



**UNIVERSIDAD CATOLICA DE SANTIAGO
DE GUAYAQUIL**

Facultad De Especialidades Empresariales
Carrera De Ingeniería en Administración de empresas
Turísticas y Hoteleras Bilingüe

**Proyecto de Titulación Previo la Obtención del Título de
Ingeniería en Administración de Empresas
Turísticas y Hoteleras Bilingüe**

**AGROTURISMO SOSTENIBLE EN LA FINCA "SANTA BARBARA" DE LA
ZONA RURAL DE SANTO TOMAS DE BERLANGA EN LA ISLA ISABELLA
GALAPAGOS**

PRESENTADO POR:

**Daniela Chávez Roa
Vanessa Rojas Ching**

TUTOR:

Ab. Ingrid Dávila Carrión

Guayaquil, 9 Abril 2012



UNIVERSIDAD CATOLICA DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

Facultad De Especialidades Empresariales

**Carrera De Ingeniería en Administración de empresas Turísticas y
Hoteleras Bilingüe**

Proyecto de Titulación Previo la Obtención del Título de

INGENIERIA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

TURÍSTICAS Y HOTELERAS BILINGÜE

**AGROTURISMO SOSTENIBLE EN LA FINCA "SANTA BÁRBARA" DE
LA ZONA RURAL DE SANTO TOMÁS DE BERLANGA EN LA ISLA
ISABELA GALÁPAGOS"**

PRESENTADO POR:

DANIELA CHÁVEZ ROA

VANESSA ROJAS CHING

TUTOR:

Ab. INGRID DÁVILA CARRIÓN

GUAYAQUIL, 9 ABRIL 2012

DEDICATORIA

A mi Dios y la Virgen de la Merced por la fortaleza, paciencia y esperanza otorgada, a mis padres por apoyarme y creer en mí, a mi esposo por su infinita comprensión y amor, a mi querido hijo por sus miradas y abrazos que me ayudaron en los momentos de desesperación, a mis familiares, amigos y dedicado con muchísimo amor a mi Celi y mi Piedacita querida que desde el cielo están celebrando mis logros.

Vanessa Rojas.

DEDICATORIA

A Diosito por haberme dado el regalo tan grande como es la vida, a mis padres Xavier Chávez y Bella Roa por el esfuerzo, confianza y apoyo brindado durante todo este tiempo y a mis hermanos para que por medio de esta tesis se den cuenta lo importante que es el estudio en nuestras vidas.

Daniela Chávez Roa.

AGRADECIMIENTO

Un sincero agradecimiento a todos aquellos que nos brindaron su ayuda para la realización de este proyecto.

A nuestra querida tutora la Ab. Ingrid Dávila, un reconocimiento muy especial pues ella nos acogió desde el inicio de nuestra carrera universitaria y compartió su vasto conocimiento, no solo de la materia sino también de la vida.

INDICE

Resumen Ejecutivo	1
1. Título del Proyecto	3
2. Datos de contexto	3
3. Diagnóstico	5
a. De la problemática a intervenir	5
b. Del mercado	6
b.1. Análisis F.O.D.A.	7
b.2 Análisis de nuestro cliente	9
b.2.1 Análisis del Macro entorno (PEST)	13
b.2.1.1 Análisis político	13
b.2.1.2 Análisis económico	15
b.2.1.3 Análisis socio cultural	21
b.2.1.4 Análisis tecnológico	23
b.2.1.5 Turismo sostenible	24
b.2.1.5.1 Consecuencias positivas	24
b.2.1.5.2 Consecuencias negativas	26
b.2.1.5.3 Medidas efectivas	27
b.2.1.5.4 Problemáticas	29
b.3. Análisis de la competencia	31
b.3.3 Análisis de los resultados de la encuesta	33
b.4 Análisis de Porter	42
b.5 Plan de Marketing	46
b.5.1 Segmentación	47
b.5.2 Producto	48
b.5.3-4 Precio y Plaza	53
b.5.5 Promoción	54
b.6. Plan de mercadeo y estrategias de ventas	56
c. Estudio técnico	57
c.1 Responsabilidad de la empresa	61
c.2 Marco Legal y estratégico	69
c.3 Plan de Manejo Ambiental	72
c.3.1 Programa de manejo de la flora	73
c.3.2 Programa de manejo de fauna	75
c.3.3 Plan de monitoreo y seguimiento ambiental	76
c.3.4 Impactos ambientales	78
c.3.5 Impacto social	79

4. Justificación	83
a. Descripción de la parroquia Santo Tomás de Berlanga	90
b. Caracterización física	91
c. Clima	91
5. Fundamentación y/o enfoque teórico - metodológico	93
a. Marco referencial	94
b. Marco teórico	97
c. Marco conceptual	98
d. Marco Legal	99
6. Grupo objetivo al que se dirige el proyecto	99
a. Participantes directos	99
b. Participantes indirectos	100
7. Objetivos de la propuesta	100
a. Objetivo General	100
b. Objetivos específicos	100
8. Indicadores de Resultados o Metas	101
a. Del objetivo general	101
b. De los objetivos específicos	102
9. Plan de Acción	102
a. Método de acción profesional	103
b. Actividades de cada objetivo	104
10. Cronograma del proyecto	107
11. Presupuesto y financiamiento del proyecto	107
a. Plan de acción presupuestado	108
a.1 Inversión en activos	108
a.2 Amortización del préstamo	111
a.3 Presupuesto de gastos generales	112
a.4 Ingresos	115
b. Cálculo de indicadores económicos: VAN, TIR	116
c. Análisis de sensibilidad	117
d. Estados financieros proyectados	118
12. Sistema de Gestión y de Monitoreo del proyecto	121
a. Sistema de Gestión	121
a.1 Normas de higiene	122
a.2 Higiene del personal	123
a.3 Provisión de agua y energía eléctrica	124
a.4 Almacenaje de productos alimenticios	124
a.5 Almacenaje y manipulación de basura	125
a.6 Prevención y seguridad	126

a.7 Políticas de calidad	127
b. Sistema de Monitoreo	128
13. Bibliografía	130
14. Anexos	136

ANEXOS

ANEXO 1: Plantaciones.	137
ANEXO 2: Pastizales.	139
ANEXO 3: Datos estadísticos ingreso turistas a Galápagos.	141
ANEXO 4: Formato de encuestas.	142
ANEXO 5: Artículo volcán Sierra Negra.	148
ANEXO 6: Flujo de servicio diario.	149
ANEXO 7: Flujo de servicio dos días.	150
ANEXO 8: Promoción Secundaria.	151
ANEXO 9: Licencia Ambiental	152
ANEXO 10: Certificado de Intersección.	153
ANEXO 11: Requisitos del Municipio de Pto. Villamil.	154

RESUMEN EJECUTIVO

El turismo hacia las Islas Galápagos ha sido motivo de debate desde sus inicios a finales de los años sesenta. Si bien la visita turística ya había sido sugerida como alternativa económica para la comunidad y una mejor alternativa de protección para las islas, en estos tiempos nadie sospechaba el desarrollo que esta actividad recibiría y que se transformaría en la primera fuerza económica en el archipiélago, principalmente en las islas habitadas. (SPNG, 2008)

El presente proyecto pretende contribuir a la implementación del agroturismo en la zona rural de Santo Tomás de Berlanga en el cantón Isabela, para lo cual se realizó el análisis FODA en donde se determinó las fortalezas que tiene el negocio y además del recurso humano, oportunidades que aprovechar para fortalecer el negocio, debilidades y amenazas que hay que superar para cumplir con el objetivo de la empresa, esto a su vez sirvió como base para plantear los objetivos estratégicos con las respectivas actividades y responsables.

Además se realizó un estudio técnico que determina las acciones a tomar para que la empresa se mantenga en el mercado como pionera en este servicio innovador en las Islas Galápagos, como lo es el agroturismo, donde el turista estará en contacto con la naturaleza.

Para determinar la eficacia y eficiencia del plan de mercado se establecieron indicadores los cuales proporcionarán datos importantes para replantear estrategias y tomar decisiones acertadas para el cumplimiento de los objetivos permitiendo a su vez la captación de un

mercado selectivo de turistas, que estén dispuestos a ser participes de una práctica innovadora de turismo.

La Finca Agroturística Santa Bárbara ofrecerá una nueva alternativa a la gran demanda turística que Galápagos soporta en la actualidad, las mismas que de acuerdo a estudios realizados, prefieren establecimientos que tengan construcción natural, que posean técnicas amigables con el medio ambiente y que les brinden contacto con la naturaleza y las costumbres de sus comunidades.

Para iniciar las actividades se requiere una inversión inicial de \$237.497,35 que se financiará con préstamo bancario y que permitirá dotarnos de toda la infraestructura interna y externa, así como la materia prima necesaria para el correcto funcionamiento y una atención personalizada para los clientes.

Según los estados proyectados se espera tener ingresos mensuales de \$9.247,09 lo que nos permitirá cubrir todos los gastos básicos y administrativos. Con el resultado del VAN \$61.430,34 y con la TIR del 24.17%, podemos decir que el proyecto es rentable y que es un buen escenario para invertir.

1. Título del Proyecto

El proyecto se denomina "Proyecto de Agroturismo Sostenible en la Finca "Santa Bárbara" de la Zona Rural de Santo Tomás De Berlanga en la Isla Isabela Galápagos", lo que le permitirá al turista nacional e internacional realizar actividades agrícolas, ganaderas, caminatas, paseos a caballo, etc.

La finca estará ubicada en el cantón Isabela, parroquia rural Santo Tomás de Berlanga. La empresa será unipersonal, que quiere decir que estará dirigida y administrada por una sola persona que es la Sra. Vanessa Rojas.

2. Datos de contexto

El proyecto de agroturismo está dirigido al turista nacional e internacional que visita las islas Galápagos y que están interesados en realizar una actividad novedosa y recreativa como lo es la agricultura y la ganadería.

Esta actividad se desarrollará en la zona rural de Santo Tomás de Berlanga "parte alta" de la Isla Isabela - Galápagos, donde el clima es favorable para las actividades agrícolas y ganaderas, y además se cuenta con el apoyo de la familia Salazar quienes han puesto a disposición los extensos terrenos de su finca llamada "Santa Bárbara" para desarrollar este proyecto agroturístico, el mismo que prevé tener actividades agrícolas, productivas y canchas múltiples deportivas, así como también un centro de información para la traducción al idioma del turista extranjero, también se cuenta con hermosos paisajes a sus alrededores lo que lo convierte en un sitio adecuado para actividades al aire libre.

A su vez existe la oportunidad de involucrar a los habitantes de la comunidad en las labores que ahí se realizan como es el caso del capataz y los trabajadores de la finca, quienes tienen la experiencia y conocimiento suficiente acerca del cuidado de los animales, siembra y cosecha.

De la misma manera El Parque Nacional Galápagos cuenta con personas capacitadas en guianza de naturaleza para realizar paseos, excursiones, dirigidas a grupos de visitantes nacionales e internacionales.

Uno de los objetivos es aliviar el turismo de bahía que en estos momentos se encuentra sobreexplotado, da la oportunidad de descubrir un nuevo panorama de las Galápagos, sobre todo de la isla Isabela, desconocida para muchos turistas ya que hay diversos ecosistemas que varían mientras se asciende en altura.

La oportunidad de tener contacto con la naturaleza es algo que apasiona a cualquier visitante que busca alejarse de la vida agitada y cotidiana que lleva en la ciudad, el poder prescindir, aunque sea un poco, de los productos industrializados, cosechando sus propios alimentos, participando de la crianza de manera saludable a diferentes especies de campo, y además participar los con el sistema de reciclaje que se está dando en la localidad.

El turismo es actualmente un mercado en crecimiento, el gobierno ecuatoriano está apostando mucho por el desarrollo del mismo, por lo que se espera que esta modalidad sea del agrado de los turistas y en medida

de lo posible crecer y dar a conocer este producto a mercados no solo nacionales sino también internacionales.

Existe la probabilidad de que el negocio, a largo plazo, se convierta en proveedor de productos agrícolas, generando así ganancias adicionales, que sirva también de ejemplo para qué otros finqueros regresen y cultiven sus tierras y se active la economía de la comunidad isabeleña.

3. Diagnóstico

a. De la problemática a intervenir

Algunos sitios de visita en las islas Galápagos reciben una carga superior a la aceptable por la Dirección Parque Nacional Galápagos, por lo que es más evidente el impacto de la actividad turística, a su vez la mayor parte de las ofertas realizadas por las operadoras de turismo solo se enfocan en los tours de bahía, impregnando así una imagen de sol playa y mar en la mente del turista que va a las islas.

El problema con la zona de Santo Tomás de Berlanga, en la isla Isabela es el bajo impacto agroturístico, debido a que solamente se toma en consideración el turismo de bahía o de playa sobreexplotándolo ya que la mayoría de finqueros vendieron sus terrenos o los abandonaron y se dedican a ser guías nativos informales, hoteleros o trabajan en restaurantes, bares e incluso como pescadores; así también el desconocimiento de los recursos de las fincas, que ofrecen una interrelación entre el turista y las actividades agroturísticas.

La expansión turística en Isabela en cuanto a agroturismo es mínima, casi nula; al implementarse el agroturismo se aprovecharán las condiciones climáticas y recursos naturales propias de la finca, visitas a lugares turísticos o de esparcimiento de la parte alta, ofreciendo un ambiente natural diferente lo que a su vez ayudará a la población a fomentar el turismo rural con base local y a redistribuir el flujo turístico que se veía concentrado en el perfil costero.

b. Del mercado

Galápagos constituye uno de los más complejos, diversos y únicos archipiélagos oceánicos del mundo que aún mantienen sus ecosistemas y biodiversidad sin grandes alteraciones. Su ubicación y aislamiento geográfico, su riqueza biológica y los procesos evolutivos reflejados en su fauna y flora singular, las han hecho acreedoras del reconocimiento mundial.

Como consecuencia de una acertada política de promoción y aplicando un nuevo concepto de ruptura y los lineamientos del Plan de Marketing Turístico del Ecuador 2010-2014, Ecuador está posicionándose fuertemente en los mercados Clave (Estados Unidos, Colombia, Perú, Alemania y España); Consolidación (Brasil, Argentina, Chile, Canadá, Gran Bretaña, Italia, Francia y Holanda); y, Oportunidad (Venezuela, México, Rusia, China, Singapur y Japón). De igual forma se está desarrollando actividades en Estados Unidos, Alemania, Inglaterra y Canadá, una gran campaña de promoción denominada "Yo descubrí en Ecuador". Esta campaña incluye una serie de anuncios publicitarios en periódicos, revistas de viajes, vía pública o "out of home" e Internet; para posicionar en la mente de potenciales turistas aspectos únicos que tiene el Ecuador. El turismo es la base de la economía de las Islas Galápagos y su principal fuente de ingresos.

La pesca artesanal representa también una fuente significativa de ingresos; en los últimos años la habilidad artesanal de los pobladores isleños, se ha desarrollado significativamente la utilización de materiales reciclados, camisetas pintadas a mano, tallados en madera. En cuanto a las actividades agropecuarias en las islas no son muy tecnificadas, los productos naturales cultivados de manera orgánica son traídos de las zonas húmedas de la parte alta de las islas habitadas.

Desde marzo del presente año el Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Isabela ejecuta el Programa de Reciclaje en Puerto Villamil y Santo Tomás ayudando así a la población a crear conciencia ecológica y mejoras en la imagen local, además de que es muy bien visto por los turistas nacionales e internacionales.

El Ecuador posee un mercado turístico en crecimiento que a la vez se ve afectado por un desarrollo de infraestructura que avanza lentamente en comparación a otros países.

b.1 Análisis F.O.D.A.

FORTALEZAS	DEBILIDADES
<ul style="list-style-type: none"> • Diversidad de especies que se pueden observar en la parte alta. • Ubicados en las faldas del Volcán Sierra Negra. • Tendencia de la población urbana a refugiarse en la naturaleza del campo. • Apoyo de fundaciones internacionales interesadas en el desarrollo de la población 	<ul style="list-style-type: none"> • Falta de recursos económicos. • Desconocimiento del agroturismo como medio para el desarrollo rural. • Carreteras secundarias en mal estado. • Poca presencia de turistas en temporadas bajas. • Falta de agua potable para el consumo humano y servicio de alcantarillado.

<p>isabeleña.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Tierra productiva. • Oportunidad de realizar actividades al aire libre sin limitación de tiempo. • Profesionales involucrados en el medio turístico. • Negocio original e innovador. • Proyecto proporcionará fuente de empleo a colonos de la isla Isabela. • Inclusión de una opción diferente para realizar turismo. • Nicho de mercado sin explotar. 	
OPORTUNIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> • Industria del turismo en crecimiento. • Demanda del agroturismo a nivel nacional e internacional. • Valoración de la cultura local por el turista. • Interés de los organismos correspondientes en brindar capacitación a los microempresarios en el área turística. • Turismo de playa y de bahía saturado. • Islas Galápagos declaradas como Patrimonio Natural de la Humanidad y Reserva de la Biósfera por parte de la UNESCO. • Se cuenta con diferentes medios para la publicidad y marketing. 	<ul style="list-style-type: none"> • Nuevas regulaciones gubernamentales para crear nuevas plazas turísticas en las Islas Galápagos. • Ingresos de nuevos competidores. • Desastres naturales. • Desviación de la actividad agropecuaria a la turística en lugar de fusionarlas. • Canales de promoción y comercialización poco confiables. • Degradación del frágil ambiente de las islas

Cuadro # 1 : Análisis F.O.D.A
 Elaborado por : Vanessa Rojas y Daniela Chávez.

b.2 Análisis de nuestro cliente

El mercado hacia el cual se enfoca la Finca "Santa Bárbara" es para visitantes que buscan revalorizar las zonas rurales al tomarlas como un destino turístico, así como también los amantes de la naturaleza en búsqueda de un producto y servicio turístico diferente al de playa.

Esta dirigido al público nacional e internacional de edades comprendidas entre 25 y 65 años. Se acogerá a familias, mochileros, jóvenes adultos, parejas, grupos interesados en participar de un agroturismo diferente al pie del volcán.

Según datos de la Dirección del Parque Nacional Galápagos el mayor ingreso es de turistas nacionales con el 35%, los cuales ingresan por razones de trabajo, familiar y turística, le sigue los Estados Unidos con el 28%, Reino Unido, Canadá, Alemania, Australia entre otros.

Según datos tomados de la página web del Ministerio de Turismo referente a las entradas y salidas del país a nivel de los países de la Comunidad Andina nos refiere que la llegada de extranjeros a nuestro país ha ido incrementando.

ENTRADAS EN EL ECUADOR 2007-2011

LLEGADA DE EXTRANJEROS (DATOS PROVISIONALES AÑO 2011)

	2007 2004	2008	2009	2010	2011	VAR% VAR% 2011/201
ENE	84.070	92.378	86.544	96.109	105.54	9,81
FEB	69.534	74.174	72.742	89.924	86.424	-3,89
MAR	74.929	77.946	72.226	82.452	87.486	6,11
ABR	67.788	67.557	72.910	70.540	87.509	24,06

MAY	68.583	74.667	70.277	77.618	82.811	6,69
JUN	85.769	89.262	89.889	91.602	99.944	9,11
JUL	101.08	109.250	102.57	110.545	117.99	6,74
AGO	91.309	96.336	87.221	95.219	98.987	3,96
Sub	643.07	681.570	654.38	714.009	766.69	7,38
SEP	64.966	73.757	68.124	71.776		
OCT	72.365	79.814	77.960	83.701		
NOV	73.273	83.458	76.965	81.253		
DIC	83.813	86.698	91.070	96.359		
TOTAL	937.48	1.005.29	968.49	1.047.09		

Cuadro # 2: Entradas en el Ecuador 2007-2011

Fuente: Anuarios de Migración Internacional - INEC (2007-2009-2010)

Dirección Nacional de Migración (2008 - 2011)

Elaborado por: Dirección de Planificación Sectorial y Seguridad Turística
Ministerio de Turismo

En los siguientes datos se muestra que por vía aérea existe mayor ingreso a la ciudad de Guayaquil, Quito, Cuenca y Galápagos ya sean personas nacionales o internacionales que llegan a las diferentes ciudades ya sea por turismo, trabajo o por visitas a familiares y amigos.

Es importante recalcar que por existir en la ciudad de Guayaquil y Quito los principales aeropuertos del Ecuador, la población en general y el turista nacional o internacional obligatoriamente llegará a estos puntos en primera instancia y es por ese motivo que se registran estos altos ingresos por el segmento aéreo.

De estas dos ciudades el turista, en su mayoría internacional, se traslada a diferentes sitios del país, registrando un alto índice hacia las islas Galápagos por lo tanto podemos decir que es uno de los lugares más visitados del Ecuador aunque se ubique en el cuarto puesto en la siguiente tabla.

SITIOS VISITADOS EN EL ECUADOR
TURISMO RECEPTOR
SEGMENTO AEREO

	%	%	%
SITIOS	nov-06	dic-06	ene-07
Quito	63,96	73,80	56,94
Guayaquil	41,98	37,20	42,43
Cuenca	13,19	11,20	12,01
Galápagos	12,09	13,40	14,35
Otavalo	9,45	9,00	5,15
Amazonía	9,67	7,40	14,22
Baños	4,84	8,60	5,15
Manta	3,52	2,60	4,52
Salinas	3,52	3,60	5,62
Machala	2,2	1,00	3,43
Riobamba	2,2	2,40	2,50
Loja	1,98	2,80	3,90
Ibarra	1,76	1,00	1,40
Ambato	1,54	1,60	3,43
Santo Domingo	0,44	0,60	2,81
Playas	1,10	1,00	2,65
Milagro	0,44	0,60	2,18
Portoviejo	0,66	0,20	1,87
Bahía de Caráquez	0,88	1,20	1,72
Montañita	0,66	0,80	1,72
Puerto López	0,66	0,61	1,56
Atacames	0,88	1,00	1,56
Manabí	1,10	1,00	2,50
Ruta del Sol	1,54	0,60	1,40
Volcanes	1,32	3,80	1,40
Esmeraldas	0,88	2,00	3,74
Otros	15,82	14,99	28,77

Cuadro # 3: Ingreso al Ecuador por segmento aéreo.

Fuente: Encuestas de turismo receptor, segmento aéreo - Ministerio de Turismo

A la provincia de Galápagos se llega exclusivamente por vía aérea desde Quito o Guayaquil y en los cruceros vía marítima desde aguas internacionales.

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

En este gráfico muestra la cantidad de Turistas Nacionales e Internacionales que ingresaron a Galápagos, desde 1979 hasta el periodo del 2009.

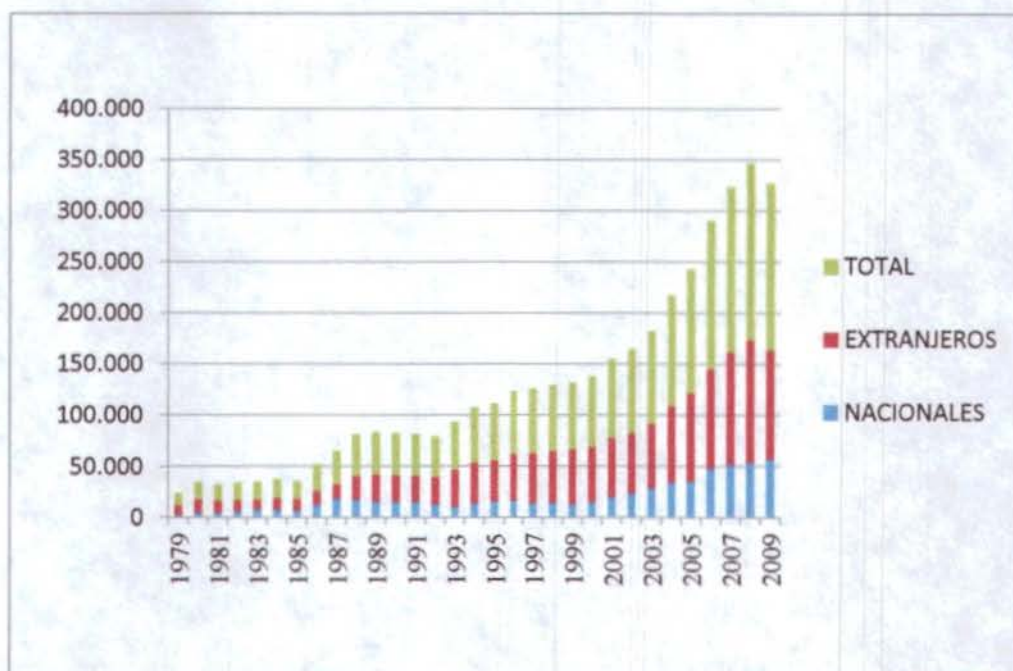


Gráfico # 1 Número de Turistas que ingresaron a la Islas Galápagos
Fuente: Parque Nacional Galápagos 2010

Todos estos datos nos muestran un panorama alentador ya que en la zona de Santo Tomás de Berlanga en la isla Isabela – Galápagos es donde se encuentra ubicada la Finca Agroturística "Santa Bárbara" que es

donde la empresa iniciará sus actividades dando un servicio innovador para las personas amantes de la agricultura, ganadería y recreación.

Se espera que el turismo receptor e interno aumente con la presencia de nuevas oportunidades creadas por la innovación en los servicios ofertados y mejores condiciones de acceso a los mismos.

b.2.1 Análisis Del Macro entorno (PEST)

Para realizar un análisis del macro entorno se han tomado en cuenta los siguientes puntos:

b.2.1.1 Análisis Político



Figura # 1: Análisis Político 30 Septiembre.

La República Democrática de Ecuador, tiene como presidente al Sr. Economista Rafael Correa Delgado, desde el año 2007.

Desde entonces este régimen de gobierno, al igual que otros, se ha visto en muchas confrontaciones entre oposición y partidarios el pueblo ha tenido que ir a urnas varias veces, se creó una nueva Constitución,

llegando así a un posible "golpe de estado" del 30 de septiembre del 2010.

Las causas de estos últimos hechos aun no han sido completamente esclarecidas, crea un telón ante el mundo y muestra al país como inestable políticamente tanto para los ecuatorianos y personas de otros países.



Figura # 2: Análisis Político Leyes.

Recientemente se han incrementado las políticas y leyes para empresas, esto podría tener repercusiones en la creación de nuevas fuentes de trabajo, en el incremento de salarios, en el cierre de empresas y no garantiza una estabilidad política y monetaria a posibles inversionistas o emprendedores.

La Finca Agroturística "Santa Bárbara" se registrará de acuerdo a la ley especial de Galápagos la cual señala el mantenimiento de los sistemas ecológicos y la mínima interferencia humana en los procesos evolutivos.

También el desarrollo sustentable y controlado en el marco de la capacidad de soporte de los ecosistemas. El privilegio que tienen los colonos con el emprendimiento de microempresas, asimismo al salario básico mínimo de \$460 más beneficios de ley, adicional de su alimentación y vivienda.

b.2.1.2 Análisis Económico

El gobierno Ecuatoriano está impulsando nuevos impuestos, como lo son el impuesto a la salida de divisas, que impactaría en los productos que se elaboran en el país y el impuesto verde que afecta a los importadores del sector automotriz, aumentando su valor en el mercado local y quien termina pagando el incremento es el consumidor final.



