



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

**“DISEÑO DE LA RUTA TURÍSTICA DEL CAFÉ EN EL CANTÓN  
SANTA CRUZ, PROVINCIA DE GALÁPAGOS”**

**TRABAJO DE TITULACIÓN**  
**PROYECTO DE INVESTIGACIÓN PARA TITULACIÓN DE GRADO**

**PRESENTADA COMO REQUISITO PARCIAL PARA OBTENER  
EL TÍTULO DE INGENIERA EN ECOTURISMO**

**YADIRA ESPERANZA MERECE SUIN**

**RIOBAMBA – ECUADOR**

**2017**

## HOJA DE CERTIFICACIÓN

EL TRIBUNAL DE TESIS CERTIFICA QUE: El trabajo de investigación titulado **“DISEÑO DE LA RUTA TURÍSTICA DEL CAFÉ EN EL CANTÓN SANTA CRUZ, PROVINCIA DE GALÁPAGOS”** de responsabilidad de la señora egresada **Yadira Esperanza Merecí Suin**, ha sido revisada quedando autorizada su presentación y defensa.

### TRIBUNAL DE TESIS

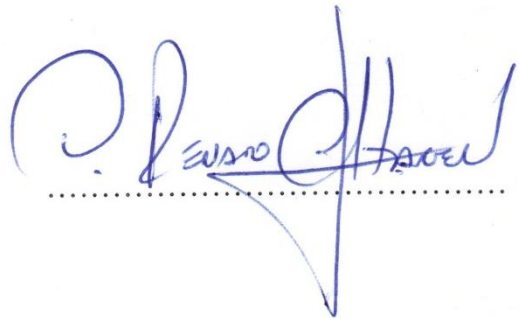
Ing. Catalina Margarita Verdugo Bernal

**DIRECTORA**



Ing. Carlos Renato Chávez Velásquez

**MIEMBRO**



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

**Riobamba, junio 2017**

## DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Yo Yadira Esperanza Merecí Suin, declaro que el presente trabajo de titulación es de mi autoría y que los resultados del mismo son auténticos y originales.

Los textos constantes y el documento que provienen de otra fuente están debidamente citados y referenciados.

Como autora asumo la responsabilidad legal y académica de los contenidos de este trabajo de titulación.

Riobamba, 30 de junio de 2017



.....  
Yadira Esperanza Merecí Suin  
C.I. 1104783996

## DEDICATORIA

Esta tesis va dedicada en primer lugar a mi Señor Jesús, por haberme brindado sabiduría, fortaleza, entendimiento y amor en cada paso, para poder culminar con éxito esta etapa de mi vida.

A mi amado esposo Vinicio Silva quien con su paciencia y amor, me ha brindado su apoyo durante toda mi carrera, dándome consejos de aliento para no decaer en momentos decisivos de mi vida, a mis princesas Denisse y Briggithe que son el mejor regalo que Dios y la vida me ha proporcionado, siendo la alegría de mi vida, son la razón para seguir adelante.

Dedico también a mis queridos padres Gonzalo Merecí y Josefina Suin, ya que siempre que pudieron me guiaron y siempre han sido ejemplo de amor y de paciencia para con las personas que me rodean, por los valores y principios que me han inculcado para seguir adelante y triunfar, buscando siempre lo mejor para mi vida.

## **AGRADECIMIENTO**

Agradezco muy profundamente a la prestigiosa Escuela Superior Politécnica de Chimborazo y a mí querida Escuela de Ecoturismo- Facultad de Recursos Naturales, también como no agradecer, a sus excelentes docentes que me han brindado la oportunidad de formarme como profesional.

A mi directora y miembro de tesis, a la Ing. Catalina Verdugo y al Ing. Carlos Chávez, quienes con su valioso conocimiento y amplia experiencia me han guiado en la elaboración y culminación de esta gran meta.

A los funcionarios de GAD Municipal Santa Cruz, que se dieron el tiempo para atenderme y facilitarme la información respectiva para la elaboración del proyecto.

A mi esposo y a mis padres, por brindarme su apoyo en la toma de decisión para formarme una profesional, desde que inicie hasta que termine con mi meta. Gracias por estar siempre a mi lado, Los amo.

**Yadira**

## Contenido

<b>II. INTRODUCCIÓN</b>	<b>1</b>
<b>A. JUSTIFICACIÓN</b>	<b>2</b>
<b>B. OBJETIVOS</b>	<b>3</b>
1. Objetivo general	3
2. Objetivos específicos	3
<b>C. HIPÓTESIS</b>	<b>4</b>
1. Hipótesis de trabajo	4
2. Sostenibilidad	7
3. Sustentabilidad	7
4. Ecoturismo	8
5. Producto turístico	8
6. Sistema turístico	9
7. Patrimonio Cultural	10
8. Patrimonio Natural	10
9. Ruta	10
10. Ruta Turística	11
11. Rutas emblemáticas	12
<b>A. EVALUACIÓN DEL POTENCIAL TURÍSTICO</b>	<b>14</b>
1. Diagnóstico de potencialidad turística	15
2. Análisis del potencial turístico del área	16
8. Matriz FODA	21
<b>B. ESTUDIO DE MERCADO</b>	<b>23</b>
1. Definición de estudio de mercado	23
2. Mercado	24
3. Oferta turística	25
4. Competencia	26
5. Demanda turística	26
6. Confrontación oferta y demanda	28
7. Estrategias de comercialización y difusión	30
<b>C. ESTUDIO TÉCNICO</b>	<b>32</b>
1. Ruta turística	32
2. Estructuración del estudio técnico	33
<b>D. ESTUDIO LEGAL Y ADMINISTRATIVO</b>	<b>35</b>
1. Marco Legal	36
2. Organigrama	36
3. Organización	36
4. Manual de funciones	36
<b>E. ESTUDIO AMBIENTAL</b>	<b>37</b>
1. Estudio ambiental	37
2. Matriz de Lázaro Lagos	37
<b>F. ESTUDIO ECONÓMICO – FINANCIERO</b>	<b>40</b>
1. Análisis Económico	40
2. Análisis Financiero	41

<b>IV. MATERIALES Y MÉTODOS .....</b>	<b>44</b>
<b>A. CARACTERIZACIÓN DEL LUGAR.....</b>	<b>44</b>
1. Localización .....	44
2. Ubicación geográfica .....	44
3. Características climáticas .....	45
4. Clasificación ecológica .....	45
<b>B. MATERIALES Y EQUIPOS.....</b>	<b>46</b>
1. Materiales .....	46
2. Equipos.....	47
<b>C. METODOLOGÍA .....</b>	<b>47</b>
1. Evaluar el potencial turístico del cantón Santa Cruz .....	47
2. Estudio de mercado .....	48
3. Estudio técnico para la operación de la ruta turística del café .....	50
4. Estudio legal y administrativo para la operación de la ruta .....	53
5. Determinar la factibilidad socio-ambiental de la ruta turística .....	53
6. Determinar la viabilidad económica y financiera de la ruta .....	54
<b>V. RESULTADOS .....</b>	<b>55</b>
<b>A. EVALUACIÓN DEL POTENCIAL TURÍSTICO DEL CANTÓN SANTA CRUZ .....</b>	<b>55</b>
1. Ámbito físico espacial.....	55
2. Ámbito socio-cultural.....	57
3. Ámbito ecológico territorial.....	72
7. Ámbito económico productivo.....	82
8. Ámbito Político administrativo .....	84
9. Inventario de atractivos turísticos del cantón santa cruz.....	87
10. Análisis FODA .....	144
<b>B. ESTUDIO DE MERCADO.....</b>	<b>148</b>
1. Análisis de la demanda turística.....	148
2. Análisis de la oferta turística.....	168
3. Confrontación demanda vs oferta .....	194
<b>C. ESTUDIO TÉCNICO DE LA RUTA TURÍSTICA DEL CAFÉ .....</b>	<b>197</b>
1. Identificación de la ruta.....	197
2. Identificación y caracterización de los sitios promisorios de la ruta .....	198
3. Identificación de la planta turística de la ruta .....	199
4. Propuesta de empaquetamiento.....	199
5. Diseño del sistema de señalización y señalética .....	206
7. Estrategias de comercialización y difusión .....	211
<b>B. ESTUDIO LEGAL Y ADMINISTRATIVO PARA LA OPERACIÓN DE LA RUTA.....</b>	<b>215</b>
1. Marco legal.....	215
2. Organigrama estructural para la operación de la ruta turística del café, Asociación de Productores Cafetaleros de Galápagos (APCGAL).....	226
<b>C. DETERMINAR LA FACTIBILIDAD SOCIO AMBIENTAL DE LA RUTA TURÍSTICA EN BASE A LA MATRIZ DE LÁZARO LAGOS. ....</b>	<b>230</b>
1. Evaluación del impacto ambiental .....	230
2. Matriz de impactos ambientales.....	233

<b>D. DETERMINAR LA VIABILIDAD ECONÓMICA Y FINANCIERA DE LA RUTA .....</b>	<b>240</b>
1. Análisis económico .....	240
5. Análisis financiero .....	248
<b>VI. CONCLUSIONES .....</b>	<b>250</b>
<b>VII. RECOMENDACIONES .....</b>	<b>251</b>
<b>VIII. RESUMEN.....</b>	<b>252</b>
<b>IX. SUMMARY .....</b>	<b>253</b>
<b>X. BIBLIOGRAFÍA .....</b>	<b>254</b>
<b>XI. ANEXOS.....</b>	<b>260</b>
<b>A. ANEXO N° 1.....</b>	<b>260</b>
1. Ingreso de turistas extranjeros y nacionales, año 2014.....	260
<b>B. ANEXO N° 2.....</b>	<b>261</b>
1. Encuestas para turistas nacionales y extranjeros.....	261
2. Encuestas para turistas nacionales y extranjeros.....	263
<b>C. ANEXO N° 3.....</b>	<b>265</b>
1. Pasteles interpretativos de las encuestas realizadas a los turistas extranjeros	265
2. Pasteles interpretativos de las encuestas realizadas a los turistas nacionales	275

### LISTA DE TABLAS

<b>Tabla 1.</b> Natalidad del cantón.....	60
<b>Tabla 2.</b> Tasa de Mortalidad General del cantón Santa Cruz .....	61
<b>Tabla 3.</b> Género .....	149
<b>Tabla 4.</b> Edad .....	149
<b>Tabla 5.</b> Estado civil.....	150
<b>Tabla 6.</b> Nivel de Instrucción .....	150
<b>Tabla 7.</b> Ocupación .....	151
<b>Tabla 8.</b> Nacionalidad .....	151
<b>Tabla 9.</b> Residencia actual.....	152
<b>Tabla 10.</b> Viaje a Santa Cruz.....	153
<b>Tabla 11.</b> Medios de información .....	153
<b>Tabla 12.</b> Con quién viaja .....	153
<b>Tabla 13.</b> Motivo de visita .....	154
<b>Tabla 14.</b> Tiempo de permanencia .....	154
<b>Tabla 15.</b> Rutas turísticas existentes en Ecuador .....	155
<b>Tabla 16.</b> Frecuencia de actividades turísticas .....	155
<b>Tabla 17.</b> Como organiza sus viajes.....	156
<b>Tabla 18.</b> Interés en conocer una ruta turística de café .....	156
<b>Tabla 19.</b> Actividades que le gustaría hacer en la ruta turística de café.....	156
<b>Tabla 20.</b> Servicios que le gustaría incluir en la ruta turística de café .....	157
<b>Tabla 21.</b> Cuanto pagaría por los servicios por persona.....	157
<b>Tabla 22.</b> Género .....	159
<b>Tabla 23.</b> Edad .....	159
<b>Tabla 24.</b> Estado civil.....	160
<b>Tabla 25.</b> Nivel de Instrucción .....	160
<b>Tabla 26.</b> Ocupación .....	160
<b>Tabla 27.</b> Nacionalidad .....	161



<b>Tabla 28.</b> Residencia actual.....	161
<b>Tabla 29.</b> Viaje a Santa Cruz.....	162
<b>Tabla 30.</b> Medios de información .....	162
<b>Tabla 31.</b> Con quién viaja .....	163
<b>Tabla 32.</b> Motivo de visita .....	163
<b>Tabla 33.</b> Tiempo de permanencia .....	164
<b>Tabla 34.</b> Rutas turísticas existentes en Ecuador .....	164
<b>Tabla 35.</b> Frecuencia de actividades turísticas .....	164
<b>Tabla 36.</b> Como organiza sus viajes.....	165
<b>Tabla 37.</b> Interés en conocer una ruta turística de café .....	165
<b>Tabla 38.</b> Actividades que le gustaría hacer en la ruta turística de café.....	165
<b>Tabla 39.</b> Servicios que le gustaría incluir en la ruta turística de café .....	166
<b>Tabla 40.</b> Cuanto pagaría por los servicios por persona por día .....	167
<b>Tabla 41.</b> Sistema turístico de la ruta del cacao de Guayaquil .....	192
<b>Tabla 42.</b> Proyección de la competencia .....	194
<b>Tabla 43.</b> Proyección de la demanda potencial para los próximos 5 años. ....	195
<b>Tabla 44.</b> Demanda insatisfecha proyectada .....	195
<b>Tabla 45.</b> Demanda objetivo .....	195
<b>Tabla 46.</b> Costos de los servicios por persona y por día .....	204
<b>Tabla 47.</b> Costos del paquete "Ruta del café, Aventura y Cultura" .....	204
<b>Tabla 48.</b> Costos del paquete "Ruta del café, conocimiento extraordinario" .....	205
<b>Tabla 49.</b> Resumen de los paquetes .....	206
<b>Tabla 50.</b> Matriz de la normativa para el funcionamiento del proyecto.....	215
<b>Tabla 51.</b> Funciones de los diferentes miembros que forman el organigrama estructural .....	227
<b>Tabla 52.</b> Matriz de impactos Ambientales Lázaro Lagos. ....	234
<b>Tabla 53.</b> Matriz de cuantificación de impactos.....	236
<b>Tabla 54.</b> Medidas de mitigación .....	238
<b>Tabla 55.</b> Activos fijos .....	240
<b>Tabla 56.</b> Activos Diferidos .....	241
<b>Tabla 57.</b> Depreciación .....	242
<b>Tabla 58.</b> Amortizaciones de activos diferidos del área productiva.....	242
<b>Tabla 59.</b> Remuneración Personal.....	243
<b>Tabla 60.</b> Resumen de la inversión .....	244
<b>Tabla 61.</b> Financiamiento del proyecto .....	244
<b>Tabla 62.</b> Cálculo de pago de la deuda.....	245
<b>Tabla 63.</b> Costos y gastos.....	245
<b>Tabla 64.</b> Ingresos .....	246
<b>Tabla 65.</b> Estado de resultados.....	246
<b>Tabla 66.</b> Flujo de caja.....	247
<b>Tabla 67.</b> Rentabilidad del proyecto .....	248
<b>Tabla 68.</b> Periodo de recuperación.....	248

### LISTA DE CUADROS

<b>Cuadro 1.</b> Características climáticas del cantón Santa Cruz .....	45
<b>Cuadro 2.</b> Coordenadas UTM.....	55
<b>Cuadro 3.</b> Límites del cantón Santa Cruz.....	56
<b>Cuadro 4.</b> División Política y administrativa de Santa Cruz. ....	57
<b>Cuadro 5.</b> Escuelas y colegios del cantón Santa Cruz.....	59
<b>Cuadro 6.</b> Matriz del sistema de Gestión de residuos y reciclaje .....	63
<b>Cuadro 7.</b> Horario de recolección en el Cantón .....	64

<b>Cuadro 8.</b> Transporte en Santa Cruz.....	66
<b>Cuadro 9.</b> Combustibles utilizados.....	70
<b>Cuadro 10.</b> Tradiciones y costumbres de Santa Cruz.....	71
<b>Cuadro 11.</b> Lista de la flora de Santa Cruz.....	77
<b>Cuadro 12.</b> Lista de especies más representativa de Santa Cruz.....	79
<b>Cuadro 13.</b> Actores involucrados en la Gestión Territorial de Santa Cruz.....	85
<b>Cuadro 14.</b> Resumen de los atractivos turísticos del cantón Santa Cruz.....	141
<b>Cuadro 15.</b> Matriz del análisis FODA de la infraestructura del cantón Santa Cruz...	144
<b>Cuadro 16.</b> Matriz del análisis FODA de atractivos y actividades turísticas del cantón Santa Cruz.....	145
<b>Cuadro 17.</b> Matriz del análisis FODA de la planta turística del cantón Santa Cruz ..	146
<b>Cuadro 18.</b> Matriz del análisis FODA de la superestructura del cantón Santa Cruz..	147
<b>Cuadro 19.</b> Modalidades de turismo que presenta Santa Cruz.....	168
<b>Cuadro 20.</b> Modalidades turísticas de operaciones turísticas en la provincia de Galápagos.....	169
<b>Cuadro 21.</b> Agencias de viaje y operadoras turísticas existentes en el cantón Santa Cruz.....	170
<b>Cuadro 22.</b> Clasificación y categorización de los establecimientos de alojamiento para el Régimen Especial para Galápagos.....	170
<b>Cuadro 23.</b> Establecimientos de hospedaje del cantón.....	172
<b>Cuadro 24.</b> Embarcaciones que prestan el servicio de alojamiento y transporte en Santa Cruz.....	182
<b>Cuadro 25.</b> Transporte terrestre turístico.....	187
<b>Cuadro 26.</b> Establecimientos que presentan el servicio de Alimentación y bebidas...	187
<b>Cuadro 27.</b> Establecimientos de recreación.....	190
<b>Cuadro 28.</b> Identificación de atractivos con las respectivas actividades.....	199
<b>Cuadro 29.</b> Paquete N° 1.....	200
<b>Cuadro 30.</b> Paquete N° 2.....	202
<b>Cuadro 31.</b> Estrategias de difusión.....	214

### **LISTA DE FICHAS**

<b>Ficha 1.</b> Laguna Las Ninfas .....	87
<b>Ficha 2.</b> Playa los alemanes .....	90
<b>Ficha 3.</b> Playa Tortuga Baya .....	93
<b>Ficha 4.</b> Las Grietas.....	96
<b>Ficha 5.</b> Los Gemelos.....	99
<b>Ficha 6.</b> Playa La Estación .....	102
<b>Ficha 7.</b> Playa “El Garrapatero” .....	105
<b>Ficha 8.</b> Túneles del Amor .....	108
<b>Ficha 9.</b> Rancho El Chato.....	111
<b>Ficha 10.</b> Rancho Primicias.....	114
<b>Ficha 11.</b> Cerro media luna, Crocker y Puntudo .....	117
<b>Ficha 12.</b> Malecón Gus Angermeyer .....	121
<b>Ficha 13.</b> Mercado artesanal .....	124
<b>Ficha 14.</b> El Trapiche .....	127
<b>Ficha 15.</b> Muelle de los pescadores.....	130
<b>Ficha 16.</b> Centro de Crianza de Tortugas Gigantes Fausto Llerena.....	133
<b>Ficha 17.</b> Museo de Arte Precolombino de Realidad Amentada del Ecuador .....	137

## LISTA DE GRÁFICOS

<b>Gráfico 1.</b> Vallas identificando la parroquia.....	207
<b>Gráfico 2.</b> Vallas identificando la ruta.....	207
<b>Gráfico 3.</b> Soportes que identifiquen la distancia y el lugar.....	208
<b>Gráfico 4.</b> Aplicación gráfica, para cada una de las fincas cafetaleras.....	208
<b>Gráfico 5.</b> Pictograma, Agroturismo.....	208
<b>Gráfico 6.</b> Pictograma, Agroturismo.....	209
<b>Gráfico 7.</b> Pictograma, No arrojar basura.....	209
<b>Gráfico 8.</b> Pictograma, Área protegida.....	209
<b>Gráfico 9.</b> Logotipo que identifica la Ruta.....	211
<b>Gráfico 10.</b> Género.....	248
<b>Gráfico 11.</b> Género.....	265
<b>Gráfico 12.</b> Edad.....	265
<b>Gráfico 13.</b> Estado civil.....	266
<b>Gráfico 14.</b> Nivel de instrucción.....	266
<b>Gráfico 15.</b> Ocupación.....	267
<b>Gráfico 16.</b> Nacionalidad.....	267
<b>Gráfico 17.</b> Residencia actual.....	268
<b>Gráfico 18.</b> Es la primera vez que viaja a Santa Cruz.....	269
<b>Gráfico 19.</b> Medios en los que se informaron.....	269
<b>Gráfico 20.</b> Con quien viaja a Santa Cruz.....	270
<b>Gráfico 21.</b> Motivo de visita al cantón.....	270
<b>Gráfico 22.</b> Tiempo de permanencia en el cantón.....	271
<b>Gráfico 23.</b> Conocimiento de alguna ruta turística en el Ecuador.....	271
<b>Gráfico 24.</b> Frecuencia con la que realiza actividades turísticas.....	272
<b>Gráfico 25.</b> Como organiza sus viajes.....	272
<b>Gráfico 26.</b> Le gustaría conocer una ruta de café dentro de la isla.....	273
<b>Gráfico 27.</b> Actividades que le gustaría realizar dentro de la ruta turística.....	273
<b>Gráfico 28.</b> Servicio con los que contará la ruta turística.....	274
<b>Gráfico 29.</b> Pago por los servicios por persona que adquirirá en la ruta.....	274
<b>Gráfico 30.</b> Género.....	275
<b>Gráfico 31.</b> Edad.....	275
<b>Gráfico 32.</b> Estado civil.....	276
<b>Gráfico 33.</b> Nivel de instrucción.....	276
<b>Gráfico 34.</b> Ocupación.....	277
<b>Gráfico 35.</b> Nacionalidad.....	277
<b>Gráfico 36.</b> Residencia actual.....	278
<b>Gráfico 37.</b> Es la primera vez que viaja a Santa Cruz.....	278
<b>Gráfico 38.</b> Medios en los que se informaron sobre la isla.....	279
<b>Gráfico 39.</b> Con quien visita el cantón Santa Cruz.....	279
<b>Gráfico 40.</b> Motivo por el cual visita el cantón.....	280
<b>Gráfico 41.</b> Tiempo de permanencia en el cantón.....	280
<b>Gráfico 42.</b> Conoce alguna ruta turística en el Ecuador.....	281
<b>Gráfico 43.</b> Frecuencia con la que realiza actividades turísticas.....	281
<b>Gráfico 44.</b> Como organiza sus viajes.....	282
<b>Gráfico 45.</b> Le gustaría visitar una ruta turística del café dentro del cantón.....	282
<b>Gráfico 46.</b> Actividades que le gustaría realizar dentro de la ruta turística.....	283

<b>Gráfico 47.</b> Servicios con los que le gustaría contar en la ruta turística .....	283
<b>Gráfico 48.</b> Pago por los servicios por persona que estarán en la ruta .....	283

## **I. DISEÑO DE LA RUTA TURÍSTICA DE CAFÉ EN EL CANTÓN SANTA CRUZ, PROVINCIA DE GALÁPAGOS**

### **II. INTRODUCCIÓN**

En la actualidad el turismo a nivel mundial es catalogado como uno de los sectores más representativos de la economía, son diversos los aspectos en los cuales contribuye, en la aportación al Producto Interior Bruto (PIB) con el 10%, el 6% por exportación y comercio, además mueve al año más de 1,4 billones de dólares. (Organización Mundial de Turismo, 2015).

Las llegadas de turistas internacionales en el mundo crecieron un 4,3% en 2014 hasta alcanzar a los 1.133 millones. Por otra parte la Organización Mundial de Turismo prevé un crecimiento en llegadas de turistas internacionales de entre 3% y 4% en el 2015.

En Ecuador mostró un crecimiento en las llegadas de extranjeros en el 2014. Para los primeros días de diciembre, se superó el 1'500.000 viajeros, marcando así un hito histórico en la cifra de visitantes que han arribado al país de los cuatro mundos. Este número significa un incremento sostenido del 14% con respecto al año 2013 en el que arribaron 1'364.000.057 turistas.

El turismo tuvo su aparición en el Ecuador en la década de los cincuenta cuando específicamente en la región insular, llegaron los primeros turistas extranjeros, producto de que las islas posee innumerables zonas de gran atractivo turístico y muestras representativas de fenómenos naturales, como: adaptación, evolución, endemismo, mansedumbre y ecosistemas frágiles.

Por lo que, en las islas Galápagos se ha incrementado en grandes proporciones desde 1970, actualmente la cifra de visitantes a Galápagos llega cerca de los 200.000 turistas por año.

De acuerdo con la Agenda para el Buen Vivir (2010), elaborada por la Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo (SENPLADES), las actividades económicas realizadas en Galápagos se han basado históricamente en la explotación de sus recursos naturales, y se asocian principalmente a los sectores pesca, turismo y ciencia que hacen uso de los valores y condiciones ecológicas y paisajísticas del lugar (CGREG, 2015).

Santa Cruz es la más poblada de todas las islas existente en Galápagos, es la sed de la Estación Charles Darwin y el Parque Nacional, las mismas que se encargan de la conservación de los ecosistemas de Galápagos, provee conocimientos y apoyo para asegurar la conservación de la biodiversidad de las Islas a través de la investigación científica y acciones complementaria (PNG, 2015).

La isla cuenta con variados atractivos turísticos, como: playas, rasgos geológicos (túneles y cráteres de lava), especies endémicas de flora y fauna terrestres y marinas; existiendo varios tipos de turismo para explotar estos recursos, entre ellos: agro ecoturismo, turismo náutico, turismo de aventura y otras modalidades permitidas dentro del marco legal como: avistamiento de aves, pesca vivencial, buceo, surf, snorkel, kayak, ciclo rutas (PNG, 2015).

Considerando que el diseño de una ruta turística del café, es una vía para enlazar y dar a conocer diferentes lugares valiosos que existen en la isla, así mismo para potencializar la actividad turística local, generando fuentes de empleo e incremento de ingresos, elimina los prejuicios que se tiene para con el lugar que visitan, fomenta el interés cultural, todo esto para intentar mejorar la calidad de vida de la población.

## **A. JUSTIFICACIÓN**

La presente investigación está dirigida a las fincas productoras de café del Cantón Santa Cruz, las mismas que no se desarrollan positivamente en el ámbito turístico porque presentan varios factores negativos como: el ingreso y la comercialización de café a granel a las islas provenientes de diversos mercados nacionales e internacionales bajo la marca Galápagos; desconocimiento en los visitantes del proceso de la elaboración del café; falta de un plan de manejo para los caficultores, falta de organización y planificación por parte de los productores; mano de obra calificada; plagas introducidas (roya); poco incentivos económicos; abandono de las fincas de café por los productores, falta de un espacio físico para el proceso de secado del producto. Estos factores negativos presentes no permiten un adecuado desarrollo turístico sostenible.

El Instituto Ecuatoriano de la Propiedad Intelectual, (2015), expresa que: El café de Galápagos es la tercera marca de “DENOMINACIÓN DE ORIGEN” que tiene el país y se posiciona como uno de los mejores del mundo.

Aprovechando la denominación de origen del café y con el objetivo de seguir impulsando el turismo sostenible en las zonas vulnerables de Santa Cruz, se destaca la importancia de crear el proyecto de investigación teórica-práctica, DISEÑO DE LA RUTA TURÍSTICA DEL CAFÉ, mismo que servirá para promover la participación de los sectores rurales (finqueros).

Con el diseño de la ruta turística del café, las personas encontrarán más posibilidades de trabajar en sus propia parroquias mediante la explotación de este recurso a si mismo de sus atractivos naturales y sus capacidades, lo que se espera es mejorar las condiciones del turismo en el sector ya que muchos de los visitantes no llegan a conocer toda la zona por falta de promoción.

Mediante el numeral cinco de las políticas de Turismo del PLANDETUR 2020, en el cual señala que: “Se optimiza las oportunidades que el ejercicio de las actividades turísticas puede generar como aporte significativo al desarrollo productivo, social y ambiental; por lo que se busca la mejora de la calidad de vida de los residentes en los destinos turísticos mediante la dinamización de las cadenas de valor integradas”.

Según Ruiz & Solís, (2007), definen que: “Las rutas turísticas son consideradas como el eje o la vía a seguir que sirve de base para la creación de itinerarios al interior de la misma, están sujetas a ciertas variables y tiene como finalidad facilitar la visita a un atractivo; de la misma manera los circuitos turísticos son un conjunto de atractivos que contemplan de forma articulada y programada recursos naturales, culturales y humanos, lo que se convierte en el punto de inicio y final de un recorrido”.

## **B. OBJETIVOS**

### **1. Objetivo general**

Diseñar la ruta turística del café en el cantón Santa Cruz, provincia de Galápagos.

### **2. Objetivos específicos**

- a. Evaluar el potencial turístico del cantón Santa Cruz, para el diseño de la ruta turística del café.
- b. Elaborar el estudio de mercado de la ruta del café en el cantón Santa Cruz.
- c. Establecer el estudio técnico de la ruta turística del café.
- d. Elaborar el estudio legal y administrativo de la ruta.
- e. Determinar la factibilidad socio ambiental de la ruta turística en base a la matriz de Lázaro Lagos.
- f. Determinar la viabilidad económica y financiera de la ruta.

## **C. HIPÓTESIS**

### **1. Hipótesis de trabajo**

El diseño de la ruta turística del café contribuirá a la diversificación de la oferta turística del cantón, para seguir aportando al desarrollo de nuevas actividades de producción, permitiendo no solo el crecimiento económico sino que también mejorara la calidad de vida.



### **III. REVISIÓN BIBLIOGRÁFICA**

#### **A. TÉRMINOS GENERALES**

##### **1. Turismo**

La Organización Mundial del Turismo, (2007), define que, “El turismo es un fenómeno social, cultural y económico relacionado con el movimiento de las personas a lugares que se encuentran fuera de su lugar de residencia habitual por motivos personales o de negocios/profesionales”.

##### **a. Tipos de turismo**

Según Gonzales, (2012), explica que los tipos de turismo son:

##### **1) Turismo de descanso o de sol y de playa**

Es un producto propio de la sociedad urbana e industrial cuyas características principales son entre otras un turismo de gran escala, concentrado desde el punto de vista de la oferta y masificado desde el punto de vista de la demanda.

##### **2) Turismo Científico**

El objetivo principal del viajero que elige este tipo de turismo es abrir más sus fronteras para la investigación en esta área, ampliar y complementar sus conocimientos.

##### **3) Turismo de Aventura**

Es otra de las modalidades del turismo alternativo, y sin duda alguna una de las formas que mayores expectativas genera a su alrededor.

##### **4) Turismo Cultural**

Corresponde a los viajes que se realizan con el deseo de ponerse en contacto con otras culturas y conocer más de su identidad.

### **5) Turismo Histórico**

Es aquel que se realiza en aquellas zonas cuyo principal atractivo es su valor histórico.

### **6) Turismo Religioso**

A diferencia de todos los demás segmentos del mercado turístico, tiene como motivación fundamental la fe.

En la actualidad las ciudades santas que históricamente han sido objeto de peregrinaje como Jerusalén, La Meca o Roma siguen siendo importantes puntos de referencia del sector.

### **7) Turismo Gastronómico**

Otra de las motivaciones al momento de desplazarse puede ser el deleitar el paladar y conocer los platos típicos de las regiones.

### **8) Turismo rural**

Según la OMT, (2005), turismo rural se define como “las actividades turísticas que se realizan en el espacio rural y que tienen como fin interactuar con la vida rural, conocer las tradiciones y la forma de vivir de la gente y los atractivos de la zona”.

### **9) Agroturismo**

Es una actividad en la que el turista busca vincularse con las labores del campo. Para el turista, esto significa una oportunidad de entrar en contacto con la naturaleza, aun cuando pueda tratarse de espacios sometidos a procesos productivos intensos.

### **10) Turismo de negocios**

Cuando se va a algún lugar con la intención de hacer un estudio de mercado para la instalación de una empresa, Medellín es un vil ejemplo de Ciudad de negocios.

### **11) Turismo de balneario o de salud**

Está vinculado a los balnearios que ofrecen tratamientos para diversas dolencias (reumatológicas, estrés, dermatológicas, tratamientos de belleza), (Gonzales, 2012),

## 2. **Sostenibilidad**

Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO, 2005), expresa que la sostenibilidad es, “Satisfacer las necesidades de las generaciones presentes sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras para satisfacer sus propias necesidades”.

### a. **Turismo sostenible**

La Organización Mundial de Turismo (OMT), (citado por Blanco, 2008), ha definido al desarrollo turístico sostenible de la siguiente manera:

"Es aquel que atiende a las necesidades de los turistas actuales y de las regiones receptoras y al mismo tiempo protege y fomenta las oportunidades para el futuro.

Se concibe como una vía hacia la gestión de todos los recursos de forma que puedan satisfacerse las necesidades económicas, sociales y estéticas, respetando al mismo tiempo la integridad cultural, los procesos ecológicos esenciales, la diversidad biológica y los sistemas que sostienen la vida."

Estos principios del desarrollo turístico sostenible pueden resumirse en los siguientes:

- Recursos naturales, paisajísticos, históricos, culturales o de otro tipo utilizados por el turismo se conservan para poder ser utilizados en el futuro, reportando al mismo tiempo beneficios a la sociedad actual.
- Si una administración local quiere que su desarrollo turístico sea sostenible y duradero debe planificarlo de manera que no produzca efectos contraproducentes en el medio ambiente.
- La planificación de un desarrollo sostenible consigue que los beneficios del turismo se repartan entre la colectividad local.

## 3. **Sustentabilidad**

Según Guerrero, (2015), define que:

La sustentabilidad es un término ligado a la acción del hombre en relación a su entorno. Dentro de la disciplina ecológica, la sustentabilidad se refiere a los sistemas biológicos que pueden conservar la diversidad y la productividad a lo largo del tiempo.

### a. **Sustentabilidad ambiental**

La sustentabilidad ambiental se refiere a la administración eficiente y racional de los recursos naturales, de manera tal que sea posible mejorar el bienestar de la población actual sin comprometer la calidad de vida de las generaciones futuras.

### 4. **Ecoturismo**

Para Rhodes, (2015), define al ecoturismo como:

“Aquella modalidad turística ambientalmente responsable consistente en viajar o visitar espacios naturales relativamente sin perturbar, con el fin de disfrutar, apreciar y estudiar los atractivos naturales de dichos espacios; así como cualquier manifestación cultural del presente y del pasado que puedan encontrarse ahí, a través de un proceso que promueve la conservación, tiene bajo impacto ambiental y cultural e induce un involucramiento activo y socio- económicamente benéfico de las poblaciones locales”.

### 5. **Producto turístico**

Según Colaiácovo, (citado por Cárdenas, 2008), comenta que:

El producto turístico está conformado por el conjunto de bienes y servicios que se ofrecen en el mercado, para un confort materia o espiritual en forma individual o en una gama muy amplia de combinaciones resultantes de las necesidades, requerimientos o deseos de un consumidor al que llamamos turista.

### a. **Aspectos del producto turístico**

Los aspectos que forman el producto turístico son:

<b>PRODUCTO TURÍSTICO</b>		
<b>1. Atractivos</b>	Atractivos naturales	Montañas, planicies, costas. Lagos Ríos y caídas de agua. Grutas y cavernas. Lugares de caza y pesca. Lugares de observación de flora y fauna. Caminos pintorescos, termas y parques nacionales.
	Atractivos artificiales	Museos, obras de arte y técnica. Lugares históricos, ruinas y lugares arqueológicos. Manifestaciones religiosas y creencias populares, ferias y mercados, música y danzas, artesanías y arte Comidas y bebidas típicas. Grupos étnicos.

		Explotaciones mineras, agropecuarias e industriales. Centros científicos, técnicos, artísticos y deportivos.
	Atractivos humanos (recursos)	Hospitalidad. Buen trato y atenciones. Orgullo por la cultura y el pueblo. Precios moderados, limpieza y buena presentación.
<b>2. Facilidades</b>	Alojamiento	Hoteles, hosterías, moteles, pensiones, campings, albergues, residencias, apartamentos turísticos, colonias vacacionales, etc.
	Alimentación y bebidas	Restaurantes, cafeterías, bares y cantinas. Lugares de comidas típicas cerrados o al aire libre, etc.
	Entretenimiento y diversión	Clubes nocturnos ( <i>Night Clubs</i> ), casinos, cines y teatros. Plazas de toros. Palenques (Pelea de gallos). Parque de diversiones y deportivos, etc.
	Agencias de viajes	Detallistas y mayoristas.
	Arrendadoras de carros	Incluye además todo el transporte turístico para <i>city tours</i> y excursiones.
	Capacitación	A nivel básico, técnico, superior y posgrado.
	Otros	Oficinas de información, servicios de guías y comercios turísticos. Cambio de moneda. Dotaciones para convenciones.
<b>3. Accesibilidad</b>	Marítimo (acuático)	Barcos, cruceros. Aliscafos (hdrofoil o Aero barco), incluye transporte lacustre.
	Terrestre	Ferrocarril, automóvil, autobús y otros.
	Aéreo	Aviones estatales de empresas privadas y avientas particulares.

Fuente: Cárdenas, (2008).

Elaborado por: Yadira Merecí, 2016.

## 6. Sistema turístico

El sistema turístico está constituido por un conjunto de elementos interdependientes que permiten su funcionamiento y que se encuentra en estrecha relación con la vida de todos los pueblos, ya sea que su involucramiento sea como turistas o como anfitriones.

El turismo se estructura en cuatro elementos sustanciales a saber: los atractivos y las consiguientes actividades que éstos posibilitan, la infraestructura social, la planta turística y la superestructura. Estos elementos configuran la oferta turística y se sintetizan en los productos turísticos que se ofrecen a los visitantes. (Quezada, 2005).

<b>SISTEMA TURÍSTICO: VISIÓN CONCEPTUAL OMT</b>	
Demanda	<b>Turistas:</b> Consumidores de servicios de calidad.
Oferta	<b>Superestructura:</b> Organismos responsables de la organización y buen funcionamiento del sistema turístico. <b>Ámbito geográfico:</b> OMT, IATA, FENACAPTUR. <b>Participación:</b> MINTUR, MAE, gobiernos locales. <b>Actividad:</b> Público y privado.
	<b>Planta turística:</b> Servicios turísticos (Alojamiento, alimentación, esparcimiento, otros servicios), instalaciones turísticas (de agua y playa, de montaña, generales).
	<b>Infraestructura:</b> Agua, sanidad, energía, transporte.
	<b>Atracciones y actividades:</b> Sitios naturales, museos y manifestaciones culturales, folklore, realizaciones técnicas, científicas artísticas, acontecimientos programados.

**Fuente:** Texto básico planificación territorial, Tierra, (2012).

## **7. Patrimonio Cultural**

“La Ley de Patrimonio Cultural fue expedida mediante Decreto Supremo N° 3501 de 19 de junio de 1979, sirve para precautelar el legado cultural de nuestros antepasados y la creaciones notables del arte contemporáneo siendo necesario estimular a los poseedores de objetos arqueológicos, etnográficos, de colecciones artísticas coloniales, republicanas y contemporáneas y los documentos de toda índole” (Chicaiza, & et al 2012).

## **8. Patrimonio Natural**

“Está constituido por la variedad de paisajes que conforman la flora y fauna de un territorio que tienen un valor relevante desde el punto de vista estético, científico y/o medioambiental. El objetivo principal de esta Ley es establecer el régimen jurídico básico de la conservación, uso sostenible, mejora y restauración del patrimonio natural y de la biodiversidad, como parte del deber de conservar y del derecho a disfrutar de un medio ambiente adecuado para el desarrollo de la persona” (Chicaiza, & et al 2012).

## **9. Ruta**

Para Muñoz, (2014), expresa que: La ruta es un camino, vía o carretera que une diferentes lugares geográficos y que le permite a la personas desplazarse de un lugar a otro.

## **10. Ruta Turística**

Ruta es un camino hacia fines diversos, permite admirar paisajes, recordar sitios históricos, disfrutar de zonas de playas o montañas, de actividades deportivas o de aventura, siguiendo un itinerario predeterminado, conectando zonas con diversos atractivos, para quienes están de paseo y desearían admirarse con la geografía natural y/o humanizada del sitio. En este último caso, se habla de rutas culturales (Muñoz, 2014).

### **a. Tipo de rutas**

#### **1) Culturales**

En este tipo de rutas se incluyen todas aquellas cuyo fin sea, principalmente, la visita y conocimiento del patrimonio histórico, cultural y artístico de una zona determinada.

#### **2) Naturaleza o ecoturismo**

Este tipo de rutas tiene mucho que ver con el disfrute de la naturaleza de manera responsable y fuera de los núcleos urbanos, entonces lo que buscas es hacer ecoturismo. Flora, fauna, geología, así como la integración en las comunidades locales es lo que vas a experimentar en este tipo de excursión.

#### **3) Montaña y aventura**

Estas rutas también te mantendrán en contacto con la naturaleza pero de una manera más activa, como senderismo por la montaña, travesías a caballo, rutas de esquí, entre otras muchas excursiones.

#### **4) Deportivas**

Este tipo de ruta requiere algo de esfuerzo físico y utiliza algún medio de desplazamiento para realizarla como kayak, buceo, ciclismo.

#### **5) Gastronómicas**

Una de las mejores maneras de conocer distintos lugares y a su población nativa es a través de su cultura culinaria. A través de la gastronomía local se conocerá parte de las costumbres y tradiciones.

## 6) **Salud/Bienestar**

El objetivo principalmente es terapéutico, la búsqueda de bienestar y descanso es lo que motiva principalmente estas excursiones, sin prisas y buscando el mayor relax posible. Masajes, terapias, balnearios, estaciones termales, aguas medicinales.

## 7) **Religiosas**

La motivación fundamental de estas excursiones es la fe. Abarcan visitas a santuarios, peregrinaciones, visitas a tumbas de santos, participación en celebraciones religiosas (Muñoz, 2014).

## 11. **Rutas emblemáticas**

### a. **Ruta de café de Colombia**

Este tipo de ruta es eco turístico por la relatividad que tiene con la naturaleza y con la comunidad del sector rural en pocas palabras con los productores del café.

El visitante puede optar por recorridos a caballo, practicar deportes de aventura, estar en parques temáticos o visitar pueblos coloniales. Todo en una extensión que no supera los 80 kilómetros, entre los tres departamentos o estados: Caldas, Risaralda y Quindío, en donde la mayor actividad económica se relaciona directamente con el cultivo, procesamiento y extracción del café.

En Colombia hay 560 mil fincas cafeteras, divididas en 900 mil hectáreas en promedio de mil 100 municipios. De los 32 departamentos de Colombia en 18 se produce el grano. La mayor producción está en la zona del Paisaje cultural de la humanidad (<http://www.rutadelcafe.co/>, 2015).

### b. **Rutas turísticas de Ecuador**

#### 1) **Ruta del Agua**

La Ruta del Agua o Yaku Ñambi atraviesa las provincias de: Sucumbíos, Orellana, Napo, Pastaza, Morona Santiago y Zamora Chinchipe.

Entre los encantos que forman parte de la ruta se pueden nombrar: balnearios naturales, cascadas, miradores, ríos y valles de la selva tropical donde se pueden realizar paseos en canoa, actividades de aventura, observación de flora y fauna, probar una deliciosa



gastronomía o conocer la cultura y costumbres de las nacionalidades ancestrales que viven aquí como: los Kichwa, Waorani, Shuar, Cofán entre otros (MINTUR, 2012).

## 2) Ruta de la Spondylus

La Ruta del Spondylus es una ruta costera que recorre las provincias de Manabí, Santa Elena, Guayas y El Oro, y llega hasta el norte de Perú. Este recorrido es increíble para descubrir la belleza de las playas ecuatorianas y conocer acerca de la historia ancestral de los diferentes lugares que lo involucran.

La Ruta del Spondylus debe su nombre a la concha Spondylus. Esta concha fue de gran importancia para los pueblos que habitaron Ecuador antes del descubrimiento de América. Esta concha roja, conocida también como ‘el oro de los incas’, tenía un gran valor religioso y comercial.

Era símbolo de fertilidad y prosperidad, y además se comercializaba por toda la costa pacífica. Existen vestigios de que los indígenas Valdivia navegaban grandes distancias, hasta Chile y hasta la costa de México, para comercializar con la concha Spondylus. La importancia de esta concha, llamada ‘mullu’ en quichua, continuó hasta la época incaica.

Durante el recorrido por la Ruta del Spondylus se pueden encontrar varios museos y sitios arqueológicos que dan cuenta de las culturas que habitaron la costa ecuatoriana. En el Museo de la Casa de la Cultura de Guayaquil y en el Museo Arqueológico de Manta se pueden observar piezas de las culturas Las Vegas, Valdivia, Manteño, La Tolita y otras. Además, existen varios museos de sitio, donde se pueden apreciar vestigios arqueológicos y se puede aprender acerca de estas culturas, como en Sumpa y Valdivia, en Santa Elena, y Chirije, Cerro Jaboncillo y Agua Blanca, en Manabí.

Las 13 áreas naturales protegidas que se encuentran a lo largo de la Ruta del Spondylus la convierten en el sitio ideal si se quiere conocer la flora y la fauna de la costa ecuatoriana. Además comprende fabulosas playas y su gente posee una energía especial para la vida cotidiana (MINTUR, 2012).

## 3) Ruta del cacao en el Guayas

Los cantones que integran la ruta del cacao del Guayas son: Guayaquil – Tenguel, Yaguachi, Naranjal y Balao

Los atractivos que se puede observar en cada uno de los sitios son: En Yaguachi (Virgen de Fátima), estación del tren, obelisco en homenaje a la Batalla de Cone (Placa

donada por el Gobierno Provincial del Guayas); en Naranjal se encuentra la hacienda Jambelí (Centro de rescate de vida silvestre, actividades de agroturismo), hacienda Cañas (Elaboración de chocolate artesanal y de exportación) y en Balao se encuentra el balneario de agua dulce “El Recreo”.

Entre la gastronomía que se puede deleitar de la comida tradicional están: Caldo de cangrejo, ceviche de concha, guatita, arroz con cangrejo, lomito saltado de cangrejo, entre otras.

Se puede encontrar otras rutas en la ciudad de Guayaquil tales como: La ruta del pescador, la ruta de la fe, la ruta de la aventura, la ruta del arroz, la ruta de azúcar. (Guayas turístico, 2013).

#### **4) Ruta del cacao en Napo**

Los cantones que comprenden la Ruta del Cacao son: Archidona, Tena y Arosemena Tola en la provincia de Napo.

Se estima que en estos tres cantones existen 10.500 hectáreas de cacao, casi en su totalidad cultivadas en el sistema tradicional de producción sostenible denominada “chakra Kichwa”, labor que involucra a diez mil productoras y productores mayoritariamente mujeres.

A la producción sostenible, se suma el escenario intercultural y turístico, pues son las nacionalidades indígenas quienes han construido, a través del tiempo, importantes manifestaciones y usos ancestrales relacionados con el cacao.

Además, lo que busca la ruta es consolidar la oferta turística a través de actividades como; avistamiento de aves, ecoturismo, turismo de deportes de aventura y turismo comunitario, con el propósito de incrementar el flujo de visitas y potenciar los servicios turísticos locales (MINTUR, 2014).

#### **A. EVALUACIÓN DEL POTENCIAL TURÍSTICO**

Según la Organización Mundial de turismo (ONU), (citada por Tierra, 2012), la evaluación del potencial turístico de una zona permite determinar el territorio correspondiente en el que se llevara a cabo el proyecto de desarrollo turístico una evaluación precisa del potencial turístico del territorio constituye una excelente base de adopción de decisiones para los organismos de desarrollo, ya que les permitirá minimizar los riesgos de implicarse en malas inversiones.

Por ello evaluar el potencial turístico local con lleva dos fases fundamentales:

**Primera fase:** Es el análisis de la situación turística existente, es decir, una fase inicial en la que se analiza la oferta, la demanda, la competencia y las tendencias del mercado y la,

**Segunda fase:** El diagnóstico de la potencialidad turística que comparando los resultados del análisis de la situación permitirá identificar los puntos fuertes y débiles del territorio, las oportunidades y los riesgos, y por último, decidir la conveniencia o no del turismo en la zona (Tierra, 2012).

### 1. Diagnóstico de potencialidad turística

Según Tierra, (2012), manifiesta que: El diagnóstico de la potencialidad turística, permite conocer las características generales del entorno del área geográfica (territorio) y el verdadero potencial turístico del destino donde se pretende realizar una investigación acerca del turismo.

Este diagnóstico consta de las siguientes partes:

#### a. **Diagnóstico de las Características Generales del Área**

El diagnóstico del entorno de un área donde se pretende desarrollar un proyecto de turismo pretende responder a las siguientes preguntas:

- ¿Existen en el área seleccionada para el desarrollo del turismo limitaciones importantes?
- ¿El área turística seleccionada tiene potencial para desarrollar el turismo?

Este análisis consiste en la búsqueda de información a través de mapas topográficos, estudios económicos de las entidades locales regionales y nacionales de planificación y administración, información sobre estadísticas y censos, fotografías aéreas o terrestres, directorios locales y regionales; y oficinas de turismo gubernamentales locales y regionales, entre otras fuentes de información referente a:

<b>Diagnóstico de las Características Generales del Área</b>	
<b>Ámbito</b>	<b>Información a obtener</b>
<b>1. Físico espacial</b>	División política administrativa (provincia, cantón, parroquia, barrios, comunidad)

	Límites Vías de acceso
<b>2. Socio cultural</b>	Etnicidad (nacionalidad y pueblo) Historia Población (Total habitantes, número de familias, distribución por género y edad) Migración Nivel de instrucción Profesión u ocupación Servicios básicos disponibles (agua, energía, alcantarillado, recolección y tratamiento de desechos) Vivienda (tipo, propiedad, características) Salud Educación (tipo de establecimiento, niveles, número de estudiantes y docentes) Medios de transporte (unidades, frecuencia, precio) Comunicación Servicios sanitarios (tipo de baños, letrina, pozo ciego, pozo séptico) Combustibles utilizados Abastecimiento de productos
<b>3. Ecológico territorial</b>	Condiciones ambientales de la zona (clima, paisaje natural ) Clasificación ecológica Usos de suelo (tipos, porcentaje, mapas) Descripción general de flora y fauna especies endémicas o en peligro de extinción (familia, nombre común y científico, usos) Hidrología Problemas ambientales
<b>4. Económico productivo</b>	Actividades económicas (tipo, ocupación) Desarrollo actual del turismo en la zona Participación o interés de la población en el desarrollo turístico
<b>5. Político administrativo</b>	Administración interna (organigrama, composición administrativa, funciones) Organizaciones, Análisis respecto al apoyo público o privado para el desarrollo turístico Instituciones que trabajan en la zona

**Fuente:** Texto básico planificación territorial, Tierra, (2012).

## **2. Análisis del potencial turístico del área**

Un análisis del potencial turístico de cualquier área donde se pretenda desarrollar la actividad turística, deberá contener:

- Un inventario de atractivos turísticos naturales y culturales
- Declaratoria de la imagen turística de la zona.

## a. Inventario de atractivos turísticos naturales y culturales

Ministerio de Turismo (MINTUR), (citado en Tierra, 2012) manifiesta que el inventario de atractivos turísticos es el proceso mediante el cual se registra ordenadamente los factores físicos, biológico y culturales que forman parte de un atractivos.

Proporcionan información importante para el desarrollo del turismo, su tecnificación, evaluación y zonificación en el sentido de diversificar las áreas del desarrollo turístico. Para ellos se requiere tener muy en caro los conceptos de atractivos y facilidad turística.

<b>Atractivo turístico</b>	Son el conjunto de lugares, bienes, costumbres y acontecimientos que por sus características, propias o de ubicación en un contexto, atraen el interés del visitante.
<b>Facilidad turística</b>	Las facilidades turísticas comprenden el conjunto de bienes y servicios que hacen posible la actividad turística. Se refiere a las instalaciones donde los visitantes pueden satisfacer sus necesidades y los servicios complementarios para la práctica del turismo.

Elaborado por: Yadira Merecí. 2016

### 1) Etapas para elaborar el inventario de atractivos

#### a) Clasificación de los atractivos

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

Los atractivos se clasifican en dos grupos: **SITIOS NATURALES** y **MANIFESTACIONES CULTURALES**. Ambas categorías se agrupan en tipos y subtipos.

En la categoría de **sitios naturales** se reconocen los tipos de montañas, planicies, desiertos, ambientes lacustres, ríos, bosques, aguas subterráneas, fenómenos espeleológicos, costas o litorales, ambientes marinos, tierras insulares, sistema de áreas protegidas.

En la categoría **manifestaciones culturales** se reconocen los tipos: históricos, etnográficos, realizaciones técnicas y científicas, realizaciones artísticas contemporáneas y acontecimientos programados.

<b>CLASIFICACIÓN DE SITIOS NATURALES Y MANIFESTACIONES CULTURALES</b>		
<b>CATEGORÍA</b>	<b>TIPO</b>	<b>SUBTIPO</b>
Sitios Naturales	Montañas	Altas montañas Cordilleras Volcanes Nudos
	Planicies	Llanuras Salitrales Valles
	Desiertos	Costeros Del interior
	Ambientes lacustres	Lagos Lagunas
	Ríos	Manantial Riachuelo Rápidos
	Bosques	Paramo Ceja de selva oriental
	Aguas subterráneas	Aguas minerales Aguas termales
	Fenómenos espeleológicos	Cuevas y cavernas
	Fenómenos geológicos	Cráteres Calderas
	Costas o litorales	Playas Acantilados Golfos
	Ambientes marinos	Arrecifes de coral Cuevas y cráteres
	Tierras insulares	Islas continentales Islas oceánica
Sistema de áreas protegidas	Parque nacional Reserva ecológica	
Manifestaciones Culturales	Históricas	Arquitectura <ul style="list-style-type: none"> <li>• Civil</li> <li>• Religiosa</li> <li>• Militar</li> </ul> Zona <ul style="list-style-type: none"> <li>• Históricas</li> </ul>

		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ciudades</li> <li>• Sectores</li> </ul>
	Etnografía	Grupos étnicos Arquitectura vernácula
	Realizaciones	Explotaciones mineras Explotaciones agropecuarias
	Técnicas y científicas	Museos
		Obras de arte <ul style="list-style-type: none"> <li>• artísticas</li> <li>• contemporáneos</li> </ul>
	Acontecimientos programados	Artísticos <ul style="list-style-type: none"> <li>• Música</li> <li>• Danza</li> <li>• Teatro</li> <li>• Festivales</li> </ul>

Fuente: Ministerio de turismo del Ecuador, 2004.

## 7. Evaluación jerarquización

Consiste en el análisis individual de cada atractivo, con el fin de calificarlo en función de la información y las variables seleccionadas: calidad, apoyo, y significado. Permite valorar los atractivos objetiva y subjetivamente.

VARIABLE	FACTOR	PUNTOS
<b>CALIDAD</b>	Valor intrínseco	15
	Valor extrínseco	15
	Entorno	10
	Estado de conservación (y/o organización)	10
	<b>TOTAL</b>	50
<b>APOYO</b>	Acceso	10
	Servicios	10
	Asociación con otros atractivos	5
	<b>SUBTOTAL</b>	25
<b>SIGNIFICADO</b>	Local	2

	Provincial	4
	Nacional	7
	Internacional	12
	<b>SUBTOTAL</b>	25
	<b>TOTAL</b>	100

**Fuente:** Metodología para Inventarios de Atractivos Turísticos (MINTUR), 2008.

Los atractivos turísticos de acuerdo a la jerarquización que se les ha asignado, deberán responder aproximadamente a la siguiente descripción:

<b>JERARQUÍA</b>	<b>PUNTOS</b>	<b>SIGNIFICADO DEL ATRACTIVO</b>
1. Jerarquía I	1 a 25	Atractivos sin mérito suficiente para considerarlos a nivel de las jerarquías anteriores, pero que igualmente forman parte del patrimonio turístico como elementos que pueden complementar a otros de mayor jerarquía en el desarrollo y funcionamiento de cualquiera de las unidades que integran el espacio turístico.
2. Jerarquía II	26 a 50	Atractivo con algún rasgo llamativo, capaz de interesar a visitantes de larga distancia, ya sea del mercado interno, y receptivo, que hubiesen llegado a la zona por otras motivaciones turísticas, o de motivar corrientes turísticas actuales o potenciales, y atraer al turismo fronterizo de esparcimiento.
3. Jerarquía III	51 a 75	Atractivo con rasgos excepcionales en un país, capaz de motivar una corriente actual o potencial de visitantes del mercado interno, y en menor porcentaje el internacional, ya sea por sí solos o en conjunto con otros atractivos contiguos.
4. Jerarquía IV	76 a 100	Atractivo excepcional de gran significación para el mercado turístico internacional, capaz por sí solo de motivar una importante corriente de visitantes actual o potencial.



**Fuente:** Metodología para Inventarios de Atractivos Turísticos (MINTUR), 2004.

Para finalizar con el inventario de atractivos naturales y culturales, se procede a sistematizar la información en una ficha resumen de los atractivos turísticos para visualizar de mejor manera su potencialidad, la matriz propuesta es la siguiente:

Nombre del atractivo	Categoría	Tipo	Subtipo	Jerarquía

**Fuente:** Texto básico planificación territorial, Tierra, (2012).

## 8. Matriz FODA

Según, Ponce, (2006), expone que:

La matriz FODA es un instrumento viable para realizar análisis organizacional, en relación con los factores que determinan el éxito en el cumplimiento de metas, es una alternativa que motivó a efectuar el análisis para su difusión y divulgación.

### a. **Análisis FODA**

El análisis FODA consiste en realizar una evaluación de los factores fuertes y débiles que en su conjunto diagnostican la situación interna de una organización, así como su evaluación externa; es decir, las oportunidades y amenazas. También es una herramienta que puede considerarse sencilla y permite obtener una perspectiva general de la situación estratégica de una organización determinada.

Tanto fortalezas como debilidades son internas de la organización, por lo que es posible actuar directamente sobre ellas. En cambio las oportunidades y las amenazas son externas, por lo que en general resulta muy difícil poder modificarlas.

### 1) **Fortalezas**

Son las capacidades especiales con que cuenta la empresa, por las que cuenta con una posición privilegiada frente a la competencia. Recursos que se controlan, capacidades y habilidades que se poseen, actividades que se desarrollan positivamente, etc.

## **2) Oportunidades**

Son aquellos factores que resultan positivos, favorables, explotables, que se deben descubrir en el entorno en el que actúa la empresa, y que permiten obtener ventajas competitivas.

## **3) Debilidades**

Son aquellos factores que provocan una posición desfavorable frente a la competencia. Recursos de los que se carece, habilidades que no se poseen, actividades que no se desarrollan positivamente, etc.

## **4) Amenazas**

Son aquellas situaciones que provienen del entorno y que pueden llegar a atentar incluso contra la permanencia de la organización (Ponce, 2006).

### **b. Estrategias de la matriz FODA**

#### **1) Estrategias para atacar**

##### **a) Estrategias de FO (fortalezas con oportunidades)**

Se aplican a las fuerzas internas de la empresa para aprovechar la ventaja de las oportunidades externas.

##### **b) Estrategias DO (debilidades ante oportunidades)**

Las estrategias DO se tratan de atacar las debilidades con las oportunidades presentes.

#### **2) Estrategias para defender**

##### **a) Estrategias FA (fortalezas para enfrentar las amenazas)**

Aprovechan las fuerzas de la empresa para evitar o disminuir las repercusiones de las amenazas externas.

#### **3) Estrategias para reforzar**

##### **a) Estrategias DA (debilidades para resistir a las amenazas)**

Son tácticas defensivas que pretenden disminuir las debilidades internas y evitar las amenazas del entorno (Rojas, H. 2014).

MATRIZ FODA PARA LA FORMULACIÓN DE ESTRATEGIAS		
	<b>Fortalezas-F</b> Punto fuerte, origen interno. Son los aspectos que han salido bien, los logros, las cosas que uno se enorgullece de contar a los demás. Son los mejores aspectos de una situación.	<b>Debilidades-D</b> Punto débil, origen interno. Son aquellos aspectos que no han salido bien, dificultades u obstáculos que ese ha presentado en el camino.
Oportunidades- O <b>Punto fuerte, origen externo.</b> <b>Son las posibilidades futuras de cambio positivo, los potenciales que surgen del análisis de las fortalezas y debilidades</b>	<b>Estrategias FO</b> Fortalezas para aprovechar las oportunidades.	<b>Estrategias DO</b> Superar las debilidades aprovechando las oportunidades.
Amenazas-A <b>Punto débil, origen interno.</b> <b>Son las cosas que nos impiden lograr las oportunidades. Son limitaciones insuperables, aspectos que ponen en peligro nuestro trabajo</b>	<b>Estrategias FA</b> Usar las fortalezas para evitar las amenazas.	<b>Estrategias FA</b> Reducir las debilidades y evitar las amenazas.

Elaborado por: Yadira Merecí, 2016.

## B. ESTUDIO DE MERCADO

### 1. Definición de estudio de mercado

Para Thompson, (2008), expone que:

"Proceso de planificar, recopilar, analizar y comunicar datos relevantes acerca del tamaño, poder de compra de los consumidores, disponibilidad de los distribuidores y perfiles del consumidor, con la finalidad de ayudar a los responsables de marketing a tomar decisiones y a controlar las acciones de marketing en una situación de mercado específica".

## **2. Mercado**

Mercado es un conjunto compuesto por dos elementos: La oferta (Vendedores) y la demanda (Compradores). Ambos se constituyen en dos fuerzas que mueven el mercado.

Sin Embargo, deben cumplir con algunos requisitos, en el caso de la demanda, debe estar compuesta por compradores reales y potenciales que tienen una determinada necesidad o deseo, capacidad económica para satisfacerlo y voluntad para comprar.

En el caso de la oferta, debe tener un producto (bien tangible, servicio, lugar, idea) que satisfaga las necesidades de los compradores. Además de este breve concepto también se señala que el mercado es un espacio (físico o virtual) en el que se producen procesos de intercambio, por ejemplo un X producto a cambio de una determinada suma de dinero (Cachaca, 2007).

### **a. Mercado potencial**

Es aquel mercado conformado por el conjunto de clientes que no consume el producto que deseamos ofrecer, debido a que no tienen las características exigidas por nosotros del segmento al que deseamos vender, porque consumen otro producto (pollo), le compran a la competencia, ya sea uno similar o un sustituto (Peláez, 2009).

### **b. Mercado objetivo**

Según Peláez, (2009), define que: Denominado también mercado meta, es el mercado al cual se dirigen la totalidad de nuestros esfuerzos y acciones de marketing, con la finalidad de que todos ellos se conviertan en clientes reales del producto. Dentro de este mercado debemos considerar dos tipos específicos.

#### **1) Primario**

Son todos aquellos clientes directos, que tienen la decisión de compra y que realizan las actividades de selección y evaluación del producto. De esta forma, por ejemplo, el ama de casa compra la conserva de trucha, la utiliza y evalúa su eficacia.

#### **2) Secundario**

Conjunto de clientes que, a pesar de utilizar el producto, no deciden la compra del producto. Además, en ocasiones tampoco realizan las actividades de evaluación del mismo. Así, por ejemplo, el ama de casa compra la conserva de trucha, la consume toda la familia, pero sólo ella decide la compra o recompra del producto.

### **3. Oferta turística**

Según Quezada, (2007), expresa que:

Es el conjunto de facilidades que y servicios utilizados por los turistas, para desplazarse, permanecer y realizar en el destino todo lo anhelado, de acuerdo con sus necesidades y motivaciones.

El objetivo que tiene el análisis de la oferta es determinar o medir las cantidades y las condiciones en que una economía puede y quiere poner a disposición del mercado un bien o un servicio.

Para determinar los cambios de la oferta se utilizara el análisis de regresión, para el cual se tomaran en cuenta tres variables el PIB, la inflación o el índice de precios (Quezada, 2007).

#### **a. Elementos de la oferta**

Se encuentran tres elementos que son fundamentales en la oferta turística:

##### **1) Recursos turísticos**

Son todos los bienes y servicios que, por intermedio de la actividad del hombre y de los medios con que cuenta, hacen posible la actividad turística y satisfacen las necesidades de la demanda (Sierra, 2013).

##### **2) Infraestructura**

Según Covarrubias, (2011), La infraestructura general es la base para que un destino se encuentre en condiciones que permitan a la población la facilidad de desarrollarse como una sociedad activa.

Por su parte la infraestructura turística como se mencionó permite el desarrollo turístico, es por ello que deben existir planes estratégicos y gestiones para que cada destino mantenga dicha infraestructura de modo que el turista disfrute y se sienta cómodo de acuerdo a las instalaciones o servicios que este requiera.

De acuerdo con el MINTUR, (2005), la infraestructura turística debe estar a disposición de todas las personas que integran una comunidad, sean residentes o visitantes, su función básica es satisfacer las necesidades de la comunidad.

