i>
Orca	<i>Orcinus</i> spp.
Ballena piloto	<i>Globicephala macrorhyncha</i>
Delfín nariz de botella	<i>Tursiops truncatus</i>
Delfín común	<i>Delphinus delphis</i>

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

Elaborado por: Silvana Vargas R

Cuadro N° 10. Especies de Invertebrados terrestres

NOMBRE COMÚN	NOMBRE CIENTÍFICO
Chinche de agua	<i>Trichocorixa reticulata</i>
Caracol terrestre	<i>Bulimulus (Naesiotus)</i> spp.
Escarabajo maderero	<i>Stenodontes molarius</i>
Escarabajo terrestre	<i>Calosoma</i> spp.
Escarabajo	<i>Trox suberosus</i>
Gorgojo	<i>Gersteckeria galapagoensis</i>
Escarabajo tigre	<i>Cincindela</i> spp.
Hormiga carpintera	<i>Camponotus</i> spp.
Hormiga colorada	<i>Wasmannia auropunctata</i>

Abeja carpintera	<i>Xylocopa darwinii</i>
Mariposa amarilla	<i>Phoebis sennae</i>
Mariposa plateada	<i>Agraulis vanillae</i>
Damas pintadas	<i>Banessa carye</i> , <i>V. virginensis</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 Dorantes</i>
Esfinge verde	<i>Eumorpha labuscae</i>
Esfinge	<i>Hyles lineata</i>
Polillas blancas	<i>Utethesia</i> spp.
Polilla noctuid	<i>Ascalapha odorata</i>
Polilla	<i>Atteva</i> spp.
Chinches cocos	Coccidae
Chinche marino	<i>Halobates robustus</i>
Mosquito	<i>Aedes taeniorhynchus</i>
Tábano	<i>Tabanus vittiger</i>
Jején picador	<i>Forcipomyia fuliginosa</i>
Mosca picadora común	<i>Stomaxys calcitrans</i>
Mantis religiosa	<i>Galapagia solitaria</i>
Saltamontes de antenas cortadas	<i>Schistocerca melanocera</i>
Saltamontes	<i>Sphingonotus</i> spp.
Escorpión endémico	<i>Centruroides exsul</i>
Escorpión amarillo común	<i>Hadruroides lunatus</i>
Araña cangrejo gigante	<i>Heteropoda venatoria</i>
Araña	<i>Selenops</i> spp.
Viuda negra	<i>Latrodectus apicalis</i>
Araña plateada	<i>Argiope argentata</i>
Araña estrella	<i>Gasteracantha servillei</i>

Garrapata	Ambyloma spp.
Ciempíes	Scolopendra galapagoensis

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

Elaborado por: Silvana Vargas R

Cuadro N° 11. Vida intermareal

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

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

Elaborado por: Silvana Vargas R

Cuadro N° 12. Vida marina

NOMBRE COMÚN	NOMBRE CIENTÍFICO
Tiburón gato	Heterodontus quoyi
Tiburón ballena	Rhincodon Typus
Tintorera	Triaenodon obesus

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</i> spp.
Raya águila	<i>Aetoeatus narinari</i>
Raya dorada	<i>Rhinoptera steindacheri</i>
Raya sartén	<i>Dasyatis brevis</i>
Manta	<i>Manta hamiltonii</i>
Rémora	<i>Remora remora</i>
Bacalao	<i>Mycteroperca olfax</i>
Lisa	<i>Mugil</i> spp.
Atunes y bonitos	<i>Thunnus</i> spp. <i>Euthynnus</i> spp. <i>Sarda</i> sp.
Arenques o pinchaguas	<i>Opisthonema</i> sp.
Anchoveta	<i>Anchoa</i> sp.
Gringo	<i>Paranthias colonus</i>
Carabalí	<i>Cirrhitus rivulatis</i>
Pez bandera	<i>Holocanthus passer</i>
Damisela cola amarilla	<i>Stegastes arcifrons</i>
Ídolo moro	<i>Zanclus cornutus</i>
Cirujano o chancho	<i>Prionurus laticlavus</i>
Pez loro barba azul	<i>Scarus ghobban</i>
Chupa piedra	<i>Ophioblennius steindachneri</i>
Cachudo panza amarilla	<i>Sufflamen verres</i>
Tambulero	<i>Sphoeroides annulatus</i>
Chopa penumbra	<i>Girella freminvillei</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>

Vieja arlequín	Bodianus eclancheri
Langosta azul	Panulirus gracilis
Langosta roja	Panulirus penicillatus
Langostino	Scyllarides astori
Vanera	Lyropecten magnificens
Estrella de mar gigante	Luidia superba
Erizo negro	Diadema mexicanum
Erizo suave	Centrostrephanus coronatus
Estrella del golfo	Oreaster occidentalis

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

Elaborado por: Silvana Vargas R

3. Análisis Socio – Cultural

a. Características básicas de la población

Está conformado por familias que provienen de distintas partes del continente ecuatoriano con mayor predominio de la provincia de Tungurahua. Total de viviendas ocupadas con personas presentes residentes del área urbana y rural del cantón 6 134 con un promedio de 4 personas por familia.

En la Isla Santa Cruz según el INEC 2010, existen 15. 393 personas residentes en la isla de los cuales 7.832 (50,88%) son hombres y 7.561(49,11%) son mujeres, y de los cuales 5 278 son económicamente activa.

b. Migración

Son los jóvenes quienes mayormente migran hacia ciudades como Quito, Guayaquil, Ambato, e incluso fuera del país, esto se debe a la falta de instituciones universitarias en el cantón.

c. Idioma

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

d. Vivienda

Las viviendas de los habitantes se encuentran distribuidos 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.

e. Educación.

1) Educación formal.- Actualmente el cantón Santa Cruz cuenta con 10 escuelas distribuidos en 3 recintos y la ciudad; 6 colegios entre particulares y públicos que se encuentran en una parroquia y el resto en la ciudad, 5 universidades de las cuales 1 es presencial y el resto son a distancia funcionando en la ciudad.

Cuadro N.- 13 Instituciones Educativas del Cantón Santa Cruz

Parroquia Santa Rosa	Escuela Delia Ibarra de Velasco
Recinto El Cascajo	Escuela Julio Humberto Puebla Castellanos
Escuela El Carmen	Recinto El Carmen
Parroquia Bellavista	Escuela Caupolican Marin
	Escuela y Colegio Thomas de Berlanga
Parroquia Puerto Ayora	
Escuela y Colegio San Francisco de Asís	Colegio Nacional Galápagos
Escuela Oswaldo Guayasamin	Colegio Don Bosco Galápagos

Escuela Galo Plaza Lasso	Colegio Miguel Ángel Cazares
Escuela y Colegio Adventista Loma Linda	
Escuela Runakunapac Yachay	
Universidad Tecnológica Equinoccial (Distancia)	Universidad Técnica de Loja (Distancia)
Universidad Central del Ecuador (Presencial)	Universidad Técnica Indoamerica (Distancia)
Escuela Superior Politécnica del Ejército (Distancia)	

Fuente: Trabajo de Campo.

Elaborado por: Silvana Vargas R.

f. Salud

El cantón Santa Cruz cuenta con un Hospital llamado Republica del Ecuador, es el único hospital, dependiendo la gravedad de la enfermedad las personas son enviadas a la parte continental mediante vía aérea, este traslado es pagado por los familiares.

Adicional encontramos la Unidad Ambulatoria del IESS quien también ayuda a la población local con atención y transferencias médicas a la parte continental.

g. Vías de Acceso.

El Archipiélago de Galápagos se encuentra a 970km al occidente de la costa ecuatoriana, para llegar a las islas Galápagos es necesario viajar por las tres líneas aéreas que funcionan y están legalmente establecidas en las islas Tame, Aerogal y LAN quien inició sus operaciones el 17 de septiembre 2010, además se puede utilizar el servicio del avión de los militares llamado Hércules que arriba a la isla cada 15 días.

h. Religión

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

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, por este motivo llama la atención del turista y el visitante.

Cuadro N.- 14. Calendario de Fiestas del Cantón Santa Cruz

MES	CELEBRACIÓN	DESCRIPCIÓN
Enero 1	Año nuevo	Visita a familiares
Febrero 12 – 18	Cantonización de Santa Cruz.	Pregón de inicio de fiestas, elección reina del cantón, día de playa y concursos en la playa tortuga bay, rodeo montubio, 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, 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 del 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: Trabajo de campo

Elaborador por: Silvana Vargas

j. Agua entubada.

La isla capta el agua desde grietas ubicadas en algunos puntos de la población y desde un pozo de aguas profundas. El agua que llega a los domicilios es salobre, pues no es sometida a ningún proceso de purificación y menos de potabilización; inclusive en algunos puntos de la isla como en la parte alta la población recoge el agua de lluvia para sus actividades diarias.

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 diesel. 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).

I. Tratamiento de Desechos.

Con respecto al manejo de desechos, desde 1997 existe en Santa Cruz un proyecto de reciclaje que ha ido consolidándose con el tiempo. En el 2006 en esta isla se reciclaron 178,738.55 kilos de plástico, vidrio, cartón, papel en el centro de reciclaje Fabricio Valverde. En cuanto al alcantarillado, la isla no cuenta con un sistema que sirva al Puerto, por lo que casi todas las casas y edificaciones cuentan con sistemas de pozos sépticos para la disposición de desechos.

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 mercancía en el muelle de Tinza de Guayaquil. Esta mercancía es embarcada a cada una de las embarcaciones y posteriormente 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.

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.

o. Servicio Telefónico

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

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.- 15 Instituciones que Apoyan a Santa Cruz y Puerto Ayora

Aportaciones	Corporaciones
\$250,000 – 500,000	International Watch Company, Schaffhausen
\$50,000 - \$249,999	Programa de Donaciones para Actividades Ambientales de la Corporación Automotriz Toyota
\$10,000 - \$49,999	BESS Forest Club Keidanren Nature Conservation Fund
\$1,000 - \$9,999	OMAS SrL
\$500,000 - \$999,000	Galapagos Conservancy, (EE.UU)
\$100,000 - \$499,999	Sociedad Zoológica de Frankfurt – (Ayuda para la vida Silvestre Amenazada). Galapagos Conservation Trust, Reino Unido
\$50,000 - \$99,999	Amigos de Galapagos de Suiza
\$10,000 - \$49,999	Amigos de Galápagos de los Países Bajos
\$1,000 - \$9,999	Amigos de Galápagos Nueva Zelanda Asociación de Amigos de Galápagos de Japón Fundación Charles Darwin de Canadá

	The Galapagos Darwin Trust (Luxemburgo)
Aportaciones	Fundaciones / Organizaciones No Gubernamentales
\$250,000 - \$499,000	The Leona M. and Harry B. Helmsley Charitable Trust
\$100,000 - \$249,999	Boston Environmental Research (B) Prince Albert II of Monaco Foundation
\$10,000 - \$99,999	Basler Stiftung für Biologische Forschung (C) Stanley Smith Horticultural Trust, 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
\$1,000 - \$4,999	Stanley Smith Horticultural Trust, UK (A) Peace Boat Young Presidents Organization Penguin Fund of Japan
Aportaciones	Gubernamentales, Bilaterales y Multilaterales
\$10,000 - \$49,999	Oficina Federal de Política Científica Belga
\$5,000 - \$9,999	Embajada Británica, Quito Gobierno de los Países Bajos
\$1,000 - \$4,999	Embajada de Estados Unidos, Ecuador Delegación de la comisión Europea para Ecuador
Aportes En Especie	
	Aerolínea AEROGAL
	Embajada Británica, Ecuador
	CISCO Webex
	Ecoventura
	Emergency Communication Without Frontiers (ECWF)
	Fundacion Jardin Botanico, Quito
	GALAPAGOS AGGRESSOR I & II

	Libri Mundi
	Lindblad Expeditions
	Maria Susana Rivadeniera
	Ilustre Municipio de Quito
	Pamela Cortes
	Planet Action
	Swen Lorenz
	Aerolínea TAME
	UNESCO Ecuador

Fuente: PNG 2009

Elaborado por: Silvana Vargas

b. Organización política del cantón

El Cantón Santa Cruz está conformado primordialmente por:

Cuadro N.- 16 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	
i	Gobierno Municipal de Santa Cruz
ii	Juntas Parroquiales
iii	Hospital Cantonal República del Ecuador
iv	Cruz Roja Cantonal
v	Comisaria Nacional
vi	Jefatura Política
vii	Tenencia Política

Fuente: Trabajo de Campo

Elaborado por: Silvana Vargas

5. Análisis Económico – Productivo

El modelo de vida económico – productivo de la población se desarrolla de la siguiente manera:

a. Turismo

Es el principal generador de ingresos en Galápagos y aporta alrededor de la cuarta parte del total de las divisas que ingresan al Ecuador. Es un sector muy complejo, constituido por poderosas empresas continentales, algunas de ellas de capital extranjero, y pequeños y medianos operadores locales. Como ya se mencionó, dos de cada tres habitantes económicamente activos en Galápagos trabajan en actividades directas o indirectamente relacionadas con el turismo, si bien las proporciones pueden variar mucho de una isla a otra.

La población local reprocha a los empresarios del continente su falta de interés por desarrollar la economía insular mediante la creación de vínculos duraderos y económicamente significativos, es por este motivo que el sector de empresarios continentales ha puesto en marcha una estrategia de cooperación con la población local.

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.

c. Agricultura

Los suelos de la parte alta de la isla son fértiles, esto hace que la agricultura se convierta en una de las principales actividades a desarrollarse en el cantón, básicamente los productos que se cosechan son vendidos en la feria de la ciudad que se realiza los días Martes y Sábados. Los productos que podemos encontrar por temporada son los siguientes:

Tomate, pimiento, verde, yuca, pepino, choclo, lechuga, col, apio, perejil, llantén, hierba luisa, albaca, y otras verduras, también se cosecha una buena variedad de frutas: sandía, limones, aguacate, guineo, naranja, mandarina y piña.

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.

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.

B. ESTUDIO DE MERCADO.

1. Análisis de la Oferta

a. Inventario de Atractivos turísticos en el cantón Santa Cruz

1) Atractivo 1. “Playa Tortuga Bay”

1. DATOS GENERALES	
1.1 Encuestador: Equipo Técnico	1.2 Ficha N° 01
1.3 Supervisor Evaluador: Ing. Christiam Aguirre	1.4 Fecha: 14 noviembre 2010
1.5 Nombre del Atractivo: Playa Tortuga Bay	
1.6 Categoría: Sitios Naturales	
1.7 Tipo: Costas o Litorales	
1.8 Subtipo: Playas	
	
Foto N.- 01. Vista Frontal Playa Tortuga Bay Por: Silvana Vargas	

2. UBICACIÓN	
2.1 Provincia: Galápagos	2.2 Ciudad y/o Cantón: Santa Cruz
2.3 Parroquia: Puerto Ayora	

3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO.	
3.1 Nombre del poblado: Puerto Ayora	3.2 Distancia: 2.5km

4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO.


<p>4.1 Altitud: 0 m.s.n.m.</p> <p>4.2 Temperatura: 24 a 29 °C</p> <p>4.3 Precipitación Pluviométrica: 0 a 3000 mm/año</p>
<p>4.4 Ubicación del Atractivo</p> <p>El atractivo se encuentra ubicado a 2,5Km del centro de la ciudad de Puerto Ayora.</p>
<p>4.5 Descripción del atractivo.</p> <p>Bahía Tortuga es una hermosa playa de arena blanca, lleva ese nombre por ser un sitio de anidación de la tortuga negra se encuentra ubicado aproximadamente a 2,5 km de la ciudad de Puerto Ayora para llegar a ella se tiene que caminar un tiempo de 30 a 45 min. Es un excelente lugar para practicar surf, natación, snorkel, kayak o simplemente realizar caminatas para apreciar el paisaje.</p>
<p>4.6 Atractivos individuales que lo conforman:</p> <p>Es una de las playas más lindas que existen en el Cantón Santa Cruz. Existe una gran colonia de iguanas marinas a quienes se les puede confundir fácilmente con las rocas. Es un sitio ideal para la anidación de tortugas marinas en las dunas ubicadas en la parte alta de la playa. Se puede observar también tiburones, pulpos, gran variedad de peces como lisas, lame piedras, un tipo de erizos de mar (flautista) y la observación de algunas especies de pinzones de Darwin. Así como también se puede observar piqueros patas azules, gaviotines, fragatas, pelicanos, en toda la costa de la playa.</p> <p>Se puede observar un gran bosque de opuntia el cual se encuentra dividiendo la playa Brava de la Mansa con árboles que llegan a medir hasta los 6 metros.</p> <p>Existe dos playas una conocida como playa Brava donde se puede practicar el surf ya que se forman grandes olas, la otra playa que se encuentra dividida por unas rocas conocida como Mansa en la cual se puede realizar kayak, snorkel, natación donde se puede observar variedad de fauna.</p>
<p>4.7 Permisos y Restricciones:</p> <p>Existe un parqueadero de bicicletas, se sube unas escaleras y se llega a la caseta de control, donde se procede a registrarse con el Guardaparque presente en dicho lugar. El horario de visita de la playa es desde las 6 am a 18 horas.</p>
<p>4.8 Usos</p>
<p>4.8.1 Usos Actuales</p> <p>Es uno de los principales sitios de visita del Cantón Santa Cruz, también lo utilizan la población local como principal sitio donde se puede realizar ejercicio.</p>
<p>4.8.2 Usos Potenciales</p> <p>Uso turístico controlado de la playa.</p>
<p>4.8.3 Necesidades turísticas</p> <p>Mayor señalización turística de los perímetros hasta donde se puede utilizar la playa para el esparcimiento de los visitantes, concientización a los visitantes para que ayuden a conservar el sitio en estado natural.</p>
<p>4.9 Impactos</p>
<p>4.9.1 Impactos positivos</p> <p>Ayudar a conservar los sitios donde tanto iguanas como tortugas marinas lo utilizan para su reproducción.</p>
<p>4.9.2 Impactos negativos:</p> <p>Destrucción de los sitios de reproducción tanto de iguanas como tortugas marinas</p>

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 marinas 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 y una caminata de 45min, por vía marítima lo hacen a través de fibras desde el muelle de pasajeros, esto lo realizan pocas personas debido al costo que representa \$20por persona.	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, 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 cercanos.	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	5
SIGNIFICADO	a) Local	2
	b) Provincial	4
	c) Nacional	7
	d) Internacional	12
TOTAL		87

13. JERARQUIZACIÓN
Jerarquía IV

2) Atractivo 2. Cráter Los Gemelos

1. DATOS GENERALES	
1.1 Encuestador: Equipo Técnico	1.2 Ficha N° 02
1.3 Supervisor Evaluador: Ing. Christiam Aguirre	1.4 Fecha: 14 Noviembre 2010
1.5 Nombre del Atractivo: Los Gemelos	
1.6 Categoría: Sitios Naturales	
1.7 Tipo: Fenómenos Geológicos	
1.8 Subtipo: Cráteres	
	
<p>Foto N.- 02 Vista Frontal Cráter Los Gemelos Por: Silvana Vargas</p>	

2. UBICACIÓN	
2.1 Provincia: Galápagos	2.2 Ciudad y/o Cantón: Santa Cruz
2.3 Parroquia: Santa Rosa	
3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO.	
3.1 Nombre del poblado: Santa Rosa	3.2 Distancia: 1,5 km
4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO.	
4.1 Altitud: m.s.n.m.	
4.2 Temperatura: 18 a 20 °C	
4.3 Precipitación Pluviométrica: 300 a 1700 mm/año	
4.4 Ubicación del Atractivo	
El atractivo se encuentra ubicado a 16,5 Km del centro de la ciudad de Puerto Ayora.	
4.5 Descripción del atractivo.	
Los Gemelos son, hablando geológicamente, considerados como hoyos cratéricos y su formación no se debió directamente a acciones volcánicas. Fueron creados como resultado del colapso o hundimiento de materiales superficiales dentro de fisuras o cámaras subterráneas. Se encuentra ubicada en la parte alta de la isla Santa Cruz en la parroquia Santa Rosa en la vía hacia la Isla Baltra, en este atractivo se puede observar una gran neblina espesa durante la mayor parte del año.	
4.6 Atractivos individuales que lo conforman:	
Los cráteres Gemelos es el único lugar de la isla Santa Cruz donde se encuentra el bosque de Escalecia <i>Scalesia pedunculata</i> , su ramas se encuentran cubiertas por algunas epífitas y una hepática de color café, <i>Bryopteris liebmanniana</i> , que mucha gente confunde con musgo y Guayabillo <i>Psidium galapageium</i> , en donde podemos encontrar gran variedad de pinzones de Darwin y frecuentemente se puede observar al pájaro brujo. Existe un sendero que rodea cada uno de los cráteres en donde se puede observar vegetación típica de la zona húmeda de la isla.	
4.7 Permisos y Restricciones:	
Para realizar la visitación de este sitio turístico se lo debe hacer acompañado por un guía naturalista de Galápagos.	
4.8 Usos	
4.8.1 Usos Actuales	
Sitio turístico muy visitado tanto por turistas nacionales y extranjeros	
4.8.2 Usos Potenciales	
Conocer la importancia de la zona húmeda y plantas que existen en esta zona.	
4.8.3 Necesidades turísticas	
Señalización turística.	
4.9 Impactos	
4.9.1 Impactos positivos	
Mayor información y concientización de los visitantes y población local de la importancia de la conservación de bosque de Escalecia y Guayabillo.	
4.9.2 Impactos negativos:	

Exceso de visitantes en el sitio

5. ESTADOS DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO:
--

5.1 Estado: Deteriorado

5.2 Causas: Presencia de diferentes senderos por diferentes partes del bosque.
--

6. ENTORNO:

6.1 Entorno: Intervenido

6.2 Causas: Presencia de la mora silvestre planta introducida que se abrió camino en este sitio y se ha tenido que intervenir con la erradicación de esta especie, para eso se debe realizar trochas.

7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y ACCESO

7.1 Tipo: Terrestre	7.2 Subtipo: Asfaltado
----------------------------	-------------------------------

7.3 Estado de Vías: Perfecto estado	7.4 Transporte: Alquiler de camionetas para realizar la visita del sitio costo 35.00 USD.
--	--

7.5 Frecuencias: Todos los días	7.6 Temporalidad de acceso: Todo el año
--	--

7.7 Observaciones: Ninguna

8. FACILIDADES TURÍSTICAS.

Infraestructura turística existente en la Parroquia de Santa Rosa.
--

9. INFRAESTRUCTURA BÁSICA

9.1 Agua: No

9.2 Energía Eléctrica: No

9.3 Alcantarillado: No

10. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS.

10.1 Nombre del atractivo: - Rancho Primicias	10.2 Distancia: - 3 Km
---	----------------------------------

11. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO:

11.1 Difusión: Internacional

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

13. JERARQUIZACIÓN
Jerarquía III

3) Atractivo 3. Centro de Crianza de Tortugas Gigantes Fausto Llerena

1. DATOS GENERALES	
1.1 Encuestador: Equipo Técnico	1.2 Ficha N° 03
1.3 Supervisor Evaluador: Ing. Christiam Aguirre	1.4 Fecha: 20 Noviembre 2010
1.5 Nombre del Atractivo: Centro de Crianza de Tortugas Gigantes Fausto Llerena	
1.6 Categoría: Manifestaciones Culturales	
1.7 Tipo: Relaciones Técnico Científicas	
1.8 Subtipo: Centros Científicos y Técnicos	
	
<p>Foto N .- 03 “Vista frontal Centro de Crianza de Tortugas gigantes Fausto Llerena”</p>	
<p>Por: Silvana Vargas</p>	

2. UBICACIÓN	
2.1 Provincia: Galápagos	2.2 Ciudad y/o Cantón: Santa Cruz
2.3 Parroquia: Puerto Ayora	

3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO.	
3.1 Nombre del poblado: Puerto Ayora	3.2 Distancia: 1.5km

4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO.
4.1 Altitud: 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 atractivo se encuentra ubicado a 1.5 Km del centro de la ciudad de Puerto Ayora.
4.5 Descripción del atractivo. La Fundación Charles Darwin fue inaugurada en enero de 1964 y el centro de crianza en cooperación con el Servicio Parque Nacional Galápagos. El programa de crianza de Galápagos se lleva a cabo por el personal del SPNG con la colaboración de los científicos de la ECCD. Los huevos de Galápagos son traídos desde las islas Pinzón, Santiago y Santa Cruz hasta la Estación. Los huevos son encubados artificialmente, los galapaguitos nacen y son criados hasta la edad de 5 años, cuando ya pueden sobrevivir a los efectos de los depredadores introducidos (ratas, chanchos y perros). Luego son devueltos a sus áreas nativas. Desde 1970, se han repatriado más de 2000 galapaguitos. Más de 400 se encuentran en crianza y oportunamente serán regresados a su lugar de origen.
4.6 Atractivos individuales que lo conforman: Se puede observar tortugas de diferentes tamaño desde las recién nacidas de la isla Española así como también las grandes que esta ubicadas en cada uno de los corrales y por supuesto ver la tortuga gigante último en su especie “El Solitario George”, quien es sobreviviente de las tortugas de la isla Pinta. Centro de Interpretación Van Straelen donde se puede conocer la historia de las islas su formación y el trabajo científico que realizan para lograr mantener para las futuras generaciones Galápagos en su estado natural.
4.7 Permisos y Restricciones: Horario de atención a la visita de turistas de 7:00 am hasta las 18:00.

4.8 Usos
4.8.1 Usos Actuales Es utilizado para la encubación, reproducción y crianza de los huevos de tortugas gigantes recogidos de los nidos encontrados en cada una de las islas, para luego de 5 años de crianza un tiempo determinado donde la pequeña tortuga no sea vulnerable a los depredadores existentes como: gatos, ratas puedan sobrevivir en estado natural y volver a poblar las islas.
4.8.2 Usos Potenciales Un excelente atractivo turístico para conocer y concientizar a la población y visitantes de la importancia que tienen cada una de las tortugas gigantes en la vida de las islas Galápagos.
4.8.3 Necesidades turísticas El recorrido debe ser más interpretativo y se debe ampliar el centro de interpretación Van Straelen.

4.9 Impactos
4.9.1 Impactos positivos Cada una de las personas que visitan el Centro de Crianza Fausto Llerena pueden realizar donaciones a través de la pagina web del PNG y observan la importancia del trabajo que se realiza con el apoyo de la Estación Científica Charles Darwin.
4.9.2 Impactos negativos: Exceso en la capacidad de carga del sitio turístico.

5. ESTADOS DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO:
5.1 Estado: Deteriorado
5.2 Causas: Inclemencia del clima destruye parte del sendero.

6. ENTORNO:
6.1 Entorno: Alterado
6.2 Causas: Adecuación de los corrales para el cuidado de las tortugas.

7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y ACCESO	
7.1 Tipo: Terrestre	7.2 Subtipo: Carretera y Sendero
7.3 Estado de Vías: Regular	7.4 Transporte: Alquiler de camionetas
7.5 Frecuencias: Todos los días en horario de 07h00 a 17h00	7.6 Temporalidad de acceso: Todo el año
7.7 Observaciones: Es recomendable llevar puesto zapatos cómodos para caminata, gorra, repelente, gafas para cubrirse del sol.	

8. FACILIDADES TURÍSTICAS.
Infraestructura turística existente en la ciudad de Puerto Ayora

9. INFRAESTRUCTURA BÁSICA
9.1 Agua: Si
9.2 Energía Eléctrica: Si
9.3 Alcantarillado: No

10. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS.	
10.1 Nombre del atractivo: - Playa de la estación	10.2 Distancia: 500 mtrs

11. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO:
11.1 Difusión: Internacional

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

13. JERARQUIZACIÓN
Jerarquía III

4) Atractivo 4. Playa La Estación

1. DATOS GENERALES	
1.1 Encuestador: Equipo Técnico	1.2 Ficha N° 04
1.3 Supervisor Evaluador: Ing. Christiam Aguirre	1.4 Fecha: 20 Noviembre 2010
1.5 Nombre del Atractivo: Playa de la Estación	
1.6 Categoría: Sitios Naturales	
1.7 Tipo: Costas o Litorales	
1.8 Subtipo: Playas	



Foto N.- 04 Vista frontal Playa La Estación

Por: Silvana Vargas

2. UBICACIÓN

2.1 Provincia: Galápagos

2.2 Ciudad y/o Cantón: Santa Cruz

2.3 Parroquia: Puerto Ayora

2.4 Latitud:

2.5 Longitud:

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

El atractivo se encuentra ubicado a 2 Km del centro de la Ciudad de Puerto Ayora, pasando por las oficinas del Servicio Parque Nacional Galápagos.

4.5 Descripción del atractivo:

Es una pequeña playa con arena gruesa la cual son restos de caracoles que con el tiempo del ir y venir de las olas han hecho que se conviertan en arena, tiene una superficie de aproximadamente 320 m2, la misma que está rodeada por un perímetro de roca volcánica.

4.6 Atractivos individuales que lo conforman:

Es un buen lugar para practicar snorkel donde se puede encontrar una gran variedad de peces (damiselas, sargento, mariposas, viejas, peces loros, pequeñas rayas.) se puede nadar con tortugas, iguanas marinas. Este lugar es una zona de esparcimiento para la población de la Isla Santa Cruz.

4.7 Permisos y Restricciones:

Horario abierto a las visitas 07:00 a 18:00 de Lunes a Domingo, también se puede realizar en este lugar campamento previo a la

obtención de un permiso otorgado por el Parque Nacional Galápagos.

4.8 Usos
4.8.1 Usos Actuales Centro de esparcimiento de los fines de semana para la población local.
4.8.2 Usos Potenciales Por ser la playa que mas cerca esta al centro poblado es muy visitada tanto por turistas internacionales nacionales y locales.
4.8.3 Necesidades turísticas Colocación de señalética para poder identificar la zona hasta donde se puede realizar visitación. Centro de registro de visitantes.
4.9 Impactos
4.9.1 Impactos positivos Mejor utilización de las zonas que tiene la playa.
4.9.2 Impactos negativos: Exceder la capacidad de la playa para albergar a turistas.

5. ESTADOS DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO:
5.1 Estado: Alterado
5.2 Causas: No existe señalética suficiente para separar las zonas.

6. ENTORNO:
6.1 Entorno: Intervenido
6.2 Causas: Se invade zonas de vegetación donde existen especies de animales por la falta de señalética.

7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y ACCESO	
7.1 Tipo: Carretera y Sendero	7.2 Subtipo: Adoquinado, Lastrado
7.3 Estado de Vía: Excelente	7.4 Transporte: Alquiler de camioneta y/o lo puede hacer a través de una caminata.
7.5 Frecuencias: Todos los días en horario abierto a la visitación	7.6 Temporalidad de acceso: Todo el año
7.7 Observaciones: Se debe llevar ropa ligera de playa, gafas, protector solar, cámara, equipo de snorkel.	

8. FACILIDADES TURÍSTICAS.
Existentes 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	9
	b) Valor Extrínseco	7
	c) Entorno	6
	d) Estado de conservación y/o organización	6
APOYO	a) Acceso	10
	b) Servicios	6
	c) Asociación con otros atractivos	5
SIGNIFICADO	a) Local	2
	b) Provincial	4
	c) Nacional	5
	d) Internacional	7
TOTAL		67

13. JERARQUIZACIÓN
Jerarquía III

5). Atractivo 5. Las Grietas

1. DATOS GENERALES	
1.1 Encuestador: Equipo Técnico	1.2 Ficha N° 05
1.3 Supervisor Evaluador: Ing. Christiam Aguirre	1.4 Fecha: 21 Noviembre 2010
1.5 Nombre del Atractivo: Las Grietas	
1.6 Categoría: Sitio Natural	

1.7 Tipo: Ambientes Marinos
1.8 Subtipo: Grietas

Foto N.- 05 Vista frontal Las Grietas Por: Silvana Vargas

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:	2.5 Longitud:

3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO.	
3.1 Nombre del poblado: 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 El atractivo se encuentra ubicado a 2 Km del centro de la ciudad de Puerto Ayora en el Barrio Punta Estrada al otra lado del muelle de pasajeros, se utiliza un taxi marítimo para luego realizar una caminata.
4.5 Descripción del atractivo. Las grietas está formado por interesantes fisuras de lava que forman dos paredes gigantes atravesadas por un brazo de agua salobre filtrada desde la parte alta donde se mezcla con el agua del mar. Se pueden apreciar dos capas de agua muy evidentes. El agua de la superficie es agua dulce que baja desde la parte alta y llega a la grieta por medio de filtración y el agua del fondo es agua salada que entra desde el mar. La mezcla de estas dos aguas es la llamada agua salobre, que se utiliza como agua corriente en el pueblo de Puerto Ayora. Los cactus gigantes que se pueden ver en el camino, han evolucionado así en busca de luz para no ser cubiertos por vegetación arbustiva densa o para protegerse de las iguanas terrestres y tortugas gigantes que antes habitaban el lugar y se alimentaban de cactus.

<p>4.6 Atractivos individuales que lo conforman:</p> <p>Existen en el camino a las grietas lagunas que se encuentran en el camino son de agua salada y son un sitio ideal para aves migratorias y costeras, como teros reales, patillos y gaviotas de lava. Se puede practicar snorkel, por la transparencia de su agua, se puede realizar clavados desde las paredes las cueles poseen rocas a diferente altura para animarse a lanzar, a su alrededor se puede observar bosque de cactus opuntia.</p>
<p>4.7 Permisos y Restricciones:</p> <p>Se puede realizar la visitación en el horario de 07:00 a 17:30</p>

<p>4.8 Usos</p>
<p>4.8.1 Usos Actuales</p> <p>Principal sitio de visita de Puerto Ayora debido a su extraña formación volcánica ideal para gente que le gusta la adrenalina.</p>
<p>4.8.2 Usos Potenciales</p>
<p>4.8.3 Necesidades turísticas</p> <p>Adecuación del sendero que conduce al atractivo.</p>
<p>4.9 Impactos</p>
<p>4.9.1 Impactos positivos</p> <p>Mayor interacción con el paisaje volcánico.</p>
<p>4.9.2 Impactos negativos:</p> <p>Poca facilidad de caminata, no existe sendero adecuado.</p>

<p>5. ESTADOS DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO:</p>
<p>5.1 Estado: Conservado</p>
<p>5.2 Causas: No</p>

<p>6. ENTORNO:</p>
<p>6.1 Entorno: Conservado</p>
<p>6.2 Causas: No</p>

<p>7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y ACCESO</p>	
<p>7.1 Tipo: Marina y terrestre</p>	<p>7.2 Subtipo: Sendero</p>
<p>7.3 Estado de Vías: Regular</p>	<p>7.4 Transporte: Alquiler de taxis acuáticos</p>
<p>7.5 Frecuencias: Todos los días en horario de 07:00 a 17:30</p>	<p>7.6 Temporalidad de acceso: Todo el año</p>
<p>7.7 Observaciones:</p> <p>Es aconsejable utilizar ropa ligera, zapatos de caminata debido a la irregularidad del terreno por la presencia de roca volcánica, protector solar, gorra, gafas, cámara</p>	

8. FACILIDADES TURÍSTICAS.
Infraestructura turística existente en la ciudad de Puerto Ayora y Barrio Punta Estrada.

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: - Playa de los alemanes	10.2 Distancia: - 1,5 Km

11. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO:
11.1 Difusión: Internacional

12. VALORACIÓN DEL ATRACTIVO		
VARIABLE	FACTOR	PUNTOS
CALIDAD	a) Valor Intrínseco	10
	b) Valor Extrínseco	10
	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		70

13. JERARQUIZACIÓN
Jerarquía III

6) Atractivo 6. Playa El Garrapatero

1. DATOS GENERALES	
1.1 Encuestador: Equipo Técnico	1.2 Ficha N° 07
1.3 Supervisor Evaluador: Ing. Christiam Aguirre	1.4 Fecha: 28 Noviembre 2010
1.5 Nombre del Atractivo: Playa El Garrapatero	
1.6 Categoría: Sitios Naturales	
1.7 Tipo: Costas o Litorales	
1.8 Subtipo: Playas	
	
Foto N.- 07 Vista frontal Playa El Garrapatero Por: Silvana Vargas	

2. UBICACIÓN	
2.1 Provincia: Galápagos	2.2 Ciudad y/o Cantón: Santa Cruz
2.3 Parroquia: Bellavista	

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	
El atractivo se encuentra ubicado a 7 Km centro de la Parroquia Bellavista, pasando por el recinto El Cascajo.	
4.5 Descripción del atractivo:	
Este sitio está formado por una playa de arena blanca de 1500 m y una poza de flamings y patillos localizada a 100 m de la playa. La especie Hippomane mancinella(manzanillo), presente en los últimos tramos del sendero, debe ser tratada con cuidado debido a que tiene un fruto venenoso. La vegetación que cubre los lados del sendero de caminata pertenece a la zona árida siendo las principales especies, cactus candelabro, algarrobo, muyuyo, Palo santo, espino.	

La fauna del sitio está representada por aves como cucuves (*Nesonimus parvulus*), pinzones, patillos (*Anas bahamensis*) y flamingos (*Phoenicopterus ruber*). A los extremos de la playa pueden encontrarse zayapas, ostreros (*Haematopus ostralegus*) y ocasionalmente iguanas marinas (*Amblyrynchus cristatus*).