Figura # 3: análisis económicos nuevos impuestos

Precio Interno Bruto (PIB)

FECHA	VALOR
Enero-31-2010	57978.00 millones de USD
Enero-31-2009	52022.00 millones de USD
Enero-31-2008	54209.00 millones de USD
Enero-31-2007	45504.00 millones de USD
Enero-31-2006	41705.00 millones de USD
Enero-31-2005	36942.00 millones de USD
Enero-31-2004	32646.00 millones de USD
Enero-31-2003	28409.00 millones de USD
Enero-31-2002	24718.00 millones de USD
Enero-31-2001	21271.00 millones de USD
Enero-31-2000	16283.00 millones de USD
Enero-31-1999	16896.00 millones de USD
Enero-31-1998	23290.00 millones de USD
Enero-31-1997	23715.00 millones de USD
Enero-31-1996	21483.00 millones de USD
Enero-31-1995	20288.00 millones de USD
Enero-31-1994	18662.00 millones de USD
Enero-31-1993	15153.00 millones de USD

CUADRO # 4: PIB real en los últimos años



PIB Per Cápita

FECHA	VALOR
Enero-31-2010	4.082 USD
Enero-31-2009	3.715 USD
Enero-31-2008	3.927 USD
Enero-31-2007	3.345 USD
Enero-31-2006	3.110 USD
Enero-31-2005	2.795 USD
Enero-31-2004	2.506 USD
Enero-31-2003	2.212 USD
Enero-31-2002	1.952 USD
Enero-31-2001	1.704 USD
Enero-31-2000	1.324 USD
Enero-31-1999	1.394 USD
Enero-31-1998	1.949 USD
Enero-31-1997	2.014 USD
Enero-31-1996	1.853 USD
Enero-31-1995	1.780 USD
Enero-31-1994	1.668 USD
Enero-31-1993	1.382 USD

CUADRO # 2: PIB Per cápita últimos años



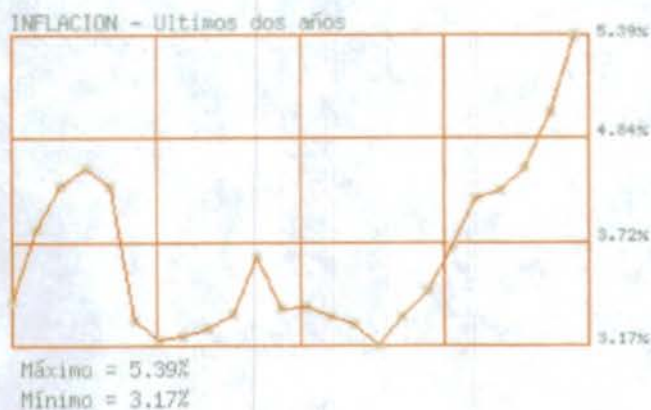
Inflación

La inflación es medida estadísticamente a través del Índice de Precios al Consumidor del Área Urbana (IPCU), a partir de una canasta

de bienes y servicios demandados por los consumidores de estratos medios y bajos, establecida a través de una encuesta de hogares.

FECHA	VALOR
Septiembre-30-2011	5.39 %
Agosto-31-2011	4.84 %
Julio-31-2011	4.44 %
Junio-30-2011	4.28 %
Mayo-31-2011	4.23 %
Abril-30-2011	3.88 %
Marzo-31-2011	3.57 %
Febrero-28-2011	3.39 %
Enero-31-2011	3.17 %
Diciembre-31-2010	3.33 %
Noviembre-30-2010	3.39 %
Octubre-31-2010	3.46 %
Septiembre-30-2010	3.44 %
Agosto-31-2010	3.82 %
Julio-31-2010	3.40 %
Junio-30-2010	3.30 %
Mayo-31-2010	3.24 %
Abril-30-2010	3.21 %
Marzo-31-2010	3.35 %
Febrero-28-2010	4.31 %
Enero-31-2010	4.44 %
Diciembre-31-2009	4.31 %
Noviembre-30-2009	4.02 %
Octubre-31-2009	3.50 %

CUADRO # 5: Inflación últimos dos años



FECHA	VALOR
Septiembre-30-2011	4.31 %
Agosto-31-2011	3.49 %
Julio-31-2011	2.99 %
Junio-30-2011	2.81 %
Mayo-31-2011	2.77 %
Abril-30-2011	2.41 %
Marzo-31-2011	1.58 %
Febrero-28-2011	1.24 %
Enero-31-2011	0.68 %
Diciembre-31-2010	3.33 %
Noviembre-30-2010	2.80 %
Octubre-31-2010	2.52 %
Septiembre-30-2010	2.26 %
Agosto-31-2010	2.00 %
Julio-31-2010	1.89 %
Junio-30-2010	1.87 %
Mayo-31-2010	1.88 %
Abril-30-2010	1.86 %
Marzo-31-2010	1.34 %
Febrero-28-2010	1.17 %
Enero-31-2010	0.83 %
Diciembre-31-2009	4.31 %
Noviembre-30-2009	3.71 %
Octubre-31-2009	3.37 %

CUADRO # 6: Inflación acumulada últimos dos años



Riesgo País (EMBI)

El Embi se define como un índice de bonos de mercados emergentes, el cual refleja el movimiento en los precios de sus títulos negociados en moneda extranjera. Se la expresa como un índice ó como un margen de rentabilidad sobre aquella implícita en bonos del tesoro de los Estados Unidos.

FECHA	VALOR
Octubre-24-2011	894.00
Octubre-21-2011	894.00
Octubre-20-2011	894.00
Octubre-19-2011	894.00
Octubre-18-2011	895.00
Octubre-17-2011	892.00
Octubre-14-2011	889.00
Octubre-13-2011	889.00
Octubre-12-2011	882.00
Octubre-11-2011	885.00
Octubre-10-2011	891.00
Octubre-07-2011	891.00
Octubre-06-2011	896.00
Octubre-05-2011	899.00
Octubre-04-2011	873.00
Octubre-03-2011	876.00
Septiembre-30-2011	868.00
Septiembre-29-2011	868.00
Septiembre-28-2011	869.00
Septiembre-27-2011	869.00
Septiembre-26-2011	873.00
Septiembre-23-2011	877.00
Septiembre-22-2011	881.00
Septiembre-21-2011	876.00
Septiembre-19-2011	911.00
Septiembre-16-2011	888.00
Septiembre-15-2011	886.00
Septiembre-14-2011	889.00
Septiembre-13-2011	889.00
Septiembre-12-2011	892.00

CUADRO # 7: Riesgo país último mes



b.2.1.3 Análisis Socio Cultural

En las últimas décadas se produjeron diversas olas migratorias espontáneas desde distintas partes del Ecuador continental hacia las Islas Galápagos, motivadas por la falta de empleo y la pobreza rural.

Con el desarrollo del turismo y las actividades económicas los colonos abandonaron sus chacras y se volvieron en su mayoría, empresarios turísticos ya que esta actividad les generaba más ingresos.

El crecimiento de la población provocó un aumento de la demanda de bienes y servicios y una mayor dependencia de los productos del continente, pues la oferta local es incapaz de cubrir la demanda.



GRAFICO # 2: Indicador demográfico y pirámide poblacional Galápagos 2009

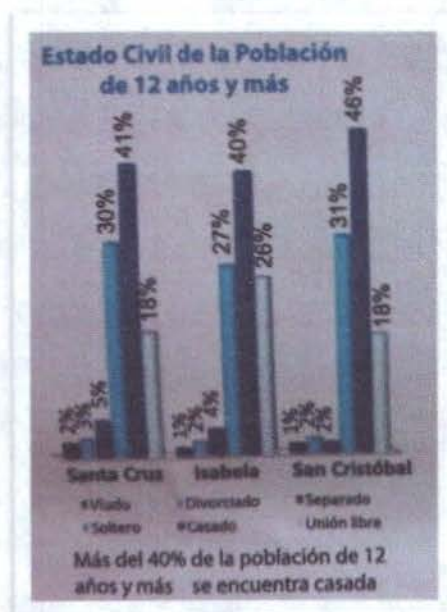


GRAFICO # 3: Estado civil de la población de 12 años y más

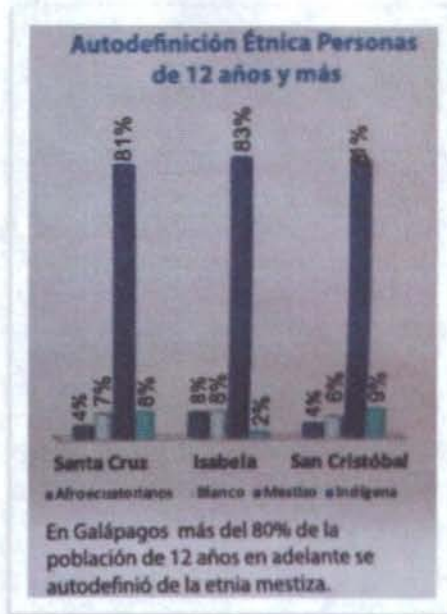


GRAFICO # 4: Autodefinición étnica personas de 12 años y más

b.2.1.4 Análisis Tecnológico

En las últimas décadas se han producido avances tecnológicos de gran importancia, desde las computadoras hasta llegar a los Smartphone o tablets la tecnología ha ido evolucionando a pasos agigantados y todo esto para poder más rápido con aparatos más pequeños y funcionales, para facilitarnos la vida y ayudarnos a estar comunicados con el mundo.

Sin embargo en el país aun la tecnología no llega a toda la población, afectando así a la comunicación de los pueblos. Esto ocurre en el cantón Isabela donde se desarrollará el proyecto agroturístico, debido a que el acceso a internet es de baja calidad e irregular ocurriendo lo mismo con la señal telefónica.



Figura # 4: Análisis tecnológico acceso a internet.

b.2.1.5 Turismo Sostenible

Con el objetivo de impulsar al Ecuador en el país y en el mundo, se induce a la práctica de un turismo consciente que garantice el respeto y amor por la vida. Por ello el estado viene trabajando con el "Plan Estratégico de Desarrollo Turístico Sostenible en Ecuador (PLANDETUR 2020)" brindando con ello Capacitación y Formación de Recursos Humanos, Fomento de Inversiones, Medidas Transversales para el Turismo, Gobernanza del Sistema Turístico, Desarrollo de Facilidades Turísticas y Promoción, lo que nuestra empresa puede aprovechar ya que como un servicio innovador es necesaria la capacitación oportuna con la finalidad de dar un servicio óptimo cumpliendo con todas las expectativas de nuestros clientes.

b.2.1.5.1 Consecuencias positivas

- La reducción de la pobreza a través de mecanismos específicos a ser potenciados en todos los ámbitos del turismo, y tanto en niveles estratégicos como operativos de

la actividad. Por lo tanto, los beneficiarios del Plan serán los sectores económicamente menos favorecidos.

- Promover el igualitarismo entre géneros y fomentar la autonomía de la mujer a través de las oportunidades de trabajo y autoempleo del turismo. Es decir, los beneficiarios del Plan en este sentido serán las mujeres.
- Garantizar la sostenibilidad del ambiente a través de un cambio de paradigma en el propio sistema turístico, en todas las actividades y ámbitos. Los beneficiarios del Plan en este caso, es toda la sociedad.
- Aumentar los ingresos, a través de: mejora de la calidad de los productos y servicios turísticos; mayor diversidad de oferta de productos y servicios turísticos a disposición del consumo del visitante; mayor estadía del visitante en el destino, debido a una mayor disposición de oferta turística.
- Mayor involucramiento del Gobierno, ya que se debe tomar medidas de conservación de los recursos (patrimonio natural o histórico) y fomentar establecimientos con estándares de calidad.
- Ayuda a la financiación de las infraestructuras utilizadas por los turistas y residentes, mejora del conocimiento de la cultura local y ayuda a la creación de identidad de una comunidad.
- Generación de ingresos, contribución al PIB, creación de empleo (directo e indirecto) estabilización de la balanza de pagos, distribución de la renta, desarrollo de otros sectores, proporciona nuevas zonas de ocio.
- Favorece una concienciación sobre la singularidad histórica y cultural de una comunidad, contribuyendo a la rehabilitación y conservación de monumentos, edificios, lugares históricos, rehabilitación de costumbres, tradiciones, artesanía, folklore, etc.

- Acelera los cambios sociales, tolerancia y bienestar, lo que permite romper con las barreras entre clases.
- Permite un intercambio cultural entre las diferentes culturas.

b.2.1.5.2 Consecuencias negativas

- Explotación del hábitat y de las culturas, que a menudo se utilizan para apoyar el turismo de masas.
- Turismo sostenible puede reducir el impacto del turismo en muchas maneras, incluyendo: informar a sí mismos de la cultura, la política y la economía de las comunidades visitadas; la anticipación y el respeto de las culturas locales las expectativas y los supuestos; contribuir a la comprensión intercultural y la tolerancia; el apoyo a la integridad de las culturas locales en favor de las empresas que conservar el patrimonio cultural y los valores tradicionales; apoyar las economías locales mediante la compra de productos locales y la participación con los pequeños, las empresas locales; la conservación de los recursos por la búsqueda de empresas que sean ambientalmente conscientes, y utilizando la menor cantidad posible de recurso no renovables.
- Conflictos entre turistas y residentes, falsa autenticidad, efecto demostración (como inciden los cambios en los residentes).
- Falta de conservación de las infraestructuras para el turismo, inflación y aumento de precio de las propiedades, y otros costes económicos del turismo.
- Desculturalización del lugar de destino, haciendo desaparecer la cultura más débil de la comunidad receptora, delante la cultura más fuerte del visitante, o bien sobre explotando las tradiciones locales, hasta el punto de borrar la autenticidad y su significado real.

- El desarrollo turístico puede facilitar la difusión de imágenes estereotipadas, frenando toda posibilidad de intercambio cultural.
- Satisfacer las necesidades del presente sin comprometer la posibilidad de satisfacciones de la generación futura.

b.2.1.5.3 Medidas efectivas

Los datos acerca de las consecuencias del turismo son contradictorios. Por una parte tenemos claras repercusiones positivas: creación de empleo, incremento de ingresos económicos, evitación de migraciones por falta de trabajo, mejora del nivel cultural de la población local y apertura a costumbres más libres, intercambios culturales en ambos sentidos, de modos de vida, sensibilización de turistas y población local hacia el medio ambiente, etc. Por otra parte están las consecuencias negativas, tan importantes como las anteriores: incremento en el consumo de suelo, agua, energía, destrucción de paisajes, aumento de la producción de residuos y aguas residuales, alteración de los ecosistemas, introducción de especies exóticas de animales y plantas, inducción de flujos de población hacia poblaciones turísticas, aumento de incendios forestales, tráfico de personas y drogas, etc.

Está documentado que los flujos turísticos contribuyen notablemente, por su relación con el transporte aéreo y por carretera, a la lluvia ácida, a la formación del ozono troposférico y al cambio climático global. Y desde un punto de vista más local, el turismo afecta a todo tipo de ecosistemas: desde el litoral hasta las montañas invadidas por estaciones de esquí, pasando por los conocidos campos de golf, que tantas repercusiones tienen debido al enorme consumo de agua (Almenar, Bono y García, 1998).

Puede decirse, pues, que el turismo, tal como se está realizando actualmente, no es sostenible. Pero esto es consecuencia, como en el caso de otros muchos problemas, de una búsqueda de beneficios inmediatos, que impulsa a la masificación y a la destrucción de recursos. Como ha reconocido Francesco Frangiali, secretario general de la Organización Mundial del Turismo, "es cada vez más evidente que el turismo está siendo víctima, pero también contribuye al cambio climático y a la reducción de la biodiversidad" (Hickman, 2007).

Esta definición de turismo sostenible (turismo responsable, ecoturismo, turismo "slow"...), se ha traducido en la consideración de una serie de requisitos que la OMT (1994) considera fundamentales para la implantación de la Agenda 21 en los centros turísticos:

- La minimización de los residuos.
- Conservación y gestión de la energía.
- Gestión del recurso agua.
- Control de las sustancias peligrosas.
- Transportes.
- Planeamiento urbanístico y gestión del suelo.
- Compromiso medioambiental de los políticos y de los ciudadanos.
- Diseño de programas para la sostenibilidad.
- Colaboración para el desarrollo turístico sostenible.

Se hacen necesarias medidas efectivas para lograr que, como reclama Naciones Unidas, las actividades turísticas se organicen "en armonía con las peculiaridades y tradiciones de las regiones y paisajes receptores (...) de forma que se proteja el patrimonio natural que constituyen los ecosistemas y la diversidad biológica" y, habría que añadir, cultural. (Hickman, 2007)

Se contempla, por ejemplo, la implantación de la etiqueta "comercio justo" o, más específicamente, "turismo sostenible", como garantía de que una empresa turística utiliza procedimientos sostenibles, respetuosos con el medio y con las personas, atendiendo a la legislación introducida para preservar lo que queda del mundo natural, como la Ley de la vida silvestre (Wild Law).

En definitiva, empieza a crecer una demanda de turismo respetuoso con el medio y con las personas, que se ajusta a los requisitos de la "Nueva cultura" (de la movilidad, energética, urbana, del agua...) y que apuesta, consiguientemente, por reducir al máximo las emisiones contaminantes que genera el viaje, por valorar más los pequeños hoteles locales a las grandes cadenas hoteleras, por contribuir con ecotasas a la protección de la zona en vez de buscar los precios más bajos a costa de la explotación de los trabajadores y la degradación del medio.

b.2.1.5.4 Problemáticas

Sería bueno que se encontrase un punto intermedio en el que todos salieran beneficiados: el turista, porque pudiese descansar y relajarse fuera de su hábitat, y los países receptores porque mejorasen su economía y calidad de vida, sin ver vulnerados sus derechos ni dignidad y pudiesen acceder a los logros obtenidos en los países desarrollados.

Para ello se creó en 1925 la Organización Mundial del Turismo, que se ocupa, en colaboración con la ONU, de la promoción y el desarrollo turístico en el mundo. Este organismo está formado por 138 países y territorios, y más de 350 miembros que representan a las administraciones locales, las asociaciones de turismo y las empresas del sector privado (líneas aéreas, grupos hoteleros y mayoristas de viajes, entre otros).

Sus principales objetivos son los siguientes:

- Estimular el crecimiento económico y la creación de empleo.
- Proporcionar incentivos a la protección del medio ambiente y el patrimonio de los lugares turísticos.
- Promover la comprensión entre las naciones por medio del turismo.

Tras trabajar por conseguir un equilibrio justo entre todos los intereses, la OMT ha creado y aprobado en 1999 un Código Ético Mundial para el Turismo con la pretensión de que sirva como base para el desarrollo responsable y sostenible del turismo mundial. Este código lo componen diez artículos, nueve de los cuales van dirigidos a crear unas 'reglas de juego', que afectan a todos los implicados en este sector, y el décimo, a la solución de litigios que se puedan plantear.

Al mismo tiempo, apelan a la conciencia del turista para que tome conciencia de que no puede degradar los sitios que visita ni despilfarrar los recursos naturales, sino que su consumo y disfrute deben mantenerse en límites razonables y justos.

Estamos de acuerdo con los expertos en que es preciso hacer compatibles el medio ambiente y el desarrollo sostenible. Por ello, todos debemos colaborar para que se corrijan los aspectos negativos del turismo actual, para que las reglas de juego sean más justas y solidarias, y para evitar que la codicia y el lucro personal de unos pocos causen daños irreparables en el medio ambiente. No podemos olvidar que debemos conservar el legado que hemos recibido de nuestros mayores en las mejores condiciones posibles para dejárselo a nuestros descendientes, ya que la Tierra no nos pertenece.

b.3 Análisis de la competencia

El grupo de competidores está conformado principalmente por las fincas que se encuentran en la capital de la provincia que es San Cristóbal, entre las cuales tenemos:

NOMBRE	UBICACIÓN	CARACTERÍSTICAS
Hacienda El Progreso	Parroquia rural El progreso, San Cristóbal	<ul style="list-style-type: none">• Caminatas, fotografía y ciclismo. Se puede apreciar la ruina de un ingenio azucarero y de la hacienda, y la tumba de su antiguo dueño.
Hacienda Tranquila	Recinto La Soledad, San Cristóbal	<ul style="list-style-type: none">• Mirador, campamento• Paseo a caballo• Ciclismo• Programa de hipo terapia
Rancho Voluntad de Dios	Recinto Cerro Verde vía a puerto chino, San Cristóbal	<ul style="list-style-type: none">• Áreas verdes• Instalaciones deportivas• Restaurante
		<ul style="list-style-type: none">• Elaboración artesanal de miel y panela.
El Cafetal	Parroquia rural El progreso, San Cristóbal	<ul style="list-style-type: none">• Visita a viveros• Planta de procesamiento de café• Paseos por el arroyo y laguna de patillos

Cuadro # 8: Competencia directa

La competencia indirecta está formada por las fincas convertidas en lugares de recreación y esparcimiento en Santa cruz y los hoteles que se localizan en las cabeceras cantonales de las principales islas, los cuales no prestan ningún servicio relacionado con el agroturismo. Entre las cuales están:

- **El Fortiz:** ubicado en el sector de Bellavista, parte alta Isla Santa Cruz, ofrece servicios de restaurante, áreas verdes, observación de tortugas en estado natural, piscina y salón para eventos sociales previa reservación. Costo de entrada \$5.

- **Rancho Primicias:** ubicado en el sector de Bellavista, es una extensa propiedad privada que colinda con los territorios del PNG, ofrece observación de tortugas en estado natural, recorrido por un túnel de lava debidamente iluminado por los dueños del rancho. Costo de entrada \$ 5.
- **Reserva El Chato:** se encuentra dentro del área del PNG, ofrece servicio de restaurante, áreas verdes, observación de tortugas en estado natural, cuenta con un mirador. No hay costo de entrada, solo de alimentación.
- **Galápagos Camping:** ubicado en la parte alta de la isla, vía al recinto Salasaca, el dentro del producto que ofrece se destaca las nueve carpas para camping, adicional servicio de alojamiento en sus cómodas, acogedoras y lujosas habitaciones, restaurante y biblioteca. Cuenta con todos los servicios básicos y sus costos son elevados.

Para posicionar la Finca Agroturística "Santa Bárbara" uno de los principales objetivos es satisfacer los gustos y preferencias de los turistas, que se encuentren o que quieran visitar las islas, ya que estarán en contacto con la naturaleza donde se expone el modus vivendi de la población con paisajes maravillosos en las cercanías del volcán que nos acoge con sereno y miradores donde tendrán una vista espectacular y podrán vivir nuevas experiencias haciéndolos sentir como en casa.

Se diferenciará de la competencia por la calidad del servicio que brindaremos, por las características de los servicios ofertados y por el valor agregado que representa cuidar el medio ambiente; además de ofrecer las más gratas experiencias a los visitantes mediante las diferentes actividades que desarrollarán en la Finca, de tal manera que seremos recordados por el turista a través de las experiencias vividas y el trato en familia que la Finca Agroturística "Santa Bárbara" brindará.

b.3.3 Análisis de los resultados de la encuesta

Dentro de recolección de los datos encontramos la siguiente información:

Las encuestas fueron realizadas en las ciudades de Guayaquil, Puerto Ayora y Puerto Villamil, a turistas nacionales y principalmente internacionales. Ver Anexo#4

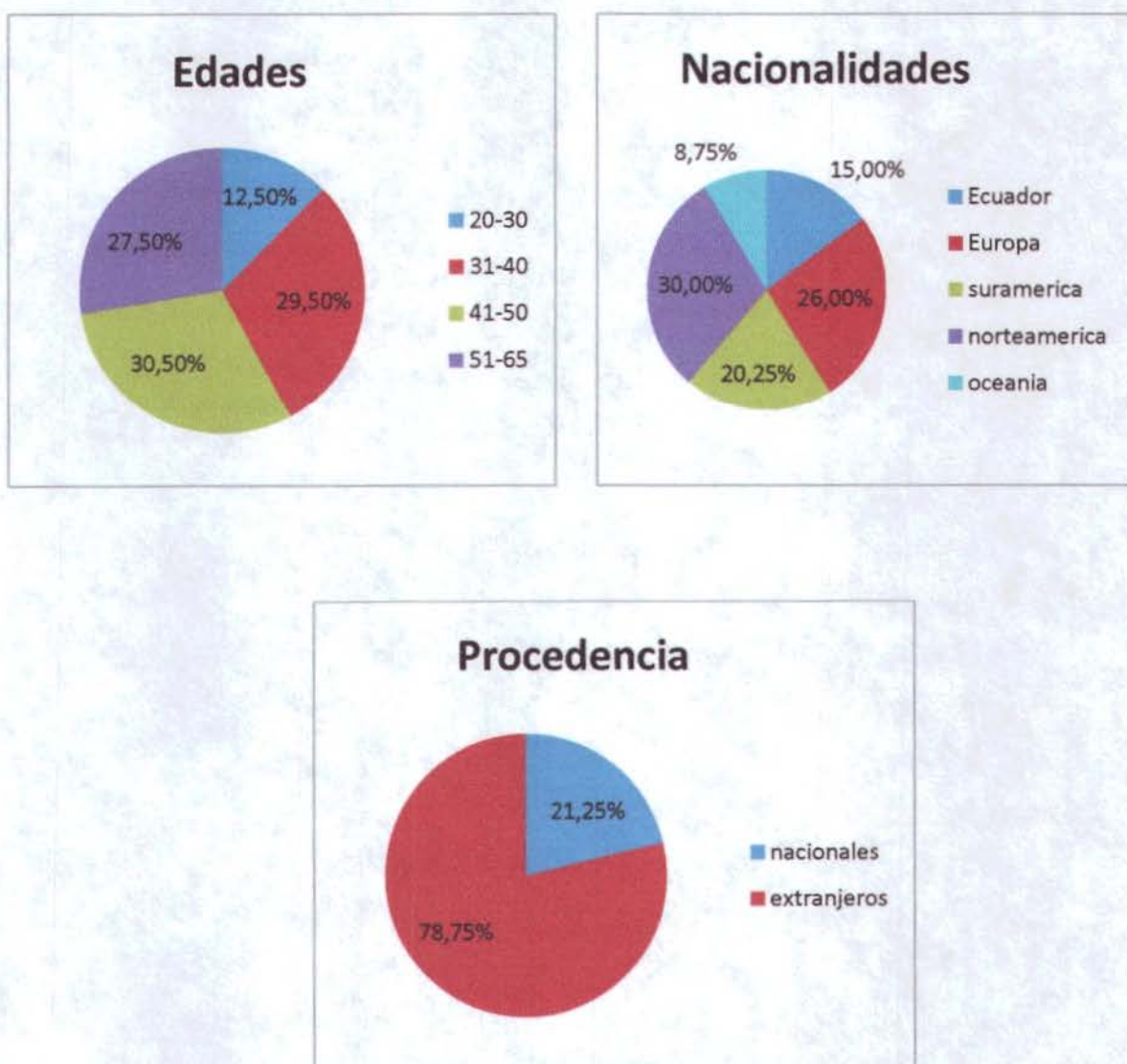
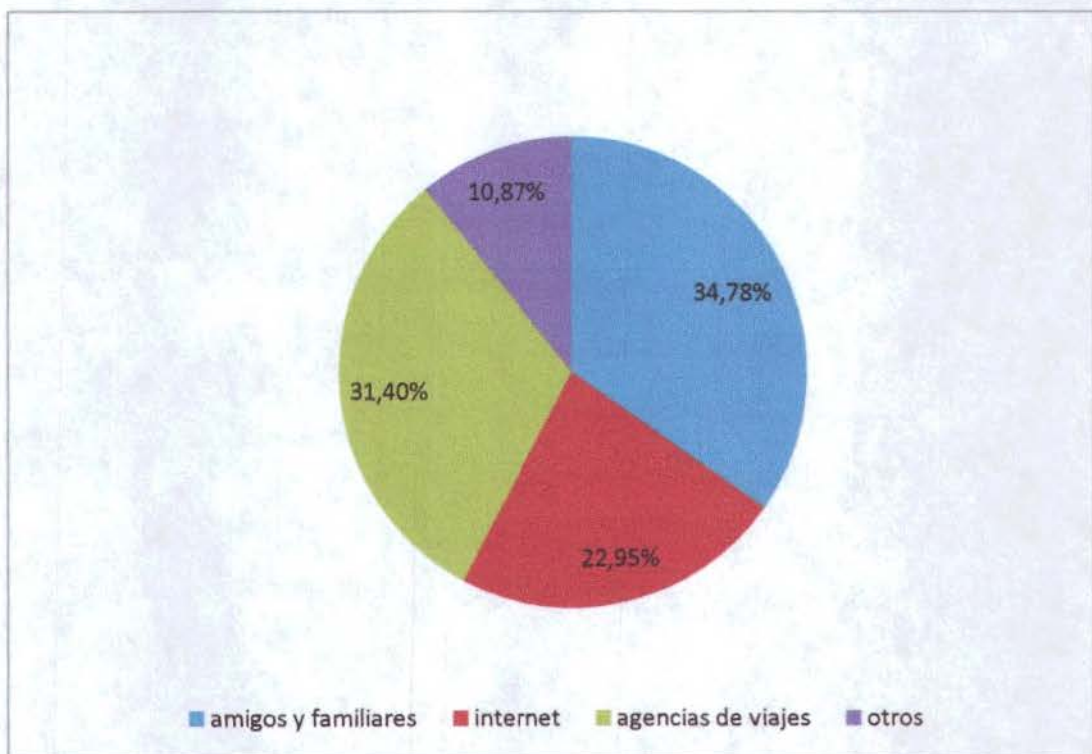


Gráfico # 5, 6, 7: Pregunta encuesta edad, nacionalidad y procedencia

En los datos obtenidos se observa que las personas entre las edades de 30 a 65 años son las que más realizan actividades turísticas, con una amplia procedencia de turistas extranjeros principalmente de norteamericanos. Entonces el producto a ofrecer puede dirigirse a todas las edades y a un mercado extranjero y nacional.

1. ¿Mediante qué medios obtiene usted información acerca de un destino turístico?

