



**UNIVERSIDAD LAICA VICENTE ROCAFUERTE DE
GUAYAQUIL**

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL

Proyecto de Investigación como requisito previo a la obtención del
Título de Ingeniero Comercial

**“CONSTITUCIÓN DE UNA COMPAÑÍA ECOTURÍSTICA
QUE DESARROLLE BUENAS PRÁCTICAS DE TURISMO
SOSTENIBLE EN EL CANTÓN SANTA CRUZ PROVINCIA DE
GALÁPAGOS”**

AUTORES:

JORGE LUIS NOBOA ARAUJO

MAYRA ALEJANDRA ALVARADO MOSQUERA

TUTOR:

ING. WLADIMIR DEL ROSARIO ALVARADO

GUAYAQUIL-ECUADOR

2014

DEDICATORIA

Dedico esta obra a Dios, a mis hijos Francisco y Andrés a mi esposa Dixiana Celi, a mi Madre Esmeralda Araujo por sus sabios consejos y a mi padre Jorge Noboa.

Y a todos quienes durante este largo camino me ayudaron a contribuir con un granito de arena para que los hijos de mis hijos encuentren un mundo mejor.

Jorge Luis Noboa Araujo.

DEDICATORIA

Dedico este proyecto de investigación en primer lugar a la persona que siempre ha estado a mi lado desde muy pequeña quien me crió y a quien amo como mi madre, quien dedicó sus años de madurez junto a mí y con el objetivo de formar una gran profesional, porque esa era su misión para mí, su esfuerzo y sacrificio de cada día se ven ahora reflejados en lo que soy y en lo que puedo aun conseguir, ella es mi abuelita.

También dedico este proyecto a mi tío Mario quien junto con mi abuelita ayudo a formarme haciendo las veces de padre.

Dedico este proyecto a mi mama a pesar de su distancia, siempre me demostró que fue un gran sacrificio que hizo para cumplir con sus obligaciones de madre y hacer de mí una profesional.

Finalmente, dedico este proyecto a mi hija que por ella deje de estudiar unos años pero también fue mi inspiración para culminar mi carrera profesional y que puedo ser un ejemplo en su vida.

Mayra Alejandra Alvarado Mosquera

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por sus bendiciones, por iluminarme en el camino del conocimiento y la oportunidad de concederme terminar mi carrera universitaria, a la Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil y sus docentes que transmitieron sus enseñanzas que hoy se plasman en este trabajo.

A mi compañera de proyecto Mayra Alejandra Alvarado por su apoyo y trabajo en esta investigación.

Y a cada una de las personas que de una u otra forma han colaborado para el logro de este trabajo de tesis.

Jorge Luis Noboa Araujo.

AGRADECIMIENTO

Debo agradecer a muchas personas que han estado en el transcurso de mi vida.

Principalmente a Dios por tantas bendiciones, y porque esta es una más de ellas.

Agradezco a mi familia, una familia humilde llena de valores y de principios que ha logrado superarse día a día y ha formado una nueva generación de grandes profesionales, como muestra de superación y ejemplo.

Agradezco a esta universidad por abrirme las puertas y por permitirme volver y culminar mi carrera, a la facultad de ciencias administrativas , a cada uno de mis profesores a los cuales les tengo mucha admiración y cariño, gracias por sus palabras de aliento y de superación cuando pensé que ya no podía porque ser hija madre esposa y empleada es difícil pero no imposible de conseguir nuestros sueños, a todos ellos muchas gracias ,algunos ya no están con nosotros pero los llevo en mi corazón , y sé que donde estén , estarán felices de verme como su colega.

Mayra Alejandra Alvarado Mosquera

DECLARACIÓN EXPRESA

“La responsabilidad por las ideas, hechos y doctrinas expresadas en este proyecto de investigación, corresponde exclusivamente a los autores; el patrimonio intelectual del mismo a la Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil”.

Mayra Alejandra Alvarado Mosquera

Jorge Luis Noboa Araujo

RESUMEN EJECUTIVO

Las Islas Galápagos constituye uno de los lugares turísticos de alta demanda, nacional e internacional, que ha rebasado los límites de control, de visitas permitidas, con una demanda creciente, que se torna insostenible en el largo plazo; sin embargo, muy pocos turistas nacionales pueden frecuentarlo, por los altos costos que representa, solo o acompañado.

La investigación se llevó a efecto en la Parroquia Puerto Ayora del cantón Santa Cruz, en el periodo 2013 – 2014, en la cual se desea constituir un Hotel eco turístico, que desarrolle buenas prácticas de turismo sostenible. Los resultados de la investigación permitieron conocer que, mayoritariamente, los turistas visitan el lugar, porque les atrae conocer todo lo que dicen de las islas encantadas, por sus numerosas especies endémicas y los enunciados en los estudios de Charles Darwin, en su teoría de la evolución, se señala, también, que el lugar preferido de hospedaje son los hoteles y que la permanencia promedio de los turistas es de 4 días.

Por lo expuesto, la propuesta se orienta a satisfacer una demanda creciente de hospedaje, practicada con responsabilidad social, que propone integrar el trabajo local con el desarrollo comunitario, con ofertas de trabajo y alianzas estratégicas, de cadenas de servicios turísticos, para añadir valor agregado a la explotación compartida; así como también, disminuir el uso de recursos no renovables y materiales contaminantes como práctica de preservación del entorno de la isla.

La propuesta tiene como objetivo constituir una empresa de calidad hotelera que desarrolle buenas prácticas de gestión de sostenibilidad del turismo, sin alterar el equilibrio del medio ambiente y evitando los daños a la naturaleza. Se trata de una tendencia que busca compatibilizar la industria turística con la ecología, que tienen incidencia directa en la conservación y desarrollo sostenible del paisaje y la biodiversidad del entorno.

DESCRITORES: Turismo ecológico, responsabilidad social, buenas prácticas, gestión de sostenibilidad, cadena de servicios turísticos, desarrollo comunitario, conservación y desarrollo sostenible.

Contenido

INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO I.....	2
EL PROBLEMA	2
1.1. Planteamiento del problema	2
1.1.1. Situación del Problema.....	3
1.1.2. Formulación del problema	6
1.1.3. Sistematización del problema.....	6
1.2. Objetivos del Proyecto	6
1.2.1. Objetivos Generales	6
1.2.2. Objetivos Específicos	6
1.3. Justificación del Proyecto.....	7
1.4. Hipótesis de Trabajo.....	8
1.5. Declaración y Definición de Variables	8
1.5.1. Variables de Investigación	8
1.5.2. Operacionalización de Variables.....	9
1.6. Aspectos Metodológicos del Estudio	9
CAPÍTULO II	11
MARCO TEÓRICO	11
2.1. Antecedentes de la Investigación	11
2.2. Marco de Referencia.....	11
2.2.1. Marco Teórico.....	12
2.2.2. Marco contextual	14
2.2.3. Marco Legal	16
2.2.3.1 Requisitos Legales	16
2.2.3.2. Ley Orgánica de Turismo	18
2.2.3.3 Ley de Compañías.....	22
2.2.3.4 Constitución Política del Ecuador.....	25
2.2.3.4.5. Ley de Régimen Especial para la Conservación y Desarrollo sustentable de la Provincia de Galápagos.....	28
2.2.4. Marco Conceptual.....	39
2.2.4.1. Turismo Sostenible	39
2.2.4.2. Seguridad Turística.....	41
2.2.4.3. Factores de Crecimiento del Turismo.....	43

2.2.4.4.	Cultura Turística	44
2.2.4.5.	Turismo responsable: Buenas Prácticas	45
2.2.4.6.	Impacto de la Actividad Turística	47
2.2.4.7.	Huella Ecológica.....	48
2.2.4.8.	Alianzas Estratégicas	48
2.2.4.9.	Cadena de Abastecimiento o Suministro.....	49
2.2.4.10.	Competitividad (Wilsoft, 2013).....	50
2.2.4.11.	Estrategia mercadotécnica	51
2.2.4.12.	Economía de Escala	51
2.2.4.13.	Gestión Empresarial.....	51
2.2.4.14.	Modelo Extractivista.....	51
CAPÍTULO III		52
ESTUDIO DE MERCADO		52
3.1.	El Servicio	52
3.2.	Los consumidores.....	52
3.3.	La Demanda	53
3.4.	La Oferta	54
3.5.	Balance Oferta Demanda	55
3.6.	Participación de la Empresa en el Mercado	55
3.7.	Investigación de Campo: Encuesta	56
3.7.1.	Población y Muestra	56
3.7.2.	Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos	57
3.7.3.	Análisis e Interpretación de Resultados	59
3.8.	Análisis del Entorno	69
3.8.1.	Ámbito Físico Espacial	69
3.8.1.1.1.	Delimitación.....	69
3.8.1.1.2.	Hidrografía.....	70
3.8.1.1.3.	Orografía	70
3.8.1.1.4.	Geología.....	70
3.8.2.	Ámbito Socio Cultural.....	70
3.8.2.1.	Características básicas de la población.....	70
3.8.2.2.	Migración.....	71
3.8.2.3.	Idioma	71

3.8.2.4. Vivienda.....	71
3.8.2.5. Educación.....	72
3.8.2.6. Salud	72
3.8.2.7. Vías de Acceso.....	72
3.8.2.8. Religión.....	73
3.8.2.9. Agua potable	73
3.8.2.10. Contaminación Ambiental:	73
3.8.2.11. Energía Eléctrica.....	74
3.8.2.12. Tratamiento de Desechos.....	74
3.8.2.13. Sitios de Abastecimiento.....	74
3.8.2.14. Servicio telefónico	74
3.8.2.15. Suelo	75
3.8.3. Ámbito Ecológico Territorial	75
3.8.3.1. Clima.....	75
3.8.3.2. Clasificación ecológica	75
3.8.3.3. Paisaje Natural	76
3.8.3.4. Flora	76
3.8.3.5. Fauna.....	76
3.8.3.6. Gestión Ambiental	77
3.8.3.7. Gestión territorial	77
3.8.4. Ámbito Económico Productivo.....	78
3.8.4.1. Turismo	78
3.8.4.1.1. Lista de atractivos: Isla Santa Cruz:.....	78
3.8.4.2. Sector pesquero	79
3.8.4.3. Agricultura	79
3.8.4.4. Ganadería	80
3.8.4.5. Áreas de pesca.....	80
3.8.4.6. Accesibilidad al crédito.....	80
3.8.4.7. Comercios y negocios	80
3.8.4.8. Empleos e ingresos	81
3.9. Análisis FODA: Evaluación de Factores Internos y Externos	82

CAPITULO IV	84
LA PROPUESTA.....	84
4.1. El Servicio	84
4.2. Plan de Acción de Buenas Prácticas Turísticas Sostenibles.....	86
4.3. Estrategia de Posicionamiento.....	96
4.3.1. Estrategia del nombre Comercial.....	96
4.3.2. Estrategia de Logotipo	96
4.3.3. Estrategia de Venta	97
4.3.4. Estrategia Publicitaria	97
4.4. Estudio económico y financiero	98
4.4.1. Inversión.....	98
4.4.1.1. Inversión fija.....	98
4.4.1.2. Capital de Trabajo	100
4.4.1.3. Inversión total	100
4.4.2. Financiamiento	101
4.4.3. Ingresos.....	102
4.4.3.1. Ingresos por venta	102
4.4.3.2. Otros ingresos	104
4.4.4. Costos del Servicio	104
4.4.5. Gastos Operativos.....	105
4.4.5.1. Gastos Administrativos.....	105
4.4.5.2. Gastos de Ventas.....	106
4.4.5.3. Gastos Financieros	107
4.4.5. Depreciación.....	107
4.4.6. Flujo de Caja.....	111
4.4.6.1. Tasa Mínima Atractiva de Retorno (TMAR).....	112
4.4.6.2. Tasa Interna de Retorno (TIR).....	112
4.4.6.3. Valor Actual Neto (VAN).....	113
4.4.7. Estado de Resultado	113
CONCLUSIONES	115
RECOMENDACIONES	116
BILIOGRAFIA	117
ANEXOS.....	I

INDICE DE CUADROS

Cuadro: 1 Operacionalización de Variables.....	9
Cuadro: 2 Demanda Potencial.....	54
Cuadro: 3 Oferta Actual.....	54
Cuadro: 4 Balance Oferta-Demanda.....	55
Cuadro: 5 Participación de la Empresa del Mercado.....	55
Cuadro: 6 Cuando viaja le gusta ir.....	59
Cuadro: 7 Motivo principal de visita cantón Santa Cruz.....	60
Cuadro: 8 Lugar preferido de estadía.....	61
Cuadro: 9 Promedio de noches de estadía.....	62
Cuadro: 10 Le gustaría disponer de un hotel en Santa Cruz.....	63
Cuadro: 11 Tipos adicionales de servicios que le gustaría recibir.....	64
Cuadro: 12 Asistiría a este lugar.....	65
Cuadro: 13 Aspectos importantes de un lugar turístico.....	66
Cuadro: 14 Medios para informarse acerca de lugar turístico que visita.....	67
Cuadro: 15 Presupuesto Recreativo.....	68
Cuadro: 16 Análisis FODA.....	83
Cuadro: 17 Gastos preoperativos.....	99
Cuadro: 18 Inversión Fija.....	99
Cuadro: 19 Capital de Operación.....	100
Cuadro: 20 Inversión Total.....	101
Cuadro: 21 Financiamiento.....	101
Cuadro: 22 Tabla de amortización.....	102
Cuadro: 23 Capacidad utilizada mensual.....	102
Cuadro: 25 Ingreso por ventas.....	103
Cuadro: 26 Otros ingresos.....	104
Cuadro: 27 Costos del servicio.....	105
Cuadro: 28 Gastos Administrativos Generales.....	106
Cuadro: 29 Gastos de Ventas.....	107
Cuadro: 30 Gastos Financieros.....	107
Cuadro: 31 Depreciación Vehículos.....	108

Cuadro: 32 Depreciación Muebles y Enseres	108
Cuadro: 33 Depreciación Equipos de Computación	109
Cuadro: 34 Depreciación Edificios	109
Cuadro: 35 Depreciación Equipos de Oficina.....	110
Cuadro: 36 Depreciación Instalación Eléctrica.....	110
Cuadro: 37 Flujo de Caja	111
Cuadro: 38 Estado de Resultado Proyectado	114

INDICE DE GRÁFICO

Gráfico 1: Árbol de Problemas de la Mala Práctica de Turismo Sostenible.....	5
Gráfico 2: Cuándo viaja le gusta ir.....	59
Gráfico 3: Motivo principal de visita cantón Santa Cruz.....	60
Gráfico 4: Lugar preferido de estadía	61
Gráfico 5: Promedio de noches de estadía	62
Gráfico 6:Le gustaría disponer de un hotel en Santa Cruz.....	63
Gráfico 7Tipos adicionales de servicios que le gustaría recibir.....	64
Gráfico 8 Asistiría a este lugar	65
Gráfico 9: Aspectos importantes de un lugar turístico.....	66
Gráfico 10: Medios para informarse acerca de lugar turístico que visita.....	67
Gráfico 11: Presupuesto Recreativo	68
Gráfico 12: Logotipo de la empresa.....	97

INDICE DE FIGURAS

Figura: 1 Desarrollo Turístico del Cantón.....	13
Figura: 2 Ubicación Isla Galápagos.	14
Figura: 3 Cantón Santa Cruz.	15
Figura: 4 Buenas Prácticas de Turismo Sostenible.	40
Figura: 5 Seguridad Turística.....	41
Figura: 6: Seguridad Turística Pública.....	41
Figura: 7 Seguridad Turística Social.....	42
Figura: 8 Seguridad Turística Médica.....	42

Figura: 9 Seguridad de los Servicios Turísticos.....	43
Figura: 10 Cultura Turística del Cantón.....	44
Figura: 11 Costumbres turísticas del Cantón	45
Figura: 12 Turismo Responsable del Cantón	46
Figura: 13 Impacto de la Actividad Turística.....	47
Figura: 14 Alianzas Estratégicas del Cantón.....	48

INDICE DE ANEXOS

Anexo: 1 Encuesta.....	I
Anexo: 2 Fotos Puerto Ayora.....	II
Anexo: 3 Réplicas de las principales partes del hotel.	VII
Anexo: 4 Infraestructura mínima para un establecimiento de hospedaje clasificado como hotel.	XII
Anexo: 5 Detalle de IVA Cobrado	XIII
Anexo: 6: Balance de Personal.....	XIV
Anexo: 7 Retenciones en la Fuente de IVA aplicadas	XV
Anexo: 8 Áreas de construcción verificadas	XIV

INTRODUCCIÓN

Las Islas Galápagos forman parte de uno de los archipiélagos oceánicos más complejos, diversos y únicos en el mundo, reflejados en la flora y fauna singular, que alberga una amplia variedad de vida marina, terrestre y de aves; lo cual ha contribuido para que la Unesco la declare como Patrimonio Natural de la Humanidad en 1979 y, seis años más tarde, como Reserva de la Biosfera (1985).

La demanda de turismo en Galápagos supera los límites permitidos, atraída por los atractivos naturales de numerosas especies endémicas, y los estudios de Charles Darwin, “evolución de las especies”. En los últimos tiempos, el número de visitantes ha logrado cifras record; pero debido a las malas prácticas de la actividad turística, el descontrol de los habitantes de las islas, el derrame de combustible, más la importación de flora y fauna, como es el caso de los cerdos y chivos que han causado perjuicios en las especies nativas, entre otros aspectos, ponen en riesgo a nuestro patrimonio cultural, produciendo que la biodiversidad de las especies disminuyan y algunas estén peligro de extinción; de esta manera, la demanda creciente de turistas se torna insostenible en el largo plazo.

La industria turística del lugar responde a un modelo Extractivista, que concentra la riqueza en unos pocos empresarios y viola los derechos colectivos de los habitantes, de participar en el uso, usufructo, administración y conservación de los recursos naturales renovables que se hallan en su tierra, según lo señala la constitución del Ecuador.

Administrativamente Galápagos está conformada por 3 cantones islas: Santa Cruz, San Cristóbal e Isabela; con un total de 25.124 habitantes. El cantón Santa Cruz cuenta con una población de 15.393 habitantes, que representa el 61% de la población total del archipiélago, con una tasa de crecimiento poblacional de 5,87%; según los datos proporcionados por el Censo de Población y Vivienda 2010.

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA

1.1. Planteamiento del problema

El turismo constituye una significativa fuente de ingresos en nuestro país, actualmente, representa el tercer lugar, mientras el petróleo ostenta el primero; el gobierno actual está trabajando, en la campaña “Ecuador ama la vida”, para convertir al Ecuador en el centro de turismo de América latina; de manera de lograr que el turismo sea la principal fuente de ingresos del país. El promedio de turistas extranjeros que arribaron a Ecuador, durante el año 2012, fue de 1'271.000(Navarrete, 2013); y el consumo promedio alcanzó \$740 al año, de acuerdo a la información oficial del Ministerio de Turismo.

El rol del turismo ha evolucionado con el transcurso del tiempo, su origen data del siglo XIX, en que el principal objetivo de practicarlo era el ocio, descanso, salud, negocios o relaciones familiares. Actualmente, las Naciones Unidas remarcan el rol de turismo en un esquema de protección del medio ambiente y erradicación de la pobreza.

Las islas Galápagos constituyen el principal destino turístico de Ecuador; el número de visitantes extranjeros, en el año 2012, representó el 10% (125.059 / 1271.000) con respecto al promedio anual de turistas extranjeros que arribaron al país. Durante el año 2012, se registró un total de 180.831 visitantes que ingresaron a las áreas naturales protegidas de Galápagos, de los cuales, el 69% (125.059) correspondió a extranjeros y el 31% (55.772) a nacionales (MA, 2013). El 60% del turismo en Galápagos está enfocado al turismo ecológico, mientras que el 40% restante, realiza actividades recreativas, de aventuras y de contacto con la comunidad.

El rápido crecimiento turístico, en la provincia de Galápagos, provoca que este lugar se transforme en un lugar vulnerable, que requiere con extrema urgencia de la aplicación de un modelo de ordenamiento territorial, que propicie buenas prácticas de turismo sostenible en el largo plazo.

La actividad turística de Galápagos, en lo social y económico, no ha beneficiado

mayormente a los habitantes de las islas, sino a un grupo selecto de empresarios, que en mayoría, provienen del Ecuador continental o del extranjero, que participan principalmente con fines mercantilistas; de los cuales 10 entidades captan el 60% de los ingresos; de este modo la riqueza turística no se distribuye equitativamente ni se contribuye al desarrollo local. La característica del turismo que prevalece en Galápagos, es denominado “redes” que operan en cadenas de servicios, compuesta por agencias de viajes, aerolíneas, agencias de publicidad, hoteles flotantes o cruceros y ciertos negocios de élite de la localidad, que encadenan sus operaciones para cubrir el ciclo de operación turístico que maximizan sus beneficios.

1.1.1. Situación del Problema

La situación del problema se establece en la aplicación de una mala práctica de turismo sostenible, ocasionado por una explotación turística masificado y depredador, que actúa con fines mercantilistas e irresponsable, porque no consigue integrar el desarrollo económico, social y ecológico de manera sistémica, holística y participativa, entre la comunidad turística, que debe trabajar bajo el esquema de cooperación, entre los sectores públicos y privados, para conjuntamente aplicar los enfoques de sostenibilidad: ambiental, sociocultural y económico, en miras a proteger las especies y sus habitantes naturales, que están amenazadas por una explotación irracional, que no es equitativo, sustentable, soportable y viable para asegurar los beneficios compartidos, que preserven y aumenten el capital social y natural de nuestro patrimonio ecológico, que integran ecosistemas únicos en el mundo por su alto endemismo biológico y sus interesante diversidad.

Análisis crítico del problema

Para analizar la situación del problema se conformó una Comisión Cívica de Turismo “Puerto Ayora”, en la isla Santa Cruz, parroquia Puerto Ayora, integrada por 11 miembros: 3 funcionarios del sector público, 3 empresarios del sector privado, 3 moradores del sector, y los dos investigadores participantes del proyecto.

Entre las causas analizadas por la comisión, sobre el problema central, se trató sobre el turismo irresponsable propiciado por una deficiente cultura turística, ejercido por visitantes y anfitriones, quiénes deben estar mutuamente capacitados para adoptar buenas

prácticas de turismo, y en cooperación actuar, con ética y responsabilidad, para salvaguardar la integridad cultural, los procesos ecológicos esenciales, el orden, la limpieza, entre otros aspectos, que propicien un turismo sostenible de calidad y satisfacción, en pro de la conservación de la biodiversidad y protección del patrimonio histórico cultural. También se citó, como otra de las causas, que conllevan a ejercer un turismo irresponsable, el deficiente control, promoción y difusión de protección del patrimonio nacional, que debe ser ejercido responsablemente por toda la comunidad turística, como parte de una política de administración comunitaria compartida de ordenación territorial y de gestión de destino turístico.

Otra de las causas que conducen a ejercer las malas prácticas de turismo sostenible, se analizó la falta de recursos, que limitan a los empresarios locales a competir con los grandes inversionistas que, al momento mayoritariamente, no han logrado integrar el mejoramiento económico, socio cultural y ambiental de la provincia, para procurar un turismo sostenible, respetuoso con el medio natural, cultural y social, sin comprometer la capacidad patrimonial de las generaciones futuras. Sobre el tema, se trató la falta de ética y responsabilidad social de los habitantes de Galápagos, quiénes alquilan sus cupos o permisos para permitir que empresas extranjeras ejerzan el turismo, y contraten personal foráneo, entre otros aspectos, que han conseguido incrementar la población del cantón Santa Cruz, en un 34,78% en el periodo inter censal 2001 – 2010, adoptando figuras legales como socios capitalistas o alianzas estratégicas, entre otros; para dar lugar a la creación de muchos hoteles y servicios turísticos ilegales.

Como incidencias a la disponibilidad de recursos se expuso la falta de alianzas estratégicas de los proveedores turísticos locales y la dificultad de financiamiento comercial y bancario.

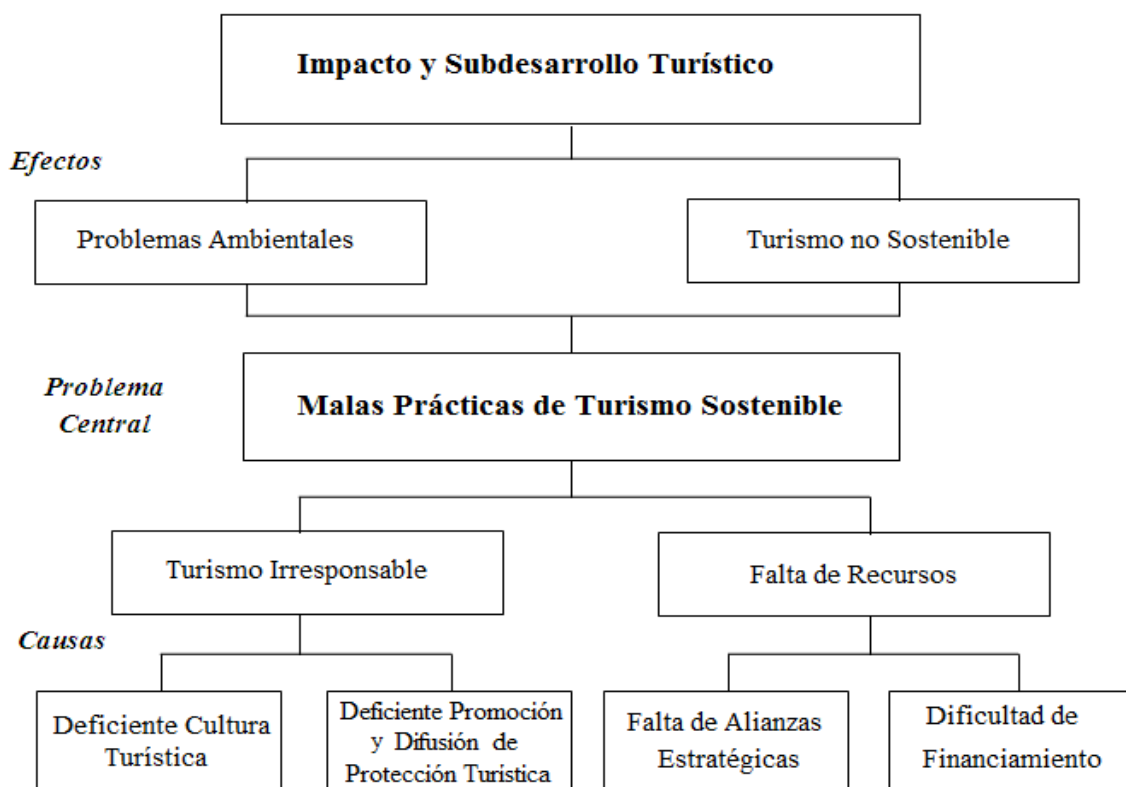
Entre los efectos, que se producen al ejercer malas prácticas de turismo sostenible, se tienen los problemas ambientales ocasionados por el mal uso de la infraestructura turística, como es el uso ilegal de las arenas de las playas empleado como material de construcción; el uso irracional de agua dulce, el aire contaminado por el fuerte consumo de combustible de los taxis que recorren un promedio por día de 240 kilómetros, equivalentes a 12 toneladas de dióxido de carbono; entre otros aspectos.

También se analizó la posibilidad de que se produzca un turismo no sostenible a largo plazo, entre otras causas, por la sobrepoblación de habitantes y visitas de turistas, que superan el límite máximo de visitantes a las islas, que es de 100.000 turistas al año, según lo indicado por la Asociación Internacional de Operadores Turísticos de las Islas Ecuatorianas de Galápagos (IGTOA); además de las secuelas correspondientes de la falta de conciencia de todos los actores, que proviene de años de descuido y deterioro progresivo de nuestro patrimonio cultural; que al momento, forma parte de la Lista de Patrimonio Mundial en Peligro, establecido por la UNESCO, desde el año 2007.