### 3) **Oferta complementaria**

La oferta turística es el conjunto de bienes y servicios, de recursos e infraestructuras ordenados y estructurados de forma que estén disponibles en el mercado para ser usados o consumidos por los turistas.

La Oferta Complementaria se Compone de:

- Restaurantes
- Bares
- Teatros
- Instalaciones deportivas
- Entre otros.

#### a) **Determinantes de la oferta**

- El precio del producto en el mercado.
- Los costos de los factores necesarios para tal producción.
- El tamaño del mercado o volumen de la demanda.
- Disponibilidad de los factores.
- Número de empresas competidoras.
- Cantidad de bienes producidos (Covarrubias, 2011).

### 4. **Competencia**

Son todas aquellas empresas que elaboran y venden lo mismo que otras y que pueden compartir la misma clientela del mercado meta. La competencia es necesaria investigar y analizar, para ello se recaba información sobre la representativa ubicación, cuántos son, productos que ofrecen, quienes son los clientes, porque compran, que piensan los clientes del productos, cuáles son las tácticas y formas de publicidad, cuáles son las formas de distribución, etc. (Koch, 2009).

### 5. **Demanda turística**

Según Gonzales, (2009), define que:

“Los turistas pagan por los servicios que necesitan para disfrutar de su tiempo libre (transporte, actividades, visitas) y para sobrevivir (comer y dormir) en ambientes diferentes y extraños, pero ante todo buscan experiencias y utilidades, y es lo que se compran, en otras palabras la demanda turística es el conjunto de productos, facilidades, atractivos, servicios y actividades que satisfacen las necesidades, anhelos, deseos.

El objetivo del análisis de demanda es determinar y medir cuáles son los factores que afectan los requerimientos del mercado con respecto a un bien o servicio, así como determinar la posibilidad de participación del producto del proyecto en la satisfacción de dicha demanda.

Para poder examinar los cambios futuros de la demanda y la oferta se utilizan técnicas estadísticas adecuadas para analizar el presente. Para ello se utilizan las series de tiempo, con las cuales podemos observar el comportamiento de un fenómeno con respecto del tiempo.

Se pueden observar cuatro patrones básicos de tendencia del mismo:

- **Tendencia secular.-** Es cuando el fenómeno tiene poca variación en largo periodos.
- **Variación estacional.-** Este surge por los hábitos o tradiciones de la gente.
- **Fluctuaciones cíclicas.-** Se produce principalmente por razones de tipo económico.
- **Movimientos irregulares.-** Estos movimientos se presentan por cualquier causa aleatoria que afecta el fenómeno (Gonzales, 2009).

#### a. **Universo y muestra**

##### 1) **Universo**

Es el conjunto de personas, cosas o fenómenos sujetos a investigación, que tienen algunas características definitivas. Ante la posibilidad de investigar el conjunto en su totalidad (Núñez, 2009).

##### 2) **Muestra**

Es una parte del universo, la cual debe tener las mismas características del universo en su totalidad ya que es representativa de este, y se utiliza cuando no es conveniente considerar a todos los elementos que lo componen (Méndez. 2001).

#### a) **Segmentación de mercado**

Es la división del mercado en grupos con características homogéneas, la segmentación de mercado se constituye en una herramienta estratégica de la mercadotecnia para dirigir con mayor precisión los esfuerzos, además de optimizar los recursos y lograr mejores resultados (Thompson, 2005).

### Requisitos Para Una Óptima Segmentación del Mercado

Para que los segmentos de mercado sean útiles a los propósitos de una empresa, deben cumplir los siguientes requisitos:

#### 6. Confrontación oferta y demanda

Con la información obtenida se procede a realizar el balance demanda-oferta, es decir, la determinación de la demanda insatisfecha, que consiste en la diferencia entre la demanda y la oferta potenciales.

Si esta diferencia resulta negativa, entonces se considera que el mercado tiende a ser desfavorable. Si resulta positiva, se considera que el mercado del producto o servicio puede ser favorable, y entonces se procede a determinar la demanda objetivo del proyecto, que normalmente es un porcentaje (menor al 100%), del balance, si éste resultó favorable (Tierra, 2010).

##### a. **Cálculo de la demanda insatisfecha**

Corresponde a la proyección del crecimiento del mercado en el corto, mediano y largo plazo. Así como ayuda a determinar el comportamiento de las tendencias de ciertas variables de segmentación, las proyecciones utilizarán para cálculo la fórmula del interés compuesto.

##### **Formula:**

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

##### **Dónde:**

Co = Año a proyectar

Cn = Número de clientes

I = Incremento de turismo nacional e internacional

n = El año a proyectarse

##### b. **Selección de la demanda objetivo**

##### 1) **Proyección**



### **a) Definición**

Según Chambi, (2012), define qué, es una estimación del comportamiento de una variable en el futuro, específicamente, se trata de estimar el valor de una variable en el futuro a partir de la información que posee.

En general los proyectos se ejecutan buscando rentabilidad financiera del proyecto (durante la vida de proyecto), luego es necesario saber cómo evolucionara el mercado en el tiempo.

Clasificación de los métodos de proyección:

- Métodos cuantitativos
- Métodos cualitativos

### **2) Proyección oferta- demanda**

La proyección de oferta y demanda es una fase importante en el estudio de mercado, que tiene la finalidad de determinar la situación conveniente del mercado al que se quiere ingresar con determinado bien o servicio.

Este análisis se realiza a través de métodos de proyección de consumo aparente, como el de extrapolación de tendencia, ecuación exponencial y por número de habitantes o clientes.

### **3) Proyección de demanda.**

Para proyectar la demanda se debe utilizar uno de los tres métodos de proyección de insumo aparente, con la finalidad de estimar datos de la demanda a futuro. El método de proyección de consumo aparente más recomendable es el por número de habitantes o clientes, ya que guarda relación con una de sus determinantes, como lo es el Número de demandantes.

### **4) Proyección de oferta**

Para proyectar la oferta se debe estimar la oferta futura, a partir de los datos de consumo aparente, utilizando uno de los métodos de proyección. El método más recomendable es el de extrapolación de tendencia histórica, que podrá reflejar el crecimiento del número de oferentes (Chambi, 2012).

## **7. Estrategias de comercialización y difusión**

Según De la Colina, (2009), una vez diseñado el producto, debe desarrollarse una estrategia comercial. Desde el punto de vista del marketing, es la primera y más importante de las variables de marketing – mix. Si una empresa no tiene el producto para estimular la demanda, no puede llevar a cabo de forma efectiva ninguna acción comercial. Se puede decir que el producto es el punto de partida de la estrategia de marketing.

Desde el punto de vista comercial, el producto designa cualquier bien o servicio, o la combinación de ambos, que poseen un conjunto de atributos físicos y psicológicos que el consumidor considera que tiene un bien para satisfacer sus deseos o necesidades.

### **a. Marketing mix**

Según Espinoza, (2014), explica que marketing mix es el conjunto de herramientas tácticas controlables de mercadotecnia que la empresa combina para producir una respuesta deseada en el mercado meta. La mezcla de mercadotecnia incluye todo lo que la empresa puede hacer para influir en la demanda de su producto.

### **b. Componentes del marketing mix**

Para Espinoza, (2014), explica que: Las cuatro P (Producto, precio, plaza y promoción), en la actualidad se han convertido en las cuatro C's de la mercadotecnia. (Consumidor, costo, convivencia y comunicación): Producto por consumidor o cliente; Precio por Costo; Plaza por Conveniencia; y Promoción por Comunicación.

#### **1) Consumidor o Cliente**

No se debe fabricar un producto sin saber cuáles son las necesidades del público. El producto solo se venderá si el público lo requiere.

El objetivo de cualquier producto o servicio es satisfacer al cliente y generar un producto que esté a la medida de sus requerimientos, es por esto que siempre se debe mantener contacto con el público objetivo para conocer cuáles son las necesidades que se deben satisfacer.

Los esfuerzos de las empresas ahora se orientan no sólo a ofrecer un buen producto, sino un buen servicio (Espinoza, 2014).

## 2) Costo

El cliente no solo busca un buen precio, sino que también evalúa el tiempo y el desgaste que le tomará adquirir un producto o servicio.

El precio puede ser importante, pero la satisfacción al adquirir un producto es a veces decisivo. Un producto que tiene un servicio post venta, puede marcar una diferencia positiva, con otro que es mucho más económico.

Se trata de que el cliente tenga un menor costo de adquisición y de uso. Por ejemplo, las líneas de bajo costo venden sus boletos más baratos, pero muchas veces usan aeropuertos alternos, por lo que hay que agregar al precio del boleto el costo de transportarse a otra ciudad (Espinoza, 2014).

## 3) Conveniencia

Se debe tomar en consideración como llegará mejor el producto o servicio al cliente.

Es mucho más estimulante para la venta de un producto o servicio, conocer donde le gustaría al cliente adquirirlo, que venderlo en cualquier lugar donde se encuentre. El ambiente adecuado para la compra de un producto o servicio puede ser decisivo para que se desarrolle la compra.

Plaza es el lugar donde llega el cliente va a hacer sus compras. Facilitar la compra (por medio de internet, por teléfono, etc.), aceptar diferentes medios de pago, contar con lugares de estacionamiento, vías de acceso, entrega a domicilio, horarios más amplios, es hacerle más conveniente al cliente en venir con nosotros (Espinoza, 2014).

## 4) Comunicación

Mediante la comunicación se promueve y se divulga las ventajas y beneficios de un producto o servicio que se quiere vender. La comunicación informa y persuade. En la comunicación se define la estrategia de comunicación, es decir, se detectan los medios adecuados para transmitir el mensaje, generando la mayor cantidad de clientes a menor costo.

En la estrategia de comunicación el posicionamiento debe ser coherente con lo que se desea transmitir al cliente. La comunicación debe desarrollarse en el lugar correcto, de tal manera, que no interrumpa la actividad del público al que nos vamos a dirigir.

Aplicar las 4C puede mejorar las ventas de productos o servicios, ya que nos permite acercarse al cliente y mostrar una mayor preocupación por ellos que por el producto en sí, generando así la fidelización deseada (Espinoza, 2014).

### **C. ESTUDIO TÉCNICO**

Para Baca, (2010), expresa que: El objetivo del estudio técnico es determinar la función de producción óptima para la utilización eficiente de los recursos disponibles para la producción del bien o servicio deseado además de analizar y determinar el tamaño óptimo, la localización óptima, los equipos, las instalaciones y la organización requeridos para realizar la producción.

El estudio técnico pretende resolver las preguntas referentes a dónde, cuánto, cuándo, cómo y con qué producir lo que se desea, por lo que el aspecto técnico-operativo de un proyecto comprende todo aquello que tenga relación con el funcionamiento y la operatividad del propio proyecto.

Un estudio técnico permite proponer y analizar las diferentes opciones tecnológicas para producir los bienes o servicios que se requieren, lo que además admite verificar la factibilidad técnica de cada una de ellas. Este análisis identifica los equipos, la maquinaria, las materias primas y las instalaciones necesarias para el proyecto y, por tanto, los costos de inversión y de operación requeridos, así como el capital de trabajo que se necesita (Rosales, 2005).

#### **1. Ruta turística**

Ruta Turística puede ser definida como un itinerario o recorrido temático propio de una comunidad o área geográfica, que permite el conocimiento de sus valores y atractivos más particulares, capaz de atraer visitantes y motivar su desplazamiento a lo largo de ella, visitando los atractivos, realizando actividades y utilizando los servicios que han sido habilitados con ese objeto.

Para que la Ruta resulte creíble y tenga fuerza en el mercado, su diseño debe ser atractivo y coherente, manteniendo la unidad y complementariedad entre sus componentes y la imagen adoptada, pero ofreciendo al mismo tiempo una cierta diversidad que genere sinergias, revalorizando cada uno de los productos que la integran, propiciando y justificando la visita a todos ellos (MINTUR, 2008).

##### **a. Elementos de la ruta**

- Una producción, actividad o tema particular que la distingue de otras.
- Un itinerario desarrollado sobre la base de la Red Vial u otro tipo de comunicación.
- La existencia de normas para el funcionamiento y control de los elementos integrantes del proyecto.
- Una organización local que brinda información sobre la ruta, en la cual participarán personas relacionadas directamente a la actividad industrial o no.
- Asociado a un sistema de promoción.
- Un sistema de señalización de la ruta.
- Un mapa conteniendo información explícita sobre la misma (Manzano, 2014).

## 2. **Estructuración del estudio técnico**

Según Flores, A. (2012), (citado por MINTUR, 2008), expone que: La estructuración de la ruta turística se compone por los siguientes elementos:

### a. **Mapa de identificación de la ruta**

Se ubica en el mapa los atractivos más relevantes, tomando en consideración los puntos específicos de interpretación y observación directa de los atractivos, además se enuncian algunos sitios complementarios de interés.

### c. **Identificación y caracterización de los sitios promisorios de la ruta**

Se realiza inventario de los atractivos naturales y culturales existentes en el lugar, para la identificación y descripción de los lugares en donde se puedan desarrollar actividades turísticas que integren los recursos naturales y culturales.

### d. **Actividades turísticas principales y complementarias**

Las actividades se establecen en base al perfil del turista objetivo y del potencial natural y cultural presente en el lugar para la realización de la ruta.

### e. **Caracterización de la planta existente**

Se caracteriza las instalaciones y el equipo de producción de bienes y servicios que satisfacen los requerimientos de turistas en su desplazamiento y su estancia en el estilo elegido.

La plata turística de un lugar está conformada por: Transporte, alojamiento, alimentación, recreación y servicios de apoyo.

#### **f. Propuesta de empaquetamiento**

Conforme a la planta turística disponible y los atractivos de mayor jerarquía se elabora el empaquetamiento, que no es otra cosa que la elaboración del paquete turístico, en el paquete turístico se consideren los siguientes elementos: nombre del paquete; codificación (numeración); duración (horas, días, noches); carácter (historia, naturaleza, cultura, aventura); tiempo de las actividades (inicio, duración); itinerario y descripción de actividades (en orden de visita); dificultad (fácil, moderado, difícil); servicios que se incluyen/servicios que no se incluyen; precio (por número de pasajeros) y requerimientos para la visita, metodología (esquema técnico) propuesta Patricia Tierra (2010).

#### **1) Paquete turístico**

Según Pérez, (2011), expresa que paquete turístico es:

Conjunto de facilidades, servicios y actividades que se estructuran de manera articulada y que satisfacen necesidades o deseos de los consumidores turísticos. Generalmente son armados o ensamblados por los tour operadores y se ofrecen por las agencias de viajes y turismo en un mercado turístico definido. Al igual que el producto turístico, el paquete es adquirido en el lugar de origen y consumido en el lugar de destino.

El paquete incluye gran variedad de facilidades y servicios complementarios adaptados a las necesidades del cliente. Posibilita programar la oferta para crear un producto turístico nuevo. Es una combinación de servicios que generalmente se compran por separado, (transporte, alojamiento, comidas, diversiones), pero que se ofrecen como un producto único, integrado, con precio fijo y en una sola transacción.

#### **a) Componentes de un Paquete Turístico**

Según la ley de viajes combinados, se entiende como paquete turístico a la combinación previa de por lo menos dos de los siguientes servicios:

- Transporte
- Alojamiento
- Otros servicios turísticos

Siempre que dicha prestación sobre pase las 24 horas o incluya una noche de estancia. Para poder formar el paquete turístico tiene que existir primero el recurso turístico,

atractivo turístico, servicio, circuito turístico. Después de estos pasos podemos obtener el producto turístico y todo eso forma el paquete turístico que ya está listo para ser promocionado y vendido al turista y se lleve un bonito recuerdo de lo que vio y conoció y así el turismo siga creciendo (Cerna, 2011).

**b) Diseño del sistema de señalización y señalética**

Se toma criterios básicos para la señalización y señalética de la ruta, considerando las propuestas establecidas en la zona, y las diferentes normas y técnicas que planteen las diferentes entidades relacionadas, para brindar una adecuada orientación, información y seguridad a los turistas satisfaciendo así sus requerimientos y expectativas.

**c) Requerimientos para las rutas**

Este elemento es importante porque velara las necesidades requeridas para la implementación de la ruta relacionada con: personal, capacitación, mejoramiento de la infraestructura turística, entre otras, este análisis se realizará en función de las competencias territoriales que le corresponde a cada sector (público, privado o comunitario) implicado para el desarrollo y fortalecimiento de la ruta.

**d) Estrategias de comercialización y difusión**

En este elemento se definen estrategias de difusión y comercialización, mediante el análisis del perfil de los turistas con el fin de conocer sus intereses y de esta manera definir estrategias correspondientes.

**e) Estructura de operación**

Se elabora mediante las políticas de operación y el correspondiente manual de procedimientos para un mejor funcionamiento de los diferentes procesos que se ejecutan durante la visita de los turistas y su atención (Flores, 2012).

**D. ESTUDIO LEGAL Y ADMINISTRATIVO**

El estudio Legal y el Administrativo hacen parte de los pasos fundamentales que se deben seguir para la preparación, formulación, ejecución y evaluación de un proyecto, acompañado de otros pasos igualmente importantes como son: Los estudios de viabilidad comercial, técnica, de gestión, de impacto ambiental y financiera, los cuales generan información para adelantar el ciclo del proyecto y constituyen la fuente básica para cualquier tipo de sistematización que apoye la toma de decisiones con respecto al proyecto.

Para Thompson, I. (2007), (Citado por Manzano, A. 2014), expresa que: los elementos del estudio legal y administrativo son:

### 1. **Marco Legal**

El marco legal proporciona las bases sobre las cuales las instituciones construyen y determinan el alcance y naturaleza de la participación política. En el marco legal regularmente se encuentran en un buen número de provisiones regulatorias y leyes interrelacionadas entre sí. El marco legal faculta a la autoridad correspondiente para que lleve a cabo las labores de administración de conformidad a la estructura detallada dentro de sus mismas provisiones (Thompson, I. 2007).

### 2. **Organigrama**

Los organigramas son la representación gráfica de la estructura orgánica de una empresa u organización que refleja, en forma esquemática, la posición de las áreas que la integran, sus niveles jerárquicos, líneas de autoridad y de asesoría.

### 3. **Organización**

Una organización es un conjunto de elementos, compuesto principalmente por personas, que actúan e interactúan entre sí bajo una estructura pensada y diseñada para que los recursos humanos, financieros, físicos, de información y otros, de forma coordinada, ordenada y regulada por un conjunto de normas, logren determinados fines, los cuales pueden ser de lucro o no.

### 4. **Manual de funciones**

Es un instrumento de trabajo que contiene el conjunto de normas y tareas que desarrolla cada funcionario en sus actividades cotidianas y será elaborado técnicamente basados en los respectivos procedimientos, sistemas, normas y que resumen el establecimiento de guías y orientaciones para desarrollar las rutinas o labores cotidianas.

Las directrices de los superiores, y estableciendo con claridad la responsabilidad, las obligaciones que cada uno de los cargos conlleva, sus requisitos, perfiles, incluyendo informes de labores que deben ser elaborados por lo menos anualmente dentro de los cuales se indique cualitativa y cuantitativamente en resumen las labores realizadas en el período.



Los problemas e inconvenientes y sus respectivas soluciones tanto los informes como los manuales deberán ser evaluados permanentemente por los respectivos jefes para garantizar un adecuado desarrollo y calidad de la gestión.

## **E. ESTUDIO AMBIENTAL**

### **1. Estudio ambiental**

Según Picasso, (2010), define que: Un estudio de impacto ambiental es un documento y a la vez son el conjunto de análisis técnico-científicos, sistemáticos, interrelacionados entre sí, cuyo objetivo es la identificación, predicción y evaluación de los impactos significativos positivos y/o negativos, que pueden producir una o un conjunto de acciones de origen antrópico sobre el medio ambiente físico, biológico y humano.

La información entregada por el estudio debe llevar a conclusiones sobre los impactos que puede producir sobre su entorno la instalación y desarrollo de un proyecto, establecer las medidas para mitigarlos y seguirlos, y en general, proponer toda reducción o eliminación de su nivel de significancia.

Un Estudio de Impacto Ambiental analiza un sistema complejo, con muchos factores distintos y con fenómenos que son muy difíciles de cuantificar. Para hacer estos estudios hay varios métodos y se usan unos u otros según la actividad de que se trate, el organismo que las haga o el que las exija (Picasso, 2010).

### **2. Matriz de Lázaro Lagos**

La matriz de Lázaro Lagos sirve para evaluar el impacto ambiental, está determinada por los componentes ambientales que están siendo afectados como: agua, aire, suelo, flora y fauna, entre otros. Así como también las actividades que se realizan en proyectos, para posteriormente desembocar en los impactos generados (Caballero, 2006).

La matriz de identificación y evaluación de impactos ambientales se compone de dos tablas:

- En el primer sector se identifica, describen, evalúan y otra donde se cuantifican los impactos.
- En el segundo sector se desarrolla la valoración del impacto. Se describen y analizan los impactos ambientales identificados, mediante métodos cualitativos y cuantitativos.

En el primer sector, en la columna inicial se relacionan todas las componentes ambientales estudiadas en dicha Evaluación de Impacto Ambiental (EIA), seguidamente (a partir de la segunda columna) se indican las actividades evaluadas en el proyecto, este acápite tendrá columnas cuantas actividades fueron establecidas, generalmente no menos de tres. Correspondientes a las fases de movimiento de tierra, instalación del equipamiento, operación de la instalación y abandono.

En la próxima columna, después de las acciones, corresponde relacionar todos los impactos ambientales detectados y evaluados, ordenados por componentes ambientales, esta columna constituye el enlace entre el primer y el segundo sector de la matriz, porque se utiliza en ambos.

Una vez relacionados todos los impactos ambientales se procede a señalar (puede ser con una X) en cual o cuales de las actividades tiene lugar el impacto. En el segundo sector se relacionan y se evalúan los 9 criterios evaluación: Naturaleza, magnitud, importancia, reversibilidad, duración, certeza, tipo, tiempo en aparecer, considerado en el proyecto (Caballero, 2006).

Según, Borja, (2009), define a cada uno de los criterios de evaluación que están dentro de la matriz de Lázaro Lagos:

**a. Naturaleza**

Dependiendo si el impacto es positivo se marcará con un signo (+), o por lo contrario es negativo se marcará con un signo (-).

**b. Magnitud**

Se determina a través de tres rangos: Baja intensidad (1); Moderada intensidad (2); Alta intensidad (3)

**c. Importancia**

Se determina a través de cuatro rangos de evaluación: Sin importancia (0); Menor importancia (1); Moderada importancia (2); Importante importancia (3)

**d. Certeza**

Se determina a través de tres rangos definidos con letras: Si el impacto ocurriera con un probabilidad del 75% (C); Si el impacto ocurriera con un probabilidad entre 50% a 75% (D); Si se requiere de estudios específicos para evaluar la certeza del impacto (I).

**e. Tipo**

Se define a través de:

Primario (Pr), si el impacto es consecuencia directa de la implementación del proyecto.

Secundario (Sc), si el impacto es consecuencia indirecta de la implementación del proyecto.

Acumulativo (Ac), si el impacto es consecuencia de impactos individuales repetitivos.

**f. Reversibilidad**

Puede ser de dos tipos:

- Reversible, si el impacto es transformable por mecanismos naturales (1).
- Irreversible, si el impacto no es transformable por mecanismos naturales (2).

**g. Duración**

Se determina a través del tiempo:

- A corto plazo, si el impacto permanece menos de un año (1).
- A mediano plazo, si el impacto permanece de 1 a 10 años (2).
- A largo plazo, si el impacto permanece más de 10 años (3).

**h. Tiempo en aparecer**

Determinado también por el tiempo se clasifica en:

- Corto plazo, si el impacto aparece inmediatamente o dentro de los primeros seis meses posteriores a la implementación del proyecto (1).
- Mediano plazo, si el impacto aparece entre 9 meses a cinco años después de implementación del proyecto (2).
- Largo plazo, si el impacto aparece en 5 años o más a la implementación del proyecto (3).

**i. Considerado en el proyecto**

Se define por las alternativas:

- Si, si el impacto fue considerado en el proyecto (S).
- No, si el impacto no fue considerado en el proyecto (N).

Posteriormente se debe determinar el sistema de mitigación más adecuado dependiendo del estado de conservación, y del medio ambiente en general (Borja, 2009).

## **F. ESTUDIO ECONÓMICO – FINANCIERO**

### **1. Análisis Económico**

El análisis económico estudia la estructura y evolución de los resultados de la empresa (ingresos y gastos) y de la rentabilidad de los capitales utilizados. Este análisis se realiza a través de la cuenta de Pérdidas y Ganancias, la cual para que sea significativa debe cumplir dos requisitos:

- La cuenta de resultados, también se denomina cuenta de Pérdidas y Ganancias, esta puede variar sensiblemente según los criterios de valoración que se hayan adoptado, por lo que debe ser depurada de tal forma que refleje un resultado homogéneo con otros períodos de tiempo y otras empresas. Lo más lógico para evitar este problema es haber observado durante el ejercicio los principios de contabilidad generalmente aceptados.
- A la cuenta de resultados afluyen una serie de flujos de muy distinta naturaleza y deben estar claramente diferenciados entre los resultados de explotación normal y los resultados extraordinarios o atípicos.

Las cuestiones que comprende el análisis económico son:

- La productividad de la empresa, que viene determinada por el grado de eficiencia, tanto cualitativa como cuantitativa, del equipo productivo en la obtención de un determinado volumen y calidad del producto.
- La rentabilidad externa, la cual trata de medir el mayor o menor rendimiento de los capitales invertidos en la empresa.
- El examen de la cuenta de resultados, analizando sus distintos componentes tanto en la vertiente de ingresos y gastos (Fernández, 2005).

Según Sendin, (2006), uno de los elementos fundamentales a la hora de decidir la viabilidad de los proyectos es su análisis económico. En todos los proyectos,

determinados desde una perspectiva económica, se tienen tres elementos monetarios importantes:

a. **Inversiones**

Se refieren a los gastos en material que son amortizables a 10 largo de los años. Su sentido es el de gastos de cuantía importante, en elementos que son realmente un patrimonio.

b. **Gastos**

Se refieren a las salidas de dinero en que se incurren a 10 largo de los años para dar un servicio o crear un producto. Estos gastos se suelen dividir entre recurrentes (los que se producen aunque no exista actividad en la empresa) y los operativos (en los que se incurre por el hecho de que la empresa fabrique, venda, etc.).

c. **Ingresos**

Se refieren a las entradas de dinero referidas a los resultados del proyecto (Sendin, 2006).

2. **Análisis Financiero**

Permite conocer la rentabilidad del proyecto a largo plazo, se realiza a partir del estudio financiero. En base al cálculo del Flujo de Caja, Valor Actual Neto Tasa Interna de Retorno, Relación Beneficio - Costo y el Periodo de Recuperación de la Inversión. Mientras en el análisis económico consideramos ventas y gastos (transacciones económicas), en el análisis financiero consideramos ingresos y egresos (flujos reales de dinero hacia y desde la empresa). (Cohen, 2009).

a. **Flujo de Caja.**

El flujo de caja es la suma de los Ingresos totales actualizados menos los Egresos totales actualizados.

b. **Valor Actual Neto**

El VAN es un indicador financiero que mide los flujos de los futuros ingresos y egresos que tendrá un proyecto, para determinar, si luego de descontar la inversión inicial, nos

quedaría alguna ganancia. Si el resultado es positivo, el proyecto es viable (Sendín, 2006).

**Fórmula:**

$$VAN = -I \sum_{n=0}^N \frac{Qn}{(1+r)^n}$$

**Dónde:**

**I**= Es la inversión inicial.

**Qn**= Es el flujo de caja del año n.

**r**= es la tasa de interés con la que estamos comparando.

**N**=Es el número de años de la inversión.

**n**=Años de duración del proyecto.

- $VAN > 0$  La inversión produciría ganancias por encima de la rentabilidad exigida (r)
- $VAN < 0$  La inversión produciría pérdidas por debajo de la rentabilidad exigida (r)
- $VAN=0$  La inversión no producirá ni pérdidas ni ganancias.

Entonces para hallar el VAN se necesitan:

- Tamaño de la inversión.
- Flujo de caja neto proyectado.
- Tasa de descuento (Contreras, 2014).

**c. Tasa interna de retorno o rendimiento (TIR).**

La Tasa Interna de Retorno, que sería el tipo de interés en el que el VAN se hace cero. Si el TIR es alto, estamos ante un proyecto empresarial rentable, que supone un retorno de la inversión equiparable a unos tipos de interés altos que posiblemente no se encuentren en el mercado. Sin embargo, si el TIR es bajo, posiblemente podríamos encontrar otro destino para nuestro dinero. Se utiliza también para analizar la rentabilidad de una inversión temporal. Como regla general, una inversión cuya TIR sea mayor que el coste de capital, se puede considerar rentable (Fernández, 2012).

**Fórmula:**

$$TIR = i1 + (i2 - i1) \frac{VAN 1}{VAN 1 - VAN 2}$$

**Dónde:**

**i1:** Tasa de actualización del último VAN positivo

**i2:** Tasa de actualización del primer VAN Negativo

**VAN1:** Valor Actual Neto, obtenido con ultimo VAN positivo

**VAN2:** Valor Actual Neto, obtenido con primer VAN Negativo

**d. Período de recuperación o Payback.**

El periodo de recuperación de la inversión (PRI), es uno de los métodos que en el corto plazo puede tener el favoritismo de algunas personas a la hora de evaluar sus proyectos de inversión.

Por su facilidad de cálculo y aplicación, el Periodo de Recuperación de la Inversión es considerado un indicador que mide tanto la liquidez del proyecto como también el riesgo relativo pues permite anticipar los eventos en el corto plazo.

Es importante anotar que este indicador es un instrumento financiero que al igual que el Valor Actual Neto y la Tasa Interna de Retorno, permite optimizar el proceso de toma de decisiones.

Es un instrumento que permite medir el plazo de tiempo que se requiere para que los flujos netos de efectivo de una inversión recuperen su costo o inversión inicial (Sendín, 2006).

Para obtener el periodo de recuperación del capital, se divide 100 para la tasa interna de retorno. Así, el período de recuperación del capital se manifiesta en período de año y meses.

**Fórmula:**

$$\text{Payback} = \frac{\text{Periodo anterior al cambio del signo} + \text{Valor absoluto del flujo acumulado}}{\text{Flujo de caja del siguiente periodo}}$$

**Fuente:** Taquín, 2006.

**e. Relación beneficio-costo**

Cuando los resultados y costos del proyecto pueden traducirse en unidades monetarias, su evaluación se realiza utilizando la técnica del Análisis Costo-Beneficio (ACB). Así sucede en los proyectos económicos.

La relación costo beneficio toma los ingresos y egresos netos presentes del estado de resultado, para determinar cuáles son los beneficios por cada peso que se sacrifica en el proyecto.

La relación beneficio / costo es un indicador que mide el grado de desarrollo y bienestar que un proyecto puede generar a una comunidad.

**Fórmula:**

$$\frac{B}{C} = \frac{VPi}{VPe}$$

**Dónde:**

**VPi:** Valor Presente de los ingresos

**VPe:** Valor Presente de los egresos

**Fuente:** Mateus, D. (2010).

#### **IV. MATERIALES Y MÉTODOS**

##### **A. CARACTERIZACIÓN DEL LUGAR**

###### **1. Localización**

El estudio se efectuará en la isla Santa Cruz, vinculando el centro poblado con la parte alta, en algunas zonas agrícolas (fincas caficultoras), alrededor de las parroquias rurales de Bellavista y Santa Rosa, es decir, a una distancia de 7 a 15 km de Puerto Ayora (principal centro poblado)

###### **2. Ubicación geográfica**

Santa Cruz se encuentra en las coordenadas UTM, 0°39'6.19"S y 90°24'24.61"O.

**Latitud:** 788635 m

**Longitud:** 9927891 m

**Altitud:** 864 m.s.n.m. (CGREG, 2015).



### 3. Características climáticas

**Cuadro 1.** Características climáticas del cantón Santa Cruz

CARACTERÍSTICAS CLIMÁTICAS	DESCRIPCIÓN
Temperatura	22° C a 31°
Precipitación Media	1072 m.m.
Humedad relativa	72-74%

Fuente: PODT, 2015

Elaborado por: Yadira Merecí, 2016

### 4. Clasificación ecológica

Según MAE, (2014), las zonas de vida existentes en Santa Cruz, son:

#### a. **Parte baja**

##### 1) **Zona Costera**

La zona de vida más baja de la isla es la zona costera. Esta zona siempre verde se basa en la capacidad de tolerancia a la salinidad de determinadas especies en la interfaz tierra / mar. El tipo de vegetación que se encuentra es muy variable y puede ser dividido en zonas: la zona húmeda costera o la zona de manglar y la zona seca de la Costa.

Existen cuatro variedades de manglares mangle negro, mangle blanco, mangle rojo y el mangle botón. En la zona seca de la Costa, especialmente en las playas, hay viñas, pastos y arbustos.

##### 2) **Zonas áridas**

Esta es la zona de vegetación es la más extensa, va desde la playa de 0 m.s.n.m. hasta los 60 m.s.n.m. de altitud. Se trata de un bosque semi-desértico dominado por árboles y arbustos caducifolios y es el hogar de muchos cactus de Galápagos incluido el nopal, cactus de lava y cactus candelabro.

#### b. **Parte alta**

##### 1) **Zona de Transición**

La zona de transición se funde en la siempre verde, zona Escalecía, que es exuberante bosque nublado, dominado por árboles de *Scalesia pedunculata* - así se llama la zona. Este tipo de bosque se produce sólo en las islas mayores y, el más bajo de las zonas

húmedas es también la zona más rica en términos de fertilidad del suelo y la productividad.

**a) Zona Escalecía**

Es de carácter intermedio entre la Escalecía y las zonas áridas, pero dominado por diferentes especies que cualquiera de las zonas adyacentes aún si las plantas de ambas zonas se producen también aquí.

**b) Zona Marrón**

Es intermedia entre el denso bosque de Escalecía y la vegetación de arbustos de Miconia. Es un bosque abierto dominado por la uña de gato (*Tournefortia pubescens* y *Aunistus ellipticus*). Los árboles están muy cubiertos con epifitas, musgos, las hepáticas y los helechos, que dan a esta zona un aspecto marrón durante la estación seca. Esta zona ha desaparecido a causa de la colonización del hombre.

**c) Zona de Miconia**

Por encima de la zona marrón, esta zona húmeda llamada así por el arbusto Miconia que alguna vez dominó esta región. Las pendientes sur de San Cristóbal y Santa Cruz son los únicos lugares donde hay un denso cinturón de arbustos endémicos de *Miconia Robinsoniana*.

**d) Pampa**

Se encuentran a una elevación de más de 900 m, Prácticamente no hay árboles o arbustos y la vegetación se compone principalmente de helechos, hierbas y juncos. (MAE, 2014).

**B. MATERIALES Y EQUIPOS**

**1. Materiales**

- Lápiz, hojas, borrador, libreta.
- Hojas
- Borrador
- Libreta

## 2. **Equipos**

- Computadora
- Cámara fotográfica
- GPS
- Impresora
- Pen drive

## C. **METODOLOGÍA**

Para el diseño de la ruta turística del café en el cantón Santa Cruz, se establece una metodología aplicada y no experimental, que se llevará a cabo usando técnicas de investigación bibliográfica y de campo, cuyos objetivos se cumplirán de la siguiente manera:

### 1. **Evaluar el potencial turístico del cantón Santa Cruz**

Para la realización de la evaluación del potencial turístico del cantón Santa Cruz se realizó el siguiente procedimiento:

#### a. **Diagnóstico situacional**

Se realizó salidas de campo in situ, además se investigó en fuentes secundarias del: GAD Municipal Santa Cruz, Parque Nacional Galápagos, Consejo de Régimen Especial de Galápagos, el Ministerio de Turismo y el Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca; para obtener el levantamiento de información de la línea base en los ámbitos físico espacial, socio cultural, ecológico territorial, económico productivo y político administrativo, del cantón Santa Cruz.

#### 1) **Ámbito físico espacial**

En este aspecto se analizó la ubicación geográfica, límites, superficie, división política y administrativa y vías de acceso.

#### 2) **Ámbito socio-cultural**

Para el estudio de este ámbito se indagó aspectos sociales como: el número de población, educación, salud, vivienda, servicios básicos, medios de transporte, migración, servicios sanitarios entre otros.

### 3) **Ámbito ecológico territorial**

Se analizó las características climáticas, condiciones ambientales de la zona, clasificación ecológica, usos de suelo, condiciones de biodiversidad.

### 4) **Ámbito económico productivo**

En este ámbito se analizaron los aspectos que se relacionan con la economía productiva del cantón, tales como: turismo, sector agropecuario y pesca,

### 5) **Ámbito político administrativo**

Se analizaron los diferentes organismos que participan en la gestión y planificación territorial del cantón Santa Cruz.

#### **b. Inventario de atractivos**

Se elaboró el inventario de atractivos naturales y culturales, mediante salidas de campo, utilizando las fichas para inventariar atractivos turísticos naturales propuesta por el MINTUR (2004), (Anexo No. 1); las mismas que fueron sistematizadas para recopilar datos relevantes de los atractivos que se utilizaran en el diseño de la ruta turística, con el fin de evaluar física, ambiental y ecológicamente los atractivos turísticos, para de esta forma jerarquizar, categorizar y evaluar cada uno de los atractivos turísticos.

Para la geo referenciación de los atractivos turísticos se utilizó el GPS.

#### **c. Análisis de problemas**

Se elaboró la matriz FODA, identificando las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas que posee el cantón, para el respectivo análisis.

## 2. **Estudio de mercado**

### **a. Análisis de la demanda**

Para el análisis de la demanda se aplicaron encuestas a los turistas nacionales y extranjeros que visitaron el cantón Santa Cruz en el año 2014, con la finalidad de determinar el perfil del consumidor.

Para determinar el número de encuestas se aplicó la siguiente fórmula de la muestra, para poblaciones finitas que se detalla a continuación:

**Fórmula:**

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

**Dónde:**

**n** = Tamaño de la muestra

**N** = Universo de estudio

**p** = Probabilidad de ocurrencia (0,5)

**q** = Probabilidad de no ocurrencia (0,5)

**e** = Margen de error (5%) → 0.05

**z** = Nivel de confianza (1,96).

#### **b. Análisis de la oferta turística**

El análisis de la oferta se la realizó en dos partes:

- 1) Se analizó la oferta complementaria (servicios turísticos) que existe en Santa Cruz mediante salidas de campo, además se indagó información secundaria sobre la oferta complementaria que existe en las islas cercanas como es Cristóbal e Isabela.
- 2) Para el análisis de la competencia se recopiló información en lugares cercanos, con la finalidad de analizar la competencia relacionada con la oferta del producto del café, misma que nos acercamos a la ruta del cacao en Guayaquil.

#### **c. Confrontación de la oferta vs demanda**

##### **1) Proyección demanda actual y potencial para el producto de turismo**

Para este análisis se tomó como referencia el universo de estudio de los turistas que visitaron el cantón Santa Cruz en el año 2014, que corresponde a 158.672, estos lo hicieron por el aeropuerto Seymour de la isla de Baltra, quienes 114.877 fueron turistas extranjeros y 43.795 fueron turistas nacionales.

## 2) **Proyección de la demanda potencial o futura**

Para el cálculo de la proyección de la demanda potencial, tanto nacional como extranjera, con la finalidad de estimar datos de la demanda a futuro, se utilizó la fórmula del interés compuesto proyectando para los próximos 5 años.

### **Formula:**

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

### **Dónde:**

Co = Año a proyectar

Cn = Número de clientes

I = Incremento de turismo nacional e internacional (0,06%) (PNG, 2015).

n = El año a proyectarse (1-5).

## 3) **Demanda insatisfecha**

El cálculo de la demanda insatisfecha para este producto se obtuvo aplicando la fórmula (Demanda – Oferta = Demanda insatisfecha), proyectada para 5 años.

## 4) **Demanda objetivo**

Para el análisis de la demanda objetivo se toma del 5% al 10%, cuando es nuevo por lo general pero cuando el proyecto es nuevo y financiado por alguna institución se toma del 11% al 20%.

En este caso se iniciará con el 13%, pues es un proyecto nuevo y está respaldado de varias instituciones como: Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal Santa Cruz (GADMSC) y Consejo de Gobierno de Régimen Especial de Galápagos (CGREG).

## 3. **Estudio técnico para la operación de la ruta turística del café**

Para el diseño de la ruta turística del café en el cantón Santa Cruz, se tomó como referencia la metodología de la Ruta del Agua propuesta por el MINTUR (2008), la cual posee los siguientes elementos:

### **a. Mapa de identificación de la ruta**

Se realizó la geo-referenciación de la ruta, y la selección de los atractivos más relevantes, tomando en cuenta los puntos de interpretación y observación directa de los atractivos, además se enunciaron algunos sitios complementarios de interés.

**b. Identificación y caracterización de los sitios promisorios de la ruta**

Se realizó el inventario de los atractivos naturales y culturales existentes en el lugar, para la identificación y descripción de los lugares en donde se puedan desarrollar actividades turísticas que integren los recursos naturales y culturales.

**c. Identificación y caracterización de los servicios turísticos y actividades turísticas principales y complementarias**

Para evaluar y seleccionar a los prestadores de servicios turísticos del cantón que se incluyó en la ruta, se tomó en cuenta los parámetros establecidos en el manual de actividades turísticas del Ecuador, entre las cuales están: centros de visitantes, alojamientos, restaurantes típicos, mercado artesanales (recuerdos o suvenires), museos, suministro de agua, energía, comunicaciones, área de camping, vías de comunicación, área de estacionamiento, entre otras.

Las actividades se establecieron en base al perfil del turista y del potencial natural y cultural presente en el lugar para la realización de la ruta.

**d. Caracterización de la planta existente**

Se caracteriza las instalaciones y el equipo de producción de bienes y servicios que satisfacen los requerimientos de turistas en su desplazamiento y su estancia en el estilo elegido. La planta turística de un lugar está conformada por: Transporte, alojamiento, alimentación, recreación y servicios de apoyo.

**e. Propuesta de empaquetamiento**

Conforme a la planta turística disponible y los atractivos de mayor jerarquía se elabora el empaquetamiento, que no es otra cosa que la elaboración del paquete turístico.

Se consideran los siguientes elementos para el empaquetamiento:

- Nombre del paquete;
- Codificación (numeración);
- Duración (horas, días, noches);
- Carácter (historia, naturaleza, cultura, aventura);
- Tiempo de las actividades (inicio, duración);
- Itinerario y descripción de actividades (en orden de visita);
- Dificultad (fácil, moderado, difícil);
- Servicios que se incluyen/servicios que no se incluyen;

- Precio (por número de pasajeros) y requerimientos para la visita,
- Metodología (esquema técnico) propuesta por la Ing. Patricia Tierra (2010).

#### **f. Diseño del sistema de señalización y señalética**

Se elaboró la señalización y señalética de la ruta, considerando las propuestas establecidas en la zona, además se tomó en consideración los manuales de Señalética interpretativa y turística del: Parque Nacional Galápagos, Ministerio de Turismo y del GAD Municipal de Santa Cruz, pues se debe regir a las normativas vigentes por tener un régimen especial.

También se seleccionó los sitios específicos de ubicación de señales de acuerdo con los tipos de señales a establecerse en el área, los cuales servirán para brindar una adecuada orientación, información y seguridad a los turistas satisfaciendo así sus requerimientos y expectativas.

#### **g. Requerimientos para las rutas**

Se analizó las necesidades requeridas para la implementación de la ruta relacionada con: personal, capacitación, mejoramiento de la infraestructura turística, entre otras, este análisis se realizará en función de las competencias territoriales que le corresponde a cada sector (público, privado o comunitario) implicado para el desarrollo y fortalecimiento de la ruta.

#### **h. Estrategias de comercialización y difusión**

Se estableció estrategias a través de las cuatro variables del marketing mix, para lo cual se tomó el análisis del perfil de los turistas nacionales y extranjeros con el fin de conocer sus intereses y de esta manera definir estrategias correspondientes.

##### **1) Estrategias del consumidor o cliente**

- Imagen del producto.
- Eslogan

##### **2) Estrategias del costo**

- Precio competitivo-Promociones
- Servicios adicionales o complementarios



### 3) **Estrategias por conveniencia**

- Mercados meta.

### 4) **Estrategias de comunicación**

- Medios para informar y difundir la ruta turística de café.

#### i. **Estructura de operación**

Se realizó el diseño de políticas de operación y el correspondiente manual de procedimientos para un mejor funcionamiento de los diferentes procesos que se ejecutaran durante la visita de los turistas y su atención.

## 4. **Estudio legal y administrativo para la operación de la ruta**

### a. **Estudio legal**

Se tomó en cuenta el marco legal y a la normativa relacionada con el sector turístico para la legalización y funcionamiento del producto.

- Constitución de la República del Ecuador
- COOTAD (Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización).
- Ley especial de Galápagos (LOREG)
- Ley de turismo
- Libro del TULAS.

### b. **Estudio administrativo**

Dentro del estudio administrativo se definió el organigrama estructural y el manual de funciones del talento humano responsable.

## 5. **Determinar la factibilidad socio-ambiental de la ruta turística**

Para la implementación de la ruta turística del café, se procedió a evaluar el grado de impacto ambiental mediante la utilización de la matriz de Lázaro Lagos que determinó el impacto ambiental que ocasionará la implementación de la Ruta analizando las variables: suelo, agua, aire, flora, fauna, entre otras.

## **6. Determinar la viabilidad económica y financiera de la ruta**

### **a. Análisis económico**

El análisis económico comprenderá los siguientes elementos:

- Activo fijo, diferido y capital de trabajo.
- Fuentes de financiamiento y uso de fondos.
- Cálculo de depreciaciones y amortizaciones.
- Presupuesto de costos y gastos.
- Costos e ingresos.
- Estado de resultados.
- Flujo de caja del proyecto.

### **b. Análisis financiero**

Se calculará los siguientes indicadores en base a las formulas citadas en la revisión bibliográfica detallada anteriormente:

- El Valor Actual Neto (VAN), para tener la seguridad de que el proyecto generará un flujo de caja suficiente para cubrir la inversión inicial.
- La Tasa Interna de Retorno (TIR), para identificar la rentabilidad del capital invertido.
- La relación Beneficio – Costo, para determinar si el proyecto genera una relación de ganancias o pérdidas entre los dos factor.

**V. RESULTADOS**

**A. EVALUACIÓN DEL POTENCIAL TURÍSTICO DEL CANTÓN SANTA CRUZ**

La isla Santa Cruz, es la más poblada, ya que posee 15.393 habitantes a diferencia de San Cristóbal que posee 7.475 habitantes, seguido por la isla Isabela que tiene 2.256 habitantes, Santa Cruz además es reconocida como la capital económica del Archipiélago, aquí también se concentra la mayor cantidad de líneas y vuelos del continente, es el punto de arranque del turismo de cruceros (CGREG, 2014).

El espacio físico de Santa Cruz se encuentra conformado espacialmente por sus áreas protegidas (Parque Nacional y Reserva Marina) y sus áreas pobladas (zonas urbanas y rurales); estructuralmente está comprendido por sus ámbitos físico espacial, socio cultural, ecológico territorial, económico productivo y político administrativo (PDOT,2014).

Para la evaluación del potencial turístico del cantón Santa Cruz en general, se indagó en diferentes fuentes de información tanto primaria y secundaria.

**1. Ámbito físico espacial**

**a. Ubicación**

Santa Cruz se encuentra en las coordenadas UTM.

**Cuadro 2.** Coordenadas UTM

LUGAR	ZONA	LONGITUD	LATITUD	ALTITUD
Santa Cruz	15 M	9894091.22 m S	726388.94 m E	864 m.s.n.m.

Fuente: CGREG, 2016.

Elaborado por: Yadira Merecí, 2016.

### Mapa 1. Mapa de ubicación



Fuente: Google Earth, 2016

Elaborado por: Yadira Merecí, 2016.

#### b. Límites:

Santa Cruz limita con las siguientes islas:

#### Cuadro 3. Límites del cantón Santa Cruz.

PUNTOS CARDINALES	LUGAR
Norte	Océano Pacifico.
Sur	Isla San Cristóbal e Isla Isabela
Este	Isla San Cristóbal.
Oeste	Isla Isabela

Elaborado por: Yadira Merecí, 2016.

#### c. Superficie

El cantón Santa Cruz tiene una extensión terrestre de 986, 41km<sup>2</sup> (STPDS-GADMSC, 2015).

#### d. División política y administrativa

El cantón Santa Cruz en su división política y administrativa se divide en:

**Cuadro 4.** División Política y administrativa de Santa Cruz.

ZONAS	PARROQUIAS	RECINTOS
Urbana	Puerto Ayora	Cabecera cantonal
Rural	Bellavista	El Camote, el Cascajo, Media Luna, El Occidente, Guayabillos y Miramar.
	Santa Rosa	El Carmen, Salasaca y la Isla Baltra

Elaborado por: Yadira Merecí, 2016.

#### e. Vías de acceso

##### 1) Vialidad Urbana

Santa Cruz cuenta con dos alternativas de ingreso: a ero y marítimo. El aeropuerto más cercano se ubica en la isla Baltra, para llegar a Puerto Ayora primero se toma un autobús que traslada desde el aeropuerto hacia el canal de Itabaca para después realizar transbordo en acuataxis (cap. 12 pasajeros), que realizan el cruce del canal, para luego tomar otro transporte que permite cubrir los 41 Km de carretera que separan este punto con Puerto Ayora.

La vía se encuentra en buen estado, salvo tramos cortos en que se presentan baches, por la ausencia de cunetas y alcantarillas en varios tramos.

##### 2) Viabilidad rural

A partir de la carretera principal se derivan un sinnúmero de caminos que dirigen hacia las fincas productivas agropecuarias y a los sitios turísticos.

## 2.  mbito socio-cultural

### a. Historia

Las islas Galápagos fueron descubiertas el 10 de marzo de 1935, cuando accidentalmente el barco del obispo de Panamá Fray Tomás de Berlanga se desvi  de su destino a Perú.

El Ecuador anex  a las islas Galápagos el 12 de febrero de 1832 bajo el gobierno del General Juan José Flores, bautiz ndolas como Archipiélago de Col n, posteriormente, el 18 de febrero de 1973 se instituyó como provincia.

En 1978 la Unesco declaró a las Islas Galápagos como Patrimonio Natural de la Humanidad y seis años más tarde, como Reserva de la Biosfera (1985), lo cual ha resultado un creciente interés a nivel internacional por este archipiélago.

Santa Cruz, con su capital Puerto Ayora, un 18 de febrero de 1973 es la fecha en que se creó el cantón Santa Cruz (PNG, 2014).

#### **b. Población**

Santa Cruz cuenta con una población de 15.353 habitantes, según el Censo de Población y vivienda INEC 2010. Puerto Ayora es el más alto con 11.974 habitantes, que representa el 77,99 %, las dos parroquias rurales Santa Rosa con 994 habitantes que representa el 6,45% y Bellavista con 2.425 personas, lo que representa el 15,75%.

Santa Cruz de acuerdo al género posee 7.832 hombre, que representa el 50,9% y 7.561 mujeres que representa el 49,1%.

#### **c. Población económicamente activa (PEA)**

Según el análisis de la Población económicamente activa (PEA), la actividad económica principal es el turismo, pues, si se recorre las calles principales se observa hoteles, restaurantes, agencias de viajes, y operadoras turísticas, tiendas de souvenirs, entre otras.

Siguiendo con el análisis, las tres principales ocupaciones de la isla son: trabajador de servicios y vendedores (20,3%), ocupaciones elementales como: ganadería, silvicultura y pesca (14,3%) y artesanos (12,4%).

En Santa Cruz se encuentran la menor proporción de profesionales, científicos e intelectuales con el 8,3%, operadores de instalaciones y maquinaria 7,6%, y agricultores y trabajadores calificados con un 4,3%,

#### **d. Educación**

En el cantón Santa Cruz, con respecto a la educación, existen establecimientos de enseñanza regular: nueve fiscales, un fisco misional y dos particulares. De acuerdo a las zonas el cantón posee nueve establecimientos educativos urbanos y tres rurales.

## 1) Establecimientos educativos

El siguiente cuadro muestra el nombre de las escuelas y colegios que existen en el cantón.

**Cuadro 5.** Escuelas y colegios del cantón Santa Cruz

No.	ESCUELA	UBICACIÓN	NIVEL DE EDUCACIÓN	NÚMERO DE PROFESORES	NÚMERO DE ESTUDIANTES
1	Escuela Básica Fiscal Galo Plaza Lasso	Puerto Ayora	Inicial: 3 y 4 años. Básica: 1ro a 10mo	35	685
2	Colegio Fiscal Nacional Galápagos	Puerto Ayora	Básica: 8vo. a 10mo. Bachillerato: 1ro. a 3ro.	45	779
3	Colegio Fiscal Miguel Ángel Cazares	Puerto Ayora	Básica: 8vo. a 10mo. Bachillerato: 1ro. a 3ro.	27	535
4	Unidad Educativa Fisco Misional San Francisco de Asís	Puerto ayora	Inicial: 3 y 4 años. Básica: 1ro. a 10mo. Bachillerato: 1ro. a 3ro.	55	1140
5	Unidad Educativa Particular Tomas de Berlanga	Puerto Ayora	Inicial: 3 y 4 años. Básica: 1ro. a 10mo. Bachillerato: 1ro. a 3ro.	10-21	192
6	Unidad Educativa Adventista Loma Linda (Particular)	Puerto Ayora	Inicial: 3 y 4 años. Básica: 1ro. a 10mo. Bachillerato: 1ro. a 3ro.	23	308
7	Escuela Básica Fiscal Caupolicán Marín	Bellavista	Inicial: 3 y 4 años. Básica: 1ro. a 10mo.	10-21	234
8	Escuela Básica Fiscal Delia Ibarra de Velasco	Santa Rosa	Inicial: 3 y 4 años. Básica: 1ro. a 7mo.	De 6 y menos	83
9	Escuela Básica Fiscal Julio Puebla Castellano	Cascajo	Inicial: 3 y 4 años. Básica: 1ro. a 7mo.	De 6 y menos	32
10	Escuela Básica Fiscal Oswaldo Guayasamín	Puerto Ayora	Inicial: 3 y 4 años. Básica: 1ro. a 10mo.	22	451
11	Escuela Fiscal Runakunapak Yachay	Puerto Ayora	Inicial: 3 y 4 años. Básica: 1ro. a 6to.	10-21	167
12	Centro Fiscal de Educación Especial María Montessori	Puerto Ayora	Inicial: 3 y 4 años.	De 6 y menos	32
TOTAL				265	4638

**Fuente:** Distrito de Educación 20D01, 2016.

**Elaborado por:** Yadira Merecí, 2016.

Las universidades en el cantón Santa Cruz, brindan enseñanza semi-presencial y a distancia y son:

- La Universidad Central del Ecuador.
- La Universidad Particular de Loja.

- La Universidad de las Fuerzas Armadas (ESPE).
- La Universidad de San Francisco de Quito (USFQ).

Para los niños pequeñitos existe un Centro Infantil del Buen Vivir (CIBV), el cual atiende a niños entre 1 a 5 años, preparándolos inclusive para la etapa de educación básica, cuenta con una capacidad máxima de 60 niños, es un programa conjunto de Instituciones como MIES e JNPF que atienden a los niños del sector.

#### e. Salud

Según el director Federico Savignón, (2015), El Hospital República del Ecuador es un hospital de 2do. Nivel en atención, se encuentra bajo la categoría de Hospital Básico, cuenta con 15 camas, brinda atención médica y de enfermería al público en General.

El hospital cuenta con las siguientes unidades:

- Consulta externa
- Emergencia
- Centro quirúrgico
- Laboratorio clínico
- Imagenología
- Hospitalización

Además existen 1 subcentro de salud, en Puerto Ayora, 1 subcentro en Bellavista y 1 subcentro en Santa Rosa.

#### 1) Natalidad

En el presente cuadro se muestra la natalidad que existe en Santa Cruz.

**Tabla 1.** Natalidad del cantón

SEXO	TOTAL	PORCENTAJE
Hombres	93	31,85%
Mujeres	199	68,15%
<b>Total</b>	292	100%

**Fuente:** Dirección de Ministerio de Salud Pública (MSP) Santa Cruz, 2014

**Elaborado por:** Yadira Merecí, 2016.

#### 2) Enfermedades más comunes:

- Infección estomacal
- Infección a la piel



- Infecciones respiratorias
- Enfermedades gastrointestinales
- Hipertensión arterial
- Infección de vías urinarias.

### 3) Mortalidad

En el presente cuadro se puede observar casos y porcentajes de mortalidad existentes en el cantón.

**Tabla 2.** Tasa de Mortalidad General del cantón Santa Cruz

ENFERMEDADES	% DE CASOS
Apendicitis	2,4%
Enfermedades del sistema urinario	2,7%
Colelitiasis y Colecistitis	2,8%
Otros síntomas y signos anormales	3,4%
Embarazos terminados en abortos	3,2%
Traumatismos en región del cuerpo	3,4%
Diarrea y Gastroenteritis	3,6%
Fracturas de Huesos	3,8%
Complicaciones de embarazo y parto	8,1%
Parto único espontáneo	9,5%

**Fuente:** Hospital República del Ecuador, 2016.

**Elaborado por:** Yadira Merecí, 2016.

#### f. Servicios básicos disponibles

##### 1) Agua potable

Actualmente cuenta con una planta potabilizadora, los que abastece en primera instancia a la zona urbana del cantón. Los isleños, también, compran agua a las pequeñas empresas que utilizan plantas desalinizadoras.

En general Santa Cruz posee una pésima calidad de aguas subterráneas costeras por la contaminación de las fuentes. Falta agua de riego para el sector agropecuario y se carece de conocimientos sobre el acuífero subterráneo.

### **a) Calidad de agua**

Para el monitoreo del agua en la Isla Santa Cruz han tomado muestras de sitios terrestres y también de sitios costeros para el análisis físico, químico y biológico (DPNG, 2015).

En el monitoreo de sitios terrestres, la mayoría de los sitios donde se extrae el agua para la población de Puerto Ayora (Grieta la CAMISETA) y de la parroquia Bellavista (Pozo Profundo), están libres de contaminación.

Sin embargo, han encontrado un alto contenido de coliformes fecales en la Grieta del Colegio San Francisco donde se extrae el 27% del agua en Puerto Ayora, el municipio ha dejado de extraer agua de esa grieta (DPNG, 2015).

En los sitios costeros monitoreados, los resultados de laboratorio son preocupantes. Los resultados de aceites y grasas y mercurio se mantienen por encima del Límite Máximo Permisible (LMP), en algunos de los sitios monitoreados, se mantienen los niveles de contaminación por coliformes fecales por ejemplo en la Laguna de las Ninfas, por lo que este sitio es usado para recreación y apreciación del paisaje por turistas nacionales y extranjeros, está prohibido bañarse en esa laguna (DPNG, 2015).

### **g. Energía**

La energía que se encuentra en el cantón Santa Cruz es producida por generación térmica, con un uso visiblemente alto de diésel como fuente de generación. Él cantón no cuenta con sistemas alternativos de generación eléctrica (CGREG, 2014).

Hay identificados dos proyectos de energía fotovoltaica, que se espera puedan cubrir al menos el 50% de la demanda del cantón y aporten al cambio de la matriz energética predominante (PDOT, 2015).

### **h. Alcantarillado**

En el cantón Santa Cruz no existe una red pública de alcantarillado; los hogares que reportaron tener este sistema corresponde al 3% (INEC, 2010), se refieren una iniciativa privada de un grupo de hogares cuya red finalmente termina en un pozo séptico.

El área rural es la más afectada respecto a la provisión de agua y de alcantarillado. La carencia de la red de alcantarillado provoca una alta contaminación a las capas de agua subterránea que al no existir planta potabilizadora da como resultado una baja salubridad.

## i. Tratamiento de desechos

Santa Cruz cuenta con un sistema de gestión de residuos y reciclaje. El sistema consiste en la separación de los diferentes tipos de desechos:

- Desechos reciclables
- Orgánicos
- No-reciclables

El sistema cuenta también con programas de recolección de residuos peligrosos y hospitalarios, así como también con la recolección por separado de residuos voluminosos: malezas, chatarras y llantas usadas. Además, la microempresa privada Recolección de Lubricantes Usadas en Galápagos (RELUGAL), maneja la recolección y el almacenamiento de aceites usados en embarcaciones de Santa Cruz.

**Cuadro 6.** Matriz del sistema de Gestión de residuos y reciclaje

TACHO COLOR	IDENTIFICACIÓN	TIPO DE MATERIAL QUE DEBE CONTENER
Tacho verde	Residuos orgánicos	Restos de comida, cascaras de fruta, verduras.
		Restos de madera, aserrín, viruta.
		Restos de plantas
Tacho azul	Materiales reciclables	Papel: periódico, de oficina, revistas, cartulinas, cartones, tetra pack, cuadernos, libros.
		Plásticos: envases de agua, refrescos, jabs, juguetes, fundas, tubos pvc, cuerdas, etc.
		Vidrios: envases de cervezas, frascos de mermeladas, salsa, etc.
		Latas
		Pilas usadas
Tacho negro	Materiales no reciclable y otros	Papel higiénico, servilletas, toallas sanitarias, pañales desechables.
		Zapatos, ropa y otros materiales de tela.
		Boyas, platos de espuma, tarrinas de comida, espuma Flex.
Tacho rojo	Desecho peligrosos infecciosos y hospitalarios.	Desechos especiales y tóxicos
		Desechos hospitalarios
		Desechos corto-punzantes.
En cualquier momento que la ciudadanía lo	Desechos voluminosos, grandes proporciones.	Chatarras
		Electrodomésticos
		Malezas

solicite en el departamento.		Llantas usadas
------------------------------	--	----------------

**Fuente:** Dirección Integral de Gestión Ambiental de Desechos Sólidos (DIGAS), 2015.

**Elaborado por:** Yadira Merecí, 2015.

### a) **Recolección**

En la isla existe una recolección ordenada para los residuos y desechos sólidos.

**Cuadro 7.** Horario de recolección en el Cantón

TACHO COLOR	HORARIO						
	LUNE S	MARTE S	MIÉRCOLE S	JUEVE S	VIERNE S	SÁBAD O	HOR A
<b>TACHO VERDE</b>	X		X		X		7:00
<b>TACHO AZUL</b>	X		X		X		7:00
<b>TACHO NEGRO NO RECICLABLES, ZONA RESIDENCIAL</b>		X		X		X	7:00
<b>TACHO NEGRO NO RECICLABLES, ZONA COMERCIAL</b>	X	X	X	X	X	X	7:00
<b>TACHO ROJO</b>		X			X		15:00
<b>DESECHOS VOLUMINOSOS: MALEZAS CHATARRA LLANTAS USADAS</b>		X		X		X	7:00

**Fuente:** Dirección Integral de Gestión Ambiental de Desechos Sólidos (DIGAS), 2016.

**Elaborado por:** Yadira Merecí, 2016.

El carro recolector de residuos sólidos entrega el servicio a casi toda la ciudad, solamente un 0,20% de la ciudad no recibe ese servicio. No se llega al 100% por la dificultad de acceso para el carro recolector porque las calles son muy estrechas (PODT, 2014).

En las parroquias rurales de Bellavista y Santa Rosa, la recolección de basuras por el carro recolector no es tan eficiente que en Puerto Ayora. Puesto que en Bellavista el 93,16% lo realiza el carro recolector y el porcentaje restante lo realiza la población en diferentes formas como: quemando la basura un 3,93%, enterrando la basura 0,58%,

botando en lugares baldíos o quebradas 0,58% y de otras formas 1,75%; en cambio en Santa Rosa el 90,30 % lleva el carro recolector, y el 9,70% lo queman (PODT, 2014).

**j. Servicios sanitarios**

En Puerto Ayora el 90% de las viviendas están conectadas a un pozo séptico. En Bellavista y Santa Rosa, las viviendas están conectadas a un pozo ciego en su gran mayoría, mientras que, existe un cierto número de vivienda sin servicio higiénico.