Gráfico # 8: Pregunta No.1 de la encuesta



Los resultados muestran que el principal medio por el cual el turista obtiene información acerca del lugar que visita es por los comentarios, vivencias de amigos y familiares, seguido por la información obtenida en agencias de viajes. Esto nos recalca que el servicio a ofrecer debe superar las expectativas del visitante pues no hay mejor referencia que la un cliente satisfecho.

De igual manera es importante establecer estrategias de marketing para ubicar nuestro servicio en las agencias de viajes más importantes, ya que será de gran importancia para el reconocimiento de la Finca Agroturística "Santa Bárbara" en la isla Isabela – Galápagos a nivel mundial"

2. ¿Qué región del país visitaría primero?

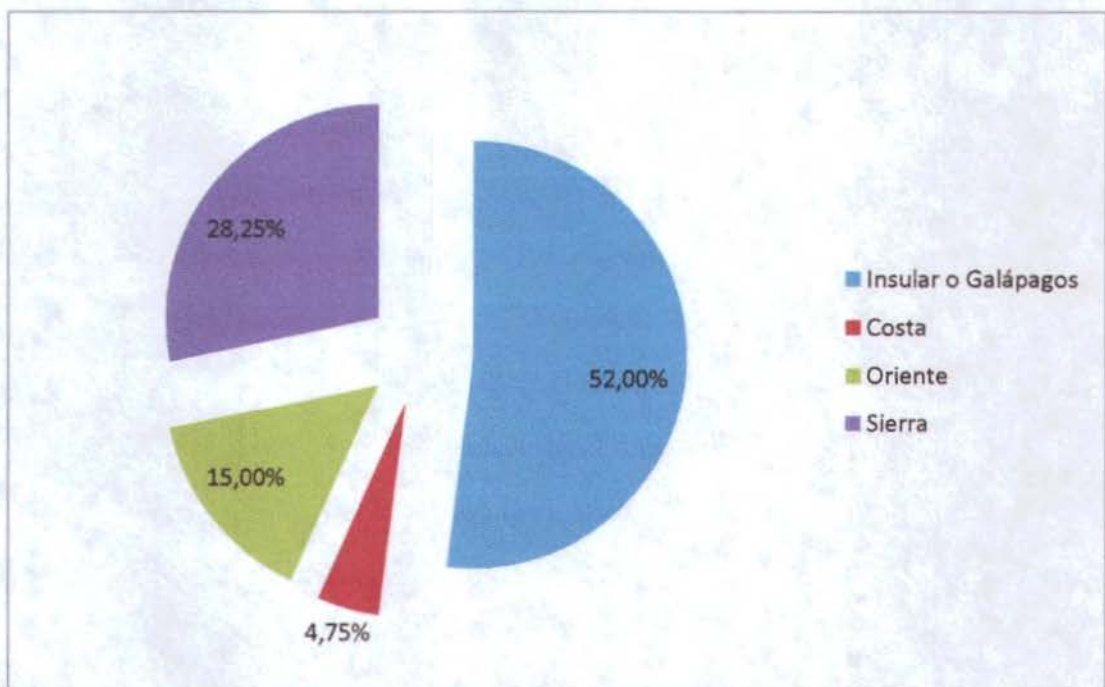


Gráfico # 9: Pregunta No.2 de la encuesta

Se puede observar que el 52,00% de los encuestados tiene un mayor interés en visitar las Islas Galápagos, lo cual es muy beneficioso ya que siendo uno de los lugares más visitados del Ecuador, podremos ofrecer el servicio sobre todo a los visitantes ávidos de estar en contacto con la naturaleza y su ecosistema, lo que lo pueden encontrar en la Finca Agroturística "Santa Bárbara" pues podrá realizar actividades diferentes.

3. ¿Qué es lo primero que se le viene a la mente cuando escucha la palabra Agroturismo?

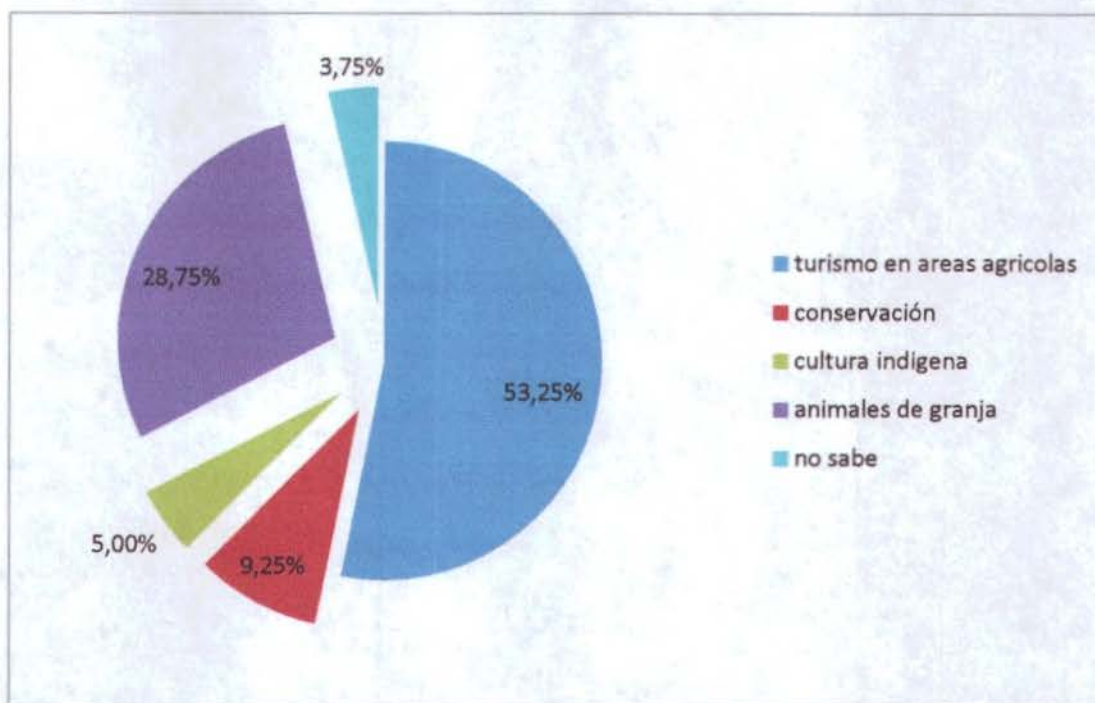


Gráfico # 10: Pregunta No.3 de la encuesta

Los resultados indican que el 53,25% de encuestados relaciona el término "Agroturismo" con actividades turísticas en zonas de producción agrícola, el 28,75% con animales de granja, entre el 5 y 9% lo relaciona con conservación y cultura indígena y un porcentaje mínimo no sabe a qué se refiere el término.

Esto también nos da la pauta de que es un servicio nuevo y novedoso que se puede ofertar al turista de las islas Galápagos, teniendo en cuenta que el marketing que se planifique será de gran importancia para el éxito del proyecto, pues se tiene que ubicar a la Finca Agroturística "Santa Bárbara" en la mente del turista ya sea nacional o extranjero en vista de que es un nicho de mercado poco conocido en el medio turístico.

4. ¿Cuánto tiempo estaría dispuesto a pasar en una finca Agroturística?

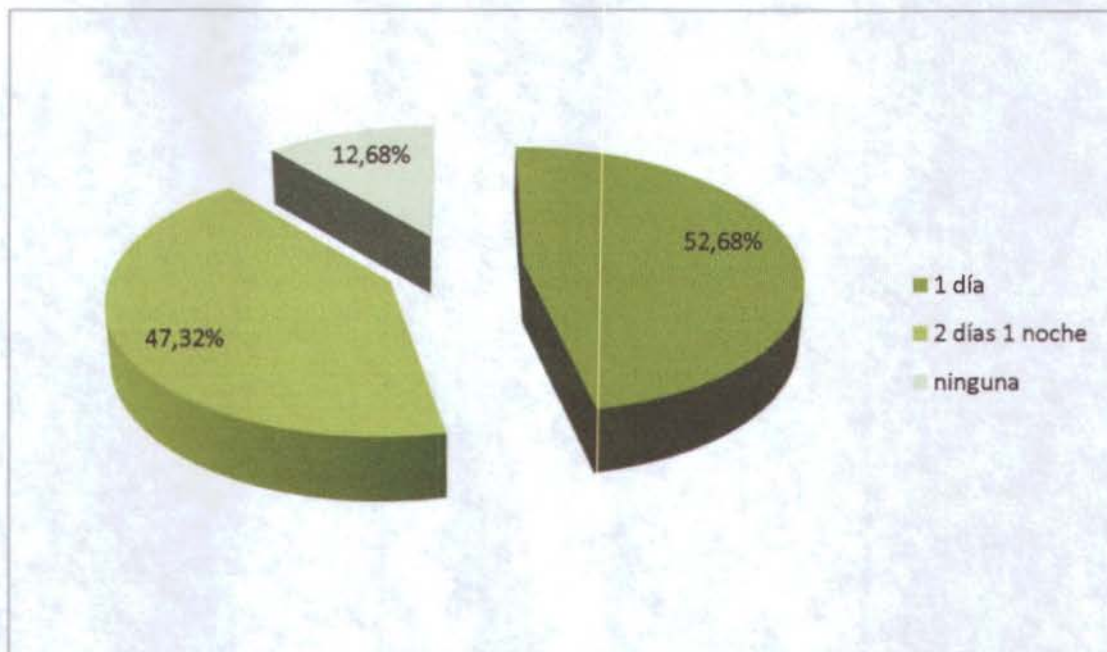


Gráfico # 11: Pregunta No.4 de la encuesta

Los datos demuestran el turista estaría dispuesto a pasar un día en una finca agroturística y pernoctar. Este dato nos da la pauta de que las actividades que se desarrollen dentro de la Finca Agroturística "Santa Bárbara" tienen que satisfacer al cliente en promedio máximo de dos días de estancia, lo que nos permite ser creativos a la hora determinar dichas actividades pues mientras más tiempo logre permanecer mayor será el índice de aceptación de nuestros servicios y por ende mayor ingreso económico para mantenernos en este negocio.

5. ¿Le gustaría conocer las actividades agroturisticas que se realizan en la parte alta de la isla Isabela – Galápagos?

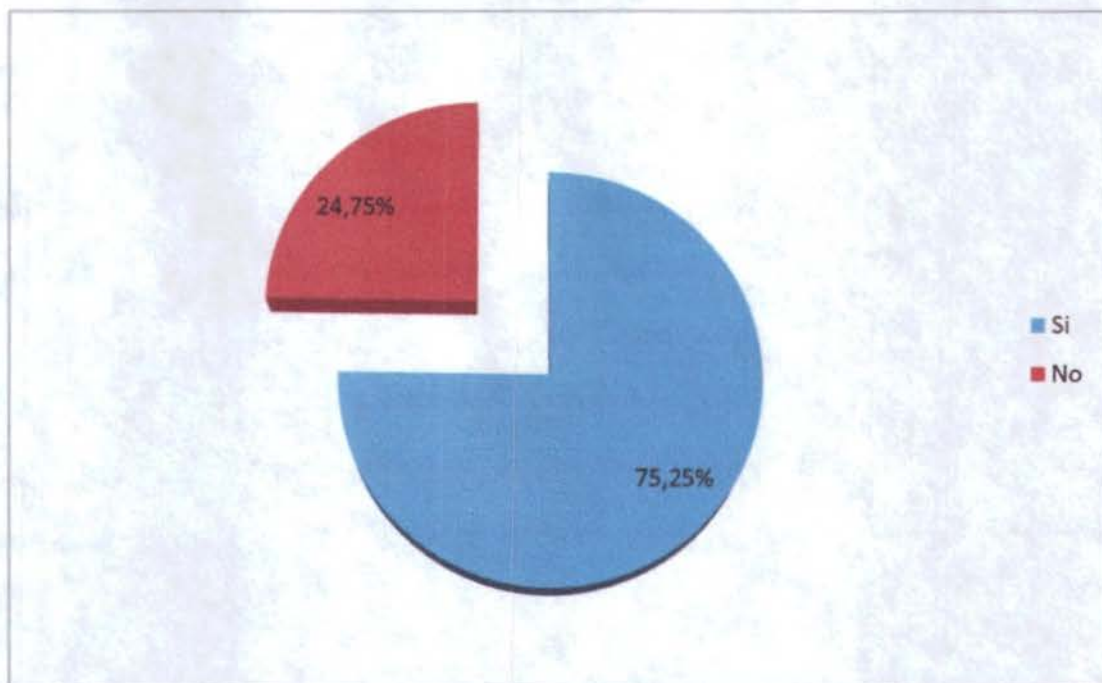


Gráfico # 12: Pregunta No.5 de la encuesta

Un amplio porcentaje le gustaría conocer las actividades agroturisticas que se realizan ya sea porque les parece interesante, diferente o porque hay contacto con la naturaleza, los animales de granja y se aprendería un poco más sobre estas actividades.

Es por esto que nuestra prioridad será satisfacer las expectativas del turista, realizando actividades de agricultura como siembra y cosecha de ciertos productos que se dan en la finca, actividades de ganadería es decir cómo alimentar a los animales que viven en la finca así como la manera de cuidarlos y por su puesto la preparación de alimentos con lo recolectado.

6. ¿Qué tan interesado estaría usted en realizar una excursión dentro de una finca agroturística en Isabela – Galápagos?

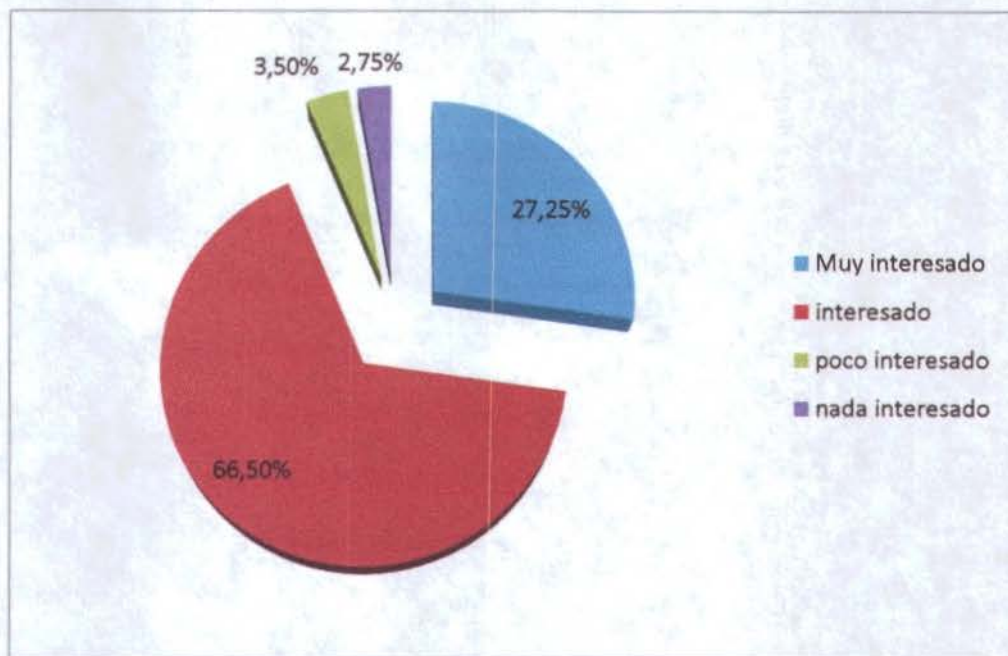


Gráfico # 13: Pregunta No.6 de la encuesta

De los resultados obtenidos la mayor parte, es decir un 66.50% de los encuestados, están interesados en realizar recorridos en los predios de la finca agroturística, realizando actividades que la complementen. Tal vez no están muy interesados pues este sector del turismo en el Ecuador no ha sido fomentado y resulta poco conocido. Particularmente en las Islas Galápagos no existe mayor publicidad en este sentido pues las actividades que más se realizan son las de playa y bahía.

7. ¿Cuál de los siguientes servicios le gustaría que hubiese en la Finca Agroturística?

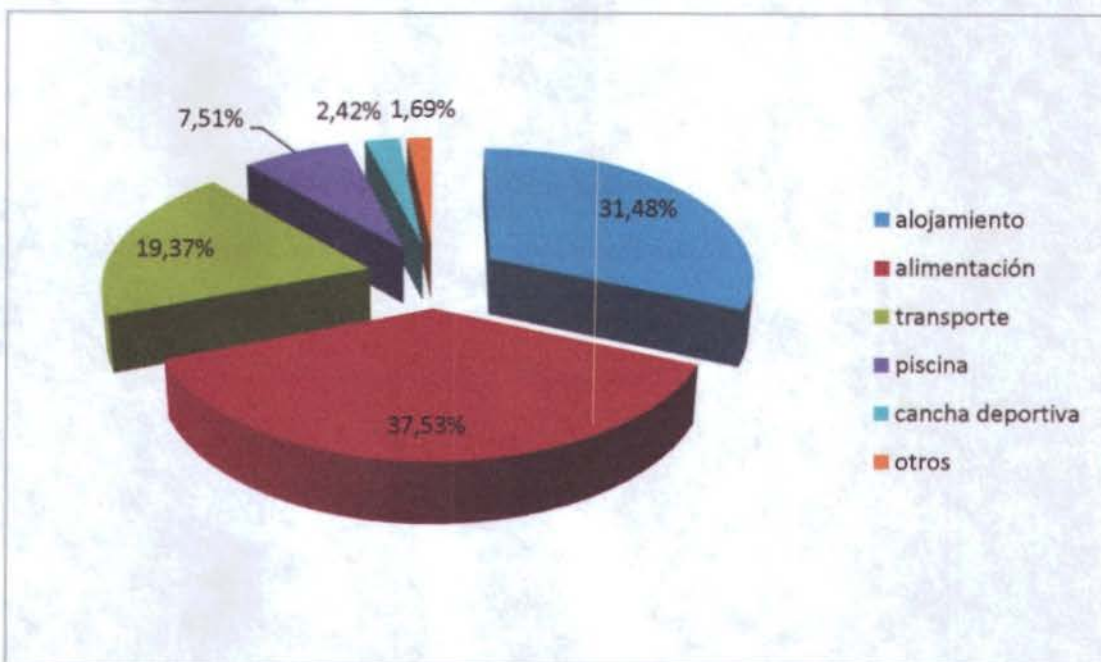
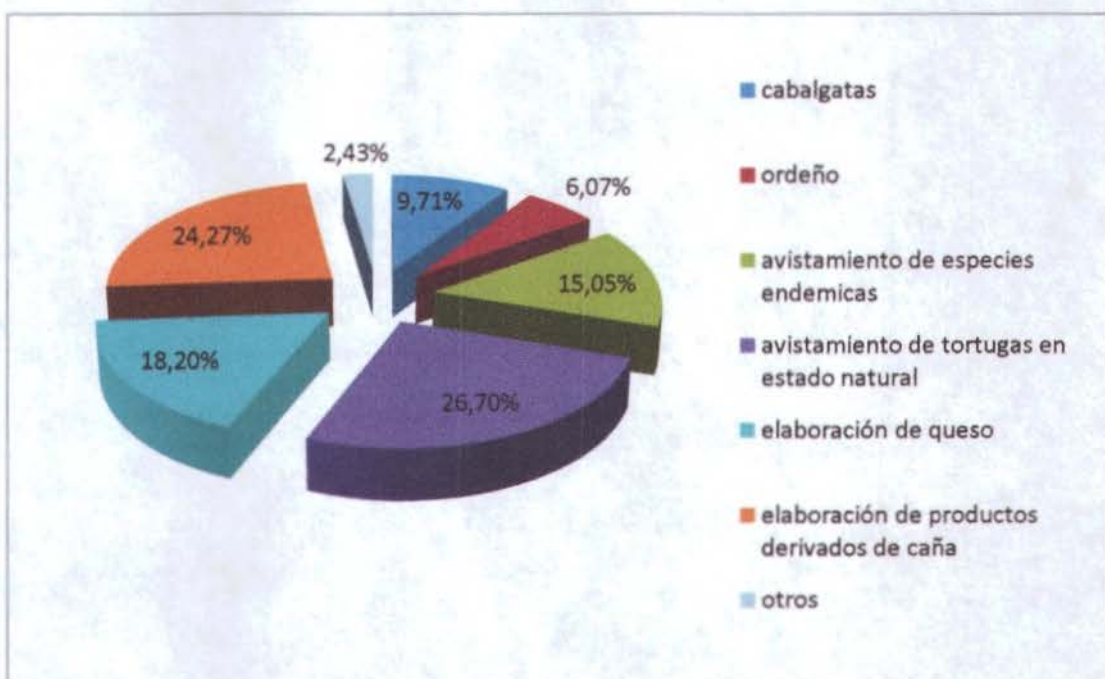


Gráfico # 14: Pregunta No.7 de la encuesta

Tenemos como principal servicio es el de alimentación, esto demuestra que estamos bien encaminados con el estricto cuidado con los alimentos que se van a preparar y a brindar, como segundo servicio está el de alojamiento el cual debe ser agradable para el huésped teniendo en cuenta un estricto control en la limpieza dentro y fuera de la Finca Agroturística "Santa Bárbara", ya que siendo un sitio rodeado de plantaciones y animales es necesario evitar la contaminación. Así mismo los visitantes desean el servicio de transporte; en porcentajes menores están la piscina y las canchas múltiples deportivas.

8. ¿Qué actividades le gustaría practicar durante su estadía en la Finca Agroturística?

Gráfico # 15: Pregunta No.8 de la encuesta



Entre las principales actividades que los turistas desean practicar están el avistamiento de especies endémicas, ver a las tortugas Galápagos en estado natural, la elaboración artesanal de productos como quesos, derivados de la caña, mermeladas. Seguido por las actividades cotidianas de una finca.

Esto nos permite establecer metas claras, pues para poder mantenernos en este mercado es necesario lograr que el turista que visite las Islas Galápagos, busque actividades diferentes a las de playa y bahía, por lo tanto una de las estrategias de marketing y publicidad será colocar el agroturismo como una de las actividades principales a realizar en la isla Isabela.

9. ¿Le gustaría que dentro de su paquete turístico a las islas Galápagos se le incluya una visita a la Finca Agroturística en la isla Isabela?

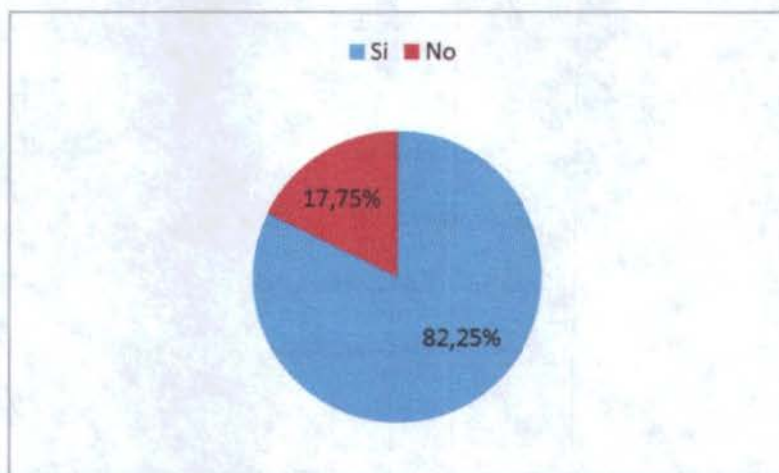


Gráfico # 16: Pregunta No.9 de la encuesta

A un gran porcentaje le gustaría que se incluya dentro de su paquete turístico a Galápagos, la visita a una finca agroturística, por lo cual se optará por ofrecer el producto a las agencias de viajes interesadas. Esto nos ayuda para que el servicio se dé a conocer.

b.4 Análisis de Porter

Con el análisis de Porter se determinará a la competencia existente y esto permitirá situarse dentro del mercado al que nos dirigimos y también para establecer el rumbo y la forma de competencia.

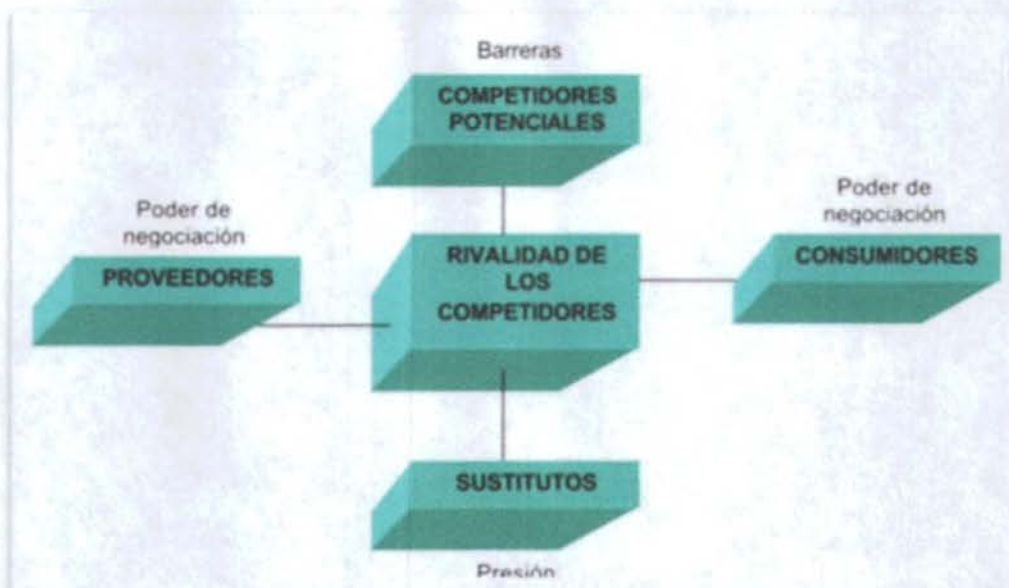


Figura # 5: Análisis Porter

Rivalidad entre competidores

Al ser un negocio agroturístico, se puede decir que nuestros competidores directos serían las fincas que se dediquen a la actividad agropecuaria y que proporciona vistas al turista en general, en este sentido en la Isla Isabela no existe gran competencia; sin embargo existe un competidor indirecto que brinda servicio de alimentos, bebidas y alojamiento en un área de acampado equipado pero que no presenta mayor incidencia en este sector.

En la isla Isabela, se encuentra el Centro de Recreación Campo Duro, que son los pioneros en fomentar el eco-agroturismo en la isla. Algo similar pero en mayor escala se está estableciendo en la Santa Cruz donde se ha iniciado con la construcción de un Eco-hotel cumpliendo con todos los requerimientos de conservación para las Islas Galápagos (Jaramillo, 2007)

No obstante la Finca Agroturística "Santa Bárbara" tiene la ventaja de tener una infraestructura adecuada para recibir visitantes durante todo el año y espacio suficiente para realizar actividades programadas para uno o algunos días, además de que se dará una atención personalizada y trato familiar al cliente manteniendo una interacción con el medio que nos rodea.

Amenazas de un nuevo competidor

Hay muchas posibilidades de amenazas por parte de un nuevo negocio, ya que en la isla Isabela existen grandes extensiones de tierra que no están siendo trabajadas en ningún sentido y que con un buen capital económico es posible mejorar la infraestructura o construir un área específica que proporcione un servicio similar al nuestro, por lo tanto es importante tener la mayor publicidad posible para posicionarse en el mercado y además adquirir tecnología de punta para mejorar las comunicaciones dentro y fuera de la isla.

Amenazas de productos sustitutos

Aquí ubicamos a los lugares de esparcimiento, que no tienen como fuerte la actividad agropecuaria, sin embargo siguen siendo una potencial competencia indirecta ya que brindan servicios de alimentación, piscina, canchas deportivas, área de eventos sociales, etc. lo que también se ha tomando en cuenta y que también se proporcionará al cliente.

Poder de negociación con proveedores

Se trabajara con proveedores previamente seleccionados de la localidad que durante todo el año están abastecidos con productos para

así asegurar la calidad del servicio que se brindara a los visitantes de la Finca Agroturística "Santa Bárbara", entre ellos tenemos:

- Comercial y ferretería "La Isla".- nos proveerá de productos de primera necesidad y con herramientas para el trabajo en la finca, debido a que cuenta con un stock amplio y variado.
- Operadora turística "Caleratours".- contaremos con sus servicios para darnos a conocer, como un plus, en paquetes ya elaborados para que los turistas puedan realizar una actividad diferente y enriquecedora.

Poder de negociación con los clientes

La oferta turística de los hoteles en Galápagos por lo general no ha innovado, se mantienen ofreciendo los mismos lugares sin variar en lo más mínimo. Es por esto que nos enfocamos en los clientes que buscan algo más dentro de las islas como por ejemplo estar en contacto más directo con su gente, su forma de vida, y la relación con la naturaleza a través del agroturismo.