En el **Gráfico No. 1** se muestra el Árbol de Problemas sobre la mala práctica de turismo sostenible de Puerto Ayora en el cantón Santa Cruz, provincia de Galápagos.

Gráfico No. 1 Árbol de Problemas de la Mala Práctica de Turismo Sostenible de Puerto Ayora en el cantón Santa Cruz, provincia de Galápagos

Gráfico N° 1 ARBOL DE PROBLEMA



Elaborado por: Comisión Cívica de Turismo “Puerto Ayora”

1.1.2. Formulación del problema

¿Por qué las malas prácticas de ejercer el turismo están afectando el orden social, económico y ecológico de la Isla Santa Cruz, Archipiélago de Galápagos, en la conservación, desarrollo y apoyo logístico de la gestión de sostenibilidad del turismo y beneficios derivados a largo plazo?

1.1.3. Sistematización del problema

¿Qué factores de la calidad hotelera afectan la gestión de sostenibilidad del turismo y beneficios derivados a largo plazo en la Isla Santa Cruz, provincia de Galápagos?

¿Sería beneficioso para el destino turístico implementar buenas prácticas de calidad hotelera de turismo sostenible?

¿Sería rentable para la empresa ejercer buenas prácticas de gestión de sostenibilidad del turismo y beneficios derivados a largo plazo en la Isla Santa Cruz, provincia de Galápagos?

1.2. Objetivos del Proyecto

1.2.1. Objetivos Generales

Establecer una empresa de calidad hotelera que desarrolle buenas prácticas de gestión de sostenibilidad del turismo y beneficios derivados a largo plazo en la Isla Santa Cruz, provincia de Galápagos.

1.2.2. Objetivos Específicos

- Diagnosticar los factores de la calidad hotelera que están afectando la gestión de sostenibilidad del turismo y beneficios derivados a largo plazo en la Isla Santa Cruz, provincia de Galápagos.
- Determinar los beneficios que obtendría el destino turístico al implementar buenas

prácticas de calidad hotelera de turismo sostenible.

- Evaluar la rentabilidad económica financiera del proyecto

1.3. Justificación del Proyecto

La tendencia de crecimiento del turismo extranjero, en las Islas Galápagos, se mantiene constante, en los últimos años, principalmente, por la estabilidad económica, mayoritaria, del lugar de origen de los turistas: 42,5% de Europa y 30,9% de Estados Unidos de Norteamérica y Canadá. El turista nacional (19,6%), que dispone de un menor ingreso anual, es quién más aprovecha a quedarse en los centros poblados, y contribuye mayormente con la economía local; sin embargo, no dispone de una buena calidad de servicio turístico, porque los servicios de lujo son direccionados, con operadores turísticos, en su mayoría, localizados fuera de Galápagos.

La iniciativa empresarial local es escasa; debido a que los turistas, de mayores recursos económicos, llegan a la población e inmediatamente se embarcan en los cruceros, sin generar ningún beneficio a la población; por el alto nivel de exigencias de servicios, que no están disponibles en los hoteles y restaurantes locales.

El turista ecuatoriano es considerado como un turista de bajo recursos, que demanda generalmente paquetes turísticos promocionales, circunstancia que da lugar a que nuestros compatriotas sufran discriminaciones, en su propio país, tanto de parte de los empresarios nacionales como de los extranjeros.

Las malas prácticas turísticas, que parten de un servicio discriminado, ilegalidades en la obtención de cupos para ejercer el turismo, impacto ambiental deteriorado, falta de oportunidades laborales para los pobladores por la preferencia a los foráneos, subdesarrollo económico de la región; falta de políticas de desarrollo ambiental, entre otros aspectos, determinan el problema central de un turismo que no es sostenible, en el largo plazo; por consiguiente, es necesario desarrollar buenas prácticas turísticas con responsabilidad integral, en el orden social, económico y ecológico.

El presente proyecto de inversión se justifica porque busca constituir una empresa

eco turística hotelera, con responsabilidad integral, con la visión de propiciar buenas prácticas de aplicación de turismo sostenible; apegado a la ley y sus reglamentos, que ejercita la igualdad de oportunidades y el buen trato a los clientes, cualquiera que sea su procedencia, que aporta con el desarrollo local, que brinda trabajo a la población y permanentemente contribuye a la preservación y conservación del medio ambiente.

1.4. Hipótesis de Trabajo

La aplicación de buenas prácticas de turismo hotelero contribuirá a fortalecer la calidad de gestión de sostenibilidad del turismo, para la conservación, desarrollo y apoyo logístico en la Isla Santa Cruz, provincia de Galápagos.

1.5. Declaración y Definición de Variables

1.5.1. Variables de Investigación

Las variables expresan características observables, que se desean conocer, explicar, dimensionar, y estudiar; susceptibles de adoptar distintos valores, son los elementos que se relacionan en la hipótesis, que pueden ser expresados en varias categorías(Barreto, 2012).

Variable Independiente: Es la causa supuesta de algún cambio en la variable dependiente, sus resultados tiene la capacidad para influir, incidir o afectar a otras variables (Stephen R. , 2004).

Variable Independiente: Buenas Prácticas de Turismo

Variable Dependiente: Es una respuesta afectada por una variable independiente, que interesa explicar al investigador, representa una característica o cualidad que identifica a una realidad que se puede medir, controlar y estudiar mediante el proceso de investigación.

Variable Dependiente: Desarrollo de turismo sostenible

1.5.2. Operacionalización de Variables

Es la definición conceptual y operacional de las variables de la hipótesis, en el que se detallan los instrumentos, que incluyen los respectivos indicadores, que se emplearán en la investigación, para observar, manejar y medir las variables, con el fin de determinar los cambios o hechos que se desean conocer.

Cuadro No. 1 Operacionalización de Variables

Variables	Definición Operacional	Instrumento	Indicadores
Buenas prácticas de turismo	Son acciones o iniciativas con repercusiones tangibles y mensurables que contribuyen a mejorar la sostenibilidad de la conservación, desarrollo y apoyo logístico del destino turístico.	• Encuesta de Opinión de los potenciales usuarios, nacionales y extranjeros	<ul style="list-style-type: none"> • Diseño del servicio • precio • Confiabilidad • Conservación
Calidad de Gestión de sostenibilidad del turismo sostenible	Es el cumplimiento de normas éticas y legales, con expectativas y anhelos, de ejercer un servicio de turismo sostenible responsable.	Viabilidad del Servicio	<ul style="list-style-type: none"> • Evaluación Económica Financiera • Financiamiento

Elaborado por: El autor

1.6. Aspectos Metodológicos del Estudio

Los métodos pertinentes, teóricos – prácticos, que se adoptan para conducir la presente investigación al planteamiento de estrategias y toma de decisiones con resultados favorables, son:

- **Documental:** La investigación recurre al proceso investigativo documental y bibliográfico, de las actividades turísticas, públicas y privadas, de las islas galápagos

para conocer, entre otros aspectos, las acciones que ponen en peligro la conservación del patrimonio natural de Galápagos, que ha sido calificado y alertado por la Unesco, al incluirla en una lista de riesgo; así como también conocer las teorías y aportaciones de tratadistas en el tema de conservación, desarrollo y apoyo logístico de productos turísticos competitivos, que den soporte a la investigación.

- **De Campo:** en la parroquia Puerta Ayora de la Isla Santa Cruz, de la provincia Galápagos, mediante entrevista a los propietarios de hoteles, restaurantes y promotores de atractivos turísticos; para tomar fotos, conocer los productos turísticos que se ofrecen en el lugar, profundizar sobre las prácticas y desórdenes que ponen en peligro la conservación del patrimonio natural de Galápagos, la capacidad de asociativismo de los prestatarios turísticos locales, la colaboración público-privada, entre otros aspectos. También, se efectuará una encuesta a los turistas locales, nacionales y extranjeros, para conocer su aceptación y predisposición de participar en la oferta local de prestación de servicio de turismo sostenible, gustos y preferencias, opiniones y motivaciones de turismo, entre otros; y definir un plan de desarrollo estratégico de Gestión de sostenibilidad de turismo sostenible en la isla.
- **Investigación Inductiva – Deductiva:** El método inductivo es un modo de razonar que conduce a los investigadores a la generalización: de lo particular a lo general, de una parte a un todo. Con este método se busca encontrar los antecedentes que causan el problema global del nivel desigual e insatisfactorio para ejercer y promover la ejecución del turismo sostenible en la provincia del Guayas. El método deductivo, en cambio, conduce los resultados de la investigación a la inferencia: de lo general a lo particular, de lo complejo a lo simple; su aplicación contribuye a definir las estrategias de soluciones posibles para mejorar y desarrollar el turismo interior en la provincia.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes de la Investigación

Para disponer de información referencial investigativa sobre el tema de investigación, se efectuó un análisis exhaustivo en el listado de tesis de grado de la Universidad Laica Vicente Rocafuerte, que preceden a la presente investigación, en la que se pudo comprobar que no se dispone de ningún registro por otros autores, y por consiguiente califica como nuevo.

2.2. Marco de Referencia

El turismo basado en la naturaleza, que incluye al ecoturismo, es el segmento del turismo que está experimentando el mayor dinamismo en su crecimiento a nivel mundial (UICN, 2013). Los expertos que han tratado el tema sugieren como objetivos del ecoturismo la sostenibilidad, la conservación y la participación de la comunidad local. Además le atribuyen la capacidad de permitir alcanzar los objetivos del desarrollo sostenible en las regiones con potencialidades ecoturísticas.

Entre los motivos principales para un notable crecimiento de turistas hacia áreas naturales se debe, entre otras razones, a la experimentación de nuevos estímulos / retos, la sensibilidad cada vez mayor a los problemas del medio ambiente y el deseo de estar en contacto con la naturaleza.

La Unión Internacional para la Conservación de la Naturaleza (UICN) define el ecoturismo como: “Aquella modalidad turística ambientalmente responsable consistente en viajar o visitar áreas naturales con el fin de disfrutar, apreciar y estudiar los atractivos naturales (paisaje, flora y fauna silvestres), de dichas áreas, así como cualquier manifestación cultural (del presente y del pasado) que puedan encontrarse ahí, a través de un proceso que promueve la conservación, tiene bajo impacto ambiental y cultural y propicia un involucramiento activo y socioeconómicamente benéfico de las poblaciones locales” (Ceballos – Lascuráin, 1998, p.7).

Por ende, las actividades calificadas como ecoturísticas deben contribuir a la creación de una conciencia ecológica que profundice en los intereses comunitarios y en la protección del medio ambiente para lograr el desarrollo de un turismo sostenible, al aprovechar las ventajas comparativas, al aplicar estrategias de ecoturismo responsable, a través de la capacitación, planificación y conservación de nuestro patrimonio, entre otros, que permitan a nuestro país, convertirse en uno de los lugares más atractivos del mundo en lo que respecta a su biodiversidad en flora y fauna, paisaje, áreas de interés natural y cultural, preservando su autenticidad y promoviendo valores culturales dentro de un marco turístico.

Respecto al índice de competitividad de negocios, Ecuador se ubica en el puesto 103 entre 125 países, debiendo destacarse que a criterio del FEM (FORO ECONÓMICO MUNDIAL), el desarrollo de las empresas en Ecuador se encuentra más avanzado que el ambiente de negocios en el cual éstas tienen que operar, recomendando que se den cambios significativos en políticas públicas para que el país mejore en productividad. (Zerna, 2008)

2.2.1. Marco Teórico

El desarrollo del turismo promueve las construcciones e instalaciones necesarias para facilitar la prestación de cada uno de los servicios. Algunos alejados de los destinos turísticos (aeropuertos, gasolineras, cafeterías, entre otros) y los más específicos se localizan en su entorno y forman concentraciones de servicios para satisfacer las necesidades de los turistas que allí concurren (Boullon, 2000).

Actualmente se intenta un desarrollo turístico que se encuentre en armonía con el ambiente, como un “conjunto de modalidades turísticas que tienen por objetivo ser consecuentes en los valores naturales, sociales y comunitarios, permitiendo además, tanto a los anfitriones como a los huéspedes, disfrutar de una interacción positiva que merece la pena, así como de las experiencias compartidas” (Stephen J. , 2000).

En la **Figura No. 1** se describe una de las actividades que actualmente se efectúan en la provincia:

Figura No. 1 Desarrollo Turístico del Cantón



Fuente: Investigación Directa

El turismo sostenible debe reportar también un alto grado de satisfacción a los turistas y representar para ellos una experiencia significativa, que los haga más conscientes de los problemas de la sostenibilidad y fomente en ellos unas prácticas turísticas sostenibles” (OMT, 2013).

El logro de un turismo sostenible es un proceso que requiere un constante seguimiento de los impactos económicos y sociales, al introducir mecanismos preventivos o correctivos, lo cual exige la participación conjunta de todos los agentes involucrados.

El turismo sostenible hace énfasis en la equidad social, es decir, aquella que supone que el turismo ha de generar un reparto, tanto de costos como de beneficios. Por otra parte, la sostenibilidad ambiental, que implica la conservación y el respeto de los recursos y valores naturales que son la base de la propia actividad turística y cuya existencia ha de ser garantizada para el futuro para el propio sostenimiento de la actividad. Por último la eficacia económica que implica que el turismo ha de ser ante todo una actividad generadora de ingresos para la sociedad, generadora de empleos dignos y calificados.

De tal manera, que la actividad de impulsar el turismo con respecto al medio ambiente, incorpore a las comunidades locales al desarrollo, evitando el deterioro del capital humano y cultural, a través de la aplicabilidad de principios de sostenibilidad.

2.2.2. Marco contextual

Las Islas Galápagos están ubicadas a 1.050 km de la Costa del Ecuador. Según el Censo de Población del 2010, en esa provincia habitan 25.124 personas, el 83% se ubica en el área urbana y el 17% en el área rural. En la Figura No. 2 se describe la ubicación exacta del cantón:

Figura No. 2 Ubicación de la Isla Santa Cruz en la Isla Galápagos



Fuente: http://www.ecuaworld.com.ec/mapa_galapagos.htm

En los últimos 15 años, el archipiélago experimentó un crecimiento económico y poblacional ocasionado por un gran aumento del turismo, con un crecimiento concomitante en la producción de desechos y en la demanda de agua y energía. También se incrementó considerablemente el número de vehículos motorizados y naves de carga y se evidenció una rápida expansión de un estilo de vida fundamentalmente consumista que resulta contradictorio con la realidad ecológica de este frágil archipiélago.

De acuerdo a los datos proporcionados por el Parque Nacional Galápagos, el número de turistas que vienen a Galápagos ha tenido históricamente una tendencia a incrementarse. En 1980 ingresaron 17.460 turistas, en el año 1990 habían ingresado 49.178 visitantes en el 2000 se incrementó a 87.856 turistas y en el 2010 el número que ingresó a Galápagos fue de 162.610 (Gobierno Municipal, 2009).

En la isla Santa Cruz, capital económica y turística del archipiélago, vive un estimado de 14012 personas según datos del INEC 2010, es decir más de la mitad de la población total de Galápagos. La isla más central y también más poblada, Santa Cruz, es la segunda isla más grande del archipiélago después de Isabela. Su capital es Puerto Ayora, el centro urbano más poblado en las Islas Galápagos; la isla cuenta también con algunos pueblos pequeños, cuyos habitantes viven de la agricultura y de la ganadería.

Santa Cruz, es biodiverso en cuanto a flora y fauna, puesto que reúne los principales factores de temperatura, humedad, clima, condiciones geológicas e hidrológicas etc., las mismas que se relacionan e interactúan estrechamente permitiendo la reproducción y vida de especies únicas características de este ecosistema, convirtiéndola en una zona sensible y al mismo tiempo un paraíso natural que atrae al turismo (EsIA, 2009). Santa Cruz, con su vegetación exuberante, su paisaje bonito y el clima variado, tiene especies únicas de flora y fauna: Tortugas gigantes en la región de Chato y la Caseta, cactus gigantes y una variedad de árboles frondosos y fruta comestible. También cuenta con unas infraestructuras turísticas tales como hoteles, hostales y restaurantes para satisfacer las necesidades de los turistas nacionales y extranjeros (ECOSTRAVEL, 2013). En la Figura No. 3 se ilustra a detalle el cantón Santa Cruz.

Figura No. 3 Mapa del Cantón Santa Cruz



Fuente: <http://cotopaxinoticias.com/seccion.aspx?sid=19&nid=11574>

Debido a estas características casi toda la isla forma parte de la zona protegida del Parque Nacional Galápagos, permitiendo así que la explotación turística controlada y regulada sea la principal fuente de ingreso económico que cubre las necesidades básicas de la población, ya que por ser categorizado como un lugar frágil, implementar actividades industriales de generación de trabajo es imposible.

La existencia de esta biodiversidad, y el mantenerse como Patrimonio Natural de la Humanidad, garantizarán que Santa Cruz y todo el Archipiélago, estén siempre en la lista de los sitios más importantes en el mundo para visitar, ya sea con fines de investigación científica o por turismo.

El centro de hospedaje turístico de la isla es Puerto Ayora, la misma que ofrece todo tipo de confort y servicios; como hoteles en tierra y mar, restaurantes, bares, policía, hospital, bancos, etc. Las playas de Santa Cruz son famosas por sus cristalinas aguas, ideales para buceo con tubo de respiración y la práctica del surf.

Este proyecto busca constituir un Hotel Ecológico, mediante el cual, su funcionamiento respeta al máximo el medio ambiente, mediante la utilización de materiales ecológicos, la incorporación de energías renovables, o alimentación elaborada con productos ecológicos, entre otros aspectos.

2.2.3 Marco Legal

2.2.3.1 Requisitos Legales

Para la constitución de este tipo de compañías se debe cumplir una serie de formalidades generales tales como:

- Solicitud a la Superintendencia de Compañías, pidiendo la aprobación del tipo de compañía, y registro del nombre o denominación, en la cual se presenta varias alternativas, para el consentimiento de una de ellas, una vez que este organismo compruebe que no existe otra denominación idéntica o semejante.

- Elaboración de la minuta del contrato de la compañía, suscrita por abogado, en la que se debe especificar el nombre de la empresa, el domicilio, alcance de las actividades de la misma, el nombre de los socios con la estructura del capital, y los demás aspectos que se deben considerar para la elevación de este documento a escritura pública.
- Apertura de una cuenta de integración de capital en cualquier institución financiera autorizada para este fin, realizando el primer depósito que debe ser no menor al 50% del capital social.
- Los estatutos aprobados por la Superintendencia de Compañías, se elevan a escritura pública ante un Notario de la localidad en donde la compañía realizará sus actos de comercio con las firmas de los socios fundadores.
- Mediante resolución de la Superintendencia de Compañías se aprueba la constitución, emitiendo un extracto de prensa de la aprobación de la escritura, que debe ser publicado por una sola vez, en un diario de gran circulación en la ciudad del domicilio de la compañía.
- Un ejemplar de la escritura pública de constitución de la compañía ingresa a la Superintendencia de Compañías para la obtención de la resolución de aprobación de la constitución.
- Obtención de la patente municipal a fin de que se pueda ejercer actos de comercio.
- Afiliación a la Cámara de la Producción que corresponda al giro del negocio, así por ejemplo: Cámara de Comercio, Cámara de Industriales, Cámara de la Pequeña Industria, etc.
- Inscripción de la escritura de constitución de la compañía en el Registro Mercantil.
- Elaboración e inscripción de los nombramientos de las personas encargadas de la administración de la compañía en el Registro Mercantil.

- Obtención del Registro Único de Contribuyentes, en el Servicio de Rentas Internas (SRI)” (CEP, 2008).

2.2.3.2 Ley Orgánica de Turismo

Art. 1.- La presente Ley tiene por objeto determinar el marco legal que regirá para la promoción, el desarrollo y la regulación del sector turístico; las potestades del Estado y las obligaciones y derechos de los prestadores y de los usuarios.

Art. 2.- Turismo es el ejercicio de todas las actividades asociadas con el desplazamiento de personas hacia lugares distintos al de su residencia habitual, sin ánimo de radicarse permanentemente en ellos.

Art. 3.- Son principios de la actividad turística, los siguientes:

- a) La iniciativa privada como pilar fundamental del sector; con su contribución mediante la inversión directa, la generación de empleo y promoción nacional e internacional;
- b) La participación de los gobiernos provincial y cantonal para impulsar y apoyar el desarrollo turístico, dentro del marco de la descentralización;
- c) El fomento de la infraestructura nacional y el mejoramiento de los servicios públicos básicos para garantizar la adecuada satisfacción de los turistas.
- d) La conservación permanente de los recursos naturales y culturales del país; y,
- e) La iniciativa y participación comunitaria indígena, campesina, montubia o afro ecuatoriana, con su cultura y tradiciones.

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.

DE LOS INCENTIVOS Y BENEFICIOS EN GENERAL

Art. 26.- Las personas naturales o jurídicas que presenten proyectos turísticos y que sean aprobados por el Ministerio de Turismo, gozarán de los siguientes incentivos:

1. Exoneración total de los derechos de impuestos que gravan los actos societarios de aumento de capital, transformación, escisión, fusión incluidos los derechos de registro de las empresas de turismo registradas y calificadas en el Ministerio de Turismo. La compañía beneficiaria de la exoneración, en el caso de la constitución, de una empresa de objeto turístico, deberá presentar al municipio respectivo, la Licencia Única de Funcionamiento del respectivo año, en el plazo de 90 días contados a partir de la fecha de su inscripción en el Registro Mercantil del Cantón respectivo, caso contrario la municipalidad correspondiente emitirá los respectivos títulos de crédito de los tributos exonerados sin necesidad de un trámite administrativo previo. En el caso de los demás actos societarios posteriores a la constitución de la empresa, la presentación de la Licencia Única de Funcionamiento de la empresa turística será requisito previo para aplicar, la exoneración contemplada en el presente artículo;
2. Exoneración total de los tributos que gravan la transferencia de dominio de inmuebles que se aporten para la constitución de empresas cuya finalidad principal sea el turismo, así como los aportes al incremento del capital de compañías de turismo registradas y calificadas en el Ministerio de Turismo. Esta exoneración comprende los impuestos de registro y alcabala así como sus adicionales tanto para el tradente como para la empresa que recibe el aporte. Estos bienes no podrán ser enajenados dentro del plazo de 5 años, desde la fecha del respectivo contrato, caso contrario se gravará con los respectivos impuestos previamente exonerados con los respectivos intereses, con excepción de

que la enajenación se produzca a otro prestador de servicios turísticos, calificado, así mismo, por el Ministerio de Turismo.

PROTECCION AL CONSUMIDOR DE SERVICIOS TURISTICOS

Art. 42.- Corresponde al Ministerio de Turismo la defensa de los derechos del usuario de servicios turísticos en los términos que señala la Constitución Política, la Ley Orgánica de Defensa del Consumidor y esta Ley.

Art. 43.- De conformidad con el artículo 23 numeral 3 de la Constitución Política, se prohíbe toda discriminación a los extranjeros o a cualquier otro grupo humano en las actividades turísticas, especialmente en lo que concierne a tarifas y tasas por cualquier servicio turístico.

Art. 44.- El empresario que venda o preste servicios turísticos de los detallados en esta Ley es civilmente responsable por los eventuales daños que cause a quien los utilice. Su responsabilidad llega hasta la culpa leve. Así mismo, es responsable por los actos de negligencia de sus empleados; en el ejercicio de sus funciones vinculadas con la empresa que presta el servicio.

Art. 45.- Habrá lugar al resarcimiento de daños y perjuicios, en los siguientes casos:

- a) El que anuncie al público, a través de medios de comunicación colectiva, de Internet o de cualquier otro sistema, servicios turísticos de calidad superior a los que realmente ofrece; o en su propaganda use fotografías o haga descripciones distintas a la realidad;
- b) El empresario cuyo servicio tenga una calidad inferior a la que corresponda a su categoría a la oferta pública de los mismos;

Art. 47.- Obligación del Registro Único de Turismo.- Toda persona natural, jurídica, empresa o sociedad, previo el inicio de cualquiera de las actividades turísticas 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.

DE LA LICENCIA ÚNICA ANUAL DE FUNCIONAMIENTO

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.

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.

Art. 57.- Autoridad Administrativa.- El Ministerio de Turismo concederá la Licencia Única Anual de Funcionamiento exceptuándose aquellos establecimientos

turísticos que se encuentren ubicados dentro de la jurisdicción cantonal de los Municipios a los cuales, a través del proceso de descentralización, se haya transferido esta competencia. En cuyo caso son éstos organismos los que otorgarán el instrumento administrativo mencionado.

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.

2.2.3.3 Ley de Compañías

Art. 1.- Contrato de compañía es aquél por el cual dos o más personas unen sus capitales o industrias, para emprender en operaciones mercantiles y participar de sus utilidades. Este contrato se rige por las disposiciones de esta Ley, por las del Código de Comercio, por los convenios de las partes y por las disposiciones del Código Civil (Congreso Nacional, 1999).

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

Si las compañías tuvieran sucursales o establecimientos administrados por un factor, los lugares en que funcionen éstas o éstos se considerarán como domicilio de tales compañías para los efectos judiciales o extrajudiciales derivados de los actos o contratos realizados por los mismos.

Art. 5.- Toda compañía que se constituya en el Ecuador tendrá su domicilio principal dentro del territorio nacional.

Art. 13.- Designado el administrador que tenga la representación legal y presentada la garantía, si se la exigiere, inscribirá su nombramiento, con la razón de su aceptación, en el Registro Mercantil, dentro de los treinta días posteriores a su designación, sin necesidad de la publicación exigida para los poderes ni de la fijación del extracto. La fecha de la inscripción del nombramiento será la del comienzo de sus funciones.

Art. 16.- La razón social o la denominación de cada compañía, que deberá ser claramente distinguida de la de cualquiera otra, constituye una propiedad suya y no puede ser adoptada por ninguna otra compañía.

Art. 20.- Las compañías constituidas en el Ecuador, sujetas a la vigilancia y control de la Superintendencia de Compañías, enviarán a ésta, en el primer cuatrimestre de cada año:

- a) Copias autorizadas del balance general anual, del estado de la cuenta de pérdidas y ganancias, así como de las memorias e informes de los administradores y de los organismos de fiscalización establecidos por la Ley;
- b) La nómina de los administradores, representantes legales y socios o accionistas; y,
- c) Los demás datos que se contemplaren en el reglamento expedido por la Superintendencia de Compañías.

El balance general anual y el estado de la cuenta de pérdidas y ganancias estarán aprobados por la junta general de socios o accionistas, según el caso; dichos documentos, lo mismo que aquellos a los que aluden los literales b) y c) del inciso anterior, estarán firmados por las personas que determine el reglamento y se presentarán en la forma que señale la Superintendencia.

Art. 92.- La compañía de responsabilidad limitada es la que se contrae entre tres o más personas, que solamente responden por las obligaciones sociales hasta el monto de sus aportaciones individuales y hacen el comercio bajo una razón social o denominación objetiva, a la que se añadirán, en todo caso, las palabras "Compañía Limitada" o su correspondiente abreviatura.

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

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

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

Art. 102.- El capital de la compañía estará formado por las aportaciones de los socios y no será inferior al monto fijado por el Superintendente de Compañías que corresponde a \$ 400 dólares. Estará dividido en participaciones expresadas en la forma que señale el Superintendente de Compañías.

Al constituirse la compañía, el capital estará íntegramente suscrito, y pagado por lo menos en el cincuenta por ciento de cada participación. Las aportaciones pueden ser en numerario o en especie y, en este último caso, consistir en bienes muebles o inmuebles que correspondan a la actividad de la compañía. El saldo del capital deberá integrarse en un plazo no mayor de doce meses, a contarse desde la fecha de constitución de la compañía.