### k. Transporte

**Cuadro 8.** Transporte en Santa Cruz

Medio de transporte		Nombre	Destino	Distancia (km)	Frecuencia	Precio (\$)
<b>Aéreo</b>	<p><b>Avión</b>, los precios de los tickets aéreos son de acuerdo con la anticipación que se los adquiere.</p> <p>Turistas Nacionales y Extranjeros deberán comprar de ida y vuelta el vuelo aéreo.</p> <p>El costo de los vuelos para Quito son más elevados porque las tasas aeroportuarias son más altas con relación a las de Guayaquil.</p>	Movilidad aérea entre islas: LAN AVIANCA TAME	Cristóbal	81,40	Solo en el día	60,00 Residentes 90,00 turistas nacionales 160.00 turistas extranjeros
			Isabela	80,45		60,00 Residentes 90,00 Turistas Nacionales 160.00 Turistas Extranjeros.
		Movilidad área al continente LAN	Quito	1240	8:45 11:00 11:20 12:45 13:50	220,00 Residentes 380,00 Turistas Nacionales 460,00 Turistas Extranjeros.
			Guayaquil	1240	11:20 12:45	
		AVIANCA	Quito	1240	Lunes-martes-miércoles-viernes: 10:00 Jueves-sábado-domingo: 10:00 y 12:30	35,00 Residentes 347,00 Turistas Nacionales 380,00 Turistas Extranjeros.
			Guayaquil	1240	Lunes-martes-miércoles-viernes: 9:30 Jueves-sábado-domingo: 13:00	
		TAME	Quito	1240	Lunes-martes-miércoles-viernes: 11:00 Jueves-sábado-domingo: 9:30 y 12:30	45,00 Residentes

			Guayaquil	1240	Lunes-martes-miércoles-viernes: 10:30 Jueves-sábado-domingo: 13:00	320,00 Turistas Nacionales 347,00 Turistas Extranjeros.
<b>Marítimo</b>	<b>Barcaza</b>	Barcaza privada	Cruce Canal Itabaca	200	Cada media hora	1,00
		Barcaza municipal	Cruce Canal Itabaca	200		0,50
		Lancha	Cruce Canal Itabaca	200		1
		Acuataxis o taxis acuáticos	Punta Estrada - Veleros en rada (anclarse), Puerto. Ayora	100		0,60
<b>Terrestre</b>	<b>Taxi</b>		Bellavista	6,78	Prolongada	3,00
			Guayabillos	13,2		4,00
			Cascajo	13,53		6,00
			Santa Tosa	17,48		8,00
			Salasaca	21,26		15,00
			Itabaca	41,02		20,00
	<b>Bus</b>	CITTEG	Parroquias	6,78	Cada hora y media	2,00

	<b>Bicicleta (movilidad sustentable)</b>	VARIOS			Prolongada	
	<b>Motos</b>				Prolongada	

**Fuente:** ATN-GADMSC, 2016.

**Elaborado por:** Yadira Merecí, 2016. .



## **l. Vivienda**

Las viviendas en el cantón por lo general están cubiertas por zinc, el cerramiento de la vivienda es de ladrillo o bloque de cemento, (sin acabado y sin aislamiento) mientras que solo el 1% de viviendas son construidas con materiales desprovistos como caña revestida. El 53% de pisos en viviendas están constituidos de hormigón o ladrillo sin acabado, el mismo porcentaje de vivienda de este tipo de piso se encuentran en mal estado o estado regular (PODT, 2014).

## **m. Comunicación**

Santa cruz cuenta con servicios de telecomunicación de calidad aceptable.

### **1) Medios de comunicación**

En el cantón Santa Cruz existen los siguientes medios de comunicación

#### **a) Radio**

Sus frecuencias radiales son escuchadas en todo el cantón.

- Radio Santa Cruz
- Radio Encantada

#### **b) Televisión**

Santa cruz existe un canal local con el nombre de PUERTO VISIÓN, este canal tiene alcance solo en el cantón y es transmitido por cable.

#### **c) Telefonía**

- **Fija**

La telefonía convencional se encuentra administrada por Corporación Nacional de telecomunicación (CNT) y posee una cobertura que genera enlaces entre las zonas pobladas de las islas, con el Ecuador y el resto del Mundo. El enlace hacia el continente se lo realiza vía satélite y por micro-onda en el interior del Archipiélago.

La cobertura telefónica es eficiente, pero es necesaria su ampliación para cubrir la demanda existente en todo el Cantón.

- **Móvil**

Movistar

Claro

CNT

**d) Internet**

El internet en Santa Cruz no es tan rápido, las redes que existen son: CLARO, MOVISTAR Y CNT. La cobertura de CNT es la que posee mayor cobertura en el cantón.

**e) Combustibles utilizados**

**Cuadro 9.** Combustibles utilizados

COMBUSTIBLES	USO	OBSERVACIÓN
Diésel	Electricidad principalmente generada con diésel en hoteles turísticos.	Usa diésel sucio; el combustible se derrama envenenando los suministros de agua; el azufre del combustible causa gran contaminación del aire.
	Motores de camiones y autobuses	Usan diésel sucio; se derrama mucho combustible envenenando el suministro de agua; el azufre del combustible causa gran contaminación del aire y es dañino para la salud humana.
Gasolina	Motores de motos, camiones y automóviles	La gasolina se mezcla con una gran cantidad de agua durante el embarque desde el continente; el agua y la gasolina no se mezclan ni se queman eficientemente. Los motores se desajustan y contaminan el aire y en consecuencia, afectan la salud humana.
Gas	Habitantes de las viviendas	El gas es traído de la parte continental por la M/N Galápagos y Petrocomercial quienes abastecen a la población cada 15 días

**Elaborado por:** Yadira Merecí, 2016.

### f) Migración

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

### g) Inmigración

La inmigración en la isla se ha producido desde 1958, estuvo compuesta en primera instancia de campesinos pobres de la sierra que trajeron sus tradicionales formas de vida y sustento de esquemas minifundistas sin aportación de tecnología ni capital, trayendo consigo especies no endémicas que fueron uno de los primeros problemas de la isla, y también incorporaron su identidad cultural y tradiciones lo que se conoce hoy en día como, el sustento de la solidaridad y el bien comunitario de los galapagueños, pero que sin embargo con el tiempo se han ido perdiendo.

### h) Tradiciones

Santa Cruz al igual que otros lugares posee tradiciones y costumbres que son importantes, porque forman parte de la vida de los habitantes de esta isla.

**Cuadro 10.** Tradiciones y costumbres de Santa Cruz.

DÍA/MES	CELEBRACIÓN	DESCRIPCIÓN
1ro de enero	Año nuevo	Unión de familias para celebrar un nuevo año, algunas personas van a misa.,
Del 12 al 18 de febrero	Celebración de cantonización de Santa Cruz	Pregón de inicio de fiestas. Elección reina del cantón. Concurso de dibujo, de artesanos, natación, entre otros.
Segundo domingo de mayo	Día de las madres	Se celebra como mucho orgullo a lo más sagrado y al ser más amado que es nuestra madre.
1ero de junio	Día del niño	Es la celebración de los más chiquitos que son una alegría.
Tercer domingo de junio	Día del padre	En este día se celebra al ser más maravillo, ser que da ejemplo de lucha y de valor para proteger a su familia.
2 de noviembre	Difuntos	Se celebra con misa y visita a las personas que descansan en paz
24-25 de diciembre	Navidad	Es la celebración de la noche buena y el nacimiento del niño Jesús.
31 de diciembre	Año viejo	Realizan presentación de artistas para despedir el año

		y celebrar el inicio de otro año.
--	--	-----------------------------------

Elaborado por: Yadira Merecí, 2016.

### 3. Ámbito ecológico territorial

#### a. Características climáticas

**Temperatura:** 22° C a 31° C.

**Precipitación media anual:** 1072 m.m.

**Humedad relativa:** 72-74%.

#### b. Clima

El cantón presenta dos épocas estacionales en el año, la cálida que va desde el mes de enero a mayo, caracterizándose con lluvias fuertes, elevadas temperaturas del aire y del mar; y la época estacional fría que va desde junio a diciembre esta se caracteriza por temperaturas bajas, y secas es decir, no se presentan lluvias, en cambio en las zonas altas se presenta lluvias prolongadas.

#### c. Hidrología

El agua que ingresa al ciclo hidrológico varía de un año a otro y su disponibilidad es particularmente importante para el sector agropecuario. Estos ingresos de agua incluyen la lluvia y garúa, y su abundancia se ve afectada en años excepcionales de lluvias muy fuertes (El Niño) y años de sequía (La Niña).

Las salidas del ciclo hidrológico son:

- La evaporación, alta en invierno y baja en la época de garúa en las partes altas de las islas.
- La infiltración, rápida por la elevada permeabilidad de los suelos.
- Los escurrimientos efímeros que son alimentados por altas precipitaciones y por fuentes de agua subterránea. (d'Ozouville, 2007).

#### d. Geomorfología

La geomorfología del cantón Santa Cruz se encuentra caracterizada por las siguientes informaciones:

- Conos piro-clásticos de escoria y lapilli.
- Los suelos que se presentan son de carácter cohesivo desarrollados principalmente sobre rocas volcánicas.

**e. Clasificación ecológica**

El cantón Santa Cruz, cuenta con zonas de vida o también llamados ecosistemas. Esto le permite poseer una biodiversidad reveladora; teniendo ambientes tan diversos.

Se identifica 31 comunidades y cerca de 50 especies dominantes, donde el mayor porcentaje de plantas endémicas se presenta en las zonas bajas y áridas de la isla.

Según MAE, (2014), las zonas de vida existentes en Santa Cruz, son:

**1) Parte baja**

**a) Zona Costera**

La zona de vida más baja de la isla es la zona costera. Esta zona siempre verde se basa en la capacidad de tolerancia a la salinidad de determinadas especies en la interfaz tierra / mar. El tipo de vegetación que se encuentra es muy variable y puede ser dividido en zonas: la zona húmeda costera o la zona de manglar y la zona seca de la Costa.

Existen cuatro variedades de manglares mangle negro, mangle blanco, mangle rojo y el mangle botón. En la zona seca de la Costa, especialmente en las playas, hay viñas, pastos y arbustos.

**b) Zonas áridas**

Esta es la zona de vegetación es la más extensa, va desde la playa de 0 m.s.n.m. hasta los 60 m.s.n.m. de altitud. Se trata de un bosque semi-desértico dominado por árboles y arbustos caducifolios y es el hogar de muchos cactus de Galápagos incluido el nopal, cactus de lava y cactus candelabro.

## 2) **Parte alta**

### a) **Zona de Transición**

La zona de transición se funde en la siempre verde, zona Scalesia, que es exuberante bosque nublado, dominado por árboles de *Scalesia pedunculata* - así se llama la zona. Este tipo de bosque se produce sólo en las islas mayores y, el más bajo de las zonas húmedas es también la zona más rica en términos de fertilidad del suelo y la productividad.

### b) **Zona Escalecía**

Es de carácter intermedio entre la Escalecía y las zonas áridas, pero dominado por diferentes especies que cualquiera de las zonas adyacentes aún si las plantas de ambas zonas se producen también aquí.

### c) **Zona Marrón**

Es intermedia entre el denso bosque de Escalecía y la vegetación de arbustos de Miconia. Es un bosque abierto dominado por la uña de gato (*Tournefortia pubescens* y *Aunistus ellipticus*). Los árboles están muy cubiertos con epifitas, musgos, las hepáticas y los helechos, que dan a esta zona un aspecto marrón durante la estación seca. Esta zona ha desaparecido a causa de la colonización del hombre.

### d) **Zona de Miconia**

Por encima de la zona marrón, esta zona húmeda llamada así por el arbusto Miconia que alguna vez dominó esta región. Las pendientes sur de San Cristóbal y Santa Cruz son los únicos lugares donde hay un denso cinturón de arbustos endémicos de *Miconia Robinsoniana*.

### e) **Pampa**

Se encuentran a una elevación de más de 900 m, Prácticamente no hay árboles o arbustos y la vegetación se compone principalmente de helechos, hierbas y juncos. (MAE, 2014).

**f. Suelo**

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

En Santa Cruz los suelos que predominan son pedregosos con una profundidad útil escasa, yendo de 5 cm en zonas de El Cascajo hasta 50 cm donde la pendiente no es tan fuerte.

La variabilidad de los suelos es muy grande y sobre espacios muy pequeños. En una sola finca, se pueden encontrar suelos franco arcillosos de color pardo, y suelos limosos de textura arenosa en menos de 10 m de distancia (finca de Juan Gaona).

También se observan parcelas con suelos francos arcillosos de color pardo claro, cerca de suelos arcillosos de color rojo (finca de Galo Vicuña). Los suelos presentan un pH de ácido a ligeramente ácido, con un gradiente aparente de acidez desde Bellavista -casi neutro- hasta los Gemelos (pH = 5 a 6) (PODT, 2014).

**g. Aire**

La mejor calidad de aire se encuentra en las zonas protegidas, deshabitadas o poco intervenidas por el ser humano, por la inexistencia de la actividad poblacional.

En cambio, en el centro poblado de Santa Cruz presenta fuentes de contaminación de aire, puesto que está relacionado con el tráfico vehicular terrestre y el tráfico marítimo, la descomposición de residuos orgánicos, el tratamiento de algunos desechos sólidos y la dependencia energética termoeléctrica.

**h. Patrimonio natural**

Las Islas Galápagos fueron declaradas como Patrimonio Natural de la Humanidad por la UNESCO en 1979, Reserva de la Biosfera en 1985, también forma parte de la convención RAMSAR para la protección de los humedales, y fueron proclamadas Santuario de Ballenas.

## **1) Sistema de zonificación del espacio protegido del Parque Nacional Galápagos**

El sistema de zonificación del PNG se articula básicamente sobre la disposición espacial de zonas, definidas en función de un desnivel de conservación de sus ecosistemas:

### **a) Zona de Protección Absoluta**

Son áreas antiguas que se encuentran libres de impactos conocidos de origen humano, en especial de organismos exóticos. También se incluyen áreas que han sido impactadas y que están ecológicamente restauradas.

Mantienen muestras representativas del eco diversidad y biodiversidad del archipiélago y sus ecosistemas tienen los niveles de integridad ecológica que le corresponden en escenarios sin intervención humana.

### **b) Zona de Conservación y Restauración de Ecosistemas**

Son áreas que pueden o no presentar organismos introducidos u otro tipo de impactos de origen humano, por lo que manifiestan un cierto grado de alteración de los niveles de integridad ecológica de todos o algunos de los distintos tipos de ecosistemas que alberga.

### **c) Zona de Reducción de Impactos**

Son áreas periféricas del Parque Nacional Galápagos con un grado de alteración importante aunque variable por estar situadas en sectores adyacentes a las zonas agropecuarias o urbanas.

## **i. Red de Sitios de Uso Público Eco turístico**

Son lugares repartidos por diferentes islas del archipiélago que presentan un rango amplio en el estado de conservación de sus ecosistemas, desde muy conservados hasta alterados; sin embargo, todos contienen elementos paisajísticos, geóticos, bióticos o históricos representativos de Galápagos.



## ii. Red de Sitios de Uso Público Especial

Esta Red incluye todos aquellos lugares del PNG en los que hay presencia permanente o casi permanente de población humana, expresada en términos de edificaciones, instalaciones, canteras o vertederos.

Son espacios que por las actividades que están soportando, mantienen ecosistemas muy degradados tanto en su estructura como funcionamiento pero que por estar dentro de los límites del Espacio Natural Protegido, deben estar claramente limitados y regulados con el objeto de minimizar el flujo de efectos negativos hacia el Espacio Natural circundante.

## d) Zona de Transformación

Es una zona periférica aledaña al espacio protegido, que incorpora las áreas rurales de las islas pobladas y se define básicamente como una Zona de Cooperación “ecológica socio-productiva” donde la DPNG brinda apoyo y promueve la implementación de modelos de desarrollo sustentables, compatibles con los objetivos generales de conservación, donde las actuaciones o iniciativas se llevan a cabo por propietarios de fincas, organizaciones, instituciones seccionales, instituciones gubernamentales, o en su conjunto.

Esta zona no está bajo la jurisdicción administrativa de la Dirección del Parque Nacional Galápagos.

## i. Descripción general de Flora

La flora está condicionada al tipo de sustrato (rocas, lava y arena) y a las condiciones altitudinales y biogeográficas a las que se ve expuesta.

Dentro de la reserva marina, existen cuatro especies de manglar: mangle rojo, mangle blanco, mangle negro y mangle botón. A continuación se detalla un breve listado de las especies endémicas de flora de la isla.

**Cuadro 11.** Lista de la flora de Santa Cruz.

FAMILIA	NOMBRE COMÚN	NOMBRE CIENTÍFICO	USOS
Sapindáceae	Huevo frito	<i>Cardiospermum galapageium</i>	Cubrir piedras
Convolvuláceae	Flor de la mañana	<i>Ipomoea pes-caprae</i>	Ornamental, cubre suelo y

			muros
Convolvuláceae	Soguilla	<i>Ipomea habeliana</i>	Cubre suelo y piedras
Fabáceae	Matazarno	<i>Piscidia carthagenensis</i>	Proveer sombra
Pasifloráceae	Granadilla silvestre	<i>Passiflora colinvauxii</i>	Cubre muros
Asteráceae	Bonsái de Galápagos	<i>Scalesia helleri</i>	Ornamental
Boragináceae	Muyuyo	<i>Cordia lutea</i>	Proveer sombra
Burseráceae	Palo santo	<i>Bursera graveolens</i>	Ornamental
Solanáceae	Tomatillo	<i>Lycopersicon cheesmanii</i>	Ornamental y alimento
Combretáceae	Mangle botón	<i>Conocarpus erectus</i>	Proveer sombra, cerca viva.
Combretáceae	Mangle blanco	<i>Laguncularia racemosa</i>	Proveer sombra, mar
Acantáceae	Mangle negro	<i>Avicennia germinans</i>	Proveer sombra, mar
Euforbiáceae	Manzanillo	<i>Hippomane mancinella</i>	Proveer sombra
Boraginácea	Cola de alacrán	<i>Heliotropium angiospermum</i>	Ornamental
Mirtáceae	Guayabillo	<i>Psidium galapageium</i>	Proveer sombra
Malváceae	Algodoncillo de Darwin	<i>Gossypium darwinii</i>	Ornamental
Asteráceae	Lechoso	<i>Scalesia cordata</i>	Cerca viva
Cactáceae	Calendrabro	<i>Jasminocereus thouarsil</i>	Ornamental
Cactáceae	Tuna gigante	<i>Opuntia echios</i>	Ornamental
Mimoseae	Algarrobo	<i>Acacia insulae-iacobi</i>	Proveer sombra
Vervénaceae	Rodilla de caballo	<i>Clerodendron molle molle</i>	Cerca viva
Mirtáceae	Guayabillo	<i>Psidium galapageium</i>	Proveer sombra
Asterácea	Lechoso	<i>Scalesia pedunculata</i>	Proveer sombra
Solanáceae	Nolana	<i>Nolana glapagensis</i>	Ornamental
Mimoceae	Acacia botón	<i>Acacia macracantha</i>	Proveer sombra
Vervénaceae	Suspirosa endémica	<i>Lantana epduncularis</i>	Ornamental
Solanáceae	Hoja de plata	<i>Grabowskia boerhaaviaefolia</i>	Ornamental
Rubiáceae	Espuela de gallo	<i>Chiococca alba</i>	Cerca viva
Zygophylláceae	Cacho de chivo	<i>Tribulus cistoides</i>	Ornamental y medicinal
Rutáceae	Uña de gato	<i>Zanthoxylum fagara</i>	Medicinal
Celastráceae	Arrancillo	<i>Maytenus octogona</i>	Ornamental

**Fuente:** Plantas nativas para jardines en Galápagos, 2009.

**Elaborado por:** Yadira Merecí, 2016.

## j. Descripción general de Fauna

La fauna del Archipiélago es la más asombrosa, ya que existe su diversidad es única en su especie han venido evolucionado de manera aislada durante más de 4 millones de años.

**Cuadro 12.** Lista de especies más representativa de Santa Cruz

FAMILIA	NOMBRE COMÚN	NOMBRE CIENTÍFICO
Testudinidae	Galápagos terrestres (tortuga gigante)	<i>Geochelone elephantopus</i>
Cheloniidae	Tortuga marina	<i>Chelonia mydas</i>
Iguanidae	Iguana terrestre de Galápagos	<i>Conolophus subcristatus</i>
Iguanidae	Iguana marina	<i>Amblyrhynchus cristatus</i>
Colubridae	Culebra de Galápagos	<i>Alsophis biserialis</i>
Gekkonidae	Gekko (salamanquesa)	<i>Gonatodes caudiscutatus.</i>
Tropidaridae	Lagartija de lava	<i>Microlophus albemarlensis</i>
Phalacrocoracidae	Cormorán no volador	<i>Nannopterum harrisi</i>
Tyrannidae	Pájaro brujo	<i>Pyrocephalus rubinus</i>
Abanidae	Tábano	<i>Tabanus vittiger</i>
Diomedeidae	Albatros de Galápagos	<i>Diomedea irrorata</i>
Emberizidae	Pequeño pinzón terrestre (pinzón de Darwin)	<i>Geospiza Fuliginosa</i>
Fregatidae	Fragata real	<i>Fregata magnificens</i>
Laridae	Gaviota tijereta	<i>Creagrus furcatus</i>
Strigidae	Lechuza de campo	<i>Asio flammeus</i>
Sulidae	Piquero de patas azules	<i>Sula nebouxii</i>
Rallidae	Gallareta	<i>Neocrex erythrops</i>
Ardeidae	Garza ganadera	<i>Bubulcus ibis</i>
Sternidae	Gaviotín real	<i>Thalasseus maximus</i>
Mimidae	Cucuves de galápagos	<i>Nesomimus parvulus</i>
Thraupidae	Pinzón terrestre de pico agudo	<i>Geospiza difficilis</i>
Thraupidae	Pinzón de cacto	<i>Geospiza scandens</i>
Thraupidae	Gran pinzón de cacto	<i>Geospiza conirostris</i>

Emberizidae	Pinzón vegetariano	<i>Platyspiza crassirostris</i>
Thraupidae	Gran pinzón arbóreo	<i>Camarhynchus psittacula</i>
Emberizidae	Mediano pinzón arbóreo	<i>Camarhynchus pauper</i>
Thraupidae	Pequeño pinzón arbóreo	<i>Camarhynchus parvulus</i>
Thraupidae	Pinzón carpintero	<i>Camarhynchus pallidus</i>
Thraupidae	Pinzón de manglar	<i>Camarhynchus heliobates</i>
Thraupidae	Pinzón cantor	<i>Certhidea olivácea</i>
Otariidae	Lobo marino	<i>Zalophus californianus</i>
Balaenopteridae	Ballena jorobada	<i>Megaptera novaeangliae</i>
Physeteridae	Cachalote	<i>Physeter macrocephalus</i>
Delphinidae	Orca	<i>Orcinus orca</i>
Culicidae	Mosquito	<i>Aedes taeniorhynchus</i>
Teredinidae	Polillas blancas	<i>Utetheisa spp.</i>
Noctuidae	Polilla nocturna	<i>Ascalapha odorata</i>
Coccidae	Chinches cocos	<i>Coccidae spp.</i>
Selenopidae	Araña	<i>Selenops spp.</i>
Acanthochitonidae	Canchalagua	<i>Chinton goodalli</i>
Grapsidae	Zayapa	<i>Grapsus grapsus</i>
Ocypodidae	Cangrejo fantasma	<i>Ocypode spp.</i>
Cidaridae	Erizo lapicero	<i>Eucidaris thouarsii</i>
Artemiidae	Camarón salino	<i>Artemia salina</i>
Ulvaceae	Alga verde	<i>Ulva spp.</i>
Ceramiaceae	Alga	<i>Centroceras spp.</i>
Gelidiaceae	Alga	<i>Gelidium spp.</i>
Carcharhinidae	Tintorera	<i>Triaenodon obesus</i>
Carcharhinidae	Tiburón tigre	<i>Galeocerdo cuvier</i>
Sphyrnidae	Tiburón martillo	<i>Sphyrna spp.</i>
Serranidae	Bacalao	<i>Mycteroperca olfax</i>
Mugilidae	Lisa	<i>Mugil spp.</i>
Tetraodontidae	Tambulero	<i>Sphoeroides annulatus</i>

Palinuridae	Langosta roja	<i>Panulirus penicillatus</i>
Scyllaridae	Langostino	<i>Scyllarides astori</i>

**Fuente:** Guía para los guías naturalistas, 2010.

**Elaborado por:** Yadira Merecí, 2016.

### **k. Recursos pétreos**

En esta isla existen dos minas en áreas del Parque Nacional, lindantes a la carretera que van al canal de Itabaca:

- Mina granillo rojo
- Mina granillo negro

El material que se extrae de estas minas son: granillo, arena, piedra relleno, ripio piedra, piedra bloque.

### **l. Recursos madereros**

Santa Cruz no cuenta con grandes bosques maderables pero existen especies que son útiles, a nivel provincial existen 11 especies nativa, las mismas que están prohibido su tala. Según DPNG (2009), Un árbol no solo puede ser aprovechado para extraer su madera, pues se consideran también todos los servicios ambientales que este presta para mantener el equilibrio de los ecosistemas.

De las especies maderables que pueden ser utilizadas para la extracción de madera son: cedrelo, cascarilla, aguacate y laurel, los mismos que son utilizados para la elaboración de muebles y artesanías.

### **m. Riesgos y seguridad**

En el caso de Santa Cruz, el proceso de la placa oceánica de Nazca bajo la placa continental de Sudamérica, origina sismos superficiales en la plataforma submarina y en la costa continental. Los riesgos que pueden existir de fenómenos naturales son:

- Tsunami
- Erupciones volcánicas
- Inundaciones
- Sequias

## **n. Seguridad**

Santa Cruz cuenta con un Unidad de Policía Comunitaria (UPC), en la cabecera cantonal y uno en la parroquia rural de bellavista, los mismos que se encargan de la seguridad de la ciudadanía.

Se encuentran equipados con una unidad motorizada y con dos vehículos para realizar patrullajes en la Cabecera Cantonal y las parroquias.

Además existe el Comité de Operaciones Emergentes (COE), el cual está organizado por:

- Alcalde
- Cruz Roja
- Jefatura policial
- Cuerpo de bomberos

## **7. Ámbito económico productivo**

Las Islas Galápagos conocidas como “Islas Encantadas” y “Patrimonio Natural de la Humanidad” son los nombres que le dan prestigio, en el ámbito turístico nacional e internacional.

### **a. Sector turístico**

El turismo se vincula principalmente en turismo de naturaleza, en general este sector ha presentado un incremento, llegando en el 2013 a más de 200.000 visitantes, del número total de visitantes son: el 70% son extranjeros y el 30% son nacionales (PDOT, 2014).

En cuanto al turismo agroecológico, tiene sus ventajas como sus desventajas. Es fuente de nuevos recursos por los agricultores pero también puede modificar el papel original de la agricultura y cambiar las prioridades de la finca, si se dedica demasiado tiempo al acoger turistas (PDOT, 2014).

Actualmente las fincas que producen café no funcionan como fincas turísticas porque no existe una ordenanza o un reglamento que regule su funcionamiento, por lo que algunas funcionan según el servicio que prestan y otras de manera ilegal.

**b. Sector agropecuario****1) Producción agrícola**

Entre los productos que se cultivan con un ciclo permanente sobresale el café con el 4.63%, luego le sigue el banano, plátano, caña de azúcar, piña, naranja, limón, mandarina, mango, aguacate, entre otros.

En cambio, entre los cultivos de ciclo corto son: maíz, yuca, sandía, tomate riñón, otoy (hojas sirve de alimento de las tortugas), papa, frejol, pimienta, melón, pepinos, entre otros. (UPA, 2014).

**a) Ganadería**

La actividad ganadera tiene dos propósitos:

- Producción de carne
- Producción de leche

Los puntos comunes de estas explotaciones son la presencia de bosques secundarios en las fincas para dar sombra al ganado, la principal forma de alimentación para los bovinos es el pasto, banano, balanceado, y ensilaje (pasto procesado).

En cuanto a la actividad avícola, se ha desarrollado bastante en los últimos años, con la creación de granjas avícolas intensivas que se localizan en general en fincas grandes y donde la alimentación es importada casi en totalidad (UPA, 2014).

**b) Sector pesquero**

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

La clasificación del PNG del registro pesquero es: Armador (dueño de embarcación que no realice pesca); Armador y pescador (dueño de embarcación que realiza pesca) y pescador (persona que realiza cualquier actividad referente a la extracción el recurso).

También se indica que el 56% de los pescadores no son dueños de embarcación y se calcula que 5.5% de los dueños de embarcaciones (armadores) no trabajan como pescadores (PDOT, 2015).

**c) Comercios y negocios**

Otro de los principales sectores de la economía del Cantón de Santa Cruz son los negocios y comercios. Estos representan el 28,4% de las actividades laborales y ocupan 43,75% del catastro municipal. En parte los ingresos económicos en este sector están relacionados con el turismo.

**8. Ámbito Político administrativo**

A nivel local Santa Cruz está ubicada administrativamente en un régimen especial, el mismo que según el COOTAD en su Artículo 72, lo define como:

“Formas de gobierno y administración del territorio, constituidas por razones de población, étnico culturales o de conservación ambiental. Su conformación tendrá lugar en el marco de la organización político administrativa del Estado”.

Adicionalmente en su art 104, describe de la Provincia de Galápagos:

“La provincia de Galápagos constituye un régimen especial de gobierno en razón de sus particularidades ambientales y por constituir patrimonio natural de la humanidad; su territorio será administrado por un consejo de gobierno, en la forma prevista en la Constitución, este Código y la ley que regule el régimen especial de Galápagos.

Con el fin de asegurar la transparencia, la rendición de cuentas y la toma de decisiones del Consejo de Gobierno se garantizarán la participación ciudadana y el control social, en los términos previstos en la Constitución y la ley”.



**a. Actores involucrados en la Gestión Territorial de Santa Cruz**

**Cuadro 13.** Actores involucrados en la Gestión Territorial de Santa Cruz

STAKEHOLDER (INVOLUCRADOS)	OBJETIVO	APORTE AL PROYECTO
<b>GADMSC</b>	Regular, controlar y promover el desarrollo de la actividad turística cantonal, en coordinación con otros organismos competentes.	Va a promover la creación y funcionamiento del proyecto dentro de la zona rural.
<b>Consejo de Gobierno del Régimen especial de Galápagos (CGREG)</b>	Planificar, coordinar y gestionar acciones con los diferentes actores sociales económicos, culturales y ambientales a nivel local nacional e internacional, para el desarrollo humano sostenible y la conservación de los ecosistemas de Galápagos.	Planificará, coordinará y gestionará las diferentes actividades que se involucren en la ruta. Además controlará el ingreso y salida de visitantes a la isla.
<b>Ministerio del Ambiente (MAE)</b>	Diseñar políticas ambientales y coordinar estrategias, en proyectos y programas para el cuidado de los ecosistemas y el aprovechamiento sostenible de los recursos naturales.	Vigilará que las políticas establecida en el proyecto sean las apropiadas para no alterar el ecosistema.
<b>Dirección del Parque Nacional Galápagos (DPNG)</b>	Conservar la integridad ecológica y la biodiversidad de los ecosistemas insulares y marinos de las áreas protegidas del archipiélago, así como del uso racional de los bienes y servicios que estos generan para la comunidad.	Ejercerá jurisdicción y competencia sobre el uso, manejo y aprovechamiento de los recursos naturales y las actividades que en dichas áreas se realicen.
<b>Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuicultura y Pesca (MAGAP)</b>	Coordinar, diseñar y evaluar las políticas del sector agropecuario y con el resto de sectores económicos y sociales.	Administrar las políticas agropecuarias establecidas dentro del proyecto en lo que respecta a las fincas del café. Ayudar en capacitaciones permanentes agroforestales con el café.

<b>Ministerio de Turismo (MINTUR)</b>	Liderar la actividad turística, además, desarrollar sostenible, consciente y competitivamente el sector, ejerciendo sus roles de regulación, planificación, gestión, promoción, difusión y control.	Este ministerio regulará, planificará, gestionará, promocionará, difundirá y controlará, lo diseñado y propuesto en la ruta del café.
<b>Ban Ecuador B.P.</b>	Ofertar soluciones financieras y servicios de asistencia técnica, para mejorar la calidad de vida de la población.	Convenios en la inversión del proyecto con la institución responsable de diseño de la ruta turística del café.
<b>Policía nacional</b>	Definir y establecer planes de prevención de desastres y los programas de auxilio a la isla, primordialmente en el combate y extinción de incendios y el rescate de lesionados en emergencias u otras conflagraciones a que se refiere la Ley.	Esta institución velará por la seguridad de los visitantes y de la población local.
<b>Cuerpo de bomberos</b>	Definir y establecer los planes de prevención de desastres y los programas de auxilio a la población, primordialmente en el combate y extinción de incendios y el rescate de lesionados en emergencias u otras conflagraciones a que se refiere la Ley	Actuará en caso de emergencia cuando lo amerite.
<b>Cámara Provincial de Turismo de Galápagos (CAPTURGAL)</b>	Cuidar de los visitantes que lleguen a la isla, de su comodidad, de su seguridad, de su bienestar.	Trabjará conjuntamente con los servidores turísticos para brindar un servicio de calidad.
<b>FUNDACIÓN CHARLES DARWIN</b>	Contribuir y colaborar programas educativos relacionados con la conservación de la isla.	Aportará en capacitaciones en diferentes temas referentes a la conservación de especies.
<b>WORLD WILDLIFE FOUNDATION - WWF</b>	Detener la degradación del ambiente natural del planeta y construir un futuro en el que los seres humanos vivan en armonía con la naturaleza	Aportará en la planificación de diferentes actividades.
<b>CONSERVACIÓN INTERNACIONAL-CI</b>	Apoyar y fortalecer a las sociedades para el cuidado responsable y sostenible de la naturaleza, nuestra biodiversidad global, para el bienestar de la humanidad.	Aportará en la planificación de diferentes actividades.


Elaborado por: Yadira Merecí, 2016.

## 9. Inventario de atractivos turísticos del cantón santa cruz

### a. Atractivos naturales

Para el levantamiento de los atractivos naturales se utilizó fichas del MINTUR (2004), los mismos que se detallan a continuación:

#### Ficha 1. Laguna Las Ninfas


1. DATOS GENERALES	
<b>1.1 Encuestador:</b> Yadira Merecí	<b>1.2 Ficha N°</b> 1
<b>1.3 Supervisor Evaluador:</b> Ing. Catalina Verdugo. Ing. Renato Chávez.	<b>1.4 Fecha:</b> 12 de diciembre del 2015
<b>1.5 Nombre del Atractivo:</b> “LAGUNA LAS NINFAS”	
<b>1.6 Categoría:</b> Sitios Naturales	
<b>1.7 Tipo:</b> Costas y Litorales	
<b>1.8 Subtipo:</b> Ensenada	
	
<b>Fotografía No. 1</b> <b>Por:</b> Yadira Merecí	
2. UBICACIÓN	
<b>2.1 Provincia:</b> Galápagos	<b>2.2 Ciudad y/o Cantón:</b> Santa Cruz
<b>2.3 Parroquia:</b> Puerto Ayora	
<b>2.4 Latitud:</b> 7476921	<b>2.5 Longitud:</b> 90,3163315
3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO	

<b>3.1 Nombre del poblado:</b> Quioscos Malecón Casa del Sr. Farías	<b>3.2 Distancia:</b> 0,32 Km 0,35 Km 0,4 Km
<b>4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO</b>	
<b>4.1 Altitud:</b> 4 m.s.n.m.	
<b>4.2 Temperatura:</b> 22-31°C	
<b>4.3 Precipitación Pluviométrica:</b> 1072 m.m.	
<b>4.4 Ubicación del Atractivo:</b> Se encuentra ubicada en el centro del Puerto Ayora, en el barrio Las Ninfas, a una distancia de 0,35 Km desde el Malecón.	
<b>5. Descripción del atractivo</b>	
<p>La Laguna de las Ninfas tiene una dimensión de 150 m de ancho por 40 m de largo aproximadamente. Su agua es transparente y de color verde-turquesa. Se encuentra rodeada de un bosque de manglar y el agrietamiento del manto de lava que da lugar a un barranco de más de 15 m de alto, en donde se observa vegetación típica de la zona árida como la opuntia (<i>Opuntia echios var. gigantea</i>), candelabro (<i>Jasminocereus thouarsii var. delicatus</i>), palo santo (<i>Bursera graveolens</i>) y otras especies sub arbustivas y herbáceas decumbentes que caen por el barranco, creando un paisaje armónico entre el verdor de la vegetación y los tonos cafés de la roca.</p> <p>Es un sitio próspero para observación de aves como fragatas (<i>Fregata spp.</i>), piqueros de patas azules (<i>Sula nebouxii</i>), gallinuelas y pinzones. Su nombre hace referencia a que en esta laguna antiguamente acudían a bañarse algunas mujeres desnudas, por lo que los hombres de aquella época le pusieron el nombre de Laguna de las Ninfas.</p>	
<b>6. Atractivos individuales que lo conforman</b>	
<p>Aves: fragatas, piqueros patas azules, gallinuelas, y pinzones. Flora: opuntia, candelabro, palo santo.</p>	
<b>7. Permisos y Restricciones</b>	
<b>7.1 Permisos Y Restricciones</b>	
Hora de ingreso 8 de la mañana hasta las 5 de la tarde.	
<b>8. Usos</b>	
<b>8.1 Usos Actuales</b>	
Observación de flora y fauna Sitio de visita	
<b>8.2 Usos Potenciales</b>	
Interpretación ambiental de la laguna y los ecosistemas Caminatas cortas	
<b>8.3 Necesidades turísticas</b>	
Señalética Baños públicos	
<b>9. Impactos</b>	

<b>9.1 Impactos positivos</b>		
Se puede observar una diversidad de especies de flora y fauna Se puede atraer un gran número de visitantes		
<b>9.2 Impactos negativos</b>		
La calidad del agua ha sido analizada y no es recomendable usarla para fines recreativos como la natación, debido, a que no existe el tratamiento adecuado para los desechos urbanos.		
<b>10. ESTADOS DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO</b>		
<b>10.1 Estado:</b> Deterioro		
<b>10.1 Causas:</b> debido a que se ha modificado la calidad de agua con desperdicios generados por la población urbana.		
<b>11. ENTORNO:</b>		
<b>11.1 Entorno:</b> alterado		
<b>11.2 Causas:</b> debido a que se encuentra cerca del área urbano.		
<b>12. INFRAESTRUCTURA VIAL Y ACCESO</b>		
<b>12.1 Tipo:</b> Terrestre	<b>12.2 Subtipo:</b> Asfaltado y sendero	
<b>12.3 Estado de Vías:</b> Bueno	<b>12.4 Transporte:</b> bus, taxi, bicicleta.	
<b>7.5 Frecuencias:</b> 8 am hasta las 5 pm.	<b>12.6 Temporalidad de acceso:</b> todo el año	
<b>12.7 Observaciones:</b> llevar ropa adecuada para la caminata.		
<b>13. FACILIDADES TURÍSTICAS</b>		
Falta de señalética Mejorar la calidad de agua		
<b>14. INFRAESTRUCTURA BÁSICA</b>		
<b>14.1 Agua:</b> Agua del tanquero		
<b>14.2 Energía Eléctrica:</b> Si		
<b>14.3 Alcantarillado:</b> No		
<b>15. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS</b>		
<b>15.1 Nombre del atractivo:</b> Quioscos Malecón	<b>15.2 Distancia:</b> 0,32 Km 0,35 Km	
<b>16. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO</b>		
<b>11.1 Difusión:</b> Internacional		
<b>17. VALORACIÓN DEL ATRACTIVO</b>		
<b>VARIABLE</b>	<b>FACTOR</b>	<b>PUNTOS</b>
CALIDAD	a) Valor intrínseco	8
	b) Valor extrínseco	7
	c) Entorno	4

	d) Estado de Conservación y/o Organización	3
APOYO	a) Acceso	7
	b) Servicios	5
	c) Asociación con otros atractivos	3
SIGNIFICADO	a) Local	2
	b) Provincial	1
	c) Nacional	0
	d) Internacional	0
TOTAL		40
<b>18. JERARQUIZACIÓN</b>		
II		

### Ficha 2. Playa los alemanes

<b>1. DATOS GENERALES</b>	
<b>1.1 Encuestador:</b> Yadira Merecí	<b>1.2 Ficha N°</b> 2
<b>1.3 Supervisor Evaluador:</b> Ing. Catalina Verdugo. Ing. Renato Chávez.	<b>1.4 Fecha:</b> 02 de febrero del 2016
<b>1.5 Nombre del Atractivo:</b> “PLAYA LOS ALEMANES”	
<b>1.6 Categoría:</b> Sitios Naturales	
<b>1.7 Tipo:</b> Costas o Litorales	
<b>1.8 Subtipo:</b> Playa	
	
<b>Fotografía No. 2</b> <b>Por:</b> Yadira Merecí	

<b>2. UBICACIÓN</b>	
<b>2.1 Provincia:</b> Galápagos	<b>2.2 Ciudad y/o Cantón:</b> Santa Cruz
<b>2.3 Parroquia:</b> Puerto Ayora	
<b>2.4 Latitud:</b> 0,7528337	<b>2.5 Longitud:</b> 90,3113621
<b>3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO</b>	
<b>3.1 Nombre del poblado:</b> Malecón	<b>3.2 Distancia:</b> 0,1 km
<b>4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO</b>	
<b>4.1 Altitud:</b> 0 m.s.n.m.	
<b>4.2 Temperatura:</b> 22-31°C	
<b>4.3 Precipitación Pluviométrica:</b> 1072 m.m.	
<b>4.4 Ubicación del Atractivo:</b> La Playa de los Alemanes se encuentra ubicada en el barrio Punta Estrada, a una distancia de 0,1 Km desde el Malecón, empleando un tiempo de 5 minutos en panga. Posteriormente es necesario caminar por un sendero durante 35 minutos para llegar hasta la playa.	
<b>5. Descripción del atractivo</b>	
Su nombre se debe a la colonia de ciudadanos alemanes que habitan Punta Estrada hasta la actualidad. Es una playa pequeña con una extensión aproximada de 300 m. A sus lados se destacan bosques de manglar conformado por las especies de mangle blanco, mangle negro, mangle rojo y mangle botón. El agua es transparente y tiende a tornarse de un color turquesa intenso. El ancho de la playa con marea alta es de 4 m y con marea baja de unos 15 m aproximadamente. Se caracteriza por el color de su arena que va desde un tono beige o café claro hasta un tono dorado. Desde la playa se pueden observar pequeñas hileras de piedra volcánica que emergen desde el mar. Además se tiene una vista privilegiada del islote Caamaño y de la Isla Santa Fé, así como también de algunos barcos de turismo que suelen anclar a las afueras de Bahía Academia. En la parte posterior de la playa se levanta el Fincha Baya Eco Hotel, que brinda servicios de hospedaje y alimentación.	
<b>6. Atractivos individuales que lo conforman</b>	
Exuberante flora y fauna	
<b>7. Permisos y Restricciones</b>	
<b>7.1 Permisos y restricciones</b> Ninguno	
<b>8. Usos</b>	
<b>8.1 Usos Actuales</b> Natación Observación de aves costeras Buceo Paseo en Kayak	
<b>8.2 Usos Potenciales</b> Visita de turistas nacionales y extranjeros	

Centro de interpretación de flora y fauna		
<b>8.3 Necesidades turísticas</b>		
Agua Potable Panel interpretativo		
<b>9. Impactos</b>		
<b>9.1 Impactos positivos</b>		
Se puede observar la riqueza única de la isla Es un lugar de relax para los visitantes		
<b>9.2 Impactos negativos</b>		
Desperdicios de basura alrededor de playa		
<b>10. ESTADOS DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO</b>		
<b>10.1 Estado:</b> Conservada		
<b>10.2 Causas:</b>		
Debido a que mantiene buenas condiciones ambientales.		
<b>11. ENTORNO:</b>		
<b>11.1 Entorno:</b> Intervenido		
<b>11.2 Causas:</b>		
Debido a la presencia del área urbana a su alrededor.		
<b>12. INFRAESTRUCTURA VIAL Y ACCESO</b>		
<b>12.1 Tipo:</b> Acuático	<b>12.2 Subtipo:</b> Marítimo	
<b>12.3 Estado de Vías:</b> Bueno	<b>12.4 Transporte:</b> Taxi acuático	
<b>12.5 Frecuencias:</b> Diarias	<b>12.6 Temporalidad de acceso:</b> todo el año	
<b>12.7 Observaciones:</b>		
<b>13. FACILIDADES TURÍSTICAS</b>		
Ninguna		
<b>14. INFRAESTRUCTURA BÁSICA</b>		
<b>14.1 Agua:</b> Entubada y tanquero		
<b>14.2 Energía Eléctrica:</b> Sistema interconectado		
<b>14.3 Alcantarillado:</b> Pozo séptico		
<b>15. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS</b>		
<b>15.1 Nombre del atractivo:</b>	<b>15.2 Distancia:</b>	
Las grietas	0,1 km	
<b>16. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO</b>		
<b>16.1 Difusión:</b>		
Internacional		
<b>17. VALORACIÓN DEL ATRACTIVO</b>		
<b>VARIABLE</b>	<b>FACTOR</b>	<b>PUNTOS</b>



CALIDAD	a) Valor intrínseco	8
	b) Valor extrínseco	8
	c) Entorno	6
	d) Estado de Conservación y/o Organización	7
APOYO	a) Acceso	7
	b) Servicios	3
	c) Asociación con otros atractivos	2
SIGNIFICADO	a) Local	3
	b) Provincial	2
	c) Nacional	1
	d) Internacional	0
TOTAL		46
<b>18. JERARQUIZACIÓN</b>		
II		

### Ficha 3. Playa Tortuga Baya

<b>1. DATOS GENERALES</b>	
<b>1.1 Encuestador:</b> Yadira Merecí	<b>1.2 Ficha N° 3</b>
<b>1.3 Supervisor Evaluador:</b> Ing. Catalina Verdugo. Ing. Renato Chávez.	<b>1.4 Fecha:</b> 02 de febrero del 2016
<b>1.5 Nombre del Atractivo:</b> "PLAYA TORTUGA BAY"	
<b>1.6 Categoría:</b> Sitios Naturales	
<b>1.7 Tipo:</b> Costas o Litorales	
<b>1.8 Subtipo:</b> Playa	



**Fotografía No. 3**

**Por:** Yadira Merecí

2. UBICACIÓN	
<b>2.1 Provincia:</b> Galápagos	<b>2.2 Ciudad y/o Cantón:</b> Santa Cruz
<b>2.3 Parroquia:</b> Puerto Ayora	
<b>2.4 Latitud:</b> 0,761067	<b>2.5 Longitud:</b> 90,332673
I. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO	
<b>3.1 Nombre del poblado:</b> Puerto Ayora	<b>3.2 Distancia:</b> 2, 5 Km
II. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO	
<b>4.1 Altitud:</b> 0 m.s.n.m.	
<b>4.2 Temperatura:</b> 22-31°C	
<b>4.3 Precipitación Pluviométrica:</b> 1072 m.m.	
<b>4.4 Ubicación del Atractivo:</b> El atractivo se encuentra ubicado a 2,5 Km del centro de la ciudad de Puerto Ayora.	
III. Descripción del atractivo	
Bahía Tortuga es una hermosa playa de arena blanca, lleva ese nombre por ser un sitio de anidación de la tortuga negra se encuentra ubicado aproximadamente a 2,5 km de la ciudad de Puerto Ayora para llegar a ella se tiene que caminar un tiempo de 30 a 45 min. Es un excelente lugar para practicar surf, natación, snorkel, kayak o simplemente realizar caminatas para apreciar el paisaje.	
IV. Atractivos individuales que lo conforman	
Observación de flora y fauna: Iguanas marinas, tortugas marinas, tiburones, pulpos, gran variedad de peces como lisas, lame piedras, un tipo de erizos de mar (flautista) y la observación de algunas especies de pinzones de Darwin. Así como también se puede observar piqueros patas azules, gaviotines, fragatas, pelicanos, en toda la costa de la playa.	
Se puede observar un gran bosque de opuntia el cual se encuentra dividiendo la playa Brava de la Mansa con árboles que llegan a medir hasta los 6 metros.	
En la playa brava se practica surf y en la playa mansa se realiza natación, snorkel y buceo.	

<b>V. Permisos y Restricciones</b>	
<b>7.1 Permisos y restricciones</b>	
Existe un parqueadero de bicicletas, se sube unas escaleras y se llega a la caseta de control, donde se procede a registrarse con el Guarda parque presente en dicho lugar. El horario de visita de la playa es desde las 6 am a 18 horas.	
<b>8. Usos</b>	
<b>8.1 Usos Actuales</b>	
sitio de atracción para la localidad,	
<b>8.2 Usos Potenciales</b>	
Sitio de visita para turistas nacionales y extranjeros controlado	
<b>8.3 Necesidades turísticas</b>	
Señalización turística para notar las limitaciones del manejo de la playa. Concientización a los visitantes para que ayuden a conservar el sitio.	
<b>9. Impactos</b>	
<b>9.1 Impactos positivos</b>	
Sitio natural para observar la flora y fauna que posee la isla Lugar para relajarse y practicar la natación	
<b>9.2 Impactos negativos</b>	
Daño de los sitios de reproducción tanto de iguanas como tortugas marinas	
<b>10. ESTADOS DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO</b>	
<b>10.1 Estado:</b> Conservado	
<b>10.2 Causas:</b> Debido a que el Parque Nacional Galápagos hace esfuerzos para mantener el sitio en su estado natural.	
<b>11. ENTORNO:</b>	
<b>11.1 Entorno:</b> Alterado	
<b>11.2 Causas:</b>	
Intervención de visitantes a sectores de las dunas donde es sitio propio para anidación de tortugas marinas e iguanas.	
<b>12. INFRAESTRUCTURA VIAL Y ACCESO</b>	
<b>12.1 Tipo:</b> terrestre y marina	<b>12.2 Subtipo:</b> Sendero y adoquino
<b>12.3 Estado de Vías:</b> Buena	<b>12.4 Transporte:</b> taxi acuático.
<b>12.5 Frecuencias:</b> diaria	<b>12.6 Temporalidad de acceso:</b> Todo el año
<b>12.7 Observaciones:</b> Es recomendable usar ropa ligera, terno de baño, zapatillas cómodas para caminata, gorra, bloqueador solar, gafas,	
<b>13. FACILIDADES TURÍSTICAS</b>	
Ninguna	
<b>14. INFRAESTRUCTURA BÁSICA</b>	
<b>14.1 Agua:</b> No	
<b>14.2 Energía Eléctrica:</b> No	

<b>14.3 Alcantarillado: No</b>		
<b>15. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS</b>		
<b>15.1 Nombre del atractivo:</b> Ninguno	<b>15.2 Distancia:</b>	
<b>16. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO</b>		
<b>16.1 Difusión:</b> Local, nacional, provincial e internacional		
<b>17. VALORACIÓN DEL ATRACTIVO</b>		
<b>VARIABLE</b>	<b>FACTOR</b>	<b>PUNTOS</b>
CALIDAD	a) Valor intrínseco	9
	b) Valor extrínseco	8
	c) Entorno	7
	d) Estado de Conservación y/o Organización	7
APOYO	a) Acceso	7
	b) Servicios	5
	c) Asociación con otros atractivos	3
SIGNIFICADO	a) Local	2
	b) Provincial	2
	c) Nacional	3
	d) Internacional	4
TOTAL		57
<b>18. JERARQUIZACIÓN</b>		
III		

**Ficha 4. Las Grietas**

<b>1. DATOS GENERALES</b>	
<b>1.1 Encuestador:</b> Yadira Merecí	<b>1.2 Ficha N°</b> 4
<b>1.3 Supervisor Evaluador:</b> Ing. Catalina Verdugo. Ing. Renato Chávez.	<b>1.4 Fecha:</b> 02 de febrero del 2016
<b>1.5 Nombre del Atractivo:</b> “LAS GRIETAS”	
<b>1.6 Categoría:</b> Sitios Naturales	
<b>1.7 Tipo:</b> Ambientes Naturales	
<b>1.8 Subtipo:</b> Grietas	



**Fotografía No. 4**

**Por:** Yadira Merecí

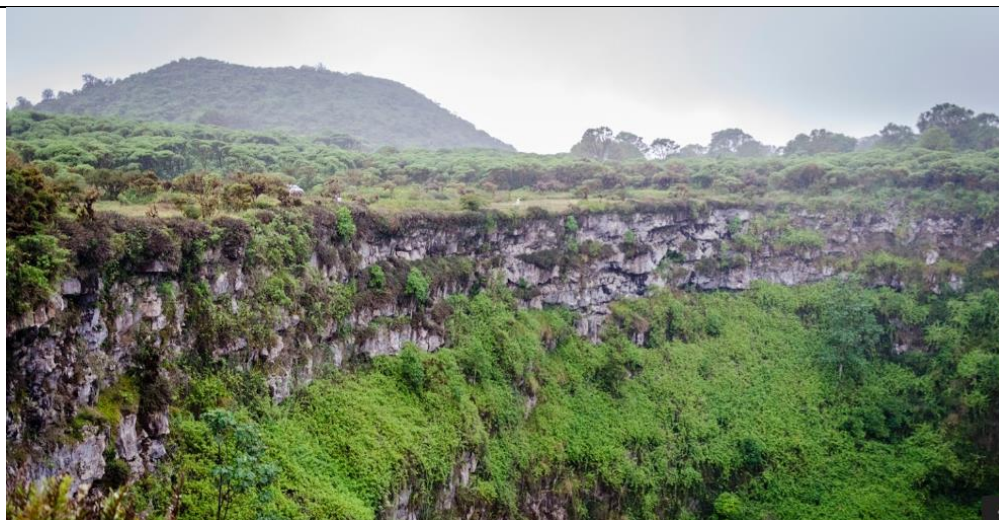
<b>2. UBICACIÓN</b>	
<b>2.1 Provincia:</b> Galápagos	<b>2.2 Ciudad y/o Cantón:</b> Puerto Ayora
<b>2.3 Parroquia:</b> Puerto Ayora	
<b>2.4 Latitud:</b> 757188	<b>2.5 Longitud:</b> 90, 315443
<b>3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO</b>	
<b>3.1 Nombre del poblado:</b> Puerto Ayora	<b>3.2 Distancia:</b> 1.8 Km
<b>4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO</b>	
<b>4.1 Altitud:</b> 0 m.s.n.m.	
<b>4.2 Temperatura:</b> 18 .20 °C	
<b>4.3 Precipitación:</b> 0 a 3000 mm/año	
<b>4.4 Ubicación del Atractivo:</b> Se entra ubicado a 1,8 Km de Puerto Ayora, para trasladarse desde el puerto a las grietas se debe cruzar un tramo de 0,5 Km en taxi acuático y luego un recorrido de 1,2 Km.	
<b>Descripción del atractivo</b>	
Las grietas son de una formación volcánica donde se filtra el agua de mar formando piscinas donde la gente va a practicar natación y clavados desde las playas altas hacia las grietas.	
<b>Atractivos individuales que lo conforman</b>	

<p>Se puede observar: iguanas marinas, tortugas marinas, rayas, tiburones punta blanca, tortugas gigantes, papamoscas, halcones de las Galápagos, búhos de oreja corta, pájaros carpinteros, petreles, pelícanos, manta rayas, halcones de las Galápagos, iguanas marinas y leones marinos</p> <p>Especies de fauna como: Manglar, espárrago vivero (<i>Mollugo verticillata</i>), cactus de lava, helechos gigantes, selva de escalecía, bosque de aguacate, muyuyo, costilla de vaca, mangle botoncillo, bambú gigante, campanilla de playa, cactus opuntia</p>	
<b>Permisos y Restricciones</b>	
<b>7.1 Permisos y restricciones</b>	
Ninguno	
<b>Usos</b>	
<b>8.1 Usos Actuales</b>	
Visitas interpretativas y actividades recreativas	
<b>8.2 Usos Potenciales</b>	
La visita a las grietas es controlada.	
<b>8.3 Necesidades turísticas</b>	
Interpretación ambiental	
<b>Impactos</b>	
<b>9.1 Impactos positivos</b>	
Observación directa de especies autóctonas de Puerto Ayora	
Realizan actividades	
Fotografía	
<b>9.2 Impactos negativos</b>	
Exceder la capacidad de la playa para albergar a turistas.	
<b>ESTADOS DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO</b>	
<b>10.1 Estado:</b> Conservado	
<b>10.1 Causas:</b>	
Debido a que se mantiene en su estado natural.	
<b>ENTORNO:</b>	
<b>11.1 Entorno:</b> alterado	
<b>11.2 Causas:</b>	
Debido al exceso de capacidad de carga que recibe diario.	
<b>INFRAESTRUCTURA VIAL Y ACCESO</b>	
<b>12.1 Tipo:</b> Sendero	<b>12.2 Subtipo:</b> Pedrerío
<b>12.3 Estado de Vías:</b> Bueno	<b>12.4 Transporte:</b> Taxi acuático
<b>12.5 Frecuencias:</b> Diario	<b>12.6 Temporalidad de acceso:</b> Todo el año
<b>12.7 Observaciones:</b> Se debe llevar ropa ligera de playa, gafas, protector solar, cámara, equipo de Snorkel.	
<b>FACILIDADES TURÍSTICAS</b>	
Ninguna	

<b>INFRAESTRUCTURA BÁSICA</b>		
<b>14.1 Agua:</b> No		
<b>14.2 Energía Eléctrica:</b> No		
<b>14.3 Alcantarillado:</b> No		
<b>ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS</b>		
<b>15.1 Nombre del atractivo:</b> Playa los Alemanes	<b>15.2 Distancia:</b> 3 minutos	
<b>DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO</b>		
<b>16.1 Difusión:</b> Local, provinciana, nacional e internacional.		
<b>17. VALORACIÓN DEL ATRACTIVO</b>		
<b>VARIABLE</b>	<b>FACTOR</b>	<b>PUNTOS</b>
CALIDAD	a) Valor intrínseco	8
	b) Valor extrínseco	7
	c) Entorno	6
	d) Estado de Conservación y/o Organización	6
APOYO	a) Acceso	6
	b) Servicios	4
	c) Asociación con otros atractivos	2
SIGNIFICADO	a) Local	3
	b) Provincial	2
	c) Nacional	2
	d) Internacional	2
TOTAL		48
<b>18. JERARQUIZACIÓN</b>		
II		

**Ficha 5. Los Gemelos**

<b>1. DATOS GENERALES</b>	
<b>1.1 Encuestador:</b> Yadira Merecí	<b>1.2 Ficha N° 5</b>
<b>1.3 Supervisor Evaluador:</b> Ing. Catalina Verdugo. Ing. Renato Chávez.	<b>1.4 Fecha:</b> 2 de febrero del 2016
<b>1.5 Nombre del Atractivo:</b> “LOS GEMELOS”	
<b>1.6 Categoría:</b> Sitios Naturales	
<b>1.7 Tipo:</b> Fenómenos geológicos	
<b>1.8 Subtipo:</b> Cráter	



**Fotografía No. 5**

**Por:** Yadira Merecí

2. UBICACIÓN	
2.1 Provincia: Galápagos	2.2 Ciudad y/o Cantón: Santa Cruz
2.3 Parroquia: Santa Rosa	
2.4 Latitud: 0,625487	2.5 Longitud: 90,384228
3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO	
3.1 Nombre del poblado: Parroquia Santa Rosa	3.2 Distancia: 1,5 Km
4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO	
4.1 Altitud: 0 m.s.n.m.	
4.2 Temperatura: 18-20 °C	
4.3 Precipitación Pluviométrica: 300 a 1700 mm/año	
4.4 Ubicación del Atractivo: Los gemelos se encuentran a 1, 5 km de la parroquia de Santa Rosa, por vía de Itabaca	
5. Descripción del atractivo	
Son grandes depresiones de material volcánico, formadas por un proceso largo de hundimiento lento de la tierra, donde árboles excepcionales de escalecía, helechos, musgos y orquídeas pueden ser vistos. Algunas especies de Pinzones de Galápagos y frecuentemente el hermoso pájaro brujo pueden ser vistos aquí.	
6. Atractivos individuales que lo conforman	
Especies de flora como: escalecía, helechos, musgos y orquídeas y especies de fauna como: Pinzones de Galápagos y frecuentemente el hermoso pájaro brujo pueden ser vistos aquí.	
7. Permisos y Restricciones	



<b>7.1 Permisos y Restricciones</b>	
Para realizar la visita de este sitio turístico se lo debe hacer acompañado por un guía naturalista de Galápagos.	
<b>8. Usos</b>	
<b>8.1 Usos Actuales</b>	
Atractivo turístico para visitantes nacionales y extranjeros	
<b>8.2 Usos Potenciales</b>	
Conocer la importancia de la zona húmeda y plantas que existen en esta zona.	
<b>8.3 Necesidades turísticas</b>	
Señalización turísticas	
<b>9. Impactos</b>	
<b>9.2 Impactos negativos</b>	
Exceso de visitantes en el sitio	
<b>10. ESTADOS DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO</b>	
<b>10.1 Estado:</b> Deteriorado	
<b>10.2 Causas:</b>	
Presencia de diferentes senderos por diferentes partes del bosque.	
<b>11. ENTORNO:</b>	
<b>11.1 Entorno:</b> intervenido	
<b>11.2 Causas:</b>	
Presencia de la mora silvestre planta introducida.	
<b>12. INFRAESTRUCTURA VIAL Y ACCESO</b>	
<b>12.1 Tipo:</b> Terrestre	<b>12.2 Subtipo:</b> Asfaltado
<b>12.3 Estado de Vías:</b> Buena	<b>12.4 Transporte:</b> Bus, taxi,
<b>12.5 Frecuencias:</b> Diario	<b>12.6 Temporalidad de acceso:</b> Todo el año
<b>12.7 Observaciones:</b>	
<b>13. FACILIDADES TURÍSTICAS</b>	
Ninguna	
<b>14. INFRAESTRUCTURA BÁSICA</b>	
<b>14.1 Agua:</b> No	
<b>14.2 Energía Eléctrica:</b> No	
<b>14.3 Alcantarillado:</b> No	
<b>15. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS</b>	
<b>15.1 Nombre del atractivo:</b> Rancho "El Chato"	<b>15.2 Distancia:</b> 2,5 km
<b>16. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO</b>	

<b>16.1 Difusión:</b> Local e internacional		
<b>17. VALORACIÓN DEL ATRACTIVO</b>		
<b>VARIABLE</b>	<b>FACTOR</b>	<b>PUNTOS</b>
CALIDAD	a) Valor intrínseco	8
	b) Valor extrínseco	6
	c) Entorno	5
	d) Estado de Conservación y/o Organización	7
APOYO	a) Acceso	7
	b) Servicios	2
	c) Asociación con otros atractivos	2
SIGNIFICADO	a) Local	2
	b) Provincial	2
	c) Nacional	2
	d) Internacional	3
TOTAL		46
<b>18. JERARQUIZACIÓN</b>		
II		

#### Ficha 6. Playa La Estación

<b>1. DATOS GENERALES</b>	
<b>1.1 Encuestador:</b> Yadira Merecí	<b>1.2 Ficha N° 6</b>
<b>1.3 Supervisor Evaluador:</b> Ing. Catalina Verdugo. Ing. Renato Chávez.	<b>1.4 Fecha:</b> 02 de febrero de 2016
<b>1.5 Nombre del Atractivo:</b> Playa “LA ESTACIÓN”	
<b>1.6 Categoría:</b> Sitios Naturales	
<b>1.7 Tipo:</b> Costas o litorales	
<b>1.8 Subtipo:</b> Playas	



**Fotografía No. 6**

**Por:** Yadira Merecí

## 2. UBICACIÓN

**2.1 Provincia:** Galápagos

**2.2 Ciudad y/o Cantón:** Santa Cruz

**2.3 Parroquia:** Puerto Ayora

**2.4 Latitud:** 0.742522

**2.5 Longitud:** 90.305674

## 3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO

**3.1 Nombre del poblado:**

**3.2 Distancia:**

Ciudad de Puerto Ayora

2,1 Km

## 4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO

**4.1 Altitud:** 0 m.s.n.m.

**4.2 Temperatura:** 24-31°C.

**4.3 Precipitación Pluviométrica:** 300 mm/año

**4.4 Ubicación del Atractivo:** se encuentra a 2,1 Km de Puerto Ayora, dentro de la estación Charles Darwin.

## 5. Descripción del atractivo

Es una pequeña playa con arena gruesa la cual son restos de caracoles que con el tiempo del ir y venir de las olas han hecho que se conviertan en arena, tiene una superficie de aproximadamente 320 m<sup>2</sup>, la misma que está rodeada por un perímetro de roca volcánica.

## 6. Atractivos individuales que lo conforman

Se puede observar especies de peces como damiselas, sargento, mariposas, viejas, peces loros, pequeñas rayas, además, tortugas, iguanas marinas.