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

b.5 Plan de Marketing

Lo más importante para desarrollar el plan de marketing es determinar las inquietudes y las necesidades del mercado actual, el grado de aceptación del agroturismo como una alternativa diferente de conocer en las Islas Galápagos, en especial en la Isla Isabela, por lo tanto se deben definir claramente las cuatro variables fundamentales como son el producto, precio, plaza y promoción.

Es importante recalcar que el proyecto se desarrollará en la Isla Isabela en el sector de Santo Tomás de Berlanga, una parroquia que es muy rica en historias y leyendas. Las formaciones vegetales de la parroquia corresponde al bosque húmedo subtropical que a diferencia de las generalidades del suelo de las islas en esta zona rural, los suelos son más profundos y de textura franco arcillosa, donde se aprovechan para cultivos de ciclo corto, frutales, forestación y pastizales, cuyos productos lo emplean básicamente para la alimentación de los colonos.

El agroturismo actualmente es una modalidad del turismo rural aun no muy explotada y por consiguiente ignorada, lo que nos presenta como una gran oportunidad para fomentar esta área del turismo obteniendo beneficios propios y además contribuyendo con el turismo sostenible del Ecuador.

En el mercado de Galápagos existe dos temporadas bajas, la primera temporada comprende a los meses de Abril y Mayo, la segunda temporada comprende a los meses de Septiembre y Octubre por lo que la publicidad juega un papel importante para que no afecte al negocio.

b.5.1 Segmentación

La segmentación de mercado representa una herramienta fundamental dentro del proceso de planificación estratégica de los destinos, ya que no solo permite identificar y perfilar los principales grupos de consumidores turísticos, sino también detectar potenciales segmentos que no están siendo suficientemente atendidos, orientando la política turística del destino.

Si bien los principales avances en la segmentación del mercado turístico provienen de la labor realizada en el área de marketing general, resulta algunos estudios existentes a las peculiaridades del fenómeno turístico. En particular, con respecto a la finalidad que se persigue, junto a la finalidad de llevar a cabo un marketing diferenciado, se busca también la formulación de las medidas turísticas necesarias para cada destino.

El Agroturismo está dirigido a la población nacional y extranjera de nivel socio- económico medio- alto y alto que comprenda entre las edades de 25 a 65 años, sin distinción de sexo, con nivel cultural medio y alto que busque actividades diferentes mientras visita las Islas Galápagos.

En la isla Isabela podrá disfrutar del mundo que descubrió Darwin y del que el turista descubrirá si gusta de la comodidad, seguridad, recibir un trato familiar, reencontrarse con la naturaleza, admirar paisajes únicos y de tener nuevas experiencias que sólo la Finca Agroturística "Santa Bárbara" podrá ofrecer.

b.5.2 Producto

El agroturismo así como el Turismo Rural, es una actividad que tiene un futuro prometedor porque existe un creciente interés de la población urbana y en especial del visitante extranjero por reencontrarse con la naturaleza, con la vida rural y quizás aprender de las faenas agropecuarias.

En la Finca Agroturística "Santa Bárbara" se ha aprovechado esta oportunidad, ya que se ofrece a los visitantes los servicios de hospedaje, alimentación, recreación y servicios complementarios, sin dejar de lado las actividades agrícolas y ganaderas que se realizan a diario.

SERVICIOS	CARACTERÍSTICAS
Alojamiento	Se dispone de 6 acogedoras cabañas equipadas con lo necesario, con opción de baño ecológico; distribuidas entre dobles y triples.
Alimentación	Esta se servirá en el amplio comedor de la casa familiar. Se ofrecerán desayunos, almuerzos y cenas.
Recreación	Actividades cotidianas de la finca. Información sobre Isabela y su historia. Actividades de reforestación. Cabalgatas. Avistamiento de flora y fauna endémica. Uso de canchas múltiples deportivas.
Servicios complementarios	Transporte. Visita al Volcán Sierra Negra, Cueva de Sucre y mirador El Mango.

Cuadro # 9: Descripción de los servicios ofertados.

Nombre del programa	Duración	Descripción
Mi estancia en la Finca Agroturística "Santa Bárbara".	2 días 1 noche	Recorridos con guía. Se distribuirá el tiempo entre actividades programadas dentro de la finca el primer día, pernoctando en las cómodas cabañas y al día siguiente se harán los recorridos a los lugares de interés fuera de la finca. Culminando con su traslado a Pto Villamil. Incluye las tres comidas.
Conociendo la Finca Agroturística "Santa Bárbara".	1 día	Es una visita guiada, a través de los distintos sectores de la finca, conociendo su producción agrícola, recolección en los huertos, alimentar a los animales, elaboración de productos derivados de la caña y quesos. Se ofrecerá desayuno y almuerzo.

Cuadro # 10: Duración y descripción de los programas que ofrece la finca.

El producto agroturístico que se ofrecerá está a cargo de un personal con vocación de servicio y calidad en el trato, promoviendo así la aceptación por parte del turista.

Finca Agroturística "Santa Bárbara" se encuentra en el recinto Los Tintos de la parroquia rural Santo Tomás de Berlanga a 20 minutos de la cabecera cantonal, que es Puerto Villamil.

Tiene una extensión total de 80 hectáreas, un espacio idóneo para la convivencia entre el visitante y la naturaleza, en donde se pueden realizar todas las actividades involucradas con el campo, caminatas para relajarse y observar especies de flora y fauna endémicas y además paseos en caballos dentro de la Finca.

Para una mejor distribución de este extenso terreno, las instalaciones de la Finca Agroturística "Santa Bárbara" estarán divididas en tres zonas:

- Zona de hospedaje y recreación.
- Zona de huertos y caminos.
- Zona Agropecuaria.

Zona de Hospedaje y Recreación

Esta es la zona principal ya que aquí se recibirá a los visitantes, se les dará información útil, recibirán los servicios de hospedaje, alimentación y recreación:

- **Recepción y lobby.**- Este espacio se ha adecuado dentro de la casa familiar, aquí se dará la bienvenida a los visitantes, también se harán las reservas, distribución de los visitantes en las cabañas, y en el lobby habrá una televisión con un DVD que serán utilizados para el entretenimiento del visitante que

pernocte en la finca. Además, esta sala tendrá un pequeño anaquel con libros informativos de las Islas Galápagos.

- **Sector de alojamiento.**- Consta de 6 acogedoras cabañas, entre dobles y triples con acabados rústicos y agradables a la vista, que contrasta con el paisaje de la Finca. Cada cabaña cuenta con la opción de baño ecológico.
- **Comedor.**- La alimentación diaria se realizará en un amplio comedor de la casa familiar, de capacidad para 15 personas. Los alimentos serán preparados en la cocina de la casa y se contara con un horno de roca volcánica para cocinar platos típicos de manera tradicional.
- **Centro de interpretación.**- Es un espacio amplio donde el visitante encontrará información sobre la parte alta de la isla, la comunidad isabeleña, la producción agrícola, las especies de flora y fauna que se encuentran dentro de la finca, los últimos proyectos que se dan en la parroquia rural y urbana, fotos de todos los lugares atractivos de la isla en especial del maravilloso volcán Sierra Negra con información acerca de su última erupción, información histórica de Isabela y de los animales endémicos que habitan en la isla y las reglas que se deben seguir dentro del Parque Nacional Galápagos.
- **Tienda de souvenirs y canchas.**- La tienda de souvenir funcionará junto al centro de interpretación aquí se podrán adquirir los productos elaborados dentro de la finca y de las fincas aledañas, como mermeladas, miel de caña, puro y colaborando con el proyecto de reciclaje habrán novedosos productos 100% reciclados. Las dos canchas múltiples deportivas estarán a disposición del visitante.
- **Sendero.**- Dentro de la finca se contara con senderos para que el visitante pueda disfrutar de una relajante caminata y paseos a caballo de media hora de duración en grupos de cuatro personas.

Zona de Huertos

En la zona de huertos es donde los visitantes podrán estar más en contacto con la naturaleza y sobre todo conocer sobre la siembra y la cosecha de los alimentos que se consumen.

- **Huerto Orgánico.**- Es un espacio destinado a la siembra y recolección de los frutos y verduras los cuales no tienen ningún agente químico nocivos, lo que los hace 100% orgánicos a beneficio del visitante, ya que servirán para la preparación de los alimentos que consumirán durante la estadía.

Zona de plantaciones y pastizales

En este sector se encuentran los cultivos de caña de azúcar y además el área donde se alimenta el ganado.

- **Plantaciones.**- En este lugar se encuentran los diferentes cultivos que produce la finca, aquí se localiza el trapiche artesanal mediante el cual se enseñara la elaboración de productos derivados de la caña. Ver Anexo# 1
- **Pastizales.**- Esta área es destinada para la alimentación de los animales como los caballos y las vacas. El visitante podrá ingresar a esta área en compañía de un personal de la finca para así evitar alguna reacción desfavorable de los animales. Ver Anexo#2

Todos estos productos junto con un buen servicio por parte del personal capacitado ayudarán a que la visita sea agradable y placentera, lo que refiere un cliente satisfecho y por ende la publicidad de persona a persona.

b.5.3 Precio

Para establecer el precio de cada uno de los servicios se deberá analizar los costos y gastos que genera este tipo de servicio, y adicionalmente lo que hay que cubrir mensual y anualmente, teniendo en cuenta un margen de utilidad aceptable para mantenernos en este negocio.

Nombre	Tarifa por día todo incluido	Tarifa de alojamiento todo incluido	Descuentos
Finca Agroturística "Santa Bárbara"	\$32 por pax Hospedaje, alimentación y transporte	\$45 por pax	50% niños 15% mayores de 65 años

Cuadro # 11: Tarifas

Los visitantes podrán hacer uso de las instalaciones de la Finca Agroturística "Santa Bárbara" (todo incluido). Los precios incluyen 22% de impuestos.

b.5.4 Plaza

El producto se comercializara mediante un canal de distribución directo e indirecto.

Distribución Directa

- Reservas a través de la página web.
- Reservas hechas directamente con la finca.

- Venta directa de los servicios en la finca, es decir, quienes lleguen por cuenta propia.

Distribución Indirecta

Se llegará al mercado principalmente internacional por lo que es fundamental anunciarnos a través del internet, en webs como google mediante su programa de publicidad Google adwords, en facebook, twitter, Galapaguide, Ecostravel, tripadvisor, ya que son estas las más reconocidas por el mercado internacional y también el nacional además de realizar un convenio con las agencias de viajes locales que operan en Puerto Villamil y con las más reconocidas como lo son: Manglar Rojo, Galahost, Maxi Ecuador, Metropolitan Touring, BM Tours.

b.5.5 Promoción

Promoción Principal

El principal medio para promocionar los servicios ofertados por la finca, será a través del internet ya que este es de mayor accesibilidad y contacto con el cliente y su costo es moderado frente a los beneficios de cobertura y aceptación.

Es por esto que se creará una página web bilingüe en donde se detallen los servicios que ofrece Finca Agroturística "Santa Bárbara" así como reservas online, galería de fotos, mapa del cantón Isabela para guiar al visitante, futuras promociones o servicios, condiciones y formas de pago.

Promoción Secundaria

Mediante revistas de carácter turístico que circulan gratuitamente en los centros de información turística, agencias, hoteles y son usadas como guía turística de bolsillo por los visitantes nacionales e internacionales, estas son:

- Revista Transport.
- Revista-guía bilingüe Galaquil (Ver Anexo #8)
- This is Ecuador.

Se realizara una publicidad directa y sencilla en donde conste:

- Ubicación
- Logotipo
- Detalles del Producto y servicios

También contaremos con publicidad de trípticos, afiches, volantes, tarjetas de presentación estas se encontrarán en las agencias locales con las cuales se ha hecho convenios.

PUBLICIDAD	Costo unitario	unidades	Valor total
Pagina web	300,00	1	300,00
Volantes	0.60	100	60,00
Trípticos	0.90	100	90,00
Tarjetas de presentación	0.93	90	83.70
Google adwords	5.00 x clic	10	50,00
Facebook	1.25 x clic	80	100,00

Cuadro # 12: Gastos de publicidad.

Logo

El logotipo representa la ubicación de la finca en la ladera del volcán Sierra Negra en la Isla Isabela, el mismo que constará en todo lo que se refiera a publicidad.



Vive una Experiencia Natural

Con el slogan "Vive una experiencia natural", se pretende introducir en la mente del turista nacional e internacional la posibilidad de vivir nuevas experiencias junto a la naturaleza al 100%.

b.6 Plan de mercadeo y estrategias de ventas

- Una de las estrategias para ventas será asociarnos con otras empresas que brinden servicios turísticos dentro de la isla a fin de lograr un beneficio para ambas.
- Crear promociones, cuando el cliente sea recurrente al visitar la finca o en temporadas específicas como los son las temporadas bajas, la primera temporada comprende a los meses de Abril y Mayo, la segunda temporada comprende a los meses de Septiembre y Octubre.
- Brindar un producto de calidad que cuente con las seguridades respectivas y que satisfaga las expectativas de todos los clientes.

- Hacer seguimiento continuo mediante encuestas, tomando en cuenta la satisfacción del cliente a fin de diseñar un nuevo servicio o rediseñar el que ya tenemos.
- Incrementar eficiencia en las actividades programadas.
- Crear valores agregados para el servicio a nuestros clientes es decir brindar una buena atención, un trato amable, cumplir con los tratos, ofrecer una atención eficaz y trato personalizado cuando el caso lo amerite.

c. Estudio técnico

La Finca Agroturística "Santa Bárbara", tendrá acogedoras y cómodas cabañas dobles y triples, tal como se muestra en la siguiente ilustración. Cada cabaña cuenta con baño normal y la opción de baño ecológico.



Figura # 6: Modelo de la cabaña

Los acabados internos de la cabaña serán rústicos y agradables a la vista, que contrasta con el paisaje de la Finca.

Para la distribución interna de la cabaña se tomará en cuenta la ergonomía del visitante, teniendo presente que se debe proporcionar comodidad, confort, orden y limpieza.

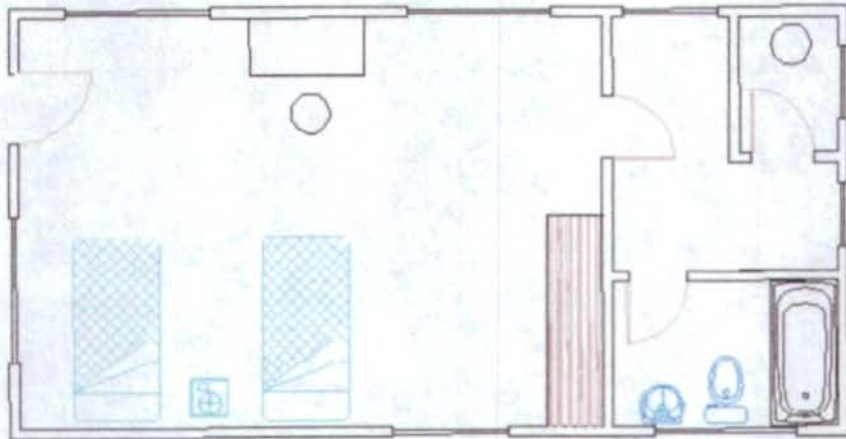


Figura # 7: Distribución interna de la cabaña

Se muestra adicionalmente la distribución de área total que ocupará la Finca Agroturística "Santa Bárbara" la misma que contará con:

- Recepción y lobby
- Cabañas
- Comedor
- Centro de interpretación
- Tienda de souvenirs
- Dos canchas múltiples deportivas
- Sendero para caminatas
- Huerto Orgánico
- Plantaciones de caña de azúcar
- Pastizales

Figura # 8: Distribución del área total de la finca



Horario De Funcionamiento

La Finca Agroturística "Santa Bárbara", estará abierta al público de lunes a domingo de 07h00 a 16h00, también se atenderá previa reservación, con una capacidad de albergar a máximo 15 personas.

Entrega Del Servicio

A la llegada del visitante se le dará una cordial bienvenida y se procederá a brindarle el desayuno para luego seguir al centro de interpretación donde se le proporcionará información útil, siguiendo un orden cronológico de acuerdo a su estadía con la visita al huerto, establos, ordeño de vacas, elaboración artesanal de productos, etc.

Si el visitante opta por el recorrido en la finca sin pernoctar, se ofrecerá el almuerzo y se dará espacio para que se realicen actividades al aire libre con la debida supervisión del personal, y culminando con la visita se reunirán en el lobby para trasladar a los visitantes a Pto Villamil. Ver Anexo #6

En caso de que el visitante decida pernoctar en la Finca se procederá al registro del huésped, a la realización del itinerario diario y al día siguiente se recorrerán los puntos de mayor atractivo de la parte alta, como el volcán Sierra Negra, la Cueva de Sucre y el mirador El Mango. Culminando con el traslado del huésped a la finca y posteriormente a Pto Villamil. Ver Anexo # 7

c.1 Responsabilidad de la empresa

La empresa certifica el uso correcto de todas las instalaciones y actividades, ya que se ha definido ciertos parámetros que tiene que cumplir dentro de la finca, así como existen normas que seguir dentro de las Islas Galápagos tales como:

- Identificar las necesidades y deseos del cliente.
- Responsabilidad con el medio ambiente y la comunidad.
- Control y supervisión constante de las actividades.
- Seguridad interna y externa.
- Prevención de sucesos de emergencia.
- Adaptar un programa de disminución de riesgos e incidentes.



Gráfico # 17: Organigrama de la empresa

En el organigrama se establece quienes tendrán responsabilidades mayores siendo estas la administradora y la auxiliar de administración, ambas cuentan con experiencia para la atención y servicio al cliente y manejo del negocio:

Vanessa Rojas Ching, residente permanente de Galápagos de 23 años de edad, egresada de la carrera de Administración de empresas Turísticas y Hoteleras de la Universidad Católica Santiago de Guayaquil. Actualmente se encuentra realizando cursos para ampliar su conocimiento en el área administrativa y turística.

Realizó pasantías laborales en el Hotel "La isla del descanso", en Isabela – Galápagos, en el área de recepción, también en TAME Cargo, en atención y servicio al cliente. Tiene conocimientos del área de alimentos y bebidas. Conoce destinos turísticos de la región centro sur del país y la región insular.

Daniela Chávez Roa, 24 años de edad, egresada de la Carrera De Administración De Empresas Turísticas y Hoteleras de la Universidad Católica Santiago de Guayaquil, labora en la Operadora Turística Red Mangrove desde mayo del año en curso en el área de reservas y atención al cliente.

Graduada de Benedict tiene conocimientos avanzados en el idioma inglés. Años atrás hizo prácticas de pasantía en una Mayorista de Agencias de Viajes en Guayaquil y Quito, así también 2 meses de prácticas en una Agencia de Viajes en la Isla Santa Cruz – Galápagos. Conoce los sitios turísticos de la amazonia, sierra sur y región insular.

Se cuenta con personal capacitado y comprometido con el objetivo principal de la empresa, por tal razón se ha determinado el perfil de cada miembro con las funciones respectivas.

Administrador y Auxiliar de Administración

CARGO:	DESCRIPCIÓN DEL PUESTO
Conocimientos:	<ul style="list-style-type: none"> • Dominio del idioma inglés. • Básicos de contabilidad. • Conocimiento de primeros auxilios.
Habilidades y Destrezas:	<ul style="list-style-type: none"> • Autosuficiencia en la toma de decisiones. • Liderazgo.
Responsabilidades:	<ul style="list-style-type: none"> • Dar la bienvenida a los visitantes. • Seleccionar personal. • Diseñar cronograma de actividades. • Supervisar cumplimiento de funciones de los empleados.
Experiencia:	<ul style="list-style-type: none"> • 2 años en cargos similares.

Auditor

CARGO	DESCRIPCIÓN DEL PUESTO
Conocimientos	<ul style="list-style-type: none"> • Título académico de Economista. • Conocimiento de normas legales. • Conocimiento de normas profesionales.
Habilidades y destrezas	<ul style="list-style-type: none"> • Experiencia en el manejo de temas operativos y de gestión. • Amplitud de criterio y amplio conocimiento del contexto. • Poseer condiciones personales que le permita encarar eficientemente su tarea. • Capacidad técnica. • Analizar los estados financieros y demás documentos presentados por la

	administradora y emitir recomendaciones.
Experiencia	<ul style="list-style-type: none"> • 2 años en cargos similares

Guía Naturista

CARGO	DESCRIPCIÓN DEL PUESTO
Conocimientos	<ul style="list-style-type: none"> • Ser guía naturalista certificado por la DPNG. • Tener conocimiento actualizado en técnicas de rescate y sobrevivencia (de preferencia que cuente con certificación internacional debido al tipo de clientes que atiende). • Tener conocimiento en primeros auxilios (de preferencia que cuente con certificación internacional debido al tipo de clientes que atiende). • Estudio de idiomas (mínimo 2 idiomas sin incluir el nativo). • Tener estudios de biogeografía y geología. • Tener estudios en Técnicas de Interpretación Ambiental. • Contar con especializaciones en Turismo sostenible (buenas prácticas). • Formación formal en temas de conciencia ambiental.
Habilidades y Destrezas	<ul style="list-style-type: none"> • Mostrar capacidad física y fortaleza. • Técnicas para conducir grupos (manejo de grupos, ubicación de grupos en espacios abiertos, técnicas de proyección de voz (articulación y estilo), tamaño de grupo,

	<p>satisfacción del grupo).</p> <ul style="list-style-type: none"> • Contar con habilidades en manejo de equipo de camping (armado de carpas: ubicación y técnicas de armado, uso de bastón, armado de mochila, manejo y reconocimiento de cuerda). • Reconocimiento de flora (endémica, nativa, y nociva) y fauna (vía indicadores de hábitat, costumbres alimentarias, hábitos y nidificación).
<p>Actitudes y Cualidades</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Tener criterio para minimizar impactos negativos en el ambiente y resolver quejas. • Motivador para emprender labores a favor de la conservación y protección del patrimonio natural y cultural. • Mostrar liderazgo y fortaleza en la toma de decisiones. • Tener protocolos de etiqueta y buenas prácticas. • Mostrar vocación de servicio. • Puntualidad y honradez. • Ser ético y moral en las relaciones interpersonales. • Ser perceptivo frente a la naturaleza.
<p>Experiencia:</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 2 años mínimos.

Recepcionista

CARGO:	DESCRIPCIÓN DEL PUESTO
Conocimientos	<ul style="list-style-type: none">• Nivel avanzado del idioma inglés.• Manejo de utilitarios.• Instrucción superior.
Habilidades y Destrezas:	<ul style="list-style-type: none">• Iniciativa propia• Ser proactiva.
Responsabilidades:	<ul style="list-style-type: none">• Atención al cliente.• Entregar llaves de las cabañas a los huéspedes.• Receptar llamadas telefónicas, mails.• Check in y check out de los huéspedes.
Experiencia:	<ul style="list-style-type: none">• Mínima de 6 meses a 1 año.

Chef

CARGO:	DESCRIPCIÓN DEL PUESTO
Conocimientos :	<ul style="list-style-type: none">• Normas estandarizadas en la elaboración de alimentos nacionales e internacionales.• Tiempo de cocción de alimentos.• Cursos adicionales de coctelería y pastelería.
Habilidades y Destrezas:	<ul style="list-style-type: none">• Guste cocinar.• Ágil en la cocina.
Responsabilidades:	<ul style="list-style-type: none">• Mantener limpia el sitio de trabajo.• Realizar requisiciones de alimentos no perecederos.• Manejo adecuado del reciclaje dentro de la cocina.• Supervisar calidad de la materia prima.• Elaborar menú innovador.
Experiencia:	<ul style="list-style-type: none">• Varias áreas de la cocina, entre 1 y 5 años.

Ayudante de cocina

CARGO:	DESCRIPCIÓN DEL PUESTO
Conocimientos:	<ul style="list-style-type: none">• Normas estandarizadas en la elaboración de alimentos nacionales e internacionales.• Tiempo de cocción de alimentos.• Cursos adicionales de coctelería y pastelería.
Habilidades y Destrezas:	<ul style="list-style-type: none">• Bajo las órdenes del cocinero realizarán la preparación de los víveres para su condimento así como de los útiles de cocina.• Guste cocinar.• Ágil en la cocina.
Responsabilidades:	<ul style="list-style-type: none">• Mantener limpia el sitio de trabajo.• Realizar requisiciones de alimentos no perecederos.• Manejo adecuado del reciclaje dentro de la cocina.• Supervisar calidad de la materia prima.• Elaborar menú innovador.
Experiencia:	<ul style="list-style-type: none">• Varias áreas de la cocina, entre 1 y 5 años.

Camarera

CARGO:	DESCRIPCIÓN DEL PUESTO
Conocimientos:	<ul style="list-style-type: none">• Inglés básico.
Habilidades y Destrezas:	<ul style="list-style-type: none">• Proactiva.• Cordial, responsable, vocación de servicio.• Limpieza cabañas del hotel.
Responsabilidades:	<ul style="list-style-type: none">• Mantener limpio pasillos, lobby, centro de interpretación.
Experiencia:	<ul style="list-style-type: none">• 2 años mínimos.

Perfil Mesero

CARGO:	Mesero
Conocimientos:	Ingles intermedio. Cursos de gastronomía u hotelería.
Habilidades y Destrezas:	Proactivo. Cordial, responsable, vocación de servicio. Vocación de servicio.
Responsabilidades:	Limpieza lugar de trabajo. Acomodar a los visitantes en el comedor.
Experiencia:	2 años mínimos.

Vestimenta de los Empleados



c.2 Marco legal y estratégico

La Finca Agroturística “Santa Bárbara” es de propiedad del señor Arturo Salazar colono de la isla, con quien se tiene un parentesco familiar en segundo grado, una persona de la tercera edad con anhelo de contribuir con el turismo del Ecuador. Con documento notariado se establecerá un convenio de cooperación entre las partes, es decir una de la partes aporta con el terreno y la otra con la infraestructura y el conocimiento. Con el fin de que la empresa preste el servicio sin inconvenientes, se realizará todas las gestiones necesarias para obtener el RUC como persona natural que permita ejercer la actividad económica relacionada a la prestación de un servicio en turismo, que en este caso de Agroturismo.

Para ello se deben seguir cumplir los siguientes requisitos:

Personas Naturales

- Presentar el original y entregar copia de la cédula de identidad. Fotocopia de la última papeleta de votación.
- Fotocopia de un documento que certifique la dirección del local donde se desarrolla su actividad: planilla de servicio eléctrico, consumo telefónico, o consumo de agua potable de uno de los tres últimos meses anteriores a la fecha de realización del trámite, pago del Servicio de TV por cable, telefonía celular o estados de cuenta a nombre del contribuyente de uno de los últimos tres meses anteriores a la fecha de inscripción.
- Comprobante del pago del impuesto predial del año actual o del año inmediatamente anterior.
- Copia del contrato de arrendamiento legalizado o con el sello del juzgado de inquilinato vigente a la fecha de inscripción.
- Si el contribuyente no tuviese ninguno de los documentos anteriores a nombre de él, se presentará como última instancia una carta de cesión gratuita del uso del bien inmueble, adjuntando copia de la cédula del cedente y el documento que certifique la ubicación.

Con la finalidad de cumplir con las leyes y reglamentos vigentes se cumplirá con todas las obligaciones para evitar problemas durante su funcionamiento:

- Declarar al SRI.
- Solicitar facturas a nombre de la empresa para declaración de los gastos de la misma.
- Pagar las aportaciones de los empleados al IESS mensualmente.

- Elaborar contratos de trabajo dando estricto cumplimiento las leyes y reglamentos vigentes
- Repartir el 15% de las utilidades entre todos los empleados.
- Legalizar la Escritura de Constitución de la empresa.
- Cumplir con obligaciones en la Superintendencia de Compañías.
- Legalizar el nombramiento del representante legal en el Registro Mercantil.

En cuanto a los aspectos de legislación la empresa cumplirá con todas las obligaciones de ley para evitar problemas durante su funcionamiento, tomando en cuenta las reformas que nuestros legisladores indican, por ejemplo:

- Permiso de funcionamiento.
- Declarar mensualmente al SRI.
- Solicitar facturas a nombre de la empresa para declaración de los gastos.
- Pagar sueldos a empleados.
- Pagar las aportaciones de los empleados al IESS mensualmente.
- Elaborar contratos de trabajo dando estricto cumplimiento las leyes y reglamentos vigentes.

Para cumplir con todo la parte legal se tomará en cuenta toda la información que provee el Ministerio de Turismo en lo que respecta a la construcción y adecuación de edificaciones destinadas al funcionamiento de actividades turísticas y el instructivo para categorizar establecimientos turísticos.