Art. 115.- Son obligaciones de los socios:

- a) Pagar a la compañía la participación suscrita. Si no lo hicieren dentro del plazo estipulado en el contrato, o en su defecto del previsto en la Ley, la compañía podrá, según los casos y atendida la naturaleza de la aportación no efectuada, deducir las acciones establecidas en el Art. 219 de esta Ley;
- b) Cumplir los deberes que a los socios impusiere el contrato social;
- c) Abstenerse de la realización de todo acto que implique injerencia en la administración;
- d) Responder solidariamente de la exactitud de las declaraciones contenidas en el contrato de constitución de la compañía y, de modo especial, de las declaraciones relativas al pago de las aportaciones y al valor de los bienes aportados;
- e) Cumplir las prestaciones accesorias y las aportaciones suplementarias previstas en el contrato social. Queda prohibido pactar prestaciones accesorias consistentes en trabajo o en servicio personal de los socios;
- f) Responder solidaria e ilimitadamente ante terceros por la falta de publicación e inscripción del contrato social; y,

- g) Responder ante la compañía y terceros, si fueren excluidos, por las pérdidas que sufrieren por la falta de capital suscrito y no pagado o por la suma de aportes reclamados con posterioridad, sobre la participación social.

2.2.3.4 Constitución Política del Ecuador

Art. 57.- Se reconoce y garantizará a las comunas, comunidades, pueblos y nacionalidades indígenas, de conformidad con la Constitución y con los pactos, convenios, declaraciones y demás instrumentos internacionales de derechos humanos, los siguientes derechos colectivos:

1. Mantener, desarrollar y fortalecer libremente su identidad, sentido de pertenencia, tradiciones ancestrales y formas de organización social.
2. No ser objeto de racismo y de ninguna forma de discriminación fundada en su origen, identidad étnica o cultural.
3. Mantener la posesión de las tierras y territorios ancestrales y obtener su adjudicación gratuita.
4. Conservar y promover sus prácticas de manejo de la biodiversidad y de su entorno natural. El Estado establecerá y ejecutará programas, con la participación de la comunidad, para asegurar la conservación y utilización sustentable de la biodiversidad.
5. La consulta previa, libre e informada, dentro de un plazo razonable, sobre planes y programas de prospección, explotación y comercialización de recursos no renovables que se encuentren en sus tierras y que puedan afectarles ambiental o culturalmente; participar en los beneficios que esos proyectos reporten y recibir indemnizaciones por los perjuicios sociales, culturales y ambientales que les causen. La consulta que deban realizar las autoridades competentes será obligatoria y oportuna. Si no se obtuviese el consentimiento de la comunidad consultada, se procederá conforme a la Constitución y la ley.

Art. 71.- La naturaleza o Pacha Mama, donde se reproduce y realiza la vida, tiene derecho a que se respete integralmente su existencia y el mantenimiento y regeneración de sus ciclos vitales, estructura, funciones y procesos evolutivos.

Toda persona, comunidad, pueblo o nacionalidad podrá exigir a la autoridad pública el

cumplimiento de los derechos de la naturaleza. Para aplicar e interpretar estos derechos se observaran los principios establecidos en la Constitución, en lo que proceda.

El Estado incentivará a las personas naturales y jurídicas, y a los colectivos, para que protejan la naturaleza, y promoverá el respeto a todos los elementos que forman un ecosistema.

Art. 72.- La naturaleza tiene derecho a la restauración. Esta restauración será independiente de la obligación que tienen el Estado y las personas naturales o jurídicas de Indemnizar a los individuos y colectivos que dependan de los sistemas naturales afectados.

En los casos de impacto ambiental grave o permanente, incluidos los ocasionados por la explotación de los recursos naturales no renovables, el Estado establecerá los mecanismos más eficaces para alcanzar la restauración, y adoptará las medidas adecuadas para eliminar o mitigar las consecuencias ambientales nocivas.

Art. 74.- Las personas, comunidades, pueblos y nacionalidades tendrán derecho a beneficiarse del ambiente y de las riquezas naturales que les permitan el buen vivir.

Los servicios ambientales no serán susceptibles de apropiación; su producción, prestación, uso y aprovechamiento serán regulados por el Estado.

Art. 275.- El régimen de desarrollo es el conjunto organizado, sostenible y dinámico de los sistemas económicos, políticos, socio-culturales y ambientales, que garantizan la realización del buen vivir, del Sumak Kawsay.

El Estado planificará el desarrollo del país para garantizar el ejercicio de los derechos, la consecución de los objetivos del régimen de desarrollo y los principios consagrados en la Constitución. La planificación propiciará la equidad social y territorial, promoverá la concertación, y será participativa, descentralizada, desconcentrada y transparente.

El buen vivir requerirá que las personas, comunidades, pueblos y nacionalidades gocen efectivamente de sus derechos, y ejerzan responsabilidades en el marco de la interculturalidad, del respeto a sus diversidades, y de la convivencia armónica con la

naturaleza.

Art. 276.- El régimen de desarrollo tendrá los siguientes objetivos:

1. Mejorar la calidad y esperanza de vida, y aumentar las capacidades y potencialidades de la población en el marco de los principios y derechos que establece la Constitución.
2. Construir un sistema económico, justo, democrático, productivo, solidario y sostenible basado en la distribución igualitaria de los beneficios del desarrollo, de los medios de producción y en la generación de trabajo digno y estable.
3. Fomentar la participación y el control social, con reconocimiento de las diversas identidades y promoción de su representación equitativa, en todas las fases de la gestión del poder público.
4. Recuperar y conservar la naturaleza y mantener un ambiente sano y sustentable que garantice a las personas y colectividades el acceso equitativo, permanente y de calidad al agua, aire y suelo, y a los beneficios de los recursos del subsuelo y del patrimonio natural.
5. Garantizar la soberanía nacional, promover la integración latinoamericana e impulsar una inserción estratégica en el contexto internacional, que contribuya a la paz y a un sistema democrático y equitativo mundial.
6. Promover un ordenamiento territorial equilibrado y equitativo que integre y articule las actividades socioculturales, administrativas, económicas y de gestión, y que coadyuve a la unidad del Estado.
7. Proteger y promover la diversidad cultural y respetar sus espacios de reproducción e intercambio; recuperar, preservar y acrecentar la memoria social y el patrimonio cultural.

Art. 404.- El patrimonio natural del Ecuador único e invaluable comprende, entre otras, las formaciones físicas, biológicas y geológicas cuyo valor desde el punto de vista ambiental, científico, cultural o paisajístico exige su protección, conservación, recuperación y promoción. Su gestión se sujetará a los principios y garantías consagrados en la Constitución y se llevará a cabo de acuerdo al ordenamiento territorial y una zonificación ecológica, de acuerdo con la ley.

Art. 407.- Se prohíbe la actividad extractiva de recursos no renovables en las áreas protegidas y en zonas declaradas como intangibles, incluida la explotación forestal. Excepcionalmente dichos recursos se podrán explotar a petición fundamentada de la Presidencia de la República y previa declaratoria de interés nacional por parte de la Asamblea Nacional, que, de estimarlo conveniente, podrá convocar a consulta popular.

2.2.3.5 Ley de Régimen Especial para la Conservación y Desarrollo Sustentable de la Provincia de Galápagos.

Art. 1. Ámbito. La Ley de Régimen Especial para la Conservación y el Desarrollo Sustentable de la provincia de Galápagos, establece el régimen jurídico administrativo al que se someten los organismos del régimen seccional dependiente y del régimen seccional autónomo, en lo pertinente; los asentamientos humanos y sus actividades, relacionadas como salud, educación, saneamiento y servicios básicos, entre otros; las actividades de conservación y desarrollo sustentable de la provincia de Galápagos y el área que constituye la Reserva Marina de Galápagos.

Art. 3. El Instituto Nacional Galápagos -INGALA-, es una entidad de derecho público, con personalidad jurídica, con capacidad jurídica para ejercer derechos y contraer obligaciones; con patrimonio propio, presupuesto propio, autonomía administrativa y financiera, con sede en Puerto Baquerizo Moreno, cantón San Cristóbal, provincia de Galápagos; adscrito a la Presidencia de la República y con jurisdicción en Galápagos.

Art. 17. Tributo al ingreso de turistas

Establécese el tributo por el ingreso al Parque Nacional Galápagos y a la Reserva de recursos marinos de la provincia de Galápagos, que será pagado por los turistas en los lugares de recaudación que para el efecto se fijen, y en los montos que a continuación se detallan:

1. El valor equivalente en sucres a cien dólares de los Estados Unidos de América(US\$ 100,00), por el ingreso de turistas extranjeros no residentes en el Ecuador mayores de 12 años, distintos a aquellos establecidos en el número 3 de este artículo;

2. El valor equivalente en sucres a cincuenta dólares de los Estados Unidos de América (US\$ 50,00), por el ingreso de turistas extranjeros no residentes en el Ecuador menores de 12 años, distintos a aquellos establecidos en el número 4 de este artículo;
3. El valor equivalente en sucres a cincuenta dólares de los Estados Unidos de América (US\$ 50,00), por el ingreso de turistas extranjeros no residentes en el Ecuador, mayores de 12 años, nacionales de uno de los países pertenecientes a la Comunidad Andina de Naciones o al Mercosur;
4. El valor equivalente en sucres a veinticinco dólares de los Estados Unidos de América (US\$ 25,00), por el ingreso de turistas extranjeros no residentes en el Ecuador menores de 12 años, nacionales de uno de los países pertenecientes a la Comunidad Andina de Naciones o al Mercosur;
5. El valor equivalente en sucres a seis dólares de los Estados Unidos de América (US\$ 6,00), por el ingreso de turistas nacionales o extranjeros residentes en el Ecuador, mayores de 12 años;
6. El valor equivalente en sucres a tres dólares de los Estados Unidos de América (US\$ 3,00), por el ingreso de turistas nacionales o extranjeros residentes en el Ecuador, menores de 12 años; y,
7. El valor equivalente en sucres a veinticinco dólares de los Estados Unidos de América (US\$ 25,00), por el ingreso de turistas, estudiantes extranjeros no residentes en el Ecuador que se encuentren matriculados en instituciones educativas nacionales.

Los turistas nacionales o extranjeros menores de 2 años de edad, se encuentran exentos del pago de este tributo.

El sujeto activo de este tributo es el Estado ecuatoriano, y la Dirección del Parque Nacional Galápagos, se constituye en agente recaudador, a la que le corresponde además su distribución de acuerdo con lo dispuesto en esta Ley.

Art. 18. Distribución de los recursos por ingreso a las áreas protegidas de la provincia de Galápagos.

Los recursos provenientes de la recaudación del tributo establecido en el artículo precedente serán distribuidos de la siguiente manera:

1. Parque Nacional Galápagos	40%
2. Municipalidades de Galápagos	20%

3. Consejo Provincial de Galápagos	10%
4. Reserva Marina de la provincia de Galápagos	5%
5. El INEFAN para el Patrimonio Nacional de Áreas Protegidas	5%
6. Instituto Nacional Galápagos -INGALA-	10%
7. Para el Sistema de Inspección y Cuarentena de La provincia de Galápagos	5%
8. Armada Nacional	5%

La Dirección del Parque Nacional Galápagos administrará los recursos establecidos en los numerales 1, 4 y 7. Así mismo, asignará, de conformidad con los Planes de Manejo, los montos que sean requeridos para garantizar el control y patrullaje de la Reserva Marina a cargo de la Armada Nacional y aquellos requeridos por el Servicio Ecuatoriano de Sanidad Agropecuaria -SESA- para financiar el Sistema de Inspección y Cuarentena de la provincia de Galápagos.

Art. 24. Principio General

Toda persona que ingrese o permanezca en la provincia de Galápagos deberá legalizar su situación migratoria de conformidad con esta Ley, su Reglamento General de Aplicación y el Reglamento especial de la materia. El control de la residencia, lo ejercerá el Comité de Calificación y Control de Residencia del Consejo del INGALA de conformidad a la presente Ley y su Reglamento.

Art. 29. Turistas y transeúntes

En aplicación del artículo 34 de la Ley Especial de Desarrollo Turístico, para efectos de esta Ley, turistas son los visitantes del Patrimonio de Áreas Protegidas y de las zonas pobladas de la provincia de Galápagos.

Transeúntes son las personas naturales que se encuentran de tránsito en la provincia de Galápagos y no pertenecen a otra de las categorías establecidas dentro del Régimen de residencia de esta Ley.

Art. 30. Actividades de los turistas y transeúntes

Las personas que viajen en calidad de turistas o se encuentren de tránsito en la provincia de Galápagos no podrán ejercer ninguna actividad lucrativa y solo podrán permanecer un plazo máximo de 90 días en el año en el territorio provincial, renovable excepcionalmente por una sola vez, de conformidad con las disposiciones que para este efecto se establecerán en el Reglamento.

Art. 31. Requisitos para los turistas y transeúntes

Las personas naturales que viajen en calidad de turistas o transeúntes a la provincia de Galápagos deberán:

1. Obtener la Tarjeta de Control de Tránsito emitida por el INGALA, que será distribuida a través de las oficinas de turismo, agencias de viajes, despacho de las líneas aéreas u otras oficinas de transporte de pasajeros; y,
2. Obtener pasaje aéreo o marítimo nacional, personal e intransferible, de ida y regreso entre el continente y las Islas.

Art. 41. Transporte y comercialización

El transporte y la comercialización serán regulados en el Plan de Manejo, de acuerdo con los correspondientes estudios técnicos justificativos.

Art. 42. Pesca artesanal

En el área de la Reserva Marina de la provincia de Galápagos está permitida únicamente la pesca artesanal, definida en el correspondiente Plan de Manejo. En dicho plan se permitirá el reemplazo de embarcaciones menores por otras de mayor capacidad, tonelaje y artes de pesca, a fin de garantizar la optimización de la actividad pesquera del pescador artesanal de Galápagos. Este reglamento se elaborará a base del último censo pesquero. Los permisos de pesca serán otorgados por embarcación y podrán ser transferibles de conformidad con el respectivo Reglamento.

Art. 45. Turismo y conservación

El turismo permitido en la provincia de Galápagos se basará en el principio de Turismo de Naturaleza y tendrá como destinos el Parque Nacional, la Reserva Marina y los centros poblados de la provincia de Galápagos. Estará sujeto a modalidades de operación compatibles con los principios de conservación establecidos en esta Ley. Además, a las normas contenidas en la Ley Especial de Desarrollo Turístico, Ley Forestal y de Áreas Naturales y Vida Silvestre, a sus Reglamentos Generales, Reglamento Especial de Turismo en Áreas Naturales Protegidas y a los planes de manejo vigentes.

Art. 48. Fomento del turismo con participación de la comunidad local

Para efectos de asesorar al Parque Nacional Galápagos y al Ministerio de Turismo, en la planificación y coordinación de las actividades turísticas con participación de la comunidad local, se conforma la Junta Consultiva con instituciones públicas y privadas de la provincia de Galápagos. Su integración y funcionamiento se establecerá en el Reglamento General de Aplicación de esta Ley y en los respectivos Planes de Manejo.

Todas las modalidades de operación turística actuales y aquellas que se crearen a futuro serán diseñadas para los residentes permanentes, a quienes se le otorgará los respectivos derechos de operación turística, siempre y cuando no hayan obtenido patentes o cupos con anterioridad, para lo cual deberán ser calificados por el INEFAN y aprobados por el Consejo del INGALA y podrán acogerse a créditos preferenciales diseñados para la actividad turística.

Los derechos de operación turística otorgados por el INEFAN con anterioridad a la expedición de esta Ley, serán respetados y mantenidos.

Art. 49. Construcción de nueva infraestructura turística

La construcción de nueva infraestructura turística requerirá la autorización del Consejo del INGALA que será otorgada únicamente a residentes permanentes y además deberá:

- a) Producir beneficios locales;

- b) Garantizar la calidad de los servicios turísticos conforme al Reglamento Especial de Turismo en Áreas Naturales Protegidas;
- c) Garantizar que el impacto a los ecosistemas de la provincia de Galápagos sea mínimo, mediante el correspondiente estudio de impacto ambiental y plan de manejo; y,
- d) Establecerse en las zonas expresamente permitidas dentro de la planificación y zonificación según conste en los correspondientes Planes de Manejo, Plan Regional y normas ambientales.

Art. 52. Excepción al incremento periódico de los cupos para operaciones

En la provincia de Galápagos no se aplicará el incremento periódico previsto para otras áreas naturales conforme al artículo 42 de la Ley Especial de Desarrollo Turístico. Cualquier modificación estará sujeta a las revisiones que se hagan a los respectivos Planes de Manejo.

Art. 69. Será sancionado con prisión de 1 mes a un año y multa de diez a mil salarios mínimos vitales generales y el decomiso de los productos, según sea del caso y siempre que no haya sido aplicada esta sanción en vía administrativa:

- a) Quien, destruya o altere las áreas protegidas, abandonen desperdicios o desechos en las bahías, playas o riveras; arrojen al agua desperdicios u objetos que deterioren gravemente el ecosistema o, sin la autorización extraigan materiales áridos o pétreos de las áreas protegidas;
- b) Quien, sin autorización, introduzca por cualquier medio organismos exógenos a las Islas;
- c) Quien, sin autorización, transporte por cualquier medio materiales geológicos de las Islas hacia el continente o hacia el extranjero; y,
- d) Quien, autorice la concesión de cupos de operación turística o de pesca en los períodos de moratoria que se señalen expresamente o en contravención grave de las normas vigentes.

Además será sancionado con la cancelación de su cargo.

DISPOSICIONES TRANSITORIAS

TERCERA. Los operadores y armadores turísticos que hayan obtenido permisos, patentes y cupos de operación hasta la fecha de expedición de esta Ley deberán someterse al momento de la renovación que corresponda, al procedimiento, mecanismos y requisitos establecidos

en el Reglamento Especial de Turismo en Áreas Naturales Protegidas. En el proceso de transición se considerarán y respetarán los derechos adquiridos.

En tanto se produce la transición referida en el inciso precedente, se prohíbe el aumento de cupos de operación o modificaciones en la capacidad de las embarcaciones que actualmente operan en Galápagos; excepto para aquellas embarcaciones de armadores residentes permanentes que no han alcanzado el límite de 16 pasajeros.

CUARTA. Como excepción a la disposición transitoria cuarta contenida en la Ley Especial de Desarrollo Turístico, el otorgamiento de cupos, patentes, autorizaciones o permisos de operación turística para las modalidades de tour de bahía, de buceo y de pesca deportiva para los residentes permanentes; y, el otorgamiento de cupos, patentes, autorizaciones o permisos, de operación turística para las modalidades de tour diario y navegable para los residentes permanentes de la Isla Isabela, se efectuará de conformidad con el Reglamento Especial de Turismo en Áreas Naturales Protegidas y el correspondiente Plan de manejo, hasta el límite que establezca el Directorio de INEFAN. Esta limitación no podrá ser modificada hasta el fenecimiento de los ocho años de suspensión general contenidos en la Ley Especial de Desarrollo Turístico.

Se exceptúa de la prohibición para la construcción de nuevos hoteles en la provincia de Galápagos aquellos que se realicen en la Isla Isabela. La construcción de nuevos hoteles en dicha Isla, se efectuará con las autorizaciones que correspondan conforme al reglamento y con sujeción al Plan de Manejo respectivo.

Art. 1.- La presente Ley tiene por objeto determinar el marco legal que regirá para la promoción, el desarrollo y la regulación del sector turístico; las potestades del Estado y las obligaciones y derechos de los prestadores y de los usuarios.

Art. 2.- Turismo es el ejercicio de todas las actividades asociadas con el desplazamiento de personas hacia lugares distintos al de su residencia habitual, sin ánimo de radicarse permanentemente en ellos.

Art. 3.- Son principios de la actividad turística, los siguientes:

- a) La iniciativa privada como pilar fundamental del sector; con su contribución mediante la inversión directa, la generación de empleo y promoción nacional e internacional;
- b) La participación de los gobiernos provincial y cantonal para impulsar y apoyar el desarrollo turístico, dentro del marco de la descentralización;
- c) El fomento de la infraestructura nacional y el mejoramiento de los servicios públicos básicos para garantizar la adecuada satisfacción de los turistas.
- d) La conservación permanente de los recursos naturales y culturales del país; y,
- e) La iniciativa y participación comunitaria indígena, campesina, montubia o afro ecuatoriana, con su cultura y tradiciones.

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.

DE LOS INCENTIVOS Y BENEFICIOS EN GENERAL

Art. 26.- Las personas naturales o jurídicas que presenten proyectos turísticos y que sean aprobados por el Ministerio de Turismo, gozarán de los siguientes incentivos:

1. Exoneración total de los derechos de impuestos que gravan los actos societarios de aumento de capital, transformación, escisión, fusión incluidos los derechos de registro de las empresas de turismo registradas y calificadas en el Ministerio de Turismo. La compañía beneficiaria de la exoneración, en el caso de la constitución, de una empresa de objeto turístico, deberá presentar al municipio respectivo, la Licencia Única de Funcionamiento del respectivo año, en el plazo de 90 días contados a partir de la fecha de su inscripción en el Registro Mercantil del Cantón respectivo, caso contrario la municipalidad correspondiente emitirá los respectivos títulos de crédito de los tributos exonerados sin necesidad de un trámite administrativo previo. En el caso de los demás actos societarios posteriores a la constitución de la empresa, la presentación de la Licencia Única de Funcionamiento de la empresa turística será requisito previo para aplicar, la exoneración contemplada en el presente artículo;
2. Exoneración total de los tributos que gravan la transferencia de dominio de inmuebles que se aporten para la constitución de empresas cuya finalidad principal sea el turismo, así como los aportes al incremento del capital de compañías de turismo registradas y calificadas en el Ministerio de Turismo. Esta exoneración comprende los impuestos de registro y alcabala así como sus adicionales tanto para el tradente como para la empresa que recibe el aporte. Estos bienes no podrán ser enajenados dentro del plazo de 5 años, desde la fecha del respectivo contrato, caso contrario se gravará con los respectivos impuestos previamente exonerados con los respectivos intereses, con excepción de que la enajenación se produzca a otro prestador de servicios turísticos, calificado, así mismo, por el Ministerio de Turismo.

PROTECCION AL CONSUMIDOR DE SERVICIOS TURISTICOS

Art. 42.- Corresponde al Ministerio de Turismo la defensa de los derechos del usuario de servicios turísticos en los términos que señala la Constitución Política, la Ley Orgánica de Defensa del Consumidor y esta Ley.

Art. 43.- De conformidad con el artículo 23 numeral 3 de la Constitución Política, se prohíbe toda discriminación a los extranjeros o a cualquier otro grupo humano en las actividades turísticas, especialmente en lo que concierne a tarifas y tasas por cualquier servicio turístico.

Art. 44.- El empresario que venda o preste servicios turísticos de los detallados en esta Ley es civilmente responsable por los eventuales daños que cause a quien los utilice. Su responsabilidad llega hasta la culpa leve. Así mismo, es responsable por los actos de negligencia de sus empleados; en el ejercicio de sus funciones vinculadas con la empresa que presta el servicio.

Art. 45.- Habrá lugar al resarcimiento de daños y perjuicios, en los siguientes casos:

- a) El que anuncie al público, a través de medios de comunicación colectiva, de Internet o de cualquier otro sistema, servicios turísticos de calidad superior a los que realmente ofrece; o en su propaganda use fotografías o haga descripciones distintas a la realidad;
- b) El empresario cuyo servicio tenga una calidad inferior a la que corresponda a su categoría a la oferta pública de los mismos;

Art. 47.- Obligación del Registro Único de Turismo.- Toda persona natural, jurídica, empresa o sociedad, previo el inicio de cualquiera de las actividades turísticas 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.

DE LA LICENCIA ÚNICA ANUAL DE FUNCIONAMIENTO

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.

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.

Art. 57.- Autoridad Administrativa.- El Ministerio de Turismo concederá la Licencia Única Anual de Funcionamiento exceptuándose aquellos establecimientos turísticos que se encuentren ubicados dentro de la jurisdicción cantonal de los Municipios a los cuales, a través del proceso de descentralización, se haya transferido esta competencia. En cuyo caso son éstos organismos los que otorgarán el instrumento administrativo mencionado.

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.

2.2.4 Marco Conceptual

2.2.4.1 Turismo Sostenible

Según, **Pérez de la Hera, M. (2004)**, el “turismo sostenible” se aplica a cualquier modalidad de viaje, que hace un intento de reducir sus impactos ambientales y socioculturales adversos. Es un turismo que contribuye al desarrollo sostenible, esto es, que promueve la conservación de los recursos, que involucra a la población local en su planificación y manejo, y que prioriza la obtención de beneficios a mediano y largo plazo (Pérez, 2014).

En la Figura No. 4 se ilustra a detalle las buenas prácticas de turismo sostenible aplicado en el Cantón, el cual se detalla a continuación, con la finalidad de crear beneficios para la gente local y mejorar el bienestar de las comunidades de acogida:

Figura No. 4 Buenas Prácticas de Turismo Sostenible

A. Conservación de las Especies



B. Actividades de Concientización de buenas prácticas de los Turistas



2.2.4.2 Seguridad Turística

La Organización Mundial del Turismo ha definido la seguridad turística como la protección de la vida, de la salud, de la integridad física, psicológica y económica de los visitantes, prestadores de servicios y miembros de las comunidades receptoras. En la Figura No. 5 se detallan las actividades que actualmente se realizan en la Isla Santa Cruz, como resguardo policial, entre otros:

Figura No. 5 Seguridad Turística



Fuente: Investigación Directa

- **SEGURIDAD PÚBLICA:** sistema que permite el libre desplazamiento del turista por el destino, disminuyendo el porcentaje de situaciones de conflicto, principalmente los hechos delictivos -casos de robos y hurtos- y los accidentes. En la Figura No. 6 se ilustra los representantes de la seguridad pública del cantón:

Figura No. 6 Seguridad Turística Pública



Fuente: Investigación Directa

- **SEGURIDAD SOCIAL:** sistema que permite el libre desplazamiento del turista por el destino ante problemas sociales como movilizaciones, huelgas, etc. En la Figura No.7 se ilustra la seguridad turística social del cantón:

Figura No. 7 Seguridad Turística Social



Fuente: Investigación Directa

- **SEGURIDAD MÉDICA:** sistema de prevención, emergencia y protección que permite la asistencia médica al visitante antes de viajar o durante su desplazamiento en el destino turístico. En la Figura No.8 se ilustra la seguridad turística médica del cantón:

Figura No. 8 Seguridad Turística Médica



Fuente: Investigación Directa

- **SEGURIDAD DE LOS SERVICIOS TURISTICOS:** sistema que permita la protección del turista durante el desplazamiento por los distintos establecimientos de servicios turísticos y recreativos (hotel, restaurante, agencia de viajes, etc.) del destino turístico. En la Figura No.9 se ilustra la seguridad de los Servicios Turísticos del cantón:

Figura No. 9 Seguridad de los Servicios Turísticos



Fuente: Investigación Directa

2.2.4.3 Factores de Crecimiento del Turismo

El desarrollo de un lugar se debe considerar no la afluencia turística de visitantes sino el bienestar generado por la actividad turística, es decir el número de óptimo de visitantes de acuerdo a los recursos ambientales de la zona, la capacidad de la población local de organizar y orientar el desarrollo turístico y la definición de productos y servicios que se adapten a la cualificación de las necesidades de la población local, que ha de ser la máxima beneficiaria del proceso turístico, considerando además los intereses de generaciones futuras. (VIÑALS 2002, 85)

Sin embargo existen condicionantes, a considerar, las cuales permiten el desarrollo turístico, siendo las siguientes (VIÑALS 2002, 134):

- Infraestructuras y servicios generales: accesibilidad, tráfico, transporte público, abastecimiento de agua, limpieza y recogida de basuras, alumbrado público, asistencia sanitaria, seguridad ciudadana, etc.
- Aspectos relacionados con el medio ambiente: saturación del destino, conservación medioambiental del entorno, contaminación acústica, etc.
- Equipamiento recreativo, cultural y de servicios turísticos, áreas recreativas, oferta comercial, oferta cultural, y de ocio, profesionalidad de los trabajadores del sector turístico y gestión turística.