## 7. Permisos y Restricciones

<b>7.1 Permisos y restricciones</b>	
El horario de ingresos es de 8: am hasta 17:00, de lunes a domingo.	
<b>8. Usos</b>	
<b>8.1 Usos Actuales</b>	
Centro de esparcimiento para la población local y para los visitantes un lugar de relax.	
<b>8.2 Usos Potenciales</b>	
Atractivo para los visitantes nacionales y extranjeros.	
<b>8.3 Necesidades turísticas</b>	
Registro de visitantes	
<b>9. Impactos</b>	
<b>9.1 Impactos positivos</b>	
Mejor utilización de las zonas que tiene la playa.	
<b>9.2 Impactos negativos</b>	
Exceso de capacidad de carga.	
<b>10. ESTADOS DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO</b>	
<b>10.1 Estado:</b> Alterado	
<b>10.2 Causas:</b>	
Debido a que no existe señalética suficiente para separar las zonas.	
<b>11. ENTORNO:</b>	
<b>11.1 Entorno:</b> Intervenido	
<b>11.2 Causas:</b>	
Se invade zonas de vegetación donde existen especies de animales por la falta de señalética.	
<b>12. INFRAESTRUCTURA VIAL Y ACCESO</b>	
<b>12.1 Tipo:</b> camino y sendero	<b>12.2 Subtipo:</b> Lastrado y adoquinado
<b>12.3 Estado de Vías:</b> Buena	<b>12.4 Transporte:</b> Caminata
<b>12.5 Frecuencias:</b> Diarias	<b>12.6 Temporalidad de acceso:</b> Todo el año
<b>12.7 Observaciones:</b>	
<b>13. FACILIDADES TURÍSTICAS</b>	
Ninguna	
<b>14. INFRAESTRUCTURA BÁSICA</b>	

<b>14.1 Agua:</b> No		
<b>14.2 Energía Eléctrica:</b> No		
<b>14.3 Alcantarillado:</b> No		
<b>15. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS</b>		
<b>15.1 Nombre del atractivo:</b> Centro de interpretación Charles Darwin	<b>15.2 Distancia:</b> 220 metros	
<b>16. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO</b>		
<b>16.1 Difusión:</b> Internacional		
<b>17. VALORACIÓN DEL ATRACTIVO</b>		
<b>VARIABLE</b>	<b>FACTOR</b>	<b>PUNTOS</b>
CALIDAD	a) Valor intrínseco	8
	b) Valor extrínseco	6
	c) Entorno	4
	d) Estado de Conservación y/o Organización	5
APOYO	a) Acceso	8
	b) Servicios	5
	c) Asociación con otros atractivos	3
SIGNIFICADO	a) Local	2
	b) Provincial	2
	c) Nacional	3
	d) Internacional	4
TOTAL		50
<b>18. JERARQUIZACIÓN</b>		
II		

**Ficha 7.** Playa “El Garrapatero”

<b>1. DATOS GENERALES</b>	
<b>1.1 Encuestador:</b> Yadira Merecí	<b>1.2 Ficha N°</b> 7
<b>1.3 Supervisor Evaluador:</b> Ing. Catalina Verdugo	<b>1.4 Fecha:</b> 02 de febrero del 2016
<b>1.5 Nombre del Atractivo:</b> PLAYA “EL GARRAPATERO”	
<b>1.6 Categoría:</b> Sitios Naturales	

<b>1.7 Tipo:</b> Costas o litorales	
<b>1.8 Subtipo:</b> Playas	
	
<b>Fotografía No. 7</b> <b>Por:</b> Yadira Merecí	
<b>2. UBICACIÓN</b>	
<b>2.1 Provincia:</b> Galápagos	<b>2.2 Ciudad y/o Cantón:</b> Santa Cruz
<b>2.3 Parroquia:</b> Puerto Ayora	
<b>2.4 Latitud:</b> 0.694343	<b>2.5 Longitud:</b> 90.221094
<b>3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO</b>	
<b>3.1 Nombre del poblado:</b> El Cascajo (Bellavista)	<b>3.2 Distancia:</b> 8,2 km
<b>4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO</b>	
<b>4.1 Altitud:</b> 0 m.s.n.m.	
<b>4.2 Temperatura:</b> 24-31°C.	
<b>4.3 Precipitación Pluviométrica:</b> 0-300 m.m	
<b>4.4 Ubicación del Atractivo:</b> El atractivo se encuentra ubicado a 7 Km centro de la Parroquia Bellavista, pasando por el recinto El Cascajo.	
<b>5. Descripción del atractivo</b>	
<p>Este sitio está formado por una playa de arena blanca de 1500 m y una poza de Flamingos y patillos localizada a 100 m de la playa. La especie <i>Hippomane mancinella</i> (manzanillo), presente en los últimos tramos del sendero, debe ser tratada con cuidado debido a que tiene un fruto venenoso. La vegetación que cubre los lados del sendero de caminata pertenece a la zona árida siendo las principales especies, cactus candelabro, algarrobo, muyuyo, Palo santo, espino.</p> <p>La fauna del sitio está representada por aves como cucuves (<i>Nesonimus parvulus</i>), pinzones, patillos (<i>Anas bahamensis</i>) y Flamingos (<i>Phoenicopterus ruber</i>). A los extremos de la playa pueden encontrarse zayapas, ostreros (<i>Haematopus ostralegus</i>) y ocasionalmente iguanas marinas (<i>Amblyrynchus cristatus</i>).</p>	

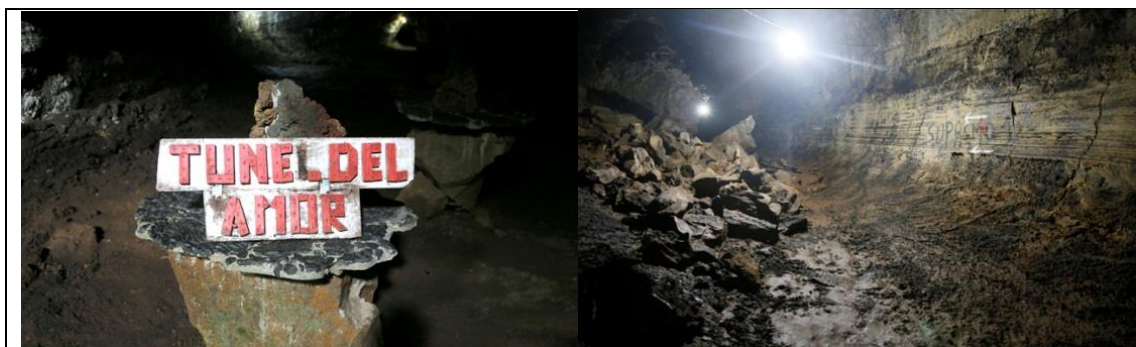
<b>6. Atractivos individuales que lo conforman</b>	
Poza de flamencos Zonas de camping Lugar para hacer fogatas para parrilladas	
<b>7. Permisos y Restricciones</b>	
<b>7.1 Permisos y Restricciones</b> Horario abierto a las visitas 07:00 am a 17:00 de lunes a domingo, también se puede realizar en este lugar campamento previo a la obtención de un permiso otorgado por el Parque Nacional Galápagos.	
<b>8. Usos</b>	
<b>8.1 Usos Actuales</b> Cetro de esparcimiento	
<b>8.2 Usos Potenciales</b> Atractivo turístico para visitantes nacionales y extranjeros	
<b>8.3 Necesidades turísticas</b> Colocación de señalética para poder identificar la zona hasta donde se puede realizar visitación.	
<b>9. Impactos</b>	
<b>9.1 Impactos positivos</b> Crecimiento turístico de la zona y mayor oportunidad para desarrollo de proyectos eco turístico en El Cascajo.	
<b>9.2 Impactos negativos</b> Alteración del estado natural.	
<b>10. ESTADOS DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO</b>	
<b>10.1 Estado:</b> Intervenido	
<b>10.2 Causas:</b> Debido a las actividades que se realizan específicamente el camping.	
<b>11. ENTORNO:</b>	
<b>11.1 Entorno:</b> Intervenido	
<b>11.2 Causas:</b> Adecuación de vías de acceso para facilitar la visita de los turistas (870 m)	
<b>12. INFRAESTRUCTURA VIAL Y ACCESO</b>	
<b>12.1 Tipo:</b> Carretera y sendero	<b>12.2 Subtipo:</b> Asfaltado y adoquinado
<b>12.3 Estado de Vías:</b> Buena	<b>12.4 Transporte:</b> taxi y caminando
<b>12.5 Frecuencias:</b> Diaria	<b>12.6 Temporalidad de acceso:</b> Todo el año
<b>12.7 Observaciones:</b>	
<b>13. FACILIDADES TURÍSTICAS</b>	
Señalética para informar los límites de la playa, de ingreso para la observación de los diferentes recursos que posee.	
<b>14. INFRAESTRUCTURA BÁSICA</b>	

<b>14.1 Agua:</b> No		
<b>14.2 Energía Eléctrica:</b> No		
<b>14.3 Alcantarillado:</b> No		
<b>15. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS</b>		
<b>15.1 Nombre del atractivo:</b> Laguna de Flamenco	<b>15.2 Distancia:</b> <b>200 m.</b>	
<b>16. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO</b>		
<b>16.1 Difusión:</b> Internacional		
<b>17. VALORACIÓN DEL ATRACTIVO</b>		
<b>VARIABLE</b>	<b>FACTOR</b>	<b>PUNTOS</b>
CALIDAD	A. Valor intrínseco	9
	B. Valor extrínseco	8
	C. Entorno	9
	d) Estado de Conservación y/o Organización	9
APOYO	a) Acceso	6
	b) Servicios	2
	c) Asociación con otros atractivos	2
SIGNIFICADO	a) Local	3
	b) Provincial	2
	c) Nacional	2
	d) Internacional	2
TOTAL		54
<b>18. JERARQUIZACIÓN</b>		
III		

**Ficha 8.** Túneles del Amor

<b>1. DATOS GENERALES</b>	
<b>1.1 Encuestador:</b> Yadira Merecí	<b>1.2 Ficha N° 8</b>
<b>1.3 Supervisor Evaluador:</b> Ing. Catalina Verdugo. Ing. Renato Chávez.	<b>1.4 Fecha:</b> 02 de febrero del 2016
<b>1.5 Nombre del Atractivo:</b> “TÚNELES DEL AMOR”	
<b>1.6 Categoría:</b> Sitios naturales	
<b>1.7 Tipo:</b> Fenómenos geológicos	
<b>1.8 Subtipo:</b> Cráteres	





Fotografía No. 8

Por: Yadira Merecí

## 2. UBICACIÓN

2.1 Provincia: Galápagos

2.2 Ciudad y/o Cantón: Santa Cruz

2.3 Parroquia: Bellavista

2.4 Latitud: 6947877

2.5 Longitud: 90,3167168

## 3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO

3.1 Nombre del poblado:

Bellavista

3.2 Distancia:

1 km

## 4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO

4.1 Altitud: 219 m.s.n.m.

4.2 Temperatura: 24-31°C.

4.3 Precipitación Pluviométrica: 0-300 m.m

### 4.4 Ubicación del Atractivo:

El Túnel del Amor se encuentra ubicado en la zona urbana de Bellavista, a una distancia de 1 Km desde el Parque Central, empleando un tiempo de 5 minutos en carro.

## 5. Descripción del atractivo

Según el propietario el nombre se debe a que antiguamente ingresaban muchas parejas de enamorados. Para el ingreso se han dispuesto escalinatas de madera con barandas de contención, que tienen un ancho de 9 m por 5 m de alto aproximadamente. Es un túnel amplio con una extensión total de 2250 m. Tiene un ancho máximo de 17,8 m y una altura máxima de 9,8 m.

La temperatura del túnel oscila entre 20 y 23°C. El túnel se ha desarrollado en basalto olivino de color gris oscuro. Además es un tubo de lava húmedo debido a que el agua se filtra. Durante la época de lluvia, de enero a abril, se forman pequeñas pozas y arroyos temporales.

## 6. Atractivos individuales que lo conforman

Ninguno

## 7. Permisos y Restricciones

### 7.1 Permisos y Restricciones

De 8:00 hasta las 16:00, se debe cancelar 3 dólares al ingreso

<b>8. Usos</b>	
<b>8.1 Usos Actuales</b> Recorrido dentro del túnel.	
<b>8.2 Usos Potenciales</b> Atractivo turístico para visitantes nacionales y extranjeros	
<b>8.3 Necesidades turísticas</b> Colocación de señalética. Interpretación sobre el atractivo	
<b>9. Impactos</b>	
<b>9.1 Impactos positivos</b> Estudios arqueológicos.	
<b>9.2 Impactos negativos</b> Alteración del estado natural.	
<b>10. ESTADOS DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO</b>	
<b>10.1 Estado:</b> Deterioro	
<b>10.2 Causas:</b> Debido a que se ha construido infraestructura no adecuada con el ambiente y que no brinda seguridad a los turistas.	
<b>11. ENTORNO:</b>	
<b>11.1 Entorno:</b> Semi intervenido	
<b>11.2 Causas:</b> Debido a la implementación de materiales no son compatibles con el entorno.	
<b>12. INFRAESTRUCTURA VIAL Y ACCESO</b>	
<b>12.1 Tipo:</b> Terrestre	<b>12.2 Subtipo:</b> Asfaltado y lastrado
<b>12.3 Estado de Vías:</b> Buena	<b>12.4 Transporte:</b> Taxi
<b>12.5 Frecuencias:</b> Diaria	<b>12.6 Temporalidad de acceso:</b> Todo el año
<b>12.7 Observaciones:</b> Llevar la ropa y zapatos adecuados para el ingreso al túnel.	
<b>13. FACILIDADES TURÍSTICAS</b>	
Señalética turística e interpretación del lugar	
<b>14. INFRAESTRUCTURA BÁSICA</b>	
<b>14.1 Agua:</b> Agua del tanquero	
<b>14.2 Energía Eléctrica:</b> Sistema interconectado	
<b>14.3 Alcantarillado:</b> Pozo séptico	
<b>10. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS</b>	
<b>10.1 Nombre del atractivo:</b> Trapiche	<b>10.2 Distancia:</b> 2 km
<b>11. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO</b>	
<b>11.1 Difusión:</b> Internacional	

<b>12. VALORACIÓN DEL ATRACTIVO</b>		
<b>VARIABLE</b>	<b>FACTOR</b>	<b>PUNTOS</b>
CALIDAD	a) Valor intrínseco	8
	b) Valor extrínseco	5
	c) Entorno	7
	d) Estado de Conservación y/o Organización	7
APOYO	a) Acceso	8
	b) Servicios	3
	c) Asociación con otros atractivos	3
SIGNIFICADO	a) Local	2
	b) Provincial	2
	c) Nacional	2
	d) Internacional	2
TOTAL		49
<b>13. JERARQUIZACIÓN</b>		
II		

**Ficha 9. Rancho El Chato**

<b>1. DATOS GENERALES</b>	
<b>1.1 Encuestador:</b> Yadira Merecí	<b>1.2 Ficha N°</b> 9
<b>1.3 Supervisor Evaluador:</b> Ing. Catalina Verdugo. Ing. Renato Chávez.	<b>1.4 Fecha:</b> 2 de febrero del 2016
<b>1.5 Nombre del Atractivo:</b> RANCHO “EL CHATO”	
<b>1.6 Categoría:</b> Sitios Naturales	
<b>1.7 Tipo:</b> Sistema de área protegida	
<b>1.8 Subtipo:</b> Reserva ecológica	



**Fotografía No. 9**  
**Por: Yadira Merecí**

<b>2. UBICACIÓN</b>	
<b>2.1 Provincia:</b> Galápagos	<b>2.2 Ciudad y/o Cantón:</b> Santa Cruz
<b>2.3 Parroquia:</b> Santa Rosa	
<b>2.4 Latitud:</b> -0.696907	<b>2.5 Longitud:</b> -90.329204
<b>3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO</b>	
<b>3.1 Nombre del poblado:</b> Santa Rosa	<b>3.2 Distancia:</b>
<b>4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO</b>	
<b>4.1 Altitud:</b> 219 m.s.n.m.	
<b>4.2 Temperatura:</b> 24-31°C.	
<b>4.3 Precipitación Pluviométrica:</b> 0-300 m.m	
<b>4.4 Ubicación del Atractivo:</b> Se encuentra en la zona norte de la isla a 20 km de Puerto Ayora, y a 6 km de la parroquia de Santa Rosa.	
<b>15. 5. Descripción del atractivo</b>	
La Reserva Ecológica el Chato, anteriormente era una finca agrícola, centra su actividad en el turismo gracias al apoyo privado. Se encuentra junto a áreas protegidas y es constantemente visitada por tortugas gigantes. Su nombre se debe a que a 3 kilómetros de la hacienda se encuentra la Laguna Chato.	
<b>6. Atractivos individuales que lo conforman</b>	
Laguna el Chato Tortugas gigantes Búhos orejicortos, pinzones de Darwin, canario maría.	
<b>7. Permisos y Restricciones</b>	

<b>7.1 Permisos y restricciones</b>	
Los horario de ingreso son de 8:00 a 17:00, el costo de ingreso es de \$ 3,00 por persona.	
<b>8. Usos</b>	
<b>8.1 Usos Actuales</b>	
Reserva ecológica Atractivo natural	
<b>8.2 Usos Potenciales</b>	
Atractivo turístico para turistas nacionales y extranjeros.	
<b>8.3 Necesidades turísticas</b>	
Señalética Interpretación ambiental	
<b>9. Impactos</b>	
<b>9.1 Impactos positivos</b>	
Observación de especies en especial las tortugas gigante en su estado natural.	
<b>9.2 Impactos negativos</b>	
Afluencia de visitantes nacionales y extranjeros	
<b>10. ESTADOS DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO</b>	
<b>10.1 Estado:</b> Intervenido	
<b>10.1 Causas:</b>	
En proceso de recuperación, por los cambios a menor escala del ecosistema	
<b>11. ENTORNO:</b>	
<b>11 .1 Entorno:</b> Semi intervenido	
<b>11.2 Causas:</b>	
A consecuencia de las especies introducidas a su alrededor y la actividad humana.	
<b>12. INFRAESTRUCTURA VIAL Y ACCESO</b>	
<b>12.1 Tipo:</b> Terrestre	<b>12.2 Subtipo:</b> Asfaltado, lastrado y sendero
<b>12.3 Estado de Vías:</b> Buena	<b>12.4 Transporte:</b> Camioneta
<b>12.5 Frecuencias:</b> Diaria	<b>12.6 Temporalidad de acceso:</b> Todo el año
<b>12.7 Observaciones:</b> La zona es abierta: no se requiere guía, pero se recomienda llevar uno, ya que es fácil perderse por el sector. Llevar zapatos cómodos para la caminata. Bloqueador solar. Snake y mucha agua.	
<b>13. FACILIDADES TURÍSTICAS</b>	
Señalética ambiental	
<b>14. INFRAESTRUCTURA BÁSICA</b>	
<b>14.1 Agua:</b> Tanquero	
<b>14.2 Energía Eléctrica:</b> Sistema interconectado	
<b>14.4 Alcantarillado:</b> Pozo séptico	

<b>15. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS</b>		
<b>15.1 Nombre del atractivo:</b> Laguna el Chato	<b>15.2 Distancia:</b> 3 km	
<b>16. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO</b>		
<b>16.1 Difusión:</b> Internacional		
<b>17. VALORACIÓN DEL ATRACTIVO</b>		
<b>VARIABLE</b>	<b>FACTOR</b>	<b>PUNTOS</b>
CALIDAD	a) Valor intrínseco	8
	b) Valor extrínseco	7
	c) Entorno	6
	d) Estado de Conservación y/o Organización	6
APOYO	a) Acceso	7
	b) Servicios	5
	c) Asociación con otros atractivos	2
SIGNIFICADO	a) Local	2
	b) Provincial	2
	c) Nacional	2
	d) Internacional	2
TOTAL		49
<b>18. JERARQUIZACIÓN</b>		
II		

### Ficha 10. Rancho Primicias

<b>1. DATOS GENERALES</b>	
<b>1.1 Encuestador:</b> Yadira Merecí	<b>1.2 Ficha N°</b> 10
<b>1.3 Supervisor Evaluador:</b> Ing. Catalina Verdugo	<b>1.4 Fecha:</b> 2 de febrero del 2016
<b>1.5 Nombre del Atractivo:</b> "RANCHO PRIMICIAS "	
<b>1.6 Categoría:</b> Sitios Naturales	
<b>1.7 Tipo:</b> Ambientes Lacustres	
<b>1.8 Subtipo:</b> Pozas	



**Fotografía No. 10**

**Por:** Yadira Merecí

2. UBICACIÓN	
<b>2.1 Provincia:</b> Galápagos	<b>2.2 Ciudad y/o Cantón:</b> Santa Cruz
<b>2.3 Parroquia:</b> Santa Rosa	
<b>2.4 Latitud:</b> 6711573	<b>2.5 Longitud:</b> 90,4300770
3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO	
<b>3.1 Nombre del poblado:</b> Santa Rosa	<b>3.2 Distancia:</b> 6 km
4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO	
<b>4.1 Altitud:</b> 238 m.s.n.m.	
<b>4.2 Temperatura:</b> 24-31°C.	
<b>4.3 Precipitación Pluviométrica:</b> 0-300 m.m	
<b>4.4 Ubicación del Atractivo:</b> Se encuentra en la zona norte de la isla a 20 km de Puerto Ayora, y a 6 km de la parroquia de Santa Rosa.	
5. Descripción del atractivo	
El Rancho Primicias tiene una extensión de 80 has, de las cuales se utilizan 12 has para turismo. Es una de las fincas más visitadas de la isla Santa Cruz debido a que sus principales atractivos son las pozas de	




<p>tortugas y el túnel de lava.</p> <p>Existen dos pozas de tortugas en el Rancho Primicias. La primera tiene un tamaño de 5 m de ancho por 10 de largo aproximadamente. A su alrededor podemos ver arbustos y vegetación herbácea nativa y endémica como uña de gato y árboles como cedrelo y guayaba. En la época de lluvia se puede observar fácilmente a las tortugas.</p> <p>La segunda poza se encuentra a 25 m del restaurante. Su dimensión es de 3 m de largo por 3 m de ancho, presenta bordes irregulares y una forma casi circular. El color del agua es verdosa y se encuentra rodeada de arbustos de uña de gato principalmente.</p> <p>Ambas pozas se muestran siempre con agua, aún en temporada seca (garúa).</p>	
<b>6. Atractivos individuales que lo conforman</b>	
<p>Túneles de lava</p> <p>Tortugas gigantes</p>	
<b>7. Permisos y Restricciones</b>	
<b>7.1 Permisos y restricciones</b>	
Los horario de ingreso son de 8:00 a 17:00, el costo de ingreso es de \$ 3,00 por persona.	
<b>8. Usos</b>	
<b>8.1 Usos Actuales</b>	
Atractivo natural	
<b>8.2 Usos Potenciales</b>	
Atractivo turístico para turistas nacionales y extranjeros.	
<b>8.3 Necesidades turísticas</b>	
Señalética	
Interpretación ambiental	
<b>9. Impactos</b>	
<b>9.1 Impactos positivos</b>	
Observación de especies en especial las tortugas gigante en su estado natural.	
<b>9.2 Impactos negativos</b>	
Afluencia de visitantes nacionales y extranjeros	
<b>10. ESTADOS DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO</b>	
<b>10.1 Estado:</b> Recuperación	
<b>10.2 Causas:</b>	
Por los cambios a menor escala del ecosistema.	
<b>11. ENTORNO:</b>	
<b>11.1 Entorno:</b> Semi intervenido	
<b>11.2 Causas:</b>	
A consecuencia de las especies introducidas a su alrededor y la actividad humana.	
<b>12. INFRAESTRUCTURA VIAL Y ACCESO</b>	
<b>12.1 Tipo:</b> Terrestre	<b>12.2 Subtipo:</b> Asfaltado, lastrado y sendero
<b>12.3 Estado de Vías:</b> Buena	<b>12.4 Transporte:</b> Camioneta
<b>12.5 Frecuencias:</b> Diaria	<b>12.6 Temporalidad de acceso:</b> Todo el año
<b>12.7 Observaciones:</b> La zona es abierta: no se requiere guía, pero se recomienda llevar uno, ya que es	



fácil perderse por el sector. Llevar zapatos cómodos para la caminata. Bloqueador solar. Snake y mucha agua.		
<b>17 13. FACILIDADES TURÍSTICAS</b>		
El Rancho Primicias posee un restaurante con capacidad para 100 personas, con todo el mobiliario necesario. Se prepara la alimentación solo bajo pedido, sea comida nacional o internacional. El turista puede servirse café, té o porciones de frutas durante su visita al rancho.		
<b>18 14. INFRAESTRUCTURA BÁSICA</b>		
<b>14.1 Agua:</b> Tanquero		
<b>14.2 Energía Eléctrica:</b> Sistema interconectado		
<b>14.3 Alcantarillado:</b> Pozo séptico		
<b>15. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS</b>		
<b>15.1 Nombre del atractivo:</b> Túneles de lava	<b>15.2 Distancia:</b> 1 km	
<b>16. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO</b>		
<b>16.1 Difusión:</b> Internacional		
<b>17. VALORACIÓN DEL ATRACTIVO</b>		
<b>VARIABLE</b>	<b>FACTOR</b>	<b>PUNTOS</b>
CALIDAD	a) Valor intrínseco	8
	b) Valor extrínseco	7
	c) Entorno	6
	d) Estado de Conservación y/o Organización	6
APOYO	a) Acceso	7
	b) Servicios	5
	c) Asociación con otros atractivos	3
SIGNIFICADO	a) Local	1
	b) Provincial	2
	c) Nacional	2
	d) Internacional	2
TOTAL		49
<b>18. JERARQUIZACIÓN</b>		
II		

**Ficha 11.** Cerro media luna, Crocker y Puntudo

<b>1. DATOS GENERALES</b>	
<b>1.1 Encuestador:</b> Yadira Merecí	<b>1.2 Ficha N°</b> 11
<b>1.3 Supervisor Evaluador:</b> Ing. Catalina Verdugo. Ing. Renato Chávez.	<b>1.4 Fecha:</b> 2 de febrero del 2016

<b>1.5 Nombre del Atractivo: “CERRO MEDIA LUNA, CROCKER Y PUNTUDO”</b>	
<b>1.6 Categoría:</b> Sitios Naturales	
<b>1.7 Tipo:</b> Montaña	
<b>1.8 Subtipo:</b> Volcanes	
 <p>The image shows a wooden signpost in a lush green area. The sign is divided into several sections. At the top, it says 'Bienvenidos a / Welcome to Puntudo - Cerro Crocker'. Below that, there is a section titled 'Información importante / Important information' with text in both Spanish and English. The text includes details about the trail length (6.112 m), time required (3h), and opening hours (08:00 - 18:00). It also contains instructions on how to respect the environment, such as not littering and not feeding animals. To the right of the text is a small map of the area. At the bottom of the sign, there are several icons representing different activities and restrictions, such as a person walking, a person with a backpack, a person with a bicycle, a person with a dog, and a person with a camera. The sign is supported by two wooden posts and is set against a background of dense green foliage.</p>	
<b>Fotografía No. 11</b>	
<b>Por:</b> Yadira Merecí	
<b>2. UBICACIÓN</b>	
<b>2.1 Provincia:</b> Galápagos	<b>2.2 Ciudad y/o Cantón:</b> Santa Cruz
<b>2.3 Parroquia:</b> Bellavista	
<b>2.4 Latitud:</b> 6775488	<b>2.5 Longitud:</b> 90,2890522
<b>3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO</b>	
<b>3.1 Nombre del poblado:</b> Bellavista	<b>3.2 Distancia:</b> 2 km
<b>4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO</b>	
<b>4.1 Altitud:</b> 297 m.s.n.m.	
<b>4.2 Temperatura:</b> 24-31°C.	

<b>4.3 Precipitación Pluviométrica:</b> 0-300 m.m
<b>4.4 Ubicación del Atractivo:</b> Los cerros Media Luna, Puntudo y Crocker pertenecen a la parroquia Bellavista, se encuentran a 2 km de la parroquia.
<b>5. Descripción del atractivo</b>
Son las elevaciones más altas de la isla, rodeadas de vegetación propia, es el lugar en donde se disfruta de una fantástica vista. Aquí anida el petrel de Galápagos, ave que únicamente puede ser vista cuando se alimenta en el océano. Durante el recorrido los turistas deben mantenerse dentro de los senderos para no perturbar los nidos del petrel que se encuentran a nivel del suelo.
<b>6. Atractivos individuales que lo conforman</b>
Las aves el petrel de Galápagos, pinzones de Charles, entre otros.
<b>7. Permisos y Restricciones</b>
<b>7.1 Permisos y restricciones</b> Horario de visita de 6:00 am a 18:00.Sitio de visita del Parque Nacional Galápagos.
<b>8. Usos</b>
<b>8.1 Usos Actuales</b> Caminata hacia los tres cerros Avistamiento de aves
<b>8.2 Usos Potenciales</b> Es de carácter natural y fotográfico.
<b>8.3 Necesidades turísticas</b> Se necesita señalética. Diseño de senderos. Medios interpretativos.
<b>9. Impactos</b>
<b>9.1 Impactos positivos</b> Generación de fuentes de empleo, dinamiza la economía del sector.
<b>9.2 Impactos negativos</b> Compactación del suelo, debido a la capacidad de carga que recibe todo los días.
<b>10. ESTADOS DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO</b>
<b>10.1 Estado:</b> Conservado
<b>10.2 Causas:</b> Debido a que las prácticas de procesamiento son tradicionales y no causan impactos al ambiente.
<b>11. ENTORNO:</b>
<b>11.1 Entorno:</b> Intervenido
<b>11.2 Causas:</b> Por actividades de agricultura y ganadería, propias de la zona de fincas.
<b>12. INFRAESTRUCTURA VIAL Y ACCESO</b>

<b>12.1 Tipo:</b> Terrestre		<b>12.2 Subtipo:</b> lastrado	
<b>12.3 Estado de Vías:</b> Buena		<b>12.4 Transporte:</b> se toma un bus o una camioneta a la parroquia de Bellavista.	
<b>12.5 Frecuencias:</b> Diaria		<b>12.6 Temporalidad de acceso:</b> Todo el año	
<b>12.7 Observaciones:</b> Llevar ropa adecuada Bloqueador solar Gorra Agua			
<b>13. FACILIDADES TURÍSTICAS</b>			
Falta de señalética y limpieza del sendero.			
<b>14. INFRAESTRUCTURA BÁSICA</b>			
<b>14.1 Agua:</b> No			
<b>14.2 Energía Eléctrica:</b> No			
<b>14.3 Alcantarillado:</b> No			
<b>15. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS</b>			
<b>15.1 Nombre del atractivo:</b> Iglesia de Bellavista		<b>15.2 Distancia:</b> 2,3 km	
<b>16. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO</b>			
<b>16.1 Difusión:</b> Internacional			
<b>17. VALORACIÓN DEL ATRACTIVO</b>			
<b>VARIABLE</b>	<b>FACTOR</b>	<b>PUNTOS</b>	
CALIDAD	a) Valor intrínseco	8	
	b) Valor extrínseco	7	
	c) Entorno	7	
	d) Estado de Conservación y/o Organización	7	
APOYO	a) Acceso	6	
	b) Servicios	6	
	c) Asociación con otros atractivos	2	
SIGNIFICADO	a) Local	1	
	b) Provincial	2	
	c) Nacional	2	
	d) Internacional	2	
TOTAL		50	
<b>18. JERARQUIZACIÓN</b>			
II			

**b. Atractivos culturales**

**Ficha 12. Malecón Gus Angermeyer**

<b>1. DATOS GENERALES</b>	
<b>1.1 Encuestador:</b> Yadira Merecí	<b>1.2 Ficha N°</b> 12
<b>1.3 Supervisor Evaluador:</b> Ing. Catalina Verdugo. Ing. Renato Chávez.	<b>1.4 Fecha:</b> 2 de febrero del 2016
<b>1.5 Nombre del Atractivo:</b> “MALECON GUS ANGERMEYER”	
<b>1.6 Categoría:</b> Manifestaciones culturales	
<b>1.7 Tipo:</b> Realización técnica y científicas	
<b>1.8 Subtipo:</b> obras técnicas	
	
<p><b>Fotografía No. 12</b> <b>Por:</b> Yadira Merecí</p>	
<b>2. UBICACIÓN</b>	
<b>2.1 Provincia:</b> Galápagos	<b>2.2 Ciudad y/o Cantón:</b> Santa Cruz
<b>2.3 Parroquia:</b> Puerto Ayora	
<b>2.4 Latitud:</b> 7477477	<b>2.5 Longitud:</b> 90,3133114
<b>3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO</b>	
<b>3.1 Nombre del poblado:</b> Iglesia Santa Marianita	<b>3.2 Distancia:</b> 0.5 km
<b>4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO</b>	
<b>4.1 Altitud:</b> 297 m.s.n.m.	


<p><b>4.2 Temperatura:</b> 24-31°C.</p> <p><b>4.3 Precipitación Pluviométrica:</b> 0-100 m.m</p>
<p><b>4.4 Ubicación del Atractivo:</b> El Malecón se encuentra ubicado en el Barrio Central, al inicio de la Avenida Charles Darwin, frente a la iglesia Santa Marianita.</p>
<p><b>11. Descripción del atractivo</b></p> <p>El Malecón de Puerto está ubicado al frente de la Iglesia Santa Marianita. Desde ahí se pueden contemplar el mar y los barcos de turismo y pesca que se encuentran anclados en las afueras de la bahía. Desde el Malecón también se pueden observar la isla Santa Fe, el islote Caamaño y una vista panorámica de toda la Bahía Academia, desde Punta Núñez hasta Punta Estrada. Además es posible observar fauna marina como lobos marinos, iguanas marinas, manta rayas, zayapas y aves como piqueros patas azules, fragatas y pelícanos. El Malecón tiene una extensión de 200 m de largo aproximadamente y está compuesto por los siguientes elementos:</p> <p>El Malecón es definitivamente un lugar que permite la recreación, el descanso y la observación de fauna y flora nativa de las islas. Junto a este se encuentra el Muelle Municipal, que es el punto de partida y llegada de las pangas de los barcos de turismo y de carga, además de las fibras de cabotaje inter-islas.</p>
<p><b>12. Atractivos individuales que lo conforman</b></p> <p>Área de juegos para niños.  Área de canchas deportivas.  Área de eventos, con una tarima para presentaciones artísticas.  Área de porta estandartes, utilizada para izamientos de banderas.  Bancas para descansar en varios lugares a lo largo de todo el malecón.  Un monumento al albatros, especie endémica de Galápagos.  Una pileta central construida con piedras de lava.</p>
<p><b>13. Permisos y Restricciones</b></p>
<p><b>7.2 Permisos y restricciones</b>  <b>Restricciones</b>  No topar a las especies de fauna que estén alrededor del malecón</p>
<p><b>8. Usos</b></p>
<p><b>8.1 Usos Actuales</b>  Observación del paisaje  Observación de aves  Observación de fauna marina  Fotografías del paisaje  Caminatas  Presentación de eventos culturales</p>
<p><b>8.2 Usos Potenciales</b>  Es de carácter natural y fotográfico.</p>
<p><b>8.3 Necesidades turísticas</b>  Relatos de historias y leyendas de Galápagos.</p>
<p><b>Impactos</b></p>

<b>9.1 Impactos positivos</b>		
Generación de fuentes de empleo, dinamiza la economía del sector.		
<b>9.2 Impactos negativos</b>		
Incidencia de basura		
<b>ESTADOS DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO</b>		
<b>10.1 Estado:</b> Conservado		
<b>10.2 Causas:</b>		
El Malecón, como atractivo turístico construido por el hombre, se encuentra conservado debido a las adecuaciones realizadas para brindar confort y esparcimiento a los turistas y a la población local.		
<b>11. ENTORNO:</b>		
<b>11.1 Entorno:</b> Intervenido		
<b>11.2 Causas:</b>		
El entorno se encuentra intervenido debido a la presencia del área urbana a su alrededor.		
<b>12. INFRAESTRUCTURA VIAL Y ACCESO</b>		
<b>12.1 Tipo:</b> Terrestre	<b>12.2 Subtipo:</b> Asfalto	
<b>12.3 Estado de Vías:</b> Buena	<b>12.4 Transporte:</b> Automóvil, bus, buseta, bicicleta.	
<b>12.5 Frecuencias:</b> Diaria	<b>12.6 Temporalidad de acceso:</b> Todo el año	
<b>12.7 Observaciones:</b>		
<b>13. FACILIDADES TURÍSTICAS</b>		
Falta de medios interpretativos.		
<b>14. INFRAESTRUCTURA BÁSICA</b>		
<b>14.1 Agua:</b> Si		
<b>14.2 Energía Eléctrica:</b> Si		
<b>14.3 Alcantarillado:</b> Pozo séptico		
<b>15. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS</b>		
<b>15.1 Nombre del atractivo:</b>	<b>15.2 Distancia:</b>	
Iglesia Santa Marianita	0.5 km	
<b>16. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO</b>		
<b>16.2 Difusión:</b> Internacional		
<b>18. VALORACIÓN DEL ATRACTIVO</b>		
<b>VARIABLE</b>	<b>FACTOR</b>	<b>PUNTOS</b>
CALIDAD	a) Valor intrínseco	8
	b) Valor extrínseco	7
	c) Entorno	7
	d) Estado de Conservación y/o Organización	7
APOYO	a) Acceso	6



	b) Servicios	6
	c) Asociación con otros atractivos	2
SIGNIFICADO	a) Local	1
	b) Provincial	2
	c) Nacional	2
	d) Internacional	2
TOTAL		50
<b>18. JERARQUIZACIÓN</b>		
II		

### Ficha 13. Mercado artesanal

<b>1. DATOS GENERALES</b>	
<b>1.1 Encuestador:</b> Yadira Merecí	<b>1.2 Ficha N°</b> 13
<b>1.3 Supervisor Evaluador:</b> Ing. Catalina Verdugo. Ing. Renato Chávez.	<b>1.4 Fecha:</b> 2 de febrero del 2016
<b>1.5 Nombre del Atractivo:</b> “MERCADO ARTESANAL”	
<b>1.6 Categoría:</b> Manifestaciones culturales	
<b>1.7 Tipo:</b> Realización técnica y científicas	
<b>1.8 Subtipo:</b> obras técnicas	
	
<b>Fotografía No. 13</b> <b>Por:</b> Yadira Merecí	
<b>2. UBICACIÓN</b>	
<b>2.1 Provincia:</b> Galápagos	<b>2.2 Ciudad y/o Cantón:</b> Santa Cruz
<b>2.3 Parroquia:</b> Puerto Ayora	
<b>2.4 Latitud:</b> 0.7442284	<b>2.5 Longitud:</b> 90.311428,15




<b>3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO</b>	
<b>3.1 Nombre del poblado:</b> Muelle de pescadores	<b>3.2 Distancia:</b> 170 m
<b>4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO</b>	
<b>4.1 Altitud:</b> 297 m.s.n.m.	
<b>4.2 Temperatura:</b> 24-31°C.	
<b>4.3 Precipitación Pluviométrica:</b> 0-100 m.m	
<b>4.4 Ubicación del Atractivo:</b> El mercado artesanal está ubicado la Av. Charles Darwin.	
<b>Descripción del atractivo</b>	
En este sitio se vende artesanías en madera, cerámicas y otros materiales, buen lugar para comprar camisetas y prendas de vestir con diseños de Galápagos. Abierto al público desde 7:30 a 13:00 por las tardes de 17:00 hasta 23:30. Algunos artesanos solo aceptan pagos en efectivo. En este sitio se puede disfrutar de una vista de la Bahía Academia.	
<b>Atractivos individuales que lo conforman</b>	
Bancas para descansar. Un monumento de una iguana.	
<b>Permisos y Restricciones</b>	
<b>7.3 Permisos y restricciones</b> Ninguno	
<b>Usos</b>	
<b>8.1 Usos Actuales</b> Fotografía al paisaje Venta de artesanías	
<b>8.2 Usos Potenciales</b> Venta al turista nacional y extranjero.	
<b>8.3 Necesidades turísticas</b> Difusión Falta de seguridad	
<b>Impactos</b>	
<b>9.1 Impactos positivos</b> Generación de fuentes de empleo, dinamiza la economía del sector.	
<b>9.2 Impactos negativos</b> Elaborar las artesanías con las especies nativas que están en peligro de extinción como el Matazarno.	
<b>ESTADOS DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO</b>	
<b>10.1 Estado:</b> Conservado	
<b>10.2 Causas:</b> El mercado artesanal se encuentra conservado debido a las adecuaciones realizadas para brindar mejor	

servicio a los turistas y a la población local.		
<b>11. ENTORNO:</b>		
<b>11.1 Entorno:</b> Intervenido		
<b>11.2 Causas:</b> El entorno se encuentra intervenido debido a la presencia del área urbana a su alrededor.		
<b>12. INFRAESTRUCTURA VIAL Y ACCESO</b>		
<b>12.1 Tipo:</b> Terrestre	<b>12.2 Subtipo:</b> Asfalto	
<b>12.3 Estado de Vías:</b> Buena	<b>12.4 Transporte:</b> Automóvil, bus, buseta, bicicleta.	
<b>12.5 Frecuencias:</b> Diaria	<b>12.6 Temporalidad de acceso:</b> Todo el año	
<b>12.7 Observaciones:</b>		
<b>13. FACILIDADES TURÍSTICAS</b>		
Falta de medios interpretativos.		
<b>14. INFRAESTRUCTURA BÁSICA</b>		
<b>14.1 Agua:</b> Si		
<b>14.2 Energía Eléctrica:</b> Si		
<b>14.3 Alcantarillado:</b> Pozo séptico		
<b>15. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS</b>		
<b>15.1 Nombre del atractivo:</b> Muelle de pescadores	<b>15.2 Distancia:</b> 170 m	
<b>16. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO</b>		
<b>16.3 Difusión:</b> Internacional		
<b>19. VALORACIÓN DEL ATRACTIVO</b>		
<b>VARIABLE</b>	<b>FACTOR</b>	<b>PUNTOS</b>
CALIDAD	a) Valor intrínseco	8
	b) Valor extrínseco	7
	c) Entorno	7
	d) Estado de Conservación y/o Organización	7
APOYO	a) Acceso	6
	b) Servicios	6
	c) Asociación con otros atractivos	2

SIGNIFICADO	a) Local	1
	b) Provincial	2
	c) Nacional	2
	d) Internacional	2
TOTAL		50
<b>18. JERARQUIZACIÓN</b>		
II		

#### Ficha 14. El Trapiche

<b>1. DATOS GENERALES</b>	
<b>1.1 Encuestador:</b> Yadira Merecí	<b>1.2 Ficha N°</b> 14
<b>1.3 Supervisor Evaluador:</b> Ing. Catalina Verdugo. Ing. Renato Chávez.	<b>1.4 Fecha:</b> 2 de febrero del 2016
<b>1.5 Nombre del Atractivo:</b> “EL TRAPICHE”	
<b>1.6 Categoría:</b> Manifestaciones culturales	
<b>1.7 Tipo:</b> Realizaciones técnicas y científicas	
<b>1.8 Subtipo:</b> Exploraciones agropecuarias	
	
<b>Fotografía No. 14</b> <b>Por:</b> Yadira Merecí	

<b>2. UBICACIÓN</b>	
<b>2.1 Provincia:</b> Galápagos	<b>2.2 Ciudad y/o Cantón:</b> Santa Cruz
<b>2.3 Parroquia:</b> Bellavista	
<b>2.4 Latitud:</b> 6775488	<b>2.5 Longitud:</b> 90,2890522
<b>3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO</b>	
<b>3.1 Nombre del poblado:</b> Parque central de Bellavista	<b>3.2 Distancia:</b> 4.4 Km
<b>4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO</b>	
<b>4.1 Altitud:</b> 297 m.s.n.m.	
<b>4.2 Temperatura:</b> 24-31°C.	
<b>4.3 Precipitación Pluviométrica:</b> 0-100 m.m	
<b>4.4 Ubicación del Atractivo:</b> El Trapiche se encuentra ubicado en dirección al Cascajo, en la finca del Sr. Adriano Cabrera, a una distancia de 4,4 Km desde el Parque Central de Bellavista, empleando un tiempo de 10 minutos en carro.	
<b>5. Descripción del atractivo</b>	
El Trapiche se encuentra ubicado en la finca del Sr. Adriano Cabrera Sánchez. La extensión total de la finca es de 33 has y se encuentra distribuida de la siguiente forma: <ul style="list-style-type: none"> <li>• 2 has con cultivos de caña de azúcar</li> <li>• 2 has de cafetal</li> <li>• has de ganadería</li> <li>• 1,5 ha de chacra de hortalizas</li> <li>• Frutales (melón, sandía, naranja, limón, mandarina, toronja).</li> </ul> Los procesos demostrativos que se realizan son: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Molienda</li> <li>• Destilación de aguardiente</li> <li>• Elaboración de panelas</li> <li>• Obtención del café</li> </ul>	
<b>6. Atractivos individuales que lo conforman</b>	
Flora y fauna	
<b>7. Permisos y Restricciones</b>	
<b>7.4 Permisos y restricciones</b> Horario de ingreso es: 07H00 a 17H00	
<b>8. Usos</b>	
<b>8.1 Usos Actuales</b>	

Fotografía al paisaje Avistamiento de aves	
<b>8.2 Usos Potenciales</b> Observación del proceso de molienda Observación del proceso de destilación de aguardiente Observación del proceso de elaboración de panelas Observación del proceso de obtención de café	
<b>8.3 Necesidades turísticas</b> Baño Cafetería Señalética turística	
<b>9. Impactos</b>	
<b>9.1 Impactos positivos</b> Generación de fuentes de empleo, dinamiza la economía del sector.	
<b>9.2 Impactos negativos</b> Ninguno	
<b>10. ESTADOS DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO</b>	
<b>10.1 Estado:</b> Conservado	
<b>10.2 Causas:</b> El atractivo se encuentra conservado debido a que las prácticas de procesamiento son tradicionales y no causan impactos al ambiente.	
<b>11. ENTORNO:</b>	
<b>11.1 Entorno:</b> Intervenido	
<b>11.2 Causas:</b> El entorno se encuentra intervenido por actividades de agricultura y ganadería, propias de la zona de fincas.	
<b>12. INFRAESTRUCTURA VIAL Y ACCESO</b>	
<b>12.1 Tipo:</b> Terrestre	<b>12.2 Subtipo:</b> Asfalto, lastrado
<b>12.3 Estado de Vías:</b> Buena	<b>12.4 Transporte:</b> carro doble cabina.
<b>12.5 Frecuencias:</b> Mensual	<b>12.6 Temporalidad de acceso:</b> Todo el año
<b>12.7 Observaciones:</b>	
<b>13. FACILIDADES TURÍSTICAS</b>	
Falta de señalética	
<b>14. INFRAESTRUCTURA BÁSICA</b>	
<b>14.1 Agua:</b> Si	
<b>14.2 Energía Eléctrica:</b> Si	
<b>14.3 Alcantarillado:</b> Pozo séptico	
<b>15. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS</b>	

<b>15.1 Nombre del atractivo:</b> Cafetal Aguirre	<b>15.2 Distancia:</b> 2.3km	
<b>16. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO</b>		
<b>16.4 Difusión:</b> Internacional		
<b>17. VALORACIÓN DEL ATRACTIVO</b>		
<b>VARIABLE</b>	<b>FACTOR</b>	<b>PUNTOS</b>
CALIDAD	a) Valor intrínseco	8
	b) Valor extrínseco	7
	c) Entorno	7
	d) Estado de Conservación y/o Organización	7
APOYO	a) Acceso	6
	b) Servicios	6
	c) Asociación con otros atractivos	2
SIGNIFICADO	a) Local	1
	b) Provincial	2
	c) Nacional	2
	d) Internacional	2
TOTAL		50
<b>18. JERARQUIZACIÓN</b>		
II		

**Ficha 15.** Muelle de los pescadores

<b>1. DATOS GENERALES</b>	
<b>1.1 Encuestador:</b> Yadira Merecí	<b>1.2 Ficha N°</b> 15
<b>1.3 Supervisor Evaluador:</b> Ing. Catalina Verdugo. Ing. Renato Chávez.	<b>1.4 Fecha:</b> 2 de febrero del 2016
<b>1.5 Nombre del Atractivo:</b> “MUELLE DE LOS PESCADORES”	
<b>1.6 Categoría:</b> Manifestaciones culturales	
<b>1.7 Tipo:</b> Realizaciones técnicas y científicas	
<b>1.8 Subtipo:</b> Obras técnicas	



**Fotografía No. 14**

**Por:** Yadira Merecí

## 2. UBICACIÓN

**2.1 Provincia:** Galápagos

**2.2 Ciudad y/o Cantón:** Santa Cruz

**2.3 Parroquia:** Puerto Ayora

**2.4 Latitud:** 7433869

**2.5 Longitud:** 90,3120637

## 3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO

**3.1 Nombre del poblado:**

Malecón Gus Angermeyer

**3.2 Distancia:**

1 Km

## 4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO

**6.1 Altitud:** 297 m.s.n.m.

**6.2 Temperatura:** 24-31°C.

**6.3 Precipitación Pluviométrica:** 0-100 m.m

### 6.4 Ubicación del Atractivo:

El Muelle de los Pescadores se encuentra ubicado en el Barrio Pelícan Bay, en la Avenida Charles Darwin, a una distancia de 1 Km desde el Malecón, empleando un tiempo de 3 minutos en carro o 10 minutos a pie.

## 7. Descripción del atractivo

El Muelle de los Pescadores tiene una extensión de 100 m aproximadamente y está compuesto por los siguientes elementos:

Un pequeño puente de madera.

Bancas para el descanso y observación del paisaje.

Áreas de limpieza y venta de pescado, desde ahí parten las pangas de pesca.

Área de mangle.

Sendero de madera elevado con una extensión de 50 m de largo, que permite la observación del paisaje, el mar, los barcos, fauna marina y aves.

Cartelera informativa.

Desde este muelle se pueden observar especies de fauna.

Se puede observar la forma como los pescadores realizan la limpieza del pescado para su posterior

comercialización y conocer un poco más de esta actividad artesanal y su forma de vida.	
<b>8. Atractivos individuales que lo conforman</b>	
Lobos marinos, iguanas marinas, rayas, peces, zayapas, pelícanos, garzas azules, fragatas y gaviotas de lava.	
<b>9. Permisos y Restricciones</b>	
<b>9.1 Permisos y restricciones</b> Ninguna	
<b>10. Usos</b>	
<b>10.1 Usos Actuales</b> Fotografía al paisaje Avistamiento de aves	
<b>10.2 Usos Potenciales</b> Observación del paisaje Observación de fauna marina Fotografías de la pesca diaria Presentación de eventos culturales	
<b>10.3 Necesidades turísticas</b> Interpretación ambiental de la bahía desde el muelle Relatos históricos y leyendas sobre el barrio Pelícan Bay	
<b>11. Impactos</b>	
<b>11.1 Impactos positivos</b> Los turistas observan directamente la actividad de la pesca que realizan los pescadores.	
<b>11.2 Impactos negativos</b> Ninguno	
<b>12. ESTADOS DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO</b>	
<b>12.1 Estado:</b> Conservado	
<b>12.2 Causas:</b> El Muelle de los Pescadores, como atractivo turístico construido por el hombre, se encuentra conservado debido a las adecuaciones realizadas para brindar confort y esparcimiento a los turistas y a la población local.	
<b>13. ENTORNO:</b>	
<b>13.1 Entorno:</b> Intervenido	
<b>13.2 Causas:</b> El entorno se encuentra intervenido debido a la presencia del área urbana a su alrededor.	
<b>14. INFRAESTRUCTURA VIAL Y ACCESO</b>	
<b>14.1 Tipo:</b> Terrestre	<b>14.2 Subtipo:</b> Asfalto
<b>14.3 Estado de Vías:</b> Buena	<b>14.4 Transporte:</b> Automóvil, bus, buseta, bicicleta.



<b>14.5 Frecuencias:</b> Mensual		<b>14.6 Temporalidad de acceso:</b> Todo el año	
<b>14.7 Observaciones:</b>			
<b>14. FACILIDADES TURÍSTICAS</b>			
Panel interpretativo			
<b>13. INFRAESTRUCTURA BÁSICA</b>			
<b>13.1 Agua:</b> Si			
<b>13.2 Energía Eléctrica:</b> Si			
<b>13.3 Alcantarillado:</b> Pozo séptico			
<b>14. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS</b>			
<b>14.1 Nombre del atractivo:</b> Molino de Viento Mercado Artesanal		<b>14.2 Distancia:</b> 0.01 Km 0.2 km	
<b>15. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO</b>			
10.5 <b>Difusión:</b> Internacional			
<b>17. VALORACIÓN DEL ATRACTIVO</b>			
<b>VARIABLE</b>	<b>FACTOR</b>		<b>PUNTOS</b>
CALIDAD	a) Valor intrínseco		8
	b) Valor extrínseco		7
	c) Entorno		7
	d) Estado de Conservación y/o Organización		7
APOYO	a) Acceso		6
	b) Servicios		6
	c) Asociación con otros atractivos		2
SIGNIFICADO	a) Local		1
	b) Provincial		2
	c) Nacional		2
	d) Internacional		2
TOTAL			50
<b>18. JERARQUIZACIÓN</b>			
II			

**Ficha 16.** Centro de Crianza de Tortugas Gigantes Fausto Llerena

<b>1. DATOS GENERALES</b>	
<b>1.1 Encuestador:</b> Yadira Merecí	<b>1.2 Ficha N°</b> 16

<b>1.3 Supervisor Evaluador:</b> Ing. Catalina Verdugo. Ing. Renato Chávez.	<b>1.4 Fecha:</b> 2 de febrero del 2016
<b>1.5 Nombre del Atractivo:</b> “CENTRO DE CRIANZA DE TORTUGAS GIGANTES FAUSTO LLERENA”	
<b>1.6 Categoría:</b> Manifestaciones culturales	
<b>1.7 Tipo:</b> Realización técnicas y científicas	
<b>1.8 Subtipo:</b> centros científicos y técnicos	
 <p><b>Fotografía No. 16</b>  <b>Por:</b> Yadira Merecí</p>	
<b>2. UBICACIÓN</b>	
<b>2.1 Provincia:</b> Galápagos	<b>2.2 Ciudad y/o Cantón:</b> Santa Cruz
<b>2.3 Parroquia:</b> Puerto Ayora	
<b>2.4 Latitud:</b> 742436	<b>2.5 Longitud:</b> 90.304140
<b>3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO</b>	
<b>3.1 Nombre del poblado:</b> Parque San Francisco	<b>3.2 Distancia:</b> 1.6 Km
<b>4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO</b>	
<b>4.1 Altitud:</b> 297 m.s.n.m.	
<b>4.2 Temperatura:</b> 24-31°C.	
<b>4.3 Precipitación Pluviométrica:</b> 0-100 m.m	
<b>4.4 Ubicación del Atractivo:</b> El centro de interpretación está ubicado en las áreas del Parque Nacional Galápagos a 1,6 Km del centro de Puerto Ayora.	

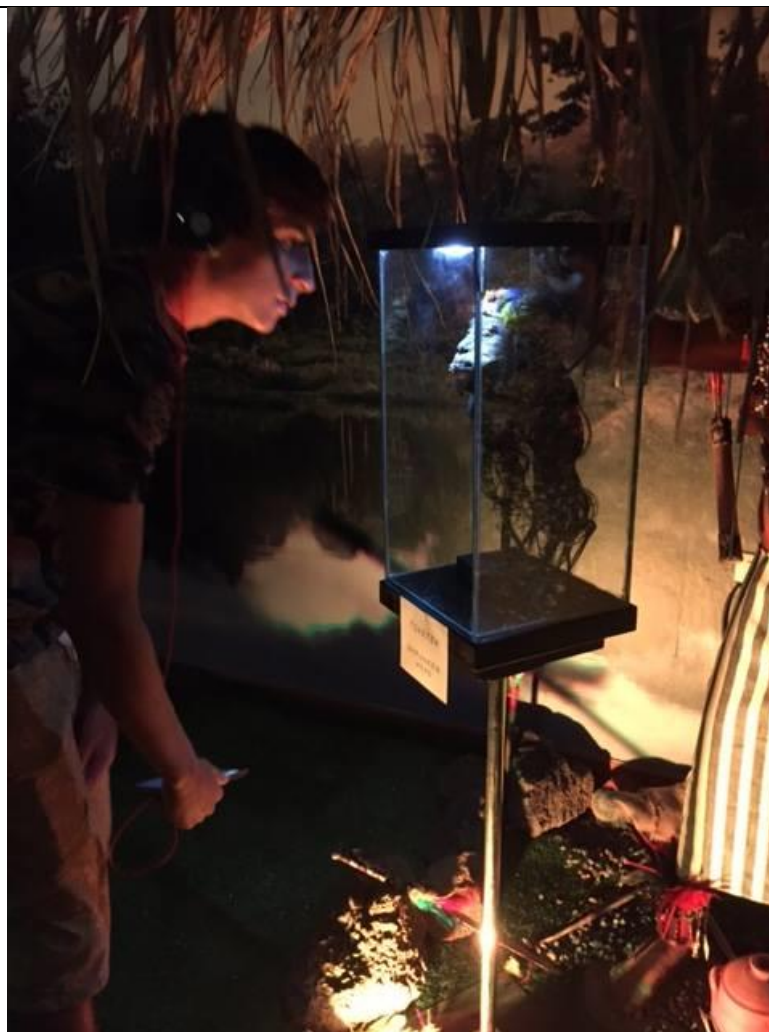
<b>5. Descripción del atractivo</b>
<p>La Fundación Charles Darwin fue inaugurada en enero de 1964 y el centro de crianza en cooperación con el Servicio Parque Nacional Galápagos. El programa de crianza de Galápagos se lleva a cabo por el personal del Dirección de Parque Nacional Galápagos (DPNG) con la colaboración de los científicos de la Fundación Charles Darwin (FCD). Los huevos de Galápagos son traídos desde las islas Pinzón, Santiago y Santa Cruz hasta la Estación. Los huevos son incubados artificialmente, los galapaguitos nacen y son criados hasta la edad de 5 años, cuando ya pueden sobrevivir a los efectos de los depredadores introducidos (ratas, chanchos y perros). Luego son devueltos a sus áreas nativas. Desde 1970, se han repatriado más de 2000 galapaguitos. Más de 400 se encuentran Estación Científica Charles Darwin es una estación de investigación biológica operada por la Fundación Charles Darwin. La Estación Científica Charles Darwin se encuentra muy cerca del centro de Puerto Ayora y en ella se pueden encontrar varios servicios importantes para la educación y conocimiento de las islas. Aquí se pueden encontrar salas de exposiciones, con información acerca de todas las islas, las especies que habitan en ellas y los esfuerzos de conservación que se llevan a cabo. También cuenta con un centro de crianza de tortugas para luego reintroducirlas a las islas, y corrales de tortugas e iguanas en crianza y oportunamente serán regresados a su lugar de origen.</p>
<b>6. Atractivos individuales que lo conforman</b>
Flora y fauna endémica de Galápagos
<b>7. Permisos y Restricciones</b>
<b>7.5 Permisos y restricciones</b>
Apertura al público desde las 7H30 a 17h30
<b>8. Usos</b>
<b>8.1 Usos Actuales</b>
Fotografía Observación de especies autóctonas de Galápagos
<b>8.2 Usos Potenciales</b>
Observación del paisaje Observación de fauna marina
<b>8.3 Necesidades turísticas</b>
Señalética
<b>Impactos</b>
<b>9.1 Impactos positivos</b>
Conocer el proceso evolutivo de los galápagos.
<b>9.2 Impactos negativos</b>
Ninguno
<b>ESTADOS DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO</b>
<b>10.1 Estado:</b> Conservado
<b>10.2 Causas:</b>
El Centro de Interpretación Fausto Llerena, la creación de este centro sirvió para para conservar las especies que están en peligro de extinción y no hubo gran impacto al momento de su elaboración.

<b>11. ENTORNO:</b>		
<b>11.1 Entorno:</b> Intervenido		
<b>11.2 Causas:</b> El entorno se encuentra intervenido debido a las adecuaciones que se han realizado para dar brindar un mejor servicio a los visitantes.		
<b>12. INFRAESTRUCTURA VIAL Y ACCESO</b>		
<b>12.1 Tipo:</b> Terrestre	<b>12.2 Subtipo:</b> Lastrado	
<b>12.3 Estado de Vías:</b> Buena	<b>12.4 Transporte:</b> bicicleta.	
<b>12.5 Frecuencias:</b> Diaria	<b>12.6 Temporalidad de acceso:</b> Todo el año	
<b>12.7 Observaciones:</b>		
<b>13. FACILIDADES TURÍSTICAS</b>		
Panel interpretativo		
<b>14. INFRAESTRUCTURA BÁSICA</b>		
<b>14.1 Agua:</b> Si		
<b>14.2 Energía Eléctrica:</b> Si		
<b>14.3 Alcantarillado:</b> Pozo séptico		
<b>15. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS</b>		
<b>15.1 Nombre del atractivo:</b> Playa la Estación	<b>15.2 Distancia:</b> 210 m.	
<b>16. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO</b>		
<b>10.6 Difusión:</b> Internacional		
<b>18. VALORACIÓN DEL ATRACTIVO</b>		
<b>VARIABLE</b>	<b>FACTOR</b>	<b>PUNTOS</b>
CALIDAD	a) Valor intrínseco	8
	b) Valor extrínseco	7
	c) Entorno	7
	d) Estado de Conservación y/o Organización	7
APOYO	a) Acceso	6
	b) Servicios	6
	c) Asociación con otros atractivos	2

SIGNIFICADO	e) Local	1
	f) Provincial	2
	g) Nacional	2
	h) Internacional	2
TOTAL		50
<b>18. JERARQUIZACIÓN</b>		
II		

**Ficha 17.** Museo de Arte Precolombino de Realidad Amentada del Ecuador

<b>1. DATOS GENERALES</b>	
<b>1.1 Encuestador:</b> Yadira Merecí	<b>1.2 Ficha N°</b> 17
<b>1.3 Supervisor Evaluador:</b> Ing. Catalina Verdugo. Ing. Renato Chávez.	<b>1.4 Fecha:</b> 2 de febrero del 2016
<b>1.5 Nombre del Atractivo: "MUSEO DE ARTE PRECOLOMBINO DE REALIDAD AMENTADA DEL ECUADOR"</b>	
<b>1.6 Categoría:</b> Manifestaciones culturales	
<b>1.7 Tipo:</b> Técnicas y científicas	
<b>1.8 Subtipo:</b> Museos	



**Fotografía No. 17**  
**Por: Yadira Merecí**

## 2. UBICACIÓN

**2.1 Provincia:** Galápagos

**2.2 Ciudad y/o Cantón:** Santa Cruz

**2.3 Parroquia:** Puerto Ayora

**2.4 Latitud:** 742436

**2.5 Longitud:** 90.304140

## 3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO

**3.1 Nombre del poblado:**

Parque San Francisco

**3.2 Distancia:**

1 km

## 4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO

**4.1 Altitud:** 4 m.s.n.m.

**4.2 Temperatura:** 24-31°C.

**4.3 Precipitación Pluviométrica:** 0-100 m.m

**4.4 Ubicación del Atractivo:**

El Museo está ubicado al frente del ex banco del Pacífico a 1 Km del centro de Puerto Ayora.