Además se tomará en cuenta lo señalado en el Reglamento General de Actividades Turísticas vigente y sobre todo las leyes especiales para obtener patentes turísticas en las Islas Galápagos. (Anexos # 9-10-11)

c.3 Plan de Manejo Ambiental

El Plan de Manejo Ambiental es un instrumento de gestión destinado a proveer de una guía de programas, procedimientos, medidas, prácticas y acciones, orientados a prevenir, eliminar, minimizar o controlar aquellos impactos ambientales o sociales negativos determinados como significativos. De igual forma, el Plan de Manejo Ambiental busca maximizar aquellos aspectos identificados como positivos durante la evaluación de proyecto. (Estudio impacto ambiental Expost)

El Plan de Manejo Ambiental para el componente biótico del proyecto Construcción la finca en Isabela, deberá ser entendido como una herramienta dinámica, y por lo tanto variable en el tiempo, la cual deberá ser actualizada y mejorada en la medida en que la operación de las infraestructuras la finca lo amerite.

Esto implica que el promotor del proyecto, primero durante la construcción y posteriormente en la operación del mismo deberá mantener un compromiso hacia el mejoramiento continuo de los aspectos biológicos sobre los cuales fueron identificados impactos en la sección correspondiente a la identificación de impactos potenciales del proyecto.

De esta forma el Plan de Manejo Ambiental, dotará a los administradores del proyecto de una herramienta de trabajo que se basa

en un plan que permitirá la implementación de todas las medidas de mitigación y remediación durante las fases de construcción y operación.

Las medidas orientadas a la etapa de construcción de la infraestructura necesaria para el proyecto, están relacionadas directamente con el control de emisiones de polvos, ruido y vibración, además del manejo apropiado de las especies introducidas presentes en el área de implantación de la finca.

c.3.1 Programa De Manejo De Flora

Flora Nativa y endémica

Los trabajos que se realicen durante la etapa de construcción podrían generar algunos impactos negativos de baja magnitud sobre los remanentes de flora existentes en el área del proyecto y su zona de influencia.

Se recomienda que las semillas de estas especies sean recogidas para posteriormente germinarlas en un vivero de propiedad del Parque Nacional Galápagos, lo cual permitirá mantener un programa de reforestación contribuyendo de esta manera a la repoblación del área con estas especies que originalmente la cubrieron antes de la llegada e intervención del ser humano. Evidentemente los detalles tanto para la germinación de las plantas como para la operación del vivero escapan del alcance del presente trabajo.

Flora Introducida

Las especies introducidas representan uno de los más graves problemas de conservación en el Parque Nacional Galápagos, en el caso

de las plantas su número se ha ido incrementando en forma directamente proporcional con el incremento de la población humana en las islas.

Es conocido que cuando una especie se ha convertido en plaga, los métodos de control deben ser optimizados con el propósito de emplear pocos recursos y se logró controlar la plaga en la mayor superficie posible. Además, se debe causar el menor impacto posible sobre la flora y fauna asociadas con las especies exóticas.

Bajo estas consideraciones los métodos más adecuados para el control de plantas introducidas en Galápagos son el control manual y el químico con herbicidas de baja toxicidad.

Aplicando este principio al área de implantación de la finca, se recomienda realizar la eliminación de la totalidad de las especies de plantas introducidas no cultivadas, particularmente pasto elefante (*Pennisetum purpureum*), guayaba (*Psidium guajava*) sauco (*Cestrum auriculatum*), mora (*rubus ulmifolius*) y cedrela (*Cedrela odorata*), para lo cual se deberá utilizar una combinación de los dos métodos mencionados, de forma que por un lado se incremente la efectividad en la eliminación de las plantas introducidas no cultivadas y por otro se asegure de no afectar los pocos árboles remanentes en la propiedad ni tampoco a la vegetación adyacente, especialmente en las áreas del Parque Nacional Galápagos.

Para asegurar que el trabajo sea sobre las especies objetivo, se deberá contar con el asesoramiento de un técnico con sólidos conocimientos de la flora nativa, endémica e introducida para asegurarse de eliminar únicamente las especies no deseadas; además dicho técnico deberá capacitar al personal de planta en la identificación de especies tanto para su eliminación en el caso de las introducidas no deseadas

como para la conservación de las especies nativas y endémicas seleccionadas para el programa de restauración.

c.3.2 Programa De Manejo De Fauna

Fauna Nativa y Endémica

Los trabajos preliminares, limpieza y nivelación del terreno seguramente ahuyentarán a las aves e invertebrados quienes buscarán refugio en otros lugares, lo cual puede alterar actividades de cortejo, territorialidad y eventualmente podrían destruirse nidos, madrigueras u otros elementos del ciclo normal de vida de animales en el sitio del proyecto.

En este sentido se recomienda capacitar al personal que intervenga tanto durante la construcción de la obra como durante la operación, para evitar totalmente las acciones que persigan, capturen, ahuyenten o maten especies de la fauna nativa del lugar.

En el caso específico de las aves, se deberá evitar la interacción con los alimentos disponibles durante la operación la finca, pues las especies de avifauna galapagueña, particularmente los pinzones son especies fácilmente adaptables y al ofrecerles alimentos podría crear dependencia de estos y perder su capacidad de obtener el alimento por sus propios medios.

Igualmente se deberá asegurar que tanto el tratamiento de desechos sólidos, principalmente orgánicos como de las aguas servidas, se lo haga de forma que no sea al aire libre evitando así el contacto de las aves e insectos con estos desechos, esto por un lado evita la proliferación

de especies no deseadas como las ratas y moscas y por otro la dispersión de semillas de especies introducidas a áreas del PNG.

Considerando que por la noche se observó murciélagos y que se conoce que estos son atraídos por las luces artificiales, debido a que estas acumulan insectos en torno a ellas, se recomienda reducir al máximo la cantidad de luces externas y de ser posible para iluminar los exteriores y sus respectivos accesos, utilizar lámparas solares cuya luz es tenue y suficiente como para caminar con facilidad.

Pues en caso de mantener una excesiva cantidad de iluminación artificial podría cambiar los hábitos alimenticios de los murciélagos, debido a la concentración de insectos en torno a ellas, lo cual podría restringir la dieta de estos quirópteros a unas pocas especies.

Por otra parte, tanto durante la construcción como durante la operación se deberá instruir tanto al personal como a los huéspedes del hotel en el sentido que no deben alimentar a la fauna presente en el lugar para evitar cambios en su dieta y comportamiento, pues esto podría afectar gravemente a su supervivencia.

c.3.3 Plan De Monitoreo Y Seguimiento Ambiental

El presente plan ha sido propuesto con la finalidad de realizar el seguimiento y control de la aplicación oportuna y adecuada de las medidas propuestas en el plan de manejo ambiental para la construcción y operación la finca en lo referente al componente biótico.

El responsable del monitoreo de las medidas planteadas en el plan de manejo ambiental tanto durante la fase constructiva como la operativa, será el promotor del proyecto.

Durante la construcción periódicamente se deberá verificar el estado de intervención de flora y fauna en la zona de influencia del proyecto a fin de poder determinar correctivos que minimicen los potenciales impactos sobre la biota nativa y endémica del Parque Nacional Galápagos.

Para esto se deberá aplicar listas de chequeo en base a la información registrada en la línea base ambiental.

Durante la operación en cambio el énfasis deberá recaer en los programas de eliminación de plantas introducidas y de reforestación de especies nativas y endémicas, tanto arbóreas como arbustivas y herbáceas.

La OMT ha propuesto indicadores medio ambientales que podrían aplicarse a modo de advertencia en áreas conflictivas para poder tomar a tiempo la acción que corresponda:

- Indicadores básicos de turismo sostenible concebidos por el grupo de trabajo internacional para su aplicación general a todos los destinos.
- Indicadores específicos de destinos para ecosistemas que se aplican a destinos como zonas costeras o parques naturales y para tipos de turismo concretos, que se elaboran para un sitio particular.

Para solucionar los problemas medioambientales que surgen en algunos destinos turísticos hay que tomar en cuenta al turismo en relación con el consumidor ya que considera las cuestiones medio ambientales al comprar, un paisaje conservado influye positivamente en la satisfacción, la sensibilidad sobre el entorno se acentúa en el lugar de vacaciones, exigiendo una alta calidad al medio, necesidad de que el turista tenga una conducta responsable.

c.3.4 Impactos Ambientales

Aspectos positivos:

- El turismo puede ser el estímulo necesario para adoptar medidas de mejora y conservación ambientales. En muchos lugares la administración pública ha introducido medidas de planificación turística, que suelen llegar demasiado tarde.
- También la actividad turística puede convencer a la población local para que proteja su entorno y cree zonas de especial protección, como parques naturales.
- Sensibilización de la población local

Aspectos negativos:

- Cambios que provoquen una transformación irreversible del entorno, como por ejemplo el crecimiento urbano excesivo, no integrado en el paisaje, rompiendo el equilibrio biológico de la zona.
- Regresión del espacio natural, creando espacios artificiales: vías de comunicación, zonas industriales, de ocio, residencias secundarias, reemplazando la vegetación autóctona por plantas exóticas, etc.

- Generación de residuos que provoquen problemas de depuración de aguas residuales y recogida de basura, creación vertidos incontrolados, etc.
- Erosión y degradación del entorno a causa de las actividades turísticas, de las playas, caminos polución, agotamiento de los acuíferos, deterioro del hábitat de flora y fauna, etc.

Poder controlar los posibles impactos que puede causar un turismo no planificado requiere de medidas administrativas bien fundamentadas y aplicadas, resultado de una cohesión y voluntad política por cada uno de los actores que intervienen en el desarrollo del turismo, cabe recalcar que la actividad turística utiliza recursos naturales y los transforma, o sea, los usa, consume e impacta sobre ellos.

c.3.2 Impacto Social

Con la puesta en marcha de este proyecto se tiene la expectativa de generar nuevas fuentes de trabajo directo, en apoyo a la economía de sus propios hogares y además la oportunidad que le brindará la empresa para seguir creciendo en el plano personal ya que tendrán el conocimiento de la cultural organizacional de un negocio.

De tipo económico:

- Además de aumentar las divisas de los países receptores, el turismo potencia la creación y modernización de infraestructuras básicas para el desarrollo turístico y comercial, lo que favorece también el desarrollo de otro tipo de industrias relacionadas con él.

- Genera la creación de puestos de trabajo vinculados directa o indirectamente con él.
- Favorece el desarrollo de la artesanía y el folclore popular.
- Revaloriza los terrenos en los que se desarrolla y da vida a las zonas turísticas.

No se puede negar que el turismo favorece la modernización de las estructuras del Estado, pero no en todos los sitios por igual, por lo que se termina primando el desarrollo de unas zonas en detrimento de otras, a veces por intereses particulares y corruptos.

Requiere constantes inversiones a fin de mantener su atractivo y poder luchar contra la competencia de lugares mejor equipados por ser más nuevos, ofrecer mejores servicios o diversiones o simplemente estar mejor comunicados.

Es cierto que el turismo genera empleo, pero no es fijo sino temporal e inestable, sujeto a numerosas variantes que pueden hacer que desaparezca ocasional o totalmente por los más variados motivos.

Al percibirse el turismo como una actividad rentable, los nativos, deslumbrados por la 'riqueza' que genera, cambian la actividad y forma de vida de la zona de manera radical, haciéndola girar en torno a él, sin preocuparse por diversificar la industria o producción y evitar los riesgos que conlleva lo que, a medio o largo plazo, no es positivo ni conveniente.

Como los gustos de los turistas no siempre coinciden con los de las zonas en las que se alojan, es posible que no consuman los productos típicos del lugar. Así, las grandes cadenas hoteleras, que monopolizan todo, importan los de los países de origen y además imponen sus precios, con lo que los beneficios no repercuten en la zona local.

Puede verse afectado fácilmente por elementos exteriores a él que condicionan su normal desarrollo como la inestabilidad política, las epidemias o pestes, las catástrofes naturales, las amenazas terroristas o el propio gusto cambiante de los turistas que pueden preferir sitios diferentes y exóticos para variar su ocio.

Planes estratégicos de reducción de la pobreza.

Políticas, normas y estrategias claras son la base para un desarrollo del turismo sostenible, reducción de la pobreza a gran escala, protección de recursos naturales y medios de vida y promoción del desarrollo económico. Asimismo, ayudan a mantener la cohesión social y las identidades de las comunidades locales.

Los gobiernos juegan un rol mayor en el establecimiento de estrategias de desarrollo, programas, políticas y requisitos legales relacionados con la seguridad, protección y saneamiento, condiciones de trabajo, infraestructura, educación y formación:

- Evaluar y controlar el impacto ambiental de los grandes desarrollos turísticos.
- Instar a las cadenas de suministro del sector a buscar fuentes locales y reducir el uso de artículos importados.

- Promover la propiedad local facilitando el acceso a la financiación a través de créditos y facilidades en la obtención de préstamos para los pobres, garantizando ingresos justos sobre los recursos que administran las comunidades.
- Apoyar el empleo local por medio del desarrollo de programas de difusión sobre empleo que ayuden a educar y a informar a las poblaciones locales acerca de las perspectivas de empleo en el sector de HRT e industrias conexas.
- Fortalecer la colaboración y la comunicación entre la industria del turismo y las comunidades locales con el fin de facilitar la provisión de alimentos, bienes, servicios o infraestructura por parte de las comunidades y ayudarlas a comprender mejor las necesidades del sector.
- Tratar los déficits de trabajo actuales, en particular en lo que atañe a malas condiciones en el lugar de trabajo y la eliminación del trabajo infantil.

Ampliar las alianzas público-privadas sectoriales e intersectoriales para un turismo sostenible y a favor de los pobres entre las organizaciones internacionales, gubernamentales, no-gubernamentales y del sector privado cuyo objetivo común es la reducción de la pobreza a través del turismo.

El sector prospera en un ambiente en el cual las relaciones entre trabajadores y directivos /diálogo social, las condiciones de trabajo decente son esenciales para proveer un servicio de calidad y un turismo sostenible. Sin embargo, a menudo las condiciones de trabajo se caracterizan por ser antisociales e irregulares, incluyendo largas horas de trabajo, contratos de trabajo ocasionales, temporales, estacionales y a tiempo parcial, lo cual se relaciona con inseguridad, salarios comparativamente bajos, inestabilidad laboral, reducidas oportunidades

de desarrollo profesional, elevado nivel de empleo en régimen de subcontratación y de internacionalización, así como altos índices de rotación.

Aunque el sector puede ser un motor de desarrollo social y reducción de la pobreza, y puede expandir los ingresos locales gracias a su elevado potencial para la creación de empleo local, sus empresas a menudo se abastecen a través de proveedores extranjeros en vez de buscar vínculos de provisión local.

4. Justificación

El Ecuador, país reconocido por su posición única en el mundo, está ubicado en el noreste de América del Sur y que gracias a la conocida línea equinoccial o ecuador su territorio se encuentra dividido entre los dos hemisferios. Permitiendo de esta manera la creación de sus cuatro regiones naturales: Costa, Sierra, Oriente y Región Insular o Galápagos.

Este país cuenta con una gran diversidad tanto natural, cultural y gastronómica, y puede ser considerado uno de los más ricos del planeta gracias a sus recursos naturales. El Ecuador no sólo es rico en naturaleza, también lo es por su gente. Su población total se divide en catorce diferentes culturas indígenas las cuales poseen propias costumbres, idiomas y tradiciones múltiples que los caracterizan, convirtiéndose así en un lugar idóneo para todo tipo de turismo, ya que puede satisfacer hasta la persona más exigente. (Ecuador.us, S.F, p.2)

Es un destino fascinante, con recursos naturales, tradiciones vivas, patrimonio cultural, riqueza étnica y biológica; todo junto en un espacio relativamente pequeño en donde múltiples regiones con

características muy distintas en cuanto a altitud, temperatura, humedad, lo que ha dado lugar a ecosistemas igualmente variados. Todo ello hace del Ecuador uno de los países mega diversos del planeta; en su territorio habitan innumerables formas de vida lo que lo convierte en un centro mundial de interés en biodiversidad. Debido a todas éstas características queremos que nuestro país forme parte de uno de los destinos preferidos por turistas internacionales.

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

El turismo en Ecuador.- según Joan Mesquida Secretario de Turismo y Comercio Interior de España (2011) "Ecuador tiene una magnífica imagen en Europa, como un país que está dando pasos firmes para ser líder en el desarrollo sostenible del turismo en el mundo". (elciudadano.gob.ec, S.F)

Según Freddy Ehlers, Ministro de Turismo del Ecuador (2011), "Ecuador ha tomado la decisión de hacer del turismo la actividad fundamental de la economía nacional, cuyo desarrollo se sustente en el buen vivir de los ecuatorianos y de quienes nos visiten. Llegar al Ecuador es un encuentro con la vida, donde en un pequeño territorio se concentra una gran cantidad de flora, fauna, cultura, volcanes, etnias vivas, la calidez de su gente y una exquisita gastronomía", cuando presento una

síntesis del gran potencial turístico del país, comentario realizado durante el evento FITUR (Feria Internacional de Turismo en España) en donde además el video Ecuador ama la vida, fue galardonado como "Sol de Oro". (elciudadano.gob.ec, S.F)

Haciendo un resumen Ecuador es un país mega diverso en muchos aspectos, según el Ministerio de Turismo del Ecuador existen infinitas razones que hacen que este país sea uno de los más visitados en América del Sur, a continuación se detalla las más relevantes:

- Cuatro regiones en un mismo país: Islas Galápagos, La costa del Pacífico, la cordillera de Los Andes y la Selva Tropical Amazónica.
- Para las personas que aman la naturaleza: Ecuador es uno de los 17 países en el mundo clasificados como "mega diversos" por la UNESCO, con una variedad de aves, mamíferos y orquídeas.
- Diversidad Étnica multicultural: hogar de 17 grupos indígenas distintos, así como de 27 grupos étnicos, muchos de los cuales conservan su lenguaje, sus tradiciones, y vestimenta notablemente.
- Diversidad de aves con 1,640 especies de aves, 132 especies de colibríes.
- Geografía e historia: fincas, haciendas históricas, museos etnográficos, galerías de arte, y el monumento a la Mitad del Mundo colocando al Ecuador en uno de los países con más reseña histórica.
- Las Islas Galápagos: reconocidas en el año de 1978 como Patrimonio de la Humanidad de la UNESCO, el cual cuenta cientos de especies endémicas y paisajes inigualables.

- La región Amazónica: gran cantidad de flora y fauna. Treinta por ciento de la cuenca de la selva amazónica ecuatoriana está formada por parques naturales y reservas naturales.
- Patrimonio Cultural: 2 de las principales ciudades Cuenca y Quito, han sido declaradas como Patrimonio de la Humanidad por la UNESCO, y ofrecen una variedad de actividades para visitantes, incluyendo museos, iglesias, edificios patrimoniales, galerías de arte, tiendas de antigüedades, elegantes restaurantes y cafeterías.
- Clima de primavera constante: Ecuador goza de condiciones climática únicas por su condición situacional permitiendo así la flora y la fauna.
- Fácil acceso: Ecuador no solicita visa para la entrada de extranjeros a nuestro país por lo cual, permite que sea uno de los países con más ventaja turística.

El archipiélago de Galápagos está situado a ambos lados de la línea equinoccial a aproximadamente 970 Km. (600 millas) al oeste del Ecuador continental. La hora local es -6 GMT. La población total de las islas es de 25.124 habitantes. Está formado por trece islas mayores, seis islas menores, 42 islotes y muchas rocas, que cubren en total una superficie de 7,850 km².

La isla más grande es Isabela, con una superficie de 4,590 km², que también tiene el punto más alto del archipiélago, el Volcán Wolf, con 1,690 metros snm. El 97% de la superficie total de las islas es parte del Parque Nacional Galápagos, el resto corresponde a las áreas habitadas y de cultivos de las islas Santa Cruz, San Cristóbal, Isabela y Floreana, además de la isla Baltra, ocupada en su totalidad por las Fuerzas Armadas del Ecuador.



Figura # 9: Localización gráfica de las Islas Galápagos

Las Galápagos son también una provincia del Ecuador, cuya capital es Puerto Baquerizo Moreno, en la isla San Cristóbal. Puerto Ayora, en la Isla Santa Cruz que es la ciudad con mayor movimiento turístico.

Si llega a San Cristóbal, puede contratar el servicio de avioneta Emetebe y llegar a Isabela en 45 minutos. Si desea viajar por lancha, tendrá que salir de esa isla a las 6 de la mañana rumbo a Santa Cruz. Llega aproximadamente a las 8:30 de la mañana y a las dos de la tarde zarpar desde Puerto Ayora (Santa Cruz), rumbo a Isabela. Llega a la isla aproximadamente a las 4:30 de la tarde. Todos los tickets, tanto aéreos o de navegación marítima debe adquirirlos con anterioridad.

Si llega a Baltra, usted deberá trasladarse en bus, primero al Canal de Itabaca, luego cruzar éste en barcaza, y al otro lado nuevamente contratar otro bus o camionetas-taxi. Estas lo dejarán directamente en el muelle Salvavidas que es de donde salen las fibras para Isabela. Si va a entrar a Galápagos por Baltra, es mejor que usted viaje en el primer vuelo sea de Tame, LAN o de Aerogal.



Figura # 10: Logos Aerolíneas

La Isla Isabela corresponde a la isla más grande del archipiélago, con 4.588 Km², ocupando alrededor del 58% de la zona terrestre de Galápagos. Cuenta con 2.256 habitantes. Su capital cantonal es Puerto Villamil, un pequeño pueblo con calles de arena. En la actualidad, el turismo y la pesca son las actividades principales.

Isabela es una isla con un enorme potencial turístico, entre sus atractivos más destacados se encuentra el sitio de visita "Las Tintoreras", justo en frente de Puerto Villamil; el volcán Sierra Negra, cuya caldera es la segunda más grande del planeta, ubicada a 1.200 msnm; el Centro de Crianza de Tortugas Gigantes del Parque Nacional Galápagos; el "Muro de las lágrimas", vestigios de una antigua colonia penal; y los humedales, pertenecientes a la convención Ramsar y considerados como uno de los más extensos del mundo.

"Se puede decir que el turismo se inició en Isabela recién en la década de los noventa. Su población, antes de esa fecha, estaba

ocupada más bien en labores pesqueras y agropecuarias” (Proaño y Epler, 2007).

En la actualidad, a través de la gestión del municipio local, se está trabajando en la habilitación de la nueva pista aérea de Isabela, con el objeto de recibir vuelos comerciales. De hecho, ya se realizan vuelos a través del avión logístico de la Fuerza Aérea Ecuatoriana dos veces por mes. Sin duda que la habilitación del aeropuerto con vuelos comerciales de aerolíneas será un hito gatillador del turismo en esta isla.

Se destaca finalmente que los atractivos turísticos cercanos a Puerto Villamil, se encuentran muy bien señalizados, lo cual es muy importante desde el punto de vista de la imagen turística del territorio.

Mapa Isla Isabela



a. Descripción de la Parroquia Santo Tomás De Berlanga

Reseña Histórica

Según datos tomados de la Asociación de Turismo de Isabela – Galápagos, Isabela fue colonizada por Antonio Gil en 1879, quien se estableció con su familia y otras personas para emprender una nueva vida en esta isla deshabitada. Ellos trajeron sus animales y se dedicaron al cultivo de la tierra. La hacienda se llamaba Santo Tomás, siendo las principales actividades la indiscriminada explotación de tortugas, la ganadería, la extracción de azufre y una incipiente agricultura. Se cuenta que el camino desde Villamil hasta Santo Tomas estaba “adornado” por miles de caparazones. La hacienda duro hasta 1920.

La isla y particularmente la parroquia es muy rica en historias y leyendas, especialmente aquellas originadas en la época de la colonia penal y en aquella época en las que se constituían días de fiesta en la playa, la llegada de barcos con víveres industrializados desde el continente cada cierto periodo de meses.

En 1957 fue instalado el segundo campamento de la colonia penal, después de haber sido abandonado el de la “Orchilla” en el sector conocido como Santo Tomás, dejado por los herederos del señor Antonio Gil que estaba situado a tres kilómetros al norte del barrio la Esperanza.

En 1959 se abolió la colonia penal. En ese mismo año se crea el Parque Nacional Galápagos y la Estación Científica Charles Darwin.

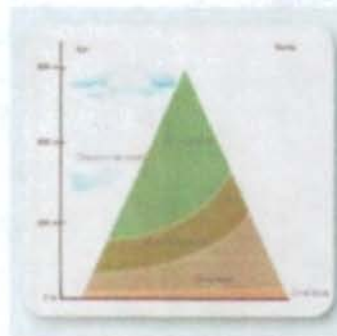
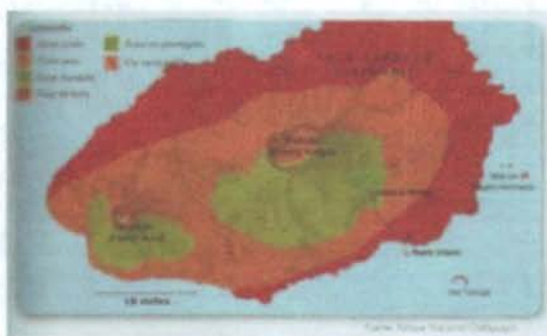
Poco a poco fueron llegando más personas del Ecuador continental, principalmente en los años 70, quienes en su mayoría se radicaron en la zona agropecuaria en la parte alta de la isla, en la cual se asienta la Parroquia Santo Tomás de Berlanga.

b. Caracterización Física

Las formaciones vegetales de la parroquia corresponden al bosque húmedo subtropical. A diferencia de las generalidades del suelo de las islas en esta zona rural y húmeda, los suelos son más profundos y de textura franco arcillosa, donde se aprovechan para cultivos de ciclo corto, frutales, forestación y pastizales, cuyos productos lo emplean básicamente para la alimentación de los colonos.

c. Clima

La isla está compuesta por la zona litoral, árida, de transición y húmeda. En la zona húmeda (200-500 msnm) se mantiene la humedad durante la época de sequía gracias a neblinas y garuas espesas que se acumulan durante toda la noche y persisten en el día.



Figuras # 11: zonas climáticas Sto. Tomás de Berlanga

Existe en la zona rural de la parroquia de Santo Tomas de Berlanga, en Isabela, que tiene un gran potencial para desarrollar el agroturismo, modalidad aun no explotada en su totalidad en las islas, y que brinda ingresos alternos generados por la actividad agrícola que se da en la zona.

Se cuenta con una finca la cual se adecuará para ofrecer alojamiento y alimentación brindando al visitante una estancia tranquila con una atención familiar y en contacto directo con el mundo rural y natural.

Dentro de los extensos terrenos de la finca se ofrecerán experiencias que incluyen alimentación de los animales, recolección de vegetales y frutas, ordeño de vacas, la elaboración artesanal de deliciosos quesos y de productos derivados de la caña, siembra de árboles nativos de la isla en una zona que se desea reforestar y se brindará información histórica de la población de la isla en un pequeño centro de interpretación.

Además cuenta con maravillosos paisajes y lugares turísticos para visitar, excelentes puntos desde donde se puede observar la diversidad de flora que posee la parte alta de la isla.

Con lo descrito anteriormente se desea proceder a la reactivación del sector agrícola, en vista de que las fincas han sido abandonadas por sus propietarios, y además fomentar el turismo rural y sus diferentes modalidades y ofrecer una nueva alternativa a la gran demanda de turistas que ingresan a las islas.

5. Fundamentación y/o enfoques teórico-metodológicos del proyecto

Para realizar este proyecto se hará un estudio que permita ver la realidad actual de la población, sus limitaciones y obtener soluciones y conclusiones que conduzcan a la mejora de la realidad existente.

Por lo planteado anteriormente, se decidió utilizar el método de investigación – acción, que viene a ser un método alternativo de la investigación participativa, cuya importancia es establecer un vínculo entre teoría y la práctica.

Este método es de modo cualitativo, puesto que no se trabajará con técnicas, numerología ni cuadros estadísticos, más bien es un análisis de actitudes de las personas y del medio para optimizar, afinar, la relación entre investigadores e investigados.

El método permitirá indagar, a partir de las actividades comunitarias para así determinar las intenciones, perspectivas de la población rural, para organizar actividades compartidas entre sus miembros.

El método indicado permitirá también disponer de las herramientas necesarias para lograr en un plazo mediano el incremento en el arribo o llegada de visitantes a esta isla, principalmente en nuestra empresa con la actividad turística propuesta.

Los instrumentos de trabajo a usar en la investigación – acción serán: observación, entrevistas, opiniones, realidades, encuestas y recolección de datos demográficos.

El método de investigación – acción permite tener una visión de transformación y cambio para la problemática de la localidad, optimizando los recursos y concientizando a sus pobladores, para que valoren la experiencia diaria y despierte una conciencia ecológica.

a. Marco referencial

El agroturismo actualmente es una modalidad del turismo rural aun no muy explotada y por consiguiente ignorada, sin embargo en países europeos, como España, se encuentra muy desarrollada.