4.6 Atractivos individuales que lo conforman:

Poza de flamencos, zonas de camping y parrilladas para hacer fogatas.

4.7 Permisos y Restricciones:

Horario abierto a las visitas 07:00 a 18:00 de Lunes a Domingo, también se puede realizar en este lugar campamento previo a la obtención de un permiso otorgado por el Parque Nacional Galápagos.

4.8 Usos

4.8.1 Usos Actuales

Centro de esparcimiento de los fines de semana para la población local.

4.8.2 Usos Potenciales

Es un atractivo turístico el cual puede ser visitado con mayor frecuencia con la debida adecuación y difusión.

4.8.3 Necesidades turísticas

Colocación de señalética para poder identificar la zona hasta donde se puede realizar visitación.

4.9 Impactos

4.9.1 Impactos positivos

Crecimiento turístico de la zona y mayor oportunidad para desarrollo de proyectos ecoturísticos en el Recinto El Cascajo.

4.9.2 Impactos negativos:

Alteración del estado natural del atractivo.

5. ESTADOS DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO:

5.1 Estado: Intervenido

5.2 Causas:

Mala distribución de zonas de camping en el sitio.

6. ENTORNO:

6.1 Entorno: Intervenido

6.2 Causas:

Adecuación de vías de acceso para facilitar la visita de los turistas (870m)

7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y ACCESO

7.1 Tipo: Carretera y Sendero

7.2 Subtipo: Asfaltado y adoquinado

7.3 Estado de Vía: Excelente

7.4 Transporte: Alquiler de camioneta y viaje organizado por tour operador

7.5 Frecuencias: Todos los días en horario de 07h00 – 18h00
abierto a la visitación

7.6 Temporalidad de acceso: Todo el año

7.7 Observaciones:

Para poder llegar al sitio de visita se debe alquilar una camioneta la cual tiene un costo de \$30 dólares ida y retorno, se debe

llevar ropa ligera de playa, gafas, protector solar, cámara.

8. FACILIDADES TURÍSTICAS.

Existentes 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	10
	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		62

13. JERARQUIZACIÓN

Jerarquía III

b. Resumen Atractivos Turísticos en el Cantón Santa Cruz

Cuadro N.- 17 Atractivos Naturales en el Catón Santa Cruz

ATRACTIVO	CATEGORIA	TIPO	SUBTIPO	JERARQUÍA
ATRATIVOS NATURALES INVENTARIO 2010				
El Garrapatero	Sitio Natural	Costas o Litorales	Playas	III
La Estación	Sitio Natural	Costas o Litorales	Playas	III
Las Grietas	Sitio Natural	Ambientes Marinos	Grietas	III
Los Gemelos	Stio Natural	Fenómenos Geológicos	Cráteres	III
Tortuga Bay	Sitio Natural	Costas o Litorales	Playas	IV
ATRACTIVO	CATEGORIA	TIPO	SUBTIPO	JERARQUÍA
ATRATIVOS NATURALES MITUR 2007				
Laguna Las Ninfas	Sitio Natural	Amiente Lacustre	Ensenada	II
Playa los Alemanes	Sitio Natural	Costas o Litorales	Playas	III
Rancho Primicias	Sitio Natural	Ambientes Lacustres	Pozas	III
Reserva de Tortugas El Chato	Sitio Natural	Ambientes Lacustres	Pozas	III
Túneles del Amor	Sitio Natural	Fenómenos Geológicos	Tubos de lava	III

Fuente: Ministerio de Turismo, 2010

Elaborado por: Silvana Vargas

Cuadro N.- 18 Atractivos Culturales

ATRACTIVO	CATEGORIA	TIPO	SUBTIPO	JERARQUÍA
ATRATIVOS CULTURALES INVENTARIO 2010				
Centro de Crianza de Tortugas Gigantes Fausto Llerena	Manifestaciones Culturales	Relaciones Técnico Científicas	Centros Científicos y Técnicos	III
ATRACTIVO	CATEGORIA	TIPO	SUBTIPO	JERARQUÍA
ATRATIVOS CULTURALES MITUR 2007				

Finca el Trapiche	Manifestaciones Culturales	Realizaciones técnicas y científicas	Explotaciones Agropecuarias	III
-------------------	----------------------------	--------------------------------------	-----------------------------	-----

Fuente: Ministerio de Turismo, 2010

Elaborado por: Silvana Vargas

c. Imagen Turística del Cantón Santa Cruz

El cantón Santa Cruz cuentan con 12 Atractivos Turísticos; el 83% corresponde a Atractivos Naturales y el 17% a Atractivos Culturales, por ende existe una diversidad representada por un gran número de atractivos naturales que posee el cantón.

d. Productos turísticos

1) Definición de líneas de productos

En el área de estudio se puede determinar que se comercializa las siguientes líneas de productos, cada una con sus respectivas variedades de producto y con diferentes actividades turísticas; pero en su mayoría lastimosamente aún no han sido aprovechadas, tales como:

Cuadro N.- 19 Líneas de producto con sus respectivas variedades y actividades en el área de estudio.

Líneas de producto	Variedad de producto	Nombre	Actividades
Turismo comunitario	Turismo comunitario	Parroquia Bellavista Parroquia Santa Rosa Recinto el Cascajo	Convivencia comunitaria, cultura local (tradiciones, costumbres, música)
Ecoturismo de Naturaleza	Parques Nacionales Reservas Marinas	Parque Nacional Galápagos	Trekking al Puntudo Observación de flora y fauna: especies

			autóctonas de flora y fauna (los galápagos)
		Reserva Marina de Galápagos	Pesca deportiva en las áreas designadas Observación de flora y fauna marina: especies autóctonas de flora y fauna (arrecifes, tiburón martillo, tortugas marinas)
Turismo de deportes y aventura	Deportes terrestres	Bikking	Cerro Media Luna Vía a la playa el Garrapatero
		Cabalgatas	Cerro el Puntudo

Fuente: Investigación primaria y secundaria

Elaboración: Silvana Vargas R.

e. Análisis de la competencia (oferta sustitutiva – complementaria)

1) Identificación de los competidores

Para realizar el análisis de la competencia se tomó como referencia la calle principal de la ciudad de Puerto Ayora, Avenida Charles Darwin. Anexo 2.

2) Detalle de la competencia

A continuación se analiza las operadoras y agencias de viajes que forman parte de la oferta sustitutiva y complementaria

a) Oferta sustitutiva

Cuadro N.- 20 Operadoras y Agencias de Viajes Isla Santa Cruz

Nombre	Ubicación	Años de Funcionamiento	Clientes Anuales	Tipo de visitante	Servicios e instalaciones	Precio	Publicidad	Ventajas	Desventajas
Brisas del Pacífico	Floreana y Adolfo Hanny	5 años aprox.	1850	Turistas extranjeros y nacionales	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Biking (Cerro Mesa – Restaurante Altair) ✓ Trekking (Estación Charles Darwin) ✓ Tour de Bahía (La Lobería) 	\$250	Internet, folletería, radio	Publicidad internacional Convenios con aerolínea Tame	Falta complementar actividades educativas y ecoturísticas
Button Mangrove Adventure	Merchana y Av. Charles Darwin	8 años aprox.	2365	Turistas extranjeros	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Biking (Restaurante Altair – Pto Ayora) ✓ Trekking (Estacion Charles Darwin) ✓ Visita Parte Alta (Rancho Primicias) 	\$220	Internet, guías de turismo, folletería, radio	Publicidad nacional Convenio con otras agencias nacionales Consolidada en el mercado	Falta de equipo de seguridad de biking Falta de actividades ecoturísticas.
Creter Tours	Av. Baltra y 18 de Febrero	6 años aprox.	2160	Turistas extranjeros y nacionales	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Trekking (Estacion Charles Darwin) ✓ Tour de Bahía ✓ Visita Parte Alta (Gemelos) 	\$250	Internet	Ubicación Convenio con aerolínea Aerogal	Falta complementar actividades educativas
Eagleray Tours Viajes y Turismo	Calle Islas Plaza y Tomas de Berlanga	10 años aprox.	2040	Turistas extranjeros y nacionales Grupos de estudiantes Grupos de embarcaciones	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Biking (Gemelos – Pto. Ayora) ✓ Trekking (Reserva el Chato Parte Alta y Estación Charles Darwin) ✓ Tour interislas ✓ Tour de Bahía (la lobería, playa de los perros,) 	\$280	Internet, guías de turismo, folletería, radio	Publicidad internacional Convenio con aerolínea Tame Consolidada en el mercad	Escaso personal profesional Falta complementar actividades educativas y

									ecoturísticas
Iguana Travel	Av. Charles Darwin	8 años aprox.	2050	Turistas extranjeros y nacionales	✓ Trekking (Visita Parte Alta Rancho Primicias, Estacion Charles Darwin) ✓ Tour de bahía	\$210	Internet, folleteria	Convenios con agencias nacionales Consolidada en el mercado	Falta complementar actividades educativas y ecoturísticas
Galapagos Mundo Mágico	Av. Charles Darwin y 12 de Febrero	4 años aprox.	2085	Turistas extranjeros y nacionales	✓ Trekking (Visita Parte Alta Rancho Primicias, Estación Charles Darwin) ✓ Tour de Bahía	\$250	Internet, folleteria	Ubicación Convenio con aerolínea Tame	Falta complementar actividades educativas y ecoturísticas
TOTAL			12550		✓				

Fuente: Entrevista a propietarios de las operadoras y agencias de viajes

Elaboración: Silvana Vargas R.

b) Oferta complementaria

Cuadro N.- 21 Operadoras y Agencias de Viajes Isla Santa Cruz

Galapagos People	Calle Petrel y Española	9 años aprox.	3821	Turistas extranjeros y nacionales Grupos de estudiantes Grupos de embarcaciones	✓ Biking (Restaurante Altair – Pto Ayora) ✓ Trekking (Reserva El Chato, Estacion Charles Darwin) ✓ Tour interislas ✓ Tour de Bahía ✓ Buceo	\$320	Internet	Publicidad Internacional Convenio con aerolínea Aerogal Consolidación en el mercado	Escaso personal profesional Falta complementar actividades educativas y ecoturísticas
Galapagos Voayages	Av. Charles Darwin y Colonos	7 años aprox.	3450	Turistas extranjeros y nacionales	✓ Trekking (Estacion Charles Darwin) ✓ Visita Parte Alta	\$280	Internet, folletería, radio	Convenio con agencias nacionales	Falta complementar actividades educativas y ecoturísticas

					Rancho Primicias ✓ Tour de Bahía ✓ Buceo			Ubicación Consolidado en el mercado	
Ninfa Tours	Av. Charles Darwin frente a Tame	15 años aprox.	4320	Turistas extranjeros y nacionales Grupos familiares Grupos de estudiantes Grupos de embarcaciones	✓ Biking (Bellavista-Pto. Ayora) ✓ Trekking (Visita parte alta Gemelos –Rancho Primicias – Bellavista) ✓ Tour Interislas (isabela, Floreana, Plaza, seymour) ✓ Tour de Bahía ✓ Buceo	\$300	Internet, guías de turismo, folleteria, radio	Publicidad internacional Convenio con aerolínea Tame Consolidada en el mercado	Escaso personal profesional Falta complementar actividades educativas y ecoturísticas
Galapagos Deep	Indefatigable y Matazarno	Sin información	3090	Turistas extranjeros y nacionales Grupos de estudiantes	✓ Biking (Parte Alta Gemelos – Pto. Ayora) ✓ Trekking (Estacion Charles Darwin) ✓ Tour de Bahía ✓ Bucero	\$300	Internet, radio	Publicidad internacional Ubicación	Falta complementar actividades educativas y ecoturísticas
TOTAL			14681						

Fuente: Entrevista a propietarios de las operadoras y agencias de viajes

Elaborado por: Silvana Vargas

2. Análisis de la Demanda

a. Segmentación de mercado

A través de la segmentación del mercado se llegó a determinar que el proyecto está dirigido a los turistas nacionales y extranjeros que ingresan a Puerto Ayora por el aeropuerto de Baltra, de cualquier edad, sexo, estado civil, ocupación, nivel de educación, motivados por el disfrute de diversas actividades turísticas.

b. Universo de estudio

El número de potenciales clientes según los datos proporcionados por el Parque Nacional Galápagos es de 146318 turistas que ingresan por el aeropuerto de Baltra a la isla Santa Cruz, lo que representaría el universo de estudio. De los cuales el 65% son turistas extranjeros y el 35% son turistas nacionales.

c. Cálculo de la muestra

Para el presente estudio se aplicó el muestreo aleatorio. Para la determinación de la muestra se aplicó la fórmula de Canavos:

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

Donde:

N= Universo (**146318**)

n= Tamaño de la muestra

P= probabilidad de éxito (0.5)

Q= probabilidad de fracaso (0.5)

PQ= constante de varianza (0.25)

e= margen de error (0.10)

k= constante de corrección del error (2)

$$n = \frac{(0,5 \times 0,5)(146318)}{(146318 - 1) \left(\frac{0,10}{2}\right)^2 + 0,5 \times 0,5}$$

$$n = \frac{(0,25)(146318)}{(146317)(0,0025) + 0,25}$$

$$n = \frac{36579,50}{(365,7925) + 0,25}$$

$$n = \frac{36579,50}{366,0425}$$

n: 100 encuestas a realizar

Para la estratificación se realizó el siguiente cálculo:

146318-----100%

146318-----100%

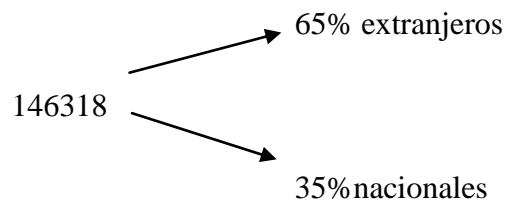
95107-----X

51211-----X

X= 65%

X= 35%

$$f = \frac{n}{N} \qquad f = \frac{100}{146318} \qquad f = 0.00068344$$



$$TEe = 65\% \times f$$

$$TNe = 35\% \times f$$

$$TEe = 95107 \times 0,00068344$$

$$TNe = 51211 \times 0,00068344$$

$$\mathbf{TEe = 65}$$

$$\mathbf{TNe = 35}$$

Utilizando la fórmula de Canavos se determinó la aplicación de 100 encuestas, de los cuales 65 encuestas fueron aplicadas a turistas extranjeros y 35 encuestas a turistas nacionales.

d. Caracterización de la demanda

1) Tabulación y análisis de la información obtenida

Luego de la aplicación de las encuestas, se pudo tabular y analizar los gustos y preferencias de la demanda nacional e internacional obteniéndose la siguiente información.

a) Demanda Nacional

i. Edad de los turistas nacionales

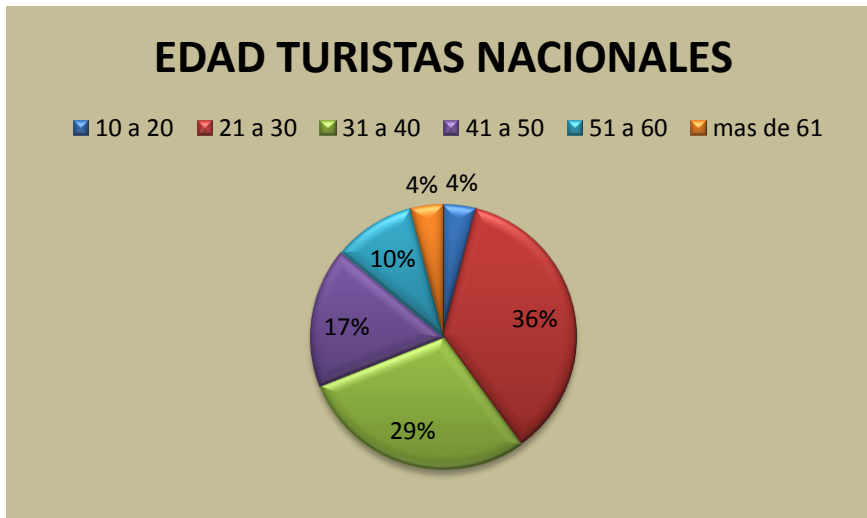
Tabla N° 1. Edad de los turistas nacionales

Edad	%
10 a 20	4
21 a 30	36
31 a 40	29
41 a 50	17
51 a 60	10
mas de 61	4
TOTAL	100

Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Silvana Vargas

Gráfico N°1 Edad de los turistas nacionales



Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Silvana Vargas

De los 100% de los encuestados el 36% son personas que se encuentran en el intervalo de edad de 21 a 30 años, el 29% están entre los 31 a 40 años, el 17% están entre los 41 a 50 años, el 10% están entre los 51 a 60 años y un empate el 4% están entre 10 a 20 años y entre más de 61 años de edad. Lo que indica que la mayoría de los turistas que ingresan a Puerto Ayora Provincia de Galápagos son de población Joven inferior a los 31 años de edad.

ii. Sexo de los turistas nacionales

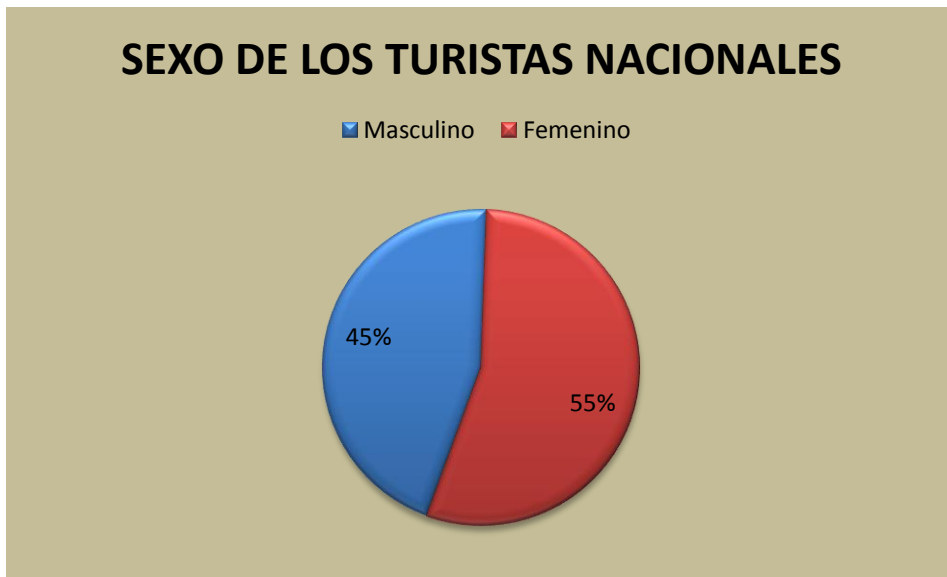
Tabla N° 02. Sexo de los turistas nacionales

Sexo	%
Masculino	45
Femenino	55
Total	100

Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Silvana Vargas

Gráfico N° 02 Sexo de los turistas nacionales



Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Silvana Vargas

Del 100% de los encuestados, el 55% son mujeres y 45% son hombres logrando una participación proporcionada en género.

iii. Estado civil de los turistas nacionales

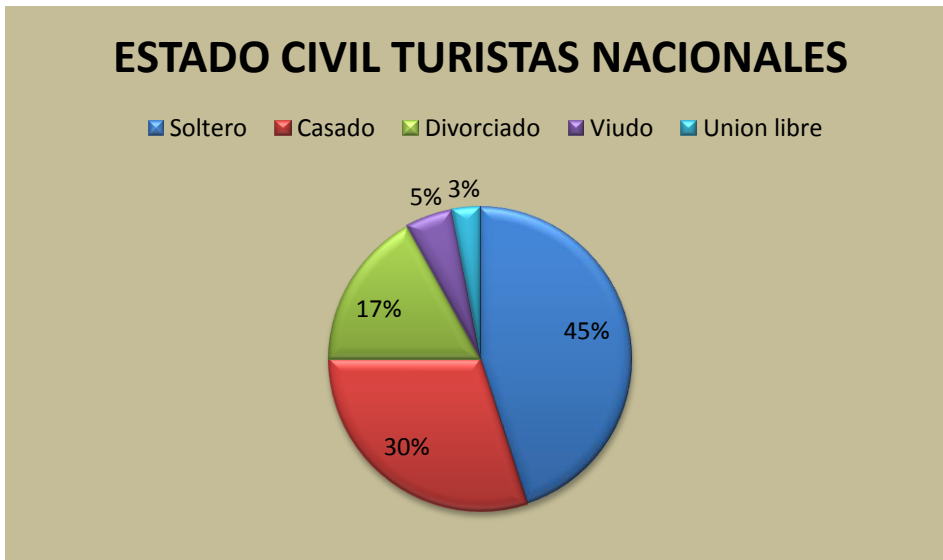
Tabla N° 03 Estado civil de los turistas nacionales

Estado Civil	%
Soltero	45
Casado	30
Divorciado	17
Viudo	5
Union libre	3
TOTAL	100

Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Silvana Vargas

Grafico N°03 Estado civil de los turistas nacionales



Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Silvana Vargas

De los 100% de los encuestados el 45% son solteros, seguido por el 30% que son casados, el 17% son divorciados, el 5% son viudos y 3% unión libre, lo que indica que en su mayoría son personas que hacen turismo sin importar las comunidades, ya que le da un enfoque de aventura a sus recorridos.

iv. Procedencia por provincia de los turistas nacionales

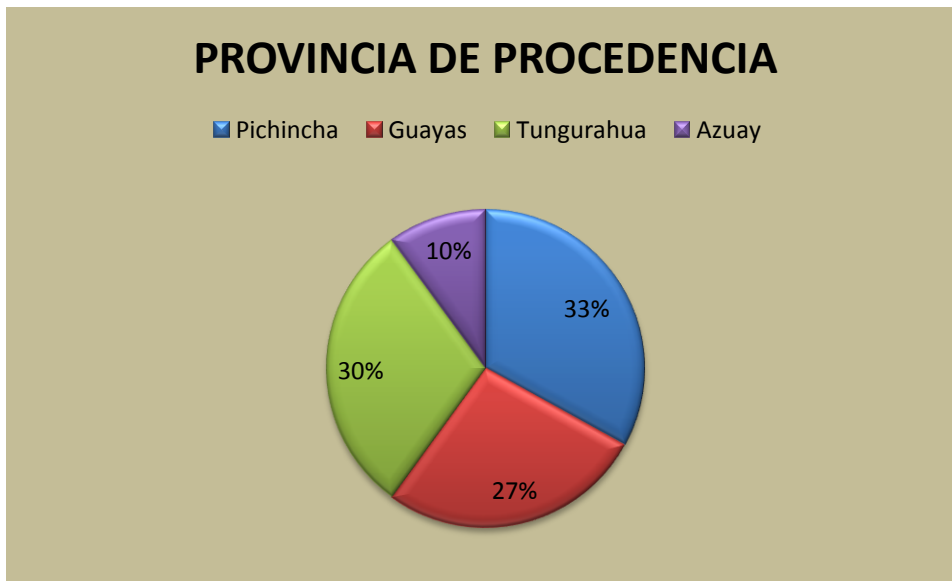
Tabla N°4 Procedencia por provincia de los turistas nacionales

PROVINCIA	%
Pichincha	33
Guayas	27
Tungurahua	30
Azuay	10
TOTAL	100

Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Silvana Vargas

Grafico N°04 Procedencia por provincia de los turistas nacionales



Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Silvana Vargas

De los 100% de los encuestados el 33% provienen de la provincia de Pichincha, seguido por el 30% que son de la provincia de Tungurahua, el 27% vienen de Guayas, y el 10% provienen de la provincia del Azuay.

v. Nivel de Educación de los turistas nacionales

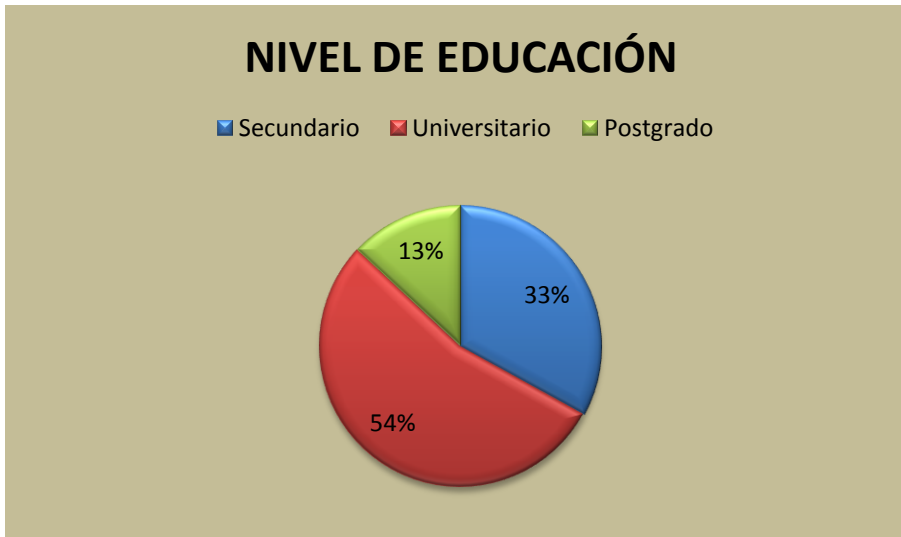
Tabla N° 05. Nivel de educación de los turistas nacionales

Nivel de Educación	%
Secundario	33
Universitario	54
Postgrado	13
TOTAL	100

Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Silvana Vargas

Gráfico N° 05 Nivel de educación de los turistas nacionales



Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Silvana Vargas

De los 100% de los encuestados el 68% son universitarios, el 19% son secundarios, el 13% son postgrado. Esto indica que es una demanda de personas que cursan su formación de nivel superior y hacen turismo como parte de su temporada de ocio.

vi. Motivación del viaje de los turistas nacionales

Tabla N° 6. Motivación del viaje de los turistas nacionales

Razón del viaje	%
Relax	60
Distracción	32
Estudios	5
Trabajo	2
Otros	1
TOTAL	100

Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Silvana Vargas

Grafico N°06 Motivación del viaje de los turistas nacionales



Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Silvana Vargas

De los 100% de los encuestados, el 60% suelen viajar por relax, el 32% lo hacen por distracción, el 5% lo hace por estudios, el 2% lo hace por trabajo y por último el 1% suele viajar por otros motivos. Lo que indica que el principal motivo es el de relajación, aventura y descanso.

vii. Preferencia de viaje de los turistas nacionales

Tabla N° 07. Preferencia de viaje de los turistas nacionales

Preferencia de viaje	%
Independientemente	40
Mediante Agencia de viajes	60
TOTAL	100

Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Silvana Vargas

Gráfico N°07 Preferencia de viaje de los turistas nacionales



Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Silvana Vargas

De los 100% encuestados el 60% de los turistas viajan mediante agencias de viaje esto indica que prefieren que sus desplazamientos que sean seguros, confiables y que obtengan una buena experiencia. El 40% viaja independientemente es un mercado que prefiere optar por sus preferencias sin restricciones.

viii. Con quién viaja los turistas nacionales

Tabla N° 08. Con quién viaja los turistas nacionales

Con quién viaja	%
Familia	29
Amigos	39
Pareja	21
Solo	11
TOTAL	100

Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Silvana Vargas

Gráfico N°08 Con quién viaja los turistas nacionales



Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Silvana Vargas

De los 100% de los encuestados el 39% viaja con amigos, el 29% viaja con familia, el 21% viaja con pareja y el 11% viaja solo. Esto quiere decir que los encuestados prefieren viajar acompañados.

ix.) Han visitado los turistas nacionales anteriormente Galápagos

Tabla N° 09. Han visitado los turistas nacionales anteriormente las islas Galápagos

Ha visitado anteriormente las Islas Galapagos	%
Si	20
No	80
TOTAL	100

Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Silvana Vargas

Gráfico N°09 Han visitado los turistas nacionales anteriormente las islas Galápagos



Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Silvana Vargas

De los 100% de los encuestados, el 80% no ha viajado anteriormente a las islas Galápagos, ha sido su primer viaje y no han vuelto. Mientras que el 20% si ha viajado anteriormente a las islas, han observado los cambios que se presentado en el archipiélago.

x. Clase de turismo preferido por los turistas nacionales

Tabla N° 10. Clase de turismo preferido por los turistas nacionales

Qué clase de turismo prefiere	%
Turismo cultural	24
Ecoturismo	41
Turismo de aventura	17
Turismo comunitario	8
Cruceros	10
Otros	0
TOTAL	100

Gráfico N° 10 Clase de turismo preferido por los turistas nacionales



Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Silvana Vargas

De los 100% de los encuestados el 41% prefiere el ecoturismo, el 24% le gustaría realizar el turismo cultural, el 17% prefiere el turismo de aventura, el 10% prefiere que su viaje sea en cruceros y el 8% prefieren el turismo comunitario.

xi. Días de estadía de los turistas nacionales

Tabla N° 11. Días de estadía de los turistas nacionales

Disponibilidad de estadía	%
De 1 a 2 Días	8
De 3 a 4 Días	15
De 5 a 6 Días	49
Mas de 7 Días	28
TOTAL	100

Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Silvana Vargas

Gráfico N°11 Días de estadía de los turistas nacionales



Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Silvana Vargas

De los 100% de los encuestados el 57% suele permanecer de 5 a 6 días, el 26% suele permanecer de 3 a 4 días, el 14% permanece más de 7 días y el 3% de los encuestados de 1 a 2 días. La información obtenida determinará la duración de los productos a ofertar, impulsando la tendencia del beneficio económico.

xii. Actividades que prefieren realizar los turistas nacionales

Tabla N° 12. Actividades que prefieren realizar los turistas nacionales

Actividades que prefieren realizar	%
Caminata por la Naturaleza (ecoturismo)	37
Cabalgata	3
Camping	8
Observación de flora y fauna	13
Ciclismo	2

Snorkeling	15
Visitar festividades culturales	5
Kayak	11
Degustar Comida típica	6
Otros	0
TOTAL	100

Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Silvana Vargas

Gráfico N°12 Actividades que prefieren realizar los turistas nacionales



Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Silvana Vargas

Delos 100% de los encuestados el 37% quiere realizar caminata por la naturaleza con tendencia al desarrollo del ecoturismo, el 15% le gustaría realizar snorkeling, el 13% le gustaría realizar observación de flora y fauna, el 11% le gustaría realizar kayak, el 8% de los encuestados les gustaría realizar camping, el 6% le gustaría degustar la comida típica, el 5 % de los encuestados

le gustaría visitar festividades culturales, el 3 % de los encuestados les gustaría realizar cabalgatas por las zonas permitidas y el 2% de los encuestados les gustaría realizar ciclismo.

xiii. Tipo de hospedaje prefieren los turistas nacionales

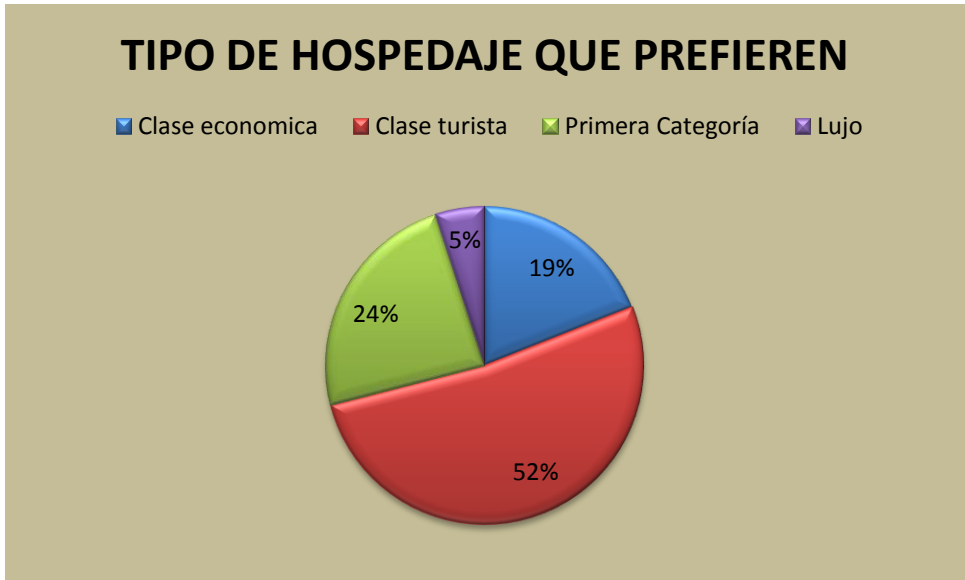
Tabla N° 13. Que tipo de hospedaje prefieren los turistas nacionales

Hospedaje	%
Clase económica	27
Clase turista	53
Primera Categoría	12
Lujo	8
TOTAL	100

Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Silvana Vargas

Gráfico N°13 Que tipo de hospedaje prefieren los turistas nacionales



Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Silvana Vargas

De los 100% de los encuestados el 53% optan por un hospedaje de clase turista, el 27% se inclina al de clase económica, el 12% al hospedaje de primera categoría y el 8% optó por hospedajes de lujo.

xiv. Tipo de comida preferida por los turistas nacionales

Tabla N° 14. Tipo de comida preferida por los turistas nacionales

Tipo de comida preferida	%
Comida Local	57
Comida Nacional	30
Comida Internacional	13
TOTAL	100

Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Silvana Vargas

Gráfico N°14 Tipo de comida preferida por los turistas nacionales



Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Silvana Vargas

De los 100% de los encuestados el 57% prefieren comida local, pero el 30% de los encuestados prefieren comida nacional y el 13% prefieren comida internacional. Esto indica que la comida local es acogida por los turistas.

xv. Disponibilidad de gasto de los turistas nacionales

Tabla N° 15. Disponibilidad de gasto de los turistas nacionales

Disponibilidad de Gasto	%
De 450 a 600	46
De 601 a 750	26
De 751 a 900	12
De 901 a 1050	11
Mas de 1051	5
TOTAL	100

Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Silvana Vargas

Gráfico N°15 Disponibilidad de gasto de los turistas nacionales



Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Silvana Vargas

De los 100% de los encuestados el 46% están dispuestos a pagar de 450 a 600 dólares, el 26% están dispuestos a pagar de 601 a 750, el 12% están dispuestos a pagar de 751 a 900, el 11% está dispuesto a pagar de 901 a 1050 y el 5% está dispuesto a pagar más de 1051. La información recabada es importante para la comercialización y aceptación de los productos a ofertar.

xvi. Medios de comunicación más utilizados por los turistas nacionales

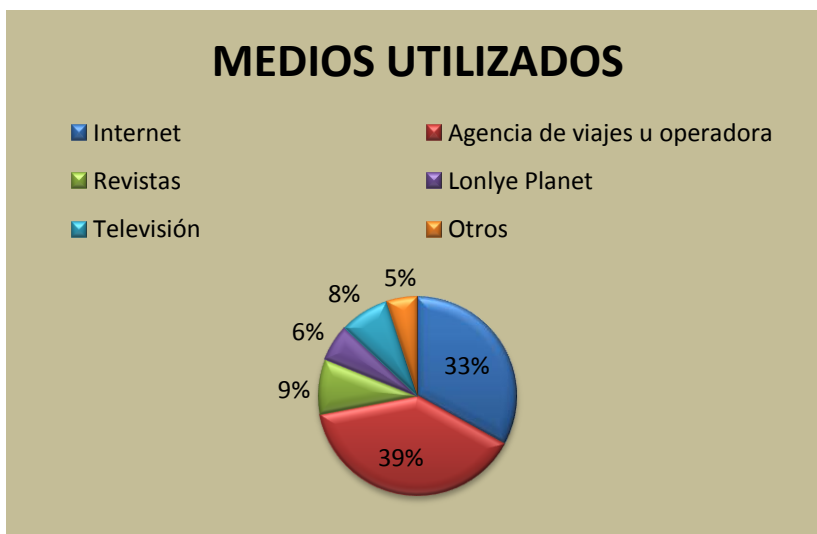
Tabla N° 16. Medios de comunicación más utilizados por los turistas nacionales

Medios utilizados para informarse	%
Internet	33
Agencia de viajes u operadora	39
Revistas	9
Lonlye Planet	6
Televisión	8
Otros	5
TOTAL	100

Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Silvana Vargas

Gráfico N° 16 Medios de comunicación más utilizados por los turistas nacionales



De los 100% de los encuestados el 39% utilizan las agencias de viajes u operadoras, el 33% utiliza el internet, el 9% lo hicieron a través de revistas, el 8% lo hizo mediante la televisión, el 6% mediante la guía turística Lonley Planet y el 5% lo hicieron mediante otros medios.