Para Ávila, R. (2002) considera no sólo el aspecto de territorio, sino que incluye a la población, considerando (Avila, 2002):

- A. La protección, conservación del medio ambiente y cultura
- B. El desarrollo y valoración del patrimonio
- C. El crecimiento y la consolidación económica
- D. La calidad de vida de los habitantes

2.2.4.4 Cultura Turística

La Cultura Turística es una serie de conocimientos y valores que mediante su práctica con nuestras actitudes y costumbres se favorece el fomento y el desarrollo de la actividad turística(Alarcón, 2013). En la Figura No. 10 se ilustra la cultura turística actual del cantón:

Figura No. 10 Cultura Turística del Cantón



Fuente: Investigación Directa

La Cultura Turística se divide en dos partes: cultura que son las costumbres y tradiciones de cada lugar y el Turismo, disfrutar el tiempo libre (Culturaturística, 2011). En la Figura No.11 se ilustran las actividades, costumbres realizadas por los turistas:

Figura No. 11 Costumbres turísticas realizadas en el Cantón



Fuente: Investigación Directa

Elementos de la Cultura Turística

- **Preparación:** Es la actividad profesional concreta, que nos mantenga vigentes y actualizados cada día para interactuar con los turistas.
- **Servicio:** Cordial, eficaz, desinteresado, buscando únicamente la satisfacción del turista.
- **Calidad:** Que garantice la satisfacción de cuantos tengan relación con nuestro trabajo.
- **Profesionalismo.** que prestemos sean calificados como óptimos por el turista.

2.2.4.5 Turismo responsable: Buenas Prácticas

El término Turismo Responsable (TR) hace referencia a la actitud de respeto en relación a los lugares y a las personas con las cuales el viajero entra en contacto a lo largo de su estancia en el país que visita. El TR enfatiza la importancia de los consumidores y de la industria en tomar responsabilidad en relación a la actividad turística. El objetivo fundamental del TR es crear mejores sitios para los anfitriones y para los visitantes (Ethnic,

2013). En las Figura No. 12 se describe el turismo responsable del cantón:

Figuras No. 12 Turismo responsable del Cantón



Fuente: Investigación Directa

El Turismo Responsable se caracteriza por:

- Minimizar los impactos negativos económicos, ambientales y sociales.
- Crear beneficios para la gente local y mejorar el bienestar de las comunidades de acogida.
- Involucrar a las personas locales en las decisiones que afectan sus vidas y oportunidades de vida.
- Hacer contribuciones positivas para la conservación del patrimonio natural y cultural, para contribuir a la conservación de la diversidad cultural del mundo.
- Proporcionar experiencias más agradables para los turistas a través del contacto con la población local y una mayor comprensión de los aspectos sociales y ambientales de las cuestiones de la cultura local.
- Ser culturalmente sensible, promocionar respeto y entendimiento entre los turistas y los anfitriones y contribuir al desarrollo de la confianza y el orgullo local.

2.2.4.6 Impacto de la Actividad Turística

Son consecuencias no deseadas derivadas de la utilización de los espacios turísticos, que afectan negativamente a la calidad ambiental y patrimonial de los diferentes espacios naturales. Es la probabilidad de ocurrencia de efectos adversos, independientemente de su intensidad o magnitud, entendida como la medida cuantitativa o cualitativa de su severidad, convirtiéndose de este modo en esperados y por tanto en evitables, a través de la ordenación física y funcional de los espacios naturales. En la Figura No. 13 se ilustra las actividades que impactan negativamente en la actividad turística del cantón, como lo son los depósitos de basura en el ambiente donde se desplazan los turistas.

Figuras No. 13 Impacto de la Actividad Turística



Fuente: Investigación Directa

2.2.4.7 Huella Ecológica

La Huella Ecológica (HE), es un indicador clave para medir sustentabilidad (explotación de un recurso por debajo del límite de renovabilidad del mismo). Mide el impacto de todas nuestras actividades (consumo de materiales o energía, consumo de recursos naturales como agua, papel o madera, producción de desechos, etc.) expresado en número de hectáreas de ecosistemas productivos. Esta medida permite generar información que evalúe el estado de los recursos y su permanencia, a partir de la huella que cada ser humano deja en el planeta (DM, 2013).

2.2.4.8 Alianzas Estratégicas

Una Alianza Estratégica es una asociación entre dos o más empresas que unen recursos y experiencias para desarrollar una actividad específica, crear sinergias de grupo o como una opción estratégica para el crecimiento. Este tipo de asociación puede ser utilizada para conquistar un nuevo mercado (geográfico o sectorial), adquirir nuevas habilidades o ganar tamaño crítico. En la Figura No. 14 se ilustran los eventos culturales que se efectúan entre varias empresas para fomentar el desarrollo turístico del cantón:

Figuras No. 14 Alianzas Estratégicas del Cantón



Fuente: Investigación Directa

Las principales ventajas de las Alianzas Estratégicas como una fuente de desarrollo empresarial son, por un lado, el acceso a nuevos mercados sin grandes inversiones y con menores riesgos y, en segundo lugar, la utilización de sinergias comerciales y tecnológicas. Presenta, sin embargo, algunos riesgos potenciales, tales como el intercambio de conocimientos con los competidores y la pérdida de flexibilidad estratégica (Nunes, 2012).

Las alianzas estratégicas permiten a las empresas aumentar sus recursos y habilidades al mismo tiempo que trabajan con sus aliadas para desarrollar recursos y habilidades adicionales que serán la base de ventajas competitivas nuevas. (R. Duane Ireland, 2004)

2.2.4.9 Cadena de Abastecimiento o Suministro

Una cadena de abastecimiento no es más que todas las actividades relacionadas con la transformación de un bien, desde la materia prima hasta el consumidor final, muchas veces nos llega a nuestras manos un producto, sin darnos cuenta que ha pasado por un proceso para que llegue a ser el producto que tenemos, ese proceso es el que conocemos como cadena de abastecimiento (InLog, 2014).

En una cadena de abastecimiento va estar presente la logística ya que una cadena de abastecimiento tiene como objetivo: Abastecer los materiales necesarios en cantidad necesaria, calidad y tiempo requeridos al costo más bajo posible, lo cual será traducido al mejor servicio al cliente.

Los cinco elementos que integran una cadena de abastecimiento son:

- Proveedores
- Fabricantes
- Transporte
- Detallistas
- Distribuidores
- Los clientes
- La comunicación

La gerencia de la cadena de abastecimientos gira alrededor de la integración eficiente de proveedores, fabricantes, distribuidores, y minoristas, de esta forma se consigue reducir substancialmente los costos y al mismo tiempo se mejoran los niveles de servicio al cliente.

2.2.4.10 Competitividad(Wilsoft, 2013)

Se define como la capacidad de generar la mayor satisfacción de los consumidores fijado un precio o la capacidad de poder ofrecer un menor precio fijada una cierta calidad, o sea, la optimización de la satisfacción o el precio fijados algunos factores.

La competitividad plena ha de ser la característica que distinguan a las organizaciones empresariales excelentes. La obtención de un producto bueno, bonito y barato, varias son las características que definirán la plena competitividad, las que deberán alcanzarse simultáneamente en toda en toda organización empresarial excelente.

- La calidad asegurada, lo que supone que el proceso o cadena de proceso de los cuales dependen la competitividad aseguren que el producto obtenido podrá ser entregado al cliente, de forma que se cubran todas sus exigencias por lo que se refiere a las características, funcionamiento y otros aspectos relacionados con el compromiso adquirido o contrato.
- La máxima productividad lo que conduce a obtener el máximo volumen de producción con el mínimo consumo de recurso.
- El mínimo coste de ejecución del proceso o cadena de procesos que conducen a la obtención del producto y su entrega al cliente.
- La respuesta rápida al cliente, sea interno o externo, forma parte de la competitividad, porque dará ventajas sobre los competidores, es un aspecto que nuestro cliente valorara positivamente.

Los factores que inciden en la competitividad pueden clasificarse en tres categorías: Factores que inciden en los costos de los insumos, y determinan la eficiencia (productividad) en la utilización de los mismos, y otros factores relacionados con los precios, la calidad y la diferenciación de los productos generado por las empresas(Laos, 2000).

2.2.4.11. Estrategia mercadotécnica

La estrategia de marketing es un tipo de estrategia con el que cada unidad de negocios espera lograr sus objetivos de marketing mediante: 1) La selección del mercado meta al que desea llegar, 2) la definición del posicionamiento que intentará conseguir en la mente de los clientes meta, 3) la elección de la combinación o mezcla de marketing (producto, plaza, precio y promoción) con el que pretenderá satisfacer las necesidades o deseos del mercado meta y 4) la determinación de los niveles de gastos en marketing (Emprendedores, 2013).

2.2.4.12. Economía de Escala

La economía de escala se refiere al poder que tiene una empresa cuando alcanza un nivel óptimo de producción para ir produciendo más a menor coste, es decir, a medida que la producción en una empresa crece, sus costes por unidad producida se reducen. Cuanto más produce, menos le cuesta producir cada unidad. Al producir más unidades, maximizan ventas (ingresos) y al mismo tiempo cada unidad le cuesta menos (minimizan costos) (Sayago, 2013).

2.2.4.13. Gestión Empresarial

Gestión es el proceso emprendido por una o más personas para coordinar actividades laborales de otras personas, con la finalidad de lograr resultados de alta calidad que cualquier otra persona, trabajando sola no podrán alcanzar (Inancebich, Lorenzi, & Skinner, 1996). La **gestión empresarial** es aquella actividad empresarial que a través de diferentes individuos especializados, como ser: directores institucionales, consultores, productores, gerentes, entre otros, y de acciones, buscará mejorar la productividad y competitividad de una empresa o de un negocio.

2.2.4.14. Modelo Extractivista

El extractivismo es la apuesta económica de los países andinos como Perú, Ecuador y Bolivia, y consiste en exportar minerales, petróleo y gas sin generar mayor valor agregado, lo que no sólo nos hace muy dependientes del mercado internacional, sino que viene generando impactos ambientales y sociales que cada vez son mayores (Bedoya, 2010).

CAPÍTULO III

ESTUDIO DE MERCADO

3.1. El Servicio

El presente proyecto se enfoca al servicio hotelero, mediante el ofrecimiento de una variedad de atractivos turísticos, bajo el esquema de exclusividad y confort, proporcionado con adecuadas instalaciones equipadas y decoradas en forma agradable y servicios de calidad.

Según el Ministerio de Turismo 2012 en Puerto Ayora, ciudad del centro de las islas Galápagos, existen seis hoteles; de los cuales, tres son de primera categoría y tres de segunda categoría.

Los hoteles de primera categoría disponen de 97 habitaciones, 207 plazas y 90 personas contratadas para brindar el servicio de hotelería. En tanto que, los hoteles de segunda categoría tienen 112 habitaciones, es decir, 262 plazas, pero disponen de un menor número de personal equivalente a 41 personas.

Se puede encontrar habitaciones clase turista hasta suites de lujo, todas cuentan con servicio de TV-LCD por cable, agua caliente, minibar y WI FI gratis. Además espacios recreativos para deleitarse en el bar restaurant, piscina y áreas sociales con amplios jardines de plantas endémicas, entre otros. Algunos disponen de servicio de traslado - aeropuerto - hotel – aeropuerto (desde \$20).

Muchos hoteles, una vez que los turistas han reservado una habitación en nuestro hotel, pueden contratar los diferentes tours, para lo cual, se dispone de yates para los diversos Tours diarios a las diferentes islas **DESDE \$55**, tours de pesca vivencial, tours de bahía

3.2. Los consumidores

El mercado definido, para el presente proyecto, serán los turistas que visitan anualmente el cantón Santa Cruz, provincia de Galápagos. El objetivo de este proyecto es

captar la atención de los turistas nacionales y extranjeros, segmentados en jóvenes y adultos de 18 años en adelante, puesto que, estos consumidores son los más propensos a servicios de comodidad, aventura, cultura y con nivel económico estable.

La demanda del turismo refleja la diversidad de visitantes a las islas; la mayoría son extranjeros que provienen de Estados Unidos. Una cantidad significativa también proviene de Gran Bretaña y de Alemania. Mientras la mayoría visita las islas para disfrutar de su admirable naturaleza, hay diversidad en las demandas y capacidad de pago de las distintas calidades de alojamiento y servicios.

Los clientes locales provienen de las parroquias de Puerto Ayora, Bellavista y Santa Rosa.

3.3. La Demanda

La demanda de la empresa se establece con el mercado objetivo de los turistas que llegan y transitan en el cantón Santa Cruz, provincia de Galápagos que según la Dirección del Parque Nacional de Galápagos, alcanzan un promedio de 193.511 visitantes anuales; de los cuales, se estima que el 45% tienen preferencias por hoteles ecológicos, se estima en 100.142 turistas para el año 2014.

Tomando en consideración la tasa de crecimiento acumulada del 15%, establecida con el comportamiento del crecimiento turístico, se llega establecer la demanda actual y futura de turistas que ingresaron a la Isla Santa Cruz; la demanda potencial, en el año 2014, se estima que alcanzaría a 100.142 turistas alojados; en el 2018, la demanda se ubica en 175.148 turistas.

En el **Cuadro No.2** se detalla la Demanda Potencial actual y futura del servicio de hotelería.

Cuadro No.2
Demanda Potencial

Año	Turistas nacionales	Turistas extranjeros	Turistas que ingresaron a la Isla Santa Cruz	Demanda Potencial 45%	Incremento T.C.A.
2013	67732	125779	193.511	87.080	
2014	77891	144646	222.537	100.142	
2015	89575	166343	255.918	115.163	
2016	103011	191294	294.305	132.437	
2017	118463	219988	338.451	152.303	
2018	136232	252986	389.219	175.148	

Fuente: Dirección Parque Nacional Galápagos

Elaborado por: El autor

3.4. La Oferta

El proyecto cuenta con una oferta complementaria en establecimientos que se encuentran en el cantón Santa Cruz. Para calcular la oferta potencial futura se consideró el método del incremento compuesto, para lo que se consideró el número de clientes registrados anualmente durante el año 2012, correspondientes a 29.452 personas anuales, de los cuales el 35% representan los turistas nacionales y el 65% restante turistas extranjeros.

Cuadro No.3
Oferta Actual

Año	Turistas nacionales	Turistas extranjeros	Oferta total
2013	10308	19144	29.452
2014	11854	19909	30.629
2015	13632	20705	31.853
2016	15677	21532	33.127
2017	18029	22393	34.451
2018	20733	23288	35.828

Fuente: Dirección Parque Nacional Galápagos

Elaborado por: El autor

3.5. Balance Oferta Demanda

El tamaño propuesto para el proyecto se justifica porque existe una demanda potencial insatisfecha, que se determina a través del Balance Oferta – Demanda proyectado. En el **Cuadro No.** Se ilustra el Balance Oferta – Demanda, establecido; en el cual se aprecia que el año 2013, la demanda insatisfecha alcanzó 57.628 personas y en el 2018 alcanzaría 139.320 personas.

Cuadro No.4
Balance Oferta – Demanda

Año	Oferta	Demanda	Demanda Insatisfecha
	A	B	(A-B)
2013	29.452	87.080	57.628
2014	30.629	100.142	69.513
2015	31.853	115.163	83.310
2016	33.127	132.437	99.311
2017	34.451	152.303	117.852
2018	35.828	175.148	139.320

Fuente : Cuadros Nos.

Elaborado por: El autor

3.6. Participación de la Empresa en el Mercado

La expectativa inicial de demanda objetivo del proyecto pretende captar anualmente el 10% de la demanda insatisfecha, de acuerdo a una estimación muy conservadora respecto del universo determinado.

Cuadro No.5
Participación de Mercado de la Empresa

Año	Demanda Insatisfecha	Demanda Objetivo
	(A-B)	10%
2013	57.628	5.763
2014	69.513	6.951
2015	83.310	8.331
2016	99.311	9.931
2017	117.852	11.785
2018	139.320	13.932

Fuente : Cuadros No.5

Elaborado por: El autor

Nuestra participación equivale a 6.951 visitantes para el año 2014. A partir de los años siguientes se incrementarán las visitas, paulatinamente, hasta llegar a 13.932 visitantes para el año 2018.

3.7. Investigación de Campo: Encuesta

La investigación de campo, según Carlos Sabino (2005), en su texto “El proceso de Investigación”, expresa que se basa en informaciones obtenidas, directamente de la realidad, permitiendo al investigador cerciorarse de las condiciones reales en el lugar de los hechos.

Se considera conveniente efectuar la investigación de campo a los clientes potenciales de la empresa, para disponer de los argumentos necesarios y diferenciales del mercado y establecer juicios explicativos y veraces que conduzcan la investigación hacia resultados prácticos y de utilidad; así como llegar a precisar delineamientos estratégicos.

3.7.1. Población y Muestra

El número de potenciales clientes según los datos proporcionados por el Parque Nacional Galápagos es de 193.511 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.

El tamaño muestral está constituido por un número representativo de los potenciales usuarios del servicio hotelero ecológico a ofrecer.

$$n = \frac{PQN}{(N - 1) \frac{e^2}{K^2} + PQ}$$

Donde la simbología representa los siguientes parámetros:

- n = Tamaño de la muestra
- PQ = constante de la varianza poblacional (0,25)
- N = tamaño de la población = 193.511

- e = error máximo admisible (al 5%).
- K = Coeficiente de corrección del error (1,96).

$$n = \frac{(0,25) (193511)}{(193511- 1) \frac{(0,05)^2}{(1,96)^2} + 0.25}$$

$$\frac{48377}{(193510) \frac{0.0025}{3.8416} + 0.25}$$

$$\frac{48377}{(193510) (0.000650771) + 0.25}$$

$$n = \frac{48377}{126.18069621}$$

n = 383 encuestas

El tamaño muestral se redondea a 383 personas.

3.7.2. Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos

Falcón, Julio & Herrera, Ramón (2005) se refieren al respecto que "se entiende como técnica, al procedimiento o forma particular de obtener datos o información". (p.12), a través de medios técnicos, como: la encuesta, la entrevista y la observación.

Se emplea la técnica de encuesta, complementada con la observación, como instrumento de investigación, para disponer de los datos informativos necesarios para conocer y tratar el problema ampliamente y acercarse a los hechos y extraer de ellos información, a fin de lograr alcanzar los objetivos del estudio.

- **Observación:** Según Mario Tamayo y Tamayo (1994), la observación directa "es aquella en el cual el investigador puede observar y recoger los datos mediante su propia observación". (p.122) (Tamayo, 1994).

Se emplea mediante un contacto directo y visual, en el lugar de los hechos, para observar, conocer y verificar la realidad social del cantón y sus alrededores, las necesidades

del sector turístico y aspectos adicionales no considerados en la encuesta e investigación documental.

- **La encuesta:** Es el método tradicional de investigación, que recoge las experiencias de los interventores que participan en el lugar donde se producen los fenómenos o necesidades, mediante la aplicación y contestación de un cuestionario para identificar variables y relaciones, con respuestas específicas a preguntas directas.

Para Trespacios, Vázquez y Bello (2005), las encuestas son instrumentos de investigación descriptiva que precisan identificar a priori las preguntas a realizar, las personas seleccionadas en una muestra representativa de la población, especificar las respuestas y determinar el método empleado para recoger la información que se vaya obteniendo (Trespacios, Vázquez, & Bello, 2005).

En el **Anexo No. 1** se adjunta el cuestionario de preguntas que se empleará para disponer de los elementos de juicios e información necesaria para desarrollar la propuesta.

3.7.3. Análisis e Interpretación de Resultados

1. ¿Cuándo viaja le gusta ir?

Cuadro No.6
Cuándo viaja le gusta ir

1	Frecuencia	f.	%
	Solo	57	15%
	Con amigos	115	30%
	Pareja	134	35%
	En familia	77	20%
TOTAL:		383	100%

Elaborado por: El autor

Gráfico No.2
Cuándo viaja le gusta ir



Elaborado por: El autor

Mayoritariamente, los encuestados señalaron en un 35%, 134 turistas, que les gusta viajar en pareja. El 30%, 115 encuestados, señalaron que viajan normalmente con amigos. Mientras que un 20%, 77 personas indicaron mayoritariamente que cumplen sueños familiares de conocer un sitio privilegiado muy popular en el mundo y por lo tanto visitan en familia. Finalmente, el 15%, 57 encuestados señalaron que son viajeros o ejecutivos y que por lo tanto viajan solos.

2. ¿Cuál es su motivo principal de visita al cantón “Santa Cruz”?

Cuadro No7

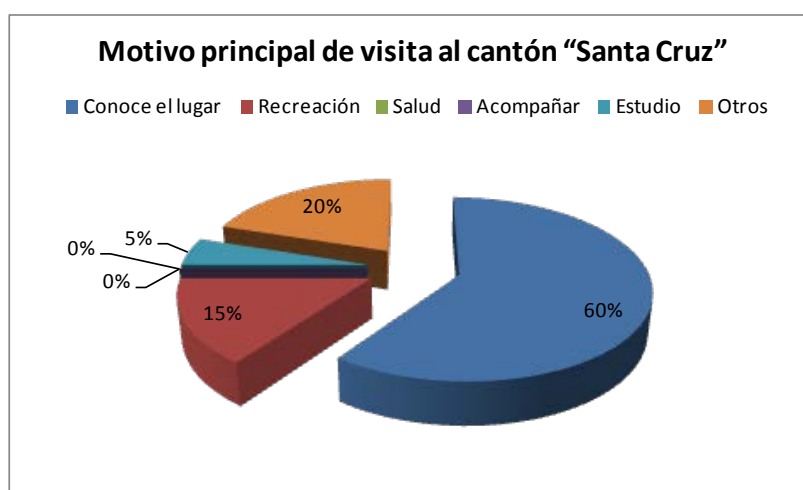
. Motivo principal de visita al cantón “Santa Cruz”

2	Frecuencia	f.	%
	Conoce el lugar	230	60%
	Recreación	57	15%
	Salud	0	0%
	Acompañar	0	0%
	Estudio	19	5%
	Otros	77	20%
	TOTAL:	383	100%

Elaborado por: El autor

Gráfico No.3

Motivo principal de visita al cantón “Santa Cruz”



Elaborado por: El autor

El motivo principal de visita al cantón Santa Cruz, según lo expresan, mayoritariamente, el 60%, 230 turistas, es para conocer el lugar, que es muy comentado en libros, internet, como un lugar paradisiaco; además los familiares y amigos que ya han visitado el lugar, lo recomiendan. El 20%, 77 personas, señalan razones muy diversas; las más comunes, conocer el observatorio, restos volcánicos, la diversidad de flora y fauna, entre otros motivos; en tanto que, un 15%, 57 encuestados, señalaron que es por recreación combinado con un clima diferenciado, música, canciones, paisajismo, naturaleza, diversidad de turistas internacionales, entre otros. Finalmente, un 5%, 19 encuestados, señalaron que son

científicos o estudiantes que hacen investigaciones sobre la diversidad y extinciones del reino animal, principalmente.

3. ¿Cuál es su lugar preferido de alojamiento y estadía?

Cuadro No.8

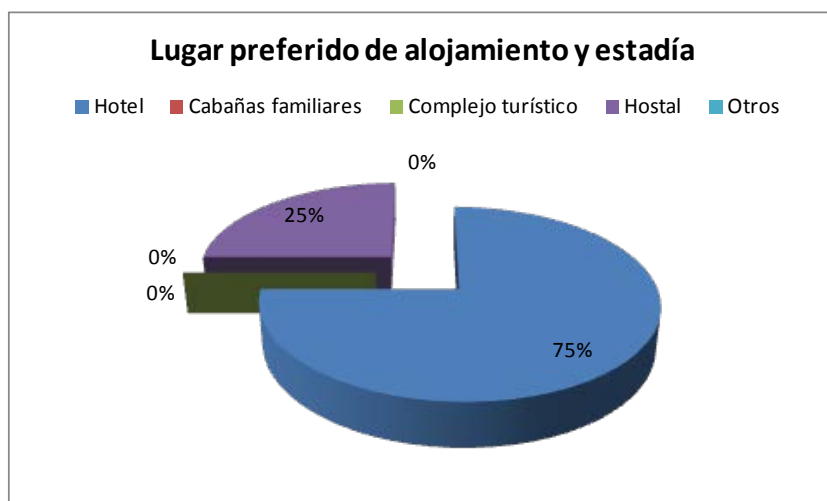
Lugar preferido de alojamiento y estadía

3	Frecuencia	f.	%
	Hotel	287	75%
	Cabañas familiares	0	0%
	Complejo turístico	0	0%
	Hostal	96	25%
	Otros	0	0%
	TOTAL:	383	100%

Elaborado por: El autor

Gráfico No.4

Lugar preferido de alojamiento y estadía



Elaborado por: El autor

El lugar preferido de alojamiento indicaron mayoritariamente el 75%, 287 encuestados, que son los hoteles principalmente en cruceros que ofrecen un itinerario completo a los huéspedes para disfrutar de todos los aspectos de expedición, aventura, comodidad y seguridad, sobresaliente servicios y excelentes opciones gastronómicas. En tanto que, el 25%, 96 personas señalaron que como el viaje es costoso buscan alojamiento económico en los hostales de la isla.

4. ¿Cuál es su promedio de noches de estadía en el lugar?

Cuadro No. 9

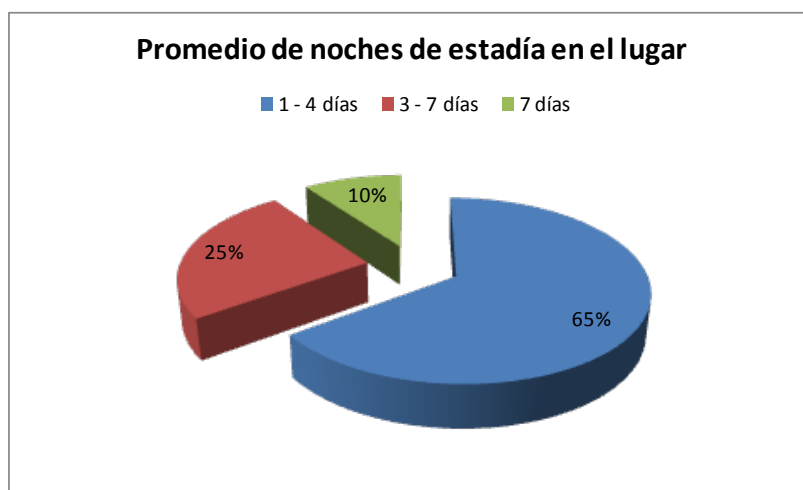
Promedio de noches de estadía en el lugar

4	Frecuencia	f.	%
	1 - 4 días	249	65%
	3 - 7 días	96	25%
	7 días	38	10%
	TOTAL:	383	100%

Elaborado por: El autor

Gráfico No. 5

Promedio de noches de estadía en el lugar



Elaborado por: El autor

En cuanto al promedio de noche en estadía, en la isla santa cruz, los encuestados manifestaron en un 65%, 249 entrevistados que lo normal es 4 días porque el viaje es costoso y todo está planificado en función de un itinerario de paquete turístico. En tanto que, un 25%, 96 turistas, señalaron que su estadía es de 3 a 5 días y que tratan de disfrutar del lugar a lo máximo. Finalmente, el 10%, 38 encuestados, indicaron que por actividades laborales, sus estadías son superiores a los 7 días.

5. ¿Le gustaría que el cantón “Santa Cruz” disponga de un hotel ecológico?