Se tiene como referencia el proyecto de "Formación de una Red de Agroturismo en las provincias de Guayas y Los Ríos", liderada por la Subsecretaría de Turismo del Litoral y ejecutada por la consultora ambiental SAMBITO S.A. Soluciones Ambientales Totales; cuyo objetivo consiste en generar una oferta turística sostenible, cuya base temática utilice el recurso agropecuario de Guayas y Los Ríos, para crear productos turísticos con valor agregado e incorporarlos en la actividad turística mediante un proceso participativo fortaleciendo el encadenamiento productivo y fomentando la asociatividad, en el que se destaca todos los sectores y sitios específicos donde se puede realizar esta actividad y los beneficios que se obtendrá una vez implementado.

Dentro de ese marco de referencia, se manifiesta que el agroturismo es una actividad que muestra con claridad la

multidimensionalidad del desarrollo con enfoque territorial ya que tiene un papel en la dimensión económica, al generar empleo, ingresos y desarrollar mercados de servicios conexos; en la dimensión social, en lo que tiene que ver con el desarrollo artístico, la recreación, valorización y preservación de herencias culturales; en la dimensión ambiental, pues algunas actividades turísticas se fundamentan en la administración y gestión de recursos naturales, en el manejo equilibrado de ecosistemas y en la preservación de la diversidad biológica y en la dimensión político - institucional, si en su planificación, ejecución y control, se dan procesos democráticos de toma de decisiones y se fortalece la capacidad de autoadministración de las comunidades locales.

Agroturismo Eco-Amigable es uno de los proyectos coordinado por CRACYP, (Corporación Red Arborizadora Campo y Progreso) que es una ONG de reforestación local y que trabaja con más de 200 comunidades rurales de las estribaciones occidentales de los Andes, específicamente en las provincias de Bolívar, Cotopaxi y los Ríos. La propuesta es hospedar a un turista con una familia de la localidad. Esta forma de eco-turismo está mejorando la calidad de vida en las comunidades de la zona. Compensan con precio justo a las familias en cuyas fincas se hospedan y también a la gente local quienes aportan con servicios de transporte, caballos, comidas y guianza.

Los proyectos "Progreso Verde" de CRACYP es una organización sin fines de lucro, la mayoría de los proyectos funcionan con fondos de proyectos de desarrollo del Estado ecuatoriano a través de acuerdos con el Banco Mundial y el Banco Interamericano de Desarrollo. Capacitan a las familias en técnicas para agricultura sostenible y tecnología apropiada para dar valor agregado a sus cosechas a través de procesos locales en lugar de vender las cosechas como materia prima. Proporcionamos apoyo continuo y ayudamos con el proceso de reforestación. De esta

manera las comunidades mejoran su calidad de vida y conservan el ambiente del cual depende su futuro.

Así mismo recientemente Machala, Ecuador, se lanzó el Proyecto "Articulación social y productiva por medio del agroturismo en territorios rurales de la Región Andina" promovido por el Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura (IICA) en alianza con el Instituto Ítalo-Americano (IILA), en donde participan la Provincia de Huaura (Perú), el Departamento del Huila (Colombia), la Provincia de El Oro (Ecuador), el Valle Alto de Cochabamba (Bolivia), tiene por objetivo "Promover el agroturismo como oportunidad de diversificación de ingresos en comunidades rurales de los países andinos, con especial énfasis en mujeres y jóvenes".

En efecto, para alcanzar su objetivo, la estrategia general del proyecto busca valorizar con fines turísticos, la oferta de productos agropecuarios, agroindustriales, artesanales y gastronómicos, con identidad territorial (PIT); es decir, aquellos elaborados con base en una tradición y reputación relacionada con la biodiversidad, la cultura y/o el saber hacer propio del medio en que se producen, haciéndolos únicos en el territorio al cual, por lo general, se asocia su denominación.

Así mismo, se prevé la articulación de esta oferta con otros atractivos de carácter natural, social, histórico y cultural, alrededor de los cuales ya se viene generando un significativo flujo de turistas hacia los territorios priorizados por su significativa presencia de PITs; todo lo cual supone el aprovechamiento de ventajas y la superación de limitantes, sobre las cuales el proyecto focalizará su intervención por medio de acciones de incidencia en políticas, fortalecimiento institucional y desarrollo de capacidades.

b. Marco Teórico

Según Lane (2004), señala que desde hace algunos años las áreas agrícolas tradicionales sufren una declinación a causa de la industrialización y del urbanismo y el crecimiento del sector terciario concentra la actividad económica en las ciudades.

Sin embargo, la tensión que ocasiona la vida urbana está causando lo que en ciertos países llaman "tendencia contra urbana" y la gente sale temporalmente, y algunos permanentemente, hacia las áreas rurales. Estos son los turistas y fácilmente convertibles en turistas ecológicos.

Según la Organización Mundial del Turismo (2001), se entiende por turismo rural aquella forma de turismo en la que la cultura rural es un componente esencial del producto ofrecido.

Según se recoge en el Plan de excelencia y liderazgo del sector turístico de canarias, "la característica distintiva de los productos de turismo rural es el deseo de ofrecer a los visitantes la posibilidad de experimentar el entorno físico y humano del medio rural, y en la medida de lo posible, permitirles participar en las actividades, tradiciones y estilos de vida de los habitantes locales". (Consejería de Turismo & Transporte, 2003).

c. Marco Conceptual

Turismo rural: No existe una definición clara del término turismo rural por lo general estos alojamientos ofrecen al viajero un reencuentro con la naturaleza, favorecen la recuperación económica y social de las zonas rurales y contribuyen a la conservación y a la difusión de la cultura y gastronomía local.

Agroturismo: "Es un segmento dentro del Turismo Rural, se refiere a una actividad turística en explotaciones agrarias en activo que permite a los agricultores una diversificación de su actividad, así como un incremento del valor de su producción.", según la Organización Mundial de Turismo.

Ecoturismo: es un enfoque para las actividades turísticas en el cual se privilegia la preservación y la apreciación del medio que acoge a los visitantes.

Turismo de naturaleza: podría definirse como las actividades lúdicas o deportivas que se desarrollan al aire libre, en un medio natural sin degradar o deteriorar el entorno.

Eco agroturismo: ofrece al viajero todos los alicientes del agroturismo, dependiendo de los establecimientos añaden criterios de sostenibilidad como bioconstrucción, bioclimática, reciclaje de residuos, utilización de productos biodegradables, etc. Algunos establecimientos ofrecen actividades complementarias como cursos de agricultura y ganadería ecológica, salud natural, desarrollo personal.

d. Marco Legal

El presente proyecto se regirá bajo ciertos artículos citados en la Ley de régimen especial para la conservación y desarrollo sustentable de la provincia de Galápagos, la cual trata acerca de las actividades de los residentes temporales, es decir los trabajadores y de los turistas en general; del turismo y los principios de conservación de la naturaleza, de las operaciones, participación de la población en el negocio turístico, de la infraestructura turística y de las actividades agropecuarias.

6. Grupo objetivo al que se dirige el proyecto

Está dirigido a la población nacional y extranjera de nivel socio-económico medio- alto y alto que comprenda entre las edades de 25 a 65 años, sin distinción de sexo, con nivel cultural medio y alto que busque actividades diferentes mientras visita las Islas Galápagos.

a. Participantes directos

Los participantes directos son la población nacional o extranjera de clase media-alta y alta que estén interesados en reencontrarse con la naturaleza, con la vida rural y realizar actividades de la vida campestre como lo es la agricultura y la ganadería, compartiendo con vivencias, con la población, iniciando desde la siembra, cuidados y cosecha de frutas y hortalizas que servirán para preparar los alimentos, además de conocer acerca de la cría de ganado y sobre la conservación del ecosistema de la isla, contribuyendo así con el turismo sostenible de la isla proporcionado una nueva opción en este sector.

b. Participantes indirectos

Los participantes indirectos son la población nacional o extranjera de clase media-alta y alta que visitan las Islas Galápagos y que en su itinerario pueden incluir la visita a la finca para conocer sobre las actividades agropecuarias que se realizan y diferentes a lo rutinario como el turismo de playa o de bahía.

7. Objetivos de la propuesta

a. Objetivo General

Desarrollar e impulsar el agroturismo en la zona rural de Santo Tomás de Berlanga de la Isla Isabela, con la finalidad de proporcionar al visitante una actividad diferente que vaya más allá de sus expectativas aportando así con el desarrollo económico, sustentable y sostenible de sector turístico de las Galápagos.

b. Objetivos específicos

- Vincular al sector agrícola con el turístico mediante la actividad propuesta.
- Conseguir la redistribución del flujo turístico hacia la isla garantizando un servicio variado y de calidad.
- Determinar las causas por las cuales la población rural abandona sus tierras en lugar de emprender un negocio turístico.
- Identificar acciones que motiven a la comunidad a participar en las actividades agroturisticas organizadas.
- Ser pioneros con modalidad agroturística en el cantón Isabela.

- Involucrar de manera atractiva al visitante para que participe en el proceso de elaboración diversos productos, así como con la siembra y recolección de frutos.
- Ofrecer servicio de hospedaje y alimentación, paseos programados, actividades recreativas y transporte.
- Determinar la factibilidad y viabilidad del proyecto.
- Promover la visita a la finca y uso adecuado en este espacio natural.
- Diseñar un plan de marketing para el desarrollo turístico, económico y ambiental en beneficio la Finca Agroturística "Santa Bárbara"
- Establecer convenios de cooperación con el Ministerio de Turismo o con la empresa privada que permita difundir información referente a la finca.
- Posicionar a la empresa como una de las pioneras del sector turístico que brinda un aporte significativo al área del agroturismo en el Ecuador.

8. Indicadores de Resultados o Metas

Con la finalidad de medir el progreso y logros del proyecto se establecerán indicadores a los que les hará un seguimiento observando los resultados, lo que es necesario para evaluar dónde estamos y hacia dónde vamos tomando como base los objetivos y metas planteados.

a. Del objetivo general

- Total de visitantes de paso: semanal, mensual y anual.
- Total de visitantes hospedados: semanal, mensual y anual
- Total de ingresos obtenidos: diario, semanal, mensual y anual.
- Promedio de tiempo que permanecen en la finca.

b. De los objetivos específicos

- Promedio de actividades realizadas dentro de la finca, clasificadas por tipo.
- Total de visitas por edades, sexo y nacionalidad: mensual, trimestral y anual.
- Promedio de consumidores finales satisfechos mediante encuesta.
- Total de quejas recibidas en un mes.
- Total de accidentes registrados trimestral.
- Total de campañas publicitarias realizadas.
- Total de gastos por mejoramiento de infraestructura.
- Promedio de productos agrícolas que produce la finca: semestral y anual.
- Promedio de reconocimiento y aceptación en el mercado mediante encuesta.

9. Plan de Acción

Para tener una guía de las actividades diarias que se deben cumplir se establecerá estrategias que nos guiará al cumplimiento del objetivo de la empresa, para lo cual se tomará en cuenta el análisis FODA, se tendrá en cuenta tanto la situación externa, representada por el mercado y nuestros competidores; así como la situación interna, es decir, las debilidades y fortalezas de nuestra empresa en relación a nuestros competidores; de igual manera la identificación de las oportunidades y amenazas que presenta el entorno con la finalidad de aprovechar los aspectos positivos y minimizar los aspectos negativos haciéndolas interactuar.

a. Método de acción profesional

La buena administración del proyecto requiere planeación, programación y coordinación cuidadosa de todas las actividades de manera que se interrelacionen entre sí para ofrecer un buen servicio dentro de la finca, por lo que es necesaria la elaboración del cronograma de actividades que nos guiará en la implementación del mismo.

El método que se utilizará para la implementación del negocio será el PERT (Técnica de Evaluación y Revisión de Programas) que nos ayudará en la planeación, control y además determinar la probabilidad de cumplir con fechas establecidas. También nos permitirá identificar aquellas actividades que son más probables que se conviertan en cuellos de botella y por ende requieren de mayor atención y esfuerzo para no tener retrasos.

Primeramente se determinarán los objetivos estratégicos que nos permita tener una idea más clara de las actividades diarias que se deben cumplir, que determine las necesidades, cuando se debe hacer, quién debe hacerlas y que recursos o aportaciones se necesitan:

FO (Fortalezas – Oportunidades)

- Promocionar las bondades de la finca y el servicio que se ofrece.
- Realizar gestiones para obtener un préstamo bancario.
- Adecuar espacios para recreación de visitantes.
- Entablar contacto con el Ministerio de Turismo para fomentar al agroturismo.

FA (Fortalezas – Amenazas)

- Concienciar a los visitantes de las Galápagos sobre la importancia del agroturismo y su cuidado.
- Sustentar la importancia del agroturismo en la isla Isabela ante los entes gubernamentales de las Galápagos.

DO (Debilidades – Oportunidades)

- Entablar contacto con el Ministerio de Turismo para solicitar capacitación.
- Gestionar el mejoramiento de carreteras.
- Planificar campañas publicitarias en temporadas bajas.

DA (Debilidades – Amenazas)

- Implementar baño ecológico.
- Mantener contacto permanente con el Ministerio del Ambiente en lo relacionado a situación climática.
- Satisfacer necesidades del cliente.
- Ubicar al sector agropecuario como parte de itinerarios para visitantes.

b. Actividades de cada objetivo

No	OBJETIVO	ACTIVIDADES	RESPONSABLE
1	Promocionar las bondades de la finca y el servicio que se ofrece.	- Elaborar plan de marketing.	- Administrador - Auditor
2	Realizar gestiones para obtener un préstamo	- Realizar trámite para obtener préstamo	- Administrador

	bancario.	bancario con CFN	- Auditor
3	Ubicar al sector agropecuario como parte de itinerarios para visitantes.	- Establecer alianzas con promotoras, agencias y organizamos en general para ser tomados en cuenta dentro de itinerarios.	- Administrador
4	Adecuar espacios para recreación de visitantes.	- Adecuación de área para recepción, lobby, Centro de interpretación, tienda de souvenirs, canchas múltiples deportivas, sendero para caminatas, huerto orgánico.	- Administrador
5	Entablar contacto con el Ministerio de Turismo para fomentar al agroturismo.	- Solicitar entrevista con el Ministerio de Turismo.	- Administrador
6	Concienciar a los visitantes de las Galápagos sobre la importancia del agroturismo y su cuidado.	- Entregar boletines informativos sobre la importancia del Agroturismo a los visitantes y a los habitantes de la isla.	- Administrador - Guía
7	Sustentar la importancia del agroturismo en la isla Isabela ante los entes gubernamentales de las Galápagos.	- Entablar conversaciones con directivos del sector turístico de la isla y del país.	- Administrador

8	Entablar contacto con el Ministerio de Turismo para solicitar capacitación.	<ul style="list-style-type: none"> - Realizar oficios dirigidos al Ministerio de Turismo solicitando capacitación 	- Administrador
9	Gestionar el mejoramiento de carreteras.	<ul style="list-style-type: none"> - Realizar oficio dirigido al alcalde de la isla solicitando mejora de las vías. - Hacer seguimiento 	- Administrador
10	Planificar campañas publicitarias en temporadas bajas.	<ul style="list-style-type: none"> - Elaborar plan de marketing con actividades para temporadas bajas. - Prever ofertas o combos. 	- Administrador
11	Implementar baño ecológico.	<ul style="list-style-type: none"> - Adecuación de área específica para baño ecológico. 	- Administrador
12	Mantener contacto permanente con el Ministerio del Ambiente en lo relacionado a situación climática.	<ul style="list-style-type: none"> - Solicitar números telefónicos de la Dirección de Gestión de Riesgos y de las entidades adscritas. 	<ul style="list-style-type: none"> - Administrador - Recepcionista
13	Satisfacer necesidades del cliente.	<ul style="list-style-type: none"> - Hacer seguimiento al cumplimiento de requerimiento del cliente. 	- Administrador

10. Cronograma del proyecto

Para la construcción de las 6 cabañas se estima un plazo de 10 meses, este trabajo estará a cargo del arquitecto de la obra y sus respectivos ayudantes. El último mes está destinado para la decoración final. Las canchas serán de césped silvestre endémico de las islas el cual tomara un mes en crecer.

ACTIVIDAD	MES 1	MES 2	MES 3	MES 4	MES 5	MES 6	MES 7	MES 8	MES 9	MES 10
ESTRUCTURA										
CIMENTACION										
PAREDES										
VENTANAS										
PISOS										
INSTALACION										
CUBIERTA TECHO										
DECORACION										
CRECIMIENTO										

11. Presupuesto y financiamiento del proyecto

Con la finalidad de mantener el plan de promoción vigente es necesario tener ingresos económicos, para ello se buscará el financiamiento a la Corporación Financiera Nacional por un monto de \$150.000,00 a 5 años para realizar las adecuaciones necesarias e implementar las que falten, a fin de tener todo lo necesario para que el cliente se sienta confortable y satisfecho, adicionalmente se tiene previsto un presupuesto especial para publicidad durante todo el año especialmente en las temporadas bajas ya que se realizarán actividades de promoción especiales con el fin de obtener ingresos que nos permitan cubrir todo los gastos mensuales que este tipo de negocio requiere.

a. **Plan de acción presupuestado**

a.1. **Inversión en activos**

Para este proyecto se cuenta con un terreno extenso que actualmente está produciendo una gran variedad de frutas y hortalizas que se usan para la preparación de ciertos alimentos y además de un vehículo confortable para el traslado a diferentes puntos, por lo que no se incurrirá en gastos de terreno y vehículo, pero si en infraestructura y en los insumos que serán necesarios para atender a los clientes de una manera óptima.

Inversión Inicial

Infraestructura			
Cantidad	Descripción	V. Unitario	TOTAL
3	Construcción de cabañas dobles	20.000,00	60.000,00
3	Construcción de cabañas triples	30.000,00	90.000,00
1	Adecuación recepción y lobby	5.000,00	5.000,00
1	Adecuación del comedor	10.000,00	10.000,00
1	Adecuación zona de huertos y senderos	2.000,00	2.000,00
1	Adecuación zona agropecuaria	2.000,00	2.000,00
1	Adecuación de souvenirs	2.000,00	2.000,00
1	Construcción del centro de información	10.000,00	10.000,00
1	Construcción de canchas	5.000,00	5.000,00
6	Construcción baño ecológico	3.000,00	18.000,00
6	Cableado eléctrico	1.800,00	10.800,00
1	Manguera de agua	1.000,00	1.000,00
TOTAL			\$ 215.800,00

Bienes muebles			
Cantidad	Descripción	V. Unitario	TOTAL
1	Computadora	680,00	680,00
1	Impresora	60,00	60,00
1	Copiadora	1.200,00	1.200,00
TOTAL			\$ 1.940,00

Muebles y enseres			
Cantidad	Descripción	V. Unitario	TOTAL
15	Camas Queen 2 plazas	320,00	4.800,00
5	Juegos de muebles rústicos	1.200,00	6.000,00
15	Veladores	90,00	1.350,00
6	Armarios	150,00	900,00
15	Lámparas	40,00	600,00
6	Inodoros	120,00	720,00
6	Lavabos	60,00	360,00
6	Televisores Pantalla plana 21"	174,46	1.046,76
6	Teléfonos	15,00	90,00
6	Aires acondicionados	500,00	3.000,00
6	Basureros	11,00	66,00
6	Espejos	13,50	81,00
8	Extintores	20,00	160,00
15	Colchones Queen 2 plazas	120,00	1.800,00
30	Toallas de baño grandes	18,00	540,00
30	Toallas para manos	9,00	270,00
15	Almohadas	5,00	75,00
60	Fundas de almohadas	1,50	90,00
15	Cobertores 2 plazas	4,50	67,50
60	Sábanas 2 plazas	4,25	255,00
15	Edredones 2 plazas	32,25	483,75
TOTAL			\$ 36.367,85

COMEDOR			
Cantidad	Descripción	V. Unitario	TOTAL
1	Cocina industrial	1.800,00	1.800,00
2	Cilindro de gas	80,00	160,00
1	Bomba de agua	300,00	300,00
1	Lavavajillas y accesorios	300,00	300,00
1	Parrilla	700,00	700,00
1	Freidora	650,00	650,00
1	Licuadaora	400,00	400,00
1	Extractor de olores industrial	2.500,00	2.500,00
1	Congelador industrial	1.000,00	1.000,00
1	Refrigeradora	900,00	900,00
1	Caja registradora	500,00	500,00
2	Estantes	40,00	80,00
1	Mesa de trabajo para cocina	300,00	300,00
6	Mesas	80,00	480,00
15	Sillas	45,00	675,00
12	Manteles	6,00	72,00
10	Ollas	45,00	450,00
50	Platos tendidos	1,00	50,00
50	Platos soperos	1,25	62,50

50	Vasos	0,50	25,00
50	Cucharas	0,50	25,00
50	Tenedores	0,50	25,00
50	Cuchillos de mesa	0,50	25,00
----	Utensilios de cocina	1.000,00	1.000,00
TOTAL			\$ 14.672,50

Canchas			
Cantidad	Descripción	V. Unitario	TOTAL
2	Arcos indor-fútbol	800,00	800,00
2	Aros de básquet	1.200,00	1.200,00
1	Red de vóley	200,00	200,00
TOTAL			\$ 2.200,00

Lobby			
Cantidad	Descripción	V. Unitario	TOTAL
1	Archivador	150,00	150,00
3	Sillas	60,00	180,00
1	Fax	30,00	30,00
1	Televisor Plasma	800,00	800,00
1	Teléfono	15,00	15,00
TOTAL			\$ 1.175,00

Gastos pre operativos			
Cantidad	Descripción	V. Unitario	TOTAL
Publicidad para arranque			
1	Galaquil	7.720,00	7.720,00
1	Socios Diners Club	200,00	200,00
1	Página de internet	500,00	500,00
12	Tarjetas de presentación (ciento)	4,00	48,00
Permisos Hacienda			
1	Municipal	100,00	100,00
1	Bomberos	692,00	692,00
1	Licencia ambiental (DPNG)	1.000,00	1.000,00
1	Cámara de turismo	25,00	25,00
Permisos Comedor			
1	Tasa habilitación y control de establecimiento	2,00	2,00
1	Tasa anual de turismo	280,00	280,00
1	Patente anual municipal	72,00	72,00
1	Permiso función. dirección prov. /salud	75,00	75,00
TOTAL			\$ 10.714,00
Total Inversión Inicial:			\$ 237.497,35

a.2. Amortización del préstamo

Como ya se menciona se solicitará un préstamo a la CFN por un valor de \$150.000,00 a 5 años los que se pagarán de la siguiente manera.

Datos del préstamo

Valor de la deuda	\$150.000,00
Tasa	10%
Periodos	60
Cuota	\$3.184,11

PERIODO	PAGO	INTERÉS 0.0083%	AMORTIZACIÓN	SALDO FINAL
0				150.000,00
1	3.184,11	1.245,00	1.939,11	148.060,89
2	3.184,11	1.228,91	1.955,20	146.105,69
3	3.184,11	1.212,68	1.971,43	144.134,27
4	3.184,11	1.196,31	1.987,79	142.146,48
5	3.184,11	1.179,82	2.004,29	140.142,19
6	3.184,11	1.163,18	2.020,93	138.121,26
7	3.184,11	1.146,41	2.037,70	136.083,56
8	3.184,11	1.129,49	2.054,61	134.028,95
9	3.184,11	1.112,44	2.071,66	131.957,29
10	3.184,11	1.095,25	2.088,86	129.868,43
11	3.184,11	1.077,91	2.106,20	127.762,23
12	3.184,11	1.060,43	2.123,68	125.638,55
13	3.184,11	1.042,80	2.141,31	123.497,24
14	3.184,11	1.025,03	2.159,08	121.338,17
15	3.184,11	1.007,11	2.177,00	119.161,17
16	3.184,11	989,04	2.195,07	116.966,10
17	3.184,11	970,82	2.213,29	114.752,81
18	3.184,11	952,45	2.231,66	112.521,16
19	3.184,11	933,93	2.250,18	110.270,98
20	3.184,11	915,25	2.268,86	108.002,12
21	3.184,11	896,42	2.287,69	105.714,43
22	3.184,11	877,43	2.306,68	103.407,76
23	3.184,11	858,28	2.325,82	101.081,94
24	3.184,11	838,98	2.345,13	98.736,81
25	3.184,11	819,52	2.364,59	96.372,22
26	3.184,11	799,89	2.384,22	93.988,01
27	3.184,11	780,10	2.404,00	91.584,00
28	3.184,11	760,15	2.423,96	89.160,04
29	3.184,11	740,03	2.444,08	86.715,97
30	3.184,11	719,74	2.464,36	84.251,60
31	3.184,11	699,29	2.484,82	81.766,79
32	3.184,11	678,66	2.505,44	79.261,35
33	3.184,11	657,87	2.526,24	76.735,11

34	3.184,11	636,90	2.547,20	74.187,91
35	3.184,11	615,76	2.568,35	71.619,56
36	3.184,11	594,44	2.589,66	69.029,90
37	3.184,11	572,95	2.611,16	66.418,74
38	3.184,11	551,28	2.632,83	63.785,91
39	3.184,11	529,42	2.654,68	61.131,23
40	3.184,11	507,39	2.676,72	58.454,51
41	3.184,11	485,17	2.698,93	55.755,58
42	3.184,11	462,77	2.721,33	53.034,25
43	3.184,11	440,18	2.743,92	50.290,32
44	3.184,11	417,41	2.766,70	47.523,63
45	3.184,11	394,45	2.789,66	44.733,97
46	3.184,11	371,29	2.812,81	41.921,16
47	3.184,11	347,95	2.836,16	39.085,00
48	3.184,11	324,41	2.859,70	36.225,30
49	3.184,11	300,67	2.883,44	33.341,86
50	3.184,11	276,74	2.907,37	30.434,49
51	3.184,11	252,61	2.931,50	27.503,00
52	3.184,11	228,27	2.955,83	24.547,16
53	3.184,11	203,74	2.980,36	21.566,80
54	3.184,11	179,00	3.005,10	18.561,70
55	3.184,11	154,06	3.030,04	15.531,66
56	3.184,11	128,91	3.055,19	12.476,46
57	3.184,11	103,55	3.080,55	9.395,91
58	3.184,11	77,99	3.106,12	6.289,79
59	3.184,11	52,21	3.131,90	3.157,89
60	3.184,11	26,21	3.157,89	0,00

a.3 Presupuesto de Gastos Generales

Entre los gastos generales tenemos gastos de operación y gastos administrativos que se muestran mensual y anualmente con un porcentaje de inflación anual del 4%.