b) Demanda Internacional

i. Edad de los turistas internacionales

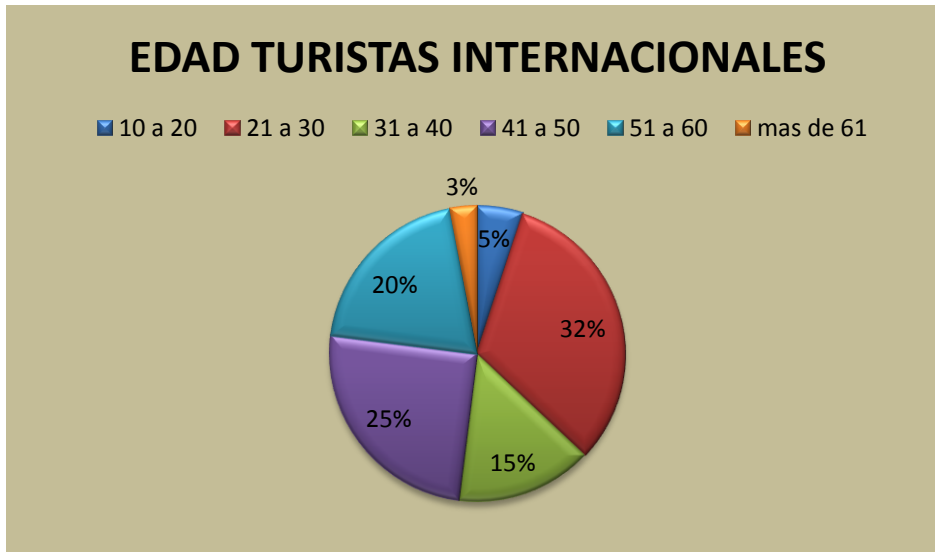
Tabla N° 17. Edad de los turistas internacionales

Edad de los turistas internacionales	%
10 a 20	5
21 a 30	32
31 a 40	15
41 a 50	25
51 a 60	20
mas de 61	3
TOTAL	100

Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Silvana Vargas

Gráfico N°17 Edad de los turistas internacionales



Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Silvana Vargas

De los 100% de los encuestados el 32% son personas que se encuentran en el intervalo de edad de 21 a 30 años, el 25% están entre los 41 a 50 años, el 20% están entre los 51 a 60 años, el 15% están entre los 31 a 40 años, el 5% están entre 10 a 20 años y por último el 3% se encuentran entre más de 61 años de edad. Lo que indica que la mayoría de los turistas que ingresan a Puerto Ayora Provincia de Galápagos son de población Joven inferior a los 31 años de edad.

ii. Sexo de los turistas internacionales

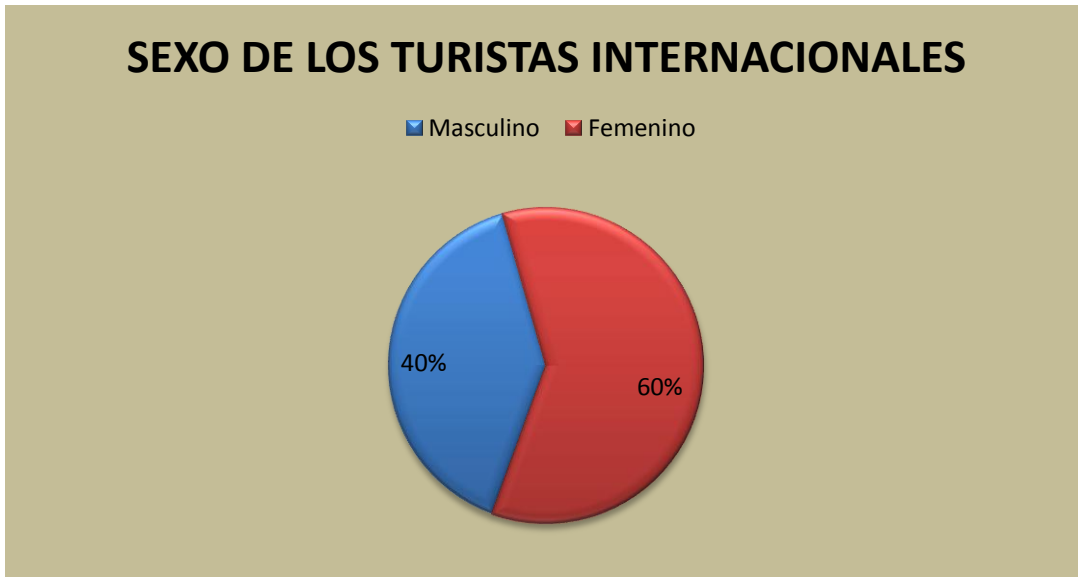
Tabla N° 18. Sexo de los turistas internacionales

Sexo de los turistas internacionales	%
Masculino	40
Femenino	60
Total	100

Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Silvana Vargas

Gráfico N° 18 Sexo de los turistas internacionales



Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Silvana Vargas

Del 100% de los encuestados, el 60% son mujeres y 40% son hombres logrando una participación proporcionada en género.

iii. Estado Civil de los turistas internacionales

Tabla N° 19 Estado civil de los turistas internacionales

Estado Civil	%
Soltero	50
Casado	30
Divorciado	10
Viudo	5
Union libre	5
TOTAL	100

Grafico N°19 Estado civil de los turistas internacionales



Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Silvana Vargas

De los 100% de los encuestados el 50% son solteros, seguido por el 30% que son casados, el 10% son divorciados, el 5% son viudos y 5% unión libre, lo que indica que en su mayoría son personas que hacen turismo sin importar las comunidades, ya que le da un enfoque de aventura a sus recorridos.

iv. Procedencia regional de los turistas internacionales

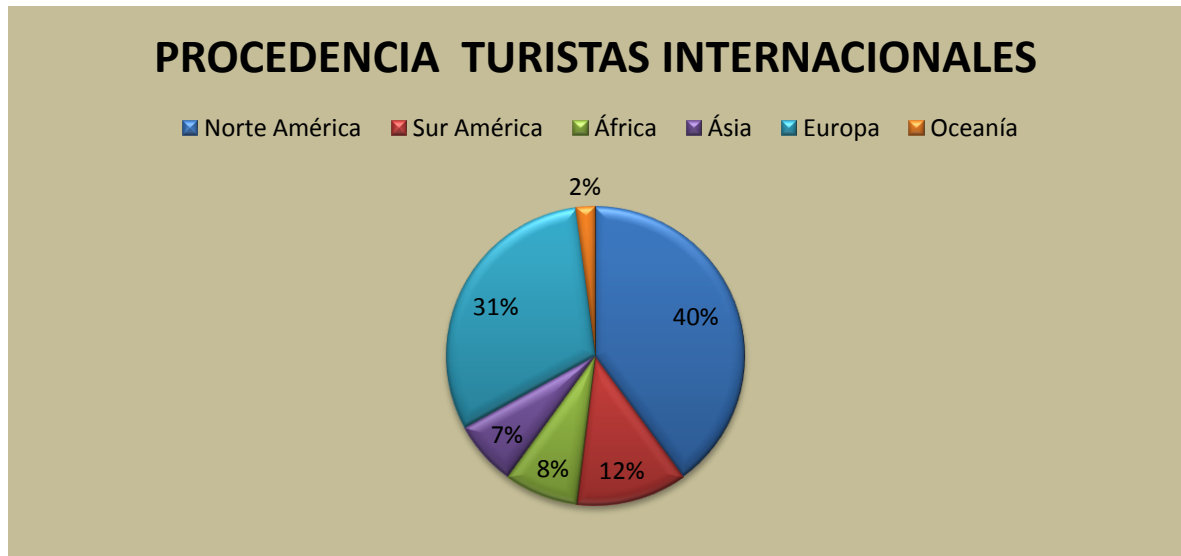
Tabla N°20 Procedencia de los turistas internacionales

Procedencia	%
Norte América	40
Sur América	12
África	8
Asia	7
Europa	31
Oceanía	2
TOTAL	100

Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Silvana Vargas

Gráfico N°20 Procedencia de los turistas internacionales



Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Silvana Vargas

De los 100% de los encuestados el 40% provienen de la provincia de América del Norte, seguido por el 31% que provienen de Europa, el 12% vienen Sur América, el 8% provienen de África, el 7% vienen de Asia y el 2% provienen de Oceanía. Por lo que el mercado americano predomina más en las islas.

v. Nivel de educación de los turistas internacionales

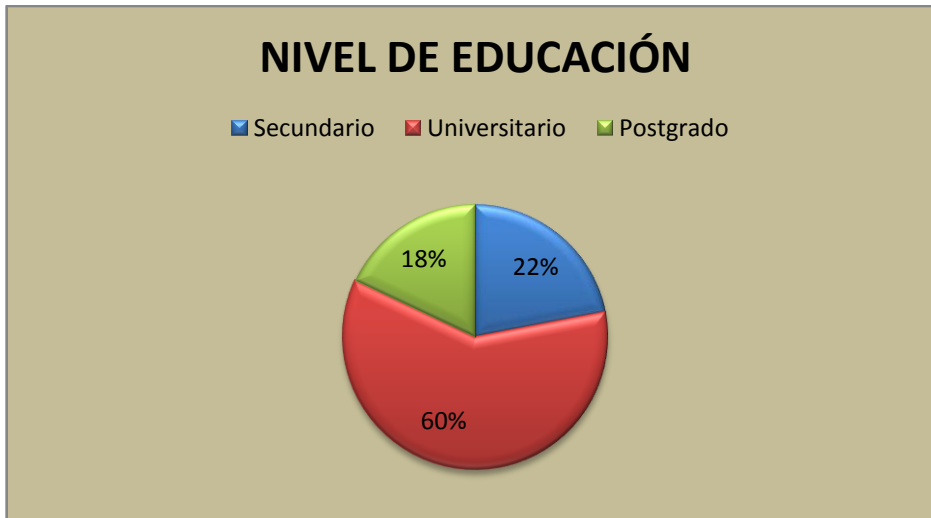
Tabla N° 21. Nivel de educación de los turistas internacionales

Nivel de Educación	%
Secundario	22
Universitario	60
Postgrado	18
TOTAL	100

Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Silvana Vargas

Gráfico N° 21 Nivel de educación de los turistas internacionales



Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Silvana Vargas

De los 100% de los encuestados el 60% son universitarios, el 22% son secundarios, el 18% son postgrado. Esto indica que es una demanda de personas que cursan su formación de nivel superior y hacen turismo como parte de su temporada de ocio.

vi. Motivación del viaje de los turistas internacionales

Tabla N° 22. Motivación del viaje de los turistas internacionales

Motivo del viaje	%
Relax	55
Distracción	25
Estudios	15
Trabajo	4
Otros	1
TOTAL	100

Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Silvana Vargas

Grafico N°22 Motivación del viaje de los turistas internacionales



Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Silvana Vargas

De los 100% de los encuestados, el 55% suelen viajar por relax, el 25% lo hacen por distracción, el 15% lo hace por estudios, el 4% lo hace por trabajo y por último el 1% suele viajar por otros motivos. Lo que indica que el principal motivo es el de relajación, aventura y descanso.

vii. Preferencia de viaje de los turistas internacionales

Tabla N° 23. Preferencia de viaje de los turistas nacionales

Preferencia de viaje	%
Independientemente	35
Mediante Agencia de viajes	65
TOTAL	100

Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Silvana Vargas

Gráfico N°23 Preferencia de viaje de los turistas internacionales



Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Silvana Vargas

De los 100% encuestados el 65% de los turistas viajan mediante agencias de viaje esto indica que prefieren que sus desplazamientos internacionales sean seguros, confiables y que obtengan una buena experiencia. El 35% viaja independientemente es un mercado que prefiere optar por sus preferencias sin restricciones.

viii. Con quién viaja los turistas internacionales

Tabla N° 24. Con quién viaja los turistas

internacionales

Con quién viaja	%
Familia	20
Amigos	33
Pareja	37
Solo	10
TOTAL	100

Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Silvana Vargas

Gráfico N°24 Con quién viaja los turistas internacionales



Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Silvana Vargas

De los 100% de los encuestados el 37% viaja con pareja, el 33% viaja con amigos, el 20% viaja con su familia y el 10% viaja solo. Esto quiere decir que los encuestados prefieren viajar acompañados.

ix.) Han visitado los turistas internacionales anteriormente Galápagos

Tabla N° 25. Han visitado los turistas nacionales anteriormente las islas Galápagos

Ha visitado anteriormente las Islas Galapagos	%
Si	32
No	68
TOTAL	100

Gráfico N°25 Han visitado los turistas nacionales anteriormente las islas Galápagos



Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Silvana Vargas

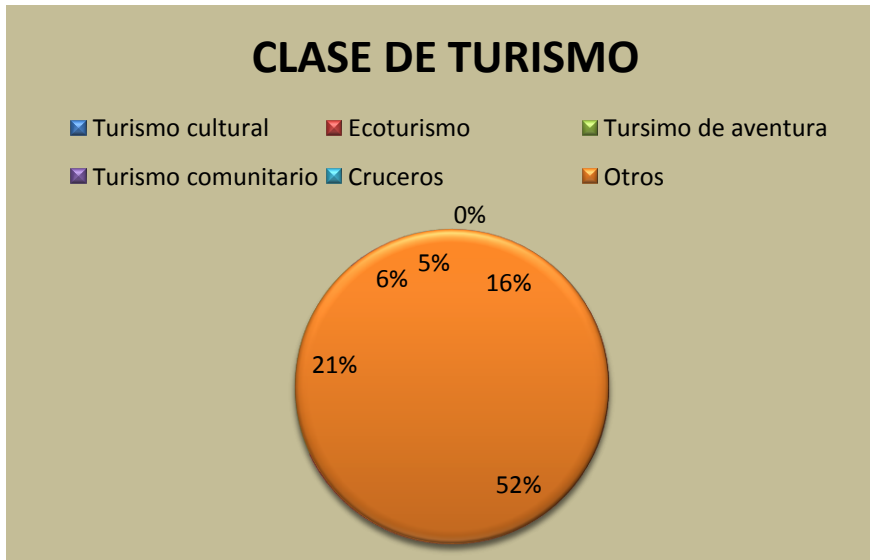
De los 100% de los encuestados, el 68% no ha viajado anteriormente a las islas Galápagos, ha sido su primer viaje y no han vuelto. Mientras que el 32% si ha viajado anteriormente a las islas, han observado los cambios que se presentado en el archipiélago.

x. Clase de turismo preferido por los turistas internacionales

Tabla N° 26. Clase de turismo preferido por los turistas internacionales

Clase de turismo	%
Turismo cultural	16
Ecoturismo	52
Turismo de aventura	21
Turismo comunitario	6
Cruceros	5
Otros	0
TOTAL	100

Gráfico N° 26 Clase de turismo preferido por los turistas internacionales



Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Silvana Vargas

De los 100% de los encuestados el 52% prefiere el ecoturismo, el 21% le gustaría realizar el turismo de aventura, el 16% prefiere el turismo cultural, el 6% prefiere el turismo comunitario y el 5% prefieren que su viaje sea en cruceros.

xi. Días de estadía de los turistas internacionales

Tabla N° 27. Días de estadía de los turistas internacionales

Disponibilidad de días	%
De 1 a 2 Días	8
De 3 a 4 Días	15
De 5 a 6 Días	49
Mas de 7 Días	28
TOTAL	100

Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Silvana Vargas

Gráfico N°27 Días de estadía de los turistas internacionales



Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Silvana Vargas

De los 100% de los encuestados el 49% suele permanecer de 5 a 6 días, el 28% suele permanecer más de 7 días, el 15% de los encuestados permanece de 3 a 4 días y el 8% de los encuestados de 1 a 2 días. La información obtenida determinará la duración de los productos a ofertar, impulsando la tendencia del beneficio económico.

xii. Actividades que prefieren realizar los turistas internacionales

Tabla N° 28. Actividades que prefieren realizar los turistas internacionales

Actividades que prefieren realizar	%
Caminata por la Naturaleza (ecoturismo)	50
Cabalgata	2
Camping	4
Observación de flora y fauna	14
Ciclismo	1

Snorkeling	16
Visitar festividades culturales	3
Kayak	9
Degustar Comida típica	1
Otros	0
TOTAL	100

Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Silvana Vargas

Grafico N°28 Actividades que prefieren realizar los turistas internacionales



Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Silvana Vargas

De los 100% de los encuestados el 50% quiere realizar caminata por la naturaleza con tendencia al desarrollo del ecoturismo, el 16% le gustaría realizar snorkeling, el 14% le gustaría realizar observación de flora y fauna, el 09% le gustaría realizar kayak, el 4% de los encuestados les gustaría realizar camping, el 3% le gustaría visitar festividades culturales, el 2 % de los

encuestados les gustaría realizar cabalgatas por las zonas permitidas y el 1% de los encuestados les gustaría realizar ciclismo y degustar comida típica.

xiii. Tipo de hospedaje prefieren los turistas internacionales

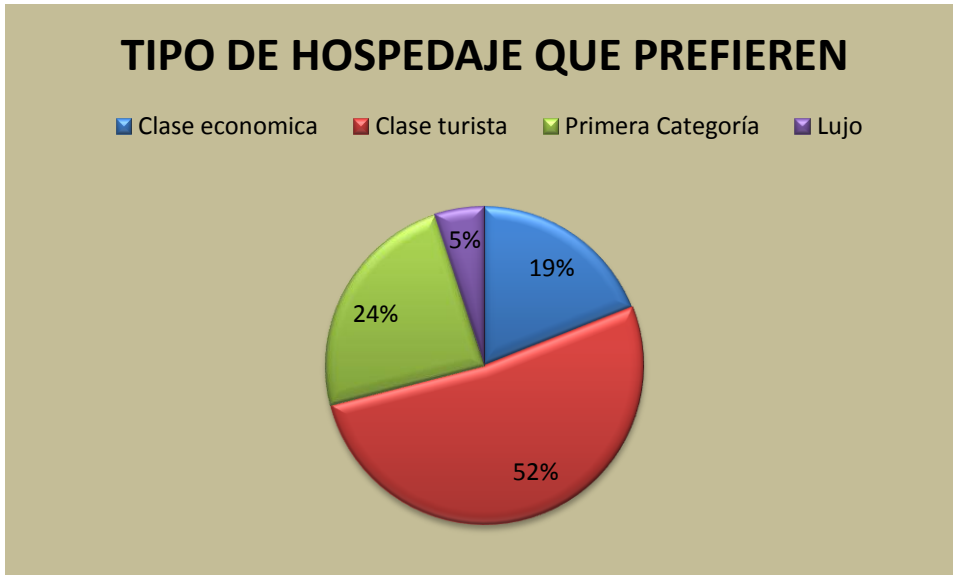
Tabla N° 29. Qué tipo de hospedaje prefieren los turistas internacionales

Hospedaje	%
Clase económica	19
Clase turista	52
Primera Categoría	24
Lujo	5
TOTAL	100

Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Silvana Vargas

Gráfico N°29 Qué tipo de hospedaje prefieren los turistas internacionales



Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Silvana Vargas

De los 100% de los encuestados el 52% optan por un hospedaje de clase turista, el 24% se inclina al de primera categoría, el 19% al hospedaje de clase económica y el 5% optó por hospedajes de lujo.

xiv. Tipo de comida preferida por los turistas internacionales

Tabla N° 30. Tipo de comida preferida por los turistas internacionales

Qué tipo de comida prefiere	%
Comida Local	47
Comida Nacional	23
Comida Internacional	30
TOTAL	100

Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Silvana Vargas

Gráfico N°30 Tipo de comida preferida por los turistas internacionales



Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Silvana Vargas

De los 100% de los encuestados el 47% prefieren comida local, pero el 30% de los encuestados prefieren comida internacional y el 23% prefieren comida nacional. Esto indica que la comida local es acogida por los turistas.

xv. Disponibilidad de gasto de los turistas internacionales

Tabla N° 31. Disponibilidad de gasto de los turistas internacionales

Disponibilidad de gasto	%
De 450 a 600	14
De 601 a 750	35
De 751 a 900	27
De 901 a 1050	17
Mas de 1051	7
TOTAL	100

Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Silvana Vargas

Gráfico N°31 Disponibilidad de gasto de los turistas internacionales



Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Silvana Vargas

De los 100% de los encuestados el 35% están dispuestos a pagar de 601 a 750 dólares, el 27% están dispuestos a pagar de 751 a 900, el 17% están dispuestos a pagar de 901 a 1050, el 14% está dispuesto a pagar de 450 a 600 y el 7% está dispuesto a pagar más de 1051. La información recabada es importante para la comercialización y aceptación de los productos a ofertar.

xvi. Medios de comunicación más utilizados por los turistas internacionales

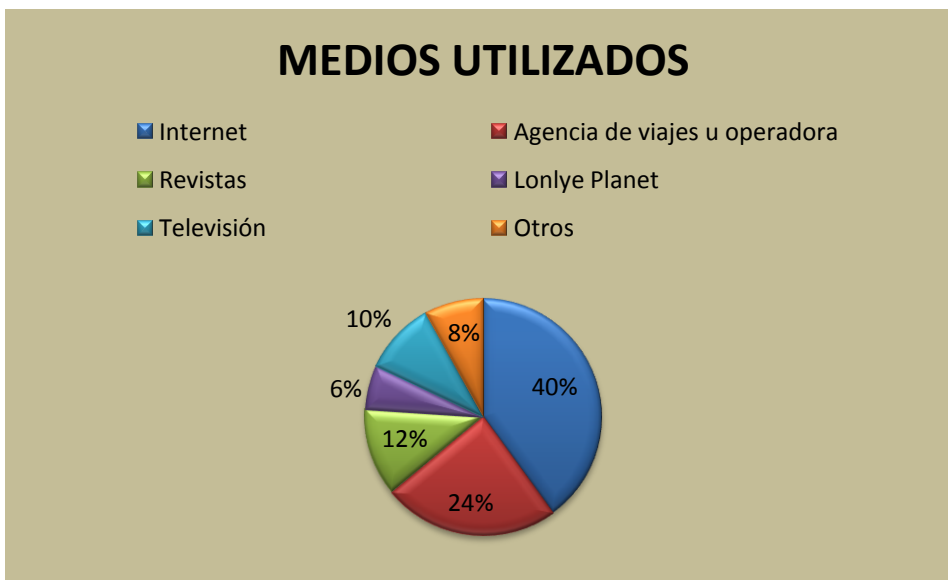
Tabla N° 32. Medios de comunicación más utilizados por los turistas internacionales

Medios utilizados para informarse	%
Internet	40
Agencia de viajes u operadora	24
Revistas	12
Lonlye Planet	6
Televisión	10
Otros	8
TOTAL	100

Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Silvana Vargas

Gráfico N° 32 Medios de comunicación más utilizados por los turistas internacionales



De los 100% de los encuestados el 40% utiliza el internet, el 24% mediante agencia de viajes u operadoras, el 12% lo hicieron a través de revistas, el 10% lo hizo mediante la televisión, el 8% mediante la guía turística Lonely Planet y el 8% lo hicieron mediante otros medios.

f. Perfil del Turista

1) Turista Nacional

El 36% tiene edad inferior a 31 años, población joven. Hay un 29% de menores de 41 años, población adulta. Son mujeres en 55% y hombres en 45%. Son solteros en un 45% y casados en un 30%. El 33% procede de la provincia de Pichincha, el 30% de la provincia de Tungurahua. El 68 % son universitarios personas con criterio formado que cumplirán con las normas impuestas en las islas. El 19% son secundarios. El 60% visita las islas con el interés de relax, el 32% lo hace por distracción. El 60% prefiere viajar mediante agencia de viaje y el 40% lo hace independientemente. Viajan acompañados por dos personas 39%, y con 3 personas el 29%. El 80% no ha visitado anteriormente las Islas Galápagos, y el 20% si lo ha hecho. El 41% están de acuerdo con la implementación de paquetes ecoturísticos en la isla y en un 29% optan por turismo cultural. El 57% están dispuestas a permanecer de 5 a 6 días para cumplir las actividades en los atractivos turísticos de su preferencia; el 26% tiene disponibilidad para 3 a 4 días. El 37% opta por caminatas, el 15% por snorkeling en todas las visitas. El 53% optan por un hospedaje cómodo de clase turista, y el 27% por un hospedaje de clase económica con los servicios necesarios. El 57% se inclina por probar la comida local y el 30% opta por la comida nacional. El 46% están dispuestos a pagar de 450 a 600USD por los servicios prestados en la visita, y el 26% puede solventar de 601 a 750 USD. El 39% se informa de las islas Galápagos mediante agencias de viajes y operadoras de turismo, y el 33% lo hace mediante la página de Internet Google.

2) Turista Extranjero

El 32% tiene edad inferior a 31 años, población joven. Hay un 25% de menores de 51 años, población adulta. Son mujeres en 60% y hombres en 40%. Son solteros en un 50% y casados en un 30%. El 40% procede de América del Norte, el 31% de Europa, y el 12% de América del Sur. El 60 % son universitarios personas con criterio formado que cumplirán con las normas impuestas en las islas. El 22% son secundarios. El 55% visita las islas con el interés de relax, el 25% lo hace por distracción. El 65% prefiere viajar mediante agencia de viaje y el 35% lo hace independientemente. Viajan acompañados por su pareja el 37%, y por dos personas 33%. El 68% no ha visitado anteriormente las Islas Galápagos, y el 32% si lo ha hecho. El 50% están de acuerdo con la implementación de paquetes ecoturísticos en la isla y en un 21% optan por turismo de aventura y el 16% por turismo cultural. El 49% están dispuestas a permanecer de 5 a 6 días para cumplir las actividades en los atractivos turísticos de su preferencia; el 28% tiene disponibilidad para más de 7 días. El 50% opta por caminatas, el 16% por snorkeling en todas las visitas, y el 14% opta por observación de flora y fauna. El 52% optan por un hospedaje cómodo de clase turista, y el 24% por un hospedaje de primera categoría. El 47% se inclina por probar la comida local y el 30% opta por la comida internacional. El 35% están dispuestos a pagar de 601 a 750USD por los servicios prestados en la visita, y el 27% puede solventar de 751 a 900 USD. El 40% se informa de las islas Galápagos mediante la página de Internet Google, y el 24% lo hace por medio de agencias de viajes y operadoras de turismo.

3. Proyección de la oferta y demanda

a. Proyección de la demanda potencial nacional y extranjera para los próximos 5 años

Se tomó como referencia la demanda actual y se utilizó la fórmula del incremento compuesto.

51211 (35%) = Turistas Nacionales → 37% Prefieren el caminatas por la Naturaleza (ecoturismo) = 18948

95107 (65%) = Turistas Extranjeros → 50% Prefieren el caminatas por la Naturaleza (ecoturismo) = 47554

1) Proyección de la demanda potencial de los turistas nacionales

Cuadro N.-22 Proyección de la demanda potencial turistas nacionales para los próximos 5 años

AÑO	DEMANDA NACIONAL PROYECTADA
2012	19706
2013	20494
2014	21314
2015	22166
2016	23053

Fuente: Estudio de la demanda y oferta para el proyecto

Elaborado por: Silvana Vargas

2) Proyección turistas extranjeros

Cuadro N.-23 Proyección de la demanda potencial turistas internacionales para los próximos 5 años

AÑO	DEMANDA INTERNACIONAL PROYECTADA
2012	49456
2013	51434
2014	53492
2015	55631
2016	57857

Fuente: Estudio de la demanda y oferta para el proyecto

Elaborado por: Silvana Vargas

b. Proyección de la oferta potencial para los próximos 5 años

1) Proyección de la oferta potencial turistas nacionales

Para la proyección de la oferta potencial de turistas nacionales se utilizó el método del incremento compuesto, la cual se calculó teniendo como base el número de clientes anuales del año 2011 que han utilizado los servicios ofertados por los competidores (tanto sustitutivos como complementarios); teniendo como resultado 27231 personas anuales y este valor se obtuvo del estudio del análisis de la oferta.

27231*35% de la demanda nacional = **9531 Oferta Nacional**

Cuadro N.- 24 Proyección de la oferta potencial de turistas nacionales

AÑO	OFERTA PROYECTADA
2012	9912
2013	10309
2014	10721
2015	11150
2016	11596

Fuente: Estudio de la demanda y oferta para el proyecto

Elaborado por: Silvana Vargas

2) Proyección de la oferta potencial turistas internacionales

Para la proyección de la oferta potencial de turistas internacionales se utilizó el método del incremento compuesto, la cual se calculó teniendo como base el número de clientes anuales del año 2011 que han utilizado los servicios ofertados por los competidores (tanto sustitutivos como complementarios); teniendo como resultado 27231 personas anuales y este valor se obtuvo del estudio del análisis de la oferta.

27231*65 % de la demanda extranjera= **17700 Oferta Extranjera**

Cuadro N.- 25 Proyección de la oferta potencial de turistas internacionales

AÑO	OFERTA PROYECTADA
2012	18408
2013	19144
2014	19910
2015	20706
2016	21535

Fuente: Estudio de la demanda y oferta para el proyecto

Elaborado por: Silvana Vargas

c. Demanda insatisfecha proyectada para los próximos 5 años

Los resultados obtenidos de la demanda insatisfecha se lograron al realizar el cálculo de la resta entre la demanda potencial con la oferta potencial para cada año.

1) Demanda insatisfecha proyectada para los turistas nacionales

Cuadro N.- 26 Demanda insatisfecha proyectada para los turistas nacionales

AÑO	DEMANDA NACIONAL	OFERTA NACIONAL	DEMANDA INSATISFECHA
2012	19706	9912	9794
2013	20494	10309	10185
2014	21314	10721	10593
2015	22166	11150	11017
2016	23053	11596	11457

Fuente: Estudio de la demanda y oferta para el proyecto

Elaborado por: Silvana Vargas

2) Demanda insatisfecha proyectada para los turistas internacionales

Cuadro N.- 27 Demanda insatisfecha proyectada para los turistas internacionales

AÑO	DEMANDA INTERNACIONAL	OFERTA INTERNACIONAL	DEMANDA INSATISFECHA
2012	49456	18408	31048
2013	51434	19144	32290
2014	53492	19910	33582
2015	55631	20706	34925
2016	57857	21535	36322

Fuente: Estudio de la demanda y oferta para el proyecto

Elaborado por: Silvana Vargas

d. Demanda objetiva proyectada

La demanda objetivo del proyecto pretende captar anualmente el 5% de la demanda insatisfecha, puesto que esa es la expectativa del proyecto turístico para iniciar con su funcionamiento.

1) Demanda objetiva proyectada de los turistas nacionales

Cuadro N.- 28 Cuota de mercado de la demanda nacional

AÑO	DEMANDA NACIONAL INSATISFECHA	DEMANDA OBJETIVO DE MERCADO 5%
2012	9794	490
2013	10185	509
2014	10593	530
2015	11017	551
2016	11457	573

Fuente: Estudio de la demanda y oferta para el proyecto

Elaborado por: Silvana Vargas

1) Demanda objetiva proyectada de los turistas internacionales

Cuadro N.- 29 Cuota de mercado de la demanda extranjera

AÑO	DEMANDA EXTRANJERA INSATISFECHA	CUOTA OBJETIVO DE MERCADO 5%
2012	30140	1552
2013	31044	1615
2014	31976	1679
2015	32934	1746
2016	33923	1816

Fuente: Estudio de la demanda y oferta para el proyecto

Elaborado por: Silvana Vargas

C. ESTUDIO TÉCNICO

1. Planificación estratégica de la empresa turística

a. Análisis FODA

a) Análisis FODA de los atractivos turísticos

Cuadro N.- 30 Análisis FODA de los atractivos turísticos

Análisis FODA de los atractivos turísticos	
FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
1. Los atractivos naturales y culturales son de jerarquía III, por su riqueza paisajística, biológica y cultural. 2. Los atractivos forman parte del Parque Nacional Galápagos y la Reserva Marina Galápagos. 3. Tanto los atractivos como el Archipiélago Galápagos es considerado como la séptima maravilla del mundo 4. Los atractivos están cerca de la ciudad de Puerto Ayora.	1. Asociatividad con otros destinos turísticos con las diferentes islas habitadas.
DEBILIDADES	AMENAZAS
1. Falta de protección y monitoreo a los sitios de visita. 2. Época de frío durante los meses de Julio – Enero. 3. Falta de apoyo por parte de las ONG's para los estudios de conservación de los	1. Masificación de las visitas, sin una adecuada planificación 2. Contaminación de desechos sólidos en los atractivos. 3. Contaminación por combustible en los atractivos.

sitios de visita.	4. Presencia de guías sin licencia abalizada por el PNG.
-------------------	--

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Silvana Vargas

b) Análisis FODA de los servicios básicos del cantón Santa Cruz

Cuadro N.- 31 Análisis FODA de los servicios básicos en el cantón Santa Cruz

Análisis FODA de los servicios básicos	
FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
<ol style="list-style-type: none"> 1. Representantes de las parroquias forman parte del consejo cantonal. 2. ONG's ayudan en el desarrollo social del cantón. 3. Existe comunicación telefónica móvil y fija, incluyendo internet. 4. Presenta un hospital y un subcentro de salud. 5. El servicio eléctrico se tiene las 24 horas 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Las parroquias cuentan con su presupuesto para la ejecución de proyectos de desarrollo local 2. Las gente local puede presentar proyectos de desarrollo local a ONG's para el apoyo.
DEBILIDADES	AMENAZAS
<ol style="list-style-type: none"> 1. Enfermedades típicas como: infección respiratoria aguda (IRA), dengue, infección de vías urinarias 2. Bajo nivel de cobertura de la telefonía móvil. 3. El servicio de alcantarillado y agua potable no existe en el cantón. 4. Solo la cabecera cantonal cuenta con servicio de recolección de basura de lunes a sábado. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Manipulación partidista con intereses personales distintos a las necesidades de la población. 2. Falta de embarcaciones de carga que ingresen al cantón para abastecimiento de víveres y combustible.

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Silvana Vargas

c) Análisis FODA de los servicios turísticos

Cuadro N.-32 Análisis FODA de los servicios turísticos

Análisis FODA de los servicios turísticos	
FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
<ol style="list-style-type: none"> 1. Existen varios establecimientos de alimentación y hospedaje. 2. Guías nativos, capacitados y con su respectiva licencia 3. Variedad de taxis camionetas para recorrido a los sitios de vista. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Afluencia frecuente de turistas nacionales y extranjeros 2. Asociatividad con otros servicios turísticos de las otras islas. 3. Oferta académica por parte de la Universidad Nacional del Ecuador en la carrera relacionada al Turismo Sostenible. 4. Participación del PNG en el desarrollo social y turístico, con capacitaciones y renovaciones de licencias a los guías. 5. Ministerio de Turismo brinda capacitaciones en servicios turísticos como: hospedaje, agenciamiento, restauración, etc. 6. Microcrédito para empresarios turísticos por parte del Banco del Fomento
DEBILIDADES	AMENAZAS
<ol style="list-style-type: none"> 1. Falta de fibras para más de 15 pax 2. Falta de personal capacitado para brindar un servicio de calidad. 3. Falta de transporte turístico (buses, van) en Puerto Ayora. 4. En Puerto Ayora algunos 	<ol style="list-style-type: none"> 5. Insuficiente participación por parte del Ministerio del Ambiente y Turismo. 6. Insuficiente participación del Departamento de Turismo del Municipio. 7. Pérdida de la identidad cultural.

establecimientos de restauración son de baja calidad y sin diversidad de oferta. 5. Algunos establecimientos no manejan criterios ambientales.	
---	--

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Silvana Vargas

d) Análisis FODA de la accesibilidad

Cuadro N.-33 Análisis FODA de la accesibilidad

Análisis FODA de la accesibilidad	
FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
1. La vía de primer orden se encuentra pavimentada y debidamente señalada. 2. Existen una cooperativa de bus Citteg, varias camionetas 3. Las distancias son cercanas entre atractivos 4. Facilidad de acceso hasta las parroquias.	1. El factor vial es una política de estado. 2. Es el desarrollo económico, social del cantón.
DEBILIDADES	AMENAZAS
1. Para llegar a los atractivos de jerarquía II y III que se encuentran en las parroquias no existe señalética adecuada. 2. No existe interés por parte del Ministerio de Turismo para el arreglo de la señalética y la carretera 3. Falta de interés por parte del Municipio	1. En época de lluvia la carretera para acceder a los sitios de vista de jerarquía II y III son casi inaccesibles. 2. Para los conductores es un problema el llegar a estos sitios y prefieren no realizar el viaje.

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Silvana Vargas

e) Análisis FODA de las facilidades turísticas

Cuadro N.-34 Análisis FODA de las facilidades turísticas

Análisis FODA de la accesibilidad	
FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
1. Presencia de oficina de Itur (información turística) en el aeropuerto de Baltra y la ciudad de Puerto Ayora 2. Señalética interpretativa en la entrada de los sitios de visita.	1. Presencia de ONG's en la ciudad de Puerto Ayora. 2. Presencia del PNG para el mejoramiento en los sitios de visita.
DEBILIDADES	AMENAZAS
1. No hay adecuada señalización en los atractivos turísticos (Cerro Puntudo – Media Luna, Finca el Trapiche) 2. Dificultad para acceder a estos sitios de visita por los senderos. 3. No hay centros interpretativos de los lugares	1. En época de lluvia por lo general el camino y señalética se destruye fácilmente (en especial porque son construidos en madera) 2. Existe insuficiente participación del Ministerios de Turismo, Municipio

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Silvana Vargas

f) Análisis FODA de la comercialización

Cuadro N.-35 Análisis FODA de la comercialización

Análisis FODA de la comercialización	
FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
1. Comercialización de los sitios de visita de las Islas Galápagos por agencias de	1. Asociatividad con otras agencias de viaje y operadoras en la parte

viaje y operadoras de turismo 2. Existe afluencia de turistas nacionales y extranjeros	continental y en la ciudad de Puerto Ayora 2. Tendencia mundial al turismo sostenible 3. Comercialización fuerte de los sitios de visita de la Isla Santa Cruz.
DEBILIDADES	AMENAZAS
1. Existencia de agencias privadas con un buen posicionamiento en el mercado extranjero y nacional 2. Carencia de paquetes turísticos con miras hacia el turismo de naturaleza y cultural	1. Las agencias privadas pueden captar más demanda por sus ofertas. 2. Bajo recurso económico para la promoción de los sitios de visita. 3. En la temporada fría (junio – enero) baja demanda, poca ganancia. 4. Cambios climáticos que no favorezcan al paquete ofertado. (buceo – visita a otras islas).