Cuadro No.10

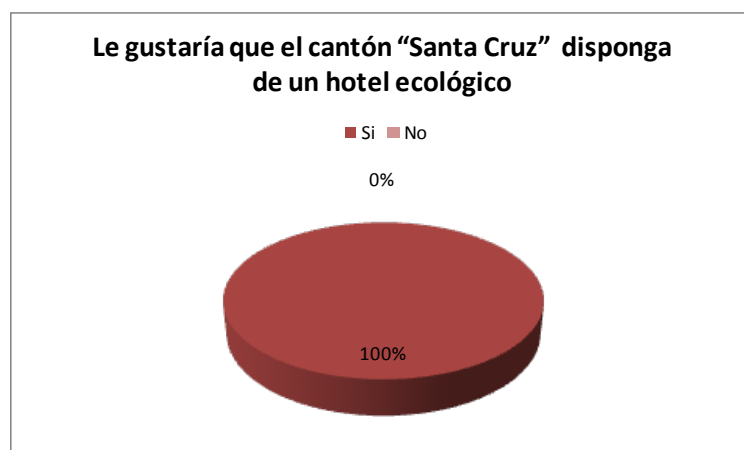
Le gustaría que el cantón “Santa Cruz” disponga de un hotel ecológico

5	Frecuencia	f.	%
	Si	383	100%
	No	0	0%
	TOTAL:	383	100%

Elaborado por: El autor

Gráfico No.6

Le gustaría que el cantón “Santa Cruz” disponga de un hotel ecológico



Elaborado por: El autor

En referencia, a la preferencia de los turistas de disponer de un nuevo hotel ecológico, el 100% de los encuestados, representado por 383 turistas, señalaron estar muy de acuerdo y gustoso de la iniciativa, porque existe escases de hoteles y los precios son muy altos; además se requiere proteger el medio ambiente y sería muy conveniente, que todos los establecimientos, en general, operen con criterio ecológico para preservar las riquezas naturales del lugar, que es frecuentado internacionalmente.

6. ¿Qué tipo de servicios adicionales le gustaría recibir?

Cuadro No. 11

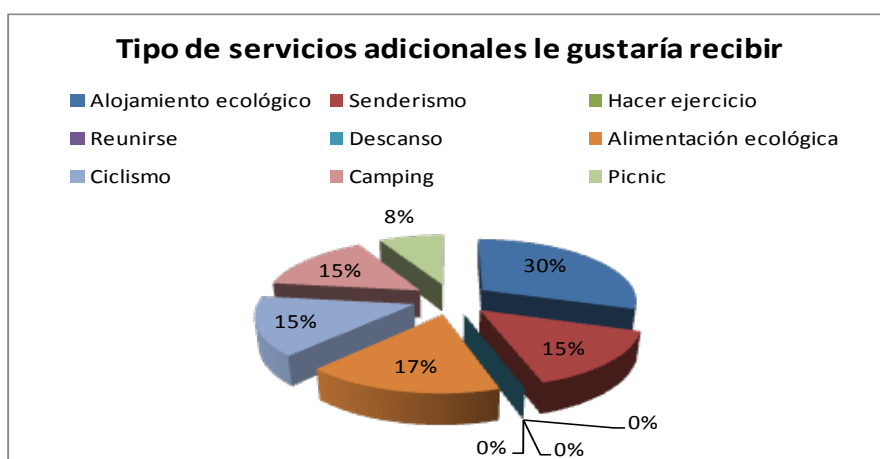
Tipo de servicios adicionales le gustaría recibir

6	Frecuencia		f.	%
	Alojamiento ecológico		115	30%
	Senderismo		57	15%
	Hacer ejercicio		0	0%
	Reunirse		0	0%
	Descanso		0	0%
	Alimentación ecológica		65	17%
	Ciclismo		57	15%
	Camping		57	15%
	Picnic		31	8%
	TOTAL:		383	100%

Elaborado por: El autor

Gráfico No. 7

Tipo de servicios adicionales le gustaría recibir



Elaborado por: El autor

Los tipos de servicios adicionales que gustaría recibir, además del hospedaje, señalaron el 30%, 115 turistas, que les llama la atención el alojamiento ecológico, que mantienen un alto dinamismo en materia de gestión de medio ambiental: en cuanto al manejo de residuos, agua y energía, entre otros; con fines de protección de la naturaleza, que utilizan energía renovables y uso de materiales reciclados, lo que permite pasar vacaciones de una forma más saludable y tranquila; el 17%, 65 turistas, contestaron que les agrada disfrutar de la alimentación ecológica, también conocida como orgánica o biológica, que evita el uso de productos químicos respetando la fertilidad de la tierra; la consideran más saludable y nutritivo y disponen de un aroma y sabor único. En tanto, el 15%, 57 turistas indicaron que les gusta recorrer la isla en bicicleta porque les permite detenerse en cualquier lugar deseado. Otro 15%, señaló su preferencia al camping o prioridad a utilizar carpas para

vincularse mayormente con la naturaleza. Otro 15%, manifestó que les atrae el senderismo, que es una actividad deportiva para acercar a las personas al medio natural con excursiones en senderos, que permiten recorrer lugares recónditos. Finalmente, un 8%, 31 turistas, se inclinaron al picnic, que es disfrutar de una comida informal, en un espacio abierto al aire libre, preferentemente en un lugar con vista panorámica.

7. ¿Asistiría a este lugar?

Cuadro No. 12
Asistiría a este lugar

7	Frecuencia	f.	%
	Siempre	230	60%
	Casi siempre	153	40%
	Ocasionalmene	0	0%
	A veces	0	0%
	Nunca	0	0%
	TOTAL:	383	100%

Elaborado por: El autor

Gráfico No.8
Asistiría a este lugar



Elaborado por: El autor

Al consultar sobre la asistencia a un hotel ecológico, el 60%, 230 turistas, señalaron que buscan un encuentro directo con la naturaleza y que siempre preferirían participar y promover lugares que ofrecen servicios especiales diferenciados, con conciencia ecológicas, con un estilo promotor de ecología, que manejan sustancias biodegradables, servicio de aseo, porque son aspectos no usuales y se convierten en atractivos; en tanto que el 40%, 153 turistas, señalaron que casi siempre, prefieren hoteles ecológicos; pero por las dificultades de encontrar hospedaje, hacen uso del servicio de hotel disponible.

8. ¿Qué aspecto considera importante de un lugar turístico?

Cuadro No.13

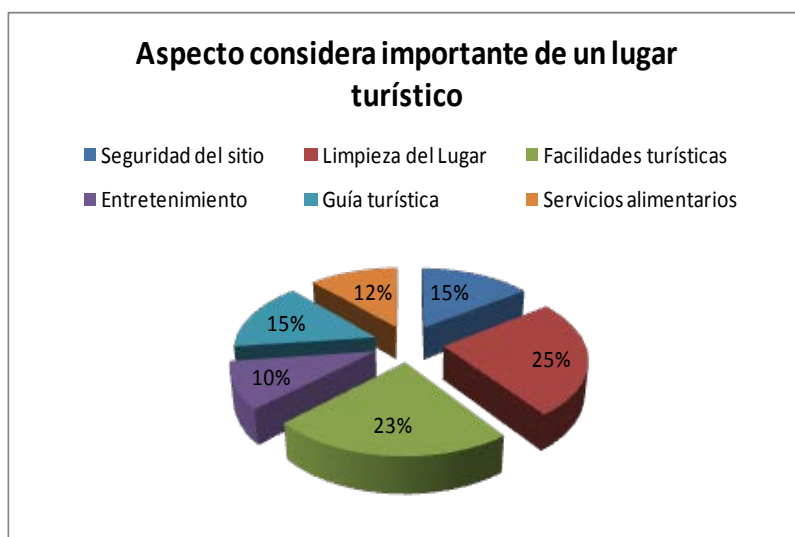
Aspecto considera importante de un lugar turístico

8	Frecuencia	f.	%
	Seguridad del sitio	57	15%
	Limpieza del Lugar	96	25%
	Facilidades turísticas	88	23%
	Entretenimiento	38	10%
	Guía turística	57	15%
	Servicios alimentarios	46	12%
	TOTAL:	383	100%

Elaborado por: El autor

Gráfico No.9

Aspecto considera importante de un lugar turístico



Elaborado por: El autor

Los aspectos que consideran importante de un lugar turístico señalaron mayoritariamente, el 25%, 96 turistas, que es relevante la limpieza del lugar. Un 23%, 88 turistas, señalaron importante las facilidades turísticas, que el hotel sirva de un punto de encuentro para informarse sobre el entorno y contexto del lugar: la flora, la fauna, eventos turísticos, entre otros. En tanto que, un 15%, 57 turistas, señalaron que es importante la seguridad del sitio, otro 15% señaló como fundamental, contar con un guía turístico, para dar vida a los paisajes y ser orientado sobre los lugares que pueden visitar. Finalmente, el 12%, 46 turistas, señalaron que su preferencia son los servicios alimentarios, porque gustan combinar sus recreaciones con una buena alimentación saludable y exquisita.

9. ¿Qué medios utiliza para informarse acerca de los sitios turísticos que visita?

Cuadro No.14

Medios para informarse acerca de los sitios turísticos que visita

		Frecuencia	f.	%
9	Agencia de Viaje		192	50%
	Internet		77	20%
	Periódico		38	10%
	Televisión		38	10%
	Revistas		38	10%
	TOTAL:		383	100%

Elaborado por: El autor

Gráfico No. 10 Medios para informarse acerca de los sitios turísticos que visita



Elaborado por: El autor

Los medios empleados, para informarse sobre los sitios turísticos, señalaron el 50%, 192 turistas, que son las agencias de viajes, quienes organizan eventos turísticos, hacen descuentos, promociones y giras. El 20%, 77 turistas, señalaron que se informan a través de los portales WEB, de las diferentes agencias viajeras o de transportes. En tanto que, un 10% señaló: el periódico, 10%, televisión (10%) y finalmente otro 10%, a través de revistas.

10. ¿Cuál es su presupuesto recreativo?

Cuadro No.15
Presupuesto recreativo

10	Frecuencia	f.	%
	\$ 500 a \$ 1000 dólares	165	43%
	\$ 1100 a \$ 2000 dólares	103	27%
	\$ 2100 - \$ 3000 dólares	115	30%
	TOTAL:	383	100%

Elaborado por: El autor

Gráfico No.11
Presupuesto recreativo



Elaborado por: El autor

El presupuesto recreativo señalaron, mayoritariamente, el 55%, 211 encuestados, se ubica entre \$500 y \$1000 dólares, en tanto que, el 45% restante, 142 turistas, señalaron que su presupuesto de gasto está alrededor de \$1100 a \$2000 dólares.

3.8. Análisis del Entorno

3.8.1. Ámbito Físico Espacial

Las islas Galápagos forman parte del territorio de la República del Ecuador, están ubicadas en el Océano Pacífico sobre la línea ecuatorial, aproximadamente a 960 Km. de la Costa Continental ecuatoriana, entre 1°20' de latitud norte y 1°0' de latitud sur, y los 89° y 92° de longitud occidental.

El archipiélago está formado por 19 islas mayores y más de 200 islotes y rocas que conforman aproximadamente un área referencial de 8.010 Km², dispersas en un área aproximada de 70.000 Km² (JaVer, 2008).

De la superficie terrestre total (788.200 ha.), el 96.7% (761.844 ha.) es Parque Nacional, Patrimonio Natural de la Humanidad, y el 3.3% (26.356 has) es zona colonizada, formada por área urbana y rural (agrícola).

La Isla Santa Cruz está localizada en la mitad del Archipiélago de Galápagos, tiene una superficie de 986 km² y una altitud máxima de 864 metros. La Isla Santa Cruz tiene 1020 km² de extensión y una altitud máxima de 864 metros, es la segunda isla más grande del archipiélago después de la Isla Isabela. La cantonización de Santa Cruz, fue el 18 de febrero de 1973. La capital es Puerto Ayora. Está conformada por una parroquia rural, Bellavista y las islas Baltra, Marchena, Pinta, Pinzón, Rábida, San Salvador, Seymour, con sus islotes. (JACKSON, M. 1997. **Galápagos una Historia Natural pag.9**).

3.8.1.1.1. 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.

3.8.1.1.2. 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.

3.8.1.1.3. Orografía

La Isla Santa Cruz es de gran volcán dormido. Se estima que había erupciones hace aproximadamente un millón y medio años, se compone geológicamente de dos partes muy diferenciadas la más joven y adicionalmente la porción más grande.

La isla Santa Cruz al igual que las islas que conforman el Archipiélago de Galápagos es de origen volcánico, se compone geológicamente de dos partes bien diferenciadas; la más joven y adicionalmente la porción más grande que es un extenso escudo de lava basáltica oval a la que 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 submarinas provenientes alternadas con roca caliza fosilizada. **(JACKSON, M. 1997. Galápagos una Historia Natural p.10-13).**

3.8.1.1.4. Geología

La Isla Santa Cruz está compuesta de dos diferentes materiales de diferentes edades, la parte más vieja es la encontrada en la franja angosta de la costa al noreste. Esta área está formada por lava y piedra caliza fosilizada. La más joven que cubre la mayor parte de la isla está formada por una serie de erupciones de lava basáltica superpuesta por conos de ceniza más jóvenes. **(JACKSON, M. 1997. Galápagos una Historia Natural p.10-13)**

3.8.2. Ámbito Socio Cultural

3.8.2.1. Características básicas de la población

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; de la población, 5.278 son económicamente activa.

Es la isla más poblada y la segunda isla más grande después de Isabela. En Santa Cruz se encuentran las oficinas centrales del Parque Nacional de las Islas Galápagos, y la Estación Científica de Charles Darwin.

Existen aproximadamente 6134 viviendas ocupadas, con personas residentes, del área urbana y rural, con un promedio de 4 personas por familias, que provienen de distintas partes del continente ecuatoriano, con mayor predominio de la provincia de Tungurahua.

3.8.2.2. Migración

Santa Cruz es el cantón de mayor concentración poblacional, representa el 61,3% del total de la provincia, se observa una reducción de la tasa de crecimiento demográfica como efecto de los controles migratorios aplicados en la última década, aun así la población ha mantenido un crecimiento debido a la inmigración del continente, que es impulsada por la búsqueda de mejores oportunidades de empleo, las condiciones de vida y las oportunidades económicas disponibles en el archipiélago, con relación a aquellas que prevalecen en el continente (Gobierno Municipal, 2009).

Por motivos de falta de instituciones universitarias en el cantón., muchos jóvenes migran hacia otras ciudades como Quito, Guayaquil, Ambato, e incluso fuera del país.

3.8.2.3. Idioma

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

3.8.2.4. Vivienda

Las viviendas de los habitantes están distribuidas en varios lugares del cantón, las cuales son construidas con pared de bloque y fundidos con cemento, pisos de cerámica y techos de zinc o eternit. Actualmente las casas están siendo construidas con mezcla de madera llamado matazarno.

3.8.2.5. Educación.

Actualmente, el cantón Santa Cruz dispone de 10 escuelas distribuidas en 3 recintos y la ciudad; 6 colegios entre particulares y públicos que se localizan en una parroquia y el resto en la ciudad, 5 universidades de las cuales 1 es presencial y el resto son a distancia y funcionan en la ciudad.

3.8.2.6. Salud

El cantón Santa Cruz cuenta con un Hospital llamado República 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. El acceso a los servicios de salud son deficitarios, no existe equipamientos adecuados ni especialistas, obligando a muchos habitantes de la isla a migrar al continente en búsqueda de atención.

Existe un bajo índice de cobertura de seguros en salud y facilidad de acceso al servicio, por lo que, la población, de Santa Cruz, ha perdido credibilidad ante la prestación de dichos servicios.

3.8.2.7. 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. Además se puede utilizar el servicio del avión de los militares llamado Hércules que arriba a la isla cada 15 días.

3.8.2.8. Religión

Los habitantes mantienen la religión católica que representa el (60%); la diferencia está distribuidos entre cristianos, adventistas, mormones, pentecostales, entre otros.

3.8.2.9. Agua potable

Santa Cruz cuenta con un sistema de agua entubada con un nivel de cobertura del 81%, el resto de la población posee grietas subterráneas propias de las cuales extraen el agua salobre, como es el caso del barrio Punta Estrada. Sin embargo el problema que

afronta la población no es en cantidad sino en calidad, esto se debe fundamentalmente a la alta concentración de cloruros (800 – 1200 mg/L, norma 250 mg/L) de las aguas de las grietas, en las que se encuentran ubicadas las estaciones de bombeo.

En general Santa Cruz posee una pésima calidad de aguas subterráneas costeras por la contaminación de las fuentes. Falta agua de riego para el sector agropecuario y se carece de conocimientos sobre el acuífero subterráneo. Por lo que es necesario buscar alternativas. (D'Ozouville, 2007).

3.8.2.10. Contaminación Ambiental:

En Santa Cruz, existen dos áreas identificadas en función de su vulnerabilidad y presencia de contaminación del recurso hídrico, que son: la parte alta de la isla formada por las parroquias rurales de Santa Rosa y Bellavista, con el 28% de la población, presentan una alteración baja a los parámetros de control de calidad de agua, puesto que son zonas de mayor precipitación, la presencia de material arcilloso en el sector, la distancia al mar de más de 7 Km en línea horizontal y el sector se encuentra por encima de los 200 m.s.n.m. Mientras que Puerto Ayora con el 78% de la población, ubicado litoral insular, con una menor precipitación que la que ocurre en la zona alta, presenta una mayor vulnerabilidad y alta alteración a los parámetros de control de calidad de agua. (ESPOL, 2011).

3.8.2.11. 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).

3.8.2.12. 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.

3.8.2.13. 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 Timsa 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).

3.8.2.14. 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.

3.8.2.15. Suelo

Los suelos son muy superficiales aunque en la zona húmeda pueden llegar hasta profundidades de tres metros. El pH varía de ligeramente ácido a neutro con proporciones moderadas de nitrógeno, siendo bajos en fósforo y potasio.

3.8.3. Ámbito Ecológico Territorial

3.8.3.1. 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.

Datos del clima en la Isla Santa Cruz desde 1959 hasta 2011 muestran que la estación cálida prevalece de Enero a Mayo, caracterizada por temperaturas elevadas del mar

y del aire y por alta variabilidad de la precipitación. Durante la estación fría, de Junio a Diciembre, temperaturas más bajas y una capa de nubes estratos persisten, resultando en una precipitación relativamente consistente en las zonas altas húmedas y prácticamente ninguna en las zonas bajas secas. La precipitación total de la estación cálida se correlaciona fuertemente con la temperatura de la superficie del mar, mientras que la precipitación total durante la estación fría es consistente de año a año, y no se correlacionan tan cercanamente con la temperatura de la superficie del mar (**Truman & d'Ozouville, 2010**).

3.8.3.2. 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.(Cañadas, 1983).

3.8.3.3. 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.

3.8.3.4. Flora

La flora está constituida básicamente por especies herbáceas. En Galápagos existen 560 especies de plantas nativas (180 endémicas), adicionalmente, 700 especies han sido introducidas en las islas como resultado de la colonización y las actividades antrópicas. Algunos tipos de estas fueron traídas desde la parte continental del país, para ser utilizadas en la agricultura, o con fines ornamentales, otras han sido introducidas accidentalmente. (**ECOLAP y MAE, 2007**).

3.8.3.5. Fauna

La fauna en Galápagos es la más admirada, tanto por su endemismo, diversidad de

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

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

3.8.3.6. Gestión Ambiental

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

El carro recolector de residuos sólidos entrega el servicio a casi toda, la ciudad, solamente un 20% de la ciudad no recibe ese servicio. Sería bien llegar a un 100%, a fin de que no existan personas que quemen sus residuos o los arrojen en el entorno natural, formando focos de contaminación no deseados. En las parroquias rurales, la recolección de basuras por carro recolector no es tan eficiente que en Puerto Ayora. Una parte importante de las basuras están quemadas o enterradas, lo que no solamente tiene impactos sobre el medioambiente sino también en la población local.

3.8.3.7. Gestión territorial

Las debilidades en la Gobernabilidad han venido repercutiendo de manera desfavorable en la planificación y administración del desarrollo equitativo y sostenible del Archipiélago, por lo que fortalecer la institucionalidad en las Islas es una urgente necesidad. Únicamente el fortalecimiento institucional, junto con la asimilación colectiva de las nuevas

normas jurídicas y la defensa y cumplimiento estricto de la ley permitirán consolidar un futuro equilibrado para las Islas (SENAP, 2010).

El capital natural del archipiélago es el principal activo con que cuenta la población local y el verdadero motor que puede y debe impulsar su desarrollo. La conservación de Galápagos genera beneficios sustentables que contribuyen, directa e indirectamente, a mejorar la calidad de vida, el bienestar y el buen convivir de la población (Zapata, 2012).

3.8.4. Ámbito Económico Productivo

3.8.4.1. Turismo

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

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

El sector turístico es generador de empleos para la población local de manera directa e indirecta. Permite la creación de empleos directamente relacionados con el turismo, como el trabajo de guías turísticos o los servicios de restaurantes y hoteles.

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

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.

3.8.4.1.1. Lista de atractivos: Isla Santa Cruz:

- **Estación Científica Charles Darwin:** donde encontramos el Centro de Interpretación, el Centro de Crianza de Tortugas e Iguanas Terrestres, la Biblioteca y su tienda de recuerdos. La Estación pertenece a la Fundación Charles Darwin para las Islas Galápagos.
- **Tortuga Bay:** Está a 3 km de Puerto Ayora, es un atractivo especial por la vegetación típica de la zona árida, mezclada con cactus y árboles de palo santo. Se divide en la playa brava y la playa mansa.
- **Los Gemelos:** cráteres originados por el colapso de materiales volcánicos superficiales dentro cámaras subterráneas.
- **El Garrapatero:** Es una playa de arenas blancas con una laguna costera donde pueden observarse flamings y patillos.
- **Túnel de Bellavista:** donde se pueden encontrar artrópodos endémicos con características muy especiales de evolución subterránea.
- **Las Grietas:** Se encuentra en Punta Estrada. Las Grietas se caracterizan por la confluencia de aguas dulces y saladas de color turquesa.

3.8.4.2. 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.

3.8.4.3. 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.

3.8.4.4. 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.

3.8.4.5. Áreas de pesca

Las zonas permitidas a la pesca están identificadas en la Zonificación consensuada de la Reserva Marina de Galápagos. Aproximadamente el 18% de la zona costera es de no uso. La longitud costera total de las 14 islas mayores es 1366 Km. Isabela cubre 560 Km. y Santa Cruz 142. La flota pesquera de Galápagos legalmente puede operar en un espacio de 140.000 Km²; que es el área que corresponde a reserva marina; sin embargo la pesca se realiza con mayor intensidad en la zona costera; seis meses al año; durante la pesquería de pepino de mar (*Isostichopus fuscus*) y de langostas espinosas (*Panulirus gracilis*) y (*Panulirus penicillatus*).

3.8.4.6. 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 aproximadamente, 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 \$10.000 y con un máximo de 8 años.

3.8.4.7. Comercios y negocios

El principal sector en la economía del Cantón de Santa Cruz son los negocios y comercios. Estos representan el 28,4% de las actividades laborales y ocupan 43,75% del catastro municipal. En parte los ingresos económicos, en este sector, están relacionados con el turismo; desgraciadamente, esta fuente de empleo atrae a los migrantes y origina una parte importante de la contaminación que existe en la isla (ingreso de materiales no reciclables y contaminantes, uso de energía, agua y carburante, producción de desechos etc.). De acuerdo al último censo del INEC, en Santa Cruz 1073 personas están vinculadas al sector comercio.

3.8.4.8. Empleos e ingresos

Según los datos del INEC 2010, la tasa de participación global en Santa Cruz es de 69,2%. O sea que más de 30% de las personas en edad de trabajar no están trabajando. Ese fenómeno se explica principalmente por la falta de empleos o puestos disponibles (competencia con los migrantes que aceptan un sueldo más bajo que los habitantes permanentes). Es una tasa baja y además la más baja del Cantón.

“La actividad turística es, sin duda alguna, la principal actividad del archipiélago, de acuerdo a investigaciones realizadas por el PNUD, la actividad turística y los sectores relacionados como el comercio, hoteles, bares y restaurantes, proporciona la principal fuente de subsistencia para los habitantes de Galápagos, la actividad turística genera el 77% de los ingresos, y 61,3% de los empleos”.

3.9. Análisis FODA: Evaluación de Factores Internos y Externos

La técnica de análisis SWOT o FODA, cuyas siglas tienen relación a los factores: Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas; es una herramienta de análisis estratégico, basada en variables controlables (debilidades y fortalezas), que son factores internos inherentes a la gestión gerencial de la empresa, que deben ser controladas, evaluadas, mejoradas y reorientadas hacia las metas institucionales, de maximizar las fortalezas y las oportunidades y minimizar los efectos de las debilidades y las amenazas; las cuales se emplean para definir estrategias de desarrollo o plan estratégico.

La **Fortaleza** es la ventaja de la organización, sobre aquellos recursos y destrezas que posee, en lo que respecta a la competencia.

De igual forma en las oportunidades, es un evento o circunstancia que sucede o se espera que ocurra en el entorno externo, y que beneficia a todos los que participan en el mercado competitivo, identificado por aquellos factores explotables, generalmente relacionados con: Mercados, Clientes, Industria, Gobierno, Competencia y Tecnología.

Las Amenazas son los problemas, obstáculos e implicaciones negativas, que ocurren en el entorno exterior, que se deben identificar a tiempo para evitar que afecten los intereses organizacionales, en el futuro de la empresa.

La Debilidad es una desventaja de la organización, referente a los factores productivos, administrativos o de cualquier índole, relativos a la gestión empresarial, que se encuentra, en una posición desfavorable, respecto a sus competidores y que impiden o limitan, el buen desenvolviendo de las acciones +operativas de la empresa.

Cuadro No. 16 Análisis FODA

FORTALEZAS

- Mercado orientado al turismo sostenible.
- Estabilidad laboral.
- Cumplimiento de Leyes y Ordenanzas.
- Control Interno ejercido
- Oficinas en lugar céntrico estratégico.

DEBILIDADES

- Consumidores no fidelizados.
- Falta de logística para promociones.
- Falta de Créditos de Proveedores por ser firma nueva y desconocida en el Mercado
- Falta de coordinación entre el sector público y privado para lograr posicionamiento.
- Poco interés de una cultura de calidad

OPORTUNIDADES

- Capacitación gratuita de entidades del gobierno, **SETEC** y **SECAP**.
- Facilidad de trámites por cumplimiento de obligaciones Tributarias.
- Amplia demanda por incremento de turismo.
- Créditos con tasas preferenciales del actual gobierno.

AMENAZAS

- Ausencia de imagen turística internacional
- Incremento de impuestos.
- Mercado de alta competencia y rigurosidad de las instituciones públicas con órdenes de clausura.
- Débil imagen nacional para la inversión extranjera.

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: El autor

CAPITULO IV

LA PROPUESTA

4.1. El Servicio

El Hotel Ecológico dispondrá de habitaciones con disponibilidad de vista a la naturaleza, restaurante, salas de reuniones y ejercicios, senderismo y personal guía de turismo; adicionalmente, se brindarán desayunos típicos tradicionales agroecológicos con frutas y verduras ecológicas y de temporada que minimicen el impacto humano. Se enfocará en una cadena de valor de servicio que se relaciona desde el transporte, servicios internos proporcionados al turista, proveedores de insumos básicos, e intermediarios con el mercado exterior.

El hotel dispondrá de personal uniformado altamente calificado en protocolo y etiquetaje, debidamente capacitado que permita brindar un trato cordial y amable, servicio de calidad y excelencia a los visitantes; así como también, se dispondrá de instalaciones debidamente equipadas y el óptimo estado y funcionamiento de las instalaciones, que permitan lograr una percepción de imagen positiva, para lo cual la empresa hotelera dispondrá de un plan de Relaciones Públicas para considerar las estrategias de comunicación más convenientes.