CABAÑAS			
Cantidad	Descripción de Suministros	V. Unitario	TOTAL
200	Jabones	0,20	40,00
200	Shampoo	0,30	60,00
200	Acondicionadores	0,30	60,00
120	Papeles higiénicos	0,30	36,00
200	Plumas con logo	0,15	30,00
100	Bloc de notas	0,25	25,00

-	Materiales de limpieza	200,00	200,00
		TOTAL	\$ 451,00

RESTAURANTE			
Cantidad	Descripción	V. Unitario	TOTAL
400	Aguas embotelladas	1,00	400,00
-	Alimentos en general	1400,00	1400,00
100	Paquetes de servilletas	0,30	30,00
-	Materiales de limpieza	200,00	200,00
		TOTAL	\$ 1.830,00

ÁREAS VERDES Y GANADO			
Cantidad	Descripción	V. Unitario	TOTAL
----	Mantenimiento de áreas verdes	100,00	100,00
----	Fumigación de sembríos	50,00	50,00
----	Visitas veterinaria para ganado	75,00	75,00
		TOTAL	\$ 225,00

SERVICIOS BÁSICOS	
Descripción	Gasto mensual
Agua	1200,00
Luz	800,00
Teléfono	700,00
Mantenimiento de vehículo	200,00
TOTAL	\$ 1.200,00

SUELDOS Y SALARIOS								
Cant.	Descripción	Sueldo Mensual	Fondos de Reserva	Aporte IESS	Sub-Total	Décimo 4to. (Abril)	Décimo 3ro. (Diciembre)	TOTAL
1	Administrador	600,00	49,98	56,1	706,08	998,08	1.306,08	3.010,24
1	Ayud. Adm. / Guía	584,00	48,64	54,60	687,25	979,25	1.271,25	2.937,75
1	Recepcionista	500,00	41,65	46,75	588,40	880,40	1.088,40	2.557,20
1	Camarera	500,00	41,65	46,75	588,40	880,40	1.088,40	2.557,20
1	Auditor externo	250,00			250,00			250,00
1	Chef	584,00	48,6472	54,604	687,25	979,25	1.271,25	2.937,75
1	Mesero	500,00	41,65	46,75	588,40	880,40	1.088,40	2.557,20
1	Ayudante/cocina	500,00	41,65	46,75	588,40	880,40	1.088,40	2.557,20
		TOTAL			4.684,18	6478,1824	8.202,18	19.364,55

La proyección de gastos mensuales en temporada alta (ene/feb/mar/jun/jul/ago/nov/dic) y temporada baja (abr/may/sep/oct) es:

Descripción	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN
Cabañas	451,00	451,00	451,00	157,85	157,85	451,00
Comedor	1.830,00	1.830,00	1.830,00	640,50	640,50	1.830,00
Áreas verdes y ganado	225,00	225,00	225,00	225,00	225,00	225,00
Sueldos y salarios	4.684,18	4.684,18	6.478,18	4.684,18	4.684,18	4.684,18
Servicios básicos	1.200,00	1.200,00	1.200,00	420,00	420,00	1.200,00
Suministros de oficina	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00
Publicidad	700,00	700,00	1.500,00	1.500,00	700,00	700,00
Préstamo	3.184,11	3.184,11	3.184,11	3.184,11	3.184,11	3.184,11
TOTAL	12.474,29	12.474,29	15.068,29	11.011,64	10.211,64	12.474,29

Descripción	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC
Cabañas	451,00	451,00	451,00	451,00	451,00	451,00
Comedor	1.830,00	1.830,00	1.830,00	1.830,00	1.830,00	1.830,00
Áreas verdes y ganado	225,00	225,00	225,00	225,00	225,00	225,00
Sueldos y salarios	4.684,18	4.684,18	4.684,18	4.684,18	4.684,18	4.684,18
Servicios básicos	1.200,00	1.200,00	1.200,00	1.200,00	1.200,00	1.200,00
Suministros de oficina	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00
Publicidad	700,00	1.500,00	700,00	1.500,00	700,00	1.500,00
Préstamo	3.184,11	3.184,11	3.184,11	3.184,11	3.184,11	3.184,11
TOTAL	12.474,29	13.274,29	12.474,29	13.274,29	12.474,29	13.274,29

Se tiene previsto un gasto adicional por publicidad previo a la temporada baja, ya que es necesario realizar promociones varias para captar la mayor cantidad de turistas; los gastos anuales son:

Descripción	AÑO 1
Cabañas	4.239,40
Comedor	17.202,00
Áreas verdes y ganado	2.700,00
Sueldos y salarios	61.522,19
Servicios básicos	11.280,00
Suministros de oficina	2.400,00

Publicidad	11.600,00
Préstamo	38.209,26
TOTAL	149.152,85

a.4. Ingresos

Para establecer los ingresos se ha considerado atender a 15 clientes por cada uno de los paquetes que se ofrece con atención los 360 días del año:

Producto 1: Mi estancia en la finca (2 noches 1 día)

Producto 2: Conociendo la finca (1 día)

Temporada Alta

	# cliente	# cliente mensual	# cliente anual
Producto 1	15	225	81000
Producto 2	20	500	860
		725	81860

Temporada Baja

	# cliente	# cliente mensual	# cliente anual
Producto 1	12	180	64800
Producto 2	10	300	660
		480	65460

Teniendo en cuenta que se deben cubrir todos los gastos y estableciendo un margen de utilidad considerable se establecen los siguientes valores:

Estimación de Costo

	Tempo. Alta	Tempo. Baja
Gastos de Producción	7.790,11	6.327,46
Gastos de Administración	4.684,18	4.684,18
# Clientes	725,00	480,00
Valor referencial mínimo	17,21	22,94

Ventas TEMPORADA ALTA				
PRODUCTO	CLIENTES	PRECIO	DÍAS	TOTAL
Producto 1	15	45,00	15	10.125,00
Producto 2	20	32,00	25	16.000,00
TOTAL				\$26.125,00

Ventas TEMPORADA BAJA				
PRODUCTO	NÚMERO	PRECIO	DÍAS	TOTAL
Producto 1	12	45,00	15	8.100,00
Producto 2	10	32,00	25	8.000,00
TOTAL				\$16.100,00

b. Cálculo de indicadores económicos: VAN, TIR

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

	Se prevé incremento del 4% anual: 1,04				
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
VENTAS					
Ventas Netas	273.400,00	284.336,00	295.709,44	307.537,82	319.839,33
(-) COSTO DE LAS VENTAS	14.000,00	14.560,00	15.142,40	15.748,10	16.378,02
UTILIDAD BRUTA EN VENTAS	259.400,00	269.776,00	280.567,04	291.789,72	303.461,31
(-) GASTOS DE ADMINISTRACION	111.141,62	123.017,24	136.727,54	152.360,36	170.705,03
Cabañas	4.239,40	4.408,98	4.585,34	4.768,75	4.959,50
Comedor	17.202,00	17.890,08	18.605,68	19.349,91	20.123,91
Mantenimiento áreas	2.700,00	2.808,00	2.920,32	3.037,13	3.158,62
Sueldos y Salarios	61.522,19	71.980,96	84.217,72	98.534,74	115.285,64
Servicios Básicos	11.280,00	11.731,20	12.200,45	12.688,47	13.196,00
Depreciación y Amortización	14.198,03	14.198,03	14.198,03	13.981,36	13.981,36
UTILIDAD ANTES DE COSTOS FINANCIEROS	148.258,38	146.758,76	143.839,50	139.429,37	132.756,28
(-) Costos financieros	13.847,81	11.307,53	8.502,35	5.404,66	1.983,97
UTILIDAD ANTES REPARTO TRABAJADORES	134.410,57	135.451,23	135.337,15	134.024,70	130.772,31
(-) Reparto de utilidad trabajadores 15%	20.161,59	20.317,68	20.300,57	20.103,71	19.615,85

UTILIDAD ANTES IMPUESTOS RENTA	114.248,99	115.133,55	115.036,58	113.921,00	111.156,47
(-) Impuestos Renta 25%	28.562,25	28.783,39	28.759,15	28.480,25	27.789,12
UTILIDAD NETA	85.686,74	86.350,16	86.277,44	85.440,75	83.367,35
(+) Depreciación y Amortización	14.198,03	14.198,03	14.198,03	13.981,36	13.981,36
FLUJO DE NETO EFECTIVO	99.884,77	100.548,19	100.475,46	99.422,11	97.348,71

Valor Actual Neto y Tasa Interna de Retorno

Valor Inversión Inicial	247.497,35	
Tasa mínima aceptación requerida TMAR	14%	1,14

	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Utilidad Real	-247.497,35	99.884,77	100.548,19	100.475,46	99.422,11	97.348,71
Valores Actuales	-247.497,35	87.618,22	77.368,56	67.818,08	58.865,87	50.559,87
VALOR ACTUAL NETO	\$94.733,24					
TASA INTERNA DE RETORNO (TIR)	29,07%					
INDICE DE RENTABILIDAD	1,38					

Periodo de Recuperación de Inversión

Inversión a recuperar	247.497,35
-----------------------	------------

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
UTILIDAD REAL	99.884,77	100.548,19	100.475,46	99.422,11	97.348,71
PAYBACK	2 AÑOS 6 MESES				

c. Análisis de sensibilidad

Ventas TEMPORADA ALTA				
PRODUCTO	CLIENTES	PRECIO	DÍAS	TOTAL
Producto 1	13	45,00	15	8.775,00
Producto 2	17	32,00	30	16.320,00
TOTAL				\$25.095,00

VALOR ACTUAL NETO	-\$17.981,73
TASA INTERNA DE RETORNO	10,81%
INDICE DE RENTABILIDAD	0,93

Teniendo en cuenta que en la temporada alta es donde más se tiene que aprovechar para tener la mayor cantidad de ingresos, se establece un escenario pesimista bajando la cantidad de clientes diarios de 15 a 13 para el producto 1 y de 20 a 17 para el producto 2, por lo que es necesario mantener contacto permanente con el cliente y además hacer seguimiento constante al plan de marketing a fin de que no afecte a la estabilidad del negocio.

Ventas TEMPORADA ALTA				
PRODUCTO	CLIENTES	PRECIO	DÍAS	TOTAL
Producto 1	15	45,00	15	10.125,00
Producto 2	25	32,00	30	24.000,00
TOTAL				\$34.125,00
VALOR ACTUAL NETO				\$151.543,33
TASA INTERNA DE RETORNO				37,68%
INDICE DE RENTABILIDAD				1,61

En el escenario optimista se incrementa de 20 a 25 para el producto 2 que son los turistas que visitan la finca por un día, ya que en la otra oferta la capacidad máxima es 15 personas y no es factible incrementar. Sólo teniendo en cuenta este incremento nos representa una TIR de 37% lo cual es muy alentador para el negocio.

d. Estados financieros proyectados

El Balance General nos muestra la cuantificación de los recursos económicos que posee la empresa; así como también las obligaciones y derechos dentro de la actividad empresarial.

Balance General Anual

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
ACTIVOS					
ACTIVOS CORRIENTES	156.891,54	134.345,80	108.436,82	78.703,83	44.621,73
Bancos	112.754,54	91.308,80	66.499,82	56.553,83	23.571,73
Inventario y Suministros	44.137,00	43.037,00	41.937,00	22.150,00	21.050,00
ACTIVOS FIJOS	181.132,37	181.132,37	181.132,37	181.349,04	181.349,04
Activos fijos depreciables	161.132,37	161.132,37	161.132,37	161.349,04	161.349,04
Inmuebles	118.600,00	118.600,00	118.600,00	118.600,00	118.600,00
(-) Depreciación de inmuebles	5.930,00	5.930,00	5.930,00	5.930,00	5.930,00
Muebles y enseres	32.598,10	32.598,10	32.598,10	32.598,10	32.598,10
(-) Depreciación de muebles y enseres	3.259,81	3.259,81	3.259,81	3.259,81	3.259,81
Maquinaria, equipo y otras instalac.	17.767,50	17.767,50	17.767,50	17.767,50	17.767,50
(-) Depreciación de maquinaria, equipo y otras inst.	1.776,75	1.776,75	1.776,75	1.776,75	1.776,75
Equipos de computo	650,00	650,00	650,00	650,00	650,00
(-) Depreciación de equipos de computo	216,67	216,67	216,67	0,00	0,00
Otros activos fijos	3.000,00	3.000,00	3.000,00	3.000,00	3.000,00
(-) Depreciación de otros activos fijos	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00
Activos fijos no depreciables	20.000,00	20.000,00	20.000,00	20.000,00	20.000,00
Terreno	20.000,00	20.000,00	20.000,00	20.000,00	20.000,00
ACTIVOS DIFERIDOS	17.393,60	17.393,60	17.393,60	17.393,60	17.393,60
Gastos diferidos	21.742,00	21.742,00	21.742,00	21.742,00	21.742,00
Reforestación	3.800,00	3.800,00	3.800,00	3.800,00	3.800,00
Impuestos y Contribuciones	1.306,00	1.306,00	1.306,00	1.306,00	1.306,00
Publicidad y Propaganda	16.636,00	16.636,00	16.636,00	16.636,00	16.636,00
Amortización Gastos Diferidos	4.348,40	4.348,40	4.348,40	4.348,40	4.348,40
Reforestación	760,00	760,00	760,00	760,00	760,00
Impuestos y contribuciones	261,20	261,20	261,20	261,20	261,20
publicidad y Propaganda	3.327,20	3.327,20	3.327,20	3.327,20	3.327,20
TOTAL DE ACTIVOS	\$355.417,51	\$332.871,77	\$306.962,79	\$277.446,47	\$243.364,37
PASIVOS					
PASIVOS CORRIENTES	73.085,28	76.002,81	78.766,63	81.388,56	83.630,26
Préstamo bancario	24.361,45	26.901,74	29.706,91	32.804,60	36.225,30
CFN	24.361,45	26.901,74	29.706,91	32.804,60	36.225,30
Cuentas por pagar	48.723,83	49.101,07	49.059,72	48.583,96	47.404,96
Impuesto a la Renta 25%	28.562,25	28.783,39	28.759,15	28.480,25	27.789,12
Utilidad a trabajadores 15%	20.161,59	20.317,68	20.300,57	20.103,71	19.615,85
PASIVOS NO CORRIENTES	125.638,55	98.736,81	69.029,90	36.225,30	0,00
Préstamo bancario	125.638,55	98.736,81	69.029,90	36.225,30	0,00

CFN	125.638,55	98.736,81	69.029,90	36.225,30	0,00
TOTAL PASIVOS	198.723,83	174.739,62	147.796,53	117.613,86	83.630,26

PATRIMONIO

CAPITAL	137.497,35	137.497,35	137.497,35	137.497,35	137.497,35
<i>Capital suscrito pagado</i>	137.497,35	137.497,35	137.497,35	137.497,35	137.497,35
UTILIDAD DEL EJERCICIO	85.686,74	86.350,16	86.277,44	85.440,75	83.367,35
TOTAL DEL PATRIMONIO	223.184,09	223.847,51	223.774,79	222.938,10	220.864,70
TOTAL DEL PASIVO Y PATRIMONIO	\$ 421.907,92	\$ 398.587,13	\$ 371.571,31	\$ 340.551,95	\$ 304.494,96

El Estado de Pérdida y Ganancia denominado también estado de resultado, nos proporciona información analítica de todos los factores que durante el periodo contable alteraron el patrimonio de la empresa. La finalidad del estado de resultado es entregar resultados operacionales a causa de las variaciones de ingresos y egresos, y estos resultados pueden ser: utilidad o pérdida.

Estado de Resultados Anual

	Se prevé incremento del 4% anual:				1,04
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
VENTAS					
Ventas Netas	273.400,00	284.336,00	295.709,44	307.537,82	319.839,33
(-) COSTO DE LAS VENTAS	14.000,00	14.560,00	15.142,40	15.748,10	16.378,02
UTILIDAD BRUTA EN VENTAS	259.400,00	269.776,00	280.567,04	291.789,72	303.461,31
(-) GASTOS DE ADMINISTRACION	111.141,62	123.017,24	136.727,54	152.360,36	170.705,03
Cabañas	4.239,40	4.408,98	4.585,34	4.768,75	4.959,50
Restaurante	17.202,00	17.890,08	18.605,68	19.349,91	20.123,91
Áreas verdes y ganado	2.700,00	2.808,00	2.920,32	3.037,13	3.158,62
Sueldos y Salarios	61.522,19	71.980,96	84.217,72	98.534,74	115.285,64
Servicios Básicos	11.280,00	11.731,20	12.200,45	12.688,47	13.196,00
Depreciación y Amortización	14.198,03	14.198,03	14.198,03	13.981,36	13.981,36
UTILIDAD ANTES DE COSTOS FINANCIEROS	148.258,38	146.758,76	143.839,50	139.429,37	132.756,28
(-) Costos	13.847,81	11.307,53	8.502,35	5.404,66	1.983,97

financieros					
UTILIDAD ANTES REPARTO TRABAJADORES	134.410,57	135.451,23	135.337,15	134.024,70	130.772,31
(-) Reparto de utilidad trabajadores 15%	20.161,59	20.317,68	20.300,57	20.103,71	19.615,85
UTILIDAD ANTES IMPUESTOS RENTA	114.248,99	115.133,55	115.036,58	113.921,00	111.156,47
(-) Impuestos Renta 25%	28.562,25	28.783,39	28.759,15	28.480,25	27.789,12
UTILIDAD NETA	85.686,74	86.350,16	86.277,44	85.440,75	83.367,35

12. SISTEMA DE GESTIÓN Y DE MONITOREO

a. Sistema de Gestión

Somos un equipo de trabajo altamente capacitado cuya misión primordial es brindar un excelente servicio a nuestros clientes, velar por la satisfacción de sus requerimientos y expectativas, para lo cual, garantizamos impulsar una cultura de calidad basada en los principios de honestidad, liderazgo y desarrollo del recurso humano, solidaridad, compromiso de mejora continua y seguridad en nuestras operaciones.

De acuerdo a ello, establecemos los siguientes objetivos:

- Capacitarnos permanentemente.
- Conocer el nivel de satisfacción y las necesidades de nuestros clientes.
- Evaluar la eficacia de nuestros procesos de trabajo.
- Involucrarnos en la mejora continua y el trabajo en equipo.
- Asumir que la satisfacción de nuestros clientes nos concierne a todos los que somos parte de la empresa.

- Conciencia absoluta en la manipulación de la carga como intención fundamental.
- Coherencia absoluta ante los clientes internos y externos, entre lo que se ofrece y practica.

a.1 Normas De Higiene

Para brindar un servicio de calidad, "La finca Agroturística Santa Bárbara" se manejará con normas básicas de higiene para lo que es el área de cabañas y de canchas deportivas manteniendo una imagen limpia, mientras que en el área de cocina, al ser casera, tendrá una campana extractora de humo y olores, tendrá una ventilación adecuada, con dos puertas de acceso, una por dentro de la casa hacienda y otra por fuera y se mantendrá una rígida norma en cuanto a los procesos de preparación de los alimentos, y la limpieza de esa área.

Tomado del manual de manejo higiénico de los alimentos diseñado por Adrián Ávila Franco, hemos determinado los siguientes lineamientos más importantes que deberán cumplir los empleados en el área de cocina serán las siguientes:

- Tiempos de conservación correctos de los productos alimenticios.
- Evitar preparar los alimentos con demasiada anticipación.

- Evitar contaminación cruzada a través de manos, tablas, trapos, esponjas.
- Los alimentos calientes mantenerse a 60c y los fríos a 4c o menos.
- Cumplir correctamente con el programa de reciclaje de residuos.
- Cocinar bien los alimentos.
- Consumir inmediatamente los alimentos cocinados.
- Recalentar bien los alimentos cocinados.
- Lavarse a menudo y muy bien las manos.
- Mantener limpias las superficies de la cocina.
- Mantener los alimentos fuera del alcance de los insectos, roedores y otros animales.
- Usar utensilios de cocina muy bien aseados.
- El piso se deberá limpiar con una solución de agua y cloro al final de la jornada.

a.2 Higiene del Personal

- Uñas limpias y cortas.
- Cabello limpio y cubierto adecuadamente.
- Cubrir toda cortadura y raspones con vendas y guantes de plástico.
- Bañarse diariamente.

- Mantener cabello recogido o con gorro.
- Puede ser que un empleado con las siguientes condiciones de salud no pueda trabajar: fiebre, diarrea, nauseas, vómito, mareos, tos o estornudo, garganta irritada y demás síntomas que indiquen un foco infeccioso.

a.3 Provisión De Agua y Energía Eléctrica

La energía eléctrica nos la proveerá "ELECGALAPAGOS". Al estar ubicados en la zona rural no contamos con el servicio de agua potable y alcantarillado, sin embargo la finca contará con pozo séptico para aguas servidas y con dos grandes cisternas, una se llena con agua de lluvia y la otra se llena con el agua de los tanqueros, que tiene un costo entre \$11 y \$15 dependiendo de la capacidad del tanquero.

a.4 Almacenaje De Productos Alimenticios

Perecederos.- Este tipos de alimentos, necesitarán conservarse en congelación en el caso de las carnes, salsamentaría, pescado y mariscos, por un tiempo máximo de 3 meses, mientras que los lácteos, frutas y verduras se guardarán en refrigeración, por un tiempo máximo de un mes además se los deberá consumir preferentemente antes de su descomposición.

No Perecederos.- Tienen un tiempo de consumo más extenso que los perecederos, debido a que son procesados y algunos tienen preservantes. Tenemos pues los enlatados y envasados los granos, y bebidas. Estos se guardaran lejos del suelo, dentro de anaqueles y bajo las condiciones especificadas en la etiqueta, consumiéndolos antes de la fecha de expiración.

a.5 Almacenaje y Manipulación de Basura

Se tomará como modelo el Plan de Manejo Ambiental (PMA) para el "Centro de Reciclaje en la zona de El Mango" que impulsa el municipio del cantón Isabela, es un instrumento de gestión destinado a proveer de una guía de programas, procedimientos, medidas, prácticas y acciones, orientados a prevenir, eliminar, minimizar o controlar aquellos impactos ambientales o sociales negativos determinados como significativos.

El Municipio del cantón Isabela nos adjudicará tachos de basura de colores (azul, negro) identificados con los símbolos del reciclaje, los cuales serán transportados al centro de reciclaje "El Mango" de acuerdo a horarios de recolección de cada tacho.

No se trabajara con el tacho verde o de residuos orgánicos ya que estos servirán de abono natural (compost) en ciertas áreas de la finca.

a.6 Prevención y Seguridad

Porque la seguridad del cliente y del personal es de extrema importancia para "La finca agroturística Santa Bárbara" se han tomado medidas de seguridad contra incendios. Esto significa que siempre se debería ser consciente de los factores que podrían provocar un incendio, teniendo presente lo siguiente:

- Revisar periódicamente las instalaciones eléctricas.
- Tener un botiquín a la vista de todos.
- Tener presente la ubicación de los extintores más cercanos.
- Tener señalética adecuada en la infraestructura.
- Llamar a los bomberos.
- Mantener la calma y no infundir pánico.
- Intentar sofocar el fuego si es pequeño utilizando los extintores portátiles y con ayuda de otras personas.
- En caso de no extinguir el fuego alertar a los demás para agilizar la evacuación.
- Evite quedar atrapado en ambientes de gases, humo y calor. Camine rápido rumbo al exterior, no corra.
- Brindar ayuda de primeros auxilios a quien lo necesite.

a.7 Políticas de Calidad

Entre las políticas de calidad que se deberán cumplir tenemos las siguientes:

- Ofrecer a los visitantes un servicio de calidad.
- Cumplir estrictamente los procesos de selección de personal para cubrir las vacantes orgánicas.
- Difundir la información en forma oportuna, a través de medios publicitarios.
- Proporcionar el trato adecuado y respetuoso a todo el personal de la empresa.
- Generar un buen ambiente de trabajo y controlar un buen clima organizacional, con el fin de obtener mayores niveles de desempeño con un buen sistema integrado de procesos.
- Incentivar el desarrollo de competencias relacionadas con el perfil profesional de cada uno de los miembros.
- Cumplir normas de seguridad en cuanto a los equipos.

b. Sistema de monitoreo

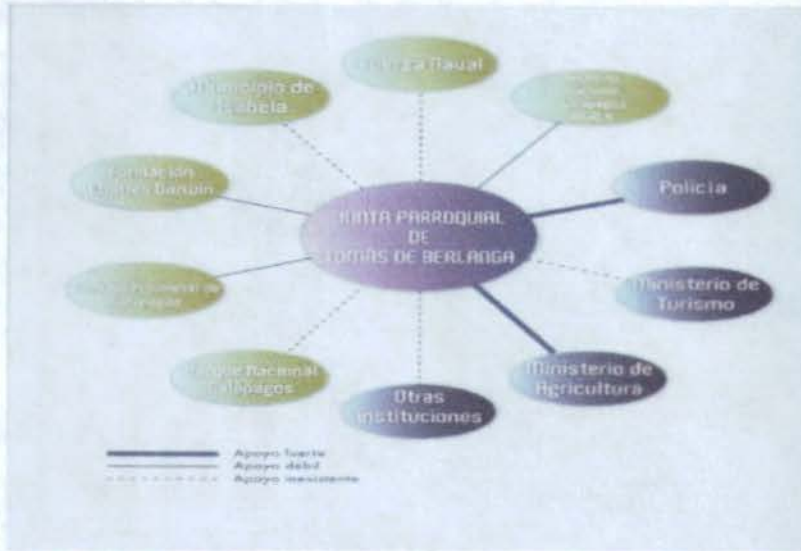


Figura # 12: Apoyo institucional.

Fuente: tomado del Plan estratégico participativo de la parroquia Santo Tomás de Berlanga-Galápagos 2009-2014.

Como se mostro en el diagrama anterior, la parroquia Santo Tomás de Berlanga, lugar donde se encuentra el proyecto agroturístico, no cuenta con apoyo necesario de la DPNG, organismo responsable de la correcta conservación de las islas, del uso racional de los bienes y servicios que estos generan a la comunidad y el desarrollo de las poblaciones locales. Así mismo del Municipio y el ministerio de turismo organismos fundamentales para el desarrollo de la población.

Sin embargo la DPNG cuenta con un programa de viveros y reforestación en las 4 islas pobladas, mediante el cual la Finca agroturística Santa Bárbara será beneficiaria de dicho programa.

Cuenta con un débil apoyo por parte de la estación científica Charles Darwin que brinda capacitaciones para la conservación de las especies y del consejo de gobierno que emite ciertas normativas. El fuerte apoyo que recibe esta zona rural y dedicada en su mayoría a producir la tierra es otorgado por la policía nacional y por el ministerio de agricultura que los beneficia en seguridad y en capacitación agrícola.

El presente proyecto ha desarrollado un sistema de gestión y monitoreo para llevar un control estricto de las diferentes actividades que se realizarán para la puesta en marcha del mismo. Se van a tratar los siguientes puntos:

- En la parte de infraestructura, se inspeccionará que cada uno de los materiales utilizados sean de buena calidad.
- Antes de iniciar operaciones hay que tomar en cuenta que todo el personal esté capacitado para poder desempeñar todas las actividades correspondientes al cargo al que pertenecen.
- Mantener un control para que todos los visitantes puedan realizar su visita de forma que no afecte al ecosistema de la finca

13. BIBLIOGRAFÍA

Aldaz, I. 2008. Manual de especies nativas y endémicas de Galápagos para la restauración ecológica en la zona agropecuaria. FUNDAR, Galápagos. Recuperado de: <http://www.feigalapagos.org/docs/publicaciones/Informacion%20Agropecuaria%20e%20Invasoras/Manual%20Endemica.pdf>

Banco Central del Ecuador. (s.f). Pib per cápita en dólares [Lectura en línea]. Recuperado de: http://www.bce.fin.ec/indicador.php?tbl=pib_per_capita

Banco Central del Ecuador. (s.f).Inflaciones acumuladas [Lectura en línea]. Recuperado de: http://www.bce.fin.ec/resumen_ticker.php?ticker_value=inflacion_acumulada

Banco Central del Ecuador. (s.f). Riesgo País [Lectura en línea]. Recuperado de: http://www.bce.fin.ec/resumen_ticker.php?ticker_value=riesgo_pais

BCE. (2011). Estadísticas Macroeconómicas 2011. Guayaquil, Ecuador.

Boullón, R. (1994). Planificación del Espacio Turístico. México Df: Trillas.

CÁRDENAS, Cutiño Gustavo. Diccionario de Ciencias Económico-Administrativas, Centro Universitario de Ciencias Económicas – Administrativas, Universidad de Guadalajara, México, 2002, p. 457

CGREG – INEC, Encuesta de condiciones de vida Galápagos 2009-2010
Recuperado de:
<http://www.slideshare.net/radioencantada/consejo-de-gobierno-gestin-institucional-2011>

Cuniglio, F., Barderi, M., Capurro, M., Fernandez, E., Franco, R., Frascara, G., & Lotersztain, I. (1995). Educación Para La Salud.

Derecho Ecuador (2011). Cómo obtener el RUC como persona natural
Recuperado del sitio web:
http://www.derechoecuador.com/index.php?option=com_content&view=article&id=3860:quienes-estaaacuten-obligados-a-obtener-el-ruc&catid=58:derecho-tributario&Itemid=420

Declaración de Quebec sobre el Ecoturismo. (01 de 06 de 2011).
Obtenido de http://www.turismoelcasco.com/lecturas/lectura_008.pdf

DÍAZ, K. 2008. Propuesta para el uso adecuado del corral de tortugas en Campo
Recuperado de:
www.iiicongresocolombianozoologia.org/.../index.php

Ecosalud, F. (1996). Plan de Manejo Bosque Protector "El Sendero Palo Santo". Guayaquil.