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Silvana Vargas

b. Formulación filosófica y estratégica de la operada turística y agencia de viaje

1) Misión

Ofrecer a los turistas nacionales e internacionales una alternativa especializada en la organización, comercialización y transportación, promoviendo el ecoturismo en las áreas naturales y culturales, con beneficios a la comunidad local y ofertando servicios que excedan las expectativas de nuestros clientes.

2) Visión

Consolidar a la empresa como líder e innovadora en el mercado con tecnología ambiental de punta y satisfacer los requerimientos y necesidades de los turistas.

3) Objetivo

Crece económicamente como empresa, lo que nos permita cumplir con los servicios ofrecidos y contribuir a la dinamización de la economía local mediante el desarrollo turístico de la zona.

4) Políticas

a) Servicio

- i. La atención es de calidad y por orden de llegada.
- ii. Organización y venta de viajes combinados, de acuerdo con lo establecido legalmente.
- iii. Arrendamiento de vehículos, avionetas, lanchas de cabotaje demás medios para la realización de los servicios turísticos.
- iv. No existirá exclusión por ningún cliente.
- v. Despacho de cambio de equipaje por cualquier medio de transporte en caso de equivocación por parte de la empresa.
- vi. Formalización de pólizas de seguro turístico de pérdida o deterioro del equipaje y otros que cubran los riesgos derivados del viaje.
- vii. Los reclamos y sugerencias de los clientes serán tomados para el mejoramiento de los servicios ofertados.
- viii. La empresa proveerá a sus clientes de información turística, difusión y venta material de propaganda.
- ix. Organización y venta de excursiones llamadas de 1 día ofrecidas por agencias de viajes o proyectadas a solicitud del usuario y que no incluyan todo los elementos de un viaje combinado.
- x. El lugar donde se dará el servicio siempre estará limpio.

b) Personal

- i. El horario de atención será de lunes a sábado de 8:00 a.m. a 18:00 p.m.
- ii. El personal a contratar deberá tener experiencia en el área requerida.
- iii. El personal deberá laborar por turnos (8:00 a.m. – 13:00 p.m.) y (3:00 p.m. – 18:00 p.m.).
- iv. El personal deberá estar debidamente uniformado.
- v. El personal nuevo recibirá capacitación en cuanto a calidad de servicio.
- vi. La remuneración del personal será cancelado en dos partes, es decir un sueldo quincenal (cada 15 días).
- vii. El personal deberá dar un trato con educación y cordialidad al cliente, en caso de recibir una mala atención el gerente deberá afrontar y solucionar el problema.
- viii. El ambiente de trabajo deberá ser de confianza, respeto y eficacia.

5) Valores

Los valores en los que se sustenta la empresa son el Respeto, Amabilidad, Sabiduría y Confianza. A más de éstos se apuntan los siguientes:

a) De trabajo

- i. Puntualidad
- ii. Honestidad
- iii. Solidaridad
- iv. Compromiso
- v. Lealtad
- vi. Cordialidad

b) De la persona

- i. Atender al cliente con respeto.
- ii. Ser creativo en las actividades encomendadas.

- iii. Dar soluciones a pequeños problemas que sean fáciles de resolver.
- iv. Ser respetuoso con el cliente y mantener una buena comunicación y relación a nivel interno.
- v. Cumplir con el horario establecido por la empresa.
- vi. Ser participativo en las actividades que realice la empresa.

2. Análisis del producto turístico

Cuadro N.- 36 Análisis del producto turístico

AREA TURÍSTICA	PRODUCTO PRINCIPAL	PRODUCTO AUXILIAR	PRODUCTO DE APOYO
Tortuga Bay	<ul style="list-style-type: none"> • Observación de iguanas marinas, lobos marinos, tortugas marinas • Observación de variedad de peces • Observación de aves • Disfrute de la playa 	Todo tipo de personas, guías naturalistas, equipo de snorkel, kayak, cámara acuática alimentación	Fotografiar el entorno natural, alquiler de kayaks
El Garrapatero	<ul style="list-style-type: none"> • Observación de flora endémica. • Observación de aves • Disfrute de la playa y la poza de flamingos 	Todo tipo de personas, guías naturalista, choferes, equipo de snorkel, equipo para acampar, cámara acuática, alimentación	Caminata por el bosque, fotografía el entorno natural, zona de camping y parrillada,
Estación Charles Darwin	<ul style="list-style-type: none"> • Observación de tortugas de las diferentes islas su 	Personal administrativo, guía naturalista,	Caminata por el sector, fotografía del entorno,

	<p>crianza.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Observación del Solitario George • Observación de las iguanas terrestres • Visita al centro Van Straelen donde conocerán la historia de la formación de las islas, el trabajo del PNG y la RMG 	binoculares, cámara fotográfica,	observación de fauna endémica
Las Grietas	<ul style="list-style-type: none"> • Observación de flora • Observación de aves • Observación de lagunas de sal • Disfrute del agua salobre encontrada en las grietas • Observación del bosque de cactus opuntia 	<p>Todo tipo de persona, guías naturalistas, equipo de snorkel, binoculares para observar aves en la laguna, cámara acuática alimentación</p>	<p>Caminata por el entorno hasta llegar a las grietas, fotografiar el atractivo principal y su medio, avistamiento de aves, peces.</p>
Los Gemelos	<ul style="list-style-type: none"> • Caminata por el bosque nativo de Scalecia • Observación de aves (pinzones de 	<p>Solo guías naturalistas, binoculares para observación de aves.</p>	<p>Caminata por el entorno paseando por el bosque nativo de Scalecia, fotografiar los</p>

	Darwin)		cráteres de formación geológica, avistamiento de aves
Playa La Estación	<ul style="list-style-type: none"> • Observación de diferentes peces • Observación de aves • Disfrute del paisaje 	Todo tipo de personas, guías naturalistas, equipo de snorkel, binoculares observación de aves, cámara acuática	Fotografiar el entorno natural, avistamiento de aves, peces.
Laguna Las Ninfas	<ul style="list-style-type: none"> • Disfrute de la laguna natural • Observación de peces • Observación de mangle 	Todo tipo de persona, equipo de snorkel,	Fotografiar el entorno natural, avistamiento de peces, fotografiar el mangle.
Playa los Alemanes	<ul style="list-style-type: none"> • Observación de peces, rayas, tiburones • Observación de aves • Disfrute del paisaje 	Todo tipo de persona, equipo de snorkel, cámara acuática para fotografiar peces, alimentación	Fotografiar el entorno natural, avistamiento de aves, peces
Rancho Primicias	<ul style="list-style-type: none"> • Observación de tortugas Galapagos en estado natural • Observación de aves (en especial pinzones) • Recorrido por 	Todo tipo de personas, guías naturalistas, binoculares observar aves, cámara fotográfica.	Fotografiar aves, tortugas, túneles, caminata por el entorno natural.

	túneles de lava		
Reserva de Tortugas El Chato	<ul style="list-style-type: none"> • Observación de tortugas Galapagos en estado natural, • Observación de aves • Recorrido por túneles de lava • Disfrute del paisaje • Observación del Cerro El Chato 	Todo tipo de personas, guías naturalistas, binoculares, cámara fotográfica	Caminata por el entorno natural, fotografiar aves, tortugas, túneles.
Túneles del Amor	<ul style="list-style-type: none"> • Observación de aves • Recorrido por túneles de lava • Disfrute del paisaje 	Todo tipo de personas, guías naturalistas, cámara fotográfica.	Caminata por el entorno, fotografiar aves, túneles.
Finca el Trapiche	<ul style="list-style-type: none"> • Observación de aves • Recorrido por cafetalera • Observación y deguste de café recién molido • Deguste de jugo de caña 	Todo tipo de personas, guías naturalistas, cámara fotográfica	Caminata por el entorno, fotografiar aves, observación del proceso del café y caña.

Fuente: Inventario MINTUR 2010

Elaborado por: Silvana Vargas

3. Planificación y diseño técnico.

a. Localización del proyecto

1) Macro localización

El presente proyecto se realizará en: País: Ecuador, Provincia: Galapagos, Cantón: Santa Cruz, Ciudad: Puerto Ayora.

2) Micro localización

La presentación de los servicios turísticos como hospedaje, alimentación, guianza y transporte se realizará en la ciudad de Puerto Ayora, se encuentra entre las coordenadas: latitud 00°45'00"S, longitud 90°19'00"W, temperatura promedio anual entre 18 – 25°C, una altitud de 864 m.s.n.m

b. Tamaño del proyecto

1) Número de clientes proyectado

Para el tamaño de la empresa se tomó como referencia la demanda objetiva, la cual se calculó con el 5% de la demanda insatisfecha, expectativa del proyecto turístico para iniciar con su funcionamiento. El mismo que se proyectó para los 5 años de la empresa, obteniendo proyecciones: anuales, mensuales, semanales y diarias.

Cuadro N.- 37 Número de clientes nacionales proyectados

AÑO	DIARIOS	SEMANAL	QUINCENAL	MENSUAL	ANUAL
2012	1	10	19	41	490
2013	1	11	20	42	509
2014	1	11	20	44	530
2015	2	11	21	46	551
2016	2	12	22	48	573

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Silvana Vargas

Cuadro N.- 38 Numero de clientes internacionales proyectados

AÑO	DIARIOS	SEMANAL	QUINCENAL	MENSUAL	ANUAL
2012	4	32	60	129	1552
2013	4	34	62	135	1615
2014	5	35	65	140	1679
2015	5	36	67	146	1746
2016	5	38	70	151	1816

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Silvana Vargas

Con estos resultados se tiene una idea general de cuantos clientes tendremos por día, tanto nacional como extranjero. Para el primer año de funcionamiento se tendrá preparado para 1 nacionales y 4 extranjeros que visitaran la agencia.

c. Diseño técnico arquitectónico

1) Requerimientos mínimos

El Ministerio de Turismo ha determinado las Normas Técnicas de las Actividades Turísticas de Alojamiento, Servicios de Alimentos y Bebidas y Agencias de Viajes en el Ecuador; con lo cual se define los requisitos técnicos para la clasificación y categorización de establecimientos turísticos.

A continuación se detalla los estándares mínimos para la apertura de una agencia de viajes y operadora turística.

Tabla N.-33 Requerimientos mínimos de una agencias de viajes y operadoras de turismo

AGENCIAS DE VIAJES Y OPERADARAS DE TURISMO	
RQUERIMIENTOS MINIMOS	
Ámbito General	
1	Presentación de la Licencia Anual de Funcionamiento (LUAF)
2	RUC.
3	Presentación de la última planilla de pago del IESS.
4	Manuales de funciones de los diferentes cargos determinados en la organización.
5	Presentación de la Patente Municipal
Ámbito Comercial	
1	Existe la presencia de marca ecuador en la folletería o en la página web.
2	Entregar un comprobante de venta legal con autorización vigente del SRI.
3	Las fotografías y la descripción física de la infraestructura ofertada a través del material promocional corresponden a la realidad de las prestaciones.
Ámbito de Servicio	
Seguridad	
1	Permiso de la Entidad de Bomberos, para el funcionamiento del local
Prestación del servicio	
1	Disponen de un sistema interno de atención de quejas y reclamos documentado.
2	Existen documentos o herramientas de registro de quejas actualizado.
3	Existe un análisis de las quejas o recomendaciones realizadas a la

	Agencia de Viajes, a través de un estudio estadístico o similar.
4	Tener el 10% de personal certificado en competencias laborales, mínimo una persona.
5	Demostrar la implementación de las directrices ambientales para empresas turísticas emitidas por el MINTUR. Identificar porcentajes de implementación y tiempo.
Ámbito infraestructura	
1	La oficina dispone de mobiliario, baño, teléfono, fax e internet.
2	La ubicación de la oficina es de fácil entendimiento y acceso
3	La operadora cuenta con personal bilingüe para atención al público.
4	La operadora tiene un programa de capacitación para sus empleados.
5	La operadora cuenta con un manual de operación
6	El equipo de ventas de la Agencia de Viajes Operadora conoce los productos que venden, mediante una inducción realizada por la empresa o el proveedor.
7	La nómina del personal en su hoja de vida posee título y experiencia en el área correspondiente
8	Los guías requeridos en los productos que ofrece la Operadora turística tienen dominio o conocimiento suficiente de alguno de los idiomas de donde provienen los grupos asignados.
9	La operadora y los guías cumplen con las normas vigentes de contratación para la prestación de dichos servicios.
10	El Jefe de Agencia cuenta con el siguiente perfil: Una persona responsable que sea profesional en el área de turismo o que tenga experiencia de al menos 6 años.

Fuente: Investigación secundaria

Elaborado por: Silvana Vargas

d. Diseño arquitectónico de las instalaciones

La fase del diseño arquitectónico indica la distribución de la oficina con todos sus componentes; elaborado con ayuda del programa AutoCad 2010 y con previo asesoramientos profesional

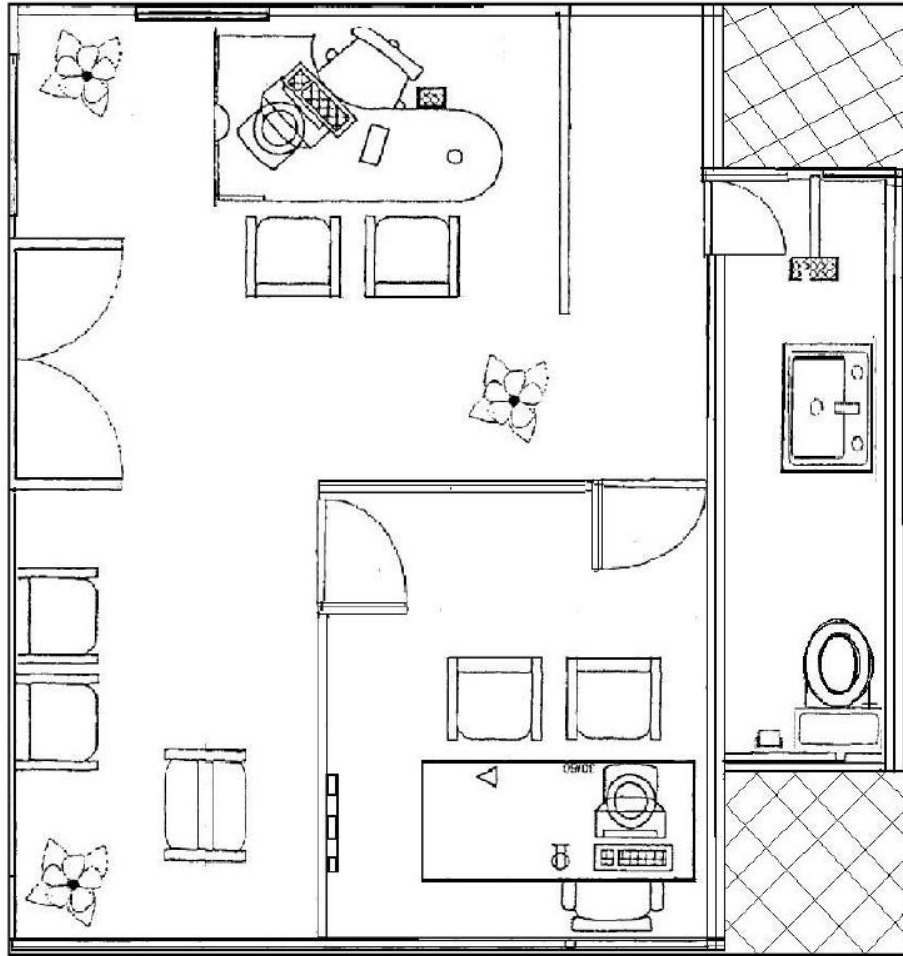


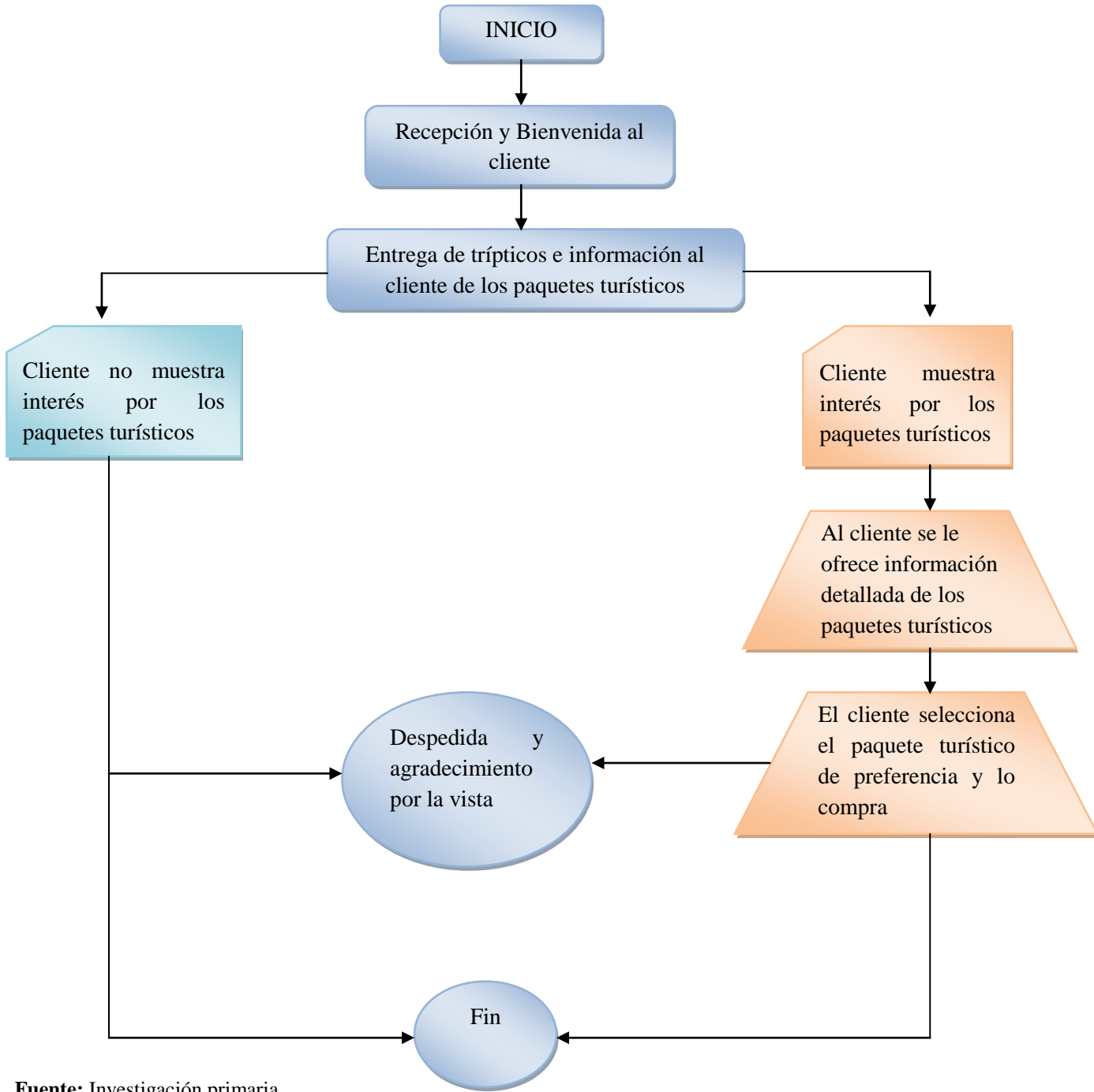
Grafico N.-33 Distribución espacial de las instalaciones de “Galantours”

f. Definición del proceso productivo

1) Flujograma del proceso productivo

A continuación se define de manera gráfica y ordenada los procesos productivos para los futuros clientes, siendo esto una panorámica general del proceso productivo, así tenemos:

Gráfico N.- 34 Flujograma del proceso productivo



Fuente: Investigación primaria

Elaborado por: Silvana Vargas

2) Servicios básicos

Cuadro N.- 39 Servicios básicos

RUBRO	UNIDAD	CANTIDAD MENSUAL	COSTO UNITARIO	COSTO MENSUAL USD	COSTO ANUAL USD
Energía Eléctrica	Kwh	600	0,15	90,00	1080,00
Agua	Litros	1200	0,07	84,00	1008,00
Teléfono	Minutos	180	0.06	10,80	129,60
Internet	Kb			75,00	900,00
TOTAL				259,00	3117,60

Fuente: Investigación primaria

Elaborado por: Silvana Vargas

4. Estudio de mercadotecnia o marketing (Área comercial)

a. Estrategia de posicionamiento

1) Identificación del Nicho de Mercado

Fundamentados en la investigación de mercado, se identificó que a los futuros clientes les gustaría caminatas por la naturaleza, es decir, paquetes turísticos enfocados al ecoturismo, complementando a esto irá el encanto natural que posee la Isla con sus diferentes actividades culturales y de aventura.

A partir del perfil del turista nacional y extranjero se identificaron los siguientes target (grupo objetivo):

a) Target Nacional

Turistas de las provincias de Pichincha (33%) y de Tungurahua (29%); entre 21 a 30 años de edad (36%) y entre 31 a 40 años (29%).

b) Target Internacional

Turistas de las regiones América del Norte (40%) y Europa (31%); entre 21 a 30 años de edad (32%) y entre 41 a 50 años (25%).

b. Marketing Mix**1) Producto****a) Valor diferencial**

El presente proyecto cuenta con características esenciales que marcan la diferencia como:

- i. Interrelación armónica entre la naturaleza y ser humano.
- ii. Responsabilidad social: generación de empleo en las parroquias de Bellavista, El Cascajo y Santa Rosa.
- iii. Responsabilidad ambiental: un adecuado plan de manejo para la recolección de basura en los sitios de visita
- iv. Convivencia con la gente de las parroquias y localidad.
- v. Observación del proceso cultural (historia de las primeras llegadas del hombre a las islas, asentamientos en las islas.)

b) Branding

i. Nombre

El nombre que se eligió para la agencia de viajes es “GALANTOURS”, el mismo que tiene el siguiente significado: “Recorre Galapagos”.

ii. Slogan

Se realiza el siguiente slogan: “Amplía tu horizonte, ven y conoce Galápagos al natural”; el cual indica el lugar y sus diferentes islas que se podrán encontrar durante la estadía de su viaje.

iii. Símbolo/ logotipo de la empresa

Los colores y el logotipo son diseñados pensando en nuestro mercado objetivo que son personas entre 21 años a 50 años de edad, y que en su maría son formales y prefieren la simplicidad combinada con la realidad.

Gráfico N.- 35 Logotipo de la empresa



Fuente: Investigación primaria

Elaborado por: Silvana Vargas

i) Componentes

Los componentes utilizados en el logotipo están constituidos por imágenes gráficas y textuales, la misma que representes lo siguiente:

- El componente es la tortuga gigante de Galápagos (*Geochelone elephantopus vandenburghi*), más conocida como el Solitario George por ser la única especie viva de la Isla Pinta después de la masacre otorgada por los piratas de ese entonces.
- El nombre de la empresa “GALANTOURS” que da la marca.

ii) Gama cromática de la empresa

Se utiliza colores ligados a la matizada natural, como son el agua y la tierra, elementos que trabaja la empresa puesto que es una interacción con la naturaleza

A continuación se detalla la gama cromática a utilizarse en la empresa, teniendo como base el color turquesa y café.

- **Azul:** seleccionado por representar el océano que rodea a las islas, envuelve en frescura y tranquiliza.
- **Verde,** seleccionado por representar la naturaleza, es un color cálido, que incita al cuidado y protección de las islas Galapagos .
- **Blanco:** representa la paz, la tranquilidad que se pretende brindar durante el recorrido de los tours escogidos.

iii) Identidad Corporativa

Se diseñó y definió elementos gráficos de papelería como: tarjetas de presentación, rótulo de la empresa. Su elaboración tuvo un costo de 90 USD por 1000 tarjetas full color.

El rótulo para la empresa tuvo un costo de 200 USD fabricados con material de la zona.

Gráfico N.- 36 Tarjeta de presentación



Fuente: Investigación primaria

Elaborado por: Silvana Vargas

Gráfico N.- 37 Rótulo



Fuente: Investigación primaria

Elaborado por: Silvana Vargas

2) Precio

a) Precio final de los productos

Se estableció los precios en relación a la competencia, al estudio de la demanda y al análisis de costos de manera que sea accesible en el mercado, cabe mencionar que los precios se renovaran de acuerdo a las condiciones de los proveedores.

i. Paquete 1

Duración: 5 días / 4 noches

Carácter: Historia, naturaleza, playa, gastronomía

Dificultad: Moderado

Idioma de guianza: Inglés/Español

“Galápagos magia natural”

ii. Descripción de la promoción

Día 1 Isla Baltra – Isla Santa Cruz.- Disfrute de un pequeño recorrido desde el Aeropuerto de Seymour ubicado en la Isla Baltra observando los restos de la base militar que hubo en la II Guerra Mundial, al llegar al final del camino se encontrará con una gabarra o barcaza la cual nos llevará por el Canal de Itabaca hacia la isla Santa Cruz, en este hermoso canal podrá disfrutar de peces, lobos marinos y sus hermosas aguas de color turquesa, el tiempo de demora es de 10 minutos como máximo.

Al otro nos encontramos con la Isla Santa Cruz la cual para llegar hasta la ciudad de Puerto Ayora tomaremos un taxi con una duración de 40’ o el bus público que tiene una duración de 1 hora aprox., en este viaje Ud. podrá disfrutar de las diferentes zonas que posee la isla como son la zona de transición, la zona seca y la zona costera que es al llegar a la ciudad de Puerto Ayora.

Es en esta ciudad donde se encuentra la mayor parte de la población de Galapagos, aquí podremos disfrutar del recorrido por la Estación Charles Darwin donde encontraremos al famoso Solitario George y a varias tortugas de las diferentes islas. Luego de este recorrido iremos a una pequeña playa que se encuentra dentro de las instalaciones de las oficinas del PNG, quien en donde podrán realizar snorkel para la observación de variedad de peces, al igual que fotografiar las aves que se presentan en el medio. Podrán encontrar iguanas marinas.

Al final del día tendrán un recorrido por el nuevo malecón de la ciudad en donde se podrán encontrar variedad de peces, aves marinas y en ocasiones lobos marinos en busca de su comida, al igual que tintoreras.

Día 2 Isla Bartolomé.- Este es uno de los mejores paisajes que cuenta el Archipiélago, en donde se podrá realizar un recorrido por un sendero de 795 metros a una cima de este cerro de aproximadamente 115 msnm. Aquí se podrá aprender de la geología de las islas en especial de esta que una de las más jóvenes.

Existen dos playas que son zona de visita y son unidas por un sendero. La playa que da al sur es bonita para caminar y observar rayas y tintoreras, pero se prohíbe nadar aquí. La playa norte es uno de los mejores sitios para realizar buceo de superficie, además, la mayor parte del año es manso y es un sitio ideal para nadar. En ocasiones se pueden ver pingüinos pescando.

Día 3 Tortuga Bay – Visita Parte Alta.- En el día visitaremos una hermosa playa de arena blanca, se puede llegar por medio de panga o caminando desde Puerto Ayora (2,5 km desde la Avenida Baltra hasta el final de la playa brava). El tiempo estimado de caminata es de 50 minutos. Antes de llegar existe una caseta de control donde se procederá a registrarse con el Guardaparque presente en dicho lugar.

Aquí podremos encontrar vegetación de la parte baja de la zona de transición, de la zona seca y de la zona costera. En el camino podremos encontrar árboles de cactus, al igual que lagartijas de lava. Al llegar a la playa podremos observar un mar con olas gigantes la cual se denomina la

playa brava es un sitio ideal para realizar surf, y caminando encontramos la playa mansa la cual es tranquila para poder tomar un baño.

En la tarde tendremos un contraste con la visita es la parte alta de isla donde podremos visualizar a las tortugas gigantes de Galápagos en su estado natural sumergidas en agua y barro. Luego seguimos con nuestro recorrido por los túneles de lava de las formaciones que hubo durante la formación de las islas este dura aproximadamente unos 15 minutos.

Seguimos recorriendo la parte alta y llegamos a la zona de Los Gemelos es el mejor sitio donde se encuentran en el bosque de Scalesia, y junto con ello la variedad de pinzones de Darwin que por lo general son bastante curiosos.

Estos cráteres hablando geológicamente, considerados como hoyos cratercitos y su formación no se debió directamente a acciones volcánicas. Fueron creados como resultado del colapso o hundimiento de materiales superficiales dentro de fisuras o cámaras subterráneas.

Día 4 Isla Isabela.- En este día tendremos el placer de conocer una parte de la isla más grande de todo el archipiélago, saldremos a las 07h00 en un bote en un viaje que dura aproximadamente 2 horas hasta llegar a la isla.

En ella realizaremos un tour de bahía donde podremos apreciar algunos pingüinos, lobos de mar, algunas tintoreras, mangles, aves, entre otras.

Se caminará por toda la extensa playa que posee esta hermosa isla dividida por varias rocas volcánicas en estado natural, aquí encontraremos la Playa del Amor, posee un acceso rocoso al mar, es un sitio muy utilizado por la comunidad de Isabela.

Se almorzará en un restaurante con comida típica de la zona

La Playita": Es un sendero que lleva a una playa pequeña que forma parte de la gran playa presente en Villamil. En el cementerio se puede observar varias tumbas antiguas, las mismas que han sido construidas con materiales peculiares, representa un recuento histórico de Isabela y sus primeros habitantes.

Día 5.- Retorno Isla Baltra. La despedida donde los pax acaban el disfrute y encanto natural que posee las islas.

iii. Recorrido del Paquete 1

Gráfico N.- 38 Galápagos magia natural



Fuente: Investigación primaria

Elaborado por: Silvana Vargas

iv. Itinerario

Cuadro N.- 40 Itinerario de Galápagos magia natural

HORA	LUGAR	ACTIVIDAD
	DÍA 1	
11H00	Isla Baltra	Arribo aeropuerto de Seymour
11H30	Isla Santa Cruz	Transfer puerto ayora (barcaza + bus publico)
12H30	Arribo ciudad Puerto Ayora	Instalación hotel
13H00	Restaurante Servisabroson	Almuerzo
14h00	Instalaciones del PNG	Visita centro de crianza Fausto Llerena y centro de interpretación de la estación científica

		Charles Darwin
16H00	Instalaciones del PNG	Visita playa de la estación
19H00	Restaurante Servisabroson	Cena
20H00	Puerto Ayora	Recorrido por el malecon de puerto ayora.
	DÍA 2	
06H00	Isla Bartolome	Donde se realizara una caminata hacia el mirador que existe en la parte alta de la isla, donde se podrá tener una excelente vista de su entorno, luego se podrá realizar snorkeling junto con los juguetones lobos marinos y observar la biodiversidad de vida marina existente en la isla.
19H00	Restaurante Servisabroson	Cena
	DÍA 3	
07H30	Hotel	Desayuno
08H00	Playa Tortuga Bay	Se podrá realizar natación observación de iguanas marinas. kayak playa mansa
13H00	Restaurante Servisabroson	Almuerzo
14H00	Parte Alta Isla Santa Cruz	Visita rancho primicias, primero realizaremos el cruce de túneles de lava y luego realizaremos un recorrido visitando a las tortugas gigantes en su estado natural. Visita cráteres los gemelos.
19H00	Restaurante Servisabroson	Cena
	DÍA 4	
07H00	Isla Isabela	Esta visita la haremos después de viajar 2 horas en una lancha rápida, aquí en la isla visitaremos el centro de crianza de Puerto Villamil, la poza de los flamings, disfrutaremos de sus extensas playas, realizaremos snorkel y podremos observar diferentes especies marinas como

		lobos, tiburones, observación de pingüinos
17H00	Puerto Ayora	Retorno
19H00	Restaurante Servisabrosón	Cena
	DÍA 5	
08H00	Hotel	Desayuno
08H30	Isla baltra	Llegada hacia el aeropuerto
10H00	Despedida	Aeropuerto

Fuente: Investigación primaria

Elaborado por: Silvana Vargas

- **Consideraciones generales**

- **Qué llevar**

- Documentos personales para el ingreso
- Camisetas
- Chompa ligera
- Pantalónetas
- Pantalones
- Zapatillas de baño
- Zapatos de caminata
- Terno de baño
- Bloqueador solar
- Repelente de insectos
- Gorra
- Mochila pequeña
- Pastillas para mareo
- Gafas para sol
- Cámara fotográfica

- **El paquete incluye:**

- Alojamiento Isla Santa Cruz (4 noches)
- Transporte Terrestre
- Tour a las Islas
- Alimentación
- Guianza (Guía naturalista)
- Equipo snorkel

- **El paquete no incluye:**

- Pasajes aéreos ida y vuelta
- Tarjeta de transito Ingala (compra personalmente el pasajero en el aeropuerto de GYE o UIO)
- Entrada al Parque Nacional Galapagos (cancelado personalmente por cada visitante al arribar a la isla baltra)

v. Estructura de Costos

Tabla N°34. Calculo de costos paquete #1

SERVICIO	Costo Total	RANGO DE PAX			
		8	6	4	2
COSTOS FIJOS					
Transporte (VAN/BARCAZA)	221,60	27,70	36,93	55,40	110,80
Guía	360,0	45	60	90	180
Total CF	581,60	72,70	96,93	145,40	290,80
COSTOS VARIABLES					
Alojamiento	100	100	100	100	100
Almuerzo	12	12	12	12	12
Cenas	28	28	28	28	28
Tour Isabela	90	90	90	90	90
Tour Bartolomé	140	140	140	140	140
Equipo Snorkeling	3	3	3	3	3
Kayak	15	15	15	15	15

Entrada Rancho Primicias	3	3	3	3	3
Total CV	391	391	391	391	391
COSTOS DIRECTOS	972,60	463,70	487,93	536,40	681,80
Gastos de Administración (10%)	97,26	46,37	48,79	53,64	68,18
Gastos de Ventas (10%)	97,26	46,37	48,79	53,64	68,18
Subtotal	194,52	92,74	97,59	107,28	136,36
COSTO TOTAL	1167,12	556,44	585,52	643,68	818,16
Utilidad (10%)	116,71	55,64	58,55	64,37	81,82
Precio Venta Final	1283,83	612,08	644,07	708,05	899,98

Fuente: Investigación primaria

Elaborado por: Silvana Vargas

vi. Paquete 2

Duración: 5 días / 4 noches

Carácter: Historia, naturaleza, playa, gastronomía, agroturismo

Dificultad: Moderado

Idioma de guianza: Inglés/Español

“Galapagos un sitio inolvidable”

vii. Descripción de la promoción

Día 1 Isla Baltra – Isla Santa Cruz.- Disfrute de un pequeño recorrido desde el Aeropuerto de Seymour ubicado en la Isla Baltra observando los restos de la base militar que hubo en la II Guerra Mundial, al llegar al final del camino se encontrará con una gabarra o barcaza la cual nos llevará por el Canal de Itabaca hacia la isla Santa Cruz, en este hermoso canal podrá disfrutar de peces, lobos marinos y sus hermosas aguas de color turquesa, el tiempo de demora es de 10 minutos como máximo.

Al otro nos encontramos con la Isla Santa Cruz la cual para llegar hasta la ciudad de Puerto Ayora tomaremos un taxi con una duración de 40' o el bus público que tiene una duración de 1 hora aprox., en este viaje Ud. podrá disfrutar de las diferentes zonas que posee la isla como son la zona de transición, la zona seca y la zona costera que es al llegar a la ciudad de Puerto Ayora.

Es en esta ciudad donde se encuentra la mayor parte de la población de Galapagos, aquí podremos disfrutar del recorrido por la Estación Charles Darwin donde encontraremos al famoso Solitario George y a varias tortugas de las diferentes islas. Luego de este recorrido iremos a una pequeña playa que se encuentra dentro de las instalaciones de las oficinas del PNG, quien en donde podrán realizar snorkel para la observación de variedad de peces, al igual que fotografiar las aves que se presentan en el medio. Podrán encontrar iguanas marinas.

Al final del día tendrán un recorrido por el nuevo malecón de la ciudad en donde se podrán encontrar variedad de peces, aves marinas y en ocasiones lobos marinos en busca de su comida, al igual que tintoreras.

Día 2 Isla Bartolomé.- Este es uno de los mejores paisajes que cuenta el Archipiélago, en donde se podrá realizar un recorrido por un sendero de 795 metros a una cima de este cerro de aproximadamente 115 msnm. Aquí se podrá aprender de la geología de las islas en especial de esta que una de las más jóvenes.

Existen dos playas que son zona de visita y son unidas por un sendero. La playa que da al sur es bonita para caminar y observar rayas y tintoreras, pero se prohíbe nadar aquí. La playa norte es uno de los mejores sitios para realizar buceo de superficie, además, la mayor parte del año es manso y es un sitio ideal para nadar. En ocasiones se pueden ver pingüinos pescando.