En el **Anexo No.** se detalla la Infraestructura Mínima para un Establecimiento de Hospedaje clasificado como Hotel; lo cual establece que se necesitan como mínimo 20 habitaciones para ser considerado Hotel de Segunda Categoría. El Hotel Ecológico “Santa Cruz” dispondrá de instalaciones que tendrán una capacidad de alojamiento para 36 personas, distribuidas en 22 habitaciones donde predomina el estilo moderno y ambientalista de la decoración, con 14 camas dobles y 8 camas de una plaza. Se dispondrá de personal guía capacitado para proporcionar el servicio de paseos e invitaciones a huéspedes, y de señaléticas para referir aquellos espacios geográficos que planteen dilemas de comportamiento.

Para la construcción del hotel se usarán materiales reciclados, mediante el uso de normas bioclimáticas, para lo cual se dispondrá de sistemas de filtros biológicos, para filtrar el agua de las duchas y lavabos, instalación de inodoros que no requieren agua, bombillas de

luz que ahorran energía eléctrica, sensores de luz que se prenden y apagan automáticamente para proveer de alumbrado eléctrico y agua caliente de una manera permanente.

El hotel estará ubicado, en una zona de acceso fácil al transporte público, en un barrio central, en la parroquia Puerto Ayora, en las calles Av. Baltra y Tomás de Berlanga, frente al hospital República del Ecuador, del Cantón Santa Cruz, provincia de Galápagos.

Misión:

La empresa tendrá como misión brindar un servicio hotelero eficiente y de calidad a los clientes, haciéndoles partícipes de una estadía placentera y de un gran nivel de satisfacción, mediante el desarrollo de buenas prácticas de turismo sostenible y conciencia ecológica.

Visión:

Ser líderes en el mercado hotelero del cantón Santa Cruz en la provincia de Galápagos, con óptimos niveles de calidad, servicio, eficiencia y ecoturismo.

Principios del hotel:

- Brindar un servicio basado en filosofía de alta calidad, eficiencia y compromiso, con mínimos impactos al medioambiente y comodidad para los clientes, logrando una máxima integración con el entorno.
- Diseño, construcción y equipamiento de un hotel ecológico con altos niveles y estándares de alta calidad, considerando todos los aspectos: tecnológico – funcional, económico – financiero, ecológico – ambiental y socio - cultural.
- Concienciar a los visitantes sobre las buenas prácticas de turismo responsable y temas de conservación ambiental.
- Colaborar con el medio ambiente manteniendo y favoreciendo la biodiversidad, las tradiciones y la cultura local.

- Otorgar altos niveles de agricultura sostenible, patrimonio cultural y desarrollo rural, protección de la naturaleza y recursos naturales (mínima huella ecológica).

4.2. Plan de Acción de Buenas Prácticas Turísticas Sostenibles

- **Ámbito Empresarial:**

Las buenas prácticas turísticas involucran todo el sistema de cadena de valores de servicio al cliente, en cuanto a la conservación del medio ambiente, que motiva la movilidad del visitante, hacia el destino turístico; así como la calidad del servicio que se ofrece, que debe responder a las exigencias y necesidades de los clientes, por consiguiente, no solamente deben considerar la protección del medio ambiente, en relación a proteger la naturaleza, para propiciar un turismo sostenible, en cuanto al paisajismo y las especies que habitan en el lugar; sino que también, debe considerársela gestión empresarial, que debe asegurar un desarrollo bajo competencia, sostenible, para favorecer el desempeño turístico de todos los actores que integran el servicio, para desenvolverse en un modelo de comportamiento organizacional con sinergia positiva, basado en una visión, misión, objetivos, clima y cultura laboral.

- **Gestión de la Sostenibilidad**

Las buenas prácticas empresariales, para ejercer el turismo sostenible, se orientan a minimizar el impacto negativo provocada por la atención del servicio, esto es, en cuanto a alterar la naturaleza de manera directa por la empresa e indirecta por los turistas, que reciben el servicio; así como, maximizar el impacto positivo, que busca la fidelización del turista tanto como cliente de la empresa como del destino turístico. Para lograr este objetivo, se deben establecer políticas de actuación sostenible, de manera de normar las acciones de los clientes, internos (personal de la empresa) y externo (turistas que consumen el servicio).

Las acciones dirigidas para favorecer el comportamiento de los individuos tanto en ofrecer como en recibir un servicio, requiere de un proceso educativo, para desarrollar una cadena psicológica que influya en la mentalidad de los individuos hacia determinadas acciones favorables que con el tiempo van a formar parte de su cultura, basado en principios y valores que han asimilado y practicado a partir de un liderazgo asertivo derivado de una política de sostenibilidad, la cual, se recomienda aplicar en los siguientes términos:

- **Política de Sostenibilidad**

1. Adoptar la planificación estratégica para coordinar las actividades y recursos de la empresa
2. Adoptar un plan de recursos humanos para determinar las necesidades del personal en cuanto a recursos y capacitación.
3. El departamento de recursos humanos debe periódicamente hacer investigaciones para determinar la percepción del servicio y estar en contacto con el personal para conocer sus necesidades e inquietudes.
4. La evaluación de personal no debe ejercerse bajo el enfoque de premios y castigos, sino que debe constituir una herramienta para determinar las necesidades de medidas y refuerzo de apoyo para mantener y desarrollar un personal que trabaje en equipo, de alto desempeño.
5. La gestión empresarial debe enfocarse hacia la intervención del desempeño, esto es, coordinar con el departamento de recursos humanos para analizar los puntos débiles del personal mediante capacitación y adiestramiento; y, maximizar el aprovechamiento de los puntos fuertes, para potenciar el espíritu de cuerpo y la salud institucional.
6. Utilizar los recursos que se disponen eficientemente.
7. Utilizar una administración basada en el balanceo de los recursos económicos, sociales y ambientales.
8. La sostenibilidad es el resultado de la integración y balance entre el dinero, el ambiente y los aspectos sociales de las personas que integran la empresa.
9. La relación costo – volumen y utilidad persigue maximizar la gestión programada y coordinada de la cadena de valores de los servicios directos e indirectos que ofrece la empresa; pero debe estar apoyada en la gestión de procesos para detectar anomalías o desgaste de la organización que tienda a desequilibrar el desempeño y la buena gestión de prácticas saludables empresariales, turísticas.
10. El aseguramiento de la calidad es el puntal de la sostenibilidad del servicio, que debe ser institucionalizado como eje vertical de las buenas prácticas; puesto que no basta, solamente, detectar y corregir errores; sino que se deben buscar mecanismos de ejecución y de control de actividades, para realizar acciones de gestión de calidad que eviten sucesos similares o derivados que malogren los resultados esperados de la calidad del servicio.

- **Políticas Empresariales**

El direccionamiento empresarial que conduce al comportamiento organizacional alineado, coordinado y competitivo debe ser establecido, consensado y practicado, para desarrollar un marco de actuación que canalice los esfuerzos individuales hacia los objetivos institucionales, con lo cual se logran compatibilizar el esfuerzo conjunto, basado en una administración con responsabilidad compartida, que no se oriente hacia las responsabilidades extremas, ya sea del personal o de los directivos; sino que se debe desarrollar un trabajo colectivo, conjunto, basado en la afiliación y el direccionamiento estratégico para promover y desarrollar las voluntades individuales, hacia los intereses institucionales con un rumbo y dirección preestablecido, resumido y estructurado en función de las siguientes recomendaciones:

Política de Servicio:

- Se brindará un servicio de calidad, eficiente y oportuno al cliente: llevando a la práctica el lema del cliente tiene la razón, que refiere a un conjunto de necesidades que debe ser satisfechas, en función de la voluntad y el asentimiento; en lugar de las actitudes coercitivas, que buscan forzar las voluntades de las personas hacia las situaciones que se presentan.
- La política de cadena de servicio, que evalúan los resultados empresariales, de manera holística e integral; esto es que no se definen únicamente por la percepción favorable del cliente, en cuanto al buen servicio recibido, sino en el aseguramiento de la calidad que busca la excelencia en cada uno de los puntos del proceso administrativo de la logística del servicio, esto es, desde el proceso de marketing hasta la salida del usuario.

Política Ambiental:

- El hotel dispondrá de un compromiso ambiental que implica el cumplimiento a cabalidad de los requisitos legales aplicables y utilización de herramientas y tecnología que favorezca la prevención de la contaminación ambiental.
- Desarrollo de la concientización de la protección del medio ambiente. El aspecto ambiental no se soluciona con sanciones, llamados de atención o amonestaciones; por el contrario, busca desarrollar una afiliación hacia el amor a la naturaleza, basado en el conocimiento, la orientación y el constructivismo, sobre la protección del medio

ambiente, en lugar de la censura y las prohibiciones, que limitan al individuo hacia la libertad de actuación y de recreación; por consiguiente, se dispondrán de medios informativos como pantallas digitales y se participará en charlas y foros que brinden conocimiento al turista, no solo desde el punto de vista del lugar, sino también sobre los cuidados y actuación correcta.

Política Social:

- El hotel ecológico comprometido con el desarrollo del talento humano capacitará constantemente al personal, así como también el cumplimiento de la legislación y derechos laborales y de seguridad social aplicables que contribuyan al bienestar de nuestros trabajadores.
- Integración de vida social del personal.- El ámbito organizacional no solo se desenvuelve en las actividades cotidianas que conducen a la buena marcha del negocio en cuanto a la atención al usuario; sino que también, el personal debe satisfacer sus necesidades individuales, de realización, integración y participación social, de manera de evitar el estrés por falta de vida social.

Política de Gestión Humana:

Las personas no se relacionan únicamente mediante normativas, reglamentos y disposiciones; sino que requieren de una intervención o gestión humana para dirigir emotivamente el comportamiento del personal, para lo cual, se establecen políticas que deben ser observadas y practicadas como una estrategia de desarrollo eficiente para consolidar la salud ocupacional.

- Disponer de una escala de remuneración competitiva y equitativa para el personal que labora en el hotel, conforme a niveles de desempeño y resultados de acuerdo a objetivos planteados.
 - Velar que el personal del hotel mantengan una adecuada presentación e imagen.
- **Política de Seguridad:**
 - El hotel se compromete a otorgar discrecionalidad y confidencialidad a la información de todos sus huéspedes.

- La seguridad del hotel con respecto al cuidado de los recursos se complementa con la utilización de medidas preventivas a través del debido control interno de activos fijos.
- La Seguridad y Salud Ocupacional es un campo de acción que debe formar parte primordial de las buenas prácticas de turismo sostenible, para evitar accidentes o perturbaciones que limiten la satisfacción del turista o perjudique su salud.
- El mantenimiento industrial.- Los bienes de la empresa no solo deben disponerse para su uso, adquiriendo todos los detalles y pormenores que favorezcan el buen servicio; sino que también, se debe proteger su funcionamiento en el mayor tiempo posible de la vida útil, para lo cual la administración debe asegurar una adecuada gestión de reparación y mantenimiento preventivo y correctivo, para evitar imprevistos de daños que perturben la buena gestión del trabajo y de los visitantes.

- **Planificación:**

Se adoptará la planificación estratégica mediante la utilización de cronogramas de actividades, asignación de recursos, tiempos establecidos para dar seguimiento al cumplimiento de lo programado y analizar variaciones de lo planeado con respecto a los resultados. La planificación estratégica busca coordinar las acciones conjuntas de todos los departamentos de la empresa, de manera que los servicios se ofrezcan basado en cadena de valores, donde cada gestión repercute en las actividades de todos y cada unos de los eslabones o funcionarios relacionados con la gestión conjunta del hotel, con responsabilidad compartida y espíritu de cuerpo, orientados hacia el cumplimiento de los objetivos institucionales y el buen desempeño competitivo.

- **Gestión de calidad:**

La administración de la empresa se fundamentará de acuerdo a objetivos de calidad y sostenibilidad, mediante la coordinación interdepartamental, a través de estrategias de cooperación, técnicas de mejoramiento continuo, conformación de trabajos en equipo con sinergia positiva e integración social que implica la participación y compromiso de quienes integran la empresa. La gestión de calidad es una política institucional que debe ser compartida organizacionalmente, esto es: cada empleado pueda hacer observaciones saludables sobre los aspectos que afectan el desempeño de su cliente interno: el que recibe un trabajo, no debe solamente corregirlo, sino que debe coordinar con el responsable del

aseguramiento de la calidad para efectuar la retroalimentación respectiva y evitar futuros posibles sucesos similares, que pongan en riesgo el buen desempeño.

La mala práctica común es que no se puede hacer ninguna observación a un compañero de trabajo porque inmediatamente se molesta y genera un clima laboral desagradable; por consiguiente las buenas prácticas saludables sugieren el paradigma transformador asertivo, mediante el cual tanto los directivos como los empleados puedan recibir sugerencias saludables cuando se producen desfases de competencia y que estas puedan ser conocidas permanentemente por el responsable de aseguramiento de calidad que actuará como mediador y estructurador del comportamiento organizacional efectivo y será su responsabilidad mantener la salud empresarial y el desarrollo del presente modelo de comportamiento conductual.

Procesos y procedimientos

La gestión por procesos es una herramienta que busca solucionar los problemas de desempeño; para lo cual, cada funcionario y responsable directivo debe coordinar y trabajar en equipo para la buena aplicación del proceso que involucra no solamente asegurar la calidad de los insumos o requerimientos y de las salidas o percepción de servicio; sino que también, se debe analizar aspectos que competen a los directivos y al personal, en cuanto se refieren a la correcta planificación estratégica que guiarán las acciones hacia el buen desempeño coordinado y participativo, los mecanismos de control que brindarán la información para conocimiento, análisis, seguimiento y evaluación de actividades.

También de los recursos de actividades que permitan el desempeño funcional de cada colaborador y de los clientes externos en cuanto a su satisfacción durante su hospedaje y permanencia en la empresa.

- En el momento que llega el cliente al hotel ecológico, la recepcionista encargada le solicita la identificación ya sea con su cédula o pasaporte.
- Se procede al registro de datos personales, el tiempo de estadía, y el registro de la habitación que se le va a conceder, información de precios, servicios que oferta el hotel ecológico, entre otros.
- Con respecto a los empleados de orden y limpieza cambiarán las toallas cada día si los huéspedes.

- Se dispondrá de un chef especialista encargado de elaborar los platillos gastronómicos para consumo de nuestros clientes.

Administración y Dirección

La administración es un proceso complejo que involucra conseguir el trabajo en equipo de alto desempeño del personal, basado en competencias laborales, para lo cual deberá buscar mecanismos de control, no solamente respecto a las actividades operativas, sino que debe percibir y conocer las motivaciones personales y evaluar constantemente el desempeño, para determinar si el trabajo colectivo está encaminado a la dirección estratégica empresarial, tales como: misión, visión, objetivos institucionales, planes de acción estratégico, de cada una de las áreas, para potenciar los puntos ciegos, que no están visibles a simple vista; y los puntos débiles que aunque son conocidos, no logran superarse por ciertas restricciones; así como también, fortalecer y desarrollar los puntos fuertes para que no sean debilitados por falta de cultivo o de motivación personal, interpersonal y organizacional.

La administración y dirección del hotel cumplirá con los siguientes principios:

- Facilitar el cumplimiento de objetivos conjuntos alineados a los intereses individuales de los trabajadores, mediante una visión holística, integral con los de la institución.
- La unidad de dirección se encargará de que todas las actividades estén encaminadas a un mismo fin, a través de la coordinación de esfuerzos y enfoque.
- Se aplicará como principio la división del trabajo, en la que cada colaborador se encuentra capacitado en las funciones que se le han encomendado desempeñar diariamente.
- La administración se encargará de realizar constantemente la planificación y gestión estratégica a través de indicadores de calidad y sostenibilidad, mediante el desarrollo de un plan de acción y ejecución para cada departamento y puesto de trabajo que faciliten la coordinación sistemática y adecuada racionalización de los recursos económicos y financieros del hotel, alineados a objetivos y metas comunes.

Evaluación de Desempeño:

- Se efectuarán evaluaciones periódicas mensuales que permitan al personal del hotel retroalimentar su participación en la empresa de tal manera, que se puedan aplicar acciones preventivas y correctivas.
- Para lo cual se utilizarán indicadores de desempeño laboral y un análisis cualitativo sobre la calidad de trabajo y cantidad de trabajo, conocimiento del puesto, relaciones entre compañeros, con el cliente, entre otros aspectos.

Gestión Financiera Contable

La Gestión Financiera no se limita únicamente a la obtención de recursos para financiar las actividades operativas o proyectos especiales; sino que las buenas prácticas empresariales, conducen, permanentemente a evaluar el costo del servicio en cada una de las cadenas de valores que ofrece la empresa; de manera, que la gestión de cada individuo cumpla con el costo presupuestado del desempeño, en cumplimiento de los objetivos y resultados predeterminados.

Por consiguiente, busca apoyar el desempeño laboral evaluando cada eslabón desde el punto de vista financiero para armonizar de manera conjunta e integral el costo financiero institucional; esto es que el costo de capital no debe ser observado desde un punto de vista netamente integral, sino que debe ser desagregado por puestos de trabajo, por centros de costo, que conduzcan a generar un costo de capital para favorecer el turismo sostenible mediante un costo competitivo basado en la evaluación financiera del desempeño laboral.

Sistema Financiero y Contable

- Se contratarán personal profesional en el campo financiero y contable, así como asesores profesionales, certificados en cada área.
- Se implementará un Manual de Procedimientos financieros y contables que le asista al realizar monitoreos periódicos, para que cuente con información oportuna en la toma de decisiones.
- Se efectuarán auditorías internas y externas de las áreas financieras contables.

Presupuesto

- Se desarrollará un presupuesto maestro y general de la empresa
- Se ejecutarán presupuestos operativos para detallar el uso de todos los recursos económicos de operación.
- Ejecución de presupuestos de inversiones.

Gestión de Seguridad

- Se efectuará un análisis de escenarios de riesgo, con la finalidad de aplicar medidas preventivas y de contingencia, para dar soluciones, a través de planes que permitan atender emergencias
- Categorizar los riesgos en altos, medios, bajos y tome acciones adecuadas para minimizar o eliminar el riesgo.

- **Gestión de Comunicación y Mercadeo**

Comunicación

Definir claramente con los colaboradores y personal especializado acerca de la misión y visión de la empresa, principios institucionales, sobre principios de sostenibilidad y acciones emprendidas para lograrlo.

Mercadeo

- Desarrollar un plan de mercadeo para todos los productos y servicios turísticos que oferta la empresa.
- Poseer un programa de evaluación y medición de los resultados de las acciones de mercadeo y publicidad.
- Utilizar esfuerzos de sostenibilidad como un elemento distintivo de su producto.

➤ **Ámbito Sociocultural:**

La empresa contribuye al Desarrollo Local de su comunidad

1. Establecer alianzas estratégicas con establecimientos turísticos de la localidad para ampliar los servicios complementarios con una cadena de servicios turísticos tales como: alquiler de bicicletas, guías turísticas, artesanías, deportes, estudios fotográficos, complejos turísticos, cadena de restaurantes, entre otros.
2. El personal en un 90% será de su localidad para lo cual será capacitado permanentemente
3. Colaborar con la comunidad para emprender acciones que favorezcan el rescate y la protección del patrimonio histórico – cultural.
4. Se emprenderán eventos culturales como show artístico como parte del producto turístico.

Ámbito Ambiental:

1. En el hotel no está permitido fumar en ninguno de sus rincones.
2. Gastronomía regional, cocina vegetariana con platos elaborados con ingredientes de cultivo de la localidad.
3. Sistema de protección de Aguas Residuales y tratamientos residuales con separación de productos de desecho.
4. Controles de energía eléctrica automático que se enciendan y se apaguen según la presencia de personas y grado de oscuridad.
5. Detectores para apagar la luz al salir de las habitaciones
6. Decorado de habitaciones con plantas verdes naturales para inspirar naturaleza y clima orgánica.
7. Plan para reducir el consumo de agua que consiste en recolectar el agua de lavabos y duchas para ser utilizado en el riego de plantas y jardines del hotel
8. Implementar un sistema hidráulico para utilizar más presión con menor cantidad de agua.

Manejo de Desechos.

1. Disponer de recipientes de colores para cada tipo de desechos para proporcionar a los recicladores.
2. Utilizar focos ahorradores de menor consumo eléctrico.

4.3. Estrategia de Posicionamiento

El posicionamiento del proyecto se determinará en base a los beneficios que se brinde al mercado meta, entre ellos está la ubicación estratégica, al permitirle al turista permanecer en contacto con el ambiente ecológico y saludable. Así como también, la disponibilidad de habitaciones confortables, un servicio especializado, además de contar con guía profesional especialista en 3 idiomas, entre otros complementarios de distracción y ocio.

Se diferenciará por la armonía del sitio turístico con el medio ambiente, la utilización de energías renovable, la alimentación mediante la práctica de filtro ecológico, es decir que, sean producidos de la manera más natural; para lo cual conseguirlo se considerarán ciertas prácticas ecológicas habituales, como la rotación de cultivos, la limitación del uso de pesticidas sintéticos, entre otros.

4.3.1. Estrategia del nombre Comercial

El Hotel Ecológico “Santa Cruz”, se escogió este nombre fácil de recordar, llamativo y representativo.

4.3.2. Estrategia de Logotipo

Los colores utilizados en el logotipo de la empresa están relacionados con el entorno que rodea a la Isla Santa Cruz. En tales casos, son el color verde, que involucra la vegetación de la isla; el color rojo que está relacionado con la lava de los volcanes y finalmente, el color azul, que representa el mar. La simbología de la tortuga y la palmera son representante de la esencia de todas las islas Galápagos y los turistas que sin distinción de raza, etnia y condición social acudirán al hotel ecológico “Santa Cruz”.

Gráfico No. 12

Logotipo de la Empresa



Elaborado por: El autor

4.3.3. Estrategia de Venta

- a. **Precios:** Luego del sondeo de precios de la competencia, la tarifa será de \$ 35 por persona, por un mínimo de estadía de tres noches.
- b. **Política de cobro y formas de pago:** En el hotel ecológico la política de cobro se efectuará de la siguiente manera:
 1. En el caso del servicio de alojamiento, mediante la reservación telefónica o por internet, el 50% se pagará por adelantado de contado y el otro 50% a tarjeta de crédito.
 2. En el caso de venta directa, se cancela el valor del servicio al 100% en su totalidad.

4.3.4. Estrategia Publicitaria

- Para una mayor difusión tanto nacional como internacional se creará una página web, la que dispondrá de información acerca del hotel, los servicios que ofrece, precios e itinerarios, etc.
- Diseño e implementación de una cartelera digital para difusión dinámica y sistematizada de publicaciones acerca de los servicios y prestaciones que ofrece el hotel ecológico a la comunidad.
- Elaboración de un plan de capacitación a la cadena de valor del sector turístico.

4.4. ANALISIS ECONOMICO Y FINANCIERO

4.4.1. Inversión

4.4.1.1. Inversión fija

El Hotel Ecológico requiere de una inversión fija, tangible e intangible, que alcanza el valor de \$ 683.480,85 dólares, de los cuales el 97.03% corresponde activos fijos, es decir \$ 587.560,80, desglosados en gastos de instalación eléctrica y cableado, estimado en un 20% del valor de los equipos, es decir, \$ 22.136,80 equivalente al 4% del total de inversión fija tangible, vehículo por el valor de \$ 75000 dólares, equivalente a 13%. Otro rubro de la inversión, está destinado a financiar muebles y enseres, correspondiente a \$ 17.052 dólares, equipos de computación en \$ 4.172 dólares, equivalente a una estructura porcentual del 1% del activo tangible, también se considera como inversión tangible, los Equipos de Oficina equivalente a \$ 700 dólares, suministros de servicios hoteleros valorado en \$ 13.760 dólares, terreno con un costo de \$ 45.000 dólares, edificio valorado en \$ 350.000 , equipos, implementación de un sistema hidráulico, para utilizar más presión con menos agua, entre otros.

El hotel cuenta con un área total de 700 m² que corresponden a 20 mts. de frente por 35 mts. de fondo. El área de construcción alcanza 400 mts²; mientras el área abierta alcanza 450.26 mts², que es utilizado como andenes, garaje y área de recreación. En el Anexo No. Se detalla el área de construcción y abierta del hotel. El costo del edificio ha sido estimado en función de su construcción en la ciudad de Guayaquil, en un área de 200 metros equivalente a 2 plantas (400 metros cuadrados), que por estar ubicado en Puerto Ayora de la Isla Santa Cruz, el costo se incrementa en un 75% por asuntos de movilización y viáticos del personal, entre otros.

Según la Norma internacional de contabilidad No. 38 (2004:11), hace referencia a los activos intangibles, señala a todo activo que tiene las siguientes características: Control, beneficios económicos futuros, carencia de sustancia física e identificable.

En nuestro proyecto, se considerarán los gastos pre operativos durante la puesta en marcha, el cual incluye patentes y tasa de habilitación, bomberos, trámite con el notario de registro de propiedad, adecuación del local y decoración de las habitaciones, asesoramiento legal y financiero, entre otros, correspondientes a \$ 11500 dólares, según se detalla en el Cuadro No 17.

Cuadro No. 17
Gastos Preoperativos

Detalle	Costo
Patente y Tasa de Habilitación	120,00
Bomberos	80,00
Trámite con el notario de registro de sociedad	150,00
Adecuación del local y decoración de habitaciones	2.500,00
Gastos de movilización	2.500,00
Estudio de mercado para determinar viabilidad del negocio	3.000,00
Asesoramiento Legal y Financiera	3.000,00
Gastos de papelería inicial	150,00
Total	11.500,00

Elaborado por: El autor

Se considerará también, en esta clasificación de inversión intangible, la adquisición de software informático, lo que corresponde a \$ 3.500 dólares, es decir, un 19 % del total invertido y el costo incurrido por diseño y posicionamiento de página web del hotel con un rubro de \$ 3.000 dólares. En el **Cuadro No. 18** se detalla la inversión fija del proyecto.

Cuadro No. 18 Inversión Fija

INVERSIONES	
Detalle	Valor
1. Inversión Tangible	
Inst. Eléctrica y Cableado (20% V. Equipos)	22.136,80
Vehículo	75.000,00
Muebles y Enseres	17.052,00
Equipos de Computación	4.172,00
Equipos de Oficina	700,00
Suministros de Servicios Hoteleros	13.760,00
Terreno	45.000,00
Edificio - Infraestructura	350.000,00
Equipos	22.440,00
Sistema de protección de Aguas Residuales	11.800,00
Implementación de Sistema Hidráulico	25.000,00
Sensores de movimiento para apagar la luz	500,00
Total Inversión Tangible	587.560,80
2. Inversiones Intangibles	
Gastos preoperativos durante la puesta en marcha	11.500,00
Software operativo e informático	3.500,00
Diseño y posicionamiento de página web	3.000,00
Total Inversión Intangible	18.000,00
Total Inversión Fija	605.560,80
3. Capital de Operación	77.920,05
Total Inversiones	683.480,85

*/ Se exceptúa depreciación y amortización

Elaborado por: El autor

4.4.1.2 Capital de Trabajo

El capital de trabajo se considera aquellos recursos que se disponen a la capacidad de la empresa para llevar a cabo sus actividades con normalidad en el corto plazo.