Ecototal. (s.f.) Ecoturismo. Turismo ecológico. Definición ecoturismo [Lectura en línea]. Recuperado de: <http://www.ecototal.com/ecoturismo/40-ecoturismo-turismo-ecologico-definicion-de-ecoturismo>

Ecuador.us. Turismo del Ecuador. [En línea]. (s.f). [consulta 12 de agosto de 2011]. Disponible en: <http://www.ecuador.us/turismo.htm>

El ciudadano.gob.ec. Ecuador tiene una magnífica imagen en Europa. Citando a XB Presidencia de la República. [En línea]. 2011. [consulta 3 de julio de 2011]. Disponible en: http://www.elciudadano.gob.ec/index.php?option=com_content&view=article&id=25181:joan-mesquida-ecuador-tiene-una-magnifica-imagen-en-europa&catid=40:actualidad&Itemid=63

El Universo C.A. (s.f.) 30 *septiembre* [Lectura en línea]. Recuperado de: <http://www.eluniverso.com/2011/09/30/1/1355/presidente-correa-30-septiembre-nunca-mas.html>

Estación Científica Charles Darwin, Galápagos-Ecuador

INEC. (s.f). Ecuador en cifras. [Lectura en línea]. Recuperado de: <http://www.inec.gov.ec/estadisticas/>

Instituto Nacional Ecuatoriano de Censo (2009). Entradas y salidas internacionales 2009. Entrada extranjera, 10 principales nacionalidades., Enero a Agosto 2009. Recuperado de <http://www.inec.gob.ec> > Statistics Canada 2001 Census. Demografía de Canadá. Modificada por última vez en mayo 8, 2011. Recuperado:<http://www12.statcan.ca/english/census01/products/highlight/ETO/Table1>

Investigación y turismo. Interrelación de los elementos del sistema turístico. [En línea]. 1998. [consulta 7 de junio de 2011]. Disponible en: <http://karlacastellanos.blogspot.com/2009/09/interrelacion-de-los-elementos-del.html>

Lavin S.A. (2010). Obtenido recuperado de <http://www.lavin.com.ec/guayaquil.htm>

Mendoza, Y. (10 de 07 de 2011). Manejo de Basura. Obtenido recuperado de <http://yadirapaolam.blogspot.com/2011/09/nuestra-relacion-con-el-planeta-tierra.html>

Microsoft ACCESS. 2007. Base de datos del Herbario CDS. Departamento de Botánica.

Ministerio de Turismo del Ecuador. (2007). Estadísticas turísticas. Dirección de Tecnologías de la Información. Recuperado el 03 de Diciembre 2007, de <http://www.turismo.gob.ec>

Ministerio de Turismo. (2011). Plan estratégico de desarrollo de turismo sostenible para Ecuador "Plandetur 2020". Recuperado de: http://www.turismo.gob.ec/documentos/plandetur_2020.pdf

Ministerio de Turismo del Ecuador (2011). ¿Por qué viajar a Ecuador? .Recuperado de <http://www.ecuador.travel>

Ministerio de Turismo. Más de 2.500.000 ecuatorianos hicieron turismo interno entre diciembre de 2009 y febrero de 2010. [En línea]. 2010. [consulta el 16 septiembre del 2011] Disponible en: http://www.turismo.gob.ec/index.php?option=com_content&view=article&id=2378:mas-de-2500000-ecuatorianos-hicieron-turismo-interno-entre-diciembre-de-2009-y-febrero-de-2010&catid=278:noticias-2010

OMT. (1999). Turismo Sostenible y Gestión Municipal. Madrid. Lectura en línea. Recuperado de: http://www.naya.org.ar/turismo/congreso2003/ponencias/Aldo_Ramos2.htm

Parque Nacional Galápagos (s.f.) Informe anual estadísticas de visitantes. Recuperado de: http://www.galapagospark.org/documentos/turismo/pdf/Informe_ingreso_turistas2011.pdf

Parque Nacional Galápagos (s.f.) Estudio de impacto ambiental y plan de manejo ambiental para la construcción, operación y cierre del proyecto "centro de Reciclaje para el Cantón Isabela" Recuperado de: http://galapagospark.org/documentos/EIAs/EIA_CentroReciclaje_Isabela_abr2011.pdf

Perfect Body & Perfect Mind. (05 de 06 de 2011). Obtenido de <http://pbnpm.blogspot.com/2011/05/aseo-e-higiene.html>

Plan estratégico participativo de la parroquia Tomás de Berlanga Galápagos 2009-2014. (s. f.)

Pulido, J. (2007). Cuaderno de Turismo. Murcia. es libro o fuente de internet?

<http://www.hojaverde.com.ec/pdf/hoja.pdf>

<http://www.visitisabela.com/historia-cifras.php>

<http://www.agroturismoecuador.org/agroturismo.html>

<http://www.progresoverde.org/sobre.html>

<http://webiica.iica.ac.cr/peru/notas/e23-2011/e23-2011.htm>

<http://es.scribd.com/doc/20537405/Manual-Higienico-de-Los-Alimentos>

ANEXOS

ANEXO #1: Plantaciones



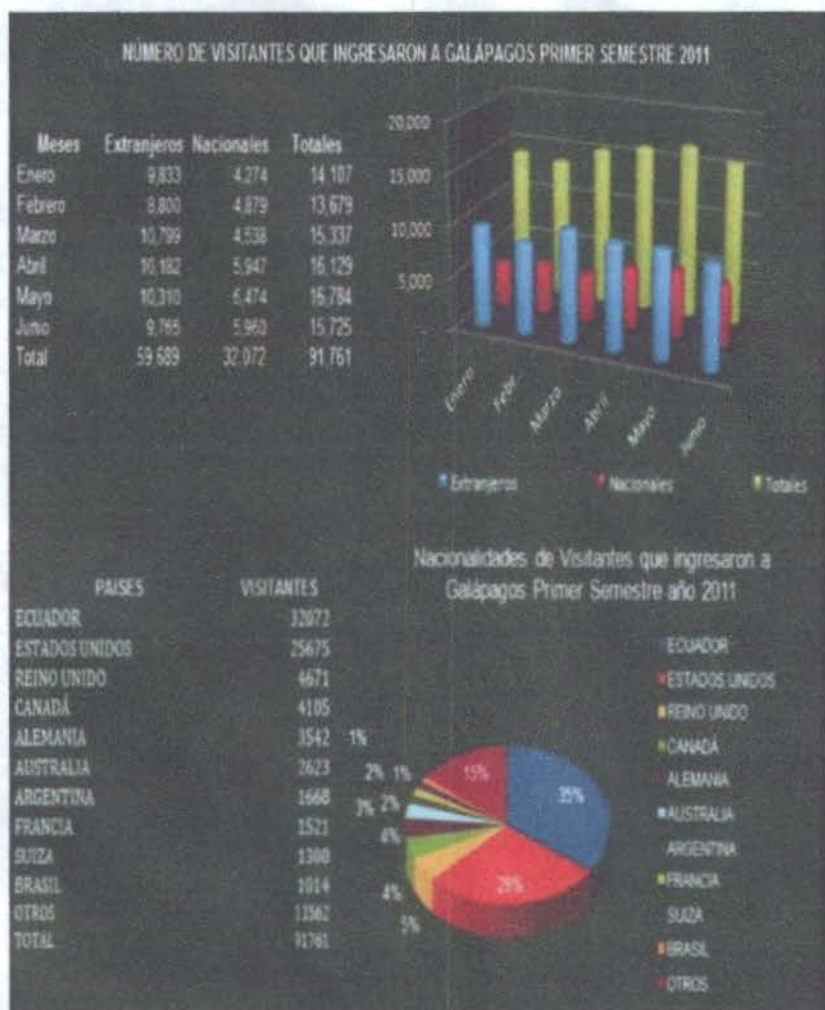


Anexo # 2: Animales y Pastizales





ANEXO #3: Datos estadísticos ingreso turistas a Galápagos.



ANEXO #4: Formato de encuestas.

ENCUESTA

Edad	20 - 40	
	41 - 50	
	51 - 60	
	61-más	

Procedencia:

Nacional

Provincia: -----

Extranjero

País: -----

1. ¿Mediante qué medios obtiene usted información acerca de un destino turístico?

Amigos y familiares

Agencias de Viajes

Internet

Otros -----

2. ¿Qué región del país visitaría primero?

Insular o Galápagos

Oriente

Costa

Sierra

3. ¿Qué es lo primero que se le viene a la mente cuando escucha la palabra Agroturismo?

"El *Agroturismo* ofrece al turista la posibilidad de conocer y experimentar de manera directa con los procesos de producción de las fincas agropecuarias, culminando con la degustación de los productos".

4. ¿Cuánto tiempo estaría dispuesto a pasar en una finca Agroturística?

- 1 día
- 2 días 1 noche
- Ninguna

5. ¿Le gustaría conocer las actividades Agroturísticas que se realizan en la parte alta de la Isla Isabela - Galápagos?

- Si
- No, por qué?

6. ¿Qué tan interesado estaría usted en realizar una excursión dentro de una finca Agroturística en Isabela - Galápagos?

- | | |
|-----------------------------------------|------------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Muy interesado | <input type="checkbox"/> Poco interesado |
| <input type="checkbox"/> Interesado | <input type="checkbox"/> Nada interesado |

7. ¿Cuál de los siguientes servicios le gustaría que hubiese en la Finca Agroturística?

- | | |
|---------------------------------------|---------------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Alojamiento | <input type="checkbox"/> Piscina |
| <input type="checkbox"/> Alimentación | <input type="checkbox"/> Canchas deportivas |
| <input type="checkbox"/> Transporte | <input type="checkbox"/> Otros |

8. ¿Qué actividades le gustaría practicar durante su estadía en la Finca Agroturística en Isabela - Galápagos?

Cabalgatas

Tortugas en estado natural

Ordeño

Elaboración de quesos

Elaboración de derivados de caña

Otros

Avistamiento de especies endémicas

9. ¿Le gustaría que dentro de su paquete turístico a las Islas Galápagos se le incluya una visita a la Finca Agroturística en la Isla Isabela?

Si

No

Por Qué.....



SURVEY

Age 20 - 40
 41 - 50
 51 - 60
 61 - 70

Origin: Local

 Foreigner

Country: _____

1. How do you get information about a tourist destination?

Friends and relatives

Travel agencies

Internet

Others

2. Which region of the country will visit first?

Galapagos

Amazon

Coast

Andes

3. What comes to your mind when you hear the term "Agritourism"?

"The agritourism offers tourists the possibility to know and experience directly the production processes on agricultural farms, and also tasting all the products.

4. How many nights would you be interesting to spend on an agricultural farm?

1 night

2 nights or more

None

5. Would you like to know some agricultural activities that take place in the upper part of the Isabela Island - Galápagos?

Yes

No, Why?

6. How interested would you be in going on a tour to an agricultural farm on the Isabela Island - Galápagos?

Very interested little interested

Interested Uninterested

7. Which of the following services would you like to have on an agricultural farm?

Accommodation

Pool

Food

sports fields

Transportation

Others_____

8. What kind of activities would you like to practice during your stay on an agricultural farm on the Isabela Island – Galápagos?

- | | |
|---------------------------------------|-----------------------------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Horse riding | <input type="checkbox"/> Turtle watching in nature |
| <input type="checkbox"/> Milking | <input type="checkbox"/> Cheese elaboration |
| <input type="checkbox"/> Others | <input type="checkbox"/> The elaboration of cane products |
| | <input type="checkbox"/> Sighting of endemic species |

9. Would you like to have a visit to the agricultural farm on the Isabela Island included on your package tour to the Galapagos Islands?

- Yes
 No

Why? _____

Thanks for your help!

ANEXO #5: Erupción volcan Sierra Negra.

El volcán Sierra Negra, enclavado en una de las paradisíacas Islas Galápagos en Ecuador, erupcionó lanzando flujos de lava que avanzaban con dirección al mar, sin afectar hasta el momento la vegetación y animales exóticos, dijo el domingo el Parque Nacional Galápagos.

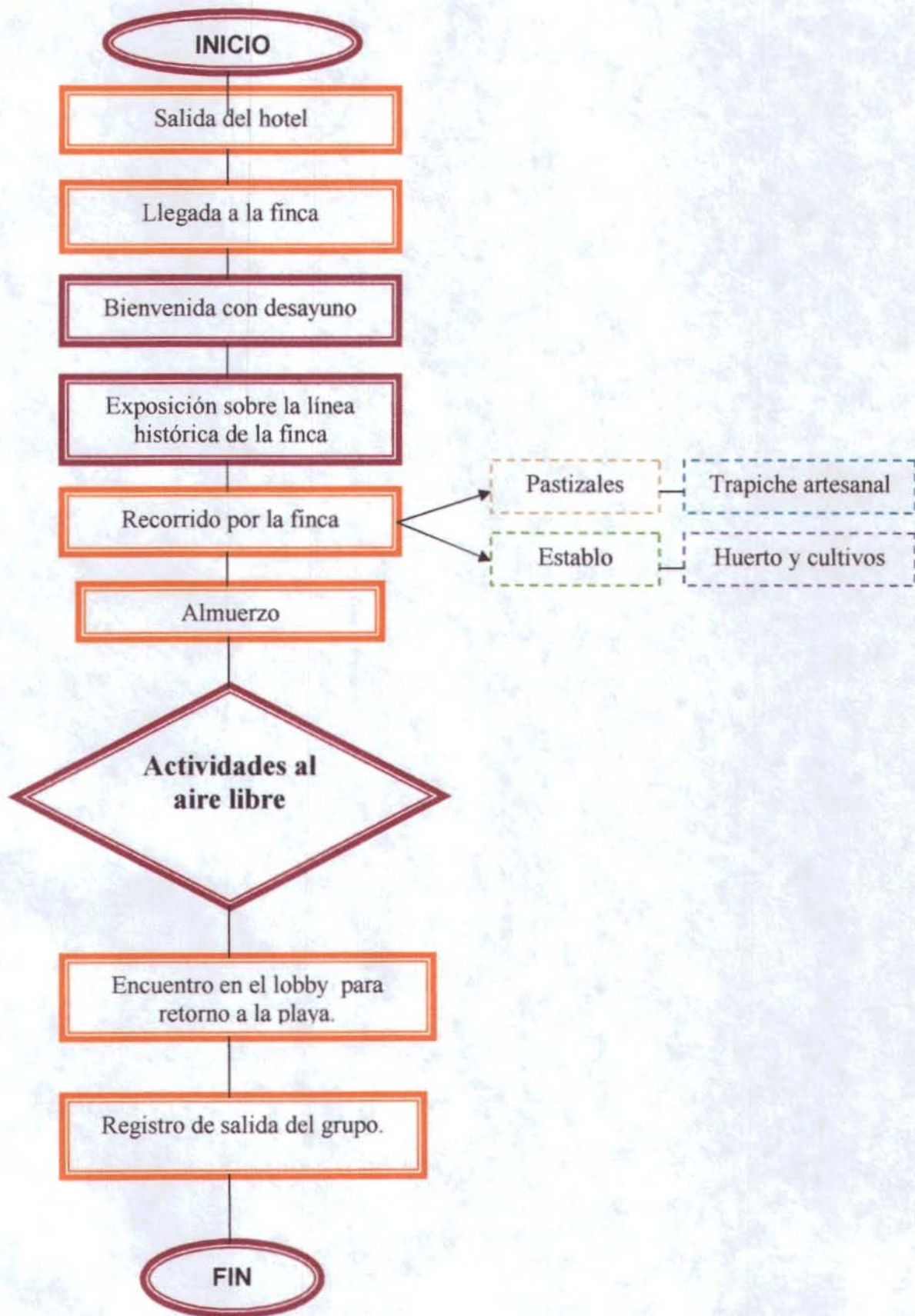
El volcán se encuentra en la isla Isabela, la más grande del archipiélago de Galápagos, situado a 1.000 kilómetros de las costas de Ecuador y considerado una de las reservas biológicas más importantes del mundo.

El proceso eruptivo se registró la noche del sábado con una columna de gas y ceniza y flujos de lava que descendían lentamente por sus laderas y que podrían llegar al mar en una semana, informó el Parque Nacional Galápagos en un comunicado. La lava surgía de una fisura cercana a la caldera principal del volcán, pero la erupción no fue violenta, por lo que la población que habita en la isla Isabela no está amenazada.

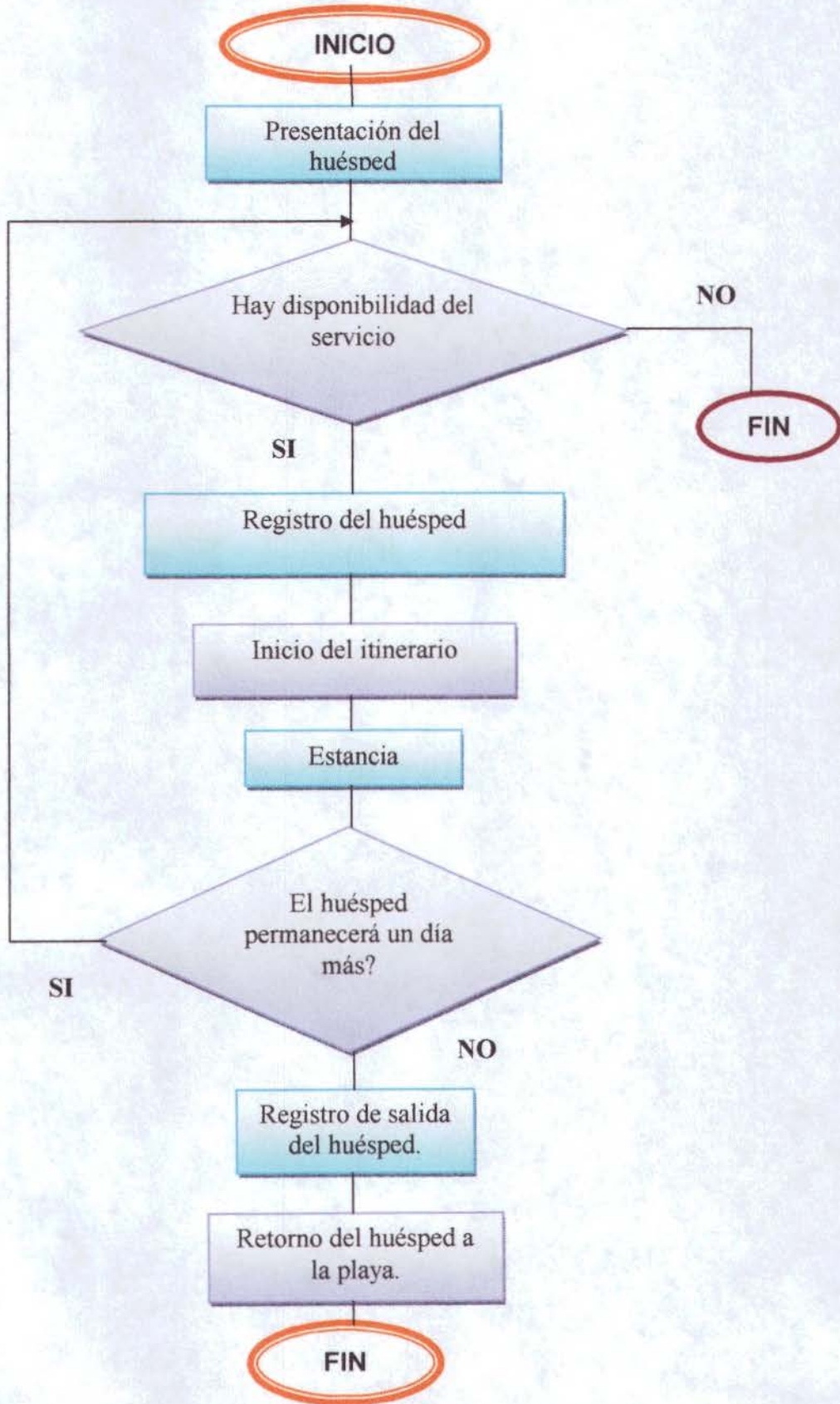


La última erupción del volcán Sierra Negra se registró en 1978, cuando también se generaron flujos de lava que no amenazaron a la población, informó el Instituto Geofísico de la Escuela Politécnica Nacional.

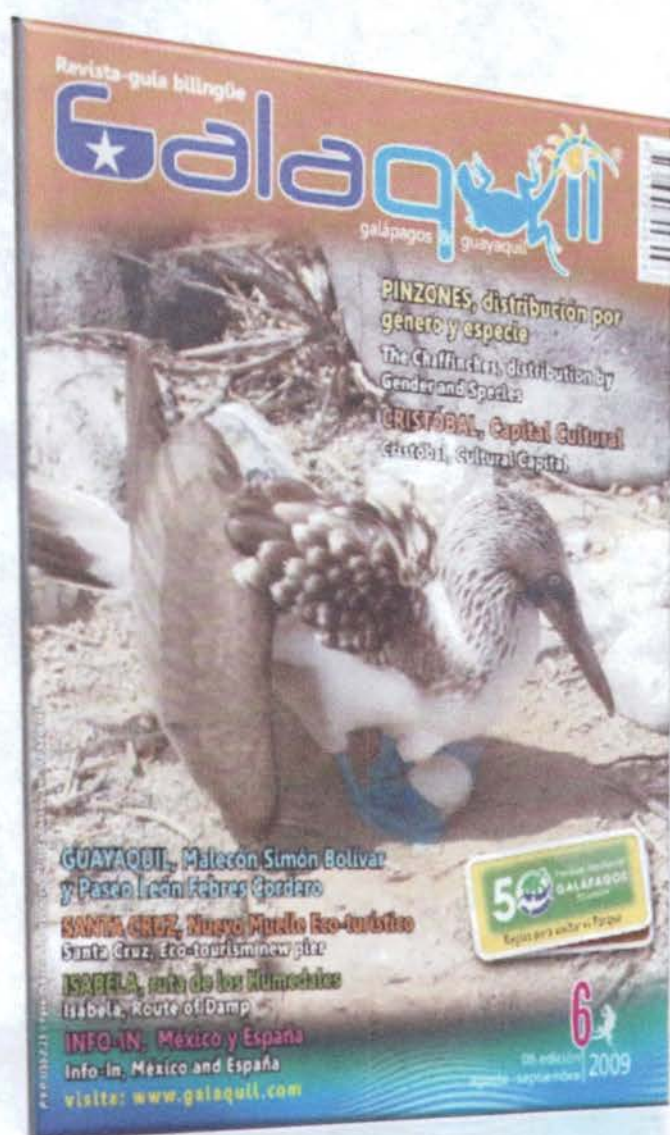
ANEXO #6: Flujo Diario



A NEXO #7: Flujo con estadia.



Anexo # 8: Promoción secundaria



Transport 

Anexo #9: Licencia Ambiental



REQUISITOS PARA OBTENER LA LICENCIA AMBIENTAL

Con la finalidad de dar cumplimiento a lo dispuesto en el Artículo 1 del Acuerdo Ministerial N° 065 publicado en el Registro Oficial N° 3 del 13 de agosto del 2009, a continuación le enumeramos los pasos que debe considerar a la hora de solicitar la Licencia Ambiental.

1. Solicitar a la Dirección del Parque Nacional Galápagos el Certificado de Intersección con las áreas protegidas de Galápagos. En el formato que se adjunta. Para el efecto deberá cancelar la tasa de 50 dólares.
2. Luego de haber recibido el Certificado de Intersección, presentar para su aprobación los Términos de Referencia (TDRs) para la elaboración del Estudio de Impacto Ambiental, los mismos que deben ser desarrollados en base a lo establecido en el Art.16 y 23 del Libro VI del Texto Unificado de Legislación Ambiental Secundaria (TULAS).
3. Una vez aprobados los TDRs, realizar el Estudio de Impacto Ambiental (EsiA), lo cual incluye un proceso de participación ciudadana.
4. Presentar el Estudio de Impacto Ambiental definitivo para el pronunciamiento pertinente.
5. Una vez que el EsiA disponga del respectivo pronunciamiento favorable, le será entregado un certificado o documento que evidencie lo anotado.
6. Por último, deberá solicitar la respectiva licencia ambiental, adjuntando lo siguiente: documento notariado de la inversión total del proyecto, póliza de seguro por el fiel cumplimiento del Plan de Manejo Ambiental y factura de las tasas por Servicios de Gestión y Calidad Ambiental.

Cabe indicar que según lo establecido en el Acuerdo Ministerial N° 068 del 25 de abril del 2010, que modifica los valores referentes a los Servicios de Gestión y Calidad Ambiental estipulados en el Ordinal V, artículo 11, Título II, Libro IX del Texto Unificado de la Legislación Ambiental Secundaria (TULAS), por cada trámite que solicite a la Dirección del Parque Nacional Galápagos, su representada deberá realizar el pago de la tasa respectiva en la oficina de recaudación (Tesorería) de la Dirección del Parque Nacional Galápagos.

En caso de tener cualquier inquietud, no dude en comunicarse con los técnicos del Departamento de Conservación y Desarrollo Sustentable-Calidad Ambiental del Parque Nacional Galápagos al teléfono 2527410, ext. 151, quienes le podrán proveer la información necesaria para solventar sus preguntas.

Santa Cruz (E): Av. Los Andes, 209 (010) 298 1111 (115) 298 1111 (115) 298 1111
San Cristóbal (E): Sorquero Moreno, 447 (010) 252 1194 (115) 252 1194
Isabela (E): Vía a 40 (010) 252 252 (115) 252 252
Azuay (E): Avenida Bolívar, 40 (010) 252 252 (115) 252 252

www.galapagos.gov.ec



Anexo # 10: Certificado de Intersección



REQUERIMIENTOS TÉCNICOS PARA OBTENER EL CERTIFICADO DE INTERSECCIÓN

Con la finalidad de viabilizar el proceso de licenciamiento ambiental, le enumero los datos que debe considerar a la hora de solicitar el Certificado de Intersección.

El proponente debe presentar una carta dirigida al Director del Parque Nacional Galápagos, en la que solicita el Certificado de Intersección con las áreas protegidas de Galápagos. Esta solicitud deberá incluir entre otros aspectos:

- a. Fecha de la solicitud del Certificado de Intersección
- b. Razón Social del Proponente
- c. Apellidos y Nombres del Representante Legal (Persona Jurídica)
- d. Dirección:
Ciudad
Calle N°.
Teléfono N°.
E-mail
- e. Nombre del Proyecto
- f. Copia de cédula y papeleta de votación del proponente o representante legal del proyecto.
- g. Actividad y una breve descripción del proyecto; es necesario que indique si el proyecto se encuentra en operación (hotel en funcionamiento) o está en fase de implementación (hotel a ser construido), esto permitirá proveer la viabilidad técnico-legal de su propuesta, así como cumplir con la normativa ambiental vigente.
- h. Ubicación del Proyecto en coordenadas UTM Datum WGS 84, Zona 15 Sur; si el número de coordenadas sobrepasa los 10 registros se debe enviar en archivo digital en formato Excel.
- i. Presentar comprobante de pago de la tasa respectiva (50 dólares); el pago de referencia podrá realizarlo en la Oficina de Recaudación (Tesorería) de la Dirección del Parque Nacional Galápagos o en cualquiera de nuestras Oficinas Técnicas.
- j. La solicitud debe ser suscrita por el representante legal en caso de ser una persona jurídica y por el proponente en caso de las personas naturales.

www.galapagos-park.org

Santa Cruz: P.O. Av. Santa Fe 101, 01002 2561 1805/1190. Correo Postal: 11281156, info@parquenacional.org.ec
San Cristóbal: P.O. Argemón 500 metros, San Cristóbal, 01002 2529 1018/1177. Correo Postal: 11281156, info@parquenacional.org.ec
Isabela: P.O. Yumbá, Tel: 0941 05 2527 773. Correo Postal: 11281156, info@parquenacional.org.ec
Floreana: P.O. Wetzlar, Exenta Tel: 0941 05 024 007. info@parquenacional.org.ec
Tel: +593 99 522 222



Anexo #11: Requisitos del Municipio de Pto. Villamil

REQUISITOS PARA OBTENCION DE PATENTE MUNICIPAL OPERADORES TURÍSTICOS

- COPIA COLOR DE CEDULA DE IDENTIDAD.
- COPIA COLOR DEL CARNET DE VOTACION.
- COPIA COLOR CARNET DE RESIDENCIA.
- COPIA RUC.
- COPIA PERMISO DE FUNCIONAMIENTO DEL MINISTERIO DE SALUD.
- COPIA DEL CERTIFICADO DEL REGISTRO EN EL MINISTERIO DE TURISMO.
- COPIA PERMISO CUERPO DE BOMBEROS.
- INVENTARIO DE BIENES.
- SOLICITUD DE PATENTE (TESORERIA).
- CERTIFICADO DE NO ADEUDAR AL MUNICIPIO.

REQUISITOS PARA LICENCIA UNICA ANUAL DE FUNCIONAMIENTO

- SOLICITUD DIRIGIDA AL ALCALDE.
- COPIA DEL CERTIFICADO DE REGISTRO DEL MINTUR.
- COPIA PATENTE ANUAL MUNICIPAL.
- COPIA RUC.
- LISTA DE PRECIOS.
- COPIA CERTIFICADO DEL 1X1000 OTORGADO POR EL MINTUR.
- PAGO DE LICENCIA AÑO 2011.
- COPIA CONTRATO DE ARRENDAMIENTO O TITULO DE PROPIEDAD DEL ESTABLECIMIENTO.
- COPIA DE CERTIFICADO DE SALUD Y SANIDAD ACTUAIZADO.
- COPIA DEL PERMISO DEL CUERPO DE BOMBEROS
- CERTIFICADO DE NO ADEUDAR AL MUNICIPIO.

LVAF