Día 3 Tour de Bahía – Visita Parte Alta.- saldremos desde el muelle de Puerto Ayora para visitar en forma panorámica la isla “La Lobería” llamada así debido a la gran colonia de lobos marinos que se ubicaron allí. En este lugar se podrá realizar snorkeling y jugar con con los amistosos lobos marinos, observar peces de colores y tortugas marinas, continuando con el recorrido nos dirigimos al “Canal del Amor” en el cual se podrá observar desde su mirador a los

tiburones de aleta blanca con la posibilidad también de nadar y hacer snorkel con ellos, posteriormente se navegará hasta el muelle de Punta Estrada donde se realizará una caminata para observar iguanas marinas en la llamada “Playa de los Perros”, luego visitaremos las grietas un lugar hermoso escondido donde se podrá nadar en una piscina natural en medio de dos grandes paredes de roca volcánica/ y o podemos entrar hasta la bahía de la famosa playa Tortuga Bay dependerá de la marea.

En la tarde tendremos un contraste con la visita es la parte alta de isla donde podremos recorrido por los túneles de lava de las formaciones que hubo durante la formación de las islas este dura aproximadamente unos 15 minutos.

Seguimos recorriendo la parte alta y llegamos a la finca el Trapiche es un buen sitio para degustar de un rico café galapagueño y un jugo de caña en el primer trapiche que hubo en las islas producto de la necesidad de la familia Cabrera para ampliar su fuente de trabajo, su finca se ha destacado por realizar agroturismo puesto que no solamente tiene cafetales sino también cultivan otros productos como la papa, el frejol, pimiento, tomate riñón, sandía, naranja entre otras. Adicional podemos encontrar una gran variedad de pinzones de Darwin que por lo general son bastante curiosos.

Día 4 Isla Floreana.- En este día tendremos el placer de conocer una parte de la primera isla en ser colonizada por ecuatorianos, saldremos a las 07h00 en un bote en un viaje que dura aproximadamente 2 horas hasta llegar a la isla.

Día 5.- Retorno Isla Baltra. La despedida donde los pax acaban el disfrute y encanto natural que posee las islas.

viii. Recorrido del Paquete 2

Gráfico N.- 39 Galápagos un sitio inolvidable



Fuente: Investigación primaria

Elaborado por: Silvana Vargas

ix. Itinerario

Cuadro N.- 41 Itinerario de Galapagos un sitio inolvidable

	LUGAR	ACTIVIDAD
HORA	DÍA 1	
11H00	Isla Baltra	Arribo aeropuerto de Seymour
11H30	Isla Santa Cruz	Transfer Puerto Ayora (cruce en barcaza + bus público)
12H30	Arribo ciudad Puerto Ayora	Instalación hotel
13H00	Rataurante Break Point	Almuerzo
14h00	Instalaciones del PNG	Visita Centro de Crianza Fausto Llerena y Centro de Interpretación de la Estación Científica Charles Darwin
16H00	Instalaciones del PNG	Visita Playa de la Estación

19H00	Restaurante Break Point	Cena
20H00	Puerto Ayora	Recorrido por el malecón de Puerto Ayora
	DÍA 2	
06H00	Isla Bartolomé	Se realizara una caminata hacia el mirador que existe en la parte alta de la isla, donde se podrá tener una excelente vista de su entorno, luego se podrá realizar snorkeling junto con los juguetones lobos marinos y observar la biodiversidad de vida marina existente en la isla.
17H30	Isla Santa Cruz	Retorno
19H00	Restaurante Break Point	Cena
	DÍA 3	
08H00	Hotel	Desayuno
09H00	Tour de Bahía Isla Santa Cruz	En una pequeña lancha visitaremos el islote la loberia donde realizaremos snorkel y nadaremos junto a una colonia de lobos marinos. Luego nos trasladaremos hacia el canal de los tiburones donde podemos observarlos mientras realizamos snorkel. Visitaremos la playa de los perros, en este sitio observaremos una colonia de iguanas marinas. Visita las grietas y/o playa Tortuga Bay
13H00	Restaurante Break Point	Almuerzo
13H30	Visita Túneles del Amor y Finca el Trapiche	Realizaremos el cruce de túneles de lava y luego nos trasladaremos a la finca el Trapiche para observar los procesos del café y degustar un delicioso jugo de caña,
17H30	Retorno Puerto Ayora	
19H00	Restaurante Break Point	Cena
	DÍA 4	

07H00	Isla Floreana	Se podrá disfrutar del paisaje de un pueblo en donde la tecnología no ha sido muy introducida con sus recursos naturales propios de la zona. Se realizara snorkel y avistamiento de aves.
19H00	Restaurante Break Point	Cena
	DÍA 5	
08H00	Hotel	Desayuno
08H30	Isla baltra	Llegada hacia el aeropuerto
10H00	Despedida	Aeropuerto

Fuente: Investigación primaria

Elaborado por: Silvana Vargas

- **Consideraciones generales**

- **Qué llevar**

- Documentos personales para el ingreso
- Camisetas
- Chompa ligera
- Pantalónetas
- Pantalones
- Zapatillas de baño
- Zapatos de caminata
- Terno de baño
- Bloqueador solar
- Repelente de insectos
- Gorra
- Mochila pequeña
- Pastillas para mareo
- Gafas para sol
- Cámara fotográfica

- **El paquete incluye:**

- Alojamiento Isla Santa Cruz (4 noches)
- Transporte Terrestre
- Tour a las Islas
- Alimentación
- Guianza (Guía naturalista)
- Equipo snorkel

- **El paquete no incluye:**

- Pasajes aéreos ida y vuelta
- Tarjeta de transito Ingala (compra personalmente el pasajero en el aeropuerto de GYE o UIO)
- Entrada al Parque Nacional Galapagos (cancelado personalmente por cada visitante al arribar a la isla baltra)

x. Estructura de Costos

Tabla N°35. Calculo de costos paquete #2

SERVICIO	Costo Total	RANGO DE PAX			
		8	6	4	2
COSTOS FIJOS					
Transporte (VAN/BARCAZA)	221,60	27,70	36,93	55,40	110,80
Guia	360,0	45	60	90	180
Total CF	581,60	72,70	96,93	145,40	290,80
COSTOS VARIABLES					
Alojamiento	100	100	100	100	100
Almuerzo	12	12	12	12	12
Cenas	28	28	28	28	28
Tour Floreana	80	80	80	80	80

Tour Bartolomé	140	140	140	140	140
Equipo Snorkeling	3	3	3	3	3
Tour de bahía	30	30	30	30	30
Entrada Túneles del Amor Sin Fin	4	4	4	4	4
Entrada Finca El Trapiche	3	3	3	3	3
Total CV	400	400	400	400	400
COSTOS DIRECTOS	981,60	472,70	496,93	545,40	690,80
Gastos de Administración (10%)	98,16	47,27	49,69	54,54	69,08
Gastos de Ventas (10%)	98,16	47,27	49,69	54,54	69,08
Subtotal	196,32	94,54	99,39	109,08	138,16
COSTO TOTAL	1177,92	567,24	596,32	654,48	828,96
Utilidad (10%)	117,79	56,72	59,63	65,45	82,90
Precio Venta Final	1295,71	623,96	655,95	719,93	911,86

Fuente: Investigación primaria

Elaborado por: Silvana Vargas

xi. Paquete 3

Duración: 4 días / 3 noches

Carácter: Naturaleza, playa, gastronomía,

Dificultad: Moderado

Idioma de guianza: Inglés/Español

“Galapagos bajo sus encantos marinos”

xii. Descripción de la promoción

Día 1 Isla Baltra – Isla Santa Cruz.- Disfrute de un pequeño recorrido desde el Aeropuerto de Seymour ubicado en la Isla Baltra observando los restos de la base militar que hubo en la II Guerra Mundial, al llegar al final del camino se encontrará con una gabarra o barcaza la cual nos llevará por el Canal de Itabaca hacia la isla Santa Cruz, en este hermoso canal podrá disfrutar de peces, lobos marinos y sus hermosas aguas de color turquesa, el tiempo de demora es de 10 minutos como máximo.

Al otro nos encontramos con la Isla Santa Cruz la cual para llegar hasta la ciudad de Puerto Ayora tomaremos un taxi con una duración de 40’ o el bus público que tiene una duración de 1 hora aprox., en este viaje Ud. podrá disfrutar de las diferentes zonas que posee la isla como son la zona de transición, la zona seca y la zona costera que es al llegar a la ciudad de Puerto Ayora.

Es en esta ciudad donde se encuentra la mayor parte de la población de Galapagos, aquí podremos disfrutar del recorrido por la Estación Charles Darwin donde encontraremos al famoso Solitario George y a varias tortugas de las diferentes islas. Luego de este recorrido iremos a una pequeña playa que se encuentra dentro de las instalaciones de las oficinas del PNG, quien en donde podrán realizar snorkel para la observación de variedad de peces, al igual que fotografiar las aves que se presentan en el medio. Podrán encontrar iguanas marinas.

Al final del día tendrán un recorrido por el nuevo malecón de la ciudad en donde se podrán encontrar variedad de peces, aves marinas y en ocasiones lobos marinos en busca de su comida, al igual que tintorerías.

Día 2 Buceo Isla San Cristóbal.- El islote León Dormido está situado al oeste de San Cristóbal. Es el resto de un cono volcánico antiguo. Sus aguas son las preferidas para la natación submarina y el buceo de oxígeno, que consiguen llegar hasta los 100 metros de profundidad en sus inmersiones. Consta de dos paredes verticales con un canal en el centro que ofrece un paraíso de

especies de peces, como barracudas, pez arco iris, muchos tiburones como: tiburón martillo, tiburón de arrecife de aleta blanca y tiburones de Galápagos. Otras criaturas marinas que se encuentran son tortugas, rayas y leones marinos. Se pueden observar fragatas reales de pecho rojo, piqueros de patas azules posando en pequeñas cuevas, pelicanos, entre otras.

Día 3 Tortuga Bay – Visita Parte Alta.- En el día visitaremos una hermosa playa de arena blanca, se puede llegar por medio de panga o caminando desde Puerto Ayora (2,5 km desde la Avenida Baltra hasta el final de la playa brava). El tiempo estimado de caminata es de 50 minutos. Antes de llegar existe una caseta

Aquí podremos encontrar vegetación de la parte baja de la zona de transición, de la zona seca y de la zona costera. En el camino podremos encontrar árboles de cactus, al igual que lagartijas de lava. Al llegar a la playa podremos observar un mar con olas gigantes la cual se denomina la playa brava es un sitio ideal para realizar surf, y caminando encontramos la playa mansa la cual es tranquila para poder tomar un baño.

En la tarde tendremos un contraste con la visita de control donde se procederá a registrarse con el Guardaparque presente en dicho lugar.

es la parte alta de isla donde podremos visualizar a las tortugas gigantes de Galápagos en su estado natural sumergidas en agua y barro. Luego seguimos con nuestro recorrido por los túneles de lava de las formaciones que hubo durante la formación de las islas este dura aproximadamente unos 15 minutos.

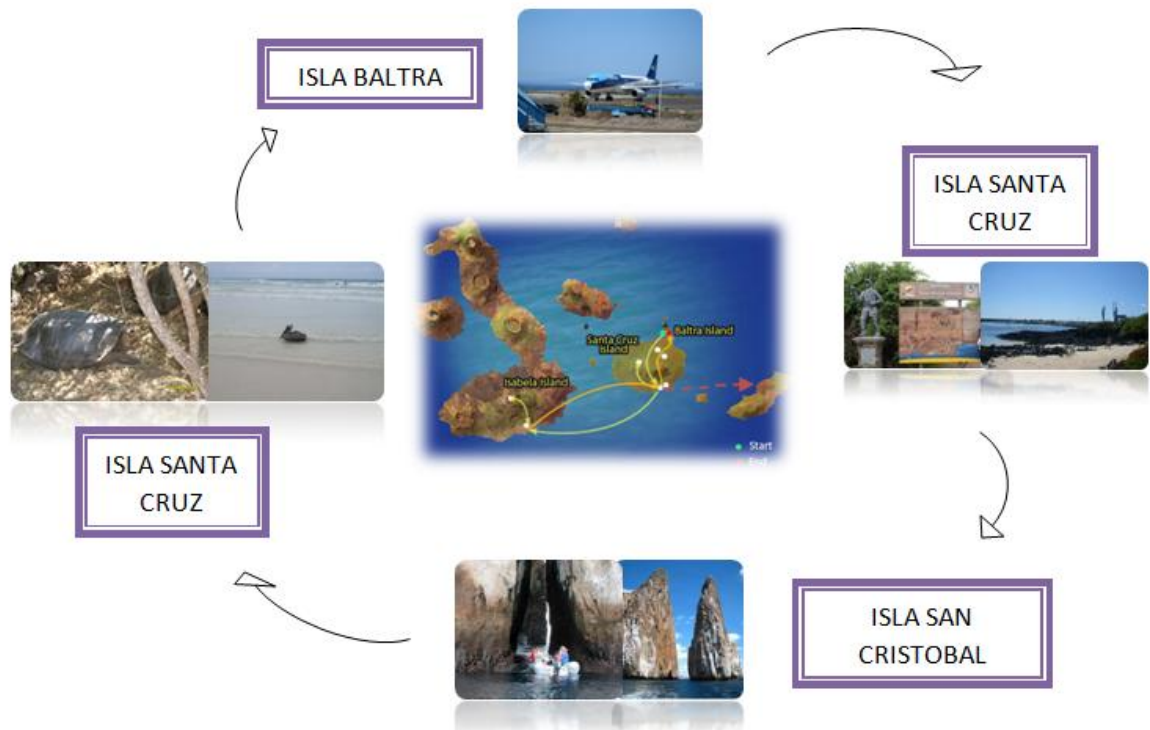
Seguimos recorriendo la parte alta y llegamos a la zona de Los Gemelos es el mejor sitio donde se encuentran en el bosque de Scalesia, y junto con ello la variedad de pinzones de Darwin que por lo general son bastante curiosos.

Estos cráteres hablando geológicamente, considerados como hoyos cratercitos y su formación no se debió directamente a acciones volcánicas. Fueron creados como resultado del colapso o hundimiento de materiales superficiales dentro de fisuras o cámaras subterráneas.

Día 4.- Retorno Isla Baltra. La despedida donde los pax acaban el disfrute y encanto natural que posee las islas.

xiii. Recorrido Paquete 3

Grafico N.- 40 Galápagos bajo sus encantos marinos



Fuente: Investigación primaria

Elaborado por: Silvana Vargas

xiv. Itinerario

Cuadro N.- 42 Itinerario de Galapagos bajo sus encantos marinos

	LUGAR	ACTIVIDAD
HORA	DÍA 1	
11H00	Isla Baltra	Arribo aeropuerto de Seymour
11H30	Isla Santa Cruz	Transfer Puerto Ayora (cruce en barcaza + bus público)
12H30	Arribo ciudad Puerto Ayora	Instalación hotel
13H00	Restaurante Break Point	Almuerzo

14h00	Instalaciones del PNG	Visita Centro de Crianza Fausto Llerena y Centro de Interpretación de la Estación Científica Charles Darwin
16H00	Instalaciones del PNG	Visita Playa de la Estación
19H00	Restaurante Break Point	Cena
20H00	Puerto Ayora	Recorrido por el malecón de Puerto Ayora
	DÍA 2	
07H10	Isla San Cristóbal	El islote León Dormido está situado al oeste de San Cristóbal. Este sitio ofrece un paraíso de especies de peces, como barracudas, pez arco iris, pulpos y muchos tiburones como: tiburón martillo, tiburón de arrecife de aleta blanca y tiburones de Galápagos. Otras criaturas marinas que se encuentran son tortugas, rayas y leones marinos.
17H30	Isla Santa Cruz	Retorno
19H00	Restaurante Break Point	Cena
	DÍA 3	
08H00	Hotel	Desayuno
08H00	Playa Tortuga Bay	Se podrá realizar natación observación de iguanas marinas, tortugas marinas, cambio de bosque de cactus al bosque de para encontrar la playa mansa
13H00	Restaurante Break Point	Almuerzo
14H00	Parte Alta Isla Santa Cruz	Visita rancho primicias, primero realizaremos el cruce de túneles de lava y luego realizaremos un recorrido visitando a las tortugas gigantes en su estado natural. Visita cráteres los gemelos.
19H00	Restaurante Break Point	Cena

	DÍA 4	
08H00	Hotel	Desayuno
08H30	Isla baltra	Llegada hacia el aeropuerto
10H00	Despedida	Aeropuerto

Fuente: Investigación primaria

Elaborado por: Silvana Vargas

- **Consideraciones generales**

- **Qué llevar**

- Documentos personales para el ingreso
- Camisetas
- Chompa ligera
- Pantalinetas
- Pantalones
- Zapatillas de baño
- Zapatos de caminata
- Terno de baño
- Bloqueador solar
- Repelente de insectos
- Gorra
- Mochila pequeña
- Pastillas para mareo
- Gafas para sol
- Cámara fotográfica

- **El paquete incluye:**

- Alojamiento Isla Santa Cruz (3 noches)
- Transporte Terrestre
- Tour a las Islas
- Equipo de Buceo
- Alimentación

- Guianza (Guía naturalista)
- Equipo snorkel
-

• **El paquete no incluye:**

- Pasajes aéreos ida y vuelta
- Tarjeta de transito Ingala (compra personalmente el pasajero en el aeropuerto de GYE o UIO)
- Entrada al Parque Nacional Galapagos (cancelado personalmente por cada visitante al arribar a la isla baltra)
-

xv. Estructura de Costos

Tabla N°36. Calculo de costos paquete #3

SERVICIO	Costo Total	RANGO DE PAX			
		8	6	4	2
COSTOS FIJOS					
Transporte (VAN/BARCAZA)	221,60	27,70	36,93	55,40	110,80
Guía	360,0	45	60	90	180
Total CF	581,60	72,70	96,93	145,40	290,80
COSTOS VARIABLES					
Alojamiento	75	75	75	75	75
Almuerzo	12	12	12	12	12
Cenas	21	21	21	21	21
Tour León Dormido Buceo	220	220	220	220	220
Equipo Snorkeling	3	3	3	3	3
Kayak	15	15	15	15	15
Entrada Rancho Primicias	3	3	3	3	3
Total CV	349	349	349	349	349

COSTOS DIRECTOS	930,60	421,70	445,93	494,40	639,80
Gastos de Administración (10%)	93,06	42,17	44,59	49,44	63,98
Gastos de Ventas (10%)	93,06	42,17	44,59	49,44	63,98
Subtotal	186,12	84,34	89,19	98,88	127,96
COSTO TOTAL	1116,72	506,04	535,12	593,28	767,76
Utilidad (10%)	111,67	50,60	53,51	59,33	76,78
Precio Venta Final	1228,39	556,64	588,63	652,61	844,54

Fuente: Investigación primaria

Elaborado por: Silvana Vargas

b) Proveedores

Es importante mencionar que el Parque Nacional Galápagos autorizó a dos miembros de la población que sean los proveedores de los kayaks para las playas de Tortuga Bay y Garrapatero: Sandro García (Tortuga Bay) y Carlos Guamán (Garrapatero) quienes están autorizados a tener en las playas 10 kayaks cada uno, distribuidos de la siguiente manera: 9 dobles y 1 personal para el guía.

Lo único que se puede proveer es el equipo de snorkel que eso pueden tener todas las agencias para su beneficio.

c) Políticas de cobro y formas de pago

La empresa “Galantours” definió de la siguiente manera sus políticas de cobro y formas de pago:

- i. Contado al 100%, deberá ser pagado de inmediato, esto es cuando los consumidores optan por el paquete ese mismo día en forma personal.
- ii. Arreglo del 50% (contado) para reservación y el 50% (contado) para confirmación de espacios, esto se hace cuando lo realizan vía telefónica o internet.

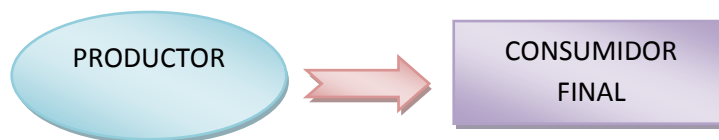
- iii. Como formas de pago la empresa aceptará en efectivo, tarjetas de crédito preferentemente: Visa, Mastercard y American Express; si no tiene tarjeta de crédito puede enviar una transferencia electrónica a nuestros bancos Pichincha o Pacífico.

3) Plaza

Se determinaron dos canales de distribución y comercialización para la prestación de los servicios turísticos en el mercado:

- a) **Canal directo, forma directa:** Será de productor a consumidor final, puesto que los subproductos del paquete se venderán directamente al cliente. El precio del producto será directo al consumidor final incluido el IVA.

Gráfico N.- 41 Canal directo de distribución



Fuente: Investigación secundaria

Elaborado por: Silvana Vargas

- b) **Canal detallista, forma indirecta:** A través de intermediarios con quienes se establecerán alianzas estratégicas orientadas a maximizar las ventas entre dos o más agencias y operadoras de turismo, con las cuales también se establecerá un convenio para definir las políticas de venta, comisiones, entre otros aspectos del negocio.

Gráfico N.- 42 Canal detallista de distribución



Fuente: Investigación secundaria

Elaborado por: Silvana Vargas

c) Plan de comercialización

Con la finalidad de captar una cuota de mercado representativa para lograr un equilibrio financiero con la empresa

Cuadro N.- 43: Plan de comercialización para la empresa

POSICIONAMIENTO E IMAGEN	MEDIOS PUBLICITARIOS	OBJETIVO	POLITICA DE FUNCIONAMIENTO	TARGET
Presentaciones Públicas	Participación en Ferias y eventos de turismo a nivel nacional (FITE, BITE, entre otros)	Conseguir el posicionamiento y fortalecimiento de la imagen de la empresa a grandes masas y a costos accesibles	<ul style="list-style-type: none"> - Integrar y facilitar los intercambios comerciales por su capacidad de concentrar grandes masas de personas en un momento y lugar dado. - Alquilar de Stands para la información de los servicios y beneficios que oferta la empresa 	Ciudades anfitrionas de las ferias de turismo, población de la ciudad de Quito, Guayaquil, Cuenca, Loja, Santo Domingo.
Publicidad	Presencia permanente en medios y papelería	Promover la compra del producto	<ul style="list-style-type: none"> - Diseño a medida, páginas informativas, contacto de la empresa. Monitoreo de visitas a través de Google Analytics, Link: www.galantours.com.ec; e-mail: galantours@hotmail.com - Trípticos, papelería de escritorio. 	Turistas que ingresan a la isla Baltra y a la isla Santa Cruz vía aérea y en fibras de cabotaje. Exhibición permanente en sitios estratégicos y en empresas que tenemos

				alianzas.
Reuniones Estratégicas	Con personajes activos e involucrados en el ecoturismo (ministerio de Turismo, Municipio, Cámara de Turismo)	Crear relaciones públicas que contribuyan al desarrollo ecoturísticos de la población	- Establecer y participar en reuniones estratégicas las cuales pueden ser de dos tipos informales (establecer el nexos) y formales (pedir ayuda concreta).	Personas, organizaciones, instituciones, fundaciones de influencia en el ámbito turístico y ambiental.

4) Promoción

a) Publicidad

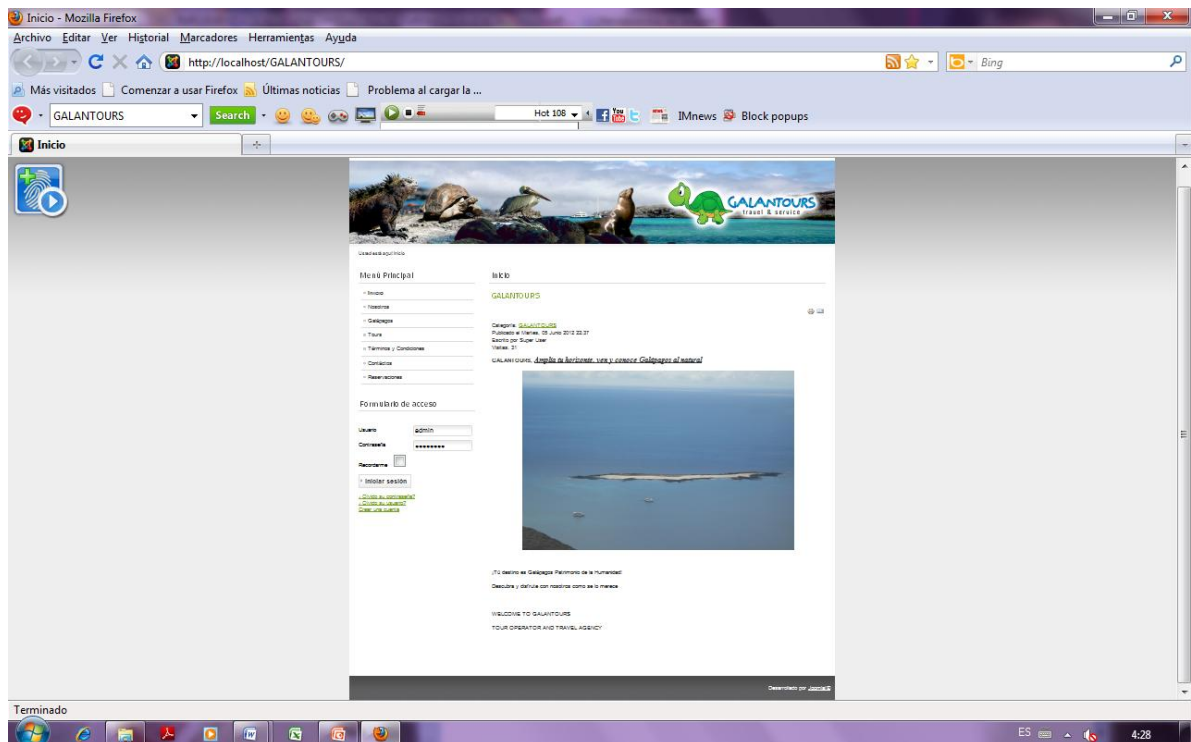
Los medios de información utilizados para la publicidad del producto son aquellos seleccionados y preferidos por los turistas nacionales y extranjeros de acuerdo a las encuestas y estos son: Internet (pagina web Google), Agencias y operadoras de turismo mayoritarias y revistas

i. Pagina Web

Para una mayor difusión tanto nacional como internacional de la agencia de viajes se crea la pagina web, en la misma contendrá información de las islas Galapagos, atractivos naturales y culturales de la zona, los paquetes turísticos, precios e itinerarios.

Su diseño tuvo un costo de 350 USD, y para la activación por un año y dominio de la página fue de 500 USD.

Gráfico N.- 43 Diseño de la página web



Fuente: Información secundaria

Elaborado por: Silvana Vargas

b) Políticas de viaje

i. Cambios y cancelaciones

- **Cancelaciones:** Todas las actividades o transportación pueden ser cancelados con 24 horas de anticipación. Todos los servicios de transportación o tours cancelados por los clientes generan un 10% de cargo administrativo.

La “No Asistencia” o falta de cancelación de un servicio resultara el 100% de cargo por el servicio, lo que significa que no habrá reembolso.

Todas las cancelaciones deben ser hechas por la persona que hizo la reservación. No aceptamos llamadas de otro proveedor de servicios o alguna otra persona. Esto es para protección de que alguna persona falsa desee cancelar sus excursiones o actividades.

En el caso de que la excursión sea cancelado por el tour operador, por alguna razón ajena a nosotros y el cliente no esté disponible para re programarlo, procederemos a hacer un reembolso inmediato (esto puede tardar hasta 7 días por cuestiones financieras ajenas a nosotros) del 100% a su tarjeta de crédito, si usted pago en efectivo y vive en otro lado procederemos a hacerle un deposito inmediato.

- **Cambios:** Se puede cambiar cualquier excursión o actividad 24 horas antes del inicio de la actividad, todos los cambios pueden ser hechos sin ninguna penalización

Las Notificaciones de cancelaciones y cambios deben ser hechos a través de nuestras oficinas, 24 horas antes del inicio de la actividad vía.

ii. Responsabilidades

La empresa declaran que todos los boletos, y cupones expedidos y todos los arreglos hechos para servicios de transportación, excursiones y hospedaje, han sido hechos sobre la expresa condición de que no será responsable de alguna lesión, accidente, daño, pérdida, retraso o irregularidad que pueda ocurrir ya sea por alguna razón o deficiencia de algún los medios de transporte o por un

acto de incumplimiento de alguna compañía o persona comprometida en transportar pasajeros o cumplir los arreglos de los servicios acordados.

O de lo contrario en conexión con algún propietario de hotel o empleado de la empresa y sus agentes no aceptará alguna responsabilidad por pérdida o gastos accidentales debido a retrasos o cambio de horarios, incumplimientos o sobreventas de los hoteles, enfermedades, huelgas, guerras, cuarentenas, condiciones del clima u otras causas.

Todas las maletas y pequeños artículos son responsabilidad de los dueños durante toda su estancia en el hotel o durante los tours. Todos los pasajeros son responsables de reconfirmar sus vuelos.

c) Políticas de promoción

- i. Para grupos de más de 15 personas obtienen una gratuidad.
- ii. Para personas que viajan con niños menores a 5 años de edad obtienen el 50% de descuento..
- iii. Se debe considerar promociones por fechas especiales como feriados, fines de semana, entre otros.
- iv. Para personas discapacitadas tendrán un 50% en el paquete escogido.

c. Equipamiento necesario, costos y gastos del área comercial

1) Equipamiento necesario para el área comercial: Se tomara en cuenta el siguiente mobiliario

Cuadro N.- 44 Equipamiento necesario para la oficina.

ITEM	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Equipos de oficina			1410,00
Teléfono	1	60,00	60,00
Fax	1	150,00	150,00
Calculadora/Sumadora	1	30,00	30,00
Televisor 21" Samsung LED	1	420,00	420,00
Aire acondicionado LG	1	750,00	750,00

Equipos de computación			1470,00
Computadora	2	700,00	1400,00
Impresora/Copiadora	1	70,00	70,00
Muebles y enseres			910,00
Escritorio	2	200,00	400,00
Silla giratoria	2	60,00	120,00
Sillas	6	25,00	150,00
Mesa de centro	1	30,00	30,00
Archivador	1	60,00	60,00
Decoraciones	1	50,00	50,00
Útiles de oficinas	1	100,00	100,00
TOTAL			3790,00

Fuente: Información secundaria

Elaborado por: Silvana Vargas

Cuadro N.- 45 Equipamiento necesario para aseo y limpieza.

ITEM	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Menaje			42,00
Toallas de mano	6	2,00	12,00
Juego para baño	2	15,00	30,00
Útiles de Aseo			102,00
Set desinfectantes biodegradables	1	60,00	60,00
Escoba	1	4,00	4,00
Basurero para baño	1	4,00	4,00
Basurero para reciclaje azul	1	8,00	8,00
Basurero para reciclaje negro	1	8,00	8,00
Basurero para reciclaje	1	8,00	8,00

verde			
Trapeador	1	4,00	4,00
Jabón líquido para manos	1	6,00	6,00
		TOTAL	144,00

Fuente: Información primaria

Elaborado por: Silvana Vargas

2) Gastos del área comercial

Cuadro N.- 46 Gastos del área comercial

DETALLE	CARACTERISTICAS	COSTO TOTAL USD
Tarjeta de presentación	Full color, 1000 unidades	90
Rotulo de la empresa	Full color, madera local rotulo de 50*100cm	200
Tríptico	Full color, papel couche de 150 gramos con UV	500
Pagina Web	Publicación por un año, pagina principal. 5 links, tamaño de 50MB	500
Ferias	Talento humano	1300
TOTAL		2590

Fuente: Información primaria

Elaborado por: Silvana Vargas

d. Talento humano y remuneración económica para el área comercial

En el siguiente cuadro se indica los salarios a cancelar del personal del área de administración y guianza que se necesita, el costo mensual y anual que se cancelará a cada uno de ellos para atender a la demanda insatisfecha del mercado objetivo. En el manual de funciones del talento humano a ser contratado.

Cuadro N.- 47 Talento humano y remuneración económica del área comercial

CARGO	N.-	SALARIO MENSUAL	SALARIO ANAUL	DECIMO CUARTO	BENEFICIOS DE LEY			
		Ley de Galápagos 75%		1 sbu	FONDO RESERVA	APORTE IESS	REMUNERACIÓN ANUAL TOTAL	
Gerente/ Administrador	1	875,00	10500,00	875,00	981,75	1170,75	13.527,50	
Secretaria /Contador/a	1	514,06	6180,72	514,06	577,90	689,15	7.961,83	
Guía	1	512,68	6152,16	512,68	575,23	685,97	7.926,04	
							TOTAL	29.415,37

Fuente: Información secundaria, Ministerio de Relaciones Laborales e IESS

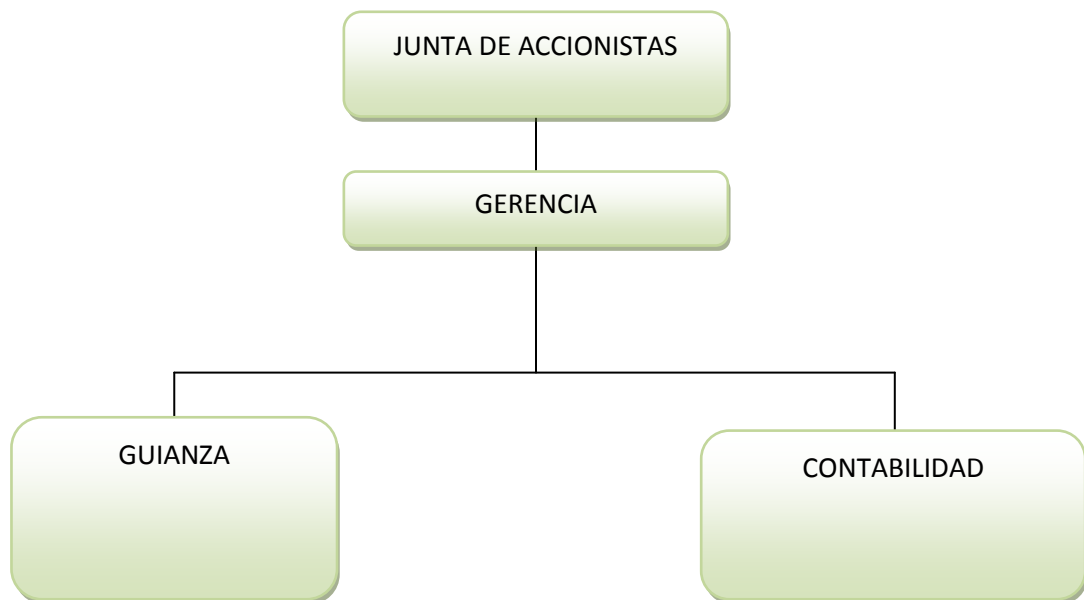
Elaborador por: Silvana Vargas

D. ESTUDIO ADMINISTRATIVO Y LEGAL

1. Estudio administrativo

a. **Estructura organizacional de la empresa:** en base a la estructura organizativa se estableció el siguiente organigrama que deberán coordinar entre sí las actividades para el buen desarrollo de la empresa.

Gráfico N.- 42 Organigrama organizacional de la agencia

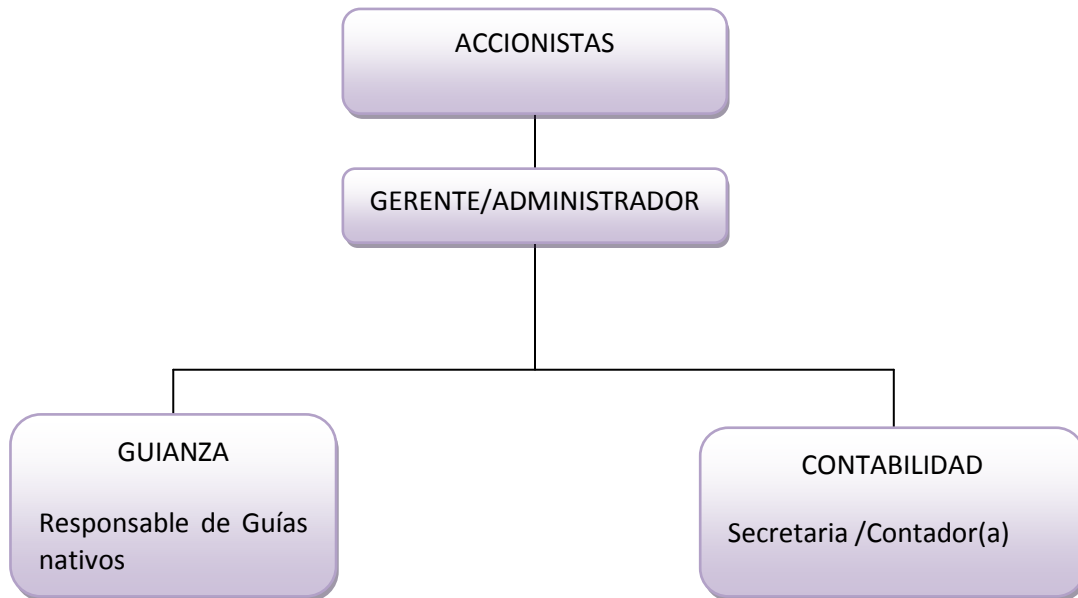


Fuente: Información secundaria

Elaborado por: Silvana Vargas

b. Estructura funcional de la empresa: en base a la estructura organizativa de la empresa se estableció el siguiente personal necesario que se deberá contratar para el desarrollo de la actividad de la agencia.