<b>5. Descripción del atractivo</b>
<p>La historia humana de Galápagos recibe poca atención, y muchos visitantes potenciales ni siquiera saben que las islas son parte del país de Ecuador. Un nuevo museo en Galápagos, recientemente inaugurado en Puerto Ayora, la ciudad más grande de las islas, está tratando de cambiar eso.</p> <p>El Museo de Realidad Aumentada del Arte Precolombino (MAPRAE) con 55 piezas arqueológicas para hacer un uso óptimo de la tecnología disponible.</p> <p>Salvador Ossa tuvo la idea de utilizar la realidad aumentada, en lo que hoy es el primer museo precolombino del mundo en utilizar esa tecnología, después de transportar piezas arqueológicas en una maleta.</p> <p>Esta metodología del museo sólo requiere que usted apunte a un objeto con su teléfono o mesa inteligente. Los visitantes utilizan una aplicación especialmente creada, ecuatoriana para acceder a la realidad aumentada. En tan sólo unos pocos segundos tiene una imagen tridimensional en su teléfono que viene junto con información relevante sobre el objeto y su contexto histórico y cultural.</p> <p>El museo abrió sus puertas en Santa Cruz en diciembre de 2016. Cuenta con 55 piezas de arte que incluyen características de realidad aumentada.</p> <p>La mayoría de los turistas que visitan las Galápagos nunca tienen la oportunidad de conocer el pasado precolombino de Ecuador. Este museo tiene como objetivo que los visitantes se entusiasmen con la historia ecuatoriana para que regresen a sus casas y compartan lo que han aprendido con sus amigos y familiares.</p> <p>Otros museos de Galápagos, como el Centro de Interpretación de Puerto Baquerizo Moreno en la Isla de San Cristóbal, muestran la historia humana del archipiélago. Este nuevo museo en Galápagos es único en intentar traer la historia del Ecuador continental al flujo masivo de turistas internacionales que pasan por Galápagos cada año.</p>
<b>6. Atractivos individuales que lo conforman</b>
Piezas arqueológicas
<b>7. Permisos y Restricciones</b>
<b>7.6 Permisos y restricciones</b>
Apertura al público desde las 8H30 a 22H30
<b>8. Usos</b>
<b>8.1 Usos Actuales</b>
Observación de las piezas arqueológicas con un teléfono o mesa inteligente, en segundos tiene una imagen tridimensional en su teléfono que viene junto con información relevante sobre el objeto y su contexto histórico y cultural.
<b>8.2 Usos Potenciales</b>
Museo arte precolombino de realidad aumentada del Ecuador -Puerto Ayora, Santa Cruz, usa la tecnología de Realidad Aumentada.
<b>8.3 Necesidades turísticas</b>
<b>Impactos</b>
<b>9.1 Impactos positivos</b>
Conocer el pasado precolombino de Ecuador.
<b>9.2 Impactos negativos</b>

Ninguno		
<b>ESTADOS DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO</b>		
<b>10.1 Estado:</b> Conservado		
<b>10.2 Causas:</b> El museo se encuentra en estado conservado por 1 constante mantenimiento que se realiza.		
<b>11. ENTORNO:</b>		
<b>11.1 Entorno:</b> Intervenido		
<b>11.2 Causas:</b> El entorno se encuentra intervenido debido a las adecuaciones que se han realizado para dar brindar un mejor servicio a los visitantes.		
<b>12. INFRAESTRUCTURA VIAL Y ACCESO</b>		
<b>12.1 Tipo:</b> Terrestre	<b>12.2 Subtipo:</b> Lastrado	
<b>12.3 Estado de Vías:</b> Buena	<b>12.4 Transporte:</b> Bicicleta, taxi, bus.	
<b>12.5 Frecuencias:</b> Diaria	<b>12.6 Temporalidad de acceso:</b> Todo el año	
<b>12.7 Observaciones:</b>		
<b>13. FACILIDADES TURÍSTICAS</b>		
Ninguno		
<b>14. INFRAESTRUCTURA BÁSICA</b>		
<b>14.1 Agua:</b> Si		
<b>14.2 Energía Eléctrica:</b> Si		
<b>14.3 Alcantarillado:</b> Pozo séptico		
<b>15. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS</b>		
<b>15.1 Nombre del atractivo:</b> Muelle de pescadores Mercado artesanal	<b>15.2 Distancia:</b> 50 m. 60 m	
<b>16. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO</b>		
<b>10.7 Difusión:</b> Internacional		
<b>19. VALORACIÓN DEL ATRACTIVO</b>		
<b>VARIABLE</b>	<b>FACTOR</b>	<b>PUNTOS</b>
CALIDAD	e) Valor intrínseco	8
	f) Valor extrínseco	7
	g) Entorno	7
	h) Estado de Conservación y/o Organización	7
APOYO	d) Acceso	6
	e) Servicios	6
	f) Asociación con otros atractivos	2



SIGNIFICADO	i) Local	1
	j) Provincial	2
	k) Nacional	2
	l) Internacional	2
TOTAL		50
<b>18. JERARQUIZACIÓN</b>		
II		

**Cuadro 14.** Resumen de los atractivos turísticos del cantón Santa Cruz

No.	ATRACTIVO CULTURALES	CATEGORÍA	TIPO	SUBTIPO	JERARQUÍA
1	Malecón Gus Angermeyer	Manifestaciones culturales	Realización técnicas y científicas	Obras técnicas	II
2	Mercado artesanal	Manifestaciones culturales	Realización técnicas y científicas	Obras técnicas	II
3	El Trapiche	Manifestaciones culturales	Realizaciones técnicas y científicas	Explotaciones agropecuarias	II
4	Muelle de los pescadores	Manifestaciones culturales	Realización técnicas y científicas	Obras técnicas	II
5	Centro de interpretación Fausto Llerena	Manifestaciones culturales	Realización técnicas y científicas	Centros científicos y técnicos	II
6	Museo de Arte Precolombino de Realidad Amentada del Ecuador	Manifestaciones culturales	Técnicas y científicas	Museos	II
NRO.	ATRACTIVO NATURALES	CATEGORÍA	TIPO	SUBTIPO	JERARQUÍA
7	Laguna Las Ninfas	Sitios naturales	Costas o litorales	Ensenadas	II
8	Playa Los Alemanes	Sitios naturales	Costas o litorales	Playa	II
9	Playa Tortuga Baya	Sitios naturales	Costas o litorales	Playa	III

10	Las Grietas	Sitios naturales	Ambientes naturales	Grietas	II
11	Los Gemelos	Sitios naturales	Fenómenos geológicos	Cráter	II
12	Playa la Estación	Sitios naturales	Costas o litorales	Playas	II
13	Playa El Garrapatero	Sitios naturales	Costas o litorales	Playas	III
14	Túneles del Amor	Sitios naturales	Fenómenos geológicos	Cráteres	II
15	Reserva Ecológica El Chato	Sitios naturales	Sistema de área protegida	Reserva ecológica	II
16	Rancho Primicias	Sitios naturales	Ambientes lacustres	Pozas	II
17	Cerro media luna, Crocker y Puntudo	Sitios naturales	Montañas	Volcanes	II

**Elaborado por:** Yadira Merecí, 2016.



## 10. Análisis FODA

**Cuadro 15.** Matriz del análisis FODA de la infraestructura del cantón Santa Cruz

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES	DEBILIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Disponibilidad del recurso de agua.</li> <li>• Consta las 24 horas luz eléctrica.</li> <li>• Existe comunicación móvil, claro, movistar y cnt.</li> <li>• Cuenta con un subcentro en cada parroquia rural.</li> <li>• Gran disponibilidad en avanzar en los procesos educativos.</li> <li>• Infraestructura vial y acceso a principales sitios de visitas.</li> <li>• La vía de primer orden se encuentra pavimentada y debidamente señalada.</li> <li>• Existen transporte como: buses, camionetas, acuataxis, para poder trasladarse de un lugar a otro.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• GADMSC tiene en proyección la implementación del agua potable.</li> <li>• Desarrollo energético más sostenible</li> <li>• Dar buena atención al ciudadano</li> <li>• Alto compromiso para alcanzar políticas orientadoras para incentivar a las diferentes instituciones.</li> <li>• Accesibilidad a los diferentes sitios de visita.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Falta de conocimiento sobre el acuífero subterráneo.</li> <li>• Él cantón no cuenta con sistemas alternativos de generación eléctrica.</li> <li>• Deficiente atención a la ciudadanía por falta de personal profesional en salud, equipos y medicamentos en general.</li> <li>• No cuenta con un espacio físico adecuado para que funcione la universidad..</li> <li>• Falta de mantenimiento en las vías.</li> <li>• Transporte de carga no cuenta con los debidos control, con relación a horarios</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Infecciones estomacales y enfermedades a la piel.</li> <li>• Contaminación con el diesel, pues es, traído desde el continente y luego es trasladado por las calles del cantón hasta la estación generadora de luz.</li> <li>• Escasos profesionales residentes que demuestren sus conocimientos en la isla ya que ellos han migrado al continente, porque en el cantón existe carencias como; espacio físico, carrera técnica, entre otros.</li> <li>• En época de lluvia la carretera para acceder a los sitios de vista son casi inaccesibles.</li> </ul>

**Fuente:** Investigación de campo

**Elaborado por:** Yadira Merecí, 2016.

**Cuadro 16.** Matriz del análisis FODA de atractivos y actividades turísticas del cantón Santa Cruz

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES	DEBILIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Potencial turístico elevado.</li> <li>• Las distancias son cercanas entre atractivos</li> <li>• Existe afluencia de turistas nacionales y extranjeros</li> <li>• Ubicación geográfica única.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cuenta con atractivos naturales propios de la zona</li> <li>• Flora y fauna única en su especie y en el mundo.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Carencia de paquetes turísticos con miras hacia el turismo de naturaleza y cultural.</li> <li>• Falta de señalética y señalización turística.</li> <li>• Falta de senderos en algunos sitios turísticos.</li> <li>• Inexistencia de medios interpretativos en sitios turísticos.</li> <li>• Falta de proyecto ecológicos para la protección de las especies</li> <li>• Perdida de la identidad cultural.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Poco interés en los visitantes por visitar los sitios turísticos.</li> <li>• Daño de los sitios de reproducción de especies autóctonas del cantón.</li> </ul>

**Fuente:** Investigación de campo

**Elaborado por:** Yadira Merecí, 2016.

**Cuadro 17.** Matriz del análisis FODA de la planta turística del cantón Santa Cruz

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES	DEBILIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Existencia de servicios turísticos como alojamiento, establecimientos de alimentos y bebidas, discotecas, agencias de viajes y operadoras.</li> <li>• Guías nativos, capacitados con su respectiva licencia</li> <li>• Comercialización de los sitios de visita de las Islas Galápagos por agencias de viaje y operadoras de turismo</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Alianzas entre las agencias de viajes y operadoras de Puerto Ayora con otras agencias de viaje y operadoras en la parte continental</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Poca promoción e integración interinstitucional.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Falta de embarcaciones de carga que ingresen al cantón para abastecimiento de víveres y combustible.</li> </ul>

**Fuente:** Investigación de campo

**Elaborado por:** Yadira Merecí, 2016.

**Cuadro 18.** Matriz del análisis FODA de la superestructura del cantón Santa Cruz

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES	DEBILIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> <li>Existen ONG's y Fundaciones que apoyan en varios temas gestión, protección o investigación.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Existen competencia gubernamentales y no gubernamentales que trabajan por el bienestar</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Falta de comunicación y organización entre instituciones.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Falta de políticas culturales, ambientales.</li> <li>Manipulación partidista con intereses personales distintos a las necesidades de la población.</li> </ul>

**Fuente:** Investigación de campo

**Elaborado por:** Yadira Merecí, 2016.

## B. ESTUDIO DE MERCADO

### 1. Análisis de la demanda turística

#### a. Segmento de Mercado Nacional y Extranjero

##### 1) Universo de Estudio

Se determinó el universo de estudio tomando en consideración el número de turistas nacionales y extranjeros que ingresaron vía aérea al aeropuerto Seymour de la isla de Baltra, ubicada cerca a la isla Santa Cruz.

En el año 2014 ingresaron a Galápagos 215.691 turistas de los cuales 158.672 lo hicieron por el aeropuerto Seymour de la isla de Baltra.

#### • Cálculo de la muestra para el segmento de mercado extranjero

$$n = \frac{0,25 * 114.877}{(114.877 - 1) \left[ \frac{0,05}{1,96} \right]^2 + 0,25}$$

$$n = \frac{28719,25}{(114.876)(0,00065077051) + 0,25}$$

$$n = \frac{28719,25}{75,0079131068}$$

$$n = 383$$

#### • Cálculo de la muestra para el segmento de mercado nacional

$$n = \frac{0,25 * 43.795}{(43.795 - 1) \left[ \frac{0,05}{1,96} \right]^2 + 0,25}$$

$$n = \frac{10948,75}{(43.794)(0,00065077051) + 0,25}$$

$$n = \frac{10948,75}{28,7498437149}$$

$$n = 381$$

Se encuestó a los visitantes que llegan al aeropuerto Seymour de la isla de Baltra, también los que se encuentren en el muelle Gus Angermeyer y parque San Francisco (malecón Santa Cruz).



## 2) Análisis e interpretación de los resultados

### a) Resultados de las encuestas a turistas extranjeros

- **Género**

**Tabla 3.** Género

GÉNERO	TOTAL	PORCENTAJE
Masculino	188	49,1%
Femenino	195	50,91%
<b>Total</b>	<b>383</b>	<b>100,00%</b>

**Fuente:** Encuesta a los turistas extranjeros

**Elaboración:** Yadira Merecí

**INTERPRETACION Y ANÁLISIS.-** En la gráfica podemos observar que el 50,91% son mujeres y el 49,1% son hombres. Entonces, turísticamente hablando estos resultados nos indica que los paquetes que se elaboren se los elabore con actividades para ambos sexos pues la diferencia es significativa.

- **Edad**

**Tabla 4.** Edad

EDAD	TOTAL	PORCENTAJE
15 AÑOS	6	1,57%
De 16 a 20 años	84	21,93%
De 21 a 25 años	39	10,18%
De 26 a 30 años	76	19,84%
De 31 a 35 años	54	14,10%
De 36 a 40 años	102	26,63%
De 41 a 45 años	1	0,26%
De 46 a 50 años	7	1,83%
De 51 a 55 años	1	0,26%
De 56 a 60 años	12	3,13%
De 61 a más	1	0,26%
<b>Total</b>	<b>383</b>	<b>100,00%</b>

**Fuente:** Encuesta a los turistas extranjeros

**Elaboración:** Yadira Merecí

**INTERPRETACIÓN Y ANÁLISIS.-** En la gráfica podemos analizar que el 26, 63% tienen una edad entre 36 a 40 años, el 21, 93% tienen entre 16 a 20 años y el 19, 84% tiene una edad entre 26 a 30 años. Entonces los visitantes extranjeros que llegan al cantón son edad joven-adulta. Podemos observar que la mayoría que visitan el cantón son personas jóvenes las cuales son aptas para las actividades que se presentan dentro del proyecto de la ruta del café.

- **Estado civil**

**Tabla 5.** Estado civil

ESTADO CIVIL	TOTAL	PORCENTAJE
Soltero (a)	57	14,88%
Unión libre	169	44,13%
Casado (a)	116	30,28%
Divorciado (a)	25	6,53%
Viudo (a)	16	4,18%
<b>Total</b>	<b>383</b>	<b>100,00%</b>

**Fuente:** Encuesta a los turistas extranjeros

**Elaboración:** Yadira Merecí

**INTERPRETACION Y ANÁLISIS.-** De los turistas encuestados el 44,13% unión libre, el 30,28% son casados y el solo el 14,88% son solteros. Se indica que este resultado es para analizar qué actividades turísticas se integraran en la ruta.

- **Nivel de instrucción**

**Tabla 6.** Nivel de Instrucción

NIVEL DE INSTRUCCIÓN	TOTAL	PORCENTAJE
Sin instrucción	0	0%
Primaria	91	23,75%
Secundaria	99	25,85%
Superior	184	48,04%
Otros	9	2,35%
<b>Total</b>	<b>383</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta a los turistas extranjeros

**Elaboración:** Yadira Merecí

**INTERPRETACION Y ANÁLISIS.-** La grafica nos muestra que el 48,04% tienen instrucción superior, el 25,85% tiene bachillerato y el 23,75% tienen instrucción primaria. Por lo que, se deduce que los que llegan al cantón, son personas preparadas en

diferentes ámbitos, lo cual se puede tomar un lenguaje técnico para la interpretación de información.

- **Ocupación**

**Tabla 7.** Ocupación

OCUPACIÓN	TOTAL	PORCENTAJE
Estudiante	87	22,72%
Profesional	186	48,56%
Empleado	45	11,75%
Ama de casa	37	9,66%
Desempleado	20	5,22%
Otros	8	2,09%
<b>Total</b>	<b>383</b>	<b>100,00%</b>

**Fuente:** Encuesta a los turistas extranjeros

**Elaboración:** Yadira Merecí

**INTERPRETACION Y ANÁLISIS.-** La gráfica nos muestra que el 48,56% son profesionales, el 22,72% tiene bachillerato y el 11,75% tienen instrucción primaria. Como ya se indicó en la gráfica anterior en su gran mayoría son personas preparadas.

- **Nacionalidad**

**Tabla 8.** Nacionalidad

NACIONALIDAD	TOTAL	PORCENTAJE
Americano	132	34,46%
Africano	23	6,00%
Asiático	90	23,50%
Europeo	101	26,37%
Oceánico	37	9,66%
<b>Total</b>	<b>383</b>	<b>100,00%</b>

**Fuente:** Encuesta a los turistas extranjeros

**Elaboración:** Yadira Merecí

**INTERPRETACION Y ANÁLISIS.-** De la Gráfica el 34% son americanos, el 26% son europeos, y el 24% son asiáticos. Los que visitan Santa Cruz son americanos, dentro de la nacionalidad americana está Estados Unidos por lo que se recomienda a todos los establecimientos que prestan servicios turísticos instruirse en el idioma inglés, así mismo este resultado nos indica que el guía que llevará al grupo de turistas a recorrer la ruta deberá hablar inglés.

- **Residencia actual**

**Tabla 9.** Residencia actual

RESIDENCIA ACTUAL	TOTAL	PORCENTAJE
Nigeria	1	0,26%
Liberia	1	0,26%
Nueva Zelanda	30	7,83%
Alemania	64	16,71%
Canadá	9	2,35%
Japón	57	14,88%
Georgia	2	0,52%
Corea del norte	31	8,09%
Rusia	3	0,78%
Polinia	2	0,52%
Australia	3	0,78%
Estados Unidos (New York)	69	18,02%
Argentina	54	14,10%
Chile	4	1,04%
España	25	6,53%
Francia	3	0,78%
Reino Unido	7	1,83%
Suecia	5	1,31%
Brasil	3	0,78%
Republica Checa	5	1,31%
Colombia	3	0,78%
Argelia	2	0,52%
Total	383	100,00%

**Fuente:** Encuesta a los turistas extranjeros

**Elaboración:** Yadira Merecí

**INTERPRETACION Y ANÁLISIS.-** El grafica presente identifica que los visitantes extranjeros que visitan Santa Cruz son de Estados Unidos (New York) 18,02%, con el 16,71% el país de Alemania y con un 14,88% Japón. Es decir que los turistas que más visitan la isla son argentinos, alemanes y de los países asiáticos como Japón. El resultado indica que se debe instruir en el idioma inglés todas las personas que se encuentran involucradas en la ruta, para brindar un servicio de calidad.

- **¿Es la primera vez que viaja a Santa Cruz- Galápagos?**

**Tabla 10.** Viaje a Santa Cruz

VARIABLE	TOTAL	PORCENTAJE
Si	220	57,44%
No	163	42,56%
<b>Total</b>	<b>383</b>	<b>100,00%</b>

**Fuente:** Encuesta a los turistas extranjeros

**Elaboración:** Yadira Merecí

**INTERPRETACION Y ANÁLISIS.-** De la siguiente grafica el 57,44% respondieron que es la primera vez que viajan a Santa Cruz y el 42,56% respondieron que ya son varias veces que regresan a Santa Cruz. Por lo que en su mayoría es la primera que viaja, por lo que será necesario incrementar proyectos eco turístico que mejoren la imagen de la isla como producto turístico, para que el visitante que llegue al cantón tenga una experiencia maravillosa al momento de su visita y tome la decisión de regresar.

- **¿A través de qué medios se informó del cantón?**

**Tabla 11.** Medios de información

MEDIOS DE INFORMACIÓN	TOTAL	PORCENTAJE
Internet	187	48,83%
Operadoras y agencias de viaje	5	1,30%
Folletos y trípticos	152	39,69%
Amigos	39	10,18%
<b>Total</b>	<b>383</b>	<b>100,00%</b>

**Fuente:** Encuesta a los turistas extranjeros

**Elaboración:** Yadira Merecí

**INTERPRETACION Y ANÁLISIS.-** El 48,83% se informaron de la isla a través del internet, el 39,69% se informaron por medio de folletos y trípticos. Con esta información se podrá realizar la contratación con diferentes empresas para la promoción turística.

- **¿Con quién viaja?**

**Tabla 12.** Con quién viaja

VARIABLE	TOTAL	PORCENTAJE
Familia	242	63,19%

Amigos	95	24,80%
Solo	46	12,01%
Total	383	100,00%

Fuente: Encuesta a los turistas extranjeros

Elaboración: Yadira Merecí

**INTERPRETACION Y ANÁLISIS.-** La grafica muestra el 63,19% que viajan en familia, el 24,80% viajan con amigos y solo el 12,01% viajan solos. De dos a seis personas. En el momento de elaborar los paquetes turísticos se tomaría en cuenta este tipo información pues, viajan en grupos y son pocos los que viajan solos.

- **¿El motivo de visita al cantón Santa Cruz es por?**

Tabla 13. Motivo de visita

VARIABLE	TOTAL	PORCENTAJE
Aventura	132	34,46%
Naturaleza	88	22,98%
Recreación	116	30,29%
Descanso	31	8,09%
Negocio y trabajo	16	4,18%
Total	383	100,00%

Fuente: Encuesta a los turistas extranjeros

Elaboración: Yadira Merecí

**INTERPRETACION Y ANÁLISIS.-** De la gráfica el 34,46% llegan a Santa Cruz por aventura, el 30,29% por recreación y el 22,98% visitan el cantón por naturaleza. El producto de la ruta turística lleva aspectos de aventura, recreación y naturaleza por lo que es muy recomendable para los visitantes.

- **¿Qué tiempo permanecerá en el cantón Santa Cruz?**

Tabla 14. Tiempo de permanencia

DÍAS DE PERMANENCIA	TOTAL	PORCENTAJE
Un día	0	0%
Dos días	10	2,61%
Tres días	100	26,11%
Más de tres días	273	71,23%
Total	383	100%

Fuente: Encuesta a los turistas extranjeros

Elaboración: Yadira Merecí

**INTERPRETACION Y ANÁLISIS.-** De los encuestados el 71,23% se estarán más de tres días, el 26,11% permanecerán tres días y el 2,61% estarán dos días. El visitante prefiere permanecer más de tres días en la isla por lo que se recomienda implementar actividades en donde el visitante pueda ocupar su tiempo y su visita sea más placentera y no se convierta Santa Cruz en un cantón de paso.

- **¿Conoce usted alguna ruta turística existente en el Ecuador?**

**Tabla 15.** Rutas turísticas existentes en Ecuador

VARIABLE	TOTAL	PORCENTAJE
Si	183	47,78%
No	200	52,22%
<b>Total</b>	<b>383</b>	<b>100,00%</b>

**Fuente:** Encuesta a los turistas extranjeros

**Elaboración:** Yadira Merecí

**INTERPRETACION Y ANÁLISIS.-** En el grafico el 52,22% no conocen rutas turísticas y el 47,78% si conocen las mismas que especificaron: la ruta del tren, la ruta del Spondylus. Se puede decir que es necesario difundir en los diferentes medios de comunicación las rutas que se encuentran en el Ecuador para que el visitante tenga más interés por conocerlas.

- **¿Con qué frecuencia realiza actividades turísticas?**

**Tabla 16.** Frecuencia de actividades turísticas

FRECUENCIA	TOTAL	PORCENTAJE
Cada 15 días	4	1,04%
Una vez al mes	88	22,98%
Una vez al año	197	51,44%
Feridos	94	24,54%
<b>Total</b>	<b>383</b>	<b>100,00%</b>

**Fuente:** Encuesta a los turistas extranjeros

**Elaboración:** Yadira Merecí

**INTERPRETACION Y ANÁLISIS.-** De los encuestados el 51,44% viajan cada año por turismo, el 24,54% viajan en feriados y el 22,98% una vez al mes. Este dato es importante para conocer la temporalidad con la viajan.

- **¿Cómo organiza sus viajes?**

**Tabla 17.** Como organiza sus viajes

VARIABLE	TOTAL	PORCENTAJE
Agencia y/o operadoras de turismo	213	55,61%
De forma independiente	170	44,39%
<b>Total</b>	<b>383</b>	<b>100,00%</b>

**Fuente:** Encuesta a los turistas extranjeros

**Elaboración:** Yadira Merecí

**INTERPRETACION Y ANÁLISIS.-** De los encuestados el 55,61% organizan sus viajes por medios de los prestadores de servicios turísticos, y el 44,39% organizan sus viajes de manera independiente. Es necesario realizar convenios con las diferentes operadoras de turismo y agencias de viaje existentes en las islas para la comercialización de la ruta.

- **¿Le gustaría visitar una ruta turística de café?**

**Tabla 18.** Interés en conocer una ruta turística de café

VARIABLE	TOTAL	PORCENTAJE
Si	321	83,81%
No	62	16,19%
<b>Total</b>	<b>383</b>	<b>100,00%</b>

**Fuente:** Encuesta a los turistas extranjeros

**Elaboración:** Yadira Merecí

**INTERPRETACION Y ANÁLISIS.-** La grafica nos muestra que el 83,81% le gustaría visitar una ruta turística del café y el 16,19% no les gustaría puesto que no toman café. Es factible la creación de la ruta turística del café en el cantón.

- **¿Qué actividades le gustaría hacer en la ruta turística de café?**

**Tabla 19.** Actividades que le gustaría hacer en la ruta turística de café

ACTIVIDADES	TOTAL	PORCENTAJE
Caminata	260	10,85%
Observación de flora y fauna	379	15,81%
Ciclismo	265	11,06%
Compra de artesanías	230	9,60%
Cabalgata	254	10,60%



<b>Avistamiento de aves</b>	260	10,85%
<b>Natación</b>	379	15,81%
<b>Túneles de lava</b>	370	15,43%
<b>Total</b>	2397	100,00%

**Fuente:** Encuesta a los turistas extranjeros

**Elaboración:** Yadira Merecí

**INTERPRETACION Y ANÁLISIS.-** La gráfica muestra que el 16% desearían realizar Observación de flora y fauna y natación; el 15% les gustaría túneles de lava; el 11% desearían hacer ciclismo, cabalgata, avistamiento de aves y caminata y el 9% realizarían compras de artesanías. En la elaboración del paquete turístico es muy importante tomar en cuenta esta información.

- **Durante la visita. ¿Con que servicios le gustaría que cuente la ruta del café?**

**Tabla 20.** Servicios que le gustaría incluir en la ruta turística de café

<b>Servicios</b>	<b>Total</b>	<b>Porcentaje</b>
<b>Alojamiento</b>	320	18,58%
<b>Alimentación</b>	379	22,01%
<b>Transporte</b>	379	22,01%
<b>Alquiler de equipos</b>	277	16,09%
<b>Información turística</b>	47	2,73%
<b>Guianza</b>	320	18,58%
<b>Total</b>	1722	100,00%

**Fuente:** Encuesta a los turistas extranjeros

**Elaboración:** Yadira Merecí

**INTERPRETACION Y ANÁLISIS.-** De la gráfica presente el 22,01% les gustaría que la ruta del café cuente con alimentación y transporte; el 18,58% con alojamiento y Guianza y solo el 2,73% les gustaría que cuente con información turística. Entonces la ruta contará con los servicios de alimentación, transporte, alojamiento y guianza.

- **¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por estos servicios por persona por día?**

**Tabla 21.** Cuanto pagaría por los servicios por persona

<b>VARIABLE</b>	<b>TOTAL</b>	<b>PORCENTAJE</b>
<b>40-60 dólares</b>	102	26,90%

<b>61-81 dólares</b>	5	1,32%
<b>82-102 dólares</b>	130	34,30%
<b>Más de 103 dólares</b>	142	37,47%
<b>Total</b>	379	100,00%

**Fuente:** Encuesta a los turistas extranjeros

**Elaboración:** Yadirá Merecí

**INTERPRETACION Y ANÁLISIS.-** El 37,47% pagaría más de 103 dólares; el 34,30% de 82-102 dólares y el 26,90% pagarían entre 40-60 dólares. Entonces observamos que el cliente estaría dispuesto a pagar por los servicios brindados por persona y por día más de 103 dólares.

#### **b. Perfil del turista extranjeros que visita el cantón Santa Cruz**

Son personas extranjeras de entre 36 a 40 años de edad, de género masculino y femenino predominando el género femenino pero no es muy grande la diferencia; la mayoría son profesionales, provienen en su gran mayoría son de nacionalidad americana (Estados Unidos, Canadá, entre otros), seguidos por los europeos (España, Australia, Francia, Alemania), también países asiáticos (Japón, Corea del Norte), la mayoría son casados o viven en unión libre. Visitan Santa Cruz por primera vez.

Se informaron de la isla Santa Cruz por medio del internet, folletos y trípticos, organizaron sus viajes por medio de agencia de viajes y/o operadoras turísticas, prefieren viajar con su familia o amigos por aventura, recreación, y naturaleza, los mismos que permanecerán más de tres días.

La gran mayoría no conocen rutas turísticas, realizan actividades turísticas cada año, En su gran mayoría les interesa la ruta el café. Entre las actividades que les gustaría realizar en la ruta del café son: caminata, observación de flora y fauna, cabalgata, avistamiento de aves y compra de artesanías. Contando por supuesto con servicios de alojamiento, alimentación, transporte, Guianza y alquiler de equipos para las diferentes actividades.

Gastarían en promedio más de 103 dólares por los servicios turísticos prestados por día.

## b) Resultados de las encuestas a los turistas nacionales

### • Género

**Tabla 22.** Género

GÉNERO	TOTAL	PORCENTAJE
Masculino	190	49,87%
Femenino	191	50,13%
<b>Total</b>	<b>381</b>	<b>100,00%</b>

**Fuente:** Encuesta a los turistas nacionales

**Elaboración:** Yadira Merecí

**INTERPRETACION Y ANÁLISIS.-** En la gráfica podemos observar que el 50,13% son mujeres las que visitan la isla de Santa Cruz y el 49,87% son hombres. Este dato es muy importante para diseñar la ruta de acuerdo al género de visita.

### • Edad

**Tabla 23.** Edad

EDAD	TOTAL	PORCENTAJE
15 AÑOS	7	1,84%
De 16 a 20 años	9	2,36%
De 21 a 25 años	4	1,05%
De 26 a 30 años	67	17,59%
De 31 a 35 años	126	33,07%
De 36 a 40 años	102	26,77%
De 41 a 45 años	64	16,80%
De 46 a 50 años	0	0,00%
De 51 a 55 años	1	0,26%
De 56 a 60 años	1	0,26%
De 61 a más	0	0,00%
<b>Total</b>	<b>381</b>	<b>100,00%</b>

**Fuente:** Encuesta a los turistas nacionales

**Elaboración:** Yadira Merecí

**INTERPRETACION Y ANÁLISIS.-** En la gráfica podemos analizar que el 33,07% son personas de 31 a 35 años de edad, el 26,77% tiene una edad entre 36 a 40 años y el 17,59% son de 26 a 30 años de edad. Esta información ayuda en el diseño de la ruta adecuada a su edad.

- **Estado civil**

**Tabla 24.** Estado civil

ESTADO CIVIL	TOTAL	PORCENTAJE
Soltero (a)	99	25,98%
Unión libre	103	27,03%
Casado (a)	155	40,68%
Divorciado (a)	22	5,77%
Viudo (a)	2	0,52%
<b>Total</b>	<b>381</b>	<b>100,00%</b>

**Fuente:** Encuesta a los turistas nacionales

**Elaboración:** Yadira Merecí

**INTERPRETACION Y ANÁLISIS.-** De los turistas encuestados el 40,68% son casados, el 27,03% tienen unión libre y el solo el 25,98% son solteros. Se elaborará actividades que compartan un ambiente recreativo y divertido.

- **Nivel de instrucción**

**Tabla 25.** Nivel de Instrucción

NIVEL DE INSTRUCCIÓN	TOTAL	PORCENTAJE
Sin instrucción	0	0%
Primaria	90	23,62%
Secundaria	112	29,40%
Superior	177	46,46%
Otros	2	0,52%
<b>Total</b>	<b>381</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta a los turistas nacionales

**Elaboración:** Yadira Merecí

**INTERPRETACION Y ANÁLISIS.-** La gráfica nos muestra que el 46,46% tienen instrucción superior, el 29,40% tiene bachillerato y el 23,62% tienen instrucción primaria.

- **Ocupación**

**Tabla 26.** Ocupación

Ocupación	Total	Porcentaje
Estudiante	68	17,85%

<b>Profesional</b>	95	24,93%
<b>Empleado</b>	98	25,72%
<b>Ama de casa</b>	57	14,96%
<b>Desempleado</b>	56	14,70%
<b>Otros</b>	7	1,84%
<b>Total</b>	381	100,00%

**Fuente:** Encuesta a los turistas nacionales

**Elaboración:** Yadira Merecí

**INTERPRETACION Y ANÁLISIS.-** La grafica nos muestra que el 25,72% son empleados, el 24,93% son profesionales y el 17,85% son estudiantes. Con esta información se puede determinar la disponibilidad de tiempo y dinero que tienen las personas para comprar los servicios turísticos.

- **Nacionalidad**

**Tabla 27.** Nacionalidad

<b>NACIONALIDAD</b>	<b>TOTAL</b>	<b>PORCENTAJE</b>
<b>Ecuatoriana</b>	381	100,00%
<b>Otros</b>	0	0%
<b>Total</b>	381	100,00%

**Fuente:** Encuesta a los turistas nacionales

**Elaboración:** Yadira Merecí

**INTERPRETACION Y ANÁLISIS.-** De la Gráfica el 100% son de nacionalidad ecuatoriana, esto quiere decir que, todos los turistas nacionales vienen de las regiones de Ecuador.

- **Residencia actual**

**Tabla 28.** Residencia actual

<b>RESIDENCIA ACTUAL</b>	<b>TOTAL</b>	<b>PORCENTAJE</b>
<b>Costa</b>	110	28,87%
<b>Sierra</b>	199	52,23%
<b>Oriente</b>	72	18,90%
<b>Total</b>	381	100,00%

**Fuente:** Encuesta a los turistas nacionales

**Elaboración:** Yadira Merecí

**INTERPRETACION Y ANÁLISIS.-** El grafica presente se identifica que los visitantes nacionales que llegan a la isla son la gran mayoría de la sierra con el 52,23% (Quito, Ambato, Loja, entre otras), el 28,87% son costeños (Guayaquil, Salinas) y el 18,90% son del oriente (Napo, Sucumbíos). Esta información nos ayuda a reconocer los lugares que mayor preferencia tejen por visitar Santa Cruz, así mismo conocer la ruta.

- **¿Es la primera vez que viaja a Santa Cruz- Galápagos?**

**Tabla 29.** Viaje a Santa Cruz

VARIABLE	TOTAL	PORCENTAJE
Si	281	73,75%
No	100	26,25%
<b>Total</b>	<b>381</b>	<b>100,00%</b>

**Fuente:** Encuesta a los turistas nacionales

**Elaboración:** Yadira Merecí

**INTERPRETACION Y ANÁLISIS.-** De la siguiente grafica el 57,44% respondieron que es la primera vez que viajan a Santa Cruz y el 42,56% respondieron que ya son varias veces que regresan a Santa Cruz.

- **¿A través de qué medios se informó del cantón?**

**Tabla 30.** Medios de información

MEDIOS DE INFORMACIÓN	Total	Porcentaje
Internet	208	54,59%
Operadoras y agencias de viaje	95	24,93%
Folletos y trípticos	78	20,47%
Amigos	0	0,00%
<b>Total</b>	<b>381</b>	<b>100,00%</b>

**Fuente:** Encuesta a los turistas nacionales

**Elaboración:** Yadira Merecí

**INTERPRETACION Y ANÁLISIS.-** El 54,59% se informaron de la isla a través del internet, el 24,93% operadoras y agencias de viaje y el 20,47% Folletos y trípticos. Esta información es de muy importante pues se deberá añadir la información de la ruta en las páginas web de turismo del municipio y del ministerio de turismo, además ayuda a ver los medios en los que buscan la información.

- **¿Con quién viaja?**

**Tabla 31.** Con quién viaja

VARIABLE	TOTAL	PORCENTAJE
Familia	269	70,60%
Amigos	89	23,36%
Solos	23	6,04%
<b>Total</b>	<b>381</b>	<b>100,00%</b>

**Fuente:** Encuesta a los turistas nacionales

**Elaboración:** Yadira Merecí

**INTERPRETACION Y ANÁLISIS.-** La grafica muestra el 70,60% que viajan con familiares, el 23,36% viajan con amigos y solo el 6,04% viajan solos. Entonces el producto turístico debe ser diseñado para grupos con diversas preferencias.

- **¿El motivo de visita al cantón Santa Cruz es por?**

**Tabla 32.** Motivo de visita

VARIABLE	TOTAL	PORCENTAJE
Aventura	165	43,31%
Naturaleza	88	23,10%
Recreación	80	21,00%
Descanso	45	11,81%
Negocio y trabajo	3	0,79%
<b>Total</b>	<b>381</b>	<b>100,00%</b>

**Fuente:** Encuesta a los turistas nacionales

**Elaboración:** Yadira Merecí

**INTERPRETACION Y ANÁLISIS.-** De la gráfica el 43,31% llegan a Santa Cruz por aventura, el 23,10% por naturaleza y el 21,00% visitan el cantón por recreación. Esta información es de vital importancia para incorporar estos tipos de actividades en la ruta.

- **¿Qué tiempo permanecerá en el cantón Santa Cruz?**

**Tabla 33.** Tiempo de permanencia

DÍAS DE PERMANENCIA	TOTAL	PORCENTAJE
Un día	0	0%
Dos días	7	1,84%
Tres días	164	43,04%
Más de tres días	210	55,11%
<b>Total</b>	<b>381</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta a los turistas nacionales

**Elaboración:** Yadirá Merecí

**INTERPRETACION Y ANÁLISIS.-** De los encuestados el 55,11% se estarán más de tres días, el 43,04% permanecerán tres días y el 1,84% estarán dos días. La información es de importancia para determinar el tiempo duración de la ruta.

- **¿Conoce usted alguna ruta turística existente en el Ecuador?**

**Tabla 34.** Rutas turísticas existentes en Ecuador

VARIABLE	TOTAL	PORCENTAJE
Si	100	26,25%
No	281	73,75%
<b>Total</b>	<b>381</b>	<b>100,00%</b>

**Fuente:** Encuesta a los turistas nacionales

**Elaboración:** Yadirá Merecí

**INTERPRETACION Y ANÁLISIS.-** En el grafico el 73,75% no conocen rutas turísticas y el 26,25% si conocen las mismas que especificaron: la ruta del tren, la ruta del Spondylus. Esta información identifica que se deberá realizar difusión de las rutas ecuatorianas.

- **¿Con qué frecuencia realiza actividades turísticas?**

**Tabla 35.** Frecuencia de actividades turísticas

FRECUENCIA	TOTAL	PORCENTAJE
Cada 15 días	0	0,00%
Una vez al mes	84	22,05%
Una vez al año	195	51,18%



<b>Feriados</b>	102	26,77%
<b>Total</b>	381	100,00%

**Fuente:** Encuesta a los turistas nacionales

**Elaboración:** Yadira Merecí

**INTERPRETACION Y ANÁLISIS.-** De los encuestados el 51,18% viajan una vez al año, el 26,77% viajan en feriado y el 22,05% una vez al mes.

- **¿Cómo organiza sus viajes?**

**Tabla 36.** Como organiza sus viajes

VARIABLE	TOTAL	PORCENTAJE
<b>Agencia y/o operadoras de turismo</b>	101	26,51%
<b>De forma independiente</b>	280	73,49%
<b>Total</b>	381	100,00%

**Fuente:** Encuesta a los turistas nacionales

**Elaboración:** Yadira Merecí

**INTERPRETACION Y ANÁLISIS.-** De los encuestados el 73,49% organizan sus viajes por de forma independiente, y el 26,51% organizan sus viajes por los prestadores de servicios agencia de viajes y/o operadoras de turismo.

- **¿Le gustaría visitar una ruta del café?**

**Tabla 37.** Interés en conocer una ruta turística de café

VARIABLE	TOTAL	PORCENTAJE
<b>Si</b>	328	86,08%
<b>No</b>	53	13,91%
<b>Total</b>	381	100,00%

**Fuente:** Encuesta a los turistas nacionales

**Elaboración:** Yadira Merecí

**INTERPRETACION Y ANÁLISIS.-** La gráfica nos muestra que el 86,08% le gustaría visitar una ruta turística del café y el 13,91% no les gustaría. Esta información indica que es muy factible la implementación de la ruta.

- **¿Qué actividades le gustaría hacer en la ruta turística de café?**

**Tabla 38.** Actividades que le gustaría hacer en la ruta turística de café

ACTIVIDADES	TOTAL	PORCENTAJE
Caminata	136	6,44%
Observación de flora y fauna	326	15,44%
Ciclismo	163	7,72%
Compra de artesanías	302	14,30%
Cabalgata	256	12,12%
Avistamiento de aves	320	15,15%
Natación	301	14,25%
Túneles de lava	308	14,58%
<b>Total</b>	<b>2112</b>	<b>100,00%</b>

Fuente: Encuesta a los turistas nacionales

Elaboración: Yadira Merecí

**INTERPRETACION Y ANÁLISIS.-** La gráfica muestra que el 15,44% desearían realizar Observación de flora y fauna y natación, el 15,15% avistamiento de aves, el 14,58% túneles de lava, 14,30% compras de artesanías, 14,25% natación. Esta información sirve para complementar la ruta con estas actividades.

- **Durante la visita. ¿Con que servicios le gustaría que cuente la ruta del café?**

**Tabla 39.** Servicios que le gustaría incluir en la ruta turística de café

SERVICIOS	TOTAL	PORCENTAJE
Alojamiento	311	20,13%
Alimentación	321	20,78%
Transporte	328	21,23%
Alquiler de equipos	256	16,56%
Información turística	29	1,88%
Guianza	300	19,42%
<b>Total</b>	<b>1545</b>	<b>100,00%</b>

Fuente: Encuesta a los turistas nacionales

Elaboración: Yadira Merecí

**INTERPRETACION Y ANÁLISIS.-** De la gráfica presente el 21,23 % les gustaría que la ruta del café cuente con transporte, 20,78% con alimentación y el 20,13% con alojamiento y el 19,42% con guianza. Esta información ayuda al diseño de la ruta para complementar con los servicios.

- **¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por estos servicios por persona por día?**

**Tabla 40.** Cuanto pagaría por los servicios por persona por día

VARIABLE	TOTAL	PORCENTAJE
40-60 dólares	102	26,77%
61-81 dólares	106	27,82
82-102 dólares	120	31,50%
Más de 102 dólares	53	13,91%
<b>Total</b>	<b>381</b>	<b>100,00%</b>

Fuente: Encuesta a los turistas nacionales

Elaboración: Yadira Merecí

**INTERPRETACION Y ANÁLISIS.-** El 31,50% pagaría entre 82-102 dólares; el 27,82% de 61-81 dólares y el 26,77 % pagarían entre 40-60 dólares.

### c. Perfil del turista nacional que visita el cantón Santa Cruz

Son personas de nacionalidad ecuatoriana de entre 31 a 35 años de edad; la mayoría son profesionales, de estado civil casados, provienen en su gran mayoría de la sierra, de las ciudades Ambato, Quito, Loja, entre otros, la gran mayoría visitan Santa Cruz por primera vez.

Se informaron de la isla Santa Cruz por medio del internet, operadoras y agencias de viaje y en folletos y trípticos, prefieren viajar en familia o amigos, ellos visitan Santa Cruz por aventura, recreación, y naturaleza, los mismos que permanecerán más de tres días.

La gran mayoría no conocen rutas turísticas, realizan actividades turísticas cada año, organizando sus viajes de forma independiente. En su gran mayoría les interesa la ruta el café.

Entre las actividades que les gustaría realizar en la ruta del café están: caminata, observación de flora y fauna, cabalgata, avistamiento de aves y compra de artesanías.

Contando por supuesto con servicios de alojamiento, alimentación, transporte, Guianza y alquiler de equipos para las diferentes actividades. Gastarían en promedio de 82-102 dólares por los servicios turísticos prestados por día.

## 2. Análisis de la oferta turística

### a. Oferta actual

#### 1) Productos turísticos que se comercializan

El cantón Santa Cruz ha venido evolucionando buscando mercados diversificados para fortalecer la demanda, favoreciendo el desarrollo del modelo de turismo, representando una oportunidad para el crecimiento de la oferta local y por ende poblacional.

En Santa Cruz existen las siguientes modalidades de turismo, de acuerdo a las líneas de producto del PLANDETUR 2020.

**Cuadro 19.** Modalidades de turismo que presenta Santa Cruz

MODALIDAD DE TURISMO	LUGAR	ACTIVIDADES
Turismo de deporte y aventura Sol y playa	<ul style="list-style-type: none"> <li>Playa El Garrapatero</li> <li>Playa Tortuga Bay</li> <li>Las Grietas</li> <li>Lobería</li> </ul>	Deportes marítimos <ul style="list-style-type: none"> <li>Kayak</li> <li>Surf</li> <li>Snorkel</li> <li>Buceo</li> <li>Natación</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Cerro Meza</li> <li>Media luna</li> <li>Vía al Garrapatero</li> <li>Cerro Dragón</li> <li>Cerro Crocker</li> </ul>	Deportes terrestres <ul style="list-style-type: none"> <li>Ciclismo</li> <li>Caminata</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Cerro Puntudo</li> <li>Rancho El Chato</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Cabalgata</li> </ul>
Ecoturismo y turismo de naturaleza	<ul style="list-style-type: none"> <li>Parque Nacional (interpretación)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Observación de especies autóctonas de flora y fauna.</li> <li>Visita a la Estación Charles Darwin</li> <li>Fotografía</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Reserva Marina</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Fotografía</li> <li>Observaciones flora y fauna marinas</li> </ul>
Turismo de Cruceros	<ul style="list-style-type: none"> <li>Isla Santa Cruz</li> <li>Isla Bartolomé</li> <li>Isla Seymour Norte</li> <li>Playa las Bachas</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Alojamiento y transporte</li> <li>Visita a diferentes atractivos</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Playa Los Perros</li> </ul>	
Turismo cultural	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mercado artesanal</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Compra de artesanías</li> </ul>
Agroturismo	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Rancho El Chato</li> <li>• Rancho Primicias</li> <li>• Rancho Manzanillo</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Recorridos en fincas</li> </ul>

Elaborado por: Yadira Merecí, 2016.

## 2) Prestadores de servicios turístico

Según el RETANP (2015), en su Art. 33. MODALIDADES TURISTICAS, exponen las modalidades turísticas de operaciones turísticas que son autorizadas en el Parque Nacional de Galápagos y en la Reserva Marina de la Provincia de Galápagos, son:

**Cuadro 20.** Modalidades turísticas de operaciones turísticas en la provincia de Galápagos.

MODALIDAD	DEFINICIÓN
<b>Tour de crucero navegable</b>	Consiste en la travesía por mar en embarcaciones acondicionadas para la pernoctación de pasajeros a bordo y están autorizados visitar únicamente los sitios del itinerario establecido.
<b>Tour de buceo navegable</b>	Consiste en la travesía por mar en embarcaciones acondicionadas para la pernoctación de pasajeros a bordo, la diferencia es que se puede realizar buceo scuba.
<b>Tour diario</b>	Consiste en la travesía diaria por mar en embarcaciones en la cual no está permitida la pernoctación de pasajeros a bordo.
<b>Tour diario de buceo</b>	Consiste en la travesía diaria por mar en embarcaciones en la cual no está permitida la pernoctación de pasajeros a bordo, la diferencia es que se puede realizar buceo scuba.
<b>Tour de bahía</b>	Consiste en la travesía diaria por el interior de la bahía de un puerto poblado y visitas a los sitios de visita aledaños al centro poblado.
<b>Tour de puerto a puerto</b>	Consiste en la travesía por mar entre los puertos poblados de la provincia con pernoctación de al menos una noche en los establecimientos turísticos de alojamientos.
<b>Tour de pesca vivencial</b>	Servicio complementario que consiste en recorrer las zonas de pesca de la Reserva Marina de Galápagos, sin pernoctación a bordo.

Fuente: RETANP, 2015.

**Elaborado por:** Yadira Merecí, 2016.

En el siguiente cuadro se detalla a los prestadores de servicios turísticos con sus respectivas modalidades que existen en el cantón de Santa Cruz.

**Cuadro 21.** Agencias de viaje y operadoras turísticas existentes en el cantón Santa Cruz

NÚMERO	CATEGORÍA	MODALIDAD
4	Internacional	Tour de crucero navegable Tour diario Tour de bahía
4	Dualidad	Tour de crucero navegable Tour diario Tour de bahía Tour de puerto a puerto
77	Operadoras	Tour de crucero navegable Tour de buceo navegable Tour diario Tour diario de buceo Tour de bahía Tour de puerto a puerto Tour de pesca vivencial

**Fuente:** Catastro Turístico del GADMSC, 2016.

**Elaborado por:** Yadira Merecí, 2016.

### 3) Planta turística

#### a) Alojamiento en tierra

El Ministerio de Turismo, en el acuerdo ministerial Nro. 20150120; capítulo III de la clasificación y categorización de los establecimientos de alojamiento turístico en los art 12; art 13; señala lo siguiente:

**Cuadro 22.** Clasificación y categorización de los establecimientos de alojamiento para el Régimen Especial para Galápagos.

ESTABLECIMIENTOS DE ALOJAMIENTO	NOMENCLATURA	CATEGORÍA
Hotel	H	3 estrellas a 5 estrellas
Hostal	HS	3 estrellas
Lodge	L (Áreas rurales de Galápagos).	4 estrellas a 5 estrellas
Campamento Turístico	CT	Categoría única
Casa de Huéspedes	CH	Categoría única

**Elaborado por:** Yadira Merecí, 2016

Para la calificación de los establecimientos de alojamiento y dar su respectiva categoría, de manera opcional, podrán acceder al reconocimiento distintivo “superior, disponible para las categorías de tres a cinco estrellas a la que pertenezcan, siempre y cuando cumplan con los requisitos obligatorios; requisitos de categorización más el siguiente puntaje: cinco estrellas, los puntos requeridos como requisito para distintivo “Superior” es de 60 puntos; para cuatro estrellas es de 50 puntos; para tres estrellas es de 40 puntos y para categoría única N/A (No aplica).

Los establecimientos que están legalmente registrados y catastrados se los detalla a continuación:

**Cuadro 23.** Establecimientos de hospedaje del cantón

No.	ESTABLECIMIENTO	TIPO	CATEGORÍA	LOCALIZACIÓN	CAPACIDAD DE PAX	NRO. DE HABITACION	TELÉFONO	DIRECCIÓN ELECTRÓNICA
1	FINCH BAYA	Hotel	5 estrellas	Puerto Ayora (Estrada)	66	33	05 2526 298	manager@finchbayhotel.com
2	LAS NINFAS	Hotel	5 estrellas	Puerto Ayora (Las Ninfas)	66	33	05 2526 128	info@hotelninfa.com.ec
3	SOL Y MAR	Hotel	5 estrellas	Puerto Ayora (Pelícan Baya)	62	31	05 2526 281	julian@hotelsolymar.com.ec
4	PALMERAS	Hotel	5 estrellas	Puerto Ayora (Central)	96	41	05 2526 139	hotelpalmeras@hotmail.com
5	FERNANDINA	Hostal	5 estrellas	Puerto Ayora (El Edén)	51	22	05 2526 499	info@hotelfernandina.com.ec
6	GALAPAGOS ISLAND	Hostal	5 estrellas	Puerto Ayora (El Edén)	43	16	05 2526 258	info@galapatur.com
7	MAINAO	Hostal	5 estrellas	Puerto Ayora (Las Acacias)	57	22	05 2524 128	mainaomist@hotmail.com
8	RED BOOBY	Hostal	5 estrellas	Puerto Ayora (Central)	56	27	05 2526 486	info@hotelredbooby.com
9	RED MANGROVE INN	Hostal	5 estrellas	Puerto Ayora (Pelícan Bay)	32	16	05 2526 564	recursoshumanos@redmangrove.com
10	SILBERSTEIN	Hostal	5 estrellas	Puerto Ayora (Pelícan Bay)	44	22	05 2526 277	repcionsilberstein@gmail.com
11	VILLA LAGUNA	Hostal Residencia	5 estrellas	Puerto Ayora (las Ninfas)	42	19	05 2524 819	villalaguna@galapagosvirtual.com
12	CASA DEL LAGO-LODGING HOUSE	Apartamentos	5 estrellas	Puerto Ayora (Las Ninfas)	11	4	05 2524 116	eleninfas@gmail.com
13	GALAPAGOS APART	Apartamento	5 estrellas	Puerto Ayora (Las	16	6	05 2527 051	tonycastroc@hotmail.com



	AND SUITES	s		Ninfas)				
14	SANTA FE	Apartamentos	5 estrellas	Puerto Ayora (Las Ninfas)	22	8	05 2526 593	santafei@islasantacruz.com
15	ANGERMEYER WATERFRONT INN	Pensión	5 estrellas	Puerto Ayora (Estrada)	32	16	05 2526 561	frontalesk@angermeyer-waterfront-inn.com
16	GALAPAGOS BAY HOUSE	Pensión	5 estrellas	Puerto Ayora (Estrada)	10	5	05 2526 795	info@furiovalbonesi.com
17	CASALAIGUANA	Pensión	5 estrellas	Puerto Ayora (Estrada)	12	6	04 2832 020	alejandrosantos61@hotmail.com
18	CUCUVE SUITES	Pensión	5 estrellas	Puerto Ayora (Pelícan Bay)	12	6	05 2526 058	jschiess@ayora.ecua.net.ec
19	ESCALESIA	Pensión	5 estrellas	Puerto Ayora (Pelícan Baya)	16	6	05 2527 100	escalesia@hotmail.com
20	GALAPAGOS SUITES	Pensión	5 estrellas	Puerto Ayora (El Edén)	16	6	05 2526 209	reservas@galapagossuites.com
21	CASTRO	Hostal Residencia	4 estrellas	Puerto Ayora (las Ninfas)	52	19	05 2526 113	hotel_castro1@hotmail.com
22	LIRIO DEL MAR	Hostal Residencia	4 estrellas	Puerto Ayora (Central)	45	19	05 2526 212	mesitrujillo2008@yahoo.es
23	SALINAS	Hostal Residencia	4 estrellas	Puerto Ayora (Central)	57	19	05 2526 107	reservashotelsalinas@hotmail.com
24	FIESTA	Hotel	4 estrellas	Puerto Ayora (Las Ninfas)	76	34	05 2526 440	hotelfiestagps@gmail.com
25	GRAND HOTEL LOBO DE MAR	Hotel	4 estrellas	Puerto Ayora (Pelícan Bay)	72	37	05 2526 188	reservas-uio@lobodemar.com.ec
26	ESPAÑA	Hostal	4 estrellas	Puerto Ayora (Central)	80	41	05 2526 108	info@hotelespanagalapagos.com
27	ESTRELLA DE MAR	Hostal	4 estrellas	Puerto Ayora (Pelícan Bay)	21	11	05 2526 427	estrellademar@islasantacruz.com

28	GALAPAGOS INN	Hostal	4 estrellas	Puerto Ayora (El Edén)	46	20	05 2527 343	ptejada1956@yahoo.com
29	GALAPAGOS PARADISE	Hostal	4 estrellas	Puerto Ayora (El Edén)	74	30	05 2527 342	admin@tortugabaysuites.com
30	PELICAN BAY INN	Hostal	4 estrellas	Puerto Ayora (Pelícan Bay)	42	20	05 2524 622	info@hotelpelicambay.com
31	VERDE AZUL	Hostal	4 estrellas	Puerto Ayora (El Edén)	51	19	05 2524 262	hotelverdeazu2009@yahoo.es
32	MAIDITH GALAPAGOS APARTMENTS SUITES	apartamentos	4 estrellas	Puerto Ayora (Pelícan Bay)	22	9	05 2526 311	recursoshumanos@redmangrove.com
33	SUITES MATAZARNOS	Apartamentos	4 estrellas	Puerto Ayora (Matazarño)	23	11	05 2524 376	deliosarango_1957@yahoo.com
34	DIVINE'S BAY OCEANFRONT ECO CHALETS	Pensión	4 estrellas	Puerto Ayora (Estrada)	18	7	05 2526 348	info@galapagosmoonrise.com
35	GALAPAGOS HOSTELING 1028	Pensión	4 estrellas	Puerto Ayora (Pelícan Bay)	14	6	-	vickyta@hotmail.com
36	JEAN'S HOME	Pensión	4 estrellas	Puerto Ayora (Estrada)	12	6	05 2526 446	gundisg@hotmail.es
37	EL BAMBU GALAPAGOS	Pensión	4 estrellas	Puerto Ayora (Alborada)	13	7	05 2524 085	sebas.gps@hotmail.com
38	GARDNER	Pensión	4 estrellas	Puerto Ayora (Central)	30	10	05 2527 437	hotelgardner@yahoo.com
39	MI CALETA INN	Pensión	4 estrellas	Puerto Ayora (El Edén)	13	6	05 2527 375	execpres@gmail.com
40	FLAMINGO	Hostal	3 estrellas	Puerto Ayora (Central)	63	28	05 2526 556	hotelflamingogs@hotmail.com
41	SIR FRANCIS DRAKE	Hostal	3 estrellas	Puerto Ayora (las	65	34	05 2526 221	fannyrosillo@hotmail.com

				Ninfas)				
42	NUEVO ELIZABETH	Hostal Residencia	3 estrellas	Puerto Ayora (Central)	36	20	05 2526 178	galapagoshotelizabeta@hotmail.com
43	CHALET GALAPAGOS	Apartamentos	3 estrellas	Puerto Ayora (Estrada)	14	6	05 2526 301	enchantedislands@acesinter.net
44	DARWIN	Pensión	3 estrellas	Puerto Ayora (Central)	36	12	05 2526 193	rsotomayor2010@hotmail.com
45	LA PEREGRINA BED & BREAKFAST	Pensión	3 estrellas	Puerto Ayora (Pelícan Bay)	37	12	05 2526 323	peregrinagalapagos@yahoo.com
46	LOS AMIGOS	Pensión	3 estrellas	Puerto Ayora (Pelícan Bay)	15	7	05 2526 265	hostallosamigos@gmail.com
47	SANTA CRUZ	Pensión	3 estrellas	Puerto Ayora (Las Acacias)	22	9	05 2 524 273	hotelsantacruz@gmail.com
48	DEJAVU	Hotel	3 estrellas	Puerto Ayora (El Edén)	41	17	05 3013 081	dejavugalapagos@hotmail.com
49	DEL SOL GALÁPAGOS	Hotel	3 estrellas	Puerto Ayora (La alborada)	18	6	05 2526 793	info@galapagossuitesdelsol.com
50	EL DESCANSO DEL GUÍA	Hotel	3 estrellas	Puerto Ayora (El Mirador)	31	14	05 2526 618	axebangueraperea@hotmail.com
51	LA PERLA DE GALÁPAGOS	Hotel	3 estrellas	Puerto Ayora (Pelícan Bay)	14	6	-	y-g0022@hotmail.com
52	PALACE GALAPAGOS	Hotel	3 estrellas	Puerto Ayora (El Edén)	15	7	05 2527 037	galapagossuitepalace@gmail.com
53	AQUAMARINE	Hostal	3 estrellas	Puerto Ayora (El Edén)	23	9	05 2527 403	nautigal@interactive.net.ec
54	ARENA NEGRA	Hostal	3 estrellas	Puerto Ayora (El Edén)	16	5	05 2526 271	jaleo_11@hotmail.com
55	ARIANA'S GALÁPAGOS	Hostal	3 estrellas	Puerto Ayora (La Cascada)	26	9	05 3014 402	arianasgalapagossuites@yahoo.com

56	BLUE HOUSE	Hostal	3 estrellas	Puerto Ayora (El Edén)	10	7	05 2527 378	bluehousesuite@gmail.com
57	BRATTLE	Hostal	3 estrellas	Puerto Ayora (Central)	21	8	05 2526 081	florgalapagos2000@yahoo.com
58	CACTUSPAD Y ORCHIDEA	Hostal	3 estrellas	Puerto Ayora (El Edén)	14	8	05 2527 471	paul@galapex.com
59	CAPITAN MAX	Hostal	3 estrellas	Puerto Ayora (Las Ninfas)	16	6	05 2524 412	maxarias@gmail.com
60	CARLIZA	Hostal	3 estrellas	Puerto Ayora (Las Ninfas)	61	30	05 2526 027	hotelcarliza@yahoo.com
61	CARLIZA II	Hostal	3 estrellas	Puerto Ayora (Miraflores)	61	30	05 2526 027	hotelcarliza@yahoo.com
62	CARPAO	Hostal	3 estrellas	Puerto Ayora (El Edén)	8	5	05 2526 808	No tiene
63	CASA CASCADA	Hostal	3 estrellas	Puerto Ayora (La Cascada)	19	6	05 2527 212	casacascada.galapagos@hotmail.com
64	CASA EDEN	Hostal	3 estrellas	Puerto Ayora (El Edén)	16	8	05 2526 307	reservas@galapagosdeep.com
65	CASA MATHIAS	Hostal	3 estrellas	Puerto Ayora (El Edén)	12	5	05 2527 385	mathíasespinoza@yahoo.com
66	COSTA DEL PACIFICO	Hostal	3 estrellas	Puerto Ayora (Central)	21	9	05 2526 222	soniacueva900@hotmail.com
67	DUNCAN	Hostal	3 estrellas	Puerto Ayora (La Cascada)	14	5	05 2527 489	ninive.tapia@hotmail.com
68	EL CASTILLO	Hostal	3 estrellas	Puerto Ayora (Pampas Coloradas)	14	5	05 2524 610	galapagoselcastillo@gmail.com
69	EL DESCANSO DEL PETREL	Hostal	3 estrellas	Puerto Ayora (Central)	24	8	05 2526 251	No tiene

70	EL PINZON	Hostal	3 estrellas	Puerto Ayora (El Edén)	25	5		notariamarco@yahoo.com
71	FRAGATA	Hostal	3 estrellas	Puerto Ayora (Central)	10	5	05 3015 157	cucarachita54@hotmail.com
72	GALAPAGOS BEST HOTEL	Hostal	3 estrellas	Puerto Ayora (Escalecía)	35	11	05 3015 345	galapagosbesthostel@gmail.com
73	GALAPAGOS COLOMA HOME	Hostal	3 estrellas	Puerto Ayora (Alborada)	23	8	05 2524 825	zeus_ecua@yahoo.com
74	GALÁPAGOS COTTAGE	Hostal	3 estrellas	Puerto Ayora (Las Ninfas)	15	5	05 2526 502	charles@rwittner.com
75	GALAPAGOS DOVE	Hostal	3 estrellas	Puerto Ayora (Arrayanes)	11	5	05 3013 967	No tiene
76	GALÁPAGOS DREAMS	Hostal	3 estrellas	Puerto Ayora (El Edén)	40	15	05 2527 030	<a href="mailto:galapagosdreamshostal@gmail.com">galapagosdreamshostal@gmail.com</a>
77	GALAPAGOS HOUSE HOSTAL	Hostal	3 estrellas	Puerto Ayora (Las Acacias)	14	7	05 2526 631	galapagoshouse@gmail.com
78	GALAPAGOS MORNING GLORY	Hostal	3 estrellas	Puerto Ayora (Pelícan Bay)	14	7	05 2527 033	No tiene
79	GALAPAGOS NATIVE	Hostal	3 estrellas	Puerto Ayora (Central)	31	10	05 2524 730	galapagos.native@gmail.com
80	GERMANIA	Hostal	3 estrellas	Puerto Ayora (Las Ninfas)	14	6	05 2526 235	rafa.9.50@hotmail.com
81	GLORIA GALÁPAGOS INN	Hostal	3 estrellas	Puerto Ayora (Central)	25	8	05 2526 239	gloria_galapagosinn@yahoo.com
82	ISLA AZUL	Hostal	3 estrellas	Puerto Ayora (El Edén)	58	19	05 3013 636	raquelmolina21@gmail.com
83	LA CASA DE NORMA	Hostal	3 estrellas	Puerto Ayora (Matazarno)	12	6	05 2527 164	lacasadenorma@gmail.com
84	LA FORTALEZA DE	Hostal	3 estrellas	Puerto Ayora (El	16	5	05 2527 303	info@galapagosaquatours.com