El capital de operación se ha determinado para un costo del servicio de 2 meses, que corresponde a un valor total de \$ 47.253,12 dólares, más los rubros de gastos administrativos correspondientes a dos meses que equivalen a \$ 22.767,32 dólares, Gastos de ventas correspondientes a dos meses de 5.630,10 dólares e imprevistos por el valor de 2.269.52 dólares, estimado del 3% de los rubros anteriores; el valor total del capital de trabajo alcanza el valor de \$ 77.920,05 dólares. En el **Cuadro No. 19** se muestra el detalle del Capital de operación

Cuadro No. 19
Capital de Operación
(Valores en Dólares)

Denominación	Valor
Costo del servicio (2 meses)	47.253,12
Gastos Administrativos (2 mes)	22.767,32
Gastos de Ventas (2 meses)	5.630,10
Imprevistos (3% rubros anteriores)	2.269,52
TOTAL	77.920,05

Elaborado por: El autor

4.4.1.3 Inversión total

La empresa requiere de una inversión total que alcanza el valor de \$ 683.480,85 dólares, de las cuales las inversiones fijas corresponden a un valor de \$ 605.560,80 dólares, equivalentes a una estructura porcentual del 88.60 % con respecto a la inversión total.

El Capital de Operación alcanza \$ 77.920,05 dólares, que corresponde a una participación de 11.40% con respecto a la inversión total. En el Cuadro N° 20 se efectúa un desglose sobre la inversión inicial requerida para la puesta en marcha del proyecto:

Cuadro No. 20

Inversión Total

Detalle	Valor
1. Inversión Fija	605.560,80
2. Capital de Operación	77.920,05
TOTAL	683.480,85

Elaborado por: El autor

4.4.2. Financiamiento

El financiamiento para la construcción y funcionamiento del hotel será con aportes propios y préstamos bancarios. El 55% de la inversión total, corresponde a capital propio por un valor de \$ 375.914,47 dólares; en tanto que, el 45 % a préstamo bancario, es decir, el valor de \$ 307.566,38 dólares. El **Cuadro No. 21** ilustra el detalle del financiamiento del proyecto.

Cuadro No. 21

Financiamiento

Detalle	Valor	%
Capital Propio	375.914,47	55,00%
Préstamo Bancario	307.566,38	45,00%
Total	683.480,85	100%

Elaborado por: El autor

En el **Cuadro No. 22** se detalla la Tabla de Amortización Uniforme de Cuota Fija, donde se muestran los gastos financieros incurridos en el proyecto, calculados durante 5 años, para lo cual se utilizó la tasa activa referencial del 14% de acuerdo a fuentes obtenidas por el Banco Pacífico. (Banco del Pacífico, 2011) La tasa de interés seleccionada corresponde a la banca privada, en razón de que las tasas de intereses preferenciales provenientes de la Corporación Financiera y Bancos del Sector Público, requieren del cumplimiento de trámites que dificultan la obtención inmediata del financiamiento; en todo caso, queda la posibilidad de que en la ejecución del proyecto se logre gestionar un préstamo con intereses más bajos.

Cuadro No. 22

Tabla de Amortización Uniforme de Cuota Fija

AÑOS	PAGO	CAPITAL	INTERESES	SALDO
0				307.566,38
1	84.962,87	48.577,77	36.385,10	258.988,62
2	84.962,87	54.324,52	30.638,35	204.664,10
3	84.962,87	60.751,11	24.211,76	143.912,99
4	84.962,87	67.937,96	17.024,91	75.975,03
5	84.962,87	75.975,03	8.987,85	0,00
TOTAL	424.814,36	307.566,38	117.247,97	

Elaborado por: El autor

El capital es el resultado de restar el valor del Pago menos los intereses; y el Saldo se obtiene restando el saldo anterior menos el capital del año actual. Para el cálculo del interés se multiplica el Saldo Anterior por el 11.83%, lo que permite definir intereses decrecientes.

4.4.3. Ingresos

4.4.3.1. Ingresos por venta

En el Cuadro No. se detalla la capacidad utilizada del hotel ecológico en función de un 80% para la temporada alta que corresponde a los meses de Enero a Mayo que correspondiente a 960 días de alquiler para Habitación Simple y de 1680 días de alquiler para Habitación Doble. En el caso de la temporada media se establecen los meses de Junio a Septiembre con una capacidad utilizada de 1848 números de servicios. Finalmente, en la temporada baja se obtiene una participación del 60%, es decir 1188 días de alquiler del servicio, como se detalla a continuación:

Cuadro No. 22

Capacidad Utilizada Mensual del Hotel Ecológico

MESES	Temporada	Cap. Utilizada	N. Meses	Cap. Util. Mensual		Cap. Util. Anual	
				Cama Simple	Cama Doble	Cama Simple	Cama Doble
Enero a Mayo	Alta	80%	5	192	336	960	1680
Junio a Septiembre	Media	70%	4	168	294	672	1176
Octubre a Diciembre	Baja	60%	3	144	252	432	756
TOTAL			12	504	882	2064	3612

*/ Cama Simple 8

240 días de alquiler

Días disponibles al mes: 30 días

*/ Cama Doble 14

420 días de alquiler

Elaborado por: El autor

El desglose del cálculo se detalla en el **Cuadro No. 25**, referente a los Ingresos Proyectados, el cual se establece en función de una demanda potencial representada el número de días alquilados del servicio de hospedaje, tanto en habitaciones simples como dobles para lo cual se fija un precio de \$ 35 dólares para el primero y de \$ 45 dólares para el segundo, manteniéndose constante los ingresos durante los siguientes años.

El método de fijación de precio utilizado es basado en la competencia, el cual se definió en \$ 35 dólares para el alquiler de habitaciones simples y de \$ 45 dólares para las habitaciones dobles para hoteles de segunda categoría. El total de ingresos obtenidos durante el primer año corresponde a \$ 753.180 dólares.

Cuadro No. 25
Ingresos por ventas

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Datos Generales					
Servicios prestados					
1. Determinación de Servicios de Alquiler					
1.1. Alquiler de Habitaciones Simple	2064	2064	2064	2064	2064
1.2. Alquiler de Habitaciones Dobles	3612	3612	3612	3612	3612
Total	5676	5676	5676	5676	5676
2. Precio de Venta al público					
2.1. Precio de venta a Habitaciones Simple	35,00	35,00	35,00	35,00	35,00
2.2. Precio de venta a Habitaciones Dobles	45,00	45,00	45,00	45,00	45,00
Ingresos					
Ing. por Servicios de Alquiler de Habitación	234.780,00	234.780,00	234.780,00	234.780,00	234.780,00
Otros Ingresos	518.400	518.400	518.400	518.400	518.400
Total Ingresos	753.180,00	753.180,00	753.180,00	753.180,00	753.180,00

Elaborado por: El autor

En el Cuadro No. se detalla el número de personas hospedadas diariamente de 36 personas a la cual se le adiciona la visita de un 25% adicional de clientes externos correspondiente a 9 personas, lo que da un total de 45 clientes diarios. El precio del desayuno promedio se define en \$ 4.00 dólares, el del almuerzo equivalente a \$ 5 dólares y el precio de la cena de \$ 7 dólares, lo que permite establecer un rubro mensual correspondiente a estos tres servicios equivalentes a \$ 43.200 dólares que multiplicado por 12 meses de servicio da un valor anual de \$ 518.400 dólares.

4.4.3.2. Otros ingresos por venta

Existen otros ingresos relacionados con servicios adicionales que se ofrecerán a los clientes como son: Alimentación y refrigerio en lo que es desayuno, almuerzo y merienda.

Cuadro No. 26

Otros Ingresos: Servicios de alimentación y Refrigerio

Habitaciones	N. Personas	Habit.	N. Personas hospedadas	Cientes Externos	Total Clientes	Total Mensual	P. Desayuno	P. Almuerzo	P. Cena	Ing. Mensual	Ing. Anual
Simple	1	8	8	2	10	300	4	5	7	4.800,00	57.600,00
Compuesta	2	14	28	7	35	1050	4	5	7	16.800,00	201.600,00
Total	3	22	36	9	45	1350	4	5	7	21.600,00	259.200,00
	Total									43.200,00	518.400,00

Elaborado por: El autor

4.2.4. Costos del Servicio

En el **Cuadro No.27** se detallan los gastos del personal involucrado directa e indirectamente en la prestación del servicio hotelero como son: Personal de Cocina, Camareros, Meseros, personal de mantenimiento, un especialista en tres idiomas, lo que da un rubro anual total de \$ 128.615,40 dólares, es decir, el % del total de gastos incurridos.

Adicionalmente, se considerará también los gastos de mantenimiento, amortización de intangibles, gastos de suministros de servicios hoteleros, costo de alimentos y bebidas, etc. Lo que suma un egreso anual equivalente a \$ 283.518,73 dólares.

Cuadro No. 27
Costo del Servicio

Gastos de Personal	No.	T. Mensual	T. Anual
Camateros	6	3.459,50	46.698,00
Personal de Cocina	3	2.767,60	36.703,20
Meseros	4	2.306,33	31.132,00
Personal de mantenimiento	2	1.037,85	14.082,20
Especialista en 3 idiomas	1	980,19	12.976,30
SUBTOTAL	15	9.571,28	128.615,40
Gastos de mantenimiento		250,00	3.000,00
Gastos de eventos culturales		300,00	3.600,00
Gastos de amortización de intangibles		576,39	6.916,67
Gasto de suministro (Grapas, papeles, clips, etc)		200,00	2.400,00
Imprevistos		400,00	4.800,00
Suministros de Servicios Hoteleros		382,22	4.586,67
Alimentos y Bebidas	45	10.800,00	129.600,00
TOTAL			283.518,73

Elaborado por: El autor

4.4.5. Gastos Operativos

4.4.5.1. Gastos Administrativos

En el **Cuadro No. 28** se detallan los gastos administrativos que corresponden al sueldo del personal: gerente general, secretaria, jefe administrativo, jefe financiero, asesor legal, lo que da un rubro anual total de \$ 80.689,70 es decir el 59.06 % del total de gastos incurridos.

Adicionalmente, se considerará el pago de servicios básicos: agua, luz y teléfono; depreciación de activos del área administrativa y financiera, capacitación del personal, depreciación de activos fijos, amortización de intangibles, gastos de suministros, etc. Lo que suma un egreso anual equivalente a \$ 136.603,91 dólares.

Cuadro No. 28
Gastos administrativos y Generales

Gastos de Personal	No.	T. Mensual	T. Anual
Gerente General	1	1.250,00	16.564,00
Secretaria	1	634,24	8.524,90
Jefe Administrativo	1	1.037,85	13.718,20
Jefe Financiero	1	1.095,51	14.460,10
Mensajero	1	461,27	6.299,20
Guardias	3	1.556,78	21.123,30
SUBTOTAL		6.035,64	80.689,70
Gastos de Agua, Luz y Teléfono		450,00	5.400,00
Gasto de Honorarios Profesionales		490,00	5.880,00
Capacitación al personal		800,00	9.600,00
Dep. Vehículos (50% * \$ 75000)		625,00	7.500,00
Dep. Muebles y Enseres		142,10	1.705,20
Dep. Equipo de Oficina		5,83	70,00
Instalación Eléctrica		184,47	2.213,68
Dep Equipos de Computación (50% * \$ 4172)		57,94	695,33
Depreciación de Edificio		1.458,33	17.500,00
Depreciación Varios			
Amortización activos intangibles		95,83	1.150,00
Gasto de suministro (Grapas, papeles, clips, etc)		350,00	4.200,00
TOTAL			136.603,91

Elaborado por: El autor

4.4.5.2. Gastos de Ventas

Según se detallan la **Cuadro No. 29**, los gastos de ventas corresponden al sueldo del Jefe Comercial, con un egreso anual de \$ 14.905,24 dólares, que representa el 44.12 % del total de gastos incurridos. Se considera también los gastos de promoción y publicidad, de suministros, depreciación de equipos de computación, gastos de suministros y adecuación del local, cuyo monto alcanza a \$ 33.780,57 dólares.

Cuadro No. 29
Gastos de Ventas

Gastos de Personal	No.	T. Mensual	T. Anual
Jefe Comercial	1	1.130,10	14.905,24
SUBTOTAL	1	1.130,10	14.905,24
Gastos de Publicidad y Promoción		550,00	6.600,00
Dep. Vehículos (50% * \$ 75000)		625,00	7.500,00
Dep Equipos de Computación (50% * \$ 4172)		57,94	695,33
Gasto de suministro (Grapas, papeles, clips, etc)		160,00	1.920,00
Gasto de adecuación del local		180,00	2.160,00
TOTAL			33.780,57

Elaborado por: El autor

4.4.5.3. Gastos Financieros

Finalmente, en el **Cuadro No. 30** se detalla los intereses por préstamo de cada año determinándose para el primer año en \$ 36.385,10 dólares y para el último año en \$ 8987,85 dólares, como se detalla a continuación.

Cuadro No. 30
Gastos Financieros

Año	1	2	3	4	5
Intereses de préstamo	36.385,10	30.638,35	24.211,76	17.024,91	8.987,85
Total Gasto Financiero	36.385,10	30.638,35	24.211,76	17.024,91	8.987,85

Elaborado por: El autor

4.4.5. Depreciación

La depreciación corresponde al desgaste con el paso del tiempo que sufre un activo fijo por el uso que a éste corresponde. Para efectos de cálculo se ha utilizado el Método de Línea Recta el cual se calcula considerando el costo de la inversión menos su valor de desecho, si existe; entre el número de años de vida útil, para lo que se supone que el activo se desgasta de manera uniforme durante el transcurso de su vida útil. Por lo que cada ejercicio, recibe el mismo cargo de resultado por este concepto.

En el Cuadro No.31 se desglosa la depreciación anual durante los cinco años de vida útil de vehículos de acuerdo a lo dispuesto en la Ley de Régimen Tributario Interno actual.

Cuadro No. 31
Depreciación Vehículos

VEHICULOS			
Años	Dep. Anual	Dep. Acum.	Valor en Libros
			75.000,00
1	15000	15000	60000
2	15000	30000	45000
3	15000	45000	30000
4	15000	60000	15000
5	15000	75000	0

Elaborado por: El autor

En el Cuadro No. 32 se desglosa la depreciación anual durante los diez años de vida útil de muebles y enseres de acuerdo a lo dispuesto en la Ley de Régimen Tributario Interno.

Cuadro No. 32
Depreciación Muebles y Enseres

MUEBLES Y ENSERES			
Años	Dep. Anual	Dep. Acum.	Valor en Libros
			17.052,00
1	1.705,20	1.705,20	15.346,80
2	1.705,20	3.410,40	13.641,60
3	1.705,20	5.115,60	11.936,40
4	1.705,20	6.820,80	10.231,20
5	1.705,20	8.526,00	8.526,00
6	1.705,20	10.231,20	6.820,80
7	1.705,20	11.936,40	5.115,60
8	1.705,20	13.641,60	3.410,40
9	1.705,20	15.346,80	1.705,20
10	1.705,20	17.052,00	-

Elaborado por: El autor

En el Cuadro No. 33 se desglosa la depreciación anual durante los tres años de vida útil de equipos de computación de acuerdo a lo dispuesto en la Ley de Régimen Tributario Interno.

Cuadro No. 33
Depreciación Equipos de Computación

EQUIPOS DE COMPUTACION			
Años	Dep. Anual	Dep. Acum.	Valor en Libros
			4.172,00
1	1.390,67	1.390,67	2.781,33
2	1.390,67	2.781,33	1.390,67
3	1.390,67	4.172,00	-

Elaborado por: El autor

En el Cuadro No. 34 se desglosa la depreciación anual durante los diez años de vida útil de equipos de comunicación de acuerdo a lo dispuesto en la Ley de Régimen Tributario Interno.

Cuadro No. 34
Depreciación Edificios

Edificio			
Años	Dep. Anual	Dep. Acum.	Valor en Libros
			350.000,00
1	17.500,00	17.500,00	332.500,00
2	17.500,00	17.500,00	315.000,00
3	17.500,00	17.500,00	297.500,00
4	17.500,00	17.500,00	280.000,00
5	17.500,00	17.500,00	262.500,00
6	17.500,00	17.500,00	245.000,00
7	17.500,00	17.500,00	227.500,00
8	17.500,00	17.500,00	210.000,00
9	17.500,00	17.500,00	192.500,00
10	17.500,00	17.500,00	175.000,00
11	17.500,00	17.500,00	157.500,00
12	17.500,00	17.500,00	140.000,00
13	17.500,00	17.500,00	122.500,00
14	17.500,00	17.500,00	105.000,00
15	17.500,00	17.500,00	87.500,00
16	17.500,00	17.500,00	70.000,00
17	17.500,00	17.500,00	52.500,00
18	17.500,00	17.500,00	35.000,00
19	17.500,00	17.500,00	17.500,00
20	17.500,00	17.500,00	-

Elaborado por: El autor

En el Cuadro No. 35 se desglosa la depreciación anual durante los diez años de vida útil de equipos de oficina de acuerdo a lo dispuesto en la Ley de Régimen Tributario Interno.

Cuadro No. 35
Depreciación Equipos de Oficina

EQUIPOS DE OFICINA			
Años	Dep. Anual	Dep. Acum.	Valor en Libros
			700,00
1	70,00	70,00	630,00
2	70,00	140,00	560,00
3	70,00	210,00	490,00
4	70,00	280,00	420,00
5	70,00	350,00	350,00
6	70,00	420,00	280,00
7	70,00	490,00	210,00
8	70,00	560,00	140,00
9	70,00	630,00	70,00
10	70,00	700,00	-

Elaborado por: El autor

En el Cuadro No. 36 se desglosa la depreciación anual durante los diez años de vida útil de instalación eléctrica y cableado de acuerdo a lo dispuesto en la Ley de Régimen Tributario Interno.

Cuadro No. 36
Depreciación Instalación Eléctrica

INSTALACION ELÉCTRICA			
Años	Dep. Anual	Dep. Acum.	Valor en Libros
			22.136,80
1	2.213,68	2.213,68	19.923,12
2	2.213,68	4.427,36	17.709,44
3	2.213,68	6.641,04	15.495,76
4	2.213,68	8.854,72	13.282,08
5	2.213,68	11.068,40	11.068,40
6	2.213,68	13.282,08	8.854,72
7	2.213,68	15.495,76	6.641,04
8	2.213,68	17.709,44	4.427,36
9	2.213,68	19.923,12	2.213,68
10	2.213,68	22.136,80	-

Elaborado por: El autor

4.4.6. Flujo de Caja

La evaluación de un proyecto es una herramienta que provee información financiera que facilite cuantificar el impacto positivo o negativo de un proyecto y tomar decisiones correctas.

En la Cuadro No. 37 se detallan los flujos obtenidos con la ejecución de la propuesta, de acuerdo al Flujo de Caja Proyectado, el cual se mantiene positivo desde el primer año de la propuesta, hasta llegar al 2018 con un flujo que alcanza \$ 168.057,61 dólares.

Cuadro No. 37

Flujo de Caja Proyectado

Descripción	Periodos					
	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Ingresos obtenidos		753.180,00	753.180,00	753.180,00	753.180,00	753.180,00
Costo del Servicio		283.518,73	283.518,73	283.518,73	283.518,73	283.518,73
(=) Utilidad Bruta		469.661,27	469.661,27	469.661,27	469.661,27	469.661,27
(-) Gastos Operacionales		170.384,49	173.762,54	182.207,69	190.652,83	199.097,97
Gastos Administrativos y Benef. Sociales		136.603,91	136.603,91	136.603,91	136.603,91	136.603,91
Gastos de Ventas		33.780,57	37.158,63	45.603,77	54.048,92	62.494,06
Utilidad Operacional		299.276,78	295.898,72	287.453,58	279.008,44	270.563,29
(-) Gastos no Operacionales						
Gastos Financieros (Int. Sobre préstamos)		36.385,10	30.638,35	24.211,76	17.024,91	8.987,85
Utilidad Antes de Part. Trab. E Imp.		262.891,68	265.260,37	263.241,82	261.983,53	261.575,45
Participación de Trabajadores (15%)			39.433,75	39.789,06	39.486,27	39.297,53
Utilidad Antes de Impuestos		262.891,68	225.826,62	223.452,76	222.497,26	222.277,92
22% Impuesto a la Renta			57.836,17	49.681,86	49.159,61	48.949,40
Utilidad Neta		262.891,68	167.990,45	173.770,91	173.337,65	173.328,52
Dep. Activos		43.803,55	43.803,55	43.803,55	43.803,55	43.803,55
Amortización Intangibles		8.066,67	8.066,67	8.066,67	8.066,67	8.066,67
Inversión Inicial	-	683.480,85				
Inversión Adicional de Activos				-4.172,00		
Préstamo	307.566,38					
Amortización		-48.577,77	-54.324,52	-60.751,11	-67.937,96	-75.975,03
Recuperación de Capital de Trabajo						77.920,05
Flujo de Caja	-	375.914,47	266.184,12	165.536,14	160.718,01	157.269,90
TIR	47%					
VAN	485.382,44					

Elaborado por: El autor

4.4.6.1. Tasa Mínima Atractiva de Retorno (TMAR)

La tasa mínima atractiva de retorno a utilizarse que el inversionista le exige a la inversión utilizada para descontar los flujos de efectivo futuros del presente proyecto corresponde a la tasa pasiva referencial del Banco Central del Ecuador correspondiente a 4.5%. (BNF, 2014)

4.4.6.2. Tasa Interna de Retorno (TIR)

La TIR (Tasa Interna de Retorno) es aquella tasa que hace que el valor actual neto sea igual a cero.

Algebraicamente:

$$VAN = 0 = \sum_{i=1...n} \frac{BN_i}{(1+TIR)^i}$$

Dónde:

VAN: Valor Actual Neto

BN_i: Beneficio Neto del Año i

TIR: Tasa interna de retorno

La regla para realizar una inversión o no utilizando la TIR es la siguiente:

TIR > i => realizar el proyecto

TIR < i => no realizar el proyecto

TIR = i => el inversionista es indiferente entre realizar el Proyecto o no.

En base al análisis de proyección de los flujos de caja correspondiente escenario esperado se obtiene una TIR corresponde al 47%; lo que significa que conviene llevar a cabo el proyecto porque este brinda una rentabilidad muy buena.

4.4.6.3. Valor Actual Neto (VAN)

El Valor Actualizado Neto (VAN) es un método de valoración de inversiones que puede definirse como la diferencia entre el valor actualizado de los cobros y de los pagos generados por una inversión. Proporciona una medida de la rentabilidad del proyecto analizado en valor absoluto, es decir expresa la diferencia entre el valor actualizado de las unidades monetarias cobradas y pagadas. (Iturrioz, 2014)

La metodología consiste en descontar al momento actual (a través de una tasa de descuento) todos los flujos de efectivo futuros del proyecto. A este valor se le resta la inversión inicial, de tal modo que el valor obtenido es el valor actual neto del proyecto.

La fórmula que nos permite calcular el Valor Actual Neto es:

$$VAN = \sum_{t=1}^n \frac{V_t}{(1+k)^t} - I_0$$

V_t representa los flujos de caja en cada periodo t .

I_0 es el desembolso inicial de la inversión.

k Tasa de descuento

n es el número de períodos considerado.

El Van que obtuvimos es: VAN= \$ 485.382,44

4.4.7. Estado de Resultado

A continuación se presenta el estado de resultado integral proyectado individual, correspondiente a los ingresos totales obtenidos por servicios hoteleros.

El Estado de Resultados proyectado lo conforman los ingresos, el costo del servicio, lo cual permite obtener la utilidad bruta en ventas, los gastos operativos que lo integran los gastos administrativos, los gastos de ventas y gastos no operativos que lo conforman los gastos financieros. Adicionalmente se descuenta el 15% de Participación de trabajadores y

el 22% de Impuesto a la Renta aplicado a sociedades, obteniendo como resultado saldos positivos durante el periodo de evaluación de análisis.

Cuadro No. 38
Estado de Resultado Proyectado

DETALLE					
	2014	2015	2016	2017	2018
Ingresos	753.180,00	753.180,00	753.180,00	753.180,00	753.180,00
Total Ingresos	753.180,00	753.180,00	753.180,00	753.180,00	753.180,00
Costos del Servicio	283.518,73	283.518,73	283.518,73	283.518,73	283.518,73
Utilidad Bruta en Ventas	469.661,27	469.661,27	469.661,27	469.661,27	469.661,27
Gastos Operativos	206.769,59	204.400,90	206.419,45	207.677,74	208.085,82
Gastos Administrativos	136.603,91	136.603,91	136.603,91	136.603,91	136.603,91
Gastos de Ventas	33.780,57	37.158,63	45.603,77	54.048,92	62.494,06
Gastos Financieros	36.385,10	30.638,35	24.211,76	17.024,91	8.987,85
Ganancia (Pérdida) antes de 15% a trabajadores e Imp. A la Renta	262.891,68	265.260,37	263.241,82	261.983,53	261.575,45
(-)15% Participación a Trabajadores	39.433,75	39.789,06	39.486,27	39.297,53	39.236,32
Utilidad Gravable	223.457,93	225.471,31	223.755,54	222.686,00	222.339,13
(-)22% Impuesto a la Renta	49.160,74	49.603,69	49.226,22	48.990,92	48.914,61
Resultados del Ejercicio	174.297,18	175.867,62	174.529,32	173.695,08	173.424,52

Elaborado por: El autor

CONCLUSIONES

- 1) La investigación referencial permitió conocer que en Isla Santa Cruz, predomina la práctica de un turismo irresponsable, en cuanto al cuidado y protección del medio ambiente y la naturaleza, pues se ha convertido en un lugar vulnerable y un escenario de riesgo, donde cotidianamente se desarrollan malas prácticas, consciente o inconscientemente, que afecta de manera negativa al medio ambiente, ejercido tanto por los turistas como por los habitantes del lugar; quienes mutuamente deberían colaborar para dotar de buenas prácticas de turismo responsable, para conservar el patrimonio cultural ecológico que se dispone.
- 2) No se dispone de una política de administración comunitaria compartida para integrar proyectos y propuestas turísticas, tanto público como privado, que haga posible el desarrollo comunitario local, en las que establezcan relaciones de diversos órdenes, buscando con ello la cooperación, la transferencia de conocimientos y en general todo tipo de recursos, ideas, experiencias, con el propósito de lograr objetivos y metas de corto mediano y largo plazo, favorecedores de la gestión turística en sociedad.
- 3) La investigación permitió conocer que el principal motivo de visita al cantón Santa Cruz es conocer el lugar, según opinaron el 60% de los encuestados, haciendo referencia a toda una gama de flora y fauna, que están hoy en peligro de extinción y que podían afectar la motivación o interés de visita de los turistas.
- 4) El lugar preferido para alojamiento y estadía, en la isla Santa Cruz, son los hoteles, según lo señalado por el 75% de los encuestados; porque combinan la diversión y las actividades turísticas a bajo costo, con un estilo promotor de la ecología. Sin embargo, el diseño turístico de los servicios hoteleros, limitan a los empresarios locales a competir con los grandes inversionistas, porque con altas inversiones, buscan integrar todos los servicios en una misma infraestructura.
- 5) Los turistas mostraron una gran preferencia a los hoteles ecológicos, según lo expresaron el 100% de los turistas encuestados, porque buscan disfrutar de un ambiente sano y participar en buenas prácticas de manejo ecológico, para mantener la sustentabilidad de los recursos y atractivos de la biodiversidad.