Gráfico N.- 43 Organigrama funcional de la agencia



Fuente: Información secundaria

Elaborado por: Silvana Vargas

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

1) Área directiva

En el área directiva se encuentra la junta de accionistas que está constituida por cuatro personas quienes decidieron aportar unánimemente a la creación y constitución de la agencia. La misma que es el órgano de máxima decisión de la agencia, para la gestión de turismo es necesario establecer el Manual de funciones para la asamblea y es el siguiente:

i. Nombre del cargo: Junta de Accionistas

ii. Naturaleza del trabajo: Administrar la actividad turística comunitaria y suscribir las actas de la junta y los certificados de aportaciones ejecución de labores de dirección técnico-administrativas, programación, ejecución y control de actividades financieras, técnicas y legales de la gestión de la agencia.

iii. Funciones del cargo

- ✓ Ejercer la representación legal, judicial y extrajudicial de la gestión de la agencia
- ✓ Apoyar y participar en actividades turísticas
- ✓ Impulsar el desarrollo turístico comunitario, mediante la dinamización económica local y la promoción directa de los atractivos turísticos
- ✓ Convocar a reuniones generales para comunicar a los miembros las actividades a desarrollar para la agencia
- ✓ Cuidar la higiene personal y vestimenta
- ✓ Llevar a conocimiento de la Junta General de Accionistas los asuntos que deban ser conocidos y resueltos por ella.

iv. Características de la clase

- ✓ Responsabilidad en la conducción de la empresa y el cumplimiento de políticas, objetivas y metas trazadas.
- ✓ Responsabilidad en la toma de decisiones administrativas y económicas
- ✓ Responsabilidad en el manejo de los fondos y bienes de la gestión de la agencia en cuanto a promoción
- ✓ Buen trabajo en equipo
- ✓ Compañerismo
- ✓ Honradez
- ✓ Respetuoso de la raza, religión, pensamiento entre otros aspectos de los compañeros de trabajo y de los turistas

v. Requisitos: Ser socio de la agencia, Ing. en Ecoturismo, Administración turística y hotelería

vi. Dependencia: Jerárquicamente son la máxima autoridad sin embargo rendirán cuentas a todos los representantes de cada área de la agencia, en caso de anomalías en la administración económica se realizaran cambios en la directiva

1) Área de administración

Para el área administrativa se estableció su respectivo manual de funciones y es el siguiente:

i. Nombre del Cargo: Gerente/Administrador

ii. Naturaleza del trabajo: Ejecución de labores de control y coordinación entre cada uno de los departamentos, tendrán la representación legal y extrajudicial de la agencia

iii. Funciones del cargo

- ✓ Conocimiento del mercado turístico
- ✓ Conocimiento de la LOREG y demás leyes que se necesitan para el mantenimiento de la agencia dentro de las Islas.
- ✓ Elección del personal calificado y conducción del mismo
- ✓ Delegación de funciones a las personas capacitadas para realizarlas
- ✓ Establecimiento de las pautas de actuación para cada área operativa
- ✓ Planificación del trabajo y elección de los procedimientos a seguir
- ✓ Control de todas y cada una de las áreas en que se divide el establecimiento
- ✓ Control y coordinación de la comunicación interna de la empresa
- ✓ Motivación del personal a su cargo
- ✓ Establecimiento de políticas de incentivos
- ✓ Aportación de nuevas ideas y soluciones a problemas de la agencia
- ✓ Control de horarios, licencias y vacaciones
- ✓ Establecimiento de políticas empresariales

- ✓ Fijación de sanciones para el personal
- ✓ Establecimiento de descuentos especiales,
- ✓ Relaciones públicas
- ✓ Publicidad de los atractivos turísticos de la comunidad
- ✓ Presentar informes periódicos sobre la prestación de servicios turísticos
- ✓ Elaborar cotizaciones de tours
- ✓ Cuidar su higiene personal y vestimenta

iv. Características de la clase

- ✓ Responsabilidad en la conducción de cada uno de los departamentos de la compañía
- ✓ Responsabilidad en cada una de las tareas designadas por la Junta de Accionistas
- ✓ Compañerismo
- ✓ Buen trabajo en equipo
- ✓ Compañerismo
- ✓ Honradez
- ✓ Respetuoso de la raza, religión, pensamiento entre otros aspectos de los compañeros de trabajo y de los turistas

v. Requisitos:

- ✓ Ing. en Administración turística y Hotelera o Ing. en Ecoturismo.
- ✓ Dominio del inglés hablado y escrito
- ✓ Conocimiento de la Ley Orgánica del Régimen Especial de Galápagos LOREG y las leyes del Parque Nacional Galápagos (PNG)

vi. Dependencia: Jerárquicamente depende de la asamblea de accionistas.

vii. Remuneración mensual: 1200 dólares

2) Área de contabilidad

Para alcanzar los objetivos propuestos en la gestión de turismo se determino el siguiente manual de funciones para el área de contabilidad:

i. Nombre del cargo: Secretaria/ Contador/a

ii. Naturaleza del trabajo: Realizar labores de mecanografiado, archivo, atención al cliente y llevar el control financiero

iii. Funciones del cargo

- ✓ Control del inventario de las distintas áreas
- ✓ Control de compras y adquisición
- ✓ Revisión de facturación de adquisiciones
- ✓ Llevar un proceso contable: Plan de cuentas, Estado de situación inicial, Diario general, Mayorización, Balance de comprobación, Estados financieros, Análisis financiero, (libro de caja, libro bancos, conciliaciones bancarias)+
- ✓ Liquidaciones de impuestos (SRI) y tasas
- ✓ Control de hoja de cierre y caja chica de cada área
- ✓ Revisa y analiza los presupuestos de las actividades turísticas
- ✓ Maneja transacciones de dinero en efectivo, cheques y tarjetas de crédito en pago por la prestación de los servicios turísticos
- ✓ Realiza pagos de los servicios básicos
- ✓ Elaboración de liquidación de caja diaria.
- ✓ Elaboración de oficios, solicitudes, cartas y demás documentos requeridos por los componentes administrativos
- ✓ Desempeñará otras funciones si el caso lo amerita y lo designa el administrador.
- ✓ Arqueo mensual a cada área
- ✓ Archivar la documentación
- ✓ Conocimientos de Microsoft Office y programas contables
- ✓ Cuidar su higiene personal y vestimenta

iv. Características de la clase

- ✓ Garantizar la custodia de documentos, archivos y el manejo correcto de la contabilidad
- ✓ Buen trabajo en equipo
- ✓ Compañerismo
- ✓ Honradez

v. Requisitos: Lic. en contabilidad o secretariado gerencial

vi. Dependencia: Jerárquicamente depende del administrador

vii. Remuneración mensual: 550 dólares

4) Área de guianza

La información de los atractivos turísticos será proporcionada por los guías nativos de la zona, los mismos que se basarán en el siguiente manual de funciones:

i. Nombre del cargo: Guía

ii. Naturaleza del trabajo: Dirigir grupo de turistas

iii. Funciones del cargo:

- ✓ Recibe al turista
- ✓ Proporcionará información de los atractivos naturales y culturales,
- ✓ Da a conocer a los turistas los paquetes turísticos con sus respectivos itinerarios, así como también la duración y precio de cada uno.
- ✓ Indica a los turistas cual debe ser su comportamiento antes, durante y después de visitar los atractivos turísticos.

- ✓ Vela por la integridad del turista
- ✓ Estimula la protección y conservación del ambiente
- ✓ El guía respetará al turista y a sus pertenencias
- ✓ El guía será puntual y paciente con los turistas
- ✓ Entregará fundas plásticas a los turistas para la recolección de los desechos.
- ✓ La maleta del guía contendrá todo los materiales necesarios para el tour
- ✓ El guía cuidará su imagen personal
- ✓ No pedir prestado dinero a los turistas
- ✓ Respetar a los compañeros de trabajo en la presencia o no de turistas
- ✓ El guía no se dirigirá las turistas con palabras grotescas.
- ✓ Evitar que los visitantes a su cargo o bajo su orientación extraigan o colecten especias animes, vegetales nativas o en peligro de extinción
- ✓ Informa de los servicios turísticos complementarios.

iv. Características de la clase

- ✓ Responsabilidad con el grupo a su cargo
- ✓ Buen trabajo en equipo
- ✓ Compañerismo
- ✓ Honradez
- ✓ Respetuoso de la raza, religión, pensamiento entre otros aspectos de los compañeros de trabajo y de los turistas

v. Requisitos: Licencia de guía naturalista

vi. Dependencia: Jerárquicamente depende del administrador

vii. Remuneración mensual: 460 dólares

c. Manual de procedimiento para la prestación de los servicios turísticos

1) Propuesta del procedimiento para realizar una reserva

- Contestar el teléfono fijo o celular
- Saludar e identificarse
- Poner atención y tomar nota de la información que necesita el turista
- Dar respuestas concretas a las preguntas o inquietudes de los turistas
- Registrar datos como: nombre, día que desea la reserva de paquetes, numero de teléfono y e-mail.
- Informar que las reservaciones se realiza con un anticipo del 50% para ser depositado en la cuenta de ahorros del administrador.
- Despedida

2) Propuesta del procedimiento para recibir y guiar al turista

- Bienvenida a cargo del guía nativo, estar con un letrero que los turistas puedan identificarlo, dar su nombre y el de la agencia.
- Informar a los turistas de los atractivos turísticos
- Explicarles el itinerario y servicios turísticos que se ofrece dentro del paquete
- Indica a los turistas las normas de comportamiento del turista
- El guía lleva a los turistas y su equipaje al hotel donde se hospedarán.
- El guía lleva a los turistas al restaurante donde recibirán el servicio de alimentación
- El guía se despide y explica que los siguientes días que dura el paquete estará junto con los turistas.

d. Reglamento para visitantes otorgadas por el Parque Nacional Galápagos

Son reglas impuestas por el Parque Nacional Galápagos en cuanto se ingresa por cualquiera de los Aeropuertos de Baltra o San Cristóbal a los visitantes. Anexo N.- 3

2. Estudio legal

a. Tipo de Empresa

Para la ejecución del proyecto y para la prestación de servicios turísticos es necesario analizar qué aspectos legales se deben cumplir o tramitar, tomando en cuenta las características de la operación, el número de socios, entre otros aspectos, se deberá acoger al reglamento previsto en las respectivas instancias a nivel nacional y cantonal. A continuación se indican los requisitos que se deben cumplir para operar:

El tipo de empresa a crearse será de sociedad anónima, puesto que todos los socios participaran en la sociedad en plano de igualdad; es decir gozarán de los mismos derechos y obligaciones dentro de la empresa.

b. Constitución Política de la República del Ecuador

Considerando la constitución, se tomo como referencia los siguientes artículos para el fundamento legal del proyecto:

1) Art. 66.- Se reconoce y garantizará a las personas,

a) Numeral 13.- El derecho a asociarse, reunirse y manifestarse en forma libre y voluntaria.

b) Numeral 15.- El derecho a desarrollar actividades económicas, en forma individual o colectiva, conforme a los principios de solidaridad, responsabilidad social y ambiental.

2) Art. 83.- Son deberes y responsabilidades de las ecuatorianas y los ecuatorianos, sin perjuicio de otros previstos de la Constitución y la ley.

3) Art. 319.- Se reconocen diversas formas de organización de la producción en la economía, entre otras las comunitarios, cooperativas, empresariales públicas o privadas, asociativas, familiares, domésticas, autónomas y mixtas.

c. Ley de Turismo

Considerando la Ley de Turismo suscrita en el Decreto Ejecutivo 1424, publicado en el Registro Oficial 309 el 19 de abril del 2001, se toma como referencia los siguientes artículos para el fundamento legal de la empresa turística:

1) Art.- 5 Art. 5.- Se consideran actividades turísticas las desarrolladas por personas naturales o jurídicas que se dediquen a la prestación remunerada de modo habitual a una o más de las siguientes actividades:

- a. Alojamiento;
- b. Servicio de alimentos y bebidas;
- c. Transportación, cuando se dedica principalmente al turismo; inclusive el transporte aéreo, marítimo, fluvial, terrestre y el alquiler de vehículos para este propósito;
- d. Operación, cuando las agencias de viajes provean su propio transporte, esa actividad se considerará parte del agenciamiento;
- e. La de intermediación, agencia de servicios turísticos y organizadoras de eventos congresos y convenciones; y,
- f. Casinos, salas de juego (bingo-mecánicos) hipódromos y parques de atracciones estables.

Art. 8.-Para el ejercicio de actividades turísticas se requiere obtener el registro de turismo y la licencia anual de funcionamiento, que acredite idoneidad del servicio que ofrece y se sujeten a las normas técnicas y de calidad vigentes.

Art. 9.-El Registro de Turismo consiste en la inscripción del prestador de servicios turísticos, sea persona natural o jurídica, previo al inicio de actividades y por una sola vez en el Ministerio de Turismo, cumpliendo con los requisitos que establece el Reglamento de esta Ley. En el registro se establecerá la clasificación y categoría que le corresponda.

Art. 10.- El Ministerio de Turismo o los municipios y consejos provinciales a los cuales esta Cartera de Estado, les transfiera esta facultad, concederán a los establecimientos turísticos, Licencia Única Anual de Funcionamiento, lo que les permitirá:

- a. Acceder a los beneficios tributarios que contempla esta Ley;
- b. Dar publicidad a su categoría;
- c. Que la información o publicidad oficial se refiera a esa categoría cuando haga mención de ese empresario instalación o establecimiento;
- d. Que las anotaciones del Libro de Reclamaciones, autenticadas por un Notario puedan ser usadas por el empresario, como prueba a su favor; a falta de otra; y,
- e. No tener que sujetarse a la obtención de otro tipo de Licencias de Funcionamiento, salvo en el caso de las Licencias Ambientales, que por disposición de la ley de la materia deban ser solicitadas y emitidas.

d. Reglamento general de aplicación de la Ley de Turismo

En el Decreto Ejecutivo 1186, publicado en el Registro Oficial 244 el 5 de enero del 2004 se expide el Reglamento general de aplicación de la Ley de Turismo, dentro del cual se toma como referencia los siguientes artículos para el fundamento legal del proyecto turístico:

1) Art. 43. Definición de las actividades de turismo. Para efectos de la aplicación de las disposiciones de la Ley de Turismo, las siguientes son las definiciones de las actividades turísticas previstas en la ley:

d) Operación

La operación turística comprende las diversas formas de organización de viajes y visitas, mediante modalidades como: Turismo cultural y/o patrimonial, etnoturismo, turismo de aventura y deportivo, ecoturismo, turismo rural, turismo educativo científico y otros tipos de operación o modalidad que sean aceptados por el Ministerio de Turismo.

Se realizará a través de agencias operadoras 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 asocio con otros proveedores de servicios, incluidos los de transportación; cuando las agencias de viajes operadoras provean su propio transporte, esa actividad se considerará parte del agenciamiento;

e) Intermediación

La actividad de intermediación es la ejercida por agencias de servicios turísticos, las sociedades comerciales, constituidas por personas naturales o jurídicas y que, debidamente autorizadas, se dediquen profesionalmente al ejercicio de actividades referidas a la prestación de servicios, directamente o como intermediarios entre los viajeros y proveedores de los servicios.

Por razón de las funciones que deben cumplir y, sin perjuicio de la libertad de empresa, las agencias de servicios turísticos pueden ser de tres clases: Agencias de viajes internacionales, agencias de viajes mayoristas y agencias duales. Son organizadoras de eventos, congresos y convenciones, las personas naturales o jurídicas legalmente constituidas que se dediquen a la organización de certámenes como congresos, convenciones, ferias, seminarios y reuniones similares, en sus etapas de gerenciamiento, planeación, promoción y realización, así como a la asesoría y/o producción de estos certámenes en forma total o parcial.

2) Art. 45. Quien puede ejercer actividades turísticas.- El ejercicio de actividades turísticas podrá ser realizada por cualquier persona natural o jurídica, sean comercial o comunitaria que, cumplidos los requisitos establecidos en la ley y demás normas aplicables y que no se encuentren en las prohibiciones expresas señaladas en la ley y este reglamento, se dediquen a la prestación remunerada de modo habitual de las actividades turísticas establecidas en el Art. 5 de la Ley de Turismo.

3) Del registro único de turismo

a) Art. 47. Obligación del Registro Único de Turismo.- Toda persona natural, jurídica, empresa o sociedad, previo el inicio de cualquiera de las actividades turísticas descritas en el artículo 5 de la Ley de Turismo, obtendrán el registro de turismo, que consiste en la inscripción del prestador de servicios turísticos en el catastro o registro público de empresarios y establecimientos turísticos, en el Ministerio de Turismo.

El registro de turismo se efectuará por una sola vez; y, cualquier cambio que se produzca en la declaración inicial deberá notificarse al Ministerio en el plazo máximo de 30 días de ocurrido el hecho, tales como transferencia a cualquier TÍTULO, arrendamiento, cambio de nombre o razón social, asociación, cambio de local, apertura de sucursal, cierre de establecimiento y otros.

De no cumplirse con este requisito se impondrá una multa de cien dólares (US \$ 100,00) al infractor, y, se procederá a la clausura del establecimiento hasta que se obtenga el registro y licencia única anual de funcionamiento. La reincidencia producirá la clausura definitiva, el pago del doble de la multa; y, la inscripción del empresario en la lista de incumplidos y no podrá concedérsele un registro.

El registro le corresponde mantener al Ministerio de Turismo, aún cuando el trámite puede ser desconcentrado, la información será mantenida a nivel nacional. El Ministerio de Turismo podrá tercerizar los servicios para el análisis de la información mantenida en el registro referido, con la iniciativa privada particularmente con centros especializados en tales servicios, con el objeto de planificar, ejecutar o controlar las actividades que son propias del Ministerio.

b) Art. 48. Pago por concepto de registro.- El valor por concepto de registro se hará por 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 por una sola vez, siempre que se mantenga la actividad. En caso de cambio de actividad, se pagará el valor que corresponda a la nueva.

c) Art. 49.Registro y razón social.- El Ministerio de Turismo no concederá el registro, a establecimientos o sujetos pasivos cuya denominación o razón social guarde identidad o similitud con un registro. En caso de haberse concedido un registro que contravenga esta disposición, de oficio o a petición de parte interesada, se anulará el último registro.

4) De la Licencia Única Anual de Funcionamiento

a) Art. 55.Requisito previo para la operación.- Para el inicio y ejercicio de las actividades turísticas se requiere además del registro de turismo, la licencia única anual de funcionamiento, la misma que constituye la autorización legal a los establecimientos dedicados a la prestación de los servicios turísticos, sin la cual no podrán operar, y tendrá vigencia durante el año en que se la otorgue y los sesenta días calendario del año siguiente.

b) Art. 56.Derechos por la obtención de la licencia única anual de funcionamiento.- A la persona natural o jurídica en cuyo beneficio se ha expedido la licencia única anual de funcionamiento, le acceden todos los derechos establecidos en el artículo 10 de la Ley de Turismo.

c) Art. 58.Establecimiento de requisitos.- El Ministerio de Turismo, mediante acuerdo ministerial establecerá los requerimientos que, a nivel nacional deben cumplir los establecimientos de turismo con el objeto de acceder a la licencia única anual de funcionamiento, entre los que necesariamente constará la obligación de estar afiliado y al día en el cumplimiento de obligaciones para con la respectiva Cámara Provincial de Turismo de su jurisdicción. Las instituciones del régimen seccional autónomo no establecerán requisitos adicionales para tal efecto. Este particular constará obligatoriamente en los correspondientes convenios de transferencia de competencias.

d) Art. 60.Pago de la licencia.- El valor que deberá pagarse es igual al valor que se paga por registro. En los municipios descentralizados el valor será fijado mediante la expedición de la ordenanza correspondiente. De haber sido descentralizada la potestad para el otorgamiento de la licencia única anual de funcionamiento, y sin perjuicio del principio de autonomía de las instituciones del régimen seccional autónomo, éstas deberán mantener los montos fijados en la

correspondiente ordenanza municipal por concepto de tasa para el otorgamiento del mencionado instrumento administrativo.

Para la expedición de las normas de las entidades del régimen seccional autónomo que establezcan derechos y/o tasas que deban satisfacer los establecimientos turísticos, se deberá contar obligatoriamente con los documentos técnicos y el procedimiento de consulta previa previsto en este reglamento.

e. Reglamento general de Actividades Turísticas

Considerando el Reglamento general de Actividades Turísticas decretado en el Decreto Ejecutivo 3400 y publicado en el Registro Oficial 726 el 17 de diciembre del 2002; se ha tomado como referencia los siguientes artículos para el fundamento legal de la empresa turística:

1) De las Agencias de Viajes

a) **Art. 77.-** Definición.- 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.

El ejercicio de actividades propias de agencias de viajes queda reservado exclusivamente a las compañías a las que se refiere el inciso anterior, con excepción de las compañías de economía mixta, formadas con la participación del Estado y el concurso de capital privado; por lo tanto, será considerado contrario a este reglamento todo acto ejecutado dentro de estas actividades, por personas naturales o jurídicas que no se encuentren autorizadas dentro del marco legal aquí establecido.

b) **Art. 79.-** Clasificación.- Las agencias de viajes, en razón del ámbito y extensión de sus actividades, se clasifican:

- a. Mayoristas;
- b. Internacionales; y,
- c. Operadoras.

Las agencias internacionales y las operadoras podrán ejercer los dos tipos de actividades a la vez, siempre y cuando el activo real sea igual a la sumatoria de los requeridos para cada una de ellas. En la licencia anual de funcionamiento constará este particular.

Ni las agencias internacionales, ni los operadores, podrán en ningún caso realizar las actividades determinadas como propias de las agencias mayoristas; estas últimas no podrán efectuar las actividades de ninguna de las otras.

c) Art. 82.- Agencias de viajes operadoras.- Son agencias de viajes operadoras las que elaboran, organizan, operan y venden, ya sea directamente al usuario o a través de los otros dos tipos de agencias de viajes, toda clase de servicios y paquetes turísticos dentro del territorio nacional, para ser vendidos al interior o fuera del país.

d) Art. 84.- Certificado de registro.- En el certificado de registro, constará el número de registro de la agencia el cual servirá para su identificación en todo acto a desarrollar en el ejercicio de la actividad.

En toda publicidad impresa que realice una agencia de viajes se indicará el número de registro otorgado por el Ministerio de Turismo, el nombre de la agencia o, en su caso, el de la marca comercial registrada, así como su dirección. El material publicitario deberá corresponder a la realidad de la oferta.

e) Art. 87.- Prestación de la totalidad de los servicios.- Las agencias de viajes están obligadas a facilitar a sus clientes la totalidad de los servicios contratados, dentro de las condiciones y características estipuladas. Solo la fuerza mayor le eximirá de esta obligación.

f) Art. 88.- Sustitución de servicios.- Las agencias de viajes brindarán siempre a sus clientes, la posibilidad de optar por el reembolso de lo no utilizado, o por la sustitución con otro servicio de similares características. Si por esta sustitución el servicio resultare de inferior categoría, la agencia deberá reembolsar la diferencia.

g) Art. 89.- Servicios de agencias operadoras.- Todos los servicios prestados por las agencias operadoras, de acuerdo a las atribuciones de su clasificación, pueden ser ofertados y vendidos directamente, tanto nacional como internacionalmente.

f. Requisitos de la superintendencia de compañías para la constitución de compañías Anónimas

a) 1.2.1 Son aplicables a esta compañía los requisitos precisados en los numerales 1.1.1, 1.1.2, 1.1.5 y 1.1.6 sobre los requisitos de la compañía de responsabilidad limitada. No obstante lo dicho, se aclara que la compañía anónima no puede tener por nombre una razón social, con las salvedades correspondientes, perfectamente identificadas.

b) 1.2.2. Formas de Constitución

- i. 1.2.2.1. Constitución simultánea: Se constituye en un solo acto por convenio entre los que otorguen la escritura y suscriben las acciones, quienes serán los fundadores. Artículo 148 y 149 de la Ley de Compañías.
- ii. 1.2.2.2. Constitución sucesiva: Por suscripción pública de acciones, los indicares de la compañía que firmen la escritura de promoción serán promotores.
- iii. 1.2.2.3. Capacidad: Para intervenir en la formación de una compañía anónima en calidad de promotor (constitución sucesiva) o fundador (constitución simultánea) se requiere la capacidad civil para contratar. Sin embargo no podrán hacerlo entre cónyuges ni ente padres e hijos no emancipados. Artículo 145 de la Ley de Compañías.
- iv. 1.2.2.4. Número de accionistas: La compañía deberá constituirse con dos o más accionistas, según lo dispuesto en el Artículo 147 de la Ley de Compañías, sustituido por el Artículo 68 de la ley de Empresas Unipersonales de Responsabilidad Limitada. La

compañía anónima no podrá subsistir con menos de dos accionistas, salvo las compañías cuyo capital total o mayoritario pertenezca a una entidad del sector público.

c) 1.2.3. Capital

- i. 1.2.3.1 Capital mínimo: El capital suscrito mínimo de la compañía deberá ser de ochocientos dólares de los Estados Unidos de América. El capital deberá suscribirse íntegramente y pagarse en al menos un 25% del valor nominal de cada acción. Dicho capital puede integrarse en numerario o en especies (bienes muebles e inmuebles) e intangibles, siempre que, en cualquier caso, corresponda al género de actividad de la compañía.

La sociedad anónima permite establecer un capital autorizado, que no es sino el monto hasta el cual pueden llegar tanto el capital suscrito como el capital pagado. Ese monto no podrá exceder del doble del importe del capital suscrito (Art. 160 de la Ley de Compañías).

Lo expresado para el aporte y transferencia de dominio de bienes tangibles e intangibles, así como aportes consistentes en inmuebles sometidos al régimen de propiedad horizontal descritos en la constitución de la compañía limitado, es válido para la constitución de la anónima.

- ii. 1.2.3.2. Acciones: La acción confiere a su titular legítimo la calidad de accionistas y le atribuye, como mínimo, los derechos fundamentales que de ella derivan y se establecen en la Ley. Las acciones pueden ser ordinarias o preferidas, según lo establezca el estatuto, artículo 170 de la Ley de Compañías, se pueden negociar libremente, conforme lo determina el artículo 191 de la misma Ley. La compañía podrá emitir certificados provisionales o títulos definitivos, artículo 168 de la susodicha Ley.

g. Requisitos legales

Para poder constituir la empresa turística se necesita realizar los siguientes trámites:

1) Registro Único de Contribuyentes.- Para obtener el RUC de personas jurídicas se requiere:

- a) Formulario RUC 01 ----- a lleno con los datos de la compañía
- b) Original y copia de la escritura de constitución de la compañía
- c) Original y copia del nombramiento del representante legal
- d) Original y copia de la cédula de ciudadanía del representante legal.
- e) Carta de compromiso firmada por el contador, incluyendo su número de RUC.

2) Patente Municipal.- Sus requisitos son:

- a) Formulario de patente de actividades económicas (se lo compra en la ventilla de especies valoradas N.- 14 \$1,00)
- b) Original y copia de la cédula de identidad y papeleta de votación
- c) Original y copia de RUC
- d) Copia permiso de cuerpo de bomberos
- e) Copia del acta de Constitución de la empresa.
- f) Copia de la carta del impuesto predial del local donde funciona el negocio (la carta puede ser de cualquier año).
- g) En caso de inscripción para obtener la patente para personas jurídicas por primera vez presentar:
 - i. Formulario de declaración del impuesto de patentes, original y copia.
 - ii. Escritura de constitución de la compañía original y copia.
 - iii. Original y copia de la resolución de la Superintendencia de Compañías.
 - iv. Copia de la cédula de identidad.

3) Permiso Cuerpo de Bomberos

- a) Copia de RUC
- b) Copia a color de la cédula de identidad y papeleta de votación
- c) Copia de de la escritura de la constitución de la compañía
- d) Pago de acuerdo al tipo de empresa

4) Registro Actividad Turística

- a) Copia certificada de la escritura pública de constitución de la compañía y de aumento de capital o reformas de estatutos, si los hubiere, tratándose de personas jurídicas;
- b) Nombramiento del representante legal, debidamente inscritos, de la persona jurídica solicitante;
- c) Certificado del Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual IEPI (Av. República y Diego de Almagro – Edif. Fórum/ Edificio Ministerio del Litoral en Guayaquil) de no encontrarse registrada la razón o denominación social o nombre comercial motivo de la solicitud; y,
- d) Registro Único de Contribuyentes
- e) Justificar que cuenta con un socio con Residencia Permanente en Galápagos.
- f) Justificación del activo real, mediante la declaración de responsabilidad efectuada por el representante legal de la compañía, y conforme lo que se indica a continuación
 - ✓ Para agencias de viajes mayoristas, el equivalente a **cuatro mil dólares** de los estados Unidos de América. Si tuviere más de una sucursal, deberá aumentar su activo real en el equivalente a setecientos cincuenta dólares de los Estados Unidos de América por cada sucursal a partir de la segunda; y,
 - ✓ Para agencias de viajes internacionales, el equivalente a **seis mil dólares** de los estados Unidos de América. Si tuviere más de una sucursal, deberá aumentar su activo real en el equivalente a un mil dólares de los Estados Unidos de América por cada sucursal a partir de la segunda; y,
 - ✓ Para *agencias de viajes operadoras*, el equivalente de **ocho mil dólares** de los Estados Unidos de América. Si tuviere más de una sucursal, deberá aumentar su activo real en el

equivalente a un mil quinientos dólares de los Estados Unidos de América por cada sucursal a partir de la segunda.

- g) Hojas de vida de los ejecutivos y nómina del personal administrativo. Cuando el representante legal de la compañía no posea título académico a nivel superior o la experiencia continua de por lo menos seis años a nivel ejecutivo en actividades turísticas, la agencia de viaje deberá contratar a una persona permanente que cubra el requisito de capacitación profesional en el manejo de este tipo de empresas turísticas, con una experiencia mínima de seis años a nivel ejecutivo o el título académico en Administración de empresas turísticas o sus equivalentes.

Si el peticionario no cumple con uno o varios de los de los requisitos establecidos por este reglamento, el Ministerio de Turismo se los notificará, indicándole que de no hacer las correcciones pertinentes en el plazo de treinta días, se ordenará el archivo del expediente, que sólo podrá reabrirse ante una nueva petición del interesado.

* Los locales destinados para el funcionamiento de agencias de viajes deberán contar con un área mínima de 30 mts. 2 (TREINTA METROS CUADRADOS)

5) Licencia Anual de Funcionamiento

- a) Solicitud dirigida al Director de Desarrollo Sostenible
- b) Solicitud de Inspección del establecimiento Turístico (para nuevas y renovación c/2 años)
- c) Copia de la Patente Municipal actualizada
- d) Copia del RUC actualizado
- e) Copia del Registro del Ministerio de Turismo
- f) Copia del Pago del Fideicomiso del Ministerio de Turismo
- g) Copia del certificado de Sanidad (Excepto embarcaciones turísticas y agencias de viaje)
- h) Copia del permiso del Cuerpo de Bomberos (Excepto embarcaciones turísticas)
- i) Copia del pago para la obtención de la LUAF
- j) Copia de la escritura de Constitución de la Compañía
- k) Copia del Nombramiento del Representante Legal

6) Permiso Centro de Investigación y Monitoreo Especies Introducidas

- a) Copia de RUC
- b) Copia a color de la cédula de identidad y papeleta de votación
- c) Copia de de la escritura de la constitución de la compañía
- d) Pago de acuerdo al tipo de empresa

h. Costos de los trámites pertinentes

Cuadro N.- 48 Gastos de constitución, patentes y licencias de la agencia operadora

GASTOS	DETALLE	VALOR
De constitución	Estatuto Constitución	\$400
	Elevación escritura registro	\$700
	Registro nombramiento legal	\$300
	IEPI	\$200
De permisos, patentes y licencias	Pago Fondo Mixto del MINTUR	Este valor será emitido después de una inspección
	Permiso Cuerpo de bomberos	\$150
	Licencia Anual de Funcionamiento	Después que el MINTUR realice la inspección
	CIMEI	\$100
	TOTAL	\$1850

Fuente: Información primaria, entrevistas a las Instituciones públicas

Elaborado por: Silvana Vargas

E. ESTUDIO ECONOMICO

1. Inversiones del proyecto

Cuadro N.- 49: Inversiones del proyecto

RUBROS	INVERSION REALIZADA	INVERSION POR REALIZAR	TOTAL INVERSION
INVERSIONES FIJAS		28.900,20	28.900,20
Vehículo de trabajo		25000,00	25.000,00
Equipo de Computación		1470,00	1.470,00
Muebles y enseres		910,00	910,00
Menaje baño		144,00	144,00
Imprevistos		1376,20	1.376,20
ACTIVOS DIFERIDOS		5.712,00	5.712,00
Gastos de constitución		1.850,00	1.850,00
Gastos de instalación		1.000,00	1.000,00
Gastos de promoción		2.590,00	2.590,00
Imprevistos		272,00	272,00
CAPITAL DE TRABAJO		32.532,97	36.032,97
Sueldos y Salarios		29.415,37	29.415,37
Servicios básicos		3.117,60	3.117,60
Caja y Bancos		3.000,00	3.000,00
Contingencias		500,00	500,00
TOTAL		70.645,17	70.645,17

Fuente: Información secundaria

Elaborado por: Silvana Vargas

2. Fuentes y usos del proyecto

Cuadro N.- 50: Fuentes y usos del proyecto

RUBROS	USO DE FONDOS	REC. PROPIOS	BANCO
INVERSIONES FIJAS	28.900,20	13.900,20	15.272,00
Vehículo de trabajo	25.000,00	10.000,00	
Equipo de Computación	1.470,00	1.470,00	
Muebles y enseres	910,00	910,00	
Menaje baño	144,00	144,00	
Imprevistos	1.376,20	1.376,20	
ACTIVOS DIFERIDOS	5.712,00	5.440,00	
Gastos de constitución	1.850,00	1.850,00	
Gastos de instalación	1.000,00	1.000,00	
Gastos de promoción	2.590,00	2.590,00	
Imprevistos	272,00	272,00	
CAPITAL DE TRABAJO	36.032,97	36.032,97	
Sueldos y Salarios	29.415,37	29.415,37	
Servicios básicos	3.117,60	3.117,60	
Caja y Bancos	3.000,00	3.000,00	
Contingencias	500,00	500,00	
TOTAL	70.645,17	55.373,17	15.272,00

Fuente: Información secundaria

Elaborado por: Silvana Vargas

3. Clasificación de las inversiones

Cuadro N.- 51: Clasificación de las inversiones

INVERSIONES EN ACTIVOS FIJOS	
DETALLE	VALOR
Vehículo de trabajo	25.000,00
Equipo de Computación	1.470,00
Muebles y enseres	910,00
Menaje baño	144,00
Imprevistos	1.376,20
TOTAL ACTIVOS FIJOS	28.900,20
INVERSIONES EN ACTIVOS DIFERIDOS	
DETALLE	VALOR
Gastos de constitución	1.850,00
Gastos de instalación	1.000,00
Gastos de promoción	2.590,00
Imprevistos	272,00
TOTAL CARGOS DIFERIDOS	5.712,00
CAPITAL DE TRABAJO	
DETALLE	VALOR
Sueldos y Salarios	29.415,37
Servicios básicos	3.117,60
Caja y Bancos	3.000,00
Contingencias	500,00
TOTAL CAPITAL DE TRABAJO	36.032,97
TOTAL DE LA INVERSIÓN	
DETALLE	VALOR
ACTIVOS FIJOS	28.900,20

ACTIVOS DIFERIDOS	5.712,00
CAPITAL DE TRABAJO	36.032,97
TOTAL	70.645,17

Fuente: Información secundaria

Elaborado por: Silvana Vargas

4. Financiamiento del proyecto

Cuadro N.- 52: Financiamiento del proyecto

FINANCIAMIENTO	
PRÉSTAMO	15.272,00
APORTACIÓN SOCIO A	18.457,72
APORTACIÓN SOCIO B	18.457,72
APORTACIÓN SOCIO C	18.457,72
TOTAL FINANCIAMIENTO	70.645,17
TOTAL APORTE DE LOS SOCIOS	55.373,17

Fuente: Información secundaria

Elaborado por: Silvana Vargas

5. Depreciación de los activos fijos

Cuadro N.- 53: Depreciación de activos fijos

DETALLE	VALOR DEL BIEN	DEPR. ANUAL	VALOR SALVAMEN.	VALOR A DEPRECIAR	% DEPR.	AÑOS POR LEY	DURACION DEL PROYECTO
Vehículo de trabajo	25.000,00	5.000,00	-	25.000,00	100%	5	5
Equipo de Computación	1.470,00	294,00	-	1.470,00	100%	3	5
Muebles y enseres	910,00	91,00	455,00	455,00	50%	10	5
Menaje baño	144,00	14,40	72,00	72,00	50%	10	5
TOTAL	27.524,00	5.399,40	527,00	26.997,00			

Fuente: Información secundaria

Elaborado por: Silvana Vargas

6. Amortización de los activos diferidos

Cuadro N.- 54: Amortización de los activos diferidos

DETALLE	VALOR	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
TOTAL	5.440,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00
Gastos de constitución	1.850,00					
Gastos de instalación	1.000,00					
Gastos de promoción	2.590,00					
Imprevistos	272,00					

Fuente: Información secundaria

Elaborado por: Silvana Vargas

7. Cálculo del pago de la deuda o amortización del préstamo

El cálculo de pago de deuda se realizó con los siguientes datos:

- a. Préstamo: 15272
- b. Plazo: 5 años
- c. Capitalizable anualmente
- d. Interés: 14%

Cuadro N.- 55 Cálculo del pago de la deuda

PERIODO	CAPITAL PREST.	INTERES	CAPITAL PAGADO	CUOTA PAGO	SALDO
1	15.272,00	2.138,08	3.054,40	5.192,48	12.217,60
2	12.217,60	1.710,46	3.054,40	4.764,86	9.163,20
3	9.163,20	1.282,85	3.054,40	4.337,25	6.108,80
4	6.108,80	855,23	3.054,40	3.909,63	3.054,40
5	3.054,40	427,62	3.054,40	3.482,02	-
TOTAL		6.414,24	15.272,00	21.686,24	

Fuente: Información secundaria

Elaborado por: Silvana Vargas

8. Estructura de costos y gastos para la vida útil del proyecto

Cuadro N.- 56 Estructura de costos y gastos para la vida útil del proyecto

1. COSTOS DE PRODUCCIÓN	1	2	3	4	5
Dep. menaje del baño	14,40	14,40	14,40	14,40	14,40
Útiles de aseo	102,00	108,12	114,61	121,48	128,77
	116,40	122,52	129,01	135,88	143,17
2. COSTOS DE ADMINISTRACIÓN					
Sueldos y Salarios	29.415,37	31.180,29	33.051,11	35.034,18	37.136,23

Agua, Luz, Teléfono	3.117,60	3.304,66	3.502,94	3.713,11	3.935,90
Gastos de Constitución	1.000,00				
Dep. equipos de computo	294,00	294,00	294,00	294,00	294,00
Dep. muebles y enseres	91,00	91,00	91,00	91,00	91,00
	33.917,97	34.869,95	36.554,05	39.132,29	41.457,13
3. COSTO DE VENTAS					
Dep. vehiculo	5.000,00	5.000,00	5.000,00	5.000,00	5.000,00
Gastos de promoción	2.590,00	2.668,81	2.791,54	2.964,01	3.194,65
	7.590,00	7.668,81	7.791,54	7.964,01	8.194,65
4. COSTOS FINANCIEROS					
<i>Intereses bancarios</i>	2.138,08	1.710,46	1.282,85	855,23	427,62
	2.138,08	1.710,46	1.282,85	855,23	427,62
TOTAL	43.762,45	44.371,74	45.757,44	48.087,41	50.222,56

Fuente: Información secundaria

Elaborado por: Silvana Vargas

9. Estructura de ingresos

Cuadro N.- 57 Estructura de ingresos

CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
N.- DE CLIENTES	2042	2124	2209	2297	2389
Paquetes 1, 2, 3	1.327.300,00	1.380.600,00	1.435.850,00	1.493.050,00	1.552.850,00
TOTAL INGRESOS	1.327.300,00	1.380.600,00	1.435.850,00	1.493.050,00	1.552.850,00

Fuente: Información secundaria

Elaborado por: Silvana Vargas

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.