	HARO			Edén)				
85	LA ISLA	Hostal	3 estrellas	Puerto Ayora (Miraflores)	16	5	05 3014 072	<a href="mailto:lanchapodmar2010@hotmail.com">lanchapodmar2010@hotmail.com</a>
86	LA MIRADA DEL SOLITARIO GEORGE	Hostal	3 estrellas	Puerto Ayora (Pampas Coloradas)	21	6	05 2527 144	leoncioparedes@hotmail.com
87	LAVA HOUSE	Hostal	3 estrellas	Puerto Ayora (Las Acacias)	34	12	05 2526 794	lavahousehostal@gmail.com
88	LONESOME GEORGE	Hostal	3 estrellas	Puerto Ayora (El Edén)	10	6	05 2527 081	lonesomegeorgegrg@yahoo.com
89	LOS SUEÑOS SILVESTRES	Hostal	3 estrellas	Puerto Ayora (El Edén)	10	5	05 2526 194	esthergs_ec@hotmail.com
90	MARYSOL	Hostal	3 estrellas	Puerto Ayora (Central)	12	5	05 2524 300	marisol_pesantes@hotmail.com
91	MICONIA	Hostal	3 estrellas	Puerto Ayora (Central)	14	5	05 2526 556	libiavillacis@hotmail.com
92	MUYUYO	Hostal	3 estrellas	Puerto Ayora (Las Ninfas)	17	6	05 2526 644	info@muyuyo.com
93	NORTH SEYMOUR	Hostal	3 estrellas	Puerto Ayora (Alborada)	24	16	05 3014 480	issolla_bella@yahoo.com
94	OCEAN DREAMS	Hostal	3 estrellas	Puerto Ayora (Alborada)	26	10	05 3015 089	amandy1059@hotmail.com
95	PATTYS	Hostal	3 estrellas	Puerto Ayora (La Cascada)	14	5	-	No tiene
96	PENGUIN	Hostal	3 estrellas	Puerto Ayora (El Edén)	25	7	05 2527 379	ceciliacabrera90@gmail.com
97	POSADA DEL MAR	Hostal	3 estrellas	Puerto Ayora (Central)	29	15	05 3014 976	<a href="mailto:ceciliabaquero2012@hotmail.com">ceciliabaquero2012@hotmail.com</a>
98	TINTORERA	Hostal	3 estrellas	Puerto Ayora	30	8	05 2526 305	mbarreraburgos@hotmail.com

				(Miraflores)				
99	TORRE MAR	Hostal	3 estrellas	Puerto Ayora (Las Acacias)	13	8	05 2527 345	info@torremargalapagos.com
100	VISTA AL MAR	Hostal	3 estrellas	Puerto Ayora (Las Ninfas)	19	8	05 2524 109	robert_pro16@hotmail.com
101	WHITE HOUSE GALAPAGOS	Hostal	3 estrellas	Puerto Ayora (Miraflores)	12	6	05 2527 268	edymar_msr@hotmail.com
102	ZURISADAI	Hostal	3 estrellas	Puerto Ayora (Pampas Coloradas)	15	5	05 2526 019	zurisadai2014@outlook.com
103	BAY VIEW HOUSE	Casa de Huéspedes	Cat. única	Puerto Ayora (Central)	6	2	05 2527 218	eduardo_britoc@hotmail.com
104	BLUE HERON	Casa de Huéspedes	Cat. única	Puerto Ayora (Estrada)	6	4	-	antoniomoreano@hotmail.com
105	CASA OPUNTIA	Casa de Huéspedes	Cat. única	Puerto Ayora (Las Ninfas)	6	3	05 2524 630	tatjanan@gmail.com
106	CASA TORTUGA Y CASITA MUYUYO	Casa de Huéspedes	Cat. única	Puerto Ayora (Las Ninfas)	6		05 2524 630	tatjanan@gmail.com
107	COSTA DEL SOL	Casa de Huéspedes	Cat. única	Puerto Ayora (Central)	6	4	05 3014 143	leitoforever@hotmail.com
108	COZY GALAPAGOS	Casa de Huéspedes	Cat. única	Puerto Ayora (Arrayanes)	4	2	05 3013 843	peladoda@yahoo.com
109	DE PABLO	Casa de Huéspedes	Cat. única	Puerto Ayora (El Edén)	6	4	-	faryddeuribe@yahoo.com
110	EL PARAISO	Casa de Huéspedes	Cat. única	Puerto Ayora (Central)	6	4	05 2526 184	No tiene
111	ENCANTADAS	Casa de Huéspedes	Cat. única	Puerto Ayora (Las Ninfas)	4	2	-	aurosidad@hotmail.com
111	GALAHOUSE	Casa de	Cat. única	Puerto Ayora	6	3	05 2527 157	leticia.pisco@yahoo.es

2		Huéspedes		(Arrayanes)				
11 3	GALAPAGOS CORAL	Casa de Huéspedes	Cat. única	Puerto Ayora (Pampas Coloradas)	6	2	05 3014 941	galapagoscoral@gmail.com
11 4	GALÁPAGOS PEOPLE	Casa de Huéspedes	Cat. única	Puerto Ayora (Miraflores)	6	4	-	rene_sangolqui@hotmail.com
11 5	LA CASA DEL PINZON	Casa de Huéspedes	Cat. única	Puerto Ayora (Las Acacias)	6	2	-	lacazadelpinzon@hotmail.com
11 6	LA CASA REDONDA	Casa de Huéspedes	Cat. única	Puerto Ayora (El Edén)	6	3	05 2526 495	catalinaizurieta@hotmail.com
11 7	LA K-LETA DE DOÑA YOLY	Casa de Huéspedes	Cat. única	Puerto Ayora (Las Acacias)	6	3	05 2526 520	galapagoskleta@gmail.com
11 8	LOS CIBELES	Casa de Huéspedes	Cat. única	Puerto Ayora (Alborada)	6	3	05 2526 984	auri312@hotmail.com
11 9	LOS PIQUEROS	Casa de Huéspedes	Cat. única	Puerto Ayora (Arrayanes)	6	4	05 2526 819	No tiene
12 0	MIMOSA	Casa de Huéspedes	Cat. única	Puerto Ayora (Estrada)	6	4	05 2527 471	paul@galapagosexperience.co.uk
12 1	PLANET HOUSE	Casa de Huéspedes	Cat. única	Puerto Ayora (Las Acacias)	6	3	05 2527 182	coyote_verdadero@yahoo.es
12 2	SHANGRI – LA	Casa de Huéspedes	Cat. única	Puerto Ayora (Estrada)	6	3	-	No tiene
12 3	SOL MARINA	Casa de Huéspedes	Cat. única	Puerto Ayora (El Edén)	6	4	05 2527 082	josec@uio.satnet.net
12 4	STEFANY	Casa de Huéspedes	Cat. única	Puerto Ayora (El Edén)	3	2	05 2526 547	ximelorederosero@hotmail.com
12 5	VILLA GALAPAGOS	Casa de Huéspedes	Cat. única	Puerto Ayora (El Edén)	4	2	-	libiavillacis@hotmail.com
12	SUYPAR	Lodge	4 estrellas	Bellavista	16	8	05 2524 282	No tiene



6								
12 7	QUINTA MARGARITA	Hostería	3 estrellas	Bellavista	54	23	05 3014 247	No tiene
12 8	FINCA JACK	Casa de Huéspedes	Cat. Única	El Occidente (Bellavista)	6	3	05 3013 360	janethponce28@hotmail.com
12 9	RANCHO DON SOLO	Lodge	4 estrellas	El Occidente (Bellavista)	12	5	05 2524 276	gvascone@hotmail.com
13 0	GALÁPAGOS WALKER	Lodge	4 estrellas	El Camote (Bellavista)	30	14	05 3032 051	<a href="mailto:ecolodge@galapagoswalker.com.ec">ecolodge@galapagoswalker.com.ec</a>
13 1	PIKAIA LODGE	Hostería	5 estrellas	El Camote (Bellavista)	28	18	05 3032 054	<a href="mailto:andrew.balfour@pikaialodge.com">andrew.balfour@pikaialodge.com</a>
13 2	TWIN GALÁPAGOS	Lodge	4 estrellas	El Cascajo (Bellavista)	34	12	05 2523 060	twinsuitesgalapagos@gmail.com
13 3	ALTAIR	Hostería	4 estrellas	El Cascajo (Bellavista)	20	10	-	anaytimothy@hotmail.com
13 4	PIEDRAS BLANCAS	Lodge	4 estrellas	Los Guayabillos (Bellavista)	57	21	-	mar_isabel@hotmail.com
13 5	ROYAL PALM	Hostería	5 estrellas	Santa Rosa	35	21	05 2527 408	info@royalpalmgalapagos.com
13 6	ISLA PIRATA	Hostal	3 estrellas	Santa Rosa	20	10	05 2530 017	florgalapagos2000@yahoo.com
13 7	EL PETREL	Casa de Huéspedes	Categoría única	Santa Rosa	6	2	-	alvearmonica@hotmail.com
13 8	SEMILLA VERDE	Hostería	5 estrellas	El Carmen (Sta. Rosa)	12	6	05 3013 079	info@gps.ec
13 9	MONTEMAR	Lodge	4 estrellas	El Carmen (Sta. Rosa)	16	8	-	roleasm@gmail.com
14 0	GALAPAGOS MAGIC	Campamento	4 estrellas	El Carmen (Sta. Rosa)	16	8 carpas	05 3013 091	ponavarro@hotmail.com

14 1	GALAPAGOS SAFARI CAMP	Campamento	4 estrellas	Salasaca Rosa)	(Sta.	18	9 carpas	05 3013 011	michael@galapagossafaricamp.com
---------	--------------------------	------------	-------------	-------------------	-------	----	----------	-------------	---------------------------------

**Fuente:** GADMSC, MINTUR, 2016.

**Elaborado por:** Yadira Merecí, 2016.

## b) Embarcaciones con alojamiento y transporte en Puerto

La institución que se encarga de la calificación y de la categorización de las embarcaciones existentes en el cantón Santa Cruz es el Parque Nacional, de acuerdo al mismo se encuentran las siguientes embarcaciones:

**Cuadro 24.** Embarcaciones que prestan el servicio de alojamiento y transporte en Santa Cruz

No.	EMBARCACIÓN	CLASIFICACIÓN	CATEGORÍA	CAPACIDAD DE PAX	LOCALIZACIÓN	TELÉFONO
1	ECLIPSE	Motonave	Crucero Navegable A	48	Puerto Ayora (Las Ninfas)	05 2526 086
2	EVOLUTION	Motonave	Crucero Navegable A	32	Puerto Ayora (Pelícan Baya)	05 2526 180
3	GALAPAGOS LEGEND	Motonave	Crucero Navegable A	100	Puerto Ayora (El Edén)	05 2526 327
4	ISABELA II	Motonave	Crucero Navegable A	40	Puerto Ayora (Estrada)	05 2526 157
5	LA PINTA	Motonave	Crucero Navegable A	48	Puerto Ayora (Estrada)	05 2526 157
6	NATIONAL GEOGRAPHIC ENDEAVOUR	Motonave	Crucero Navegable A	96	Puerto Ayora (Estrada)	05 2526 157
7	NATIONAL GEOGRAPHIC ISLANDER	Motonave	Crucero Navegable A	48	Puerto Ayora (Estrada)	05 2526 157
8	SANTA CRUZ II	Motonave	Crucero Navegable A	90	Puerto Ayora (Estrada)	05 2526 157
9	TREASURE OF GALAPAGOS I	Motonave	Crucero Navegable A	16	Puerto Ayora (Central)	05 2524 255
10	XPEDITION	Motonave	Crucero Navegable A	100	Puerto Ayora (Pampas Coloradas)	05 2527 529

11	CACHALOTE	Motovelero	Crucero Navegable A	16	Puerto Ayora (Las Ninfas)	05 2526 294
12	MARY ANNE	Motovelero	Crucero Navegable A	16	Puerto Ayora (Las Ninfas)	05 2526 308
13	NEMO II	Motovelero	Crucero Navegable A	12	Puerto Ayora (El Edén)	05 2526 563
14	SAMBA	Motovelero	Crucero Navegable A	16	Puerto Ayora (El Edén)	05 2526 631
15	THE BEAGLE	Motovelero	Crucero Navegable A	16	Puerto Ayora (Las Ninfas)	05 2526 192
16	ENCANTADA	Motovelero	Crucero Navegable A	10	Puerto Ayora (Las Acacias)	05 2526 084
17	MERAK	Motovelero	Crucero Navegable A	8	Puerto Ayora (Las Acacias)	05 2526 388
18	SOLITARIO JORGE	Motovelero	Buceo Navegable A	16	Puerto Ayora (Las Acacias)	05 524 119
19	ANAHI	Yate	Crucero Navegable A	16	Puerto Ayora (Las Ninfas)	05 2526 133
20	ARCHIPELL	Yate	Crucero Navegable A	16	Puerto Ayora (Las Acacias)	05 3013 581
21	ATHALA II	Yate	Crucero Navegable A	16	Puerto Ayora (Las Ninfas)	05 2526 086
22	BELUGA	Yate	Crucero Navegable A	16	Puerto Ayora (Las Ninfas)	05 2526 294
23	CARINA	Yate	Crucero Navegable A	16	Puerto Ayora (Pelícan Bay)	05 2526 490
24	CORAL I	Yate	Crucero Navegable A	36	Puerto Ayora (El Edén)	05 2526 327
25	CORAL II	Yate	Crucero Navegable A	20	Puerto Ayora (El Edén)	05 2526 327
26	CORMORANT	Yate	Crucero Navegable A	16	Puerto Ayora (Central)	05 2526 407
27	DOMENICA	Yate	Crucero Navegable A	16	Puerto Ayora (La Unión)	05 3013 286
28	EDEN	Yate	Crucero Navegable A	16	Puerto Ayora (El Edén)	05 2527 329
29	FLOREANA	Yate	Crucero Navegable A	16	Puerto Ayora (Pampas Coloradas)	05 2526 314
30	FRAGATA	Yate	Crucero Navegable A	16	Puerto Ayora (Las Ninfas)	05 2526 037
31	GALAPAGOS ADVENTURE	Yate	Crucero Navegable A	20	Puerto Ayora (Las Ninfas)	05 2526 359
32	GALAXY	Yate	Crucero Navegable A	16	Puerto Ayora (Pampas Coloradas)	05 2527 139

33	GALAXY II	Yate	Crucero Navegable A	16	Puerto Ayora (Pampas Coloradas)	05 2527 139
34	GOLONDRINA I	Yate	Crucero Navegable A	16	Puerto Ayora (Las Ninfas)	05 2526 037
35	GRACE	Yate	Crucero Navegable A	18	Puerto Ayora (Pelícan Baya)	05 2526 180
36	GRAN NATALIA	Yate	Crucero Navegable A	16	Puerto Ayora (Las Orquídeas)	05 3013 286
37	GUANTANAMERA	Yate	Crucero Navegable A	16	Puerto Ayora (Las Acacias)	05 3015 120
38	INTEGRITY	Yate	Crucero Navegable A	16	Puerto Ayora (Estrada)	05 2526 210
39	MILLENIUM	Yate	Crucero Navegable A	16	Puerto Ayora (Las Acacias)	05 2527 415
40	MONSERRAT	Yate	Crucero Navegable A	20	Puerto Ayora (Las Acacias)	05 3015 056
41	NEMO III	Yate	Crucero Navegable A	16	Puerto Ayora (El Edén)	05 2526 563
42	PASSION	Yate	Crucero Navegable A	16	Puerto Ayora (Las Ninfas)	05 2526 308
43	QUEEN BEATRIZ	Yate	Crucero Navegable A	16	Puerto Ayora (Pelícan Bay)	05 2526 188
44	REINA SILVIA	Yate	Crucero Navegable A	16	Puerto Ayora (Estrada)	05 2526 210
45	TIP TOP III	Yate	Crucero Navegable A	16	Puerto Ayora (Las Ninfas)	05 2526 502
46	TIP TOP IV	Yate	Crucero Navegable A	16	Puerto Ayora (Las Ninfas)	05 2526 502
47	YOLITA II	Yate	Crucero Navegable A	16	Puerto Ayora (La Alborada)	05 2526 179
48	AIDA MARIA	Yate	Crucero Navegable B	16	Puerto Ayora (Central)	05 2526 117
49	ANGELITO I	Yate	Crucero Navegable B	16	Puerto Ayora (Las Ninfas)	05 2526 029
50	DAPHNE	Yate	Crucero Navegable B	16	Puerto Ayora (Las Acacias)	05 2526 344
51	KING OF THE SEA	Yate	Crucero Navegable B	12	Puerto Ayora (Central)	05 2526 407
52	TIP TOP II	Yate	Crucero Navegable B	16	Puerto Ayora (Las Ninfas)	05 2526 502
53	DARWIN	Yate	Crucero Navegable C	16	Puerto Ayora (Central)	05 2526 485
54	FLAMINGO	Yate	Crucero Navegable C	12	Puerto Ayora (Central)	05 2526 556

55	JESUS DEL GRAN PODER	Yate	Buceo Navegable A	16	Puerto Ayora (Las Acacias)	04 2681 950
56	NORTADA	Yate	Buceo Navegable A	16	Puerto Ayora (Escalecía)	
57	PINGÜINO EXPLORER	Yate	Buceo Navegable A	16	Puerto Ayora (Central)	05 2524 433
58	ALBATROS	Yate	Tour Diario D	16	Puerto Ayora (Las Acacias)	04 2599 932
59	ALTAMAR	Yate	Tour Diario D	16	Puerto Ayora (Central)	05 2526 430
60	GALAPAGOS SHARK II	Yate	Tour Diario D	16	Puerto Ayora (Estrada)	05 2524 464
61	NAREL	Yate	Tour Diario D	16	Puerto Ayora (Las Ninfas)	05 3015 056
62	SEA FINCHA	Yate	Tour Diario D	16	Puerto Ayora (Estrada)	05 2526 138
63	SEA LION	Yate	Tour Diario D	20	Puerto Ayora (Estrada)	05 2526 297
64	ESPAÑOLA I	Lancha	Tour Diario D	16	Puerto Ayora (El Edén)	05 2526 227
65	QUEEN KAREN I	Lancha	Tour Diario D	16	Puerto Ayora (Pelícan Bay)	05 2526 307
66	SANTA FE III	Lancha	Tour Diario D	20	Puerto Ayora (Las Ninfas)	05 2526 593
67	ESMERALDA III	Lancha	Tour Diario D	16	Puerto Ayora (Las Ninfas)	
68	PROMESA	Lancha	Tour Diario D	16	Puerto Ayora (Las Ninfas)	05 2527 337
69	BALLET AZUL	Lancha	Tour Diario (Buceo)	8	Puerto Ayora (Central)	05 2527 125
70	ESMERALDA II	Lancha	Tour Diario (Buceo)	8	Puerto Ayora (Pelícan Bay)	05 2524 080
71	EXTASIS	Lancha	Tour Diario (Buceo)	8	Puerto Ayora (Central)	05 2524 172
72	SEA ROBINS	Lancha	Tour Diario (Buceo)	8	Puerto Ayora (Central)	05 2524 164
73	GALAPAGOS DIVERS	Lancha	Tour Diario (Buceo)	8	Puerto Ayora (Central)	05 2526 948
74	ECLIPSE	Lancha	Tour de Bahía y Buceo 1	8	Puerto Ayora (Las Acacias)	05 2526 084
75	EL GALAPAGO I	Lancha	Tour de Bahía y Buceo 1	8	Puerto Ayora (Pelícan Bay)	05 2526 296
76	FIOVAL	Lancha	Tour de Bahía y	8	Puerto Ayora (El Edén)	05 2527 333

			Buceo 1			
77	IGUANA	Lancha	Tour de Bahía y Buceo 1	8	Puerto Ayora (Pelícan Bay)	05 2526 296
78	NAUTILUS	Lancha	Tour de Bahía y Buceo 1	8	Puerto Ayora (Central)	05 2526 982
79	SHALOM MAINAO II	Lancha	Tour de Bahía y Buceo 1	8	Puerto Ayora (Pelícan Bay)	05 2527 117
80	VICTORIA	Lancha	Tour de Bahía y Buceo 2	8	Puerto Ayora (El Edén)	05 2527 379
81	DON GEORGE	Lancha	Tour de Bahía 3	16	Puerto Ayora (Miraflores)	05 2527 234
82	MARIA JOSE	Lancha	Tour de Bahía 3	16	Puerto Ayora (Central)	05 2524 633
83	VIKIN	Lancha	Tour de Bahía 3	16	Puerto Ayora (Alborada)	05 2524 603
84	EXPRESS ONE	Lancha	Tour de Bahía 3	16	Puerto Ayora (Las Ninfas)	05 2524 144
85	RESCATE	Lancha	Tour de Bahía 3	12	Puerto Ayora (Pelícan Bay)	05 2527 303

**Fuente:** Parque Nacional Galápagos, 2015.

**Elaborado por:** Yadira Merecí, 2015.

**c) Transporte terrestre turístico**

Existen tres compañías que prestan el servicio de transporte terrestre turístico en la isla.

**Cuadro 25.** Transporte terrestre turístico

NO.	TRANSPORTE	CLASIFICACIÓN	CATEGORÍA	CAPACIDAD DE PAX.	LOCALIZACIÓN	TELÉFONO
1	ISECANSA	Transporte terrestre	Buses y busetas	40	Puerto Ayora (Alborada)	05 2524 940
2	ISLAS DE FUEGO	Transporte terrestre	Buses y busetas	38	Puerto Ayora (Las Ninfas)	05 2526 489
3	SANTA FE	Transporte terrestre	Buses y busetas	40	Puerto Ayora (Las Ninfas)	05 2526 593

**Fuente:** Parque Nacional Galápagos, 2015.

**Elaborado por:** Yadira Merecí, 2015.

**d) Servicios de restaurantes y bebidas**

En el catastro turístico se encuentran registrados los siguientes establecimientos de alimentación y bebidas.

**Cuadro 26.** Establecimientos que presentan el servicio de Alimentación y bebidas

No.	ESTABLECIMIENTO	TIPO	CATEGORÍA	CAPACIDAD DE PAX	LOCALIZACIÓN	TELÉFONO
1	EL MOLINO	Restaurante	Primera	48	Puerto Ayora (Pelícan Bay)	05 3014 727
2	GALAPAGOS PLANET	Restaurante	Primera	48	Puerto Ayora (Pelícan Bay)	05 2526 597
3	IL GIARDINO	Restaurante	Primera	120	Puerto Ayora (Pelícan Bay)	05 2526 627
4	ISLA GRILL	Restaurante	Primera	52	Puerto Ayora (Pelícan Bay)	05 2524 461
5	NEW ANGERMEYER	Restaurante	Primera	160	Puerto Ayora (Estrada)	05 2527 007
6	PELIKAN VIEW	Restaurante	Primera	60	Puerto Ayora (Pelícan Bay)	05 2527 515

7	THE ROCK	Restaurante	Primera	60	Puerto Ayora (Pelícan Bay)	05 2527 505
8	VOLCANO BAYA	Restaurante	Primera	52	Puerto Ayora (Pelícan Bay)	-
9	CAFÉ DEL MAR	Restaurante	Segunda	40	Puerto Ayora (Pelícan Bay)	05 2524 479
10	EL CAZADOR	Restaurante	Segunda	100	Puerto Ayora (La Unión)	-
11	EL CHOCOLATE	Restaurante	Segunda	72	Puerto Ayora (Pelícan Bay)	05 2524 654
12	EL DESCANSO DEL GUIA	Restaurante	Segunda	60	Puerto Ayora (Las Ninfas)	05 2526 618
13	FRUTOS DEL MAR CEVICHERIA	Restaurante	Segunda	36	Puerto Ayora (Pelícan Bay)	05 2526 624
14	HERNAN	Restaurante	Segunda	100	Puerto Ayora (Pelícan Bay)	05 2526 573
15	LA DULCE ITALIA	Restaurante	Segunda	48	Puerto Ayora (Pelícan Bay)	-
16	LA GARRAPATA	Restaurante	Segunda	60	Puerto Ayora (Pelícan Bay)	05 2526 264
17	LA PARRILLA PIRATA	Restaurante	Segunda	84	Puerto Ayora (Central)	05 2527 460
18	LA PEÑITA	Restaurante	Segunda	40	Puerto Ayora (Pelícan Bay)	05 2527 054
19	NATSUMI	Restaurante	Segunda	28	Puerto Ayora (Pelícan Bay)	05 3014 419
20	SALVAVIDAS	Restaurante	Segunda	40	Puerto Ayora (Las Ninfas)	05 2526 418
21	TROPIC BIRD	Restaurante	Segunda	32	Puerto Ayora (Pelícan Bay)	05 2524 460
22	BLUE FOOTED BOOBY	Restaurante	Tercera	52	Puerto Ayora (Central)	-
23	CAFÉ SCUBA	Restaurante	Tercera	48	Puerto Ayora (El Edén)	05 2527 379
24	CEVICHERIA EL GUILLE	Restaurante	Tercera	40	Puerto Ayora (La Alborada)	05 2524 079
25	CHIFA ASIA	Restaurante	Tercera	40	Puerto Ayora (Pelícan Bay)	05 2527 321
26	EL VIEJO Y EL MAR	Restaurante	Tercera	40	Puerto Ayora (Pelícan Bay)	05 2526 404
27	LO&LO CEVICHE Y ALGO MAS	Restaurante	Tercera	28	Puerto Ayora (Pelícan Bay)	05 2524 681
28	PLAYA, SOL Y MAR	Restaurante	Tercera	64	Puerto Ayora (Pelícan Bay)	05 2524 214
29	RINCON DEL ALMA	Restaurante	Tercera	60	Puerto Ayora (Pelícan Bay)	05 2526 196



30	SERVISABROSON	Restaurante	Tercera	64	Puerto Ayora (Pelícan Bay)	05 2527 461
31	SKY ROCK	Restaurante	Tercera	24	Puerto Ayora (Pelícan Bay)	-
32	SPORT GALAPAGOS	Restaurante	Tercera	24	Puerto Ayora (Miraflores )	05 2527 165
33	CEVICHERIA CAFÉ BARCELONA	Restaurante	Cuarta	24	Puerto Ayora (Pelícan Bay)	05 2526 236
34	KALE	Restaurante	Cuarta	32	Puerto Ayora (Pelícan Bay)	-
35	NEPTUNO	Restaurante	Cuarta	32	Puerto Ayora (Pelícan Bay)	05 2526 540
36	SOL Y LUNA II	Restaurante	Cuarta	28	Puerto Ayora (Pelícan Bay)	-
37	GALAPAGOS DELI	Cafetería	Segunda	32	Puerto Ayora (Pelícan Bay)	05 3014 981
38	PROINSULAR	Cafetería	Tercera	32	Puerto Ayora (Las Ninfas)	05 2526 120
39	OMG GALAPAGOS	Fuente de soda	Primera	32	Puerto Ayora (Pelícan Bay)	05 2527 395
40	PIZZA.EAT	Fuente de soda	Primera	36	Puerto Ayora (Pelícan Bay)	05 2524 251
41	LE FIGARO	Fuente de soda	Segunda	12	Puerto Ayora (Pelícan Bay)	05 2524 153
42	I GO GRINGO	Fuente de soda	Tercera	16	Puerto Ayora (Central)	-
43	CERRO MESA	Restaurante	Segunda	60	El Camote (Bellavista)	05 2524 639
44	RANCHO PRIMICIAS	Restaurante	Segunda	120	Santa Rosa	05 2526 991
45	EL CHATO	Restaurante	Segunda	180	Santa Rosa	05 2526 246
46	AQUELARRE	Restaurante	Primera	60	El Carmen (Sta. Rosa)	05 2526 209
47	EL MANZANILLO	Restaurante	Primera	100	El Carmen (Sta. Rosa)	05 3014 744
48	FORTIZ	Restaurante	Primera	168	El Carmen (Sta. Rosa)	05 2526 020
49	BALTRA (Iguana)	Restaurante	Segunda	56	Aeropuerto Baltra	05 2526 336
50	HELADERIA PIKEROS	Fuente de soda	Tercera	28	Aeropuerto Baltra	05 2527 281
51	AEROPUERTO VIP CLUB	Fuente de soda	Segunda	92	Aeropuerto Baltra	05 2534 025
52	IGUANA CAFÉ BAR	Restaurante	Tercera	16	Aeropuerto Baltra	05 2526 631

53	ISLA EXPRESS	Restaurante	Segunda	28	Aeropuerto Baltra	-
----	--------------	-------------	---------	----	-------------------	---

Fuente: GADMSC, MINTUR, 2016.

Elaborado por: Yadira Merecí, 2016.

### e) **Recreación**

Dentro del catastro turístico se encuentran registrados doce establecimientos que proporcionan actividades de recreación y diversión, ofreciendo servicio de bar, discoteca y karaoke.

**Cuadro 27.** Establecimientos de recreación

No.	ESTABLECIMIENTO	TIPO	CATEGORÍA	CAPACIDAD DE PAX	DIRECCIÓN
1	VOLCANO BAYA	Bar	Primera	52	Puerto Ayora (Pelícan Bay)
2	BONGO	Bar	Segunda	60	Puerto Ayora (Pelícan Bay)
3	BUGANVILLA	Bar	Segunda	45	Puerto Ayora (Pelícan Bay)
4	LA PEÑITA	Bar	Segunda	40	Puerto Ayora (Pelícan Bay)
5	THE PUB GALAPAGOS	Bar	Segunda	30	Puerto Ayora (Central)
6	UPPER CLUB	Bar	Segunda	48	Puerto Ayora (Central)
7	FERCHO'S	Discoteca	Segunda	32	Puerto Ayora (Central)
8	LA PANGA	Discoteca	Segunda	60	Puerto Ayora (Pelícan Bay)
9	LIZARD	Discoteca	Segunda	32	Puerto Ayora (Pampas Coloradas)
10	MALIBUU	Discoteca	Segunda	80	Puerto Ayora (Pampas Coloradas)
11	MI OFICINA	Discoteca	Segunda	60	Puerto Ayora (La unión)
12	GEORGE KARAHOKE	Discoteca	Segunda	44	Puerto Ayora (Los Cactus)

Fuente: GADMSC, MINTUR, 2016.

Elaborado por: Yadira Merecí, 2016.

## **f) Competencia**

Santa Cruz tiene una potencialidad turística amplia, sus atractivos hacen de este lugar único, sin embargo, posee una competencia en la oferta turística en las islas cercanas como Cristóbal e Isabela.

Cuentan con itinerarios en el mercado y su oferta está incluida en los programas de viajes de tour operadoras y agencias de viajes a nivel nacional e internacional, el flujo de demanda es constante lo cual ha influido económicamente en la población.

En cuanto a la competencia con relación a rutas cercanas, se analizó la ruta de cacao de Guayaquil.

## **i. Cristóbal**

Según el catastro presentado por el MINTUR (2015), existen 10 operadoras turísticas, cuenta con 81 establecimientos para alojamiento en donde los visitantes puedan descansar de forma placentera, de los cuales 6 son hoteles, 36 hostales, 8 hostales residencia, 9 pensiones, 20 casa de huéspedes, 1 Lodge, y 1 cabaña; en cuanto a alimentación y bebidas cuenta con 9 cafeterías y 11 restaurantes; transporte turístico marítimo existen 29 (algunos prestan servicio de alojamiento); 3 establecimientos en transporte turístico terrestre y 7 establecimientos que proporcionan actividades de recreación y diversión, ofreciendo servicio de bar, discoteca y peña.

También se puede añadir que proporciona las mismas, modalidades o líneas de productos turísticos que el cantón Santa Cruz.

- **Atractivos Turísticos de Cristóbal**

- Galapaguera Natural
- Bahía Sardinias
- Punta Pacuna
- Cerro Brujo
- León Dormido
- Cerro tijeretas
- La lobería
- Bahía Rosa Blanca
- Punta Pitt
- Laguna El Junco

## ii. Isabela

Los establecimientos de operadoras que están registradas en el catastro turístico de Isabela son 7; están registrados 59 establecimientos de alojamiento de los cuales están clasificados de la siguiente manera 29 hostales, 17 pensiones, 12 casas de huésped y 1 cabaña; en establecimientos de alimentación y bebidas se encuentran registrados 23 restaurantes, 2 cafeterías y 3 fuentes de soda; y 7 establecimientos que proporcionan actividades de recreación y diversión, así mismo ofreciendo servicio de bar, discoteca, peña y karaoke. Ofreciendo del mismo modo, las mismas modalidades de turismo que las dos islas.

- **Atractivos turísticos**
  - Las tintoreras
  - Volcán Sierra Negra
  - Centro de Interpretación Concha la Perla
  - Muro de las Lagrimas
  - Volcán Chico
  - Islote la Viuda

En cuanto, a la competencia directa se detalla, que se encuentra un lugar próximo a la isla Santa Cruz, al norte esta la ciudad de Guayaquil, esta ciudad posee un sin número de atractivos turísticos naturales y culturales y a su vez, también proporciona el producto de la **RUTA DEL CACAO**.

## iii. Ruta de Cacao – Guayaquil

**Tabla 41.** Sistema turístico de la ruta del cacao de Guayaquil

<b>SISTEMA TURÍSTICO: Guayaquil</b>	
<b>DEMANDA</b>	<p><b>TURISTAS:</b> Llegaron 2.110 turistas nacionales y extranjeros en el año 2014, de los cuales 1.266 fueron turistas nacionales lo que representa el 60% y 844 fueron turistas extranjeros lo que representa el 40%.</p>
<b>OFERTA</b>	<p><b>SUPERESTRUCTURA:</b> Organismos responsables de la organización y buen funcionamiento del sistema turístico.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Ámbito geográfico:</b> OMT.</li> <li>• <b>Participación:</b> MINTUR, MAE, GAD Municipales, Empresa pública de Turismo, Consorcio de Gobiernos Autónomos Provinciales del Ecuador (CONGOPE).</li> <li>• <b>Actividad:</b> Público y privado.</li> </ul>

<p><b>PLANTA TURÍSTICA:</b> Cuenta con una planta turística disponible para satisfacer las necesidades del visitante y brindar un buen servicio.</p>
<p><b>INFRAESTRUCTURA:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Agua:</b> Posee agua potable</li> <li>• <b>Alcantarillado:</b> Si posee</li> <li>• <b>Energía:</b> Poseen energía eléctrica las 24 horas.</li> <li>• <b>Transporte:</b> posee transportes terrestres, vías de primer orden y asfaltada, también existe vías de segundo orden que se dirigen a los diferentes atractivos turísticos.</li> </ul>
<p><b>ATRACCIONES Y ACTIVIDADES:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Atractivos:</b> Reserva Ecológica Manglares Chute, Cerro de Hayas y las 7 cascadas, Cerro de Comuna Shuar, Aguas termales (parroquia Jesús María y comuna Shuar), Rio Bucay y Chacayacu, Centro de Rescate Fundación Jambelí, visita a haciendas como: Jambeli y Cañas.</li> <li>• <b>Actividades:</b> Observación de flora y fauna, caminata, agroturismo y gastronomía, avistamiento de aves, camping, turismo de aventura, paseos en canoa en los esteros existentes, senderismo y cabalgata.</li> </ul>

La competencia se realizó analizando al competidor directo en este caso, la ruta del cacao existente en la ciudad de Guayaquil, se realizó aplicando la fórmula del interés compuesto proyectando para los próximos 5 años, además, según el Mintur (2014), hubo un incremento del 3% en el turismo.

**Fórmula:**

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

**Dónde:**

Co = Año a proyectar

Cn = Número de clientes

I = Incremento de turismo nacional e internacional (3%)

N = El año a proyectarse (1-5)

**Tabla 42.** Proyección de la competencia

<b>PROYECCIÓN DE LA COMPETENCIA</b>			
<b>AÑO</b>	<b>COMPETENCIA ACTUAL 3%</b>		<b>TOTAL DE OFERTA NACIONAL Y EXTRANJERA</b>
	<b>NACIONALES</b>	<b>EXTRANJEROS</b>	
2014 (0)	1266	844	2110
2015 (1)	1304	869	2173
2016 (2)	1383	922	2306
2017 (3)	1512	1008	2519
2018 (4)	1701	1134	2836
2019 (5)	1972	1315	3287

Fuente: Mintur-Guayaquil, 2016.

Elaborado por: Yadira Mercé, 2016.

### 3. Confrontación demanda vs oferta

#### 1) Proyección demanda actual y potencial para la ruta turística del café

Para este análisis se tomó como referencia el universo de estudio de los turistas que visitaron el cantón Santa Cruz en el año 2014, que corresponde a 158.672, estos lo hicieron por el aeropuerto Seymour de la isla de Baltra, quienes 114.877 fueron turistas extranjeros y 43.795 fueron turistas nacionales.

#### 2) Proyección de la demanda potencial o futura

Para el cálculo de la proyección de la demanda potencial tanto nacional como extranjera, con la finalidad de estimar datos de la demanda a futuro, se utilizó la fórmula del interés compuesto proyectando para los próximos 5 años, además, según el Parque Nacional Galápagos (PNG), en el año 2014 creció un 6%.

#### Fórmula:

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

#### Dónde:

Co = Año a proyectar

Cn = Número de clientes

I = Incremento de turismo nacional e internacional (0,06%)

N = El año a proyectarse (1-5)

De ellos 114.877 fueron turistas extranjeros, lo que representa el 72,4 % del total y 43.795 fueron turistas nacionales, lo que corresponde al 27,6 %. De acuerdo el Observatorio de Turismo.

**Tabla 43.** Proyección de la demanda potencial para los próximos 5 años.

<b>PROYECCIÓN DE LA DEMANDA POTENCIAL</b>			
<b>AÑO</b>	<b>DEMANDA ACTUAL 6%</b>		<b>TOTAL DE DEMANDA NACIONAL Y EXTRANJERA</b>
	<b>NACIONALES</b>	<b>EXTRANJEROS</b>	
2014 (0)	43795	114877	158672
2015 (1)	45109	118323	163432
2016 (2)	47856	125529	173385
2017 (3)	52294	137169	189463
2018 (4)	58857	154385	213242
2019 (5)	68231	178975	247206

Elaborado por: Yadira Merecí, 2016.

El proyecto inició teniendo una visita de 158672 en el año 2014 alcanzando progresivamente un incremento que llegará a los 247206 turistas en el año 2017, sin duda estos datos muestran un futuro alentador en el desarrollo de la actividad turística para el cantón Santa Cruz.

### 3) Demanda insatisfecha proyectada

Para el cálculo de la demanda insatisfecha para este producto se obtuvo aplicando la fórmula  $\text{demanda} - \text{oferta}/\text{competencia} = \text{demanda insatisfecha}$ , proyectada para 5 años.

**Tabla 44.** Demanda insatisfecha proyectada

<b>DEMANDA INSATISFECHA PROYECTADA</b>			
<b>AÑO</b>	<b>DEMANDA</b>	<b>OFERTA</b>	<b>TOTAL</b>
2014 (0)	158672	2110	156562
2015 (1)	163432	2173	161259
2016 (2)	173385	2306	171080
2017 (3)	189463	2519	186943
2018 (4)	213242	2836	210406
2019 (5)	247206	3287	243918

Elaborado por: Yadira Merecí, 2016.

### 4) Cuota objetivo del mercado

Se elaboró tomando en cuenta la demanda insatisfecha, logrando captar el 13% de la demanda objetivo.

**Tabla 45.** Demanda objetivo

<b>DEMANDA OBJETIVO</b>		
<b>AÑO</b>	<b>DEMANDA INSATISFECHA</b>	<b>DEMANDA OBJETIVO 13%</b>
2014 (0)	156562	20353
2015 (1)	161259	20964
2016 (2)	171080	22240
2017 (3)	186943	24303

2018 (4)	210406	27353
2019 (5)	243918	31709

**Elaborado por:** Yadira Merecí, 2016.

Tiene competitividad el producto en base al indicador que presenta la matriz y como lo van a ejecutar las instituciones como: GADMSC, MINTUR Y CGREG.



C. ESTUDIO TÉCNICO DE LA RUTA TURÍSTICA DEL CAFÉ

1. Identificación de la ruta

Mapa No. 2. Ruta del café



Elaborado por: Yadira Mercé, 2016.

### **a. Concepto de la Ruta**

El cantón Santa Cruz se caracteriza por poseer siete zonas de vida, factores muy importantes ya que contribuyen a disfrutar una variedad de climas y a la existencia de un sinnúmero de especies de flora y fauna.

La ruta turística de café es un proyecto de participación para promover la agricultura sostenible y un turismo responsable que no sea masivo para la naturaleza, valorizando de esta forma las potencialidades del territorio.

La producción del café Santa Cruceño, su aroma, la gente que lo cultiva y los paisajes donde se levantan las plantas de la especie arábica, con sus diferentes variedades: típica, caturra, villa lobos, borgon, catinor. Existen 27 productores activos con 214 hectáreas y los que exportan el producto al continente en verde son menos de 10.

Esta es una nueva ruta para quienes se decidan a visitar la parte alta de la isla, siete fincas caficultoras serán los puntos de llegada.

Se escogieron a siete, porque cuentan con algunas adecuaciones, comprometiéndose, así mismo, a implementar lo necesario para hacer de la visita del turista muy acogedora.

Aunque, actualmente, ya cuentan con paquetes turísticos en las diferentes modalidades de operaciones turísticas, el objetivo de la ruta del café es que Santa Cruz se vincule con las comunidades rurales, además que los visitantes conozcan el proceso (sembrado, cosecha, despulpado y enfundado del café) que realizan los caficultores para obtener el exquisito café.

### **2. Identificación y caracterización de los sitios promisorios de la ruta**

Dentro de este elemento se identifican los atractivos naturales y culturales con cada una de las actividades turísticas, las mismas que se establecieron en base al perfil del turista y del potencial natural y cultural presente en el lugar para la realización de la ruta.

a) **Áreas de Bellavista:** Cascajo, Media Luna, Guayabillos y Santa Rosa

**Cuadro 28.** Identificación de atractivos con las respectivas actividades

ATRACTIVO	ACTIVIDADES	LUGAR
Mercado artesanal	Adquisición de artesanías	Puerto Ayora
Museo	Observación Arqueológica en realidad aumentada	Puerto Ayora
Túnel del Amor	Caminata	Bellavista
El trapiche	Agroturismo	Cascajo
Playa El Garrapatero	Natación, observación de flora y fauna, Kayak.	Cascajo
Reserva ecológica el chato	Observación de especies autóctonas de Santa Cruz	Sta. Rosa
Cerro Media Luna, Crocker y Puntudo	Avistamiento de aves Mirador Fotografía.	Media Luna

Elaborado por: Yadira Merecí, 2016.

### 3. Identificación de la planta turística de la ruta

En la ruta turística se identifican lugares que prestan servicios como: hospedaje, alimentación, recreación y transporte, los mismos que permiten ampliar la oferta turística de la ruta, satisfaciendo las necesidades del turista para su permanencia tanto en el cantón como en sus parroquias y recintos.

Mediante el análisis de la evaluación potencial, la ruta de turismo del café cuenta con los servicios de infraestructura básica (sistema de interconexión de energía eléctrica, agua entubada, telefonía móvil, sub centro de salud así también como vías de acceso en buenas condiciones).

### 4. Propuesta de empaquetamiento

Conforme a la planta turística disponible y los atractivos naturales se elaboró el empaquetamiento, que no es otra cosa que la elaboración del paquete turístico.

La elaboración de los paquetes se realizó tomando en cuenta las características de la demanda, potencialidad turística y disponibilidad de servicios. Se elaboraron 2 paquetes turísticos para la operación de la ruta turística del café.

- “Ruta del café, Aventura y Cultura”
- “Ruta del café, una aventura extraordinaria”

**a. Paquetes**

**1) Paquete N° 1. "Ruta del café, Aventura y Cultura"**

**Cuadro 29.** Paquete N° 1

<b>Paquete N° 01</b>		
<b>Denominación: "Ruta del café, Aventura y Cultura"</b>		
<b>Código:</b> RTC-01	<b>Carácter:</b> Natural/Cultural	<b>Estilo:</b> Agroturismo, caminata, cabalgata, natación, observación de flora y fauna.
<b>Dificultad:</b> Bajo	<b>Idioma de guianza:</b> Español/Inglés	<b>Duración:</b> 3 días
<b>Recorrido:</b> Santa Cruz, Bellavista, Cascajo, Media Luna y Guayabillos.		
<b>Itinerario</b>		
<b>Día</b>	<b>Hora</b>	<b>Actividades</b>
1	06:00	Desayuno en el restaurante "Descanso del Guía". Puerto Ayora
	07:00	Salida desde el parque central del cantón, hasta los túneles del amor.
	07:45	Llegada a los túneles del amor. Bienvenida por el propietario del lugar
	08:45	Salida hacia el cafetal Aguirre. Actividades con los visitantes sobre la preparación y manejo del terreno para la siembra del café.
	09:45	Traslado a la finca de cafetal Ballesteros, observación de flora y fauna, cuidado y monitoreo de la plantas del café, cabalgata.
	10:45	Salida al trapiche y al cafetal Sánchez.
	11:00	Arribo al trapiche, observación de los procesos para la obtención del jugo de caña y del aguardiente. Y algunos procesos de la producción del café
	11:45	Salida hacia el columpio mágico.
	12:00	Arribo al columpio mágico: Mirador y almuerzo gastronomía tradicional y/o al gusto del turista.
	13:30	Salida hacia la playa El Garrapatero
	14:20	Arribo al Garrapatero (opción para realizar Kayak)
2	16:30	Salida del Garrapatero para dirigirse al hostel Quinta Margarita
	18:00	Cena en el hostel
	07:00	Desayuno en el hostel
	07:45	Arribo al cafetal Castillo, observará la Cosecha y post cosecha del café

	09:00	Salida al cafetal Villalta recorrido por el sendero observación de flora y fauna, observación del proceso de enfundado del café.
	10:30	Arribo a los cerros Media luna, Crocker y puntudo, avistamiento de aves. Mirador.
	13:30	Retorno y almuerzo en Bellavista, gastronomía típica en el restaurante La casa de la abuela.
	14:30	Tarde cultural y recreativa en las canchas de la parroquia de Bellavista y paseo por la iglesia.
	18:00	Cena en el Lodge
3	06:30	Arribo y desayuno finca de cafetal Cueva Guayabillos.
	08H30	Arribo a la finca. Bienvenida. En esta finca los turistas podrán vivir la experiencia de cuatro generaciones de cafetaleros que trabajan bajo el concepto de la agricultura sostenible, la diversificación y el respeto del medio ambiente, así como recorridos por viveros de flores y follajes exóticos. Conocerás desde la pisca, que es recolectar el fruto de la planta, hasta el tostado del grano que define su sabor
	11:30	Salida a la finca del cafetal Escudero cosecha y post cosecha del café. Museo del café.
	12:30	Almuerzo en los Guayabillos.
	13:30	Salida a la reserva ecológica El Chato, observación de especies de tortugas gigantes en su hábitat.
	14:30	Salida al puerto
	14:45	Arribo al puerto, Recorrido por la avenida Charles Darwin (comerciantes de souvenirs) Visita a Museo Arqueológico Precolombino en Realidad Aumentada del Ecuador (MAPRAE) y al mercado artesanal.
	16:00	Agradecimiento y despedida. Fin del servicio.
<b>Requerimientos para la visita</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ropa cómoda</li> <li>• Ropa de baño</li> <li>• Repelente contra insectos</li> <li>• Botas de caucho</li> <li>• Gorra</li> <li>• Bloqueador sola</li> <li>• Cámara fotográfica</li> <li>• Bebidas hidratantes</li> </ul>		
<b>Prohibiciones</b>		
Llevar armas blancas, armas de fuego y bebidas alcohólicas.		
<b>Normas de comportamiento</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>• No arrojar basura</li> <li>• No destruir la infraestructura o materiales de la zona</li> <li>• No recolectar especies vegetales o animales</li> </ul>		
<b>Incluye</b>		

Entradas, guianza, pesca deportiva, alimentación.
<b>No incluye</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Comidas y bebidas extras</li> <li>• Todo lo que no incluya dentro del paquete programado</li> </ul>

**Elaborado por:** Yadira Merecí, 2016.

## 2) Paquete N° 2 “Ruta del café, una aventura extraordinaria”

**Cuadro 30.** Paquete N° 2

<b>Paquete N° 02</b>		
<b>Denominación: “Ruta del café, una aventura extraordinaria”</b>		
<b>Código:</b> RTC-01	<b>Carácter:</b> Natural	<b>Estilo:</b> Agroturismo, caminata, cabalgata, natación, observación de flora y fauna y avistamiento de aves.
<b>Dificultad:</b> Moderado	<b>Idioma de guianza:</b> Español/Inglés	<b>Duración:</b> 2 días
<b>Recorrido:</b> Santa Cruz, Cascajo y Guayabillos		
<b>Itinerario</b>		
<b>Día</b>	<b>Hora</b>	<b>Actividades</b>
1	06:00	Desayuno en el restaurante “Descanso del Guía”. Puerto Ayora
	07:00	Salida desde el parque central del cantón hasta los túneles del amor.
	07:45	Llegada a los túneles del amor. Bienvenida por el propietario del lugar
	08:45	Salida hacia el cafetal Aguirre. Actividades con los visitantes sobre la preparación y manejo del terreno para la siembra del café.
	09:45	Traslado a la finca de cafetal Ballesteros, observación de flora y fauna, cuidado y monitoreo de la plantas del café, cabalgata.
	10:45	Salida al trapiche y al cafetal Sánchez.
	11:00	Arribo al trapiche, observación de los procesos para la obtención del jugo de caña y del aguardiente. Y algunos procesos de la producción del café
	11:45	Salida hacia el columpio mágico.
	12:00	Arribo al columpio mágico: Mirador y almuerzo gastronomía tradicional y/o al gusto del turista.
	13:30	Salida hacia la playa El Garrapatero
	14:20	Arribo al Garrapatero
16:30	Salida del Garrapatero para dirigirse al hostel Quinta Margarita	

	18:00	Cena en el hostel
<b>2</b>	06:30	Arribo y desayuno finca de cafetal Cueva. Guayabillos.
	08H30	Arribo a la finca. Bienvenida. En esta finca los turistas podrán vivir la experiencia de cuatro generaciones de cafetaleros que trabajan bajo el concepto de la agricultura sostenible, la diversificación y el respeto del medio ambiente, así como recorridos por viveros de flores y follajes exóticos. Conocerás desde la pisca, que es recolectar el fruto de la planta, hasta el tostado del grano que define su sabor
	11:30	Salida a la finca del cafetal Escudero cosecha y post cosecha del café. Museo del café.
	12:30	Almuerzo en los Guayabillos. Parrillada y caldito de gallina de campo.
	13:30	Salida a la reserva ecológica El Chato, observación de especies de tortugas gigantes en su hábitat.
	14:30	Salida a Puerto Ayora
	14:45	Arribo a Puerto Ayora, Recorrido por la avenida Charles Darwin (comerciantes de souvenirs) Visita al Museo Arqueológico Precolombino en Realidad Aumentada del Ecuador (MAPRAE) y al mercado artesanal.
	16:00	Agradecimiento y despedida. Fin del servicio.
<b>Requerimientos para la visita</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ropa cómoda</li> <li>• Ropa de baño</li> <li>• Repelente contra insectos</li> <li>• Botas de caucho</li> <li>• Gorra</li> <li>• Bloqueador sola</li> <li>• Cámara fotográfica</li> <li>• Bebidas hidratantes</li> </ul>		
<b>Prohibiciones</b>		
Llevar armas blancas, armas de fuego y bebidas alcohólicas.		
<b>Normas de comportamiento</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>• No arrojar basura</li> <li>• No destruir la infraestructura o materiales de la zona</li> <li>• No recolectar especies vegetales o animales</li> </ul>		
<b>Incluye</b>		
Entradas, guianza, pesca deportiva, alimentación.		
<b>No incluye</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Comidas y bebidas extras</li> <li>• Todo lo que no incluya dentro del paquete programado</li> </ul>		

3) **Análisis de los costos de los paquetes**a) **Costos del paquete “Ruta del café, Aventura y Cultura”**

Para la realización del paquete se tomó en consideración el perfil de la demanda tanto nacional como extranjera. Así como también, haciendo relevancia en el pago y el tiempo de permanencia.

**Tabla 46.** Costos de los servicios por persona y por día

<b>COSTOS POR PERSONA POR UN DÍA</b>	<b>TOTAL</b>
Desayuno	\$ 6,00
Almuerzo	\$ 6,00
Cena	\$ 4,00
Hospedaje	\$ 30,00
Alquiler de caballo	\$ 30,00
Ingreso al túnel	\$ 3,00
Alquiler de kayak	\$ 5,00
Museo arte precolombina de realidad aumentada del Ecuador	\$ 8,00
<b>COBROS POR DÍA</b>	
Transporte	\$ 100,00
Guianza	\$ 100,00
Tarde cultural y recreativa	\$ 80,00

**Elaboración por:** Yadira Merecí, 2016.

**Tabla 47.** Costos del paquete “Ruta del café, Aventura y Cultura”

<b>COSTO DEL TOUR</b>	<b>RANGO DE PAX (3 días )</b>		
	<b>4</b>	<b>6</b>	<b>10</b>
<b>COSTOS GENERALES DEL TOUR</b>			
TRANSPORTE	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 300,00
GUIANZA	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 300,00
TARDE CULTURAL Y RECREATIVA	\$ 80,00	\$ 80,00	\$ 80,00
<b>TOTAL COSTOS GENERALES</b>	<b>\$ 680,00</b>	<b>\$ 680,00</b>	<b>\$ 680,00</b>
<b>COSTOS INDIVIDUALES POR PAX</b>			
DESAYUNO	\$ 24,00	\$ 24,00	\$ 24,00
ALMUERZO	\$ 24,00	\$ 24,00	\$ 24,00
CENA	\$ 12,00	\$ 12,00	\$ 12,00
HOSPEDAJE	\$ 60,00	\$ 60,00	\$ 60,00
ALQUILER DE CABALLO	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 30,00
INGRESO AL TUNEL	\$ 3,00	\$ 3,00	\$ 3,00



ALQUILER DE KAYAC	\$ 5,00	\$ 5,00	\$ 5,00
MUSEO ARTE PRECOLOMBINA AUMENTADA DEL ECUADOR	\$ 8,00	\$ 8,00	\$ 8,00
<b>TOTAL DE COSTOS INDIVIDUALES POR PAX</b>	<b>\$ 166,00</b>	<b>\$ 166,00</b>	<b>\$ 166,00</b>
<b>TOTALES</b>			
COSTOS GENERALES	\$ 170,00	\$ 113,33	\$ 68,00
TOTAL DE COSTOS INDIVIDUALES POR PAX	\$ 166,00	\$ 166,00	\$ 166,00
<b>COSTO TOTAL</b>	<b>\$ 336,00</b>	<b>\$ 279,33</b>	<b>\$ 234,00</b>
GASTOS ADMINISTRATIVOS 10%	\$ 33,60	\$ 27,93	\$ 23,40
IVA 12%	\$ 40,32	\$ 33,52	\$ 28,08
MARGEN DE RANGO (utilidad) 15%	\$ 50,40	\$ 41,90	\$ 35,10
<b>PRECIO NETO</b>	<b>\$ 460,32</b>	<b>\$ 382,69</b>	<b>\$ 320,58</b>

Elaborado por: Yadira Merecí, 2016.

El precio final del paquete turístico por los tres días de recorrido por 4 pax es de \$ 460,32, por 6 pax es de \$ 382,69 y por 10 pax es de \$ 320,58 por persona.

**b) Costos del paquete "Ruta del café, conocimiento extraordinario"**

**Tabla 48.** Costos del paquete "Ruta del café, conocimiento extraordinario"

COSTO DEL TOUR	RANGO DE PAX (2 días )		
	4	6	10
<b>COSTOS GENERALES DEL TOUR</b>			
TRANSPORTE	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00
GUIANZA	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00
<b>TOTAL DE COSTOS GENERALES</b>	<b>\$ 400,00</b>	<b>\$ 400,00</b>	<b>\$ 400,00</b>
<b>COSTOS INVIDIDUALES POR PAX</b>			
DESAYUNO	\$ 16,00	\$ 16,00	\$ 8,00
ALMUERZO	\$ 16,00	\$ 16,00	\$ 16,00
CENA	\$ 6,00	\$ 6,00	\$ 6,00
HOSPEDAJE	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 30,00
ALQUILER DE CABALLO	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 30,00
INGRESO AL TUNEL	\$ 3,00	\$ 3,00	\$ 3,00
ALQUILER DE KAYAC	\$ 5,00	\$ 5,00	\$ 5,00
MUSEO ARTE PRECOLOMBINA AUMENTADA DEL ECUADOR	\$ 8,00	\$ 8,00	\$ 8,00
<b>TOTAL DE COSTOS INDIVIDUALES POR PAX</b>	<b>114,00</b>	<b>114,00</b>	<b>106,00</b>

<b>TOTALES</b>			
COSTOS GENERALES	\$ 100,00	\$ 66,67	\$ 40,00
TOTAL DE COSTOS INDIVIDUALES POR PAX	\$ 114,00	\$ 114,00	\$ 106,00
<b>COSTO TOTAL</b>	<b>\$ 214,00</b>	<b>\$ 180,67</b>	<b>\$ 146,00</b>
GASTOS ADMINISTRATIVOS 10%	\$ 21,40	\$ 18,07	\$ 14,60
IVA 12%	\$ 25,68	\$ 21,68	\$ 17,52
MARGEN DE RANGO (utilidad) 15%	\$ 32,10	\$ 27,10	\$ 21,90
<b>PRECIO NETO</b>	<b>\$ 293,18</b>	<b>\$ 247,51</b>	<b>\$ 200,02</b>

Elaborado por: Yadira Merecí, 2016.

El precio final del paquete turístico por los tres días de recorrido por 4 pax es de \$ 293,18 por 6 pax es de \$ 247,51 y por 10 pax es de \$ 200,02 por persona.

**Tabla 49.** Resumen de los paquetes

<b>NOMBRE DE LOS PAQUETES</b>	<b>PRECIO</b>			<b>DURACIÓN</b>
	<b>4</b>	<b>6</b>	<b>10</b>	
"Ruta del café, Aventura y Cultura"	\$ 460,32	\$ 382,69	\$ 320,58	3 días, 2 noches
"Ruta del café, conocimiento extraordinario"	\$ 293,18	\$ 247,51	\$ 200,02	2 días, 1 noche

Elaborado por: Yadira Merecí, 2016.

## **5. Diseño del sistema de señalización y señalética**

Se elaboró criterios básicos para la señalización y señalética de la ruta, considerando la zona, mediante los manuales de Señalética interpretativa y turística de: Parque Nacional Galápagos, Ministerio de Turismo y del GAD Municipal de Santa Cruz, con la finalidad de equilibrar la señalética, así mismo, se debe regir a las normativas vigentes por ser un área protegida.

También se seleccionó los sitios específicos de ubicación de señales de acuerdo con los tipos de señales a establecerse en el área, los cuales servirán para brindar una adecuada orientación, información y seguridad a los turistas satisfaciendo así sus requerimientos y expectativas.

También se seleccionó los sitios específicos de ubicación de señales de acuerdo con los tipos de señales a establecerse en el área, los cuales servirán para brindar una adecuada orientación, información y seguridad a los turistas satisfaciendo así sus requerimientos y expectativas.

A continuación se presentan los tipos de señalización turística que se colocaran.

**a. Vallas identificando la parroquia**

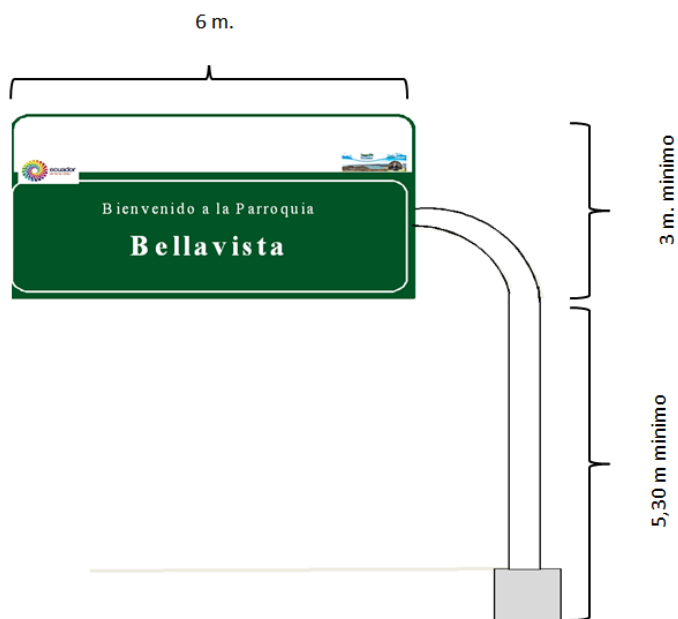


Gráfico 1. Vallas identificando la parroquia

**b. Vallas de atractivo y de servicios**

**1) Panel informativo en el inicio de la ruta**



Gráfico 2. Vallas identificando la ruta

c. Soportes que identifiquen la distancia y el lugar

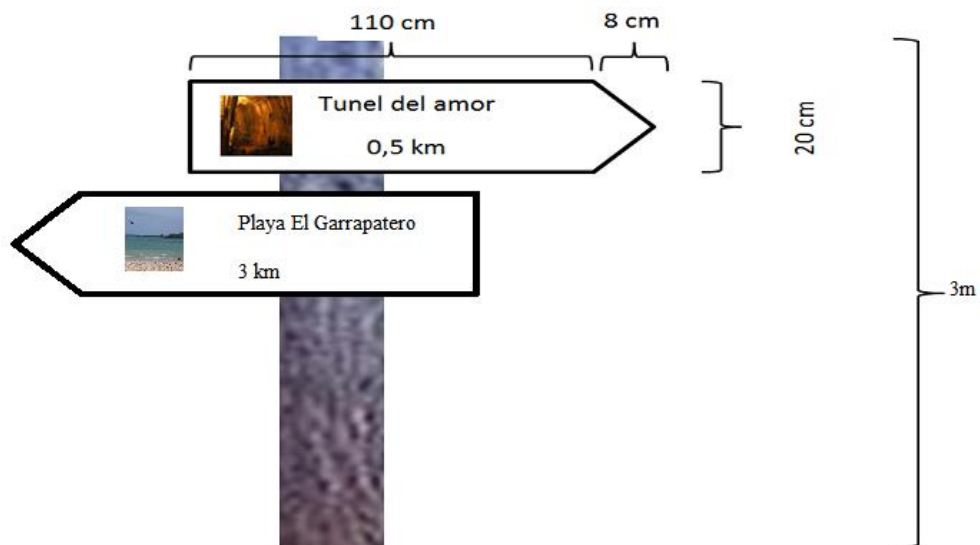


Gráfico 3. Soportes que identifiquen la distancia y el lugar

d. Aplicación gráfica



Gráfico 4. Aplicación gráfica, para cada una de las fincas cafetaleras

e. Pictograma

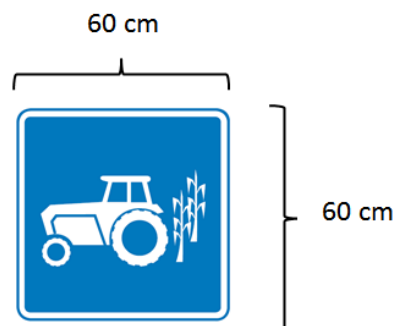


Gráfico 5. Pictograma, Agroturismo



**Gráfico 6.** Pictograma, Agroturismo



**Gráfico 7.** Pictograma, No arrojar basura



**Gráfico 8.** Pictograma, Área protegida

## **f. Sugerencias para el diseño de la letreros de la ruta**

### **1) Materiales**

Los letreros serán con los siguientes parámetros:

- Letreros de madera natural previamente tratada, secada y preservada de especies de árboles que no estén en peligro de extinción. No se utilizará madera de especies nativas o endémicas de Galápagos (Matazarno, manzanillo, entre otros.)
- Los letreros, rótulos, paneles interpretativos, serán confeccionados en madera tratada antiparásitos y anti putrefacción.
- Techos de madera (únicamente panel interpretativo) con tratamiento antiparásitos y anti putrefacción.
- Pintura acrílica y tres manos de barniz exterior.
- Postes de madera cascarilla diámetro 10 a 15 cm. con tratamiento antiparásitos y anti putrefacción.

### **2) Especificaciones técnicas**

Los letreros serán ensamblados con las siguientes especificaciones:

- Técnica de unión nitidez y duramen unido con epódica.
- Tablones o piezas de 11 cm de ancho por 4 de espesor
- Tratamiento antiparasitario - Madero diluido con gasolina, o equivalente (secado 24 horas).
- Para la confección del panel se utilizará madera previamente tratada, secada y preservada.
- Tratamiento de sellado de poros – Sellador de Pinturas Unidas, mínimo 3 manos, lijado con liga de 100, 120 y 240.
- Técnica: Calado en bajo relieve y pintado con pintura acrílica
- Pintura exterior, epódica marina para exteriores transparente.
- Tonos: Pantones de color de acuerdo a Manual de Señalización del PNG y del Gobierno Municipal de Santa Cruz.
- Los postes para letreros serán de madera seca tratada antiparásita y anti putrefacción, el diámetro de 8 a 15 cm.
- Se utilizara pernos de acero inoxidable.

### 3) **Tipos de letras**

- La tipografía respetará el Manual de Señalización del PNG
- El tamaño mínimo de la letra es de 2 cm. y un máximo de 10 cm., que estará especificado en cada matriz de letrero.
- Las letras deberán ser caladas en bajo relieve y pintadas de color blanco para el español y en inglés el color de las letras debe ser cursivo en color negro.