RECOMENDACIONES

- 1) Es necesario emprender una campaña publicitaria de turismo responsable sostenible; no solamente, refiriéndose a los atractivos turísticos que seducen a los visitantes, sino también, sobre los cuidados y medidas de conservación del medio ambiente, para proteger y preservar el futuro de la naturaleza, el medio ambiente y el turismo sostenible, para lo cual el hotel podrá disponer de videos sobre el tema, que se pueden mostrar en momentos oportunos; tales como: en la sala de espera y en los dormitorios, cuando descansa el turista; de manera de concientizar el rol del visitante, en cuanto al manejo de desechos, ahorro de recursos escasos, medidas de conservación de los recursos naturales, entre otros, que busca ejercer un bajo impacto sobre el medio ambiente y la cultura local, teniendo en cuenta las repercusiones actuales y futuras, económicas, sociales y medioambientales, con las cuales el viajero entra en contacto, a lo largo de su estancia.
- 2) Es conveniente que los guías turísticos y empresas, que promocionan el turismo interior, conformen paquetes turísticos que integren a otros establecimientos de la localidad, mediante alianzas estratégicas, para que participen y se integren al desarrollo comunitario turístico, como parte de una estrategia de negocios anclas, en que los establecimientos con mayores alcances y oportunidades, puedan brindar solidariamente apoyo a los establecimientos de menores posibilidades económicas, para lograr un desarrollo local, como parte de buenas prácticas de mercado inclusivo.
- 3) Es de vital importancia que los actores turísticos, establecimientos anfitriones de la localidad, realicen buenas prácticas de turismo sostenible para resolver los problemas ambientales de la isla, en cuanto al control de los niveles de concentración de contaminantes y la reducción de la pesca excesiva, con el fin de enfrentar y detener el deterioro del medio ambiente que puede afectar el actual atractivo turístico masivo, patrimonio de la humanidad.
- 4) Se recomienda flexibilizar los servicios y paquetes turísticos de hotelería, mediante alianzas estratégicas, con otros establecimientos de la localidad, para conformar un mayor alcance de servicios integrados; de modo de ampliar la cadena de valor de los turistas, y conformar una nueva estrategia de explotación de turismo inclusivo.
- 5) Se recomienda que el hotel ecológico adopte buenas prácticas de turismo sostenible en el ámbito ambiental, con el fin de promover una relación sostenible entre recursos naturales, ambiente y turismo, en la conservación de la biodiversidad y el bienestar de las comunidades locales.

BILIOGRAFIA

- Grünewald, L. (2013). *Qué es la Seguridad Turística*. Recuperado el 29 de Marzo de 2014, de http://www.forodeseguridad.com/artic/discipl/disc_4054.htm
- Nunes, P. (2012). *Alianza Estratégica*. Recuperado el 8 de Abril de 2014, de <http://www.knoow.net/es/cieeconcom/gestion/alianzaestrategica.htm>
- Alarcón, T. (2013). *Qué es la Cultura Turística?* Recuperado el 24 de Febrero de 2014, de http://www.une.edu.ve/cpt/noticia08_03_2.htm
- Avila. (2002). *Turismo sostenible*. Madrid: IEPALA.
- Baquerizo, G., & Loor, L. (2010). *Análisis de la cadena de suministro de una empresa abastecedora de alimentos desde Guayaquil hacia la Región Insular*. Recuperado el 15 de Abril de 2014, de <http://www.dspace.espol.edu.ec/handle/123456789/12234>
- Barreto, B. (2012). *Análisis de una Plataforma de Teleformación de Código libre en los centros educativos del distrito de Huacho*. Perú: GRIN Verlag.
- Bedoya, C. (2010). *Hay que superar la dependencia extractivista*. Recuperado el 16 de Abril de 2014, de http://www.diariolaprimeraperu.com/online/economia/hay-que-superar-la-dependencia-extractivista_62033.html
- Bouillon, R. (2000). *Ecoturismo y sistemas naturales urbanos*. Buenos Aires: Turísticas.
- Cañadas, L. (1983). *El Mapa Bioclimático Y Ecológico Del Ecuador*. Ecuador: Banco Central.
- Ceballos, H. (1998). *Ecoturismo: Naturaleza y Desarrollo Sostenible*. México: Diana.
- CEP. (2008). *Legislación Relevante*. Recuperado el 9 de Abril de 2014, de <http://www.cep.org.ec/>
- Congreso Nacional. (1999). *La comisión legislativa y codificación*. Recuperado el 5 de Noviembre de 2013, de http://www.oas.org/juridico/PDFs/mesicic4_ecu_comp.pdf
- Culturaturística. (2011). *¿Qué es Cultura Turística?* Recuperado el 26 de Marzo de 2014, de <http://culturaturistica.wordpress.com/culturaturistica/>
- D'Ozouville, N., & Merlen, G. (2007). *Agua dulce o la supervivencia en Galápagos*. Quito: PNUD & Corporación.
- DM. (2013). *¿Qué es la huella ecológica?* Recuperado el 19 de Abril de 2014, de <http://www.quitoambiente.com.ec/index.php/actividades/45-huella-ecologica>
- d'Ozouville., N., & Trueman, M. (2010). *Characterizing the Galápagos terrestrial climate in face of global climate change*. *Galápagos Research*. Recuperado el 12 de Abril de 2013, de <http://www.darwinfoundation.org/datazone/galapagos-research/article/characterizing-the-galapagos-terrestrial-climate-in-the-face-of-global-climate-change/>
- Emprendedores. (2013). *Plan de Marketing*. Recuperado el 20 de Abril de 2014, de <http://todoparaemprendedores.wordpress.com/plan-de-negocio/plan-de-marketing/>

- Ethnic. (2013). *Turismo Responsable*. Recuperado el 18 de Abril de 2014, de <http://aethnic.org/es/que-es/turismo-responsable/>
- Gobierno Municipal. (2009). *Plan de desarrollo y ordenamiento territorial cantón Santa Cruz 2012 - 2027*. Recuperado el 19 de Abril de 2014, de http://www.santacruz.gob.ec/gadsantacruz2/gmscdocs/2013/lotaip/k/Anexo-2-Doc_PDyOT-GADMSC.pdf
- Hernández, E. (2000). *La Competitividad Industrial en México*. México: Plaza y Valdes. Recuperado el 22 de Abril de 2014, de http://clust-er.tripod.com/LIBRO_HERNANDEZ.pdf
- Hoskisson, R., & Duane, R. (2004). *Administración estratégica: competitividad y conceptos de globalización*. Thompson.
- Inancebich, J., Lorenzi, P., & Skinner, S. (1996). *Gestión Calidad y Competitividad*. Barcelona: Interamericana.
- JaVer. (2008). *Ubicación geográfica - Islas Galápagos*. Recuperado el 3 de Marzo de 2014, de <http://gpsisland.blogspot.com/2008/03/ubicacin-geografica-islas-galapagos.html>
- Laos, E. H. (2000). *La Competitividad Industrial en México*. México.
- MA. (2013). *Informe anual de visitantes que ingresaron a las áreas protegidas de Galápagos 2012*. Recuperado el 12 de Abril de 2014, de http://www.galapagospark.org/documentos/turismo/pdf/Informe_anual_de_visitantes_2012.pdf
- MA. (2013). *Parque Nacional Galápagos*. Recuperado el 17 de Abril de 2014, de <http://www.galapagospark.org/>
- Navarrete, E. (2013). *1'270.000 turistas visitaron Ecuador en el 2012*. Recuperado el 7 de Abril de 2014, de <http://solnacientenews.blogspot.com/2013/01/1270000-turistas-visitaron-ecuador-en.html>
- OMT. (2013). *Conceptos y Definiciones. Desarrollo Sostenible del Turismo. Definición conceptual*. Recuperado el 5 de Diciembre de 2013, de www.world.tourism.org/sustainable/esp/cpmcèts-htm.
- R. Duane Ireland, R. E. (2004). *Administración estratégica: competitividad y conceptos de globalización*.
- Reck, G. (2007). *Guía del Patrimonio de áreas Naturales Protegidas del Ecuador*. Ecuador: Ministerio del Ambiente. Recuperado el 17 de Abril de 2014
- Sayago, C. (2013). *Economía de escala*. Recuperado el 9 de Abril de 2014, de http://economiahastaenlasopa.blogspot.com/2013/04/economia-de-escala_1366.html
- SENAP. (2010). *Plan Nacional de Descentralización*. Recuperado el 22 de Abril de 2014, de <http://www.planificacion.gob.ec/>
- Stephen, J. (2000). *Ecoturismo: Impacto, tendencias y posibilidades*. Madrid: Síntesis.
- Stephen, R. (2004). *Comportamiento organizacional*. Mexico: Pearson Educación.

- Tamayo, M. (1994). *El proceso de la investigación científica*. México: Limusa.
- Trespalacios, J., Vásquez, R., & Bello, L. (2005). *Investigación de Mercados: métodos de recogida y análisis de la información para la toma de decisiones en Marketing*. Madrid: Paraninfo.
- UICN. (2013). *Abordar los desafíos mundiales*. Recuperado el 2 de Abril de 2014, de <http://www.iucn.org/es/>
- Viñals, M. (2002). *Turismo en espacios naturales y rurales II*. Valencia: Universidad Politécnica .
- Wilsoft. (2013). *La competitividad empresarial*. Recuperado el 7 de Abril de 2014, de <http://www.wilsoft-la.com/index.php/articulos/item/47-la-competitividad-empresarial.html>
- Zapata, P. (2012). *Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial 2012-2016*. Recuperado el 17 de Abril de 2014, de <http://www.gobiernogalapagos.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/08/PDOT-San-Cristobal-2012.pdf>
- Zerna, P. (2008). *Creación de un proyecto turístico hotelero-comunitario en la parroquia Manglaralto*. Recuperado el 19 de Abril de 2014, de <http://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/3078/1/UPS-GT000037.pdf>



ANEXO 1

ENCUESTA UNIVERSIDAD LAICA VICENTE ROCAFUEF FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS CARRERA: INGENIERÍA COMERCIAL



Esperamos tenga un buen día. La presente encuesta tiene como finalidad conocer y mejorar el atractivo turístico del Cantón “Santa Cruz” de Galápagos, a través del diseño de un Hotel Ecológico el cual incluye un plan de manejo ambiental, facilidades turísticas, alojamiento, entre otros.

1. ¿Cuándo viaja le gusta ir?

Solo Con amigos Pareja En familia

2. ¿Cuál es su motivo principal de visita al cantón “Santa Cruz”?

Conocer el lugar Recreación Salud Acompañar Estudio

3. ¿Cuál es su lugar preferido de alojamiento y estadía?

Hotel Cabañas familiares Complejo turístico Otros

4. ¿Cuál es su promedio de noches de estadía en el lugar?

1 – 3 días 3 – 7 días > 7 días

5. ¿Le gustaría que el cantón “Santa Cruz” disponga de un hotel ecológico?

Si No

6. ¿Qué tipo de servicios adicionales le gustaría recibir?

Alojamiento ecológico Senderismo Hacer ejercicio Reunirse
Descanso Alimentación ecológica Ciclismo
Camping Picnic Buceo

7. ¿Asistiría a este lugar?

Siempre Casi siempre Ocasionalmente A veces Nunca

8. ¿Qué aspecto considera importante de un lugar turístico?

Seguridad del sitio Entretenimiento Accesibilidad al lugar
Limpieza del lugar Guía turística Servicios alimentarios
Facilidades turísticas

9. ¿Qué medios utiliza para informarse acerca de los sitios turísticos que visita?

Agencia de Viaje Internet Periódico Televisión Revistas

10. ¿Cuál es su presupuesto recreativo?

\$500 a \$1000 dólares \$1100 a \$2000 dólares \$2100 dólares a \$3000 dólares

ANEXO 2

Puerto Ayora del Cantón Santa Cruz

A. CALLE PRINCIPAL DE PUERTO AYORA, DENOMINADA AV BALTRA Y THOMAS DE BERLANGA



B. AV PRINCIPAL CAHRLES DARWIN



C. SECTOR BARRIO PELICANBAY CON EL MOLINO Y LA TORTUGA



D. SECTOR CALLE CHARLES BINFORD Y RESTAURANT IL GIARDINO



E. MUNICIPIO DE SANTA CRUZ



F. ZONA CENTRICA URBANA PARQUE SAN FRANCISCO



G. ZONA COMERCIAL



H. MONUMENTO AL PESCADOR DE GALAPAGOS



I. MUELLE DE PESCADORES EN SANTA CRUZ



ANEXO 3

REPLICAS DE LAS PRINCIPALES PARTES DEL HOTEL

A. SALA DE ESPERA



B. FIGURAS Y PIEZAS ORNAMENTALES



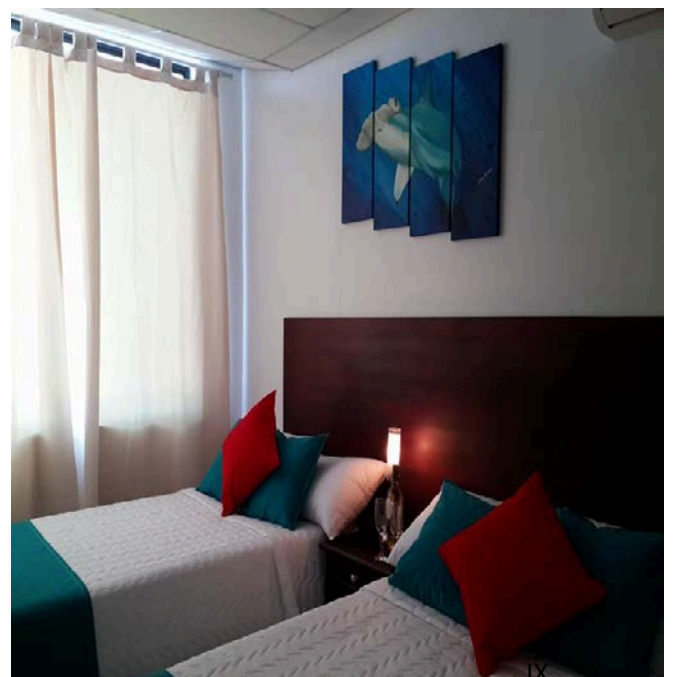
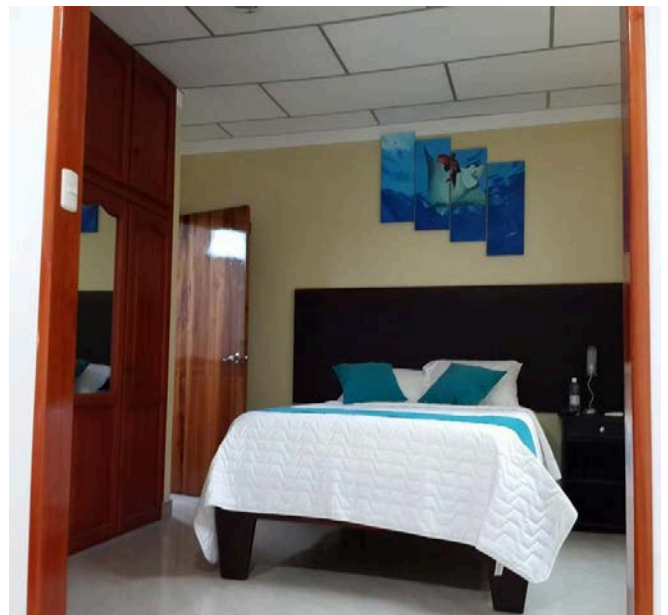
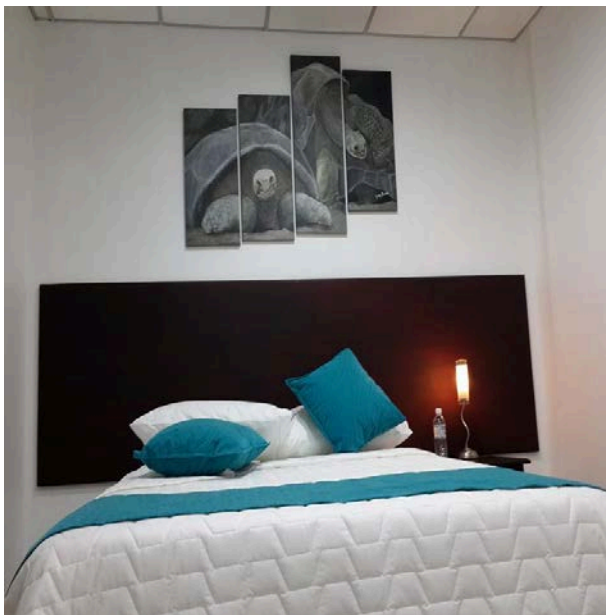
C. ESCALERA CON BARANDA DE MADERA DE ACCESO A LOS PISOS

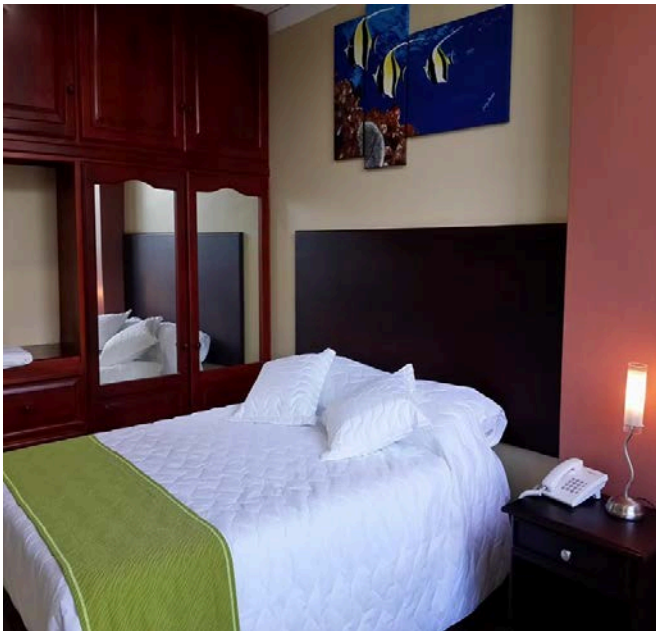
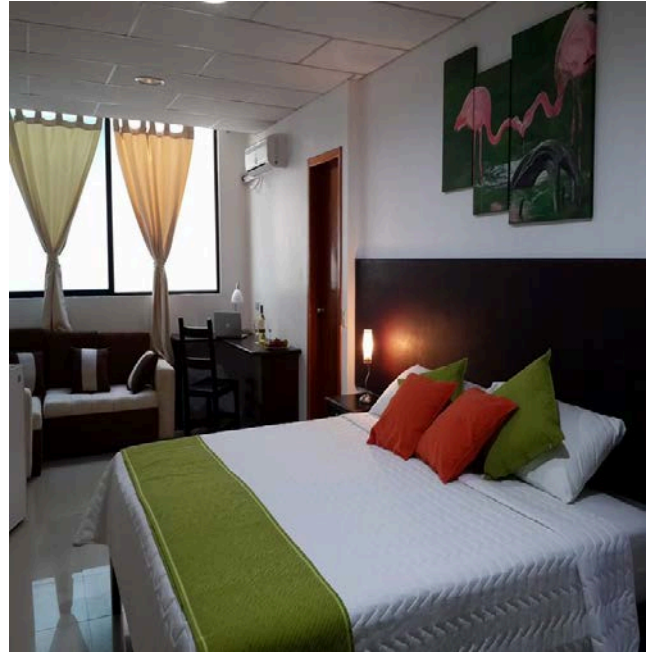
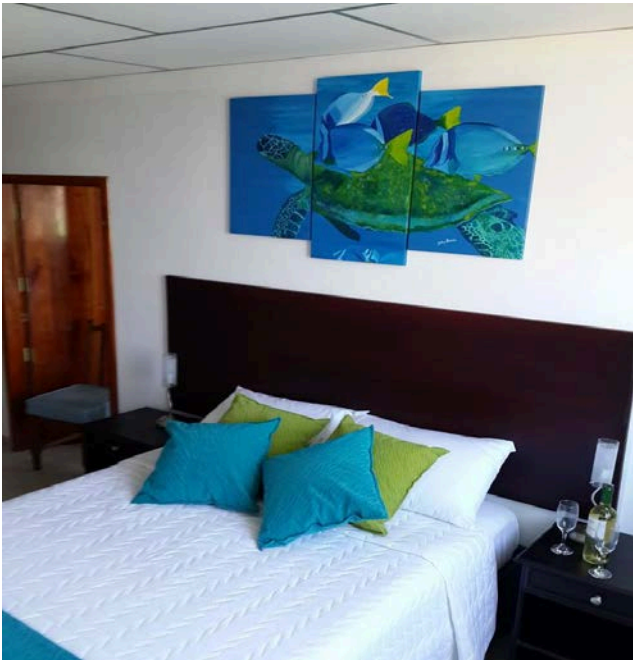


D. ZONA DE RECEPCIÓN



E. HABITACIONES DEL HOTEL







ANEXO 4

INFRAESTRUCTURA MÍNIMA PARA UN ESTABLECIMIENTO DE HOSPEDAJE CLASIFICADO COMO HOTEL

REQUISITOS MÍNIMOS	5****	4****	3***	2**	1*
Nº de Ingresos de uso exclusivo de los Huéspedes (separado de servicios)	1	1	1	-	-
Nº de habitaciones El número mínimo de suites debe ser igual al 5% del número total de habitaciones. (*)	40 (·)	30	20	20	20
Salones (m2 por número total de habitaciones) El área techada útil en conjunto no debe ser menor a:	3 m2	2.5 m2	1.5 m2	-	-
Bar independiente	Obligatorio	Obligatorio	-	-	-
Comedor - Cafetería (m2. por Nº total de habitaciones) Deben estar techados y en conjunto no debe ser menor a:	1.5 m2 (separados)	1.25 m2	1 m2	-	-
Todas las habitaciones deben tener un closet o guardarropa de un mínimo de: m2	1.5 x 0.7	1.5 x 0.7	1.2 x 0.7	Debe tener	Debe tener
-Simples (m2)	13 m2	12 m2	11 m2	9 m2	8 m2
-Dobles (m2)	18 m2	16 m2	14 m2	12 m2	11m2
-Suites (m2 mínimo, si la sala está integrada al dormitorio)	28 m2	26 m2	24 m2	-	-
-Suites (m2 mínimo, si la sala está separada del dormitorio)	32 m2	28 m2	26 m2	-	-
-Cantidad de servicios higiénicos por habitación (tipo de baño)	1 baño privado con tina	1 baño privado con tina	1 baño privado con ducha	1 cada 2 hab. con ducha	1 cada 4 hab. Con ducha
-Área mínima	5.5 m2	4.5 m2	4m2	3 m2	3 m2
-Todas las paredes deben estar revestidas con material impermeable de calidad comprobada (metros)	altura 2.10	altura 2.10	altura 1.80	altura 1.80	altura 1.80
Servicios y equipos para las habitaciones:	Obligatorio	Obligatorio	-	-	-
- Aire acondicionado frío (tomándose en cuenta la temperatura promedio de la zona)	Obligatorio	Obligatorio	-	-	-
- Calefacción (tomándose en cuenta la temperatura promedio de la zona)	Obligatorio	Obligatorio	-	-	-
- Agua fría y caliente las 24 horas (no se aceptan sistemas activados por el huésped)	Obligatorio en ducha y lavatorio	Obligatorio en ducha y lavatorio	Obligatorio	Obligatorio	Obligatorio
- Alarma, detector y extintor de incendios	Obligatorio	Obligatorio	-	-	-
- Tensión 110 y 220 v.	Obligatorio	Obligatorio	-	-	-
- Teléfono con comunicación nacional e internacional (en el dormitorio y en el baño)	Obligatorio	Obligatorio	Obligatorio (solo en el dormitorio)	-	-

ANEXO 5

DETALLE IVA COBRADO					
DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Precio de venta Alquiler Habitaciones Simple sin IVA	35,00	35,00	35,00	35,00	35,00
Precio de venta Alquiler Habitaciones Doble sin IVA	45,00	45,00	45,00	45,00	45,00
Precio de venta Alquiler Habitaciones Simple con IVA	39,20	39,20	39,20	39,20	39,20
Precio de venta Alquiler Habitaciones Doble con IVA	50,40	50,40	50,40	50,40	50,40
IVA Cobrado a Alquiler Habitaciones Simple	8.668,80	8.668,80	8.668,80	8.668,80	8.668,80
IVA Cobrado a Alquiler Habitaciones Doble	19.504,80	19.504,80	19.504,80	19.504,80	19.504,80
TOTAL IVA RECAUDADO (SRI)	28.173,60	28.173,60	28.173,60	28.173,60	28.173,60

Elaborado por: El autor

ANEXO 6

No.	Cargo	INGRESOS				Prov.de Vacac.	Aporte Patronal 11,15%	TOTAL	
		Sueldo	Sueldo	13vo. Sueldo	14vo. Sueldo			Mensual	Año 2014
1. Área Administrativa y Financiera									
1	Gerente General	1.200,00	1.200,00	1.200,00	364,00	50,00		1.250,00	16.564,00
1	Secretaria	550,00	550,00	550,00	364,00	22,92	61,33	634,24	8.524,90
1	Jefe Administrativo	900,00	900,00	900,00	364,00	37,50	100,35	1.037,85	13.718,20
1	Jefe Financiero	950,00	950,00	950,00	364,00	39,58	105,93	1.095,51	14.460,10
1	Jefe Comercial	980,00	980,00	980,00	364,00	40,83	109,27	1.130,10	14.905,24
1	Mensajero	400,00	400,00	400,00	364,00	16,67	44,60	461,27	6.299,20
3	Guardias	450,00	1.350,00	1.350,00	1.092,00	56,25	150,53	1.556,78	21.123,30
SUBTOTAL		5.430,00	4.980,00	4.980,00	3.276,00	207,50	421,47	5.608,97	74.471,64
2. Área de Operativa del Servicio									
6	Camareros	500,00	3.000,00	3.000,00	2.184,00	125,00	334,50	3.459,50	46.698,00
3	Personal de Cocina	800,00	2.400,00	2.400,00	1.092,00	100,00	267,60	2.767,60	36.703,20
4	Meseros	500,00	2.000,00	2.000,00	1.456,00	83,33	223,00	2.306,33	31.132,00
2	Personal de mantenimiento	450,00	900,00	900,00	728,00	37,50	100,35	1.037,85	14.082,20
1	Especialista en 3 idiomas	850,00	850,00	850,00	364,00	35,42	94,78	980,19	12.976,30
SUBTOTAL		450,00	9.150,00	9.150,00	5.824,00	381,25	1.020,23	10.551,48	141.591,70
TOTAL		\$5.880,00	\$14.130,00	\$14.130,00	\$9.100,00	\$588,75	\$1.441,70	\$16.160,45	\$216.063,34

Elaborado por: El autor

ANEXO 7

RETENCIONES EN LA FUENTE DEL IMPUESTO AL VALOR AGREGADO	
AGENTE DE RETENCIÓN (Comprador; el que realiza el pago)	PERSONAS NATURALES
	OBLIGADA A LLEVAR CONTABILIDAD
ENTIDADES Y ORGANISMOS DEL SECTOR PÚBLICO Y EMPRESAS PÚBLICAS	SERVICIOS 70%
CONTRIBUYENTES ESPECIALES	SERVICIOS 70%
SOCIEDAD Y PERSONA NATURAL OBLIGADA A LLEVAR CONTABILIDAD	SERVICIOS NO RETIENE
CONTRATANTE DE SERVICIOS DE CONSTRUCCIÓN	SERVICIOS 30%
COMPAÑÍAS DE SEGUROS Y REASEGUROS	SERVICIOS 70%

Elaborado por: El autor

ANEXO 8

ÁREAS DE CONSTRUCCIÓN VERIFICADAS EN SITIO			
No.	DESCRIPCIÓN	ÁREA CUBIERTA (m²)	ÁREA ABIERTA (m²)
1	Recepción planta baja (4 metros.)	16	----
2	Planta baja (4 habitaciones simples de 9mtrs ² .) y (7 habitaciones compuestas de 12mtrs ²)	120	----
3	Planta Alta (4 habitaciones simples de 9mtrs ² .) y (7 habitaciones compuestas de 12mtrs ²)	120	----
4	Servicios higiénicos (1 cada 2 habitaciones= 22 habitaciones /2 = 11 SH.). Tamaño C/U: 3metros ²	33	
5	Comedores (60 metros ²)	60	
6	Cocina (20 metros ²)	20	
7	Área de recreación	31	
8	Estacionamiento privado para 22 carros que ocupan 6.83 mtrs ² c/u considerando las áreas de circulación		150.26
9	Espacios descubiertos	----	200
10	Cerramiento	----	100
TOTAL: ÁREAS CONSTRUIDAS:		400	450.26

Fuente: Infraestructura mínima para un establecimiento de hospedaje clasificado como hotel
Elaborado por: El autor