10. Estado proforma de resultados

Cuadro N.- 58 Estado proforma de resultados

RUBROS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ventas netas	1.327.300,00	1.380.600,00	1.435.850,00	1.493.050,00	1.552.850,00
- Costos de producción	116,40	122,52	129,01	135,88	143,17
= Utilidad Bruta	1.327.183,60	1.380.477,48	1.435.720,99	1.492.914,12	1.552.706,83
- Costos de administración	33.917,97	34.869,95	36.554,05	39.132,29	41.457,13
- Costo de ventas	7.590,00	7.668,81	7.791,54	7.964,01	8.194,65
= Utilidad Operativa	1.285.675,63	1.337.938,72	1.391.375,41	1.445.817,82	1.503.055,05
- Costo financiero	2.138,08	1.710,46	1.282,85	855,23	427,62
= Utilidad antes de la repart. Utilidades	1.283.537,55	1.336.228,26	1.390.092,56	1.444.962,59	1.502.627,44
- Reparto de utilidades 15%	192.530,63	200.434,24	208.513,88	216.744,39	225.394,12
= Utilidad Neta antes de impuestos	1.091.006,92	1.135.794,02	1.181.578,68	1.228.218,20	1.277.233,32
- Impuesto 25%	272.751,73	283.948,51	295.394,67	307.054,55	319.308,33
= UTILIDAD NETA	818.255,19	851.845,52	886.184,01	921.163,65	957.924,99

Fuente: Información secundaria

Elaborado por: Silvana Vargas

11. Balance General

Cuadro N.- 59 Balance General

DETALLE	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Activo corriente (capital de trabajo)	36.304,97	860.131,24	896.726,95	993.624,23	972.055,85	1.011.822,58
Activo fijo	28.900,20	28.900,20	28.900,20	28.900,20	28.900,20	28.900,20
Depreciación acumulada		5.399,40	10.798,80	16.198,20	21.597,60	26.997,00
Ac. diferi (valor anual de amort)	5.440,00	4.352,00	3.264,00	2.176,00	1.088,00	-
TOTAL DE ACTIVOS	70.645,17	887.984,04	918.092,35	1.008.502,23	980.446,45	1.013.725,78
Pasiv. corr (intereses)		2.138,08	1.710,46	1.282,85	855,23	427,62
Pasiv. Largo p. (préstamo)	15.272,00	12.217,60	9.163,20	6.108,80	3.054,40	
Patrimonio	55.373,17	55.373,17	55.373,17	114.926,58	55.373,17	55.373,17
UTILID.EJERCICIO (Utilidad neta)		818.255,19	851.845,52	886.184,01	921.163,65	957.924,99
TOTAL PASIVO + PATRIMONIO	70.645,17	887.984,04	918.092,35	1.008.502,23	980.446,45	1.013.725,78

Fuente: Información secundaria

Elaborado por: Silvana Vargas

12. Cálculo del flujo de caja del proyecto

Cuadro N.- 60 Cálculo del flujo de caja del proyecto

RUBROS	0	1	2	3	4	5
VENTAS		1.327.300,00	1.380.600,00	1.435.850,00	1.493.050,00	1.552.850,00
(+)VALOR SALVAMENTO						
(-) COSTOS DE PRODUCCION		116,40	88.775,57	90.583,38	92.429,15	94.313,69
(-) COSTOS DE ADMINISTRACIÓN		33.917,97	19.751,17	20.136,04	20.528,98	20.930,18
(-) COSTOS DE VENTAS		7.590,00	4.800,00	4.800,00	4.800,00	4.800,00
(-) COSTOS FINANCIEROS		2.138,08	2.240,00	1.960,00	1.680,00	1.400,00
(-) AMORTI. ACT. DIF. (5AÑOS)		2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00
(=) UTILID. ANTES DE REP. UTIL E IMP.		1.281.537,55	1.263.033,26	1.316.370,58	1.371.611,86	1.429.406,13
(-) REPARTO UTILIDADES		192.530,63	5.649,37	5.845,14	6.044,14	6.246,44

(=) UTILID. ANTES DEL IMPUESTO		1.089.006,92	1.257.383,89	1.310.525,44	1.365.567,72	1.423.159,69
(-) IMPUESTO		272.751,73	8.003,27	8.280,62	8.562,53	8.849,12
(=) UTILIDAD NETA		816.255,19	1.249.380,61	1.302.244,83	1.357.005,19	1.414.310,57
(+) DEPRECIACIONES		5.399,40	7.927,44	11.891,16	15.854,88	19.818,60
(+) AMORT. ACT. NOMINAL						
(-) INVERSIONES MAQ. Y EQUIPOS	2.380,00					
(-) INV. TERRENO Y OBRA FÍSICA						
(-) INV. OTROS	2.000,00					
(-) INV. ACTUAL NOMINAL	5.712,00					
(-) INV. CAPITAL DE TRABAJO	36.032,97					
(-) VEHICULO	25000,00					
(-) IMPREVISTOS	1376,20					

(+) RECUP. CAPITAL TRABAJO						
(-) AMORT. PRÉSTAMO		3.054,40	3.054,40	3.054,40	3.054,40	3.054,40
FLUJO DE CAJA	72.501,17	782.567,22	1.254.253,65	1.311.081,59	1.369.805,67	1.431.074,77

Fuente: Información secundaria

Elaborado por: Silvana Vargas

13. Costos y gastos

Cuadro N.- 61 Costos y gastos

RUBROS	AÑO 1		AÑO 2		AÑO 3		AÑO 4		AÑO 5	
	CV	CF	CV	CF	CV	CF	CV	CF	CV	CF
1. COSTOS DE PRODUCCIÓN										
Dep. menaje del baño		14,40		14,40		14,40		14,40		14,40
Útiles de aseo	102,00		108,12		114,61		121,48		128,77	
2. COSTOS DE ADMINISTRACIÓN										
Sueldos y Salarios		29.415,37		31.180,29		33.051,11		35.034,18		37.136,23
Agua, Luz, Teléfono	3.117,60		3.304,66		3.502,94		3.713,11		3.935,90	
Gastos de Constitución		1.000,00								
Dep. equipos de		294,00		294,00		294,00		294,00		294,00

computo										
Dep. muebles y enseres		91,00		91,00		91,00		91,00		91,00
3. COSTO DE VENTAS										
Dep. vehículo		5.000,00		5.000,00		5.000,00		5.000,00		5.000,00
Gastos de promoción		2.590,00		2.668,81		2.791,54		2.964,01		3.194,65
4. COSTOS FINANCIEROS										
<i>Intereses bancarios</i>		2.138,08		1.710,46		1.282,85		855,23		427,62
COSTOS TOTAL	3.219,60	40.542,85	3.412,78	40.958,96	3.617,54	42.139,90	3.834,60	44.252,82	4.064,67	46.157,89

Fuente: Información secundaria

Elaborado por: Silvana Vargas

14. Cálculo del punto de equilibrio

Cuadro N.- 62 Cálculo del punto de equilibrio

RUBRO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
COSTOS FIJOS TOTALES	40.542,85	40.958,96	42.139,90	44.252,82	46.157,89
COSTOS VARIABLES TOTALES	3.219,60	3.412,78	3.617,54	3.834,60	4.064,67
UNIDADES A PRODUCIR	2.042,00	2.124,00	2.209,00	2.297,00	2.389,00
PRECIO DE MERCADO	650,00	650,00	650,00	650,00	650,00

VENTAS	1.327.300,00	1.380.600,00	1.435.850,00	1.493.050,00	1.552.850,00
COSTO VARIABLE UNITARIO	0,63	0,62	0,61	0,60	0,59
PUNTO DE EQUILIBRIO (QE)	62,43	63,07	64,89	68,14	71,08

Fuente: Información secundaria

Elaborado por: Silvana Vargas

F. EVALUACIÓN FINANCIERA

Cuadro N.- 63 Evaluación Financiera

VAN	\$ 3.825.861,62
TIR	11,44%
PERIODO RECUPERACIÓN	0,05
RELACION BENEFICIO/COSTO	59,98

Fuente: Información secundaria

Elaborado por: Silvana Vargas

El Valor actual neto se calculó con la tasa pasiva del 5%, obteniendo un VAN positivo de \$ 3.825.861,62, lo cual es favorable puesto que se genera ganancias.

Se determinó la tasa interna de retorno es del 11,44% en relación con el 5% que es la tasa pasiva de los bancos, es decir, que si se invierte en el proyecto la ganancia será el doble en relación con la ganancia en el banco.

El periodo en el que se recuperará el capital invertido será en 5 años

La relación Beneficio/Costo es de \$59,98, es decir por cada dólar invertido se tiene una ganancia de \$58,98

VI. CONCLUSIONES

- La realización del diagnóstico situacional del cantón Santa Cruz, permitió establecer la existencia de un gran déficit de cobertura de los servicios básicos tanto en el sector urbano como rural, frenando el crecimiento de la planta turística. La Migración es muy frecuente, debido a la falta de centros escolares, colegios y sobre todo universidades que tengan las carreras que la población local desee.

En el inventario de los atractivos tenemos que el 100% son atractivos naturales que corresponden a jerarquía III; es decir, de gran acogida para el mercado turístico.

- El estudio de mercado demuestra una preferencia marcada por el uso de productos turísticos enfocados al ecoturismo, que evidencian beneficios sociales, valoración cultural y respeto hacia la naturaleza.
- Se estructuraron tres paquetes turísticos con sus respectivos itinerarios y análisis de costos, los mismos que incluyen la visita a otras islas permitiendo de esta manera un beneficio colectivo.
- El marco legal ecuatoriano establece las pautas legales para la constitución de empresas turísticas, en este proyecto se han considerado cada uno de los requisitos necesarios para implementar una agencia operadora de turismo tanto a nivel jurídico como operativo, adicional 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.
- El estudio financiero muestra que la comercialización de los paquetes turísticos permitirá la capitalización de la empresa generando una rentabilidad positiva, pues la inversión realizada se recuperará en el 4 año de operación proporcionando una tasa interna de retorno del 11,44% y un valor actual neto de USD 59,98

VII. RECOMENDACIONES

- Se requerirá de una campaña fuerte para los primeros años, puesto que existe varios competidores y realizar alianzas estratégicas, convenios con instituciones para un mejor desempeño e incremento de la demanda.
- Se recomienda que cuando la empresa se encuentre operando, según los requerimientos de ley definidos en el presente estudio, se elaboren y apliquen programas de manejo, promoción y capacitación, que permitan satisfacer las necesidades de los turistas e involucrar a más población local para mejorar la calidad de los productos turísticos que se promocionan.
- Para la futura contratación del grupo que estará a cargo de la empresa se deberá tener en cuenta el manual de funciones y guiarse en las competencias laborales estandarizadas.
- Hacer un monitoreo constante de la calidad de los establecimientos que prestan los servicios turísticos, de tal forma que esto permita mantener y elevar paulatinamente el nivel de satisfacción de la visita, garantizando con ello la calidad de la oferta turística

VIII. RESUMEN

La presente investigación propone: Realizar la implementación de una operadora de turismo y agencia de viajes en Puerto Ayora, cantón Santa Cruz, provincia de Galápagos.; se utilizó técnicas de investigación bibliográfica y de campo, se identificaron atractivos naturales de jerarquía III y uno de jerarquía IV (No registrados por le Ministerio de Turismo). Se analizó la oferta dando como resultado a clientes potenciales los turistas extranjeros y en menor grado los turistas nacionales. En el estudio técnico se definió la planificación y se creó 3 productos turísticos de tipo ecoturístico, estableciendo los costos, precios y ganancia por paquete. Se estructuró la parte organizativa de la empresa con su respectivo manual de funciones y reglamento; en la parte legal se sustenta el proyecto en las leyes ecuatorianas relacionadas al sector turístico. El análisis económico determinó una inversión de \$ 70645,17, costos e ingresos, estado proforma de resultados, balance general, flujo de caja, punto de equilibrio. Para la evaluación financiera muestra indicadores como: un VAN positivo de \$ 3.825.861,62, un TIR del 11,44% y una relación Costo/Beneficio de \$59,98. Se concluye que la empresa es económica y financieramente rentable. Debiendo diversificar paquetes y servicios, captando mayor mercado, efectuando un monitoreo constante de la planta turística para garantizar la mejor calidad en el producto.

IX. SUMMARY

This research was carried out to propose: Make the implementation a tour operator and travel agency in Puerto Ayora, Santa Cruz city, Galápagos province, techniques used bibliographical and field research, then identified natural and culture attractions of hierarchies III and IV (not registered by Tourism Ministry), analyzed the resulting offer to potential customers and foreign tourists to lesser extent domestic tourists. The technical study was defined planning and tourism products created three ecotourism typesetting costs, prices and profit per pack. It was structured the organizational part of the company with its own functions and rules, in legal underpinning the project in the Ecuadorian laws related to the tourism sector. The economic analysis determined an investment by \$ 70645,17, costs and revenues, proforma income statements, balance sheet, cash flow, breakeven. For the financial evaluation indicators as a master positive net present value \$ 3.825.861, 62, an internal rate of return 11,44% and a Cost/ Benefit of \$ 59,98. It concludes that the economic and financial company is profitable. Must diversify services and packages, capturing more market, making a constant monitoring from tourism plant to ensure the best quality product.

X. BIBLIOGRAFÍA

1. ARBOLEDA, G. 1998. Proyectos formulación, evaluación y control. Segunda Edición. Imprenta Cargraphics. Cali Colombia. Pág. 584
2. BACA, G. 2001. “Evaluación de Proyectos”. 4ta ed. México. Editorial Mc GrawHill; México, D.F. 13-82p.
3. BENASSINI, H. 2001. “Estudio de Mercado”. Consultado 5 de nov. 2009. Disponible en: www.monografias.com
4. BRITTON, A. 1999 “El turismo una base para el desarrollo” Editorial Diana México
5. CAPACE, G. 1997 “ Programa de desarrollo turístico” Editorial Síntesis S.A España
6. CONTRERAS, C. 2005 “Estudio de Mercado”. Consultado 6 oct. 2008. Disponible en: <http://www.monografias.com/trabajos13/mercado/mercado.shtml>
7. CONSULTADO 15 de nov. 2009: “Estudio técnico”. Disponible en www.itson.mx
8. CUARTAS, F. 2008. “Evaluación Económica y Financiera de los Proyectos”. Consultado 6 oct. 2008. Disponible en: <http://www.gacetafinanciera.com>
9. DE LA TORRE, F. 1995. Agencia de Viajes y Transportación. Cuarta Edición México/ Editorial trillas. 236p.
10. GRATEROL, M. 1997. “Proyectos de Inversión”. Venezuela.
11. HERNANDES, Edgar. 1997 Proyectos Turísticos: Formulación y evaluación. Segunda edición. México editorial trillas 221p.
12. JAMES, César. 2007 “Matemática Financiera Aplicada”. Primera Edición. Guatemala 65p.
13. JANY, J. 2000 “Fases del estudio de mercado” Editorial Victoria Colombia
14. LUNA, R.; CHAVES, D. 2001 “Guía para elaborar estudios de factibilidad de proyectos ecoturísticos” Guatemala. 33 p.

15. METODOLOGIA MINTUR, 2004
16. MICHAEL, J., 1997 “Definiciones y conceptos básicos del Ecoturismo en Ecuador” (en línea). Consultado el 03 de Enero del 2010, disponible en <http://www.turismo10ecuador.org.ec>
17. MUÑOZ, F. 1996. Marketing Turístico. Editorial Centro de Estudios Tamón Areces S.A. 598p.
18. OCEANO. 2000 Enciclopedia Práctica de Turismo, Hoteles y Restaurantes. Tomo 1 Barcelona, España. Editorial Océano. 200p
19. OMT, (Organización Mundial de Turismo). 1999. “Guía para administradores locales: Desarrollo turístico Sostenible”. Madrid - España. 216 pg
20. REGLAMENTO GENERAL DE ACTIVIDADES TURÍSTICAS, 2002
21. STANTON, W 1990 “Estudio de mercado” Tomo IV Editorial Valencia España
22. VALDIVIESO, L. 2000. “Texto Básico de Administración de Empresas”. Riobamba-Ecuador. 34-35p.
23. VELASTEGUÍ, Hugo. 1997. Formulación y Evaluación de proyectos turísticos

XI. ANEXOS

A. ANEXON 1. (Encuesta)

**ESCUELA SUPERIOR POLITECNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE RECURSOS NATURALES
ESCUELA DE INGENIERIA EN ECOTURISMO**

Estimado amigo/a la presente encuesta nos será de gran ayuda para recoger información para el estudio e implementación una agencia de viajes en Puerto Ayora, Cantón Santa Cruz, Provincia de Galápagos.

1. Edad

Entre 10 – 20 años	Entre 41 – 50 años
Entre 21 – 30 años	Entre 51 – 60 años
Entre 31 – 40 años	Mayor de 61 años

2. Sexo

Masculino..... Femenino.....

3. Estado civil

Soltero/a..... Casado/a..... Divorciado/a.....
Viudo/a..... Unión libre.....

4. Procedencia

País.....

Estado / provincia.....

5. Nivel de educación

Primaria..... Superior.....
Secundaria..... Posgrado.....

6. Cuál es el motivo de su viaje

Relax..... Distracción..... Estudios..... Trabajo..... Otros.....

7. Como prefiere viajar

Independientemente.....

Mediante agencia de viajes.....

8. Con quién realiza sus viajes.

Familia.....

Amigos.....

Pareja.....

Solo.....

9. Ha visitado anteriormente Galápagos.

Si.....

No.....

10. Qué tipo de turismo le gusta realizar.

Turismo rural.....

Ecoturismo.....

Turismo de aventura.....

Turismo comunitario.....

Cruceros.....

Otros....

11. Cuantos días le gustaría estar en Galápagos.

1 a 2 días

3 a 4 días.....

5 a 6 días.....

Más de 7 días.....

12. Que actividades le gustaría realizar.

Caminata por la naturaleza (Ecoturismo).....

Cabalgatas.....

Observación de flora y fauna.....

Camping.....

Visitar festividades culturales.....

Ciclismo.....

Degustar de comida típica.....

Snorkeling.....

Kayak.....

Otros.....

13. Que tipo de hospedaje prefiere usted

Clase económica.....

Clase turística.....

Primera categoría.....

Lujo.....

14. Que tipo de comida prefiere

Comida local..... Comida nacional.....
Comida internacional.....

15. Cuanto estaría dispuesto a gastar.

De 450 a 600..... De 601 a 750
De 751 a 900..... De 901 a 1050.....
Más de 1051.....

16. Que medios utiliza para informarse de sus viajes de turismo.

Internet Agencias de viajes..... Revistas.....
Lonlye planet Televisión..... Otros

Gracias por su colaboración

ESCUELA SUPERIOR POLITECNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE RECURSOS NATURALES
ESCUELA DE INGENIERIA EN ECOTURISMO

The present interview has an objective to collect information for the study of touristic project implementation at the Bellavista Parroquia, Santa Cruz Island, Galápagos. Please answer the question. Thank you

1. Sex

Masculine..... Femenine.....

2. Age

10 to 20 years.....	41 to 50 years
21 to 30 years.....	51 to 60 years
31 to 40 years.....	> 61years

3. Marital status

Single..... Married..... Divorced.....

Widow(er)..... Free union.....

4. Procedence

Country.....

Estate / province.....

5. Education level

School..... High school..... University.....
 Postgrade.....

6. Which is the reason of your trip?

Tourism..... Study..... Business.....

7. Whith who do you travel?

Alone..... Family..... Friends..... Cople.....

8. While you stay in Santa Cruz Island apart from enjoying nature what esle would you like?

Pool and hidromassage..... Sport areas.....
 Ecuadorian food..... Cabañas familiares.....
 International food..... Camping zone.....
 Traditional food..... Vacation farm.....
 Eco SPA.....
 Others.....

9. How long would you like to stay in those places?

One day.....

Two days.....

Three days...

> 3 days.....

10. How much would you like to pay for those services?

20 to 30 USD.....

31 to 40 USD.....

41 to 50 USD.....

> 50 USD.....

11. What's the name of tour operator in Santa Cruz is?

Name:

By yourself:.....

12. How do you inform about Santa Cruz island - Galapagos?

Internet

Newspaper.....

TV.....

Friends

Tourist guide.....

Others.....

Thanks for your collaboration

B. ANEXO 2. (Catastro de servicios turísticos Cantón Santa Cruz)

CATASTRO DE LA PROVINCIA DE GALAPAGOS 2011								
N°	Razón Social	Propietario	Representante Legal	Dirección	Categoría	Teléfono	E-MAIL	WEB
	CANTON: Santa Cruz							
	PARROQUIA: Puerto Ayora							
	AGENCIAS DE VIAJES							
1	Andando Tours	Andando Tours	Rosario Mejía Urrutia	C Moises Brito /Mariana e Jesus e7 -113 y pradera	Internacional	2526308 023237330	info@andandotours.com	www.andandotours.com
2	Creter Tours	Creter Tours Cía. Ltda	Rea Troya Nora Sra.	Av. Baltra y 18 de Febrero (Diagonal a la Casa Verde)	Internacional	2526065	cretertour@islasantacruz.com	www.cretertours.com.ec
3	Moonrise	Moonrise S.A	Montenegro Cabrera Jenny	Av. Charles Darwin (frente al Banco del Pacífico)	Internacional	2526403-348	moonrise@easynet.net.ec yennydivine@hotmail.com	www.galapagosmoonrise.com
4	Viajes Unigalapagos	Viajes Unigalapagos S.A	Torres Paredes Hugo	C. Tomás de Berlanga y Moises Brito	Internacional	2526133	info@unigalapagos.com	www.unigalapagos.com
5	Academy Baydiving	Academy Baydiving S.A.	Hugo Masaquiza Jerez	Av. Charles Darwin, frente a Capitanía	Operadora	2524164	galapgs_academybay@hotmail.com	www.academybaydiving.com
6	Albatros Tours	Albatros Tours Altogal S.A.	Enriquez Lombeida Edison	Av. Charles Darwin, intersección Av Baltra	Operadora	2526948	albatrostours@gpsinter.net	www.albatrostoursgalapagos.com
7	Angelito Halaga	Angelito Halaga S.A.	Andrade Serrano Walter	C. Charles Binford y C. Juan Montalvo, Barrio Las Ninfas	Operadora	2526420 2526029	hugoandrade@galapagosvirtual.com	www.angelitogalapagos.com
8	Travel Makers	Red Mangroveinn S.A	Castillo Piedra Sandra	Av. Charles Darwin y Piqueros (Interior del Hstl Red mangrove Inn)	Operadora	2526564	rdager@redgalapagos.com	www.redmangrove.com
9	Button Mangrove Adventure	Haras Bunga Cía Ltda	De Palacios Maria Jose	C. Marchena y Av. Charles Darwin	Operadora	2527011	polonavarro@galapagosmagic.com sc_insulgal@yahoo.es	www.galapagosmagic.com
10	Cormorant Tours	Cormorant Tours S.A. CORMOTOURS	Villacís Villacís Angel Gustavo	Av. Charles Darwin y 12 de Febrero	Operadora	2526407	yatecormorant@yahoo.com info@cormorantexpeditions.com	www.cormorantexpeditions.com

11	Eagleray Tours Viajes y Turismo	Eagleray Tours Cía. Ltda.	Llorente Fernandez Iliana	Calle Islas Plazas y Thomas de Berlanga, Barrio Central	Operadora	2524384	info@eagleraytour.com	www.eagleraytours.com
12	Galàpagos Deep	Galàpagos Geep GALDEEP S.A.	Ascencio Anchundia David	Indefatigable y Matazarnos	Operadora	2526307	galapagosdeep08@hotmail.com	
13	Galàpagos Mundo Mágico	Galàpagos Mundo Mágico S.A. Galamagic	Kugle Karin Isabel	Av. Charles Darwin y 12 de Febrero	Operadora	2526951	info@wearethechampions.com	www.galamagic.com.ec
14	Galàpagos People	Galàpagos People	Chapi Farfan Ana	Barrio Pampas coloradas, C. Petrel y Española	Operadora	2527117	info@galapagospeople.com	www.galapagospeople.com
15	Galàpagos Sub Aqua Turismo	Galàpagos Sub Aqua Cía. Ltda.	Zambrano Aboud Fernando	Av. Charles Darwin, frente al Muelle Pelicanbay	Operadora	2526350	divecenter@galapagos-sub-aqua.com	www.galapagos-sub-aqua.com
16	Galaexpeditions	GNM Expeditions C.Ltda.	Moya Campuzano David	C. Charles Bindford y Av. Charles Darwin (frente a KFWillian)	Operadora	2527084	dmc@gnm-expeditions.com info@gnm-expeditions.com	www.gnm-expeditions.com
17	Galàpagos Voyages	Galàpagos Voyages S.A.	Jorge Espinoza Andrade	Av. Charles Darwin y Colonos (alado de la Iglesia)	Operadora	2526833	galapagosvoyages2008@hotmail.com	
18	Galapagos Yachts Unlimited Galayachts	Galapagos Yachts Unlimited Galayachts S.A.	Moreano Silva Manuel Antonio	Barrio Punta Estrada	Operadora	2527515	antonio@galayachts.com antoniomoreano@hotmail.com	www.@galayachts.com
19	Galatour	Galatour Cía Ltda	Ruben Hidalgo Medina	Calle Cucuve y Piquero, transversal Floreana	Operadora	2526327	ptoayora@kleintours.com	www.galapagosecuador.com
21	Iguana Travel	Iguana Travel S.A	Intriago Pata Adolfo	Av. Charles Darwin, interseccion Indefatigable (frente a Rest. La Garrapata)	Operadora	2524464	paddygalapagos@yahoo.com galapagosdream@yahoo.com	www.galapagosdream.com
22	Islas de Fuego Expeditions	Islas de Fuego Expeditions Cía. Ltda.	Alexis Gordillo	C. Moises Brito y Montalvo (frente del hotel fiesta)	Operadora	2526440	islasdefuego@gpsinter.net	www.islasdefuego.com
23	Joybe Tours	Joybe Tours S.A.	Mejía Sánchez Betty	C. Islas Plazas y Av. Charles Darwin	Operadora	2524385	joybetours_glp@yahoo.com	
24	Land Sea Heaven Tours	Land Sea Heaven Tours S.A	Torres José Miguel	Av. Charles Darwin y C. Charles Binfor (frente a Electronautica)	Operadora	2524383	landseaheaven@hotmail.com info@landseaheaven.com landseaheaven.com	www.landseaheaven.com www.landseaheaven.com www.landseaheaven.com
25	Lonesome George	Lonesome George Cía. Ltda.	Vaca Peñaherrera Víctor	Av. Baltra y Opuntia (Callejón Saigón)	Operadora	2526245	lonesomegrg@yahoo.com lonesomegalapagos@gmail.com	

							il.com	
26	Galapagos Cruising Murán	Murán S.A	Mora León Geoconda	C. Islas Plazas y Enrique Fuentes, Esq.	Operadora	2524838	galapagoscrusingmuran@yahoo.com galapagoscrusingmuran@hotmail.com	www.galapagosnative.com
27	Macarron's Scuba Diver Agency	Macarron's Scuba Diver Agency S.A	Moncayo Juan Carlos	Av. Charles Darwin y Floreana	Operadora	2524080	diana_jc912@hotmail.com info@macarronscubadiver.com.ec	www.macarronscubadiver.com.ec
28	New Life Travel	NEW LIFE TRAVEL LifeTravel Cía Ltda	Rosero Rosero Eduardo Manuel Antonio	Av. Charles Darwin y 12 de Febrero	Operadora	2526087	vikosdive@hotmail.com	
29	Ocean Travel	Ocean Travel S.A OCETRAV	Celi Aguirre Hugo	C. Tomás de Berlanga e Islas Plazas	Operadora	2527437	oceantravel@yahoo.com	www.hotelgardner.com
30	Hepartours	Hepartour Hermanos Paredes Torres Turismo S.A	Mariana Silvana Torres Muñoz	C. Gral. Rodríguez Lara y Genovesa	Operadora	2526179	guantanameravolita@gpsinter.net	
31	Penguin Expeditions	Penguin Expeditions Cía. Ltda.	Alba Cecilia Cabrera Barreno	Av. Baltra y Av. Charles Darwin Esq.	Operadora	2527379	penguinedivecenter@islasantacruz.com	expeditiondivecenter@hotmail.com
32	Scuba Iguana Corp.	Scuba Iguanacorp S.A.	Clavijo Gonzalez Blanca Veronica	Av. Charles Darwin s/n Barrio Pelican Bay (frente al cementerio)	Operadora	2526497	info@scubaiguana.com scubaiguana@islasantacruz.com	www.scubaiguana.com
33	Servigalápagos	Servigalápagos S.A.	Arenas Pilataxi Ricardo	Av. Charles Darwin y Piqueros, frente a H. Silverstein	Operadora	2526041 - 042	info@arenas.bz servigal@arenas.bz	www.sailinggalapagos.com
34	Yachtgala	Yachting Galápagos S.A. YACHTGALA	Jhonny Romero Mejía	C. Seymour y Adolfo Hanny, Barrio Pelicanbay	Operadora	2527403	naugala@interactive.net.ec	www.naugala.com
35	Ninfa Tour	Costuga C.A.	Jaime Ortiz Cobos	Av. Charles Darwin, frente a Tame Ofic.	Dualidad	2527512	l.ortiz@galapagosninfatur.com - s.bonilla@galapagosninfatur.com	www.galapagosninfatur.com
36	Galapatour	Turismo del Pacífico y Galápagos Galapatour Cia. Ltda.	Betancourt Ballesteros Liliana	C. Rodríguez Lara Y Genovesa	Dualidad	2526258	info@galapatur.com	www.galapatur.com
37	Navytouring	Navytouring Servicios Navieros y Turisticos Lucio S.A	Graciela Gonzales Bajaña	Av. Baltra y Enrique Fuentes, Interseccion Opuntia	Operadora	2524634	gracielagonzalesb@hotmail.com	
38	Tortubay	Tortuga bay Cia. Ltda.	Jacinto Cadena Pallo	C. Seymour s/n y Fragata, Barrio El Eden	Operadora	2527341	ventas@tortubay.com reservaciones@hoteltortubay.com	www.tortubay.com

39	Brisas del Pacífico	Brisas del Pacifico S.A. BRISAPAC	Janet Cedeño Ballesteros	C. Floreana y Adolfo Hanny	Operadora	2527394	janetrcb@hotmail.com	
40	Galápagos Fan Dive	Aquadventur S.A.	Santiago Insuasti Barriga	C. Islas Plazas y Thomas de Berlanga	Operadora	2524365	galapagosfandive@hotmail.com santiamentfandive@hotmail.com	
41	Galatravel	Galatravel Cía. Ltda.	Daniel Sotomayor Gallardo	Av. Charles Darwin y Av. Baltra	Operadora	2527141	info@galatravel.com.ec jorge@galatravel.com.ec	www.galatravel.com.ec
42	Galápagos Aqua Terra Adventure	Galápagos Aqua Terra Adventures Cía. Ltda.	Venus Gallo Camacho	C. Islas Plazas s/n y Thomas de Berlanga	Operadora	2524880	info@galapagosaquaterra.com	www.galapagosaquaterra.com
43	Cabomartur	Agencia Nacional de Viajes Cabomartour S.A.	Alberto Israel Bravo Constante	Av. Baltra (alado del Restautante El Descanso del Guía)	Operadora	2524859	cabomartur@hotmail.com	
44	Galápagos Explorer's Journal	Explorer Journal S.A.	Jaime Domínguez Rodas	Calle Floreana s/n y Rábida	Internacional	2526631	pjaimedominguez@yahoo.es	www.galapagosexplorersjournal.com
45	Traveling Ecuador	Traveling Ecuador S.A. DOORTRAVEL	Luis Alberto Jara Mosquera	Av. Charles Darwin s/n intersección Floreana	Operadora	2527125	luisjara69@yahoo.com	www.galapagostravellers.com
46	Isla Española	Isla Española Cía. Ltda. ISEPATOUR	Wolt Peter Vernaza Castillo	Av. Islas Plazas e Indefatigable	Operadora	53013178	isepatour@gmail.com	
47	Galápagos Alternative	Jimotours Cia. Ltda.	Pedro Javier Moreno Cedeño	Vía a Baltra, Sector el Bosque	Operadora	3013398	javier@galapagosalternativa.com	www.galapagosalternativa.com
48	Galicia Tours	Galicia Tours S.A.	Herrera Alejandro Podalirio	Calle Duncan y Piqueros, barrio La Unión	Operadora	2526947	galiciatours@yahoo.com	
49	Traveling Ecuador	Traveling Ecuador S.A. DOORTRAVEL	Luis Alberto Jara Mosquera	Av. Charles Darwin s/n intersección Floreana	Operadora	2527125	luisjara69@yahoo.com	www.galapagostravellers.com
50	Sope Diving	Don Sope CIA. De Turismo S.A "DOSOTUSA"	Jaime Camilo Soberon Cañarte	C. Islas Plazas y Opuntia, Sector Central	Operadora	2526909	don_sope@hotmail.com	
51	Blue Planet Adventure and Travel	Blue Planet Adventure and Travel S.A.	Jose Manuel Jimbo Jiménez	Calle Karl Angermeyer y Floreana, Sector Matazaros	Operadora	2527418	manuel.jimbo@blueplanetecuador.com	www.blueplanetecuador.com
	ALOJAMIENTO							
	Apartamentos							
52	Casa del Lago-lodging house	Alvarado Ruíz Clara Elena	Alvarado Ruíz Clara Elena	Moises Brito s/n y Juan Montalvo_ Barrio Las Ninfas	Primera	2524116	galapagoscultural@hotmail.com	www.galapagoscultural.com