## 6. **Requerimientos para la ruta**

- Definición de una imagen turística.
- Elaborar un plan de promoción y difusión.
- Implementación y mejoramiento de senderos y señalización turística en y hacia los atractivos y recintos.
- Plan de manejo ambiental para el cuidado y protección de los recursos naturales en los recintos.
- Mejoramiento de infraestructura básica y planta turística.
- Proyectos de desarrollo turístico sostenible relacionados con la generación de microempresas
- Implementación de un plan de seguridad turística coordinada por el GADM Santa Cruz.

## 7. Estrategias de comercialización y difusión

Se estableció estrategias a través de las cuatro variables del marketing mix, para lo cual se tomó el análisis del perfil de los turistas nacionales y extranjeros con el fin de conocer sus intereses y de esta manera definir estrategias correspondientes.

### a. Estrategias del Cliente y/o consumidor

#### 1) Definición de la imagen marca de la ruta

La imagen turística para la ruta turística del café, comprende la definición de una marca bien gestionada ya que puede aportar numerosas ventajas, entre ellas la posibilidad de competir con otros destinos de igual a igual a través del diseño del logotipo de la ruta el cual diferenciará de los otros productos turísticos locales, nacionales e internacionales.



Gráfico 9. Logotipo que identifica la Ruta

#### 2) Cromatología del logotipo

El diseño del logotipo lleva una especie que es muy representativa de la parte alta (pájaro brujo- *Pyrocephalus rubinus*), se lo puede observar mientras se realiza la caminata, está posando sobre una ramita de café pues pasa silbando en las plantas de

café, la frase “TIERRA DE ENCUENTROS, AROMAS Y SABORES”, es porque Santa Cruz es un cantón lleno de encuentros mágicos, por sus historias, sus lugares paisajísticos que al visitarlos no querrás dejarlos; la frase aromas y sabores es por el aroma del café no se compara con del país; es un poco más fuerte.

- **Colores y significados**

**Café.-** Representa el color de café de producción

**Verde.-** La naturaleza endémica que existe en santa cruz y alrededor de las plantas de café.

**Rojo.-** Representa las variedades de café que se cultiva aquí en el cantón.

- **Dimensiones**

120 cm x 120 cm, para colocar en la asociación, y en las fincas caficultoras, sobre el vidrio de la oficina y en las fincas se lo colocaría en un soporte de madera

**b. Estrategias de costo**

**a. Actualización de precios**

El precio constituye una de los principios más importantes al momento de adquirir un producto, pues quien compra evaluará la calidad del producto turístico, por tanto, se debe promocionar y desarrollar paquetes turísticos a precios justos los cuales deben ser actualizados tomando en cuenta los servicios que se prestará al turista y siempre cuando tomando como referencia la fijación de precios de los competidores.

**b. Asociación con los prestadores de servicios turísticos**

Establecer asociaciones con las agencias de viajes y/operadoras, en el tema de:

- Precio competitivo con otras modalidades
- Comisiones
- Gratuidades por cada 10 personas, una será gratis
- Descuentos del 10% en temporadas altas y fechas especiales, como feriados, fines de semana.

**c. Estrategias de convivencia o Promoción en ventas**



Para promover la venta del producto turístico se promueve realizar promociones y descuentos temporales a turistas que compren el producto en:

- Realizar alianzas estratégicas a través de agencias de viajes y operadoras de turismo, los mismos que serán, los intermediarios, en donde puedan, primero familiarizarse con el producto y luego explicar las características del producto turístico a la demanda nacional y extranjera que viajan por medio de paquetes turísticos, para finalmente generar ventas.
- Se venderá el producto por: internet, directamente en la asociación o en las agencias y/ operadoras.

#### **d. Estrategias de comunicación**

En esta estrategia lo que se trata es de que la ruta pueda abrirse adecuadamente en diferentes mercados nacional e internacional, ofertando el producto en todos los municipios del Ecuador con el propósito de dar a conocer, y de esta manera posicionarlo en el mercado.

Para atraer el mercado receptivo se propone dirigir la publicidad para ofertar el producto a los países que se encuentran en América (Argentina, Chile, Canadá, entre otros), Europa (España, Australia, Alemania), y Asia (Japón, Georgia, entre otros), quienes han demostrado interés para realizar actividades dentro de la ruta del café que se desea implementar.

Las estrategias de publicidad y promoción fueron definidas en base al análisis del estudio de mercado, en donde los principales medios donde se informan los turistas nacionales y extranjeros son a través del internet, folletos y trípticos, además, organizaron sus viajes por medio de agencias de viaje y operadoras turísticas

## 1) Estrategias de comunicación

Cuadro 31. Estrategias de difusión

TIPO DE PUBLICIDAD	DETALLE	OBJETIVO	POLÍTICA DE LA ACTIVIDAD	OBSERVACIÓN	PRESUPUESTO ANUAL
<b>Internet</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Incorporar la imagen turística de la ruta turística en la página web del GADMSC y del Ministerio de Turismo.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Captar turistas que buscan destinos a través del internet.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Actualización de la información de la oferta turística, como los eventos que se realicen continuamente.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Asistencia técnica.</li> </ul>	\$ 800,00
<b>Folletos y trípticos</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Imprimir a full color la ruta del café, con sus diferentes lugares turísticos, planta turística y descripción de actividades.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Difundir la imagen de la ruta turística del café a nivel nacional e internacional.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Distribución en todos los I-tur del país, aeropuertos, agencias.</li> <li>Acogida de la demanda nacional e internacional.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Difusión a nivel nacional e internacional.</li> </ul> <p>Hacer anualmente los folletos y trípticos, actualizar constantemente.</p>	\$ 4000,00
<b>Agencias de viaje y operadoras de turismo.</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Realizar Alianzas estratégicas entre las agencias de viajes y operadoras.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Contar con un flujo permanente de turistas para que recorran la ruta.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Buscar y concluir convenios con los diferentes prestadores turísticos.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Asociación de los caficultores</li> </ul>	
<b>TOTAL</b>					<b>\$ 4800,00</b>

Elaborado por: Yadira Merecí, 2016.

## B. ESTUDIO LEGAL Y ADMINISTRATIVO PARA LA OPERACIÓN DE LA RUTA

### 1. Marco legal

Se tomó en cuenta el marco legal de acuerdo a la legislación ecuatoriana, además cabe indicar que también se analizó el REGLAMENTO DE LA LEY ESPECIAL DE GALÁPAGOS para la aplicación del proyecto, los mismos que se detalla a continuación:

**Tabla 50.** Matriz de la normativa para el funcionamiento del proyecto

LEY	ARTÍCULOS	APORTE CON EL PROYECTO
Constitución Política de la República del Ecuador	TÍTULO I, elementos constitutivos del estado; capítulo primero principios fundamentales; en el Art. 3. deberes primordiales del estado, en los literales 5 y 7, señala que:	Esta investigación ayudará a promover el desarrollo sustentable y la redistribución equitativa de los recursos y la riqueza, para acceder al buen vivir, a la vez se conserva el patrimonio natural y cultural del cantón.
	TÍTULO II derechos, garantías y deberes; Capítulo segundo, derechos del buen vivir; Sección segunda, ambiente sano; Art. 14, señala:	
	Título VII con respecto al buen vivir; Sección sexta cultura; Art. 383:	
Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización (COOTAD)	TITULO I principios generales; en el Art. 3 principios; literal h) Sustentabilidad del desarrollo, señala que:	La aplicación d este articulo conlleva asumir una visión integral, asegurando los aspectos sociales, económicos, ambientales, culturales e institucionales, armonizados con el territorio y aportarán al desarrollo justo y equitativo de todo el cantón.
	Art. 4 fines de los gobiernos	

	descentralizados; literal d), Capítulo III Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal; Sección Primera naturaleza Jurídica, Sede y Funciones; Art. 54 funciones; literal g), Artículo 55.- Competencias exclusivas del gobierno autónomo descentralizado municipal; Literal h),	También regulará, controlará y promoverá el desarrollo de la actividad turística de toda la isla, en coordinación con los demás gobiernos autónomos descentralizados, promoviendo especialmente la creación y funcionamiento de organizaciones asociativas y empresas comunitarias de turismo.
Texto Unificado de Legislación Ambiental Secundaria (TULAS)	Libro III. Título XIV de las Áreas Naturales y de la Flora y Fauna Silvestres; capítulo I de las Áreas Naturales; Art. 170, señala que:	Las actividades permitidas en el Sistema de Áreas Naturales del Estado, son las siguientes: preservación, protección, investigación, recuperación y restauración, educación y cultura, recreación y turismo controlado, pesca y caza deportiva controlada, aprovechamiento racional de la fauna y flora silvestres.
	LIBRO VII, del régimen especial: Galápagos; TITULO I: plan regional para la conservación y el desarrollo sustentable de Galápagos	Se trata de un proceso concreto de descentralización del Estado, que coloca en manos de Galápagos la responsabilidad para su propio desarrollo y la conservación de las islas, transfiriendo competencias y recursos, también es una iniciativa que conlleva un conjunto de implicaciones técnicas y políticas para concretar experiencias específicas de descentralización en todos los ámbitos, en los cuales establece principios fundamentales para la conservación y el desarrollo sustentable, el marco institucional, las competencias, el régimen de residencia, educación, salud, actividades productivas, así como la obligación jurídica de impulsar la elaboración del Plan Regional para la Conservación y el Desarrollo Sustentable, como un marco obligatorio que deberá regir los procesos de planificación de todas las entidades, organizaciones y actores de la Provincia.
Ley de Gestión Ambiental	TITULO II del régimen institucional de la gestión ambiental; capítulo IV de la	Regular y promover la conservación del medio ambiente y el uso sustentable de los recursos

	participación de las instituciones del estado; Art. 12; Literal e)	naturales en armonía con el interés social; mantener el patrimonio natural de la Nación, velar por la protección y restauración de la diversidad biológica, garantizar la integridad del patrimonio genético y la permanencia de los ecosistemas;
Ley de turismo	Capítulo I; Art. 4 la política estatal con relación al sector del turismo; literales c9, f) y g).	Proteger al turista y fomentar la conciencia turística. Promover internacionalmente al país y sus atractivos en conjunto con otros organismos del sector público y con el sector privado; y, Fomentar e incentivar el turismo interno.
	Capítulo IV del ministerio de turismo; Art. 15, correspondiente al Ministerio de Turismo indicando que es el organismo rector de la actividad turística; literal 7).	Promover y fomentar todo tipo de turismo, especialmente receptivo y social y la ejecución de proyectos, programas y prestación de servicios complementarios con organizaciones, entidades e Instituciones públicas y privadas incluyendo comunidades indígenas y campesinas en sus respectivas localidades.
Acuerdo del Ministerio de Turismo N° 21	Reglamento Orgánico Funcional del Ministerio de Turismo, Art. 2 objetivos fundamentales del MINTUR apunta en el literal a), c), e) y g):	Promover el desarrollo turístico y establecer mecanismos idóneos de coordinación entre los sectores públicos y privados que garanticen la utilización racional de los recursos turísticos. Estimular los procesos de investigación turística que permitan la consolidación, incorporación y/o desarrollo de zonas o áreas turísticas actuales o potenciales. Impulsar el ecoturismo y todo tipo de turismo orientado a la naturaleza que asegure el desarrollo sustentable de los recursos turísticos del país, mediante la elaboración, orientación, apoyo y ejecución de proyectos que incorpore la participación comunitaria y organismos seccionales, regionales, nacionales e internacionales. Asegurar la calidad del producto turístico mediante el desarrollo de su potestad de control, supervisión, registros y licencias.

**Elaboración:** Yadira Merecí, 2016.

**a. Requisitos legales para el funcionamiento de la asociación.**

La asociación de los caficultores de café cumple con los siguientes requisitos:

- Identificación de los productores de café (nombre y apellidos, nacionalidad, domicilio)
- Los pactos y la denominación de la asociación.
- La aprobación de los Estatutos.
- Representantes de la asociación
- Licencia única anual de funcionamiento.

**1) Estatutos de la asociación**

**ESTATUTO DE LA ASOCIACIÓN**

**TÍTULO PRIMERO**

**GENERALIDADES Y PRINCIPIOS**

**Artículo 1.- CONSTITUCIÓN:** Se constituye la Asociación Productores de Café de Santa Cruz, provincia de Galápagos, APCSCGAL, que se registrará por la Ley Orgánica de la Economía Popular y Solidaria y del Sector Financiero Popular y Solidario, su Reglamento General, las Resoluciones de la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria y del ente regulador, el presente Estatuto, los Reglamentos Internos y las normas jurídicas que le fueren aplicables, en razón de su actividad.

**Artículo 2.- DOMICILIO, RESPONSABILIDAD Y DURACIÓN:** El domicilio principal de la Asociación será el Cantón Santa Cruz, Provincia de Galápagos.; pudiendo ejercer su actividad en cualquier parte del territorio nacional, previa autorización de la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria.

La Asociación será de duración indefinida, y responsabilidad limitada a su capital social, por tanto, la responsabilidad de sus asociados estará limitada al capital que aporten a la entidad.

**Artículo 3.- OBJETO SOCIAL:** La Asociación tendrá como objeto principal velar por el bienestar de los productores, como también buscar involucrar a los productores en los ámbitos socio cultural, económico y ambiental, aportando al buen vivir de la población.

**Para su cumplimiento podrá efectuar especialmente las siguientes actividades:**

1. Adquirir, arrendar, enajenar, administrar, preñar o hipotecar bienes inmuebles;
2. Importar maquinaria, vehículos, equipos, materia prima, insumos y similares, destinados al cumplimiento de su objeto social;
3. Exportar la producción de sus asociados preservando la soberanía alimentaria;
4. Propender al mejoramiento social de sus miembros, mediante la comercialización de los productos o servicios desarrollados por ellos;
5. Propender a la eficiencia de las actividades económicas de sus asociados, fomentando el uso de técnicas y tecnologías innovadoras y amigables con el medio ambiente;
6. Suscribir convenios de cooperación técnica y capacitación con organismos gubernamentales y no gubernamentales, nacionales y/o extranjeros, para el fortalecimiento de las capacidades de sus asociados; y,
7. Promover la integración con organizaciones afines o complementarias, procurando el beneficio colectivo.

## **TITULO SEGUNDO DE LOS ASOCIADOS**

**Artículo 4.- ASOCIADOS:** Son miembros de la Asociación, las personas naturales legalmente capaces, con actividades relacionadas con el objeto social establecido en el artículo 3 del presente Estatuto, aceptadas por la Junta Directiva, previo el cumplimiento de los requisitos y procedimientos específicos que constarán en el Reglamento Interno.

**Artículo 5.- OBLIGACIONES Y DERECHOS DE LOS ASOCIADOS:** Son obligaciones y derechos de los asociados, además de los establecidos en la Ley Orgánica de la Economía Popular y Solidaria y del Sector Financiero Popular y Solidario y su Reglamento General, los siguientes:

1. Intervenir en las Juntas Generales con voz y voto, pudiendo elegir y ser elegidos para los cargos directivos, previo el cumplimiento de los requisitos previstos en el presente estatuto y en su Reglamento Interno;

2. Ser beneficiarios de los programas de capacitación, asistencia técnica y de los servicios que ofrezca la Asociación;
3. Utilizar responsablemente los bienes y servicios comunes;
4. Cumplir las disposiciones legales, reglamentarias, los estatutos sociales y la normativa interna que rigen a la Asociación;
5. Cancelar los aportes de capital no reembolsable y las cuotas ordinarias y extraordinarias que sean fijadas por la Junta General o la Junta Directiva;
6. Desempeñar las obligaciones inherentes al cargo para el que hayan sido designados; 7. Contribuir con su comportamiento al buen nombre y prestigio de la Asociación;
7. No incurrir en competencia desleal en los términos dispuestos en la Ley Orgánica de la Economía Popular y Solidaria y del Sector Financiero Popular y Solidario y su Reglamento General;
8. No utilizar a la organización para evadir o eludir obligaciones tributarias propias o de terceros, o para realizar actividades ilícitas;
9. Los demás que consten en el Reglamento Interno.

**Artículo 6.- PÉRDIDA DE LA CALIDAD DE ASOCIADO:** La calidad de asociado se pierde por retiro voluntario, exclusión o fallecimiento.

**Artículo 7.- RETIRO VOLUNTARIO:** El asociado podrá solicitar a la Junta Directiva, en cualquier tiempo, su retiro voluntario. En caso de falta de pronunciamiento por parte de la Junta Directiva, la solicitud de retiro voluntario surtirá efecto transcurridos 30 días desde su presentación.

**Artículo 8.- EXCLUSIÓN:** La exclusión del asociado será resuelta por la Junta Directiva de conformidad con las causas y el procedimiento establecido en el Reglamento Interno. La exclusión será susceptible de apelación ante la Junta General en última y definitiva instancia.

### **TÍTULO TERCERO**

#### **ORGANIZACIÓN Y GOBIERNO**

**Artículo 9.- ESTRUCTURA INTERNA:** El gobierno, administración, operativa y marketing.



## **DE LA JUNTA GENERAL**

**Artículo 10.-** La Junta General es la máxima autoridad de la Asociación, estará integrada por todos los asociados, quienes tendrán derecho a un solo voto. Sus decisiones serán obligatorias para los órganos internos y sus asociados, siempre que estas decisiones no sean contrarias a la ley, al reglamento o su estatuto social.

### **Artículo 11.- ATRIBUCIONES Y DEBERES DE LA JUNTA GENERAL:**

1. Aprobar y reformar el Estatuto Social y el Reglamento Interno;
2. Elegir y remover a los miembros de las Juntas General con el voto secreto de más de la mitad de sus integrantes;
3. Fijar las cuotas de admisión, ordinarias y extraordinarias que tendrán el carácter de no reembolsables;
4. Resolver las apelaciones presentadas por los asociados sancionados por la Junta Directiva;
5. Aprobar los estados financieros y el balance social de la Asociación;
6. Aprobar o rechazar los informes de la Junta Directiva, Junta de Vigilancia y Administrador;
7. Aprobar el plan estratégico y el plan operativo anual, con sus presupuestos, presentados por la Junta Directiva;
8. Resolver la transformación, fusión, disolución y liquidación, de la Asociación en Junta General extraordinaria con el voto de las dos terceras partes de los asociados.

**Artículo 12.- CLASES Y PROCEDIMIENTO DE JUNTAS GENERALES:** Las Juntas Generales serán ordinarias y extraordinarias y su convocatoria, quórum y normas de procedimiento parlamentario, constarán en el Reglamento Interno de la Asociación.

En la convocatoria constará por lo menos: lugar, fecha, hora de la Junta y el orden del día.

## **DE LA JUNTA DIRECTIVA**

**Artículo 13.-** La Junta Directiva estará integrada por el Gerente General, el Secretario/a, tesorera, guía, promotor de marketing, previo cumplimiento de los requisitos que constarán en el Reglamento Interno de la Asociación.

**Artículo 14.- ATRIBUCIONES** Los miembros de la Junta Directiva durarán 2 años en sus funciones y podrán ser reelegidos por una sola vez consecutiva. Cuando concluyan su segundo período inmediato, no podrán ser elegidos para ningún cargo directivo hasta después de 2 años.

**Y DEBERES DE LA JUNTA DIRECTIVA:** Son atribuciones y deberes de la Junta Directiva:

1. Dictar las normas de funcionamiento y operación de la Asociación;
2. Aceptar o rechazar las solicitudes de ingreso o retiro de asociados;
3. Autorizar la celebración de contratos en los que intervenga la Asociación, hasta por el 30% del presupuesto anual;
4. Sancionar a los asociados de acuerdo con las causas y el procedimiento establecidos en el Reglamento Interno;
5. Aprobar los programas de educación, capacitación y bienestar social de la Asociación, con sus respectivos presupuestos;
6. Presentar, para aprobación de la Junta General, los estados financieros, balance social y su informe de labores;
7. Elaborar el proyecto de reformas al Estatuto y someterlo a consideración y aprobación de la Junta General.

#### **TÍTULO CUARTO**

#### **RÉGIMEN ECONÓMICO**

**Artículo 20.- CAPITAL SOCIAL:** El capital social de la Asociación estará constituido por:

1. Las cuotas de admisión, ordinarias y extraordinarias, que tienen el carácter de no reembolsables;
2. La totalidad de las utilidades y excedentes del ejercicio económico una vez cumplidas las obligaciones legales; y,
3. Las donaciones efectuadas a su favor que, en caso de disolución, no podrán ser objeto de reparto entre los asociados. La Junta General determinará, la organización pública o privada, sin fin de lucro, que será beneficiaria de estos bienes y que tendrá como objeto social una actividad relacionada con el sector de la economía popular y solidaria.

**Artículo 21.- CONTABILIDAD Y BALANCES:** La Asociación aplicará las normas contables establecidas en el catálogo Único de Cuentas emitido por la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria.

Los estados financieros y balance social anuales serán aprobados dentro de los primeros noventa días de cada año por la Junta General.

## **TÍTULO QUINTO**

### **DE LA TRANSFORMACIÓN, FUSIÓN, DISOLUCIÓN Y LIQUIDACIÓN**

**Artículo 22.- TRANSFORMACIÓN:** La Asociación podrá transformarse en cooperativa por decisión de las dos terceras partes de los asociados, tomada en Junta General convocada para ese efecto y con aprobación de la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria; o, por disposición de esta Superintendencia, cuando haya superado los niveles de activos, ventas y número de asociados para mantener la condición de Asociación.

**Artículo 23.- FUSIÓN:** La Asociación podrá fusionarse con otra u otras de actividad similar, por decisión tomada por las dos terceras partes de los asociados en la Junta General convocada especialmente para este efecto y con aprobación de la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria.

**Artículo 24.- DISOLUCIÓN y LIQUIDACIÓN:** La Asociación se disolverá y liquidará por voluntad de sus integrantes, expresada con el voto secreto de las dos terceras partes de los asociados, en Junta General convocada especialmente para el efecto; y, por resolución de la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria, de acuerdo con las causales establecidas en la Ley y su Reglamento General.

### **DISPOSICIONES GENERALES**

**Primera.-** Se entienden incorporadas al presente estatuto y formando parte del mismo, las disposiciones de la Ley Orgánica de la Economía Popular y Solidaria y del Sector Financiero Popular y Solidario, su Reglamento General, las dictadas por el ente regulador y la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria.

**Segunda.-** Los conflictos que surgieren al interior de la Asociación serán resueltos según los mecanismos establecidos en el Reglamento Interno que deberá incluir como instancia de resolución, la presentación ante un Centro de Mediación debidamente

autorizado y calificado por la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria, antes del ejercicio de las acciones administrativas o judiciales que sean pertinentes.

**Tercera.-** Los directivos, asociados y administrador de la Asociación, brindarán, obligatoriamente, las facilidades necesarias para la realización de inspecciones, supervisiones, exámenes especiales, auditorías y entregarán la información que fuere requerida por la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria; caso contrario, serán de su responsabilidad, las sanciones que pudieran imponerse a la Asociación.

## **2) Participantes que cantan en el acta funcional**

1. Aguilar Carvajal Holger
2. Aguilar Carvajal klever Arturo
3. Aguirre Orellana Miguel Ángel
4. Aguirre Valdivieso Raúl
5. Ballesteros Carvajal Rolf
6. Cabrera Sánchez Adriano
7. Caimiñague Carrión Mariana Irlanda
8. Castillo Peña Pedro José
9. Cedeño Zavala Aquiles
10. Cueva Filemón Adriano
11. Escudero Benavides Narcisa del Cisne
12. Freire cabrera Lorenzo
13. Gaona Villalta Teresa Esperanza
14. Gaona Villalta Teodoro de Jesús
15. Gaona Villalta Teodoro de Jesús
16. Gaona Carrión Aureliano
17. Gavilanes Villares Marcelo Fabián
18. Kastdalen Espín Thiovaldo
19. Lambida Acosta Cesar Humberto
20. Mora Zavala Remigio
21. Pio Guime Mario
22. Rivera Reyes Francisco
23. Sevilla Cedeño Edwin Ricardo
24. Sevilla Cedeño Gonzalo Guillermo
25. Sevilla Vélez Guillermo
26. Valle Valverde Ángel Polivio
- 27.** Vicuña Yumbla Galo Adolfo

**e. Requisitos para el funcionamiento de las fincas productoras**

Cada finca productoras contara con loa siguientes requisitos para su funcionamiento:

**1) Registro en el MINTUR**

Para el registro de la asociación en el MINTUR, se cumplirá con los siguientes requisitos:

- Copia certificada de la escritura pública
- Nombramiento del representante legal, debidamente inscrito.
- Certificado del Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual.
- Registro único de contribuyentes.
- Formulario de declaración del uno por mil sobre activos fijos.
- Documentos personales del representante legal

**2) Licencia Única Anual de funcionamiento**

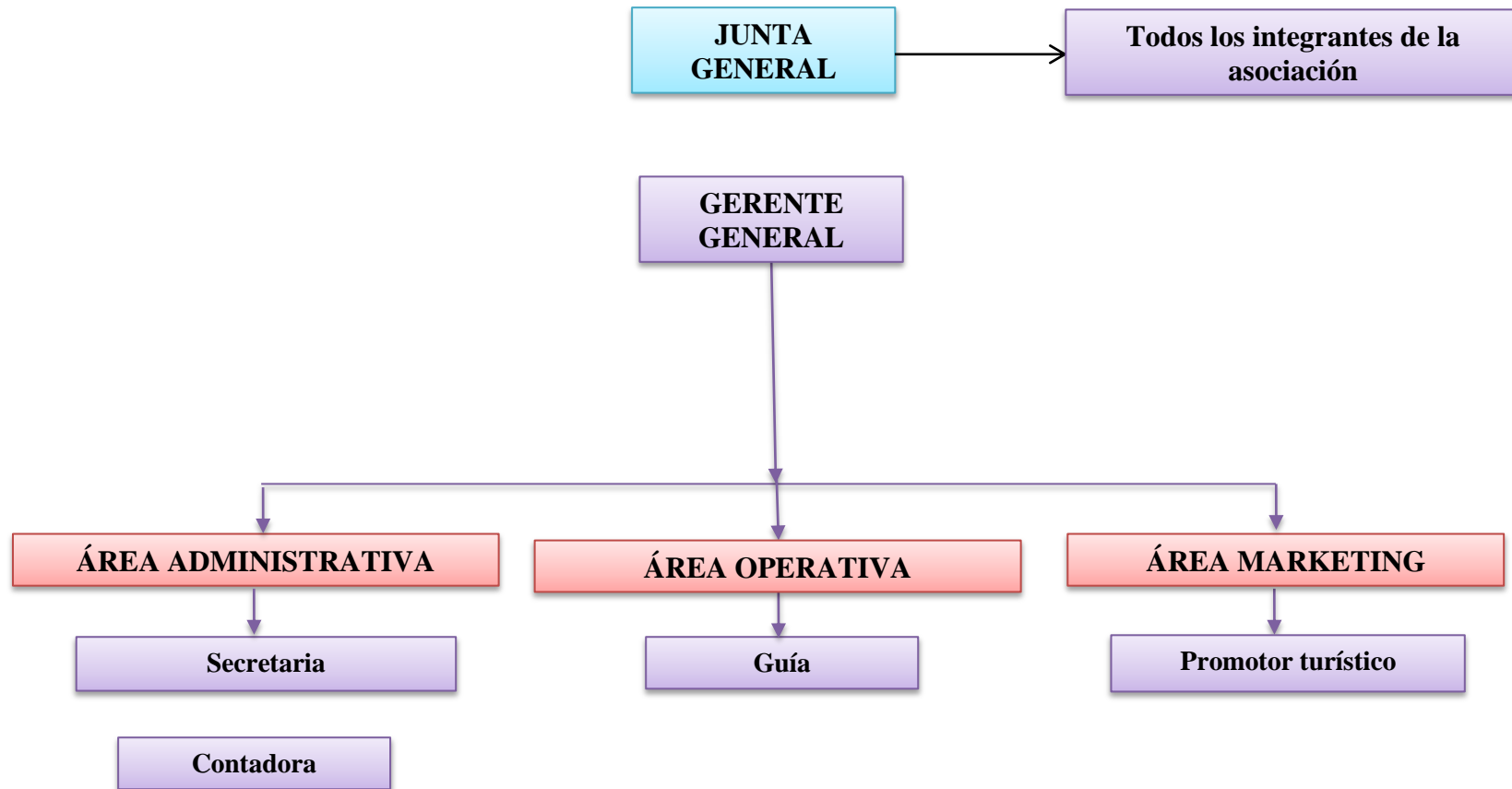
Para la obtención de la LUAF se deberán presentar los siguientes requisitos:

- Formulario de solicitud
- Copia del comprobante de cobro de la LUAF del año correspondiente
- Copia de la Patente Comercial Municipal del año correspondiente
- Copia del pago del impuesto predial del año correspondiente
- Copia del RUC actualizado
- Copia del Registro de Turismo emitido por el Ministerio de Turismo (para establecimientos nuevos o cambios en el Registro)
- Lista de precios actualizada de los servicios que ofrece.

Con los requisitos solicitados, el contribuyente deberá acercarse a la Dirección de Desarrollo Sostenible del G.A.D. Municipal de Santa Cruz, ubicada en Puerto Ayora, Av. Charles Darwin y 12 de Febrero (Esq.)

La Licencia Única Anual de Funcionamiento (LUAF) y/o Autorización Especial (AE), debe ser obtenida renovada y anualmente, con un plazo máximo hasta el 31 de julio, caso contrario el establecimiento se sujetará a las sanciones respectivas.

2. Organigrama estructural para la operación de la ruta turística del café, Asociación de Productores Cafetaleros de Santa Cruz, Galápagos (APCSCGAL)



Elaborado por: Yadira Merecí, 2016

a) **Manual de funciones**

**Tabla 51.** Funciones de los diferentes miembros que forman el organigrama estructural

CARGO	NATURALEZA DE TRABAJO	RESPONSABILIDADES	REQUISITOS
<b>Gerente</b>	El gerente de la operadora se ocupa, principalmente, de gestionar las actividades económicas, administrativas, del personal y de recursos tecnológicos, actuando empresarialmente para satisfacción del cliente, el crecimiento y la sustentabilidad del negocio.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Representar a la organización</li> <li>• Definir estrategias de desarrollo</li> <li>• Administrar el negocio</li> <li>• Realizar actividades de mercado y ventas</li> <li>• Revisar la operación de sistemas y equipos</li> <li>• Supervisar la prestación del personal</li> <li>• Asegurar la satisfacción del cliente</li> <li>• Liderar el equipo</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ingeniero en administración turística y hotelera o Ing. en Ecoturismo</li> <li>• Dominio del inglés hablado y escrito</li> <li>• Desarrollo y relaciones humanas.</li> <li>• Conocimiento de la Ley de Turismo y</li> <li>• Reglamento de las actividades turísticas.</li> </ul>
<b>Secretaria</b>	Ejecutar actividades pertinentes al área secretarial y asistir a su supervisor inmediato, además de conocer las funciones y manejo de la empresa.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Redactar documentos</li> <li>• Atender y suministrar información al cliente</li> <li>• Manejo de equipos y materiales de fácil uso y medianamente complejos</li> <li>• Elabora informes periódicos de las actividades realizadas</li> <li>• Mantiene en orden el equipo y sitio de trabajo, reportando cualquier anomalía.</li> <li>• Lleva control de los registros de asistencia del personal.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Relaciones humanas</li> <li>• Estudios secundarios</li> <li>• Computación básica</li> <li>• Conocimiento del inglés básico.</li> </ul>

		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Elaboran cheques</li> <li>• Vela por el suministro de materiales de oficina</li> </ul>	
<b>Contador (a)</b>	Realiza el control financiero.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Manejar la base de datos contable y tributaria</li> <li>• Llevar un proceso contable</li> <li>• Revisa y analiza los presupuestos de las actividades turísticas.</li> <li>• Maneja transacciones de dinero en efectivo como cheques y tarjetas de crédito en pago por la prestación de servicios turísticos.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Licenciado en contabilidad o secretariado gerencial.</li> <li>• Conocimientos de programas contables.</li> </ul>
<b>Guía</b>	Dirigir grupos de turistas y brindar información sobre determinado atractivo natural o cultural de interés turístico.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Recibir turista</li> <li>• Proporcionar información de los atractivos naturales y culturales.</li> <li>• Indica a los turistas cual debe ser su comportamiento antes, durante y después de visitar los atractivos turísticos.</li> <li>• Velar por la integridad de los turistas.</li> <li>• Estimula la protección y conservación del ambiente.</li> <li>• Respetar a los compañeros de trabajo.</li> <li>• Evitar que los visitantes a su cargo extraigan especies de flora y fauna.</li> <li>• Informa de los servicios complementarios.</li> <li>• Respetará al turista y sus pertenencias</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Licencia de guía actualizada</li> <li>• Conocimiento del idioma ingles</li> </ul>



<b>Promotor turístico</b>	Promocionar y comercializar destinos turísticos locales, gestionando servicios de información turística y participando en la creación, comercialización y gestión de productos y servicios turísticos del entorno local.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Gestionar información turística.</li> <li>• Crear, promocionar y gestionar servicios y productos turísticos locales.</li> <li>• Gestionar unidades de información y distribución turísticas</li> <li>• Comunicarse en inglés, con un nivel de usuario independiente, en las actividades turísticas</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Licenciado en Marketing</li> <li>• Experiencia laboral.</li> </ul>
---------------------------	--	--	---

**Elaborado por:** Yadirá Merecí, 2016.

## **C. DETERMINAR LA FACTIBILIDAD SOCIO AMBIENTAL DE LA RUTA TURÍSTICA EN BASE A LA MATRIZ DE LÁZARO LAGOS.**

Es muy importante considerar las características naturales que se encuentran en el producto para identificar las regulaciones y restricciones ambientales y del uso del suelo, factores que pueden influir en el proceso del proyecto.

### **1. Evaluación del impacto ambiental**

En base al diagnóstico se construyó la matriz de Lázaro Lagos, la misma que permite identificar y evaluar los impactos generados por diversas actividades que se desarrollan en la zona de estudio y que afectan a sus componentes ambientales: aire, suelo, agua, entre otros. Evidenciando de manera cuantitativa los impactos positivos y negativos de las numerosas actividades, lo cual permitirá tener una visión actual de las medidas de mitigación que se deba implementar.

#### **a. Descripción de las actividades que pueden causar impacto**

##### **1) Agricultura**

Esta es la principal actividad en el proyecto, ya que se realizarán actividades de agroturismo, mismas que generan un intercambio sociocultural.

##### **2) Ganadería**

Forma parte del proyecto, pero se debe considerar que tiene un impacto negativo mínimo, mismo que puede ser causado por: compactación del suelo dañando su fertilidad, pastoreo o consumo excesivo del forraje.

##### **3) Caminata**

Esta actividad es el medio por el cual los visitantes van a conocer los diversos atractivos existentes en la ruta, la misma que tiene aspectos negativos tales como el deterioro de los suelos, pérdida de vegetación, aislamiento de la fauna, generación de residuos sólidos, deforestación, contaminación por el ruido.

#### **4) Observación de flora y fauna/ Avistamiento de aves**

Esta actividad es muy interesante para los visitantes porque se trata de la observación directa, visual o auditiva, de la fauna que se encuentra en ese momento en el lugar de acuerdo a la temporada del año. El impacto negativo que puede causar es en el momento de realizar la actividad, puede provocar la ausencia de las especies, a causa del bullicio de las personas a la hora de caminar.

#### **5) Ciclismo**

El ciclismo es una de las actividades que no produce ningún tipo de contaminación atmosférica ni acústica al medio ambiente, por lo que se ve favorecida en la realización de esta actividad en el proyecto. No provoca estrés ni agresividad; al contrario, favorece la sociabilidad y hace que cada desplazamiento sea un paseo del que se puede disfrutar de sensaciones agradables con la naturaleza.

#### **6) Cabalgata**

Esta actividad puede causar apelmazamiento del suelo, por la presión que estos poseen, pero el impacto es mínimo.

#### **7) Compra de artesanías**

Esta actividad es favorecedora para los artesanos quienes se dedican a elaborar artesanías de madera con sus manos, y así también para que conozcan el valor cultural que tiene el cantón. Además, los artesanos se sentirían fortalecidos y no existirá la pérdida de costumbres y tradiciones que son parte de la cultura.

### **b. Descripción de impactos ambientales**

#### **1) Contaminación del aire**

Es un impacto negativo pues, es provocado por el incremento de tráfico vehicular y tráfico marítimo ya que causa cambios en el comportamiento de las especies e incluso la migración de ciertas especies.

## **2) Compactación del suelo**

Estos dos aspectos son impactos negativos puesto que empobrecen al suelo.

## **3) Erosión**

Es considerado como impacto negativo pues se crea por las actividades agropecuarias, y el inadecuado manejo de los desechos sólidos y por el frecuente tránsito de las personas por los senderos prediseñados.

## **4) Contaminación de la fuente de agua por la actividad turística**

El aumento de la población, el crecimiento económico no sostenible y el intento de satisfacer las necesidades que permiten aumentar la calidad de vida de las personas, han puesto una presión adicional sobre los recursos naturales y en el ambiente, como en este caso, el agua.

## **5) Protección de flora y fauna**

Creando nuevos proyectos ecos turísticos y sostenibles y tomados las medidas correctas se llegara a este impacto.

## **6) Recuperación del hábitat**

Este impacto es positivo pues se recuperará el habita de diferentes especies, con incentivos de proyectos eco turísticos.

## **7) Modificación de hábitos alimenticios de las especies**

La presencia de turistas y la generación de desechos pueden alterar el sistema alimenticio de las especies de fauna que habita en la zona.

## **8) Sensibilización de turistas**

Este impacto es positivo pues se tratara de tocar la sensibilidad del turista hacia las especies que se encuentren en cada lugar que se visite para su conservación ambiental.

**9) Aumento de fuentes de trabajo**

La generación de empleo y de ingresos económico de forma equitativa para las comunidades que forman parte del proyecto.

**10) Incremento de la demanda turística**

El desarrollo de las actividades turísticas por medio del proyecto turístico contribuirá al esparcimiento y recreación de la población local, provincial y nacional del país.

**11) Intercambio natural y cultural**

El fortalecimiento de la identidad, el intercambio cultural constituyen un aporte para el contacto directo con el turista.

**12) Implementación de actividades turísticas**

La creación de señalética, letreros interpretativos y senderos con materiales de la zona ayudarán a que el turista llegue al atractivo turístico de manera fácil.

**13) Presencia de basura**

Este impacto contamina el aire, a más de dar una mala impresión al visitante.

**2. Matriz de impactos ambientales**

Una vez identificado las actividades e impactos negativos y positivos sobre los recursos naturales y culturales se procedió a elaborar la matriz, para posteriormente analizar los impactos positivos y negativos que tendrá el proyecto turístico.

**Tabla 52.** Matriz de impactos Ambientales Lázaro Lagos.

COMPONENTE	ACTIVIDADES								IMPACTOS	CRITERIOS DE EVALUACIÓN									
	AGRICULTURA (1)	GANADERIA (2)	CAMINATA (3)	OBSERVACIÓN DE FLORA Y FAUNA (4)	CICLISMO (5)	CABALGATA (6)	AVISTAMIENTO DE AVES (7)	COMPRA DE ARTESANIAS (8)		NATURALEZA	MAGNITUD	IMPORTANCIA	CERTEZA	TIPO	REVERSIBILIDAD	DURACIÓN	TIEMPO EN ADECUADO	CONSIDERACIÓN EN EL	PONDERACIÓN (10)
a. AIRE	X	X							Contaminación del aire	-	1	2	C	Pr	1	2	1	S	7
b. SUELO	X	X	X	X		X			Compactación del suelo	-	1	2	C	Sc	1	1	1	S	6
	X	X	X			X			Erosión	-	1	2	C	Sc	1	1	1	S	6
c. AGUA	x	X							Contaminación de la fuente de agua por la actividad turística	-	1	2	D	Sc	1	2	2	S	8
d. FLORA Y FAUNA			X	X	x	X	x		Protección de flora y fauna	+	1	3	D	Pr	2	1	2	S	9
				X			x		Recuperación del hábitat	+	1	3	D	Pr	2	1	2	S	9
			X	X			x		Modificación de hábitos alimenticios de	-	1	2	C	Sc	1	1	2	S	7

									las especies										
<b>e. SOCIO-ECONOMICO</b>	X	X	X	X	x	X	x	x	Sensibilización de turistas	+	1	3	C	Pr	2	1	2	S	9
	X	X	X	X	x	X	x	x	Aumento de fuentes de trabajo	+	2	2	C	Pr	2	2	2	S	10
	X	X	X	X	x	X	x	x	Incremento de la demanda turística	+	2	2	C	Pr	2	1	1	S	8
			X					x	Intercambio natural y cultural	+	2	2	D	Pr	2	1	1	S	8
	X	X	X	X	x	X	x	x	Implementación de actividades turísticas	+	2	2	D	Pr	1	1	2	S	8
<b>f. PAISAJE</b>	X	X							Presencia de basura	-	2	2	C	Sc	1	1	1	S	7

Elaborado por: Yadira Merecí, 2016

**Tabla 53.** Matriz de cuantificación de impactos

COMPONEN TE	ACTIVIDAD								TOTA L (+)	TOTA L (-)	TOTA L
	1	2	3	4	5	6	7	8			
A	-7	-7							0	14	14
B	-6;-6	-6;-6	-6;-6	-6		-6;-6			0	54	54
C	-8	-8							0	16	16
D			+9;-7	+9;+9;-7	+9	+9	+9;+9;-7		63	21	84
E	+9;+10;+8; +8	+9;+10;+8; +8	+9;+10;+8;+8 ;+8	+9;+10;+8; +8	+9;+10;+8; +8	+9;+10;+8; +8	+9;+10;+8; +8	+9;+10;+8;+8 ;+8	296	0	296
F	-7	-7							0	14	56
TOTAL (+)	35	35	52	53	44	44	53	43	359	-	
TOTAL (-)	34	34	19	13	0	12	7	0	-	119	
TOTAL	69	69	78	73	51	63	67	50			520

Elaborado por: Yadira Merecí, 2016.



### **3. Análisis de la interpretación de resultados**

La implementación de la ruta tiene un impacto positivo como resultado de la cuantificación de impactos, dando como resultado de la sumatoria (359), significa que este producto turístico no causará impacto ambiental de gran tamaño. Los efectos positivos se ven reflejados en los componentes de flora y fauna y en el componente socioeconómico, debido a que están planteando medidas de protección al medio ambiente mejorando la calidad ambiental y fortaleciendo la identidad cultural.

En cambio en la cuantificación de la sumatoria de los factores negativos se dio (119), presentándose con mayor afectación en el suelo y en la modificación de hábitos alimenticios en las especies.

#### 4. Medidas de mitigación

**Tabla 54.** Medidas de mitigación

COMPONENTE AFECTADO	MEDIDAS PREVENTIVAS	TIPO	RESPONSABLES	FRECUENCIA	OBSERVACIÓN
<b>Aire</b>	Implementar reglas para el control de ruidos durante las actividades, con la finalidad de evitar la contaminación acústica.	Control	Guía de turismo	En el desarrollo de las actividades turísticas.	Indicar las indicaciones y recomendaciones pertinentes antes, durante y al final de las actividades a realizarse.
<b>Suelo</b>	Se determinará un estudio de capacidad de carga turística para disminuir los riesgos e impactos que puedan causar al suelo.  Diseñar programas de reforestación con plantas nativas para evitar la erosión.	Preventivo Control	Técnicos del GADMSC	Cada seis meses	Se asignará a una persona idónea en este tema del GADMSC.
<b>Agua</b>	Realizar talleres de educación ambiental, para de esta forma concienciar a las visitantes sobre la no contaminación del agua y los cuidados que se	Preventivo	Guía de turismo	Dentro del desarrollo de las actividades.	

	esta debe tener.				
<b>Flora y fauna</b> <b>Paisaje</b>	Antes, después y al finalizar las actividades se deberá dar charlas de la protección a las especies, además indicar las causas de alimentar a los animales.  También se indicará el porqué de mantener limpio y de cuidar los lugares de visita, mediante medios interpretativos.	Preventiva	Guía turístico	En cada una de las actividades	Colocar basureros ecológicos cada 100 metros.  Entregar a los visitantes fundas reutilizables.
<b>Socioeconómico</b>	Se realizarán capacitaciones de buenas prácticas agropecuarias para un manejo adecuado de productos químico, y de desechos sólidos.	Preventivo	Técnico del MAGAP	Cada tres meses.	Se asignará a un técnico del MAGAP para la realización del taller.

Elaborado por: Yadira Merecí, 2016.

## D. DETERMINAR LA VIABILIDAD ECONÓMICA Y FINANCIERA DE LA RUTA

### 1. Análisis económico

#### a) Activos fijos para el área administrativa

Tabla 55. Activos fijos

<b>ACTIVOS FIJOS</b>			
<b>ACTIVOS FIJO</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>PRECIO UNITARIO</b>	<b>VALOR TOTAL</b>
Terreno	1	\$ 30.000,00	\$ 30.000,00
<b>SUBTOTAL 1</b>			<b>\$ 30.000,00</b>
Edificio	1	\$ 40.000,00	\$ 40.000,00
<b>SUBTOTAL 2</b>			<b>\$ 40.000,00</b>
Vehículo (buseta)	1	\$ 60.000,00	\$ 60.000,00
<b>SUBTOTAL 3</b>			<b>\$ 60.000,00</b>
<b>MOVILIARIO</b>			
Escritorio	4	\$ 120,00	\$ 480,00
Silla ejecutiva	1	\$ 240,00	\$ 240,00
Silla giratoria	3	\$ 62,00	\$ 186,00
Archivador	1	\$ 120,00	\$ 120,00
Sillas simples	4	\$ 30,00	\$ 120,00
<b>SUBTOTAL 4</b>			<b>\$ 1.146,00</b>
<b>EQUIPOS TECNOLÓGICOS</b>			
Computadores Escritorio Hp All-in-one 24g003la Corei5 6ta Generación	2	\$ 1.097,60	\$ 2.195,20
Laptop Hp Core I5 Turbo+12gb+1tb+ Tarjeta De Video+ Touch	2	\$ 894,88	\$ 1.789,76
Proyector Epson Ex3240 3lcd, 3.200 Lúmenes, Hdmi, VGA	1	\$ 618,18	\$ 618,18
Impresora Epson L375 Multifunción Tinta Continua Original	1	\$ 450,00	\$ 450,00
Línea telefónica	1	\$ 60,00	\$ 60,00
Teléfono convencional + 3 bases, marca Panasonic	1	\$ 120,00	\$ 120,00
<b>SUBTOTAL 5</b>			<b>\$ 5.233,14</b>
<b>EQUIPOS</b>			
Equipo para Kayak	4	\$ 60,00	\$ 240,00

Equipo para cabalgar	4	\$ 100,00	\$ 400,00
<b>SUBTOTAL 6</b>			<b>\$ 640,00</b>
<b>MENAJE</b>			
Alfombras	4	\$ 40,00	\$ 160,00
Cortinas	3	\$ 35,00	\$ 105,00
<b>SUBTOTAL 7</b>			<b>\$ 265,00</b>
<b>TOTAL DE ACTIVOS FIJOS 1+2+3+4+5+6+7</b>			<b>\$ 137.284,14</b>

Elaborado por: Yadira Merecí, 2016.

## b) Activos diferidos para el área comercial

**Tabla 56.** Activos Diferidos

<b>ACTIVOS DIFERIDOS</b>			
<b>ACTIVOS DIFERIDOS</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>PRECIO UNITARIO</b>	<b>VALOR TOTAL</b>
<b>PUBLICIDAD Y PROMOCIÓN</b>			
Página web	1	\$ 800,00	\$ 800,00
Logo tipo de la imagen de la Ruta	2	\$ 150,00	\$ 300,00
Folletos y trípticos	8000	\$ 0,50	\$ 4.000,00
<b>SUBTOTAL 1</b>			<b>\$ 5.100,00</b>
<b>PAGO DE PATENTES Y LICENCIAS</b>			
Patente municipal	1	\$ 51,00	\$ 51,00
Licencia Única Anual de Funcionamiento (LUAF)	1	\$ 120,00	\$ 120,00
Permiso de bomberos	1	\$ 50,00	\$ 50,00
Ruc	1	\$ 60,00	\$ 60,00
<b>SUBTOTAL 2</b>			<b>\$ 281,00</b>
<b>GASTOS DE SERVICIOS BÁSICOS</b>			
Agua	12	\$ 5,00	\$ 60,00
Luz eléctrica	12	\$ 7,00	\$ 84,00
Internet CNT	12	\$ 27,00	\$ 324,00
Teléfono	12	\$ 12,00	\$ 144,00
<b>SUBTOTAL 3</b>			<b>\$ 612,00</b>
<b>GASTOS INSUMOS</b>			
Útiles de limpieza	Global	\$ 100,00	\$ 100,00
Útiles de oficina	Global	\$ 200,00	\$ 200,00
<b>SUBTOTAL 4</b>			<b>\$ 300,00</b>
<b>TOTAL DE ACTIVOS DIFERIDOS 1+2+3+4</b>			<b>\$ 6.293,00</b>

Elaborado por: Yadira Merecí, 2016.

c) **Depreciación**

**Tabla 57.** Depreciación

Activos fijos	Valor total	Porcentaje	Vida útil (años)	Depreciación anual	Duración del proyecto	Valor de salvamento	Valor depreciación
Edificio	\$ 40.000,00	5%	20	\$ 2.000,00	5	\$ 1.900,00	\$ 38.100,00
Mobiliario para oficina	\$ 1.146,00	10%	10	\$ 114,00	5	\$ 103,20	\$ 1.042,80
Equipos de oficina	\$ 5.233,14	20%	5	\$ 1.046,00	5	\$ 837,43	\$ 4.395,71
Menaje	\$ 265,00	20%	5	\$ 53,00	5	\$ 42,40	\$ 222,60
Equipos	\$ 640,00	5%	5	\$ 128,00	5	\$ 102,40	\$ 537,60
Vehículo	\$ 60.000,00	20%	5	\$ 12.000,00	5	\$ 9.600,00	\$ 50.400,00
<b>Total</b>	<b>\$ 107.284,14</b>			<b>\$ 15.341,00</b>	5	<b>\$ 12.585,43</b>	<b>\$ 94.698,71</b>

Elaborado por: Yadira Merecí, 2016.

d) **Amortizaciones de activos diferidos del área productiva**

**Tabla 58.** Amortizaciones de activos diferidos del área productiva

AMORTIZACIÓN DE ACTIVOS DIFERIDOS	VALOR TOTAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Gastos de publicidad y promoción	\$ 5.100,00	\$ 255,00	\$ 255,00	\$ 255,00	\$ 255,00	\$ 255,00
Pagos por constitución y permisos	\$ 281,00	\$ 281,00	\$ 281,00	\$ 281,00	\$ 281,00	\$ 281,00
Gastos de servicios básicos	\$ 612,00	\$ 612,00	\$ 612,00	\$ 612,00	\$ 612,00	\$ 612,00
Gastos de insumos	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 300,00
<b>TOTAL DE ACTIVOS DIFERIDOS (GASTOS RECUPERABLES)</b>	<b>\$ 6.293,00</b>	<b>\$ 1.448,00</b>	<b>\$ 1.448,00</b>	<b>\$ 1.448,00</b>	<b>\$ 1.448,00</b>	<b>\$ 1.448,00</b>

Elaborado por: Yadira Merecí, 2016.

## e) Remuneración personal

Tabla 59. Remuneración Personal

CARGO	SALARIO MENSUAL	SALARIO ANUAL	DÉCIMO CUARTO	DÉCIMO TERCERO	VACACIONES	APORTE AL IESS	FONDOS DE RESERVA	REMUNERACIÓN ANUAL
Gerente general	\$ 1.300,00	\$ 15.600,00	\$ 1.300,00	\$ 659,00	\$ 812,50	\$ 1.739,40	\$ 1.474,20	\$ 21.585,10
Lcdo. en Marketing	\$ 1.000,00	\$ 12.000,00	\$ 1.000,00	\$ 659,00	\$ 625,00	\$ 1.338,00	\$ 1.134,00	\$ 16.756,00
Tesorera	\$ 1.000,00	\$ 12.000,00	\$ 1.000,00	\$ 659,00	\$ 625,00	\$ 1.338,00	\$ 1.134,00	\$ 16.756,00
Secretaria	\$ 800,00	\$ 9.600,00	\$ 800,00	\$ 659,00	\$ 500,00	\$ 1.070,40	\$ 907,20	\$ 13.536,60
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 4.100,00</b>	<b>\$ 49.200,00</b>	<b>\$ 4.100,00</b>	<b>\$ 2.636,00</b>	<b>\$ 2.562,50</b>	<b>\$ 5.485,80</b>	<b>4649,40</b>	<b>\$ 68.633,70</b>

Elaborado por: Yadira Merecí, 2016.

f) **Resumen de la inversión****Tabla 60.** Resumen de la inversión

<b>RESUMEN DE INVERSIÓN</b>			
<b>RUBROS ACTIVOS FIJOS</b>	<b>UNIDAD</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>INVERSIÓN REQUERIDA</b>
Edificio	1	1	\$ 40.000,00
Mobiliario	Global	1	\$ 1.146,00
Menaje	Global	1	\$ 265,00
Equipos	Global	1	\$ 640,00
Vehículo	Global	1	\$ 60.000,00
Equipo tecnológico	Global	1	\$ 5.233,14
<b>TOTAL DE ACTIVOS FIJOS</b>			<b>\$ 107.284,14</b>
<b>RUBROS ACTIVOS DIFERIDOS</b>			
Terreno	1	1	\$ 30.000,00
Gastos de publicidad y promoción	Global	1	\$ 5.100,00
Pagos por constitución y permisos	Global	1	\$ 281,00
Gastos de servicios básicos	Global	1	\$ 612,00
Gastos de insumos	Global	1	\$ 300,00
<b>TOTAL DE ACTIVOS DIFERIDOS</b>			<b>\$ 36.293,00</b>
Sueldos y salarios	Global	1	\$ 68.633,70
Capital de trabajo	Global	1	\$ 20.000,00
<b>TOTAL DE LA INVERSIÓN</b>			<b>\$ 232.210,84</b>

Elaborado por: Yadira Merecí, 2016.

g) **Financiamiento del proyecto****Tabla 61.** Financiamiento del proyecto

<b>FINANCIAMIENTO</b>	
<b>Activos fijos</b>	\$ 70.000,00
<b>Préstamo</b>	\$ 70.000,00
<b>Aporte del Concejo de Gobierno</b>	\$ 55.000,00
<b>Gobierno Municipal Santa Cruz</b>	\$ 17.310,84
<b>SUBTOTAL DEL FINANCIAMIENTO</b>	<b>\$ 212.310,84</b>
<b>Capital de trabajo (Asociación)</b>	\$ 20.000,00
<b>TOTAL DEL FINANCIAMIENTO</b>	<b>\$ 232.210,84</b>

Elaborado por: Yadira Merecí, 2016.



## h) Cálculo del pago de la deuda o amortización del préstamo

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

Préstamo: \$ 70.000,00

Plazo: 5 años

Interés: 16 %

**Tabla 62.** Cálculo de pago de la deuda

AÑOS	CAPITAL DEL PRÉSTAMO	INTERESES	CAPITAL DE PAGO	CUOTA PAGO	SALDO
1	\$ 70.000,00	\$ 933,33	\$ 13.631,61	\$ 14.564,94	\$ 56.368,39
2	\$ 56.368,39	\$ 751,58	\$ 13.813,37	\$ 14.564,94	\$ 42.555,02
3	\$ 42.555,02	\$ 567,40	\$ 13.997,54	\$ 14.564,94	\$ 28.557,48
4	\$ 28.557,48	\$ 380,77	\$ 14.184,18	\$ 14.564,94	\$ 14.373,30
5	\$ 14.373,30	\$ 191,64	\$ 14.373,30	\$ 14.564,94	\$ 0,00
<b>TOTAL</b>		<b>\$ 2.824,72</b>	<b>\$ 70.000,00</b>	<b>\$ 72.824,72</b>	

Elaborado por: Yadira Merecí, 2016.

## i) Costos y gastos

**Tabla 63.** Costos y gastos

RUBROS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>COSTOS DE PRODUCCIÓN</b>					
Vehículo	\$ 60.000,00	\$ 61.800,00	\$ 63.654,00	\$ 65.563,62	\$ 67.530,53
Insumos	\$ 300,00	\$ 309,00	\$ 318,27	\$ 327,82	\$ 337,65
<b>SUBTOTAL</b>	<b>\$ 60.300,00</b>	<b>\$ 62.109,00</b>	<b>\$ 63.972,27</b>	<b>\$ 65.891,44</b>	<b>\$ 67.868,18</b>
<b>GASTOS ADMINISTRATIVOS</b>					
Mobiliario	\$ 1.146,00	\$ 1.180,38	\$ 1.215,79	\$ 1.252,27	\$ 1.289,83
Equipos tecnológicos	\$ 5.233,14	\$ 5.390,13	\$ 5.551,84	\$ 5.718,39	\$ 5.889,95
Equipos	\$ 640,00	\$ 659,20	\$ 678,98	\$ 699,35	\$ 720,33
Menaje	\$ 265,00	\$ 272,95	\$ 281,14	\$ 289,57	\$ 298,26
Edificio	\$ 60.000,00	\$ 61.800,00	\$ 63.654,00	\$ 65.563,62	\$ 67.530,53
Sueldos y Salarios	\$ 68.633,70	\$ 70.692,71	\$ 72.813,49	\$ 74.997,90	\$ 77.247,83
Servicios básicos	\$ 612,00	\$ 630,36	\$ 649,27	\$ 668,75	\$ 688,81
Pago por constitución y permiso	\$ 281,00	\$ 289,43	\$ 298,11	\$ 307,06	\$ 316,27
Depreciación	\$ 15.341,00	\$ 15.801,23	\$ 16.275,27	\$ 16.763,52	\$ 17.266,43
<b>SUBTOTAL</b>	<b>\$ 152.151,84</b>	<b>\$ 156.716,40</b>	<b>\$ 161.417,89</b>	<b>\$ 166.260,42</b>	<b>\$ 171.248,24</b>
<b>GASTOS DE COMERCIALIZACIÓN</b>					
Publicidad	\$ 5.100,00	\$ 5.253,00	\$ 5.410,59	\$ 5.572,91	\$ 5.740,09

<b>SUBTOTAL</b>	\$ 5.100,00	\$ 5.253,00	\$ 5.410,59	\$ 5.572,91	\$ 5.740,09
<b>COSTOS FINANCIEROS</b>					
Intereses	\$ 933,33	\$ 961,33	\$ 990,17	\$ 1.019,88	\$ 1.050,47
<b>SUBTOTAL</b>	\$ 933,33	\$ 961,33	\$ 990,17	\$ 1.019,88	\$ 1.050,47
<b>CAPITAL DE TRABAJO</b>					
Capital de trabajo	\$ 20.000,00	\$ 20.600,00	\$ 21.218,00	\$ 21.854,54	\$ 22.510,18
<b>SUBTOTAL</b>	\$ 20.000,00	\$ 20.600,00	\$ 21.218,00	\$ 21.854,54	\$ 22.510,18
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 238.485,17</b>	<b>\$ 245.639,73</b>	<b>\$ 253.008,92</b>	<b>\$ 260.599,19</b>	<b>\$ 268.417,16</b>

Elaborado por: Yadira Merecí, 2016.

## j) Ingresos

Tabla 64. Ingresos

<b>INGRESOS DEL PROYECTO</b>					
<b>PRODUCTO</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
<b>PAQUETE 1</b>	\$ 4.762.602,00	\$ 4.905.576,00	\$ 5.204.160,00	\$ 5.686.902,00	\$ 6.400.602,00
<b>PAQUETE 2</b>	\$ 2.971.538,00	\$ 3.060.744,00	\$ 3.247.040,00	\$ 3.548.238,00	\$ 3.993.538,00
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 7.734.140,00</b>	<b>\$ 7.966.320,00</b>	<b>\$ 8.451.200,00</b>	<b>\$ 9.235.140,00</b>	<b>\$ 10.394.140,00</b>

Elaborado por: Yadira Merecí, 2016.

## k) Estado de Resultados

Tabla 65. Estado de resultados

<b>RUBROS</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
Ventas netas	\$ 279.852,94	\$ 288.248,53	\$ 296.895,98	\$ 305.802,86	\$ 314.976,95
(-) Costos de producción	\$ 60.300,00	\$ 62.109,00	\$ 63.972,27	\$ 65.891,44	\$ 67.868,18
(=) Utilidad Bruta	\$ 219.552,94	\$ 226.139,53	\$ 232.923,71	\$ 239.911,43	\$ 247.108,77
(-)Gastos administrativos	\$ 152.151,84	\$ 156.716,40	\$ 161.417,89	\$ 166.260,42	\$ 171.248,24
(-)Gastos de publicidad	\$ 5.100,00	\$ 5.253,00	\$ 5.410,59	\$ 5.572,91	\$ 5.740,09
(=) Utilidad operativa	\$ 62.301,10	\$ 64.170,13	\$ 66.095,24	\$ 68.078,09	\$ 70.120,44
(-) Gastos financieros	\$ 933,33	\$ 961,33	\$ 990,17	\$ 1.019,88	\$ 1.050,47
(-) Activos diferidos	\$ 6.293,00	\$ 6.293,00	\$ 6.293,00	\$ 6.293,00	\$ 6.293,00
(=) Utilidad neta antes de Rep. Utilidades	\$ 55.074,77	\$ 56.915,80	\$ 58.812,06	\$ 60.765,22	\$ 62.776,96
(-) Reparto de utilidades 15%	\$ 8.261,22	\$ 8.537,37	\$ 8.821,81	\$ 9.114,78	\$ 9.416,54
(=) Utilidades antes de impuestos	\$ 46.813,55	\$ 48.378,43	\$ 49.990,25	\$ 51.650,43	\$ 53.360,42
(-) Impuestos el 25%	\$ 11.703,39	\$ 12.094,61	\$ 12.497,56	\$ 12.912,61	\$ 13.340,10
<b>(=) UTILIDAD NETA</b>	<b>\$ 35.110,16</b>	<b>\$ 36.283,82</b>	<b>\$ 37.492,69</b>	<b>\$ 38.737,82</b>	<b>\$ 40.020,31</b>

Elaborado por: Yadira Merecí, 2016.

### I) Flujo de caja

**Tabla 66.** Flujo de caja

	RUBROS	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
(+)	Ventas netas		\$ 279.852,94	\$ 288.248,53	\$ 296.895,98	\$ 305.802,86	\$ 314.976,95
(+)	Valor de salvamento						\$ 12.585,43
(-)	Costos de producción		\$ 60.300,00	\$ 62.109,00	\$ 63.972,27	\$ 65.891,44	\$ 67.868,18
(-)	Costos administrativos		\$ 157.251,84	\$ 161.969,40	\$ 166.828,48	\$ 171.833,33	\$ 176.988,33
(-)	Costos financieros		\$ 933,33	\$ 961,33	\$ 990,17	\$ 1.019,88	\$ 1.050,47
(-)	Amortización de Activos diferidos		\$ 6.293,00	\$ 6.293,00	\$ 6.293,00	\$ 6.293,00	\$ 6.293,00
(=)	Util. Antes de repartición de Útil. de impuestos		\$ 55.074,77	\$ 56.915,80	\$ 58.812,06	\$ 60.765,22	\$ 75.362,39
(-)	Reparto de utilidades		\$ 8.261,22	\$ 8.537,37	\$ 8.821,81	\$ 9.114,78	\$ 9.416,54
(=)	Utilidades antes de impuestos		\$ 46.813,55	\$ 48.378,43	\$ 49.990,25	\$ 51.650,43	\$ 53.360,42
(-)	Impuesto		\$ 11.703,39	\$ 12.094,61	\$ 12.497,56	\$ 12.912,61	\$ 13.340,10
(=)	Utilidad neta		\$ 35.110,16	\$ 36.163,47	\$ 37.248,37	\$ 38.365,82	\$ 39.516,80
(+)	DEPRECIACIONES		\$ 15.341,00	\$ 15.341,00	\$ 15.341,00	\$ 15.341,00	\$ 15.341,00
(-)	Vehículo de Trabajo	\$ 60.000,00					
(-)	Equipo de oficina	\$ 5.233,14					
	Mobiliario de oficina	\$ 1.146,00					
	Menaje	\$ 265,00					
	Equipos	\$ 640,00					
(-)	Inversión de activos diferido	\$ 31.465,00					
(-)	Inversión de capital de trabajo	\$ 20.000,00					
(-)	Amortización Préstamo		\$ 13.631,61	\$ 13.722,79	\$ 13.722,79	\$ 13.722,79	\$ 13.722,79
=	<b>FLUJO DE CAJA NETA</b>	<b>-\$ 114.647,14</b>	<b>\$ 6.137,55</b>	<b>\$ 7.099,68</b>	<b>\$ 8.184,58</b>	<b>\$ 9.302,03</b>	<b>\$ 10.453,01</b>

Elaborado por: Yadira Merecí, 2016.