53	Galápagos Apart and Suite	Castro Coray Miguel Antonio	Castro Coray Miguel Antonio	Av. Baltra e Indefatigable	Primera	2527051	tonycastror@hotmail.com tony@galapagosapartandsuites.com	www.galapagosapartandsuites.com
54	Maidith Galapagos Apartment Suites	Agreda Aguirre María Edith	Agreda Aguirre María Edith	Barrio Palecambay_ C. Cucuve S/N Y Floreana	Segunda	2526311	magreda@maidithgalapagos.com	www.maidithgalapagos.com
55	Santa Fè	María Elena Ajoy Castro	María Elena Ajoy Castro	Charles Binford y Juan Montalvo (Barrio Las Ninfas)	Primera	2526593	santafei@islasantacruz.com	
56	Suites Matazarnos	Delio Antonio Sarango Cuenca	Delio Antonio Sarango Cuenca	C. Karl Angermeyer y Floreana	Segunda	2524376	deliosarango_1957@yahoo.com	
	Hostal							
57	Fernandina	Ruíz Díaz Luis Fernando	Ruíz Díaz Luis Fernando	B. El Eden, Av. 18 de Febrero y Marchena	Primera	2526122-499	hotelfernandina@islasantacruz.com	www.hotelfernandina.com.ec
58	Finch Bay	Indefatigable S.A.	Jorge Xavier Burbano de Lara	Barrio Punta Estrada S/N, frente Playa de los Alemanes	Primera	2526297-283	recepcion@finchbayhotel.com operacionesfinch@finchbay.com	www.finchbayhotel.com www.finchbaygalapagos.com
59	Mainao	Mainao S.A.	Sangolquí Tapia Manuel Ignacio	C. Matazarnos e Indefatigable	Primera	2527029	mainaomist@hotmail.com info@hotelmainao.com	www.hotelmainao.com www.galapagosnet.com
60	Red Booby	Servicios Hoteleros y Turísticos Red Bobby Cia Ltda.	María Purificación Salinas de Villacis	Calle Thomas de Berlanga s/n y Plazas	Primera	052524631 /052526485 - 099661251	info@hotelredbooby.com.ec ; galapagos@vialtravel.com ; reservations@hotelredbooby.com.ec patricia@hotelredbobby.com	www.hotelredbooby.com.ec
61	Red Mangrove Inn	Red Mangroveinn S.A	Castillo Piedra Sandra Teresa	Av. Charles Darwin s/n y Piqueros	Primera	2526564	rdager@redmangrove.com sc_insulgal@yahoo.es	www.redmangrove.com
62	Silberstein	Servicios Turísticos Galaxtur Cia. Ltda.	Werner Kurt Silberstein	Av. Charles Darwin s/n y Piqueros	Primera	2526277-066	info@hotelsilberstein.com misrael_sinai@hotmail.com	www.hotelsilberstein.com
63	Sol y Mar	Inmobiliaria Persa CIA. LTDA.	Perez Castro Renato Anibal	Av. Charles Darwin (alado del bco. del Pacifico)	Primera	2526281	info@hotelsoly.com.ec jgonzabay@hotelsoly.com.ec	www.hotelsoly.com.ec
64	Estrella del Mar	Thorvaldo Abrahan Kasdtalen Espín	Thorvaldo Abrahan Kasdtalen Espín	Av. Charles Darwin y 12 de Febrero	Segunda	2526427 2526080	estrellademar@islasantacruz.com	

65	Tortuga Bay	Gorozabel Salmòn Glen (Puerta al Sol)	Gorozabel Salmòn Glen	C. Seymour Norte y C. Piqueros	Segunda	2527341	operaciones@agenciapuertaaalsol.com	www.tortugabay.com
66	España	Aguirre Fuentes Genoveva	Aguirre Fuentes Genoveva	C. Tomas de Berlanga e Islas Plazas	Segunda	2526108	hotelesgalapagos@yahoo.es	www.elhotelespana.com
67	Flamingo	Villacís Salinas María	Villacís Salinas María	C. Thomas de Berlanga e Islas Plazas	Tercera	2526556	brigitte@marine-adventure.com	
68	Casa Natura	Betancourt Rosita Liliana	Betancourt Rosita Liliana	C. Floreana y Jose Joaquin de Olmedo, Barrio El Eden	Primera	3013709	galapagosislands@live.com administration@casanaturahotel.com	www.casanaturahotel.com
69	Sir Francis Drake	Fanny Rosillo Becerra	Fanny Rosillo Becerra	Av. Baltra y Charles Bindford	Tercera	2526221	fannyrosillo@hotmail.com	
70	Darwin	Ricardo Alfredo Sotomayor Neira	Ricardo Alfredo Sotomayor Neira	Av. Baltra y Thomas de Berlanga	Tercera	2526193		
	Hostal Residencia							
71	Castro	Faberca S.A.	Thomas Moreno Rodriguez	Av. Los Colonos, Barrio Las Ninfas	Segunda	2526113	hotel_castro@hotmail.com	www.viajandoporamerica.com
72	Lirio del Mar	Hoyos Calero Cristóbal	Hoyos Calero Cristóbal	C. Islas Plazas y Bolívar Naveda	Segunda	2526212	mesitrujillo2008@yahoo.es	
73	Salinas	Jorge Ernesto Salinas Borja	Jorge Ernesto Salinas Borja	C. Islas Plazas y Bolívar Naveda, Barrio Central	Segunda	2526107	reservashotelsalinas@hotmail.com	
74	Nuevo Elizabeth	Vilma Judith Lucio Mora	Vilma Judith Lucio Mora	Av. Charles Darwin, alada de Rest. The Rock	Tercera	2526178	galapagoshotelelizabeth@hotmail.com	
75	Pelicanbay Inn	Georgina Ballesteros Puente	Georgina Ballesteros Puente	C. Adolfo Hanny y Floreana	Segunda	2524622	janetrcb@hotmail.com info@hotelpelicanbay.com.ec	www.pelicanbay.com.ec
76	Villa Laguna	Galapagos Aimar Cia. Ltda.	Aida Maria Ayala Chaca	C. Moises Brito s/n y Juan Montalvo, Barrio Ninfas	Primera	2524819	villalaguna@galapagosvirtual.com	yateaidamaria@galapagosvirtual.com
77	Verde Azul	Luis Sangolqui Tapia	Luis Sangolqui Tapia	C. Petrel s/n y Marchena; Barrio El eden	Segunda	53013858 87870205	hotelverdeazul2009@yahoo.es	
	Hotel							
78	Fiesta	Herrera Granda Mirian Adriana	Herrera Granda Mirian Adriana	C. Moises Brito y Juan Montalvo _ Barrio Las Ninfas	Segunda	2526440	hotelfiesta@islasantacruz.com ; hotel_fiesta@hotmail.com ; hotelfiesta@galagents.com gerencia@galagents.com baquisoy@yahoo.com	www.islasdefuego.com

79	Grand Hotel Lobo de mar	Hotel Lobo de Mar Cranvifre Cia. Ltda.	Vilema Freire Andres Cristhian	Av. Charles Darwin y C 12 de febrero	Segunda	2526569	reservas-@lobodemar.com.ec carmencita_03@hotmail.es	www.lobodemar.com.ec
80	Palmeras	Sevitur Cía Ltda	Sivilla Cedeño Nelso Hernan	C. Tomas de Berlanga e Islas Plazas	Segunda	2526139	hotelpalmeras@hotmail.com	www.hotelpalmeras.com.ec
81	Ninfas Las	GALPASS C.A.	Sr. Fernando Ortiz Cobos	C. Los Colonos s/n y Thomas de Berlanga	Primera	2526127	hotelninfas@islasantacruz.com ninfatou@uio.satnet.net	www.galapagosmarinelife.com.ec
	Pensión							
82	Escalesia	Escalesia S.A	Oswaldo Jose Molestina Zavala	Calle Seymour s/n; intersección Av. Charles Darwin	Primera	2527100	omz@gve.satnet.net	
83	Galápagos Bay House	Furio Valbonesis Valbonesis	Furio Valbonesis Valbonesis	Barrio Punta Estrada, Bahia Tiburón	Primera	2526795	info@furivolbonesi.com	www.magiccruises.com
84	Casalaiguana	Juan Altgelt Kruger	Juan Altgelt Kruger	Barrio Estrada, Barrio Barranco	Primera	4283020	dianabalt@hotmail.com	www.galapagosvilla.com
85	Cucuve Suites	Schiess Hunzucker Juan	Schiess Hunzucker Juan	Av. Charles Binfor y Av. Charles Darwin	Segunda	2526266	jschiess@ayora.ecua.net.ec	gerencia@electronautica.com.ec
86	Gardner	Hugo Wilfrido Celi Aguirre	Hugo Wilfrido Celi Aguirre	C. Tomas de Berlanga	Segunda	2526979	hotelgardner@yahoo.com	www.hotelgardnergalapagos.com
87	Mi caleta Inn	Luis Rodrigo Jacome Speck	Luis Rodrigo Jacome Speck	C. Daphne S/N y Petrel, Barrio El Eden	Segunda	2527375	execpress@gmail.com	www.galapagos-micaletainn.com
88	Amigos Los	Rosa Natividad Rosero Marino	Rosa Natividad Rosero Marino	Av. Charles Darwin y 12 de Febrero	Tercera	2526265	mariluisa62@yahoo.es	
89	Peregrina Bed & Breakfast	Marco Antonio Aguirre Vogel	Marco Antonio Aguirre Vogel	Av. Charles Darwin e Indefatigable Esq.	Tercera	2526323	peregrinagalapagos@yahoo.com	
90	Santa Cruz	Erazo del Valle Cristóbal	Erazo del Valle Cristóbal	Av. Baltra e Indefatigable	Tercera	2524273	galapagosantacruz@hotmail.com	
91	El Bambu Galápagos	Juan Sebastian Arellano Vargas	Juan Sebastian Arellano Vargas	C. Islas Duncan y Albatros S/N (frente a las canchas del Barrio la Alborada)	Segunda	2524085	apartamentos-santacruz@hotmail.com	elbambugalapagos@hotmail.com sebas.are_gps@hotmail.com
92	Angermeyer Waterfront Inn	Hein Warren Teppi Angermeyer Lituma	Hein Warren Teppi Angermeyer Lituma	Barrio Punta Estrada	Primera	94724955	tangermeyer@yahoo.com	angermeyerwaterfrontinn@gmail.com
93	Jean's Home	Schreyer Gorlitz Gunda SRA.	Schreyer Gorlitz Gunda SRA.	Punta Estrada, atrás de las ofic. De Etica	Segunda	52526446	gundisg@hotmail.es	
94	Hosteling 1028	Victoria Flores carrillo	Victoria Flores carrillo	C. Floreana s/n; Interseccion Av. Charles Darwin	Segunda	2524153	reservation@mallkuexpeditions.com info@1028hostalgalapagos.com	www.1028hostalgalapagos.com www.mallkuexpeditions.com

							os.com	com
95	Galápagos Suites	Joseline Carol Cardoso Rhor	Joseline Carol Cardoso Rhor	C. Cucuve s/n y C. Floreana.	Primera	2526209 2527076	info@galapagossuites.com reservas@galapagossuites.com	www.galapagossuites.com
	COMIDAS Y BEBIDAS							
	Bar							
96	Black Lady	Fuentes Gonzalez Carmen	Fuentes Gonzalez Carmen	Av. Baltra y Enrique Fuente	Segunda	2527407		
97	Bongo	Schiess Hunziker Peter	Schiess Hunziker Peter	Av. Charles Darwin, arriba de la Disco Panga	Segunda	2527089	elisagps@hotmail.com	
98	Limón y Café	Fuentes García Ricardo	Fuentes García Ricardo	Av. Charles Darwin	Segunda	2527010		
99	Ferchos Bar & Karaoke	Luis Fernando Moya Narvaez	Luis Fernando Moya Narvaez	Av. Charles Darwin (frente a WWF)	Segunda	2524380		
	Cafetería							
100	Bambú	Sotomayor Gallardo Ingrid	Sotomayor Gallardo Ingrid	Av. Baltra inters. Tomas de Berlanga	Segunda	2526193	sotomayorpriscila@hotmail.com jorge@galatravel.com.ec	
101	Proinsular	Proveedora Insular, Proinsular CIA.LTDA/	Carrera Rodriguez Vicente	Av. Charles Darwin	Tercera	2526120-121	vicarre17@yahoo.com	
102	Galápagos Bunga Café	Jorge Mariño Constante	Jorge Mariño Constante	C. Islas Plazas, Barrio Central	Segunda	91050126	jorge79marino@yahoo.it	
103	Ninachumbi	Byron Bejarano Moreno	Byron Bejarano Moreno	Calle Floreana, junto a las oficinas de Klein Tours	Tercera	98056386		
104	Galápagos Break Point	José Hipolito Navarro Donoso	José Hipolito Navarro Donoso	Av. Charles Darwin y Marchena s/n	Primera	2527011	sc_insulgal@yahoo.es	
	Fuente de Soda							
105	Yogurt Persa	Mercy Marilu Aguilar Andrade	Mercy Marilu Aguilar Andrade	Charles Binford (Calle de los kioskos)	Segunda	2524250		
	Restaurante							
106	Angermeyer Point	Angermeyer Point S.A.	Rafter Phillip Dominic Winslade	B. Punta Estrada	Primera	2527007	angermeyerpoint@islasanacruz.com reservations@angermeyerpoint.com	www.angermeyerpoint.com

107	Allacuna	Jácome Leroux Ana Lucía	Jácome Leroux Ana Lucía	B. Punta Estrada	Segunda	94336773	felipedegel@hotmail.com	
108	Café del mar	Lugo Bisky Fernando Hans	Lugo Bisky Fernando Hans	Av. Charles Darwin, frente a la WWF	Segunda	2524479	cafedelmargps@hotmail.com	
109	El Chocolate	Dictsy Cesibel Pisco Mendoza	Dictsy Cesibel Pisco Mendoza	Av. Charles Darwin, B. Pelicanbay	Segunda	2524654	rchocolate@hotmail.es	
110	Descanso del guía	Banguera Perea Irlanda	Banguera Perea Irlanda	Av. Charles Darwin frente al Parque Central	Segunda	2526618		
111	La Dolce Italia	Italgala S.A.	Maniscalco Ciulla Guiseppe	Av. Charles Daarwin y Bolivar Naveda	Segunda	94554668		
112	Frutos del mar Cevichería	Ortega Veliz Emerita Isidra	Ortega Veliz Emerita Isidra	Av. Charles Darwin, frente a la Capitania	Segunda	2526624	isieme@hotmail.com	
113	La Garrapata	Schiess Hunziker María Susana	Schiess Hunziker María Susana	Av. Charles Darwin	Segunda	2526264	susanaschiess@hotmail.com	
114	Hernán	Herrera Villacís Edgar Hernán	Herrera Villacís Edgar Hernán	Av. Baltra y Charles Darwin	Segunda	2526573	hernan.cafe.bar@gmail.com	hernancafebar@hotmail.com
115	Los Mellizos	Vilañez Valverde Freddy Iván	Vilañez Valverde Freddy Iván	Av. Charles Binford - Calle de los Kiskos	Segunda	2526513		
116	Rincón del Alma	Jativa Andrade Nancy Margoth	Jativa Andrade Nancy Margoth	Av. Charles Darwin, frente a la capitania de puerto	Segunda	2526196		
117	Salvavidas	Rueda Lara Galo	Rueda Lara Galo	Muelle de las Ninfas (Muelle Publico de cabotaje)	Segunda	2526418		
118	Tintorera	Sra. Linda Kerrison	Sra. Linda Kerrison	Av. Charles Darwin y Floreana (Esquina)	Segunda	2524141	lkerrison@hotmail.com	
119	The Rock	Uribe López Wilfrido Roberto	Uribe López Wilfrido Roberto	Av. Charles Darwin	Segunda	2527505	info@therockgalapagos.com	therockgps@hotmail.com
120	Tropic Bird	Mantuano Martínez Wilson	Mantuano Martínez Wilson	Av. Charles Darwin	Segunda	2524460		
121	Tropicana	Cobeña Burgos Irma Janet	Cobeña Burgos Irma Janet	Gral. Rodriguez Lara y Charles Bindford	Segunda	2524682		
122	El Langostino	López Guanga Segundo Pablo	López Guanga Segundo Pablo	C. Indefatigable y Av. Baltra, Barrio La Alborada	Tercera	2526413		
123	Lo&Lo ceviches y algo mas	Lopez Moncayo Lorena	Lopes Moncayo Lorena	C. Thomas de Berlanga	Tercera	84319533		
124	Neptuno	Maldonado Méndez Victoria	Maldonado Méndez Victoria	Av. Charles Binford y Av. Baltra	Cuarta			
125	Ronal	Aguilar Andrade Mercy Marilu	Aguilar Andrade Mercy Marilu	Av. Baltra y Charles Binford	Tercera	94904425		
126	Servisabrosón	Salcedo Bustamante Guadalupe	Salcedo Bustamante Guadalupe	Av. Charles Binford (calle de los Kioskos)	Tercera	2527461		

127	Escuela de Gastronomía	Colegio Nacional Galapagos	Patricia Cueva Pinzon	Av. Baltra y Charles Binford	Segunda	2524351	escuelagastronomiagps@gmail.com	
128	Chifa Asia	Felipe Gomez Tumbaco	Felipe Gomez Tumbaco	Av. Charles Bindfor y Rodriguez Lara	Tercera	2527321		
129	Il Giardino	Sorrento Galápagos S.C.C.	Oswaldo Alfonso Donoso Barrios	Av. Charles Darwin y Charles Bindfor	Primera	2526627	ilgiardinogalapagos@hotmail.com	
130	Isla Grill	Isla Grill Sociedad	Edgar Fernando Salazar Aldas	Av. Charles Darwin frente al Banco del Pacifico	Primera	2526461	islagrillgalapagos@hotmail.com	
	RECREACION, DIVERSION, ESPARCIMIENTO							
	<i>Discoteca</i>							
131	George Karahoke	Jorge Insuasti Barriga	Jorge Insuasti Barriga	Av. Baltra	Segunda	2526272		
132	Lizard	Torres Muñoz Galo Alfonso	Torres Muñoz Galo Alfonso	Av. Baltra - Pampas Coloradas	Segunda	2526293	ronny_torres@hotmail.com	
133	Mi oficina	Gil Jaramillo Edison Javier	Gil Jaramillo Edison Javier	C. Roberto Schiess	Tercera	2526926	javierpulpito@hotmail.com	
134	La Panga	Judith Fretz Siegrist	Judith Fretz Siegrist	Av. Charles Darwin, alado de La Garrapata	Segunda	2526266	lapangadisco@hotmail.com jschiess@ayora.ecua.net.ec	
135	Madera Fina	Franklin Arturo Sevilla Cedeño	Franklin Arturo Sevilla Cedeño	C. Thomas de Berlanga s/n y Av. Baltra	Primera	2526326	hotelpalmeras@hotmail.com	
	TRANSPORTE TURISTICO							
	<i>Marítimo</i>							
136	Eclipse	Oceanadventure S.A.	Andrew Benjamin Dod Marcus	Base Pto. Ayora	Motonave	2526086	rtrajo@eclipsegps.com	www.eclipse.com.ec
137	Isabela II	Etica Empresa Turistica Internacional C.A.	Sevilla Larrea Roque Simon	Base Pto. Ayora	Motonave	2526157	ebrito@metropolitantouring.com.ec	www.metropolitantouring.com
138	National Geographic Islander	Metrohotel Cia. Ltda.	Gallegos Banderas Alfredo Dr.	Base Pto. Ayora	Motonave	2526159	ebrito@metropolitantouring.com.ec	www.metropolitantouring.com
139	Galápagos Legend	Galapagos Corporacion	Ruben Guillermo Hidalgo Medina	Base Pto. Ayora	Motonave	2526328	ptoayora@kleintours.com.ec	www.kleintours.com.ec

		Turistica S.A						
140	National Geographic Endeavour	Metrohotel C.A.LTDA.	Gallegos Banderas Alfredo	Base Pto. Ayora	Motovelero	2526157	ebrito@metropolitantouring.com.ec	www.metropolitantouring.com
141	Santa Cruz	Etica Empresa Turisticas Internacional C.A.	Sevilla Larrea Roque Simon	Base Pto. Ayora	Motonave	2526157	ebrito@metropolitantouring.com.ec	www.metropolitantouring.com
142	Xpedition	Islas Galápagos Turismo y Vapores	Jorge Eduardo Paz Durini	Base Pto. Ayora	Motonave	2526356	haguirre@xpedition.com.ec	www.celebrityxpedition.com
143	Zein	Iguana Tours Cruceros marítimos S.A.	Eduardo Francisco Diez Cordovez	Base Pto. Ayora	Yate de Pasajeros	2526180	customerservice@quasarex.com	www.galapagosexpeditions.com
144	Angelique	KEMPERY CIA. LTDA.	Sevilla Paredes Vicente	Base Pto. Ayora	Motovelero	2526598	kemperry@kemperry.com seapreciosa@hotmail.com	www.kemperry.com
145	Cachalote	Judy Ann Carvalhal de Cambra y Martin Schreyer	Martyn Schreyer	Base Pto. Ayora	Motovelero	2526294	martinsc@ayora.ecua.net.ec	www.enchantedexpeditions.com
146	Encantada	Ecuador Center S.A Ecuacenter	Carlos Adolfo Pacheco Beltran	Base Pto. Ayora	Motovelero	2526130	info@ecuacenter.com	www.ecuadortravelinfo.com
147	Evolution	Nautica del Pacifico S.A Naupasa	Eduardo Francisco Diez Cordovez	Base Pto. Ayora	Motovelero	2526180	mmontesdeoca@quasarex.com	www.quasarex.com
148	Mary Anne	Marventura de Turismo S.A.	Angermeyer Kubler Federico	Base Pto. Ayora	Motovelero	2526308	maggie@angermeyercruises.com	www.angermeyercruise.com
149	Merak	Sarvaltours Cía. Ltda.	Grace Rubi Sarango Aldaz	Base Pto. Ayora	Motovelero	2526388	rsarango@uio.satnet.net	
150	Sagitta	Angermeyer Kubler Federico	Angermeyer Kubler Federico	Base Pto. Ayora	Motovelero	2526308	eric@angermeyercruises.com maggie@angermeyercruises.com	www.angermeyercruise.com
151	Samba	Valeria de la Pazz Salcedo Izurieta	Valeria de la Pazz Salcedo Izurieta	Base Pto. Ayora	Motovelero	2526294	martinsc@ayora.ecua.net.ec	www.andandotours.com

152	The Beagle	Cruz Bedón Augusto y Georgina Marte	Cruz Bedón Augusto	Base Pto. Ayora	Motovelero	2526449	beagle@ayora.ecua.net	www.thebeagle.com.ec
153	Aida Maria	Alicia Margot Ayala Chaca	Alicia Margot Ayala Chaca	Base Pto. Ayora	Yate de Pasajeros	2526117	infoaidamaria@galapagosvirtual.com	www.galapagostours.com
154	Albatros	Galaex S.A.	Witmer Orschell Peter	Base Pto. Ayora	Yate de Pasajeros	2526012	alta1982@hotmail.com	joffre@galapagos-agressor.com
155	Angelito I	Leonardo Andrade Serrano	Leonardo Andrade Serrano	Base Pto. Ayora	Yate de Pasajeros	2526029	hugoandrade@galapagosvirtual.com	www.angelitogalapagos.com
156	Beluga	Marítima Galápagos Margal S.A.	Martin Schreyer Goerlitz	Base Pto. Ayora	Yate de Pasajeros	2526294	martinsc@ayora.ecua.net.ec	www.enchantexpeditions.com
157	Carina	Patrice Teyssedre Gauthier	Patrice Teyssedre Gauthier	Base Pto. Ayora	Yate de Pasajeros	2526097	galapagostour@aol.com	www.galapagos123.com
158	Coral I	Klein Tour y Representaciones Cía. Ltda.	Ma. Augusta Bermeo de Klein	Base Pto. Ayora	Yate de Pasajeros	2526328	ecuador@kleintours.com.ec ptoayora@kleintours.com.ec	ecuador@kleintours.com.ec
159	Coral II	Klein Tour y Representaciones Cía. Ltda.	María Augusta Bermeo Bardagt	Base Pto. Ayora	Yate de Pasajeros	2526328	ecuador@kleintours.com.ec ptoayora@kleintours.com.ec	ecuador@kleintours.com.ec
160	Edén	Andrade Torres Efraín Gonzalo	Andrade Torres Efraín Gonzalo	Base Pto. Ayora	Yate de Pasajeros	2526136	edenyatch@hotmail.com	www.galapagostours.com
161	Galápagos Adventure II	Galapass C.A.	Rafel Fernando Ortiz Cobos	Base Pto. Ayora	Lancha	2526359	galaven@islasantacruz.com	
162	Integrity	Pacific Marine Enterprises Cía Ltda	Sievers Cedeño Christian	Base Pto. Ayora	Yate de Pasajeros	2526198	csievers@uio.satnet.net	www.reinasilvia.com
163	Millenium	Catul S.A.	Viteri Donoso Ernesto	Base Pto. Ayora	Yate de Pasajeros	2524634	tucan@tucmillenium.ec santiagolucio@yahoo.com	
164	Montserrat	Moratur Tours S. A.	Mariela Elisa Pimentel Mora	Base Pto. Ayora	Motovelero	2527086	info@galapagostravelclub.com	www.vianatura.com.ec
165	Pelíkano	Latintour Galápagos S.C.C.	Jijón Dávalos María de Lourdes	Base Pto. Ayora	Yate de Pasajeros	2526604	latintour@gpsinter.net	www.galapagosinformati.on.com

166	La Pinta	Ética Empresa Turística Internacional C.A.	Sevilla Larrea Roque Simon	Base Pto. Ayora	Yate de Pasajeros	2526157	ebrito@metropolitantouring.com.ec	www.metropolitantouring.com
167	Reina Silvia	Pacific Marine Enterprises Cía Ltda	Sievers Cedeño Christian	Base Pto. Ayora	Yate de Pasajeros	2526210	csievers@uio.satnet.net	www.reinasilvia.com
168	Tip Top II	Rolf Wittmer Turismo Galápagos CIA. LTDA.	Wittmer Enrique	Base Pto. Ayora	Yate de Pasajeros	2526503	rwittmer@tiptop.com.ec sales@rwittmer.com	www.rwittmer.com www.tiptopfleet.com
169	Tip Top III	Rolf Wittmer Turismo Galápagos CIA. LTDA.	Wittmer Enrique	Base Pto. Ayora	Yate de Pasajeros	2526503	rwittmer@tiptop.com.ec sales@rwittmer.com	www.rwittmer.com www.tiptopfleet.com
170	Amazonía	Latintour Galápagos S.C.C.	Jijón Dávalos María de Lourdes	Base Pto. Ayora	Lancha	2526604	latintour@gpsinter.net	www.galapagosinformacion.com
171	Anahí	Viajes Unigalápagos S.A.	Hugo Ulpiano Torres Paredes	Base Pto. Ayora	Lancha	2526133	info@unigalpagos.com unigalpagos@unigalpagos.com	www.unigalpagos.com
172	Daphne	Carlos W. Malo Moncayo	Carlos W. Malo Moncayo	Base Pto. Ayora	Yate de Pasajeros	2526115	info@daphnecruise.com	www.daphnecruise.com
173	Darwin	Manuel Antonio Villacis Salinas	Manuel Antonio Villacis Salinas	Base Pto. Ayora	Yate de Pasajeros	2526485	info@vigoaltravel.com	www.vigoaltravel.com
174	Flamingo	Vicente Gonzalo Villacis Rosero	Vicente Gonzalo Villacis Rosero	Base Pto. Ayora	Yate de Pasajeros	2526556	info@marine-adventure.com ventas@marine-adventure.com	brigitte@marine-adventure.com
175	Floreana	Peñaherrera Andrade Carlos	Peñaherrera Andrade Carlos	Base Pto. Ayora	Yate de Pasajeros	2526303-526314	susanap@yatefloreana.com floreana@uio.satnet.net	www.yatefloreana.com
176	Fragata	Serrano Briones Miguel	Serrano Briones Miguel	Base Pto. Ayora	Yate de Pasajeros		yfragata@uio.satnet.net	www.yatefragata.com
177	Galaxy	Galagents S.A	Alexis Gordillo Granda	Base Pto. Ayora (moises Brito y Juan Montalvo)	Yate de Pasajeros	2526489	info@galapagosgalaxy.com.ec gerencia@galagents.com	www.galapagosgalaxy.com.ec

178	Golondrina I	Serrano Briones Segundo	Serrano Briones Segundo	Base Pto. Ayora	Lancha	052 526037	yatefragata@hotmail.com	www.tierraverde.com.ec
179	Guantanamera	Jaime Aurello Asencio Anchundia	Jaime Aurello Asencio Anchundia	Base Pto. Ayora	Lancha	2526179 - 218	guantanamerayolita@gps.inter.net	
180	Jesus del Gran Poder	GALASCUB A.S.A	Peter Wittmer Orschel	Base Pto. Ayora	Yate de Pasajeros	04 2681955	marianazurita_gps@hotmail.com	joffre@galapagos-agressor.com
181	Tip Top IV	Rolf Wittmer Turismo Galápagos CIA. LTDA.	Wittmer Enrique	Base Pto. Ayora	Yate de Pasajeros	2526503	rwittmer@tiptop.com.ec	www.rwittmer.com/ www.tiptopfleet.com
182	Yolita II	Mariana Silvina Torres Muñoz	Mariana Silvina Torres Muñoz	Base Pto. Ayora	Yate de Pasajeros	2526179-218	guantanamerayolita@gps.inter.net	
183	Española	Andrade Serrano Elsa	Andrade Serrano Elsa	Base Pto. Ayora	Lancha T. D.	2526227	info@espanolatours.com.ec	www.espanolatours.com.ec
184	Sea Finch	Indefatigable S.A.	Jorge Xavier Burbano de Lara	Base Pto. Ayora	Lancha T. D.	2526297	recepcion@finchbayhotel.com gerencia@finchbayhotel.com	www.finchbayecohotel.com
185	Santa Fe III	Bayron Antonio Rueda Lara	Bayron Antonio Rueda Lara	Base Pto. Ayora	Lancha T. D.	2526593	santafeii@islasantacruz.com	www.santafeii.com.ec
186	Galápagos Adventure	Galápagos Aventuras Galaven C.A	Jaime Rolando Ortiz Cobos	Base Pto. Ayora	Lancha	2526359	galaven@islasantacruz.com	
187	Queen Beatriz	Actividades Deportivas Náuticas Givillife CIA.LTDA.	Cristhian Andres Vilema Freire	Base Pto. Ayora	Yate de Pasajeros	2526188	reservas-uo@lobodemar.com.ec ginno_vilema@hotmail.com	www.lobodemar.com.ec
188	Gran Natalia	Corsamer S.A.	Fredys Livinton Mora Trejo	Base Pto. Ayora	Yate de Pasajeros	2527049	corsamer@hotmail.com	
189	Archipell I	Cormorant Tours S.A. CORMOTOURS	Angel Gustavo Villacis Villacis	Base Pto. Ayora	Lancha	2526407	info@cormorantexpedition.com	www.cormorantexpedition.com
190	Eclipse	Daniel Crispin Tenorio Bustos	Daniel Crispin Tenorio Bustos	Base Pto. Ayora	Lancha	2526084	dtenoriob@hotmail.com	

191	Sea Lion	Indefatigable S.A.	Jorge Xavier Burbano de Lara	Base Pto. Ayora	Yate de Pasajeros	2526297	ebrito@metropolitantouring.com.ec	www.metropolitantouring.com
192	Shalom Mainao II	Rene Sangolqui Tapia	Rene Sangolqui Tapia	Base Pto. Ayora	Lancha de Pasajeros	2527117	anachapi_3@hotmail.com	
193	Iguana	Mathias Germanico Espinosa Knoche	Mathias Germanico Espinosa Knoche	Base Pto. Ayora	Lancha de Pasajeros	2526296	info@scubaiguana.com	www.scubaiguana.com
194	El Galápagos I	Jack Randall Nelson Hanner	Jack Randall Nelson Hanner	Base Pto. Ayora	Lancha de Pasajeros	2526296	info@scubaiguana.com	www.scubaiguana.com
195	Galápagos Shark	Franklin Angermeyer Lituma	Franklin Angermeyer Lituma	Base Pto. Ayora	Yate de Pasajeros	2526533-524464	franklinangermeyer@yahoo.com	
196	Treasure of Galápagos	Island Travel Cía. Ltda.	Jose Gabriel Terán Orbea	Base Pto. Ayora	Motonave de Pasajeros	2524255	creter1@creter.com.ec jgteran@andinanet.net	www.cretertours.com.ec
197	Narel	Alexis Gordillo Granda	Alexis Gordillo Granda	Base Pto. Ayora	Lancha de Pasajeros	2526489	alex.gordillo@hotmail.com	narel@galapagosgalaxy.com.ec
198	Rescate	Elsa Zambrano Mora	Elsa Zambrano Mora	Base Pto. Ayora	Lancha de Pasajeros	2526632	galapagosaquatours@hotmail.com	
199	Nautilus	Vicente Berdonces Serra	Vicente Berdonces Serra	Base Pto. Ayora	Lancha de Pasajeros	2527004	galadivers@gps.latinmedia.com.ec	
200	Fioval	Sra. Fanny Jarrín Vargas	Sra. Fanny Jarrín Vargas	Base Pto. Ayora	Lancha de Pasajeros	2527333	fannyjarrin@hotmail.com	
201	Express One	Marcelo Lara León	Marcelo Lara León	Base Pto. Ayora	Lancha de Pasajeros	2524144	marcelo21@hotmail.com	
202	Athala II	Oceanadventure S.A.	Walter Casquete Urbano	Base Pto. Ayora	Yate de Pasajeros	2526086	wcasquete@eclipsegps.com	www.oceanadventures.com.ec
203	Dios me guie II	Luis Fernando Zambrano Haboud	Luis Fernando Zambrano Haboud	Base Pto. Ayora	Lancha de Pasajeros	2526633	divecenter@galapagos-sub-aqua.com	www.galapagos-sub-aqua.com
204	Victoria	Rafael Alejandro Rubio Cano	Alba Cecilia Cabrera Barreno	Base Pto. Ayora	Lancha de Pasajeros	2527379	penguin@easynet.ec	
	PARROQUIA: Bellavista							
	COMIDAS Y BEBIDAS							

	Restaurante							
205	Cerro Mesa	Norma Jeria Moya	Norma Jeria Moya	Cerro Mesa, Recinto El Camote	Segunda	2524639	normajeriamoya@hotmail.com	
	ALOJAMIENTO							
	Hostería							
206	Altair	Salcedo Barriga Ana María	Salcedo Barriga Ana María	Rec. El Cascajo Km 12	Segunda	93312932	anaytimothy@movistar.ec cblackberry.com	
207	Quinta Margarita	Francisco De Santis Chinga	Francisco De Santis Chinga	Bellavista, Vía al Aguacatal	Tercera	85133744		
208	Semilla Verde	Robert Mark Grimstone	Robert Mark Grimstone	Km. 12 Vía a Baltra, El carmen	Primera	87103006	rob@gps.ec / info@gps.ec	www.gps.ec
	PARROQUIA: Santa Rosa							
	ALOJAMIENTO							
	Hostería							
209	Royal Palm	Serinataura Cía. Ltda.	María Rosalia Salasar Montesinos	Km. 18,5 vía a Baltra	Primera	2527408 2524240	gm@royalpalmgalapagos.com reservation@royalpalmgalapagos.com	www.royalpalmgalapagos.com
	Campamentos turísticos							
210	Galápagos Safari Camp	Galápagos Safari Camp.S.A.	Michael Roberick Mesdag Burgerhout	Recinto Salazaca	Segunda	91794259	info@galapagossafaricamp.com	www.galapagossafaricamp.com
211	Galápagos Camping	Haras Bunga Cía Ltda	Castillo Piedra Sandra Teresa	Recinto el Carmen	Segunda	2526587	ponavarro@hotmail.com sc_insulgal@yahoo.es	www.galapagoscamping.com
	COMIDAS Y BEBIDAS							
	Restaurante							
212	Aquelarre	Ruth Elizabeth Herrera Gudiño	Ruth Elizabeth Herrera Gudiño	El Carmen, Km. 14 vía a Baltra	Primera	93175377	selvapro@hotmail.com	
213	El Chato	Arias Solís Miguel Angel	Arias Solís Miguel Angel	Km 20 vía a Salazaca	Segunda	2526246		
214	Baltra	Romero Guarnizo	Romero Guarnizo Mariana	Aeropuerto de Baltra	Segunda	2524764	garcia_anagaby@hotmail.com	marianaromeroguarnizo@hotmail.com

		Mariana						
215	Rancho Primicias	Fanny Gladys Chapi Farfan	Fanny Gladys Chapi Farfan	Sector El Chato	Segunda	2526991	mishel19@yahoo.com	rancho.primicias@hotmail.com
	AGENCIAS DE VIAJES							
216	F.B.O Jethanling Ecuador S.A	F.B.O Jethanling Ecuador S.A	Mariana de Jesus Romero Guarnizo	Aeropuerto de Seymour, Isla Baltra	Operadora	2521700	asesoria@jethanling.com	

➤ Anexo 3. Reglas para visitantes a las Áreas Naturales Protegidas de 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; llévela 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 subs, and aerial tourism are not permitted in the National Park.