## 5. Análisis financiero

Este estudio se basó en el flujo de caja, el mismo que nos permite conocer la factibilidad del proyecto.

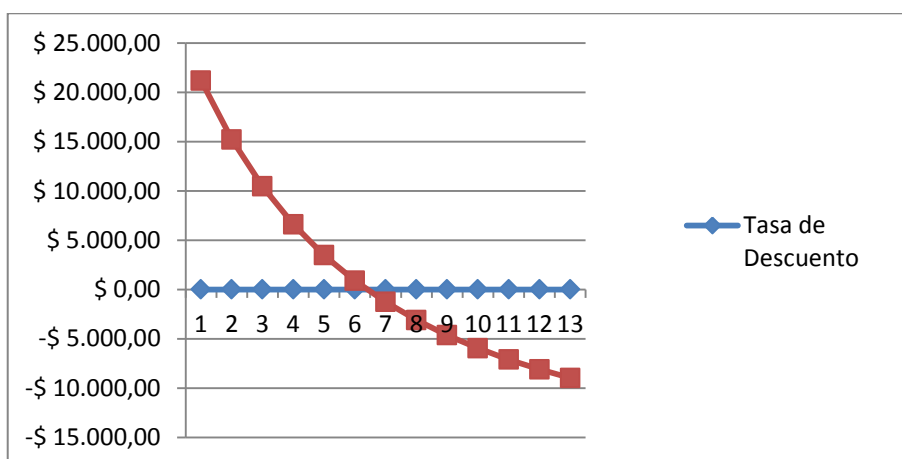
### a. VAN y TIR

**Tabla 67.** Rentabilidad del proyecto

<b>VALOR ACTUAL NETO (VAN)</b>	\$ 10440,20
<b>TASA INTERNO DE RETORNO (TIR)</b>	27%
<b>BENEFICIO-COSTO B/C</b>	1,77

Elaborado por: Yadira Merecí, 2016.

#### 1) Representación gráfica de la relación entre el VAN y TIR



**Gráfico 10.** Género  
Elaborado por: Yadira Merecí

### b. Periodo de recuperación

**Tabla 68.** Periodo de recuperación

PERIODO DE RECUPERACIÓN	AÑOS				
	1	2	3	4	5
	\$ 238.348,39	\$ 239.310,52	\$ 240.395,42	\$ 241.512,87	\$ 242.663,85

Elaborado por: Yadira Merecí, 2016.

$$\textit{Payback} = \frac{\textit{Periodo anterior al cambio del signo} + \textit{Valor absoluto del flujo acumulado}}{\textit{Flujo de caja del siguiente periodo}}$$

$$\textit{Payback} = \frac{1 + (-114.647,14)}{239.310,52}$$

$$\textit{Payback} = 0,47$$

$$\textit{Payback} = 0,47 + 2 = 2,5$$

Una vez realizado el análisis financiera se tiene un VAN de \$10440,20 lo cual es positivo.

Con una tasa interna de retorno de 27% en relación a la tasa pasiva de los bancos de 16 % tasa vigente en el Ecuador, es decir que si se invierte en el proyecto la ganancia es considerable en relación con la ganancia del banco.

La relación beneficio costo es de \$1,77 es decir que por cada dólar invertido se obtiene una ganancia de \$0,77. En 2,5 años se recupera la inversión.

**Análisis:** Para la implementación del proyecto se requiere una inversión de \$232310,84, mismo que será financiado de la siguiente manera: préstamo de \$ 70.000,00; aporte de Consejo de Gobierno del Régimen Especial de Galápagos \$ 55.000,00; Gobierno Municipal \$ 17.310,84; aporte de activos fijos de \$ 70.000,00 y finalmente un aporte de la asociación de \$ 20.000,00.

## **VI. CONCLUSIONES**

- A. Se ha determinado que Santa Cruz posee potencial turístico y una condición favorable para la implementación de este proyecto porque cuenta la planta turística infraestructura turística, servicios y actividades turística y atractivos turísticos que por su paisaje son realmente apreciadas, pero existen problemas en los cuales es necesario trabajar antes de la ejecución de la ruta, los problemas que principalmente afecta es la calidad de agua, aunque actualmente se desaliniza no es potabilizada lo que puede repercutir en enfermedades estomacales, además el 75% de atractivos turísticos no cuenta con señalética e interpretaciones turísticas.
- B. Con el estudio de mercado se demuestra que existe una gran afluencia de visitantes mayoritariamente extranjeros con un 72,40%, quienes prefieren visitar Santa Cruz para realizar actividades como: caminata, observación de flora y fauna, cabalgata, avistamiento de aves y compra de artesanías.
- C. El estudio legal-administrativo permitió conocer y articular efectivamente los procesos legales con los cuales se iniciará el funcionamiento de la organización, conservando siempre los principios y ética profesionales para su correcto funcionamiento.
- D. Mediante el estudio ambiental realizado se evidenció que es viable el proyecto de la ruta turística de café, por lo que el impacto que provocaría sería de baja significación, debido a que existen impactos positivos de 359 y negativos con 119 susceptibles de ser minimizados con la ejecución de un plan ambiental.
- E. Desde el punto de vista económico-financiero la realización de La Ruta Turística del Café del Cantón Santa Cruz, es viable debido a que tiene una tasa interna de retorno del 27 % y un VAN del 10440,20; con un periodo de recuperación de 2,5 años. Esto sumado a los análisis anteriores determina una viabilidad integral del proyecto.

## **VII. RECOMENDACIONES**

- A.** Se recomienda la elaboración y colocación de señalética en atractivos turísticos y la adecuación de servicios turísticos en las fincas productoras de café que serán parte del proyecto.
- B.** En función al estudio de mercado se diversificará las modalidades de turismo para satisfacer la gran demanda de turísticas que acuden diariamente al cantón Santa Cruz y no se convierta en un cantón de paso.
- C.** Para un mejor desempeño del producto en sus diferentes ámbitos se trabajará en conjuntos con MAGAP, MINTUR, CGREG y GADMSC.
- D.** Realizar estrategias publicitarias y convenios con diferentes empresas para la difusión y promoción de la ruta.
- E.** En caso de que se presenten impactos negativos en la implementación del producto, se debe aplicar las medidas de prevención y mitigación de impactos a fin de que se pueda optimizar el desarrollo sostenible del producto.
- F.** Es necesario enfocarse en la falta de servicios básicos, de manera urgente el sistema público de agua, para ello se presentará un informe pormenorizado al GADMSC para que inicie la gestión de una planta de tratamiento de agua potable.
- G.** Se recomienda una planificación y organización entre las instituciones involucradas para evitar duplicidad de funciones y eficiencia en el manejo de recursos.

## VIII. RESUMEN

La presente investigación: propone realizar un diseño de la Ruta Turística de Café, para el cantón Santa Cruz, provincia de Galápagos, a través de salida de campo se realiza el levantamiento de información para el diagnóstico en el cual se analiza la situación actual, con la aplicación de encuestas se determina el perfil de mercado que se desea satisfacer con la implementación de la ruta. Con la validación de atractivos se identificaron 17 atractivos jerarquizados entre II y III, mientras que el estudio de mercado evidencia gran acogida de demanda extranjera y nacional. A través de la referencia metodológica de la ruta de Agua propuesta por Mintur, 2008, se define la estructura técnica de la Ruta Turística de Café, "*Tierra de encuentros, aromas y sabores*", consta de dos paquetes turísticos y la definición de estrategias de marketing mix para su posicionamiento. Para una adecuada operación turística se define en forma participativa, un modelo de gestión administrativa, ambiental o socio cultural, para el funcionamiento adecuado. Además se realiza el estudio de impacto ambiental determinando que la ruta es viable. Con respecto al estudio económico y financiero se determinó que la inversión inicial es de \$ 232.210,84, dando un VAN de 10440,20 y un beneficio- costo 1,77, el tiempo de recuperación de la inversión será en cinco años alcanzando un TIR del 27%.

**Palabras claves:** ruta de café, atractivos turísticos naturales y culturales, estrategias de marketing.





## IX. SUMMARY

The present investigation aims at designing the touristic coffee route in Santa Cruz canton, Galapagos province. Diagnosis information was gathered using field trips to analyze the current state. Surveys were applied to determine the market profile implementing the route. Having validated the destinations, 17 of these classified in II and III were identified. The market study showed the high national and foreign demand. The technical structure of Tierra de encuentros, aromas y sabores touristic coffee route comprising two tourism packages and the mix marketing strategy definition for its positioning was defined using the methodological reference of the water route posed by Ministry of Tourism (MINTUR) in 2008. For an appropriate tourism running, a participatory environmental or socio cultural management model was defined. From the environmental impact study, the route feasibility was determined. In relation to the financial and economic study, the initial investment was 232.210,84 with a net present value (NPV) of 10 440.20 and a cost/benefit of 1.77. The investment will be recovered in five years with an internal rate of return (IRR) of 27%. We recommend to work along with Ministry of Agriculture, Livestock, Aquaculture and Fisheries (MAGAP) to train coffee producers better.

**Key words:** Touristic coffee route, natural tourism destinations, marketing strategies.



## X. **BIBLIOGRAFÍA**

1. Baca, G. (2010), *Evaluación de proyectos*. (4ª ed.). México: Shalom. pp. 17-45.
2. Behar, D. (2008). *Metodología de la Investigación*, Introducción a la Metodología de la Investigación. Canadá: Shalom, pp. 16-34. Consultado el 24 de octubre del 2015. Recuperado de: <http://museoarqueologico.univalle.edu.co/imagenes/Proyecto%20de%20Grado%201/lecturas/Libro%20metodologia%20investigacion.%20Libro%20NB.pdf>.
3. Blanco, M. (2008). *Guía para la Elaboración del Plan de desarrollo Turístico de un Territorio*. Costa Rica: Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura. Consultado el 24 de octubre del 2015. Recuperado de: <http://www.territorioscentroamericanos.org/turismorural/Documentos%20compartidos/Gu%C3%ADa%20para%20elaborar%20el%20plan%20de%20desarrollo%20tur%C3%ADstico%20de%20un%20territorio.pdf>
4. Borja, E. (2009). Matriz de Lázaro Lagos. *Diseño de un Sistema Alternativo de Producción de Energía en la Zona Eco turística Chachimbiro*. (Tesis de grado) Escuela Superior Politécnica de Chimborazo.PDF. Imbabura.
5. Caballero V. (2006). Diagnostico Ambiental de las Lagunas del Centro de Recursos Tecnológicos "Fatima" Provincia de Pastaza. *Prácticas preprofesionales II*. Riobamba-Ecuador.pdf.
6. Cárdenas, F. (2008). *Producto Turístico*. (2ª ed.). México: Shalom. pp. 3-15.
7. Cerna, V. (2011). Verónica Destinos Turísticos. *Paquete Turístico*. Consultado el 8 de enero de 2016. Recuperado de: <http://veronicadestinosturisticosuap.blogspot.com/2011/09/definiciones-de-producto-y-paquete.html>
8. Chambi, G. (2012). Estudio de Mercado. *Proyección Oferta y Demanda*. Consultado el 13 de enero de 2016. Recuperado de: [http://www.mailxmail.com/proyeccion-oferta-demanda-estudio-mercado\\_h](http://www.mailxmail.com/proyeccion-oferta-demanda-estudio-mercado_h)
9. Chan, (1996), *Productos Turísticos*. Chile: Universidad Austral de Chile. Escuela Administración Empresa de Turismo. Consultado el 24 de octubre del 2015. Recuperado de: [http://www.gestionturistica.cl/biblioteca/tesis/pregrado/uach/doc/AR\\_cuerpo.pdf](http://www.gestionturistica.cl/biblioteca/tesis/pregrado/uach/doc/AR_cuerpo.pdf)

10. Chicaiza, A., (2012). Patrimonio Natural. En *Proyecto de Ruta Turística de los Paisajes en San Pablo de Lago*. pp. 14. Quito, Ecuador.
11. Cohen, E. (2009). Evaluación de Proyectos: Análisis Financiero. Consultado el 24 de octubre del 2015. Recuperado de: [www.materias.fi.uba.ar](http://www.materias.fi.uba.ar)
12. Covarrubias, R. (2011), Evaluación del Potencial en Municipios Turístico a través de Metodologías Participativas. *Infraestructura Turística*. México. Consultado el 8 de enero de 2016. Recuperado de: <http://www.eumed.net/libros-gratis/2015/1433/infraestructura-turistica.htm>
13. De la colina, J. (2009). *Marketing Turístico*. Definición de estrategias; características; canales de distribución. Consultado el 24 de octubre del 2015. Recuperado de: [www.monografias.com](http://www.monografias.com)
14. Espinoza, R. (2014). Marketing Mix. *Marketing Mix: Las 4 Ps*. Consultado el 8 de enero de 2016. Recuperado de: <http://robertoespinosa.es/2014/05/06/marketing-mix-las-4ps-2/>
15. Flores, A. (2012), Diseño de una Ruta turística. *Estructura de la Ruta Turística*. Pangua-Cotopaxi. ESPOCH. PDF.
16. Glagovsky, H, (2001). *Teoría del Análisis FODA*. Consultado el 24 de octubre del 2015. Recuperado de: <http://www.gestiopolis.com/teoria-del-analisis-foda/>
17. Gómez, M. (2009). Diccionario de uso del medio ambiente. Primera edición. México –Eunsa. Universidad de Navarra, S.A, pp. 432.
18. Gonzales, F. (2009). *Conceptualización de la Demanda Turística*. Cuba. Consultado el 24 de octubre del 2015. Recuperado de: <http://www.redalyc.org/pdf/1815/181517987002.pdf>.
19. Guerrero, L. (2015). Sustentabilidad. *Vida Verde*, 1. Consultado el 24 de octubre del 2015. Recuperado de: <http://definicion.mx/sustentabilidad/>
20. Koch, J, (2009). *Manual del Empresario Exitoso*. Consultado el 24 de octubre del 2015. Recuperado de: [www.esmas.com](http://www.esmas.com)

21. Gonzales, A. (2012). *Comunidad Digital de Conocimientos*. México. Consultado el 24 de octubre del 2015. Recuperado de: <http://www.academica.mx/blogs/tipos-turismo>.
22. Manzano, A. (2014). Diseño de un Ruta de Turismo Comunitario. *Ruta Turística*. Orellana- Ecuador. ESPOCH. PDF.
23. Méndez. C. (2001). *Diseño y Desarrollo del Proceso de Investigación*. Segunda edición. España – Madrid: Mundi-Prensa. pp. 53,54.
24. Ministerio de turismo, (2008). *Inventario de Atractivos Turísticos*. Ecuador. Consultado el 24 de octubre del 2015. Recuperado de: <http://es.scribd.com/doc/48659822/Inventario-Turistico-AGUARICO-1#scribd>
25. MINTUR, (2008). *Gerencia Regional de Recursos Turísticos*, Metodología para inventarios de atractivos turísticos, Riobamba– Ecuador: MINTUR.
26. Núñez, F. (2009). Mercados: Modelo Básico Oferta-Demanda. Consultado el 24 de octubre del 2015. Recuperado de: [http://www.esi2.us.es/~fnunez/Texto/2\\_MercadoDeUnBien\\_Diapositivas.pdf](http://www.esi2.us.es/~fnunez/Texto/2_MercadoDeUnBien_Diapositivas.pdf)
27. Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO), (2005). *Concepto de Sostenibilidad*. Santiago. Consultado el 08 de enero de 2016. Recuperado de: <http://unesdoc.unesco.org/images/0016/001621/162177S.pdf>
28. Páez, M, (2013). *Conceptos y Tipologías de la Demanda Turística*. México. Consultado el 24 de octubre del 2015. Recuperado de: <http://margaed.blogspot.com/2013/11/concepto-y-definicion-de-demanda.html>
29. Peláez, J. (2009). Marketing. *Mercado potencial vs mercado objetivo*. Consultado el 8 de enero de 2016. Recuperado de: <http://markegruop.blogspot.com/2009/03/mercado-potencial-vs-mercado-objetivo.html>
30. Pérez, M. (2011). *Producto Turístico*. Madrid: Tecnos S.A. p. 102.

31. Pérez, M. (2003). *La guía del ecoturismo*. México: Mundi-Prensa. Consultado el 24 de octubre del 2015. Recuperado de: [https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=1bMSAQAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA11&dq=DEFINICION+DE+ECOTURISMO&ots=00xZK6LqnT&sig=jhwztzwx4DAN1GhfU8oPKTbgvW\\_w#v=onepage&q&f=false](https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=1bMSAQAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA11&dq=DEFINICION+DE+ECOTURISMO&ots=00xZK6LqnT&sig=jhwztzwx4DAN1GhfU8oPKTbgvW_w#v=onepage&q&f=false)
32. Picasso, P. (2010). Estudio Ambiental. Consultado el 8 de enero de 2016. Recuperado de: <http://estudioambiental.webnode.es/>
33. Ponce, H. (2006). *La matriz FODA: una alternativa para realizar diagnósticos y determinar estrategias de intervención en las organizaciones productivas y sociales*. Contribuciones a la Economía. Santo Tomas. Consultado el 24 de octubre del 2015. Recuperado de: <http://www.eumed.net/ce/>
34. Quezada, R. (2005). Elementos del Turismo. *Sistema Turístico*. San José: Editorial de la Universidad Estatal a Distancia.
35. Quezada, R. (2007). *Elementos del turismo*. Oferta Turística. Cuarta edición. San José-Costa Rica. pp. 125. Universidad Estatal a Distancia. Consultado el 8 de enero de 2016. Recuperado de: <http://www.eumed.net/rev/turydes/11/vgcp.html>
36. Rhodes, A. (2015). *Definición de Ecoturismo*. Chiapas-México. Consultado el 24 de octubre del 2015. Recuperado de: <http://www.ecoturismogenuino.com/definiciones-ecoturismo/>
37. Rodríguez, J. (2010), *Los Sistemas de Información Geográfica: Una Herramienta de Análisis en los Estudios de Impacto Ambiental*. México. Consultado el 24 de octubre del 2015. Recuperado de <http://www.ua.es/personal/antonio.aledo/docs/libro/cap10.pdf>.
38. Rodríguez, I. (2008). Estrategias y Técnicas de Comunicación. Demanda Objetiva. Consultado el 13 de enero de 2016. Recuperado de: <http://www.emprendepyme.net/el-publico-objetivo.html>
39. Rogel, L. (2015), Zonas de vida de Santa Cruz. PODT. pdf.

40. Rosales, (2005). *Estudio Técnico de un proyecto*. Consultado el 24 de octubre del 2015. Recuperado de [http://www.academica.mx/sites/default/files/adjuntos/35272/e.2\\_capitulo\\_del\\_estudio\\_tecnico.pdf](http://www.academica.mx/sites/default/files/adjuntos/35272/e.2_capitulo_del_estudio_tecnico.pdf)
41. Sancho, A., & Buhalis, D. (1998). *Introducción al turismo*. Madrid: Organización Mundial del Turismo, p. 11.
42. Sendin E, (2006). *Concepto de Proyecto: Análisis Económico*. Consultado el 24 de octubre del 2015. Recuperado de: [www.paginaspersonalesdeusto.es](http://www.paginaspersonalesdeusto.es)
43. Sierra, A. (2013). Recurso Turístico. Consultado el 24 de octubre del 2015. Recuperado de: <http://es.scribd.com/doc/46927500/Recursos-Turisticos-inventario-clasificacion-jerarquizacion-evaluacion#scribd>
44. Thompson, I. (2005). *Segmentación de mercado*. Consultado el 24 de octubre del 2015. Recuperado de: <http://www.promonegocios.net/mercadotecnia/segmentacion-del-mercado.htm>
45. Thompson, I. (2008). *Estudio de Mercado*. Consultado el 24 de octubre del 2015. Recuperado de: <http://www.promonegocios.net/mercado/estudios-mercados.html>
46. Tierra, P, (2012). *Texto Básico de Planificación Territorial*. Compilación. Riobamba –Ecuador: ESPOCH. Pdf.
47. Tierra, P. (2010). *Texto Básico de Paquetes Turísticos*. Compilación. Riobamba– Ecuador: ESPOCH. Pdf.
48. Toapanta, J. (1014). Evaluación de los Atractivos Turísticos. *Levantamiento de Inventario de Atractivos Turísticos*. Saquisilí, pp.24-25. pdf.
49. Muñoz, J. (2014). Rutas y visitas para todos los Gustos. *Ruta Turística y las Diferentes Tipologías*. Consultado el 24 de octubre del 2015. Recuperado de: <http://www.guidemydream.com/blog/tipo-de-excursiones-rutas-y-visitas-para-todos-los-gustos/>

- 50.** MINTUR, (2012). Ruta del Agua. Consultado el 24 de octubre del 2015.  
Recuperado de: <http://www.amalavida.tv/novedades/ruta-del-agua-ecuador>.
  
- 51.** MINTUR, (2012). Ruta de la Spondylus. Consultado el 24 de octubre del 2015.  
Recuperado de: <http://ecuador.travel/es/destino/33/ruta-del-spondylus>

## **XI. ANEXOS**

### **A. ANEXO N° 1**

#### **1. Ingreso de turistas extranjeros y nacionales, año 2014.**

<b>MES</b>	<b>TURISTAS EXTRANJEROS</b>	<b>TURISTAS NACIONALES</b>
<b>ENERO</b>	9.712	3.800
<b>FEBRERO</b>	8.830	4.533
<b>MARZO</b>	10.327	4.301
<b>ABRIL</b>	9.641	3.644
<b>MAYO</b>	9.585	3.485
<b>JUNIO</b>	8.901	2.924
<b>JULIO</b>	11.938	4.253
<b>AGOSTO</b>	10.348	4.891
<b>SEPTIEMBRE</b>	7.110	3.254
<b>OCTUBRE</b>	8.868	3.534
<b>NOVIEMBRE</b>	10.175	2,231
<b>DICIEMBRE</b>	9.442	2.945
<b>TOTAL</b>	<b>114.877</b>	<b>43.795</b>

**Fuente:** Observatorio de turismo, Santa Cruz-Galápagos, 2014.

**Elaborado por:** Yadira Merecí, 2015.



**B. ANEXO N° 2**

**1. Encuestas para turistas nacionales y extranjeros**

**a. Formato de la encuesta para turistas nacionales**



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



El objetivo de la siguiente encuesta es determinar el perfil de la demanda para la elaboración del proyecto: “Diseño de la Ruta del Café”.

**A. INFORMACIÓN GENERAL**

• **Género**

Masculino ( ) Femenino ( )

• **Edad**

15 años ( ) De 16 a 20 años ( ) De 21 a 25 años ( )  
De 26 a 30 años ( ) De 31 a 35 años ( ) De 36 a 40 años ( )  
De 41 a 45 años ( ) De 46 a 50 años ( ) De 51 a 55 años ( )  
De 56 a 60 años ( ) De 61 a más ( )

• **Estado civil**

Soltera ( ) Unión libre ( ) Casada ( ) Divorciada ( ) Viuda ( )

• **Nivel de instrucción**

Sin instrucción ( ) Primaria ( ) Secundaria ( ) Superior ( )

**Otros, especifique.....**

• **Ocupación**

Estudiante ( ) Profesional ( ) Empleado ( ) Ama de casa ( ) Desempleado ( )

**Otros, especifique.....**

• **Nacionalidad**

Americano ( ) Africano ( ) Asiático ( ) Europeo ( ) Oceánico ( )

**Otro, especifique.....**

• **Residencia actual**

.....

## B. CARACTERÍSTICAS GENERALES

### 1. ¿Es la primera vez que viaja a Santa Cruz-Galápagos?

Si ( ) No ( )

### 2. ¿A través de qué medios se informó del Cantón?

Internet ( ) Operadoras y Agencias de viajes ( ) Folletos y trípticos ( )

Amigos ( )

### 3. ¿Con quién viaja?

Familia ( ) Amigos ( ) Solo ( )

### ¿Cuántos? ( )

### 4. ¿El motivo de visita al cantón Santa Cruz es por?

Aventura ( ) Naturaleza ( ) Recreación ( ) Descanso ( ) Negocios y trabajo ( )

Otros, especifique.....

### 5. ¿Qué tiempo permanecerá en el cantón Santa Cruz?

Un día ( ) Dos días ( ) Tres días ( ) Más de tres días ( )

### 6. ¿Conoce usted alguna ruta turística existente en el Ecuador?

Si ( ) No ( )

Si es afirmativa, especifique:.....

### 7. ¿Con qué frecuencia realiza actividades turísticas?

Cada 15 días ( ) Una vez al mes ( ) Una vez al año ( ) Feriados ( )

### 8. ¿Cómo organiza sus viajes?

Agencia de viajes y Operadora turística ( ) De forma independiente ( )

### 9. ¿Le gustaría visitar una ruta del café?

Si ( ) No ( )

### 10. ¿Qué actividades le gustaría hacer en la ruta del café?

Caminata ( ) Observación de flora y fauna ( ) Ciclismo ( ) Compra de artesanías ( )

Gastronomía ( ) Cabalgata ( ) Túneles de lava ( ) Avistamiento de aves ( )

### 11. Durante la visita ¿Con que servicios le gustaría que cuente la ruta del café?

Alimentación ( ) Hospedaje ( ) Transporte ( ) Alquiler de equipos ( )

Guianza ( ) Información turística ( )

### 12. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por estos servicios por persona por día?

40- 60 dólares ( ) 61-81 dólares ( ) 82-102 dólares ( ) Más de 102 dólares ( )

**GRACIAS POR SU COLABORACIÓN**

## 2. Encuestas para turistas nacionales y extranjeros

### b. Formato de la encuesta a turistas extranjeros



**POLYTECHNIC SCHOOL OF CHIMBORAZO  
NATURAL RESOURCES FACULTY  
ECOTOURISM SCHOOL**



This survey will help to determine the demand of “Coffe Route Project in Santa Cruz”.

#### A. GENERAL INFORMATION

- **Gender**

Male ( )                      Female ( )

- **Age**

15 years ( )                      From 16 to 20 years ( )                      From 21 to 25 years ( )  
)

From 26 to 30 years ( )                      From 31 to 35 years ( )                      From 36 to 40 years ( )  
)

From 41 to 45 years ( )                      From 46 to 50 years ( )                      From 51 to 55 years ( )  
)

From 56 to 60 years ( ) Over 61 years ( )

- **Civil status**

Single ( )      Free Union ( )                      Married ( )      Divorced ( )                      Widow  
( )

- **Instruction level**

Without instruction ( )                      Primary ( )                      Secondary ( )                      High ( )  
)

**Other, specify .....**

- **Occupation**

Student ( )      Professional ( )                      Employee ( )                      Housewife ( )      Unemployed  
( )

**Other, specify .....**

- **Nationality**

American ( )                      African ( )                      Asian ( )

European ( )                      Oceanic ( )

Other, specify.....

- **Current residence**

.....

**B. GENERAL FEATURES**

**1. ¿It is the first time traveling to Santa Cruz - Galapagos?**

Yes ( ) Not ( )

**2. ¿Through which media reported the Canton?**

Internet ( ) Operators and Travel Agencies ( ) Brochures and leaflets ( )  
Friends ( )

**3. ¿Who travels?**

Family ( ) Friends ( ) Single ( )

**¿How many? ( )**

**4. ¿The reason for visiting the canton Santa Cruz is for?**

Adventure ( ) Nature ( ) Recreation ( ) Break ( ) Business & Jobs ( )

Other, specify.....

**5. ¿What time will remain in the canton Santa Cruz?**

One day ( ) Two days ( ) Three days ( ) Over three days ( )

**6. ¿Are you familiar with any existing tourist route in Ecuador?**

Yes ( ) Yes ( )

If yes, specify: .....

**7. ¿How often performs tourist activities?**

Every 15 days ( ) Once a month ( ) Once a year ( ) Holidays ( )

**8. ¿How to organize your trip?**

Travel agency and Tour Operator ( ) independently ( )

**9. ¿You would like to visit a coffee route?**

Yes ( ) Not ( )

**10. ¿What activities would you like to do in the coffee route?**

Walk ( ) Flora and fauna ( ) Cycling ( ) Purchase crafts ( )

Gastronomy ( ) Cavalcade ( ) Tunnels lava ( ) Bird watching ( )

**11. During the visit what services would like to tell the coffee route?**

Food ( ) Lodging ( ) Transport ( ) Equipment Rental ( )

Guidance ( ) Tourist information ( )

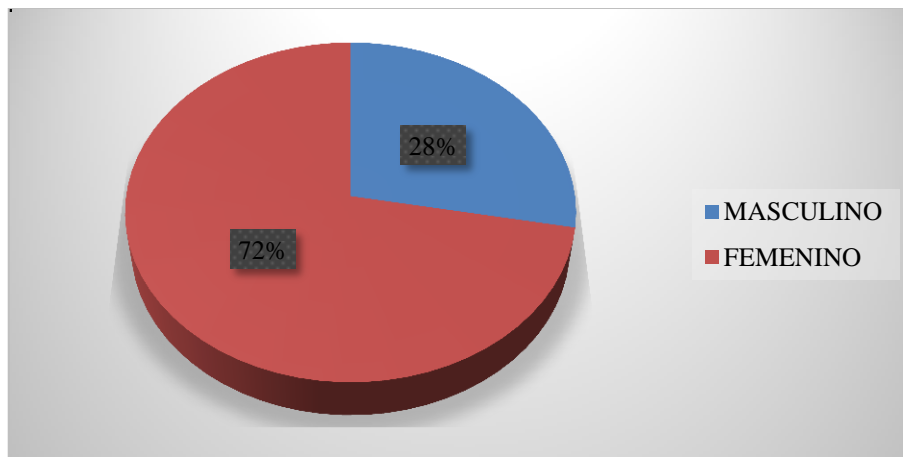
**12. ¿How much would be willing to pay for these services per person per day?**

40- 60 dollars ( ) 61-81 dollars ( ) 82-102 dollars ( ) More of 102 dollars ( )

**THANK YOU FOR YOUR COLLABORATION**

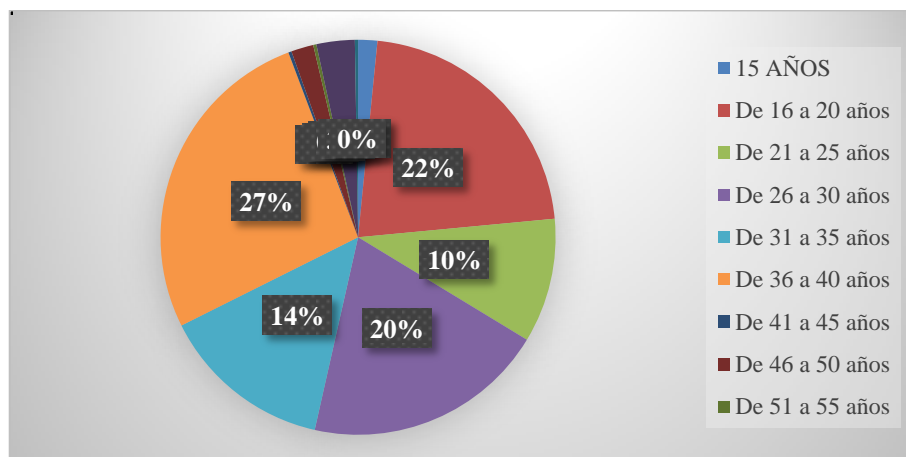
C. ANEXO N° 3

1. Pasteles interpretativos de las encuestas realizadas a los turistas extranjeros



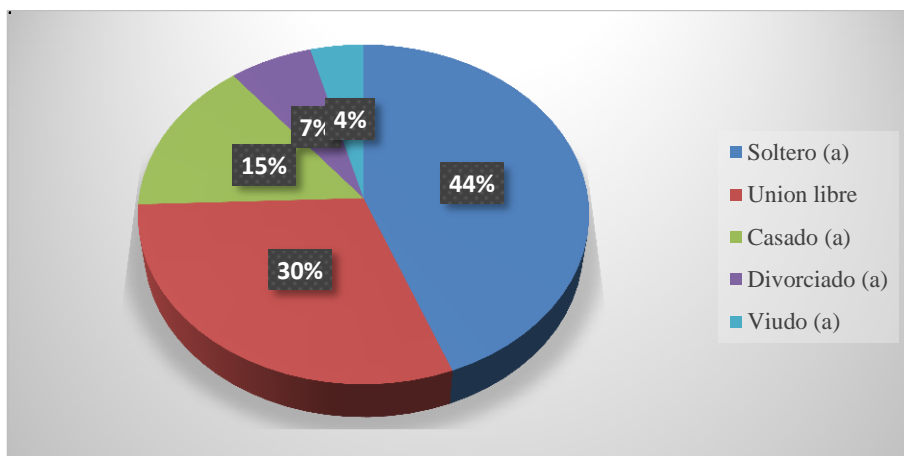
**Gráfico 11.** Género

**Fuente:** Encuesta a los turistas extranjeros.



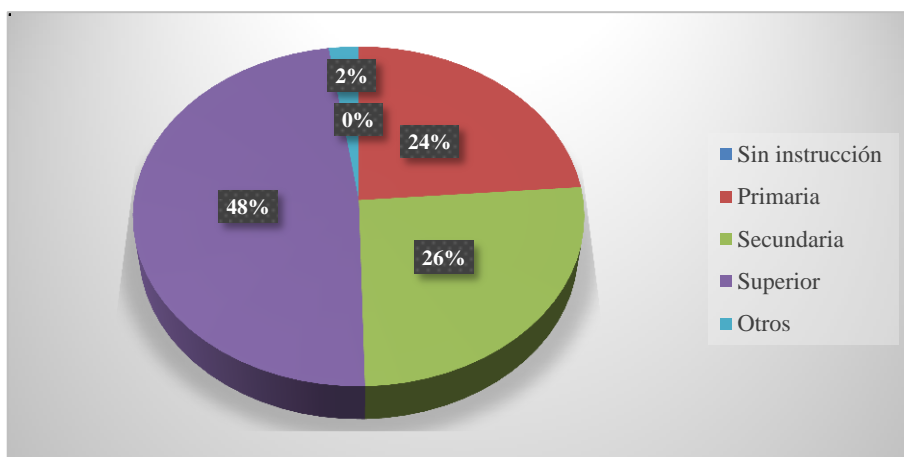
**Gráfico 12.** Edad

**Fuente:** Encuesta a los turistas extranjeros.



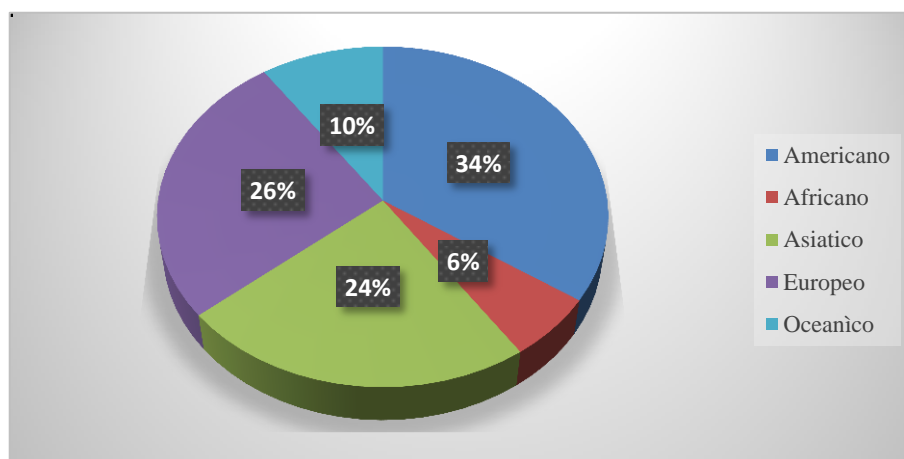
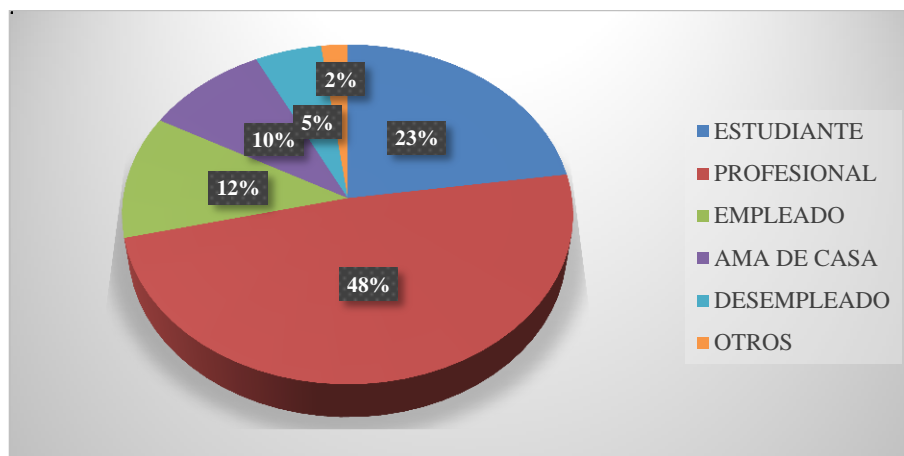
**Gráfico 13.** Estado civil

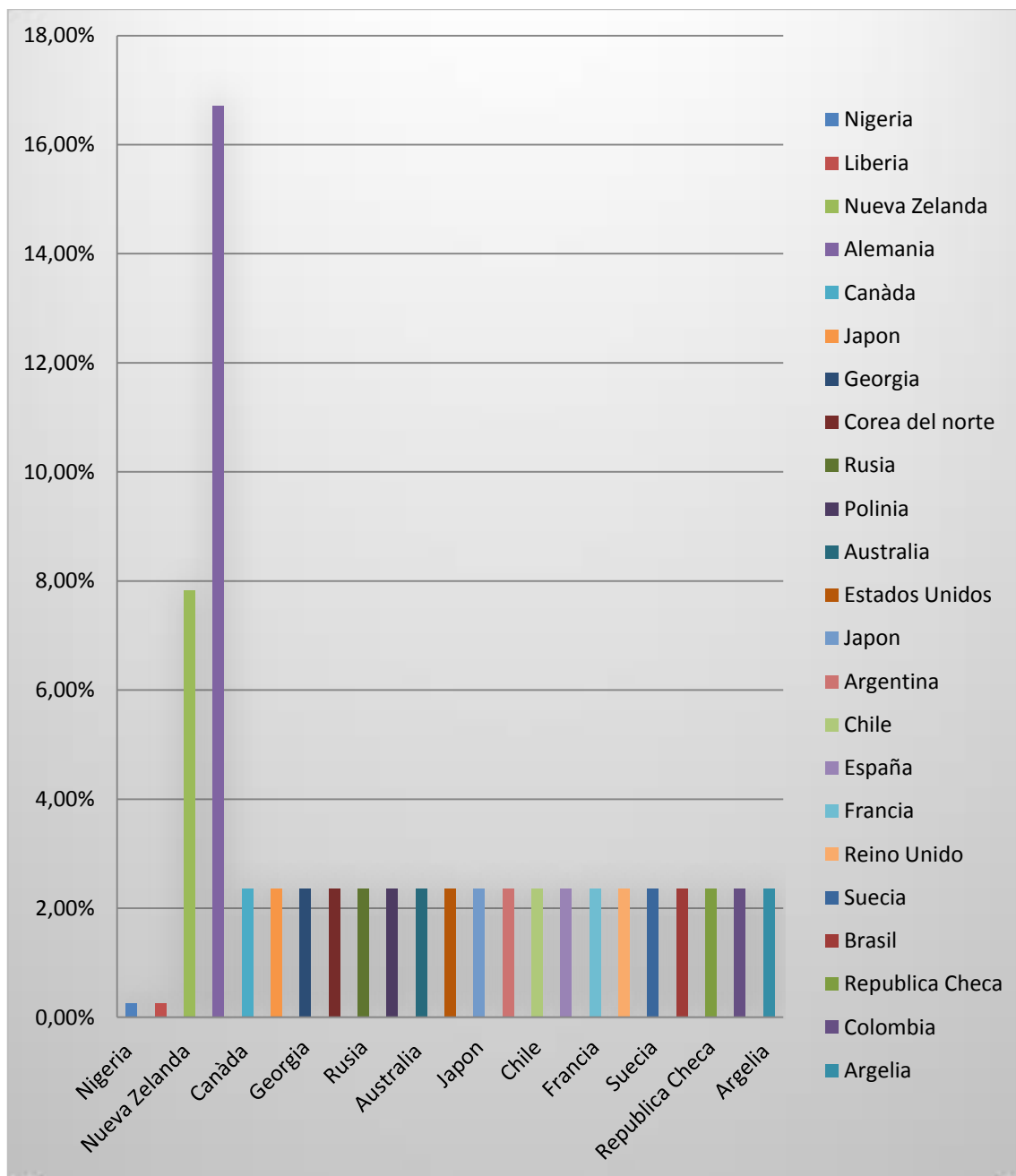
**Fuente:** Encuesta a los turistas extranjeros.



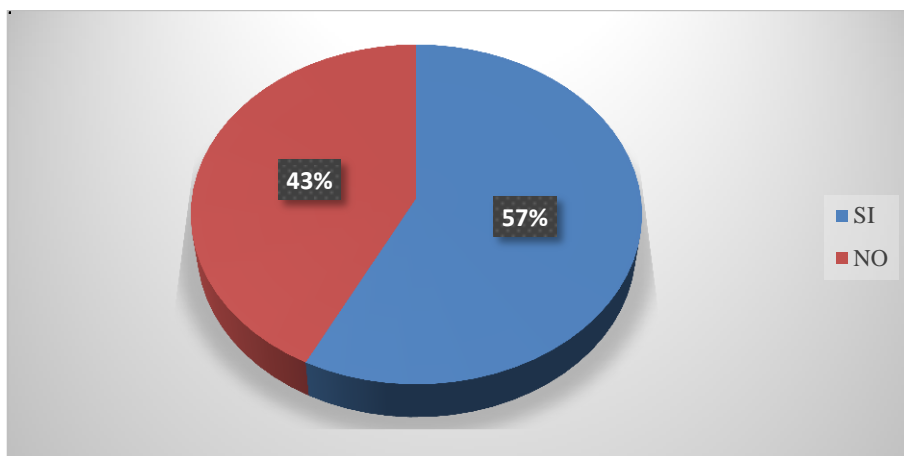
**Gráfico 14.** Nivel de instrucción

**Fuente:** Encuesta a los turistas extranjeros.



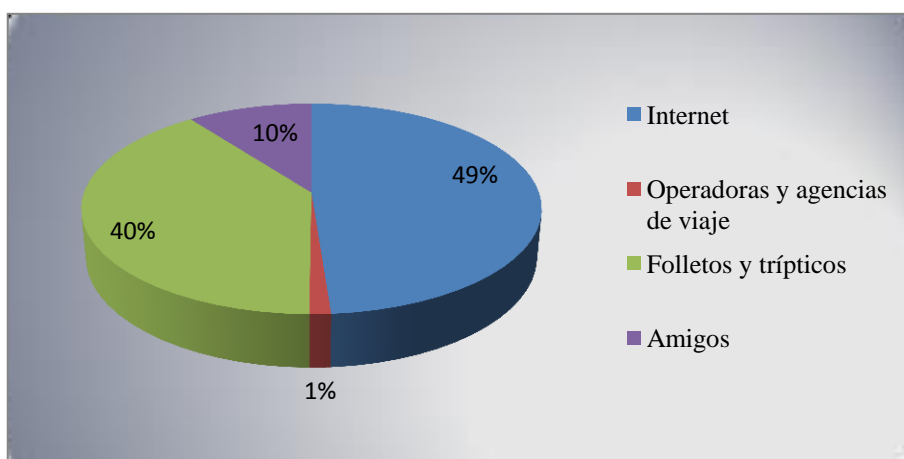






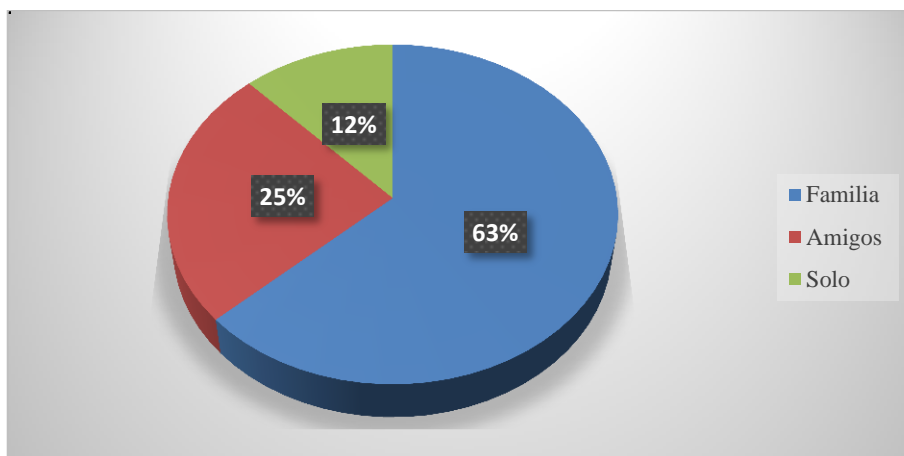
**Gráfico 18.** Es la primera vez que viaja a Santa Cruz

**Fuente:** Encuesta a los turistas extranjeros.

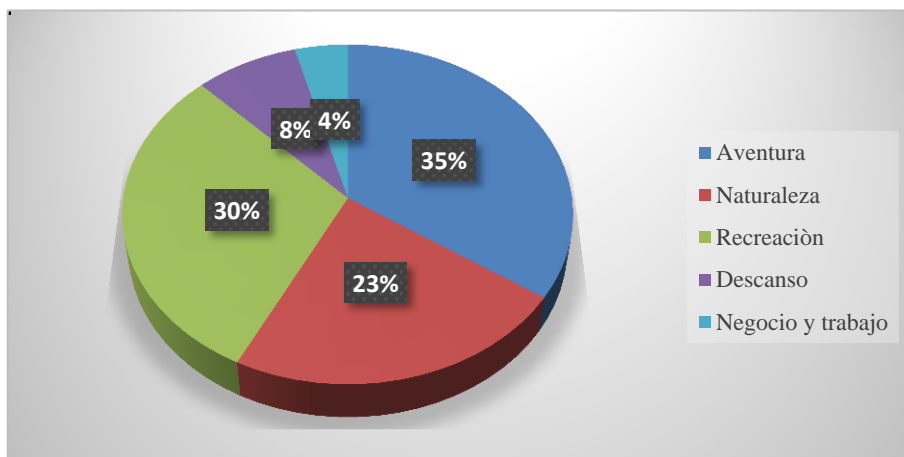


**Gráfico 19.** Medios en los que se informaron

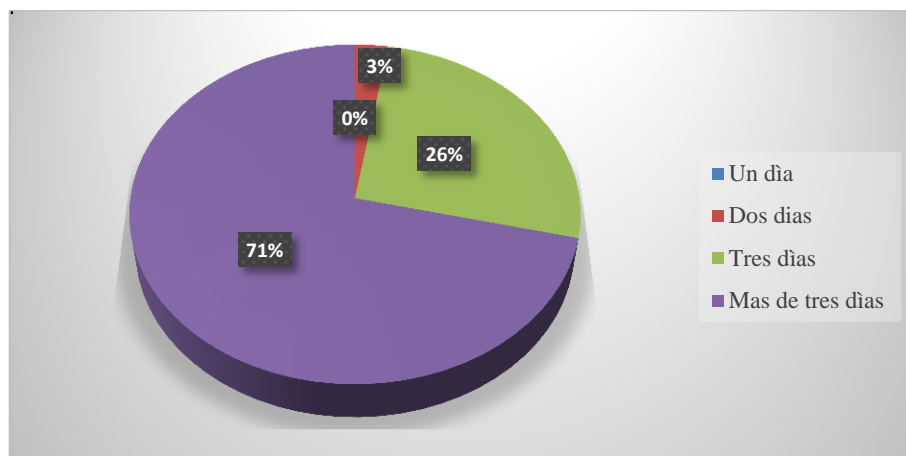
**Fuente:** Encuesta a los turistas extranjeros



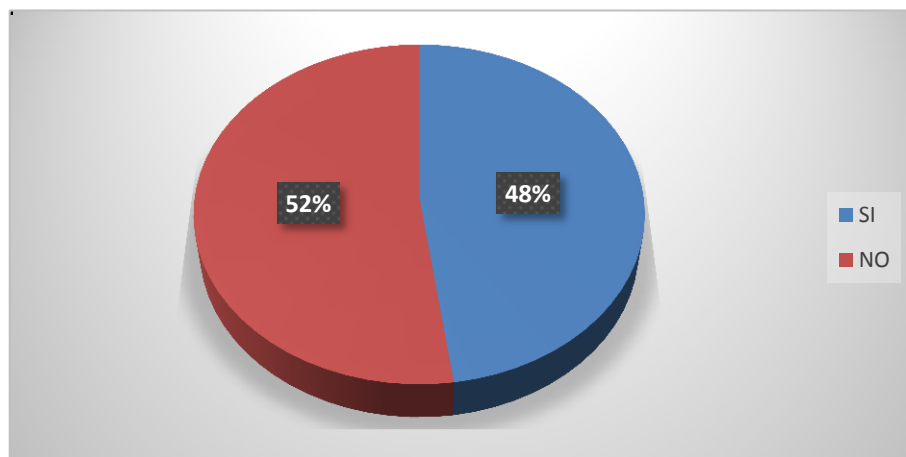
**Gráfico 20.** Con quien viaja a Santa Cruz  
**Fuente:** Encuesta a los turistas extranjeros.



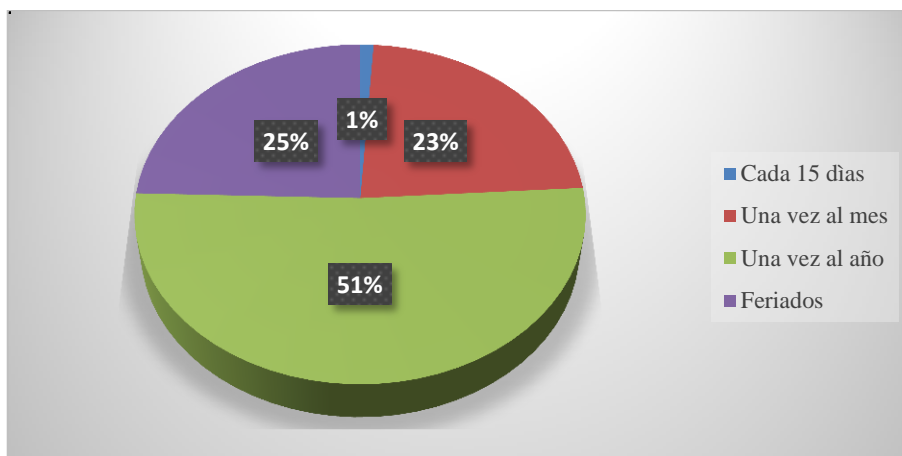
**Gráfico 21.** Motivo de visita al cantón  
**Fuente:** Encuesta a los turistas extranjeros.



**Gráfico 22.** Tiempo de permanencia en el cantón  
**Fuente:** Encuesta a los turistas extranjeros

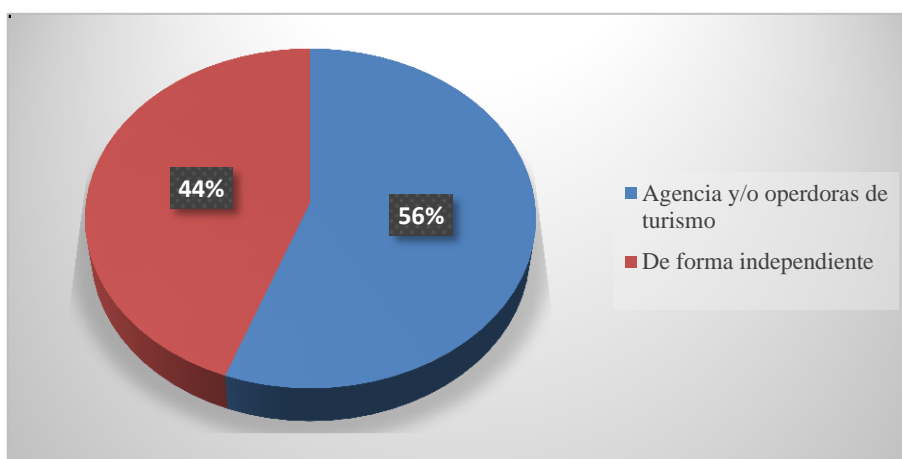


**Gráfico 23.** Conocimiento de alguna ruta turística en el Ecuador  
**Fuente:** Encuesta a los turistas extranjeros



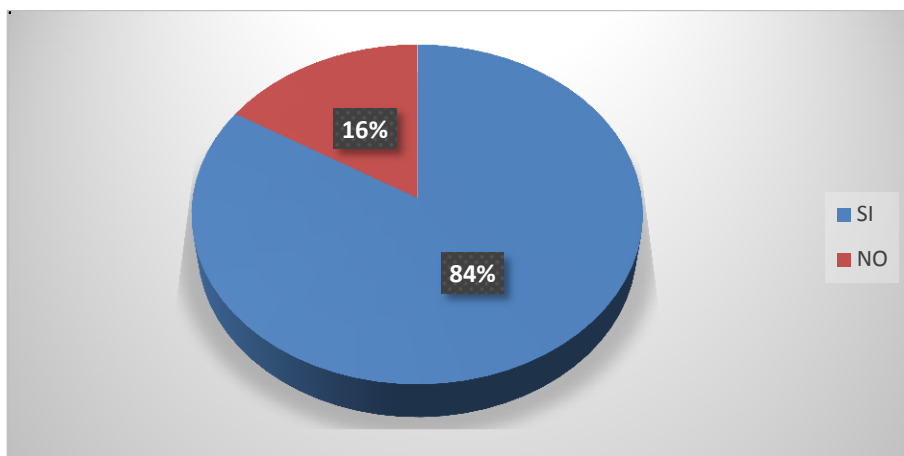
**Gráfico 24.** Frecuencia con la que realiza actividades turísticas

**Fuente:** Encuesta a los turistas extranjeros.

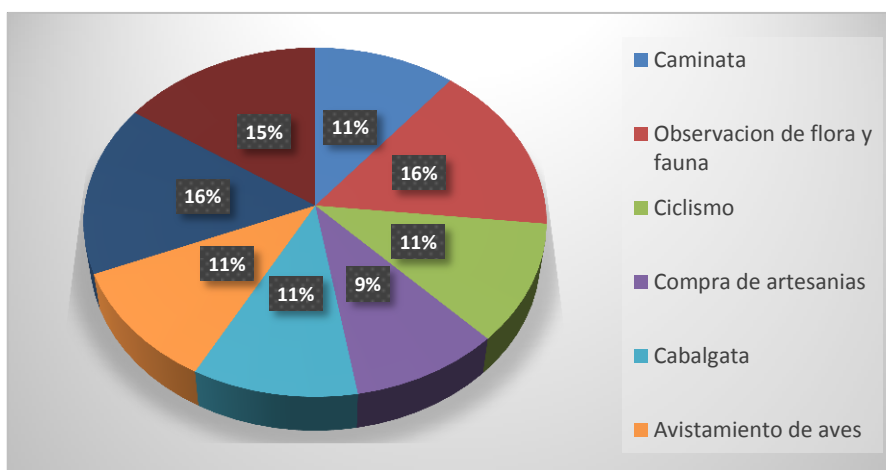


**Gráfico 25.** Como organiza sus viajes

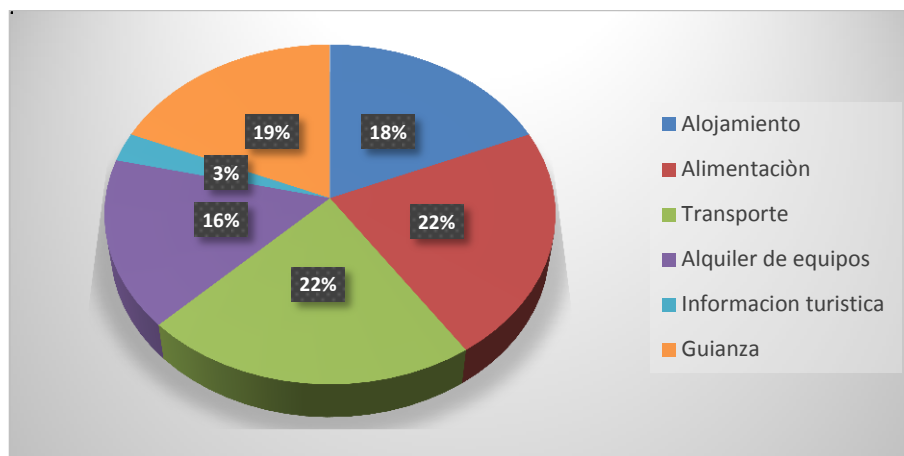
**Fuente:** Encuesta a los turistas extranjeros.



**Gráfico 26.** Le gustaría conocer una ruta de café dentro de la isla  
**Fuente:** Encuesta a los turistas extranjeros

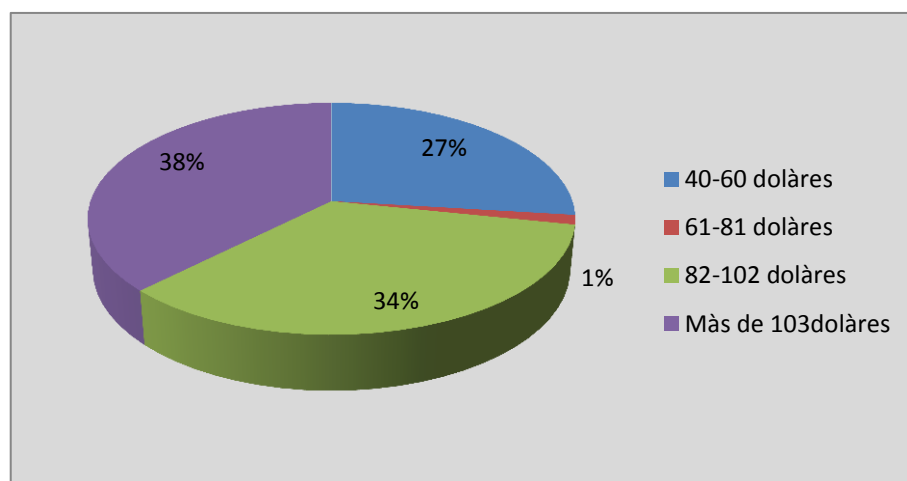


**Gráfico 27.** Actividades que le gustaría realizar dentro de la ruta turística  
**Fuente:** Encuesta a los turistas extranjeros



**Gráfico 28.** Servicio con los que contará la ruta turística

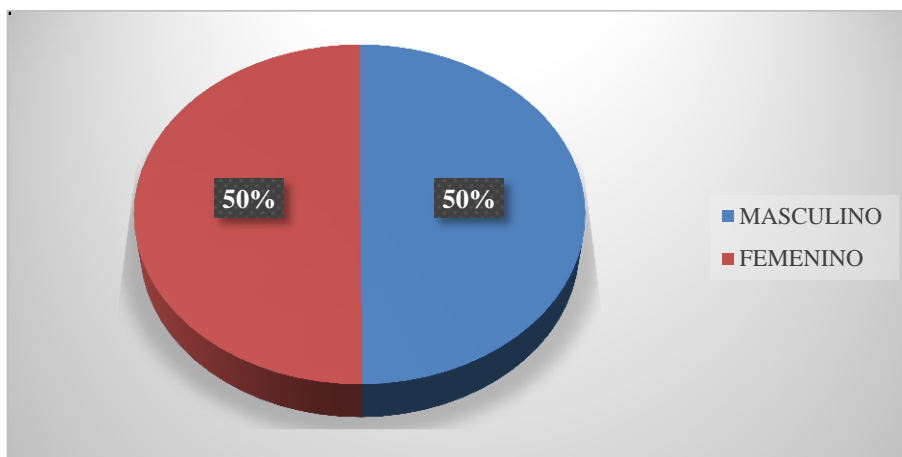
**Fuente:** Encuesta a los turistas extranjeros.



**Gráfico 29.** Pago por los servicios por persona que adquirirá en la ruta.

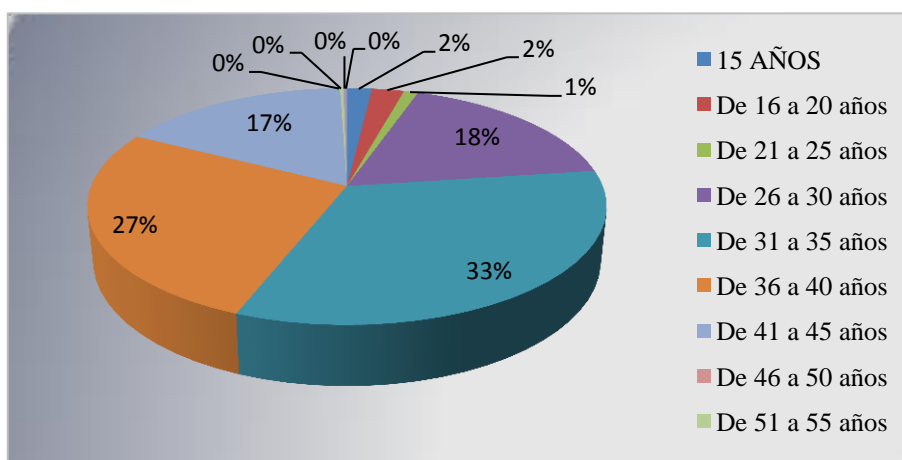
**Fuente:** Encuesta a los turistas extranjeros.

## 2. Pasteles interpretativos de las encuestas realizadas a los turistas nacionales



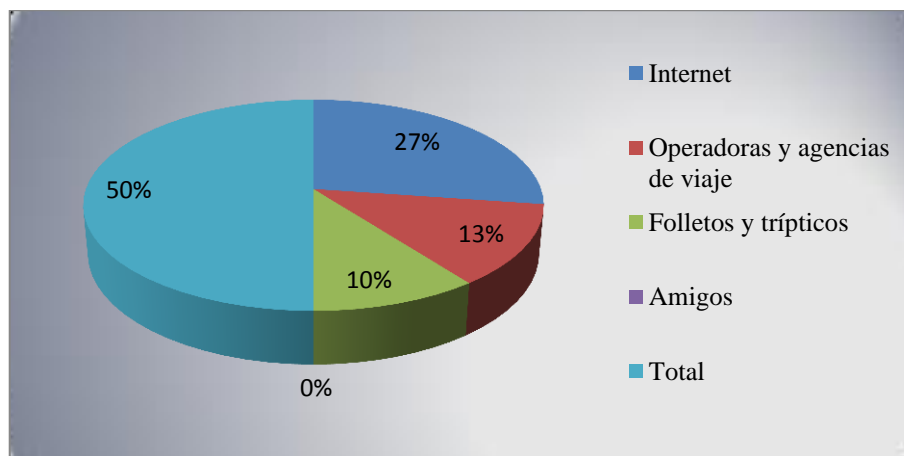
**Gráfico 30. Género**

**Fuente:** Encuesta a los turistas nacionales



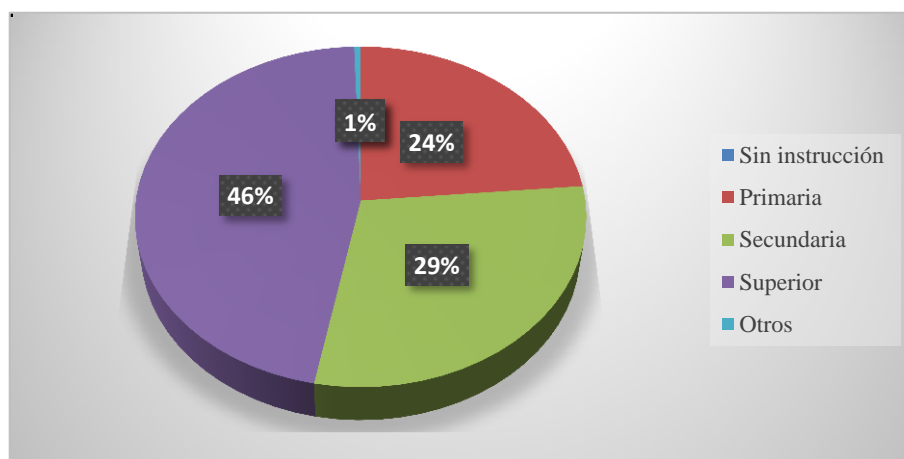
**Gráfico 31. Edad**

**Fuente:** Encuesta a los turistas nacionales



**Gráfico 32.** Estado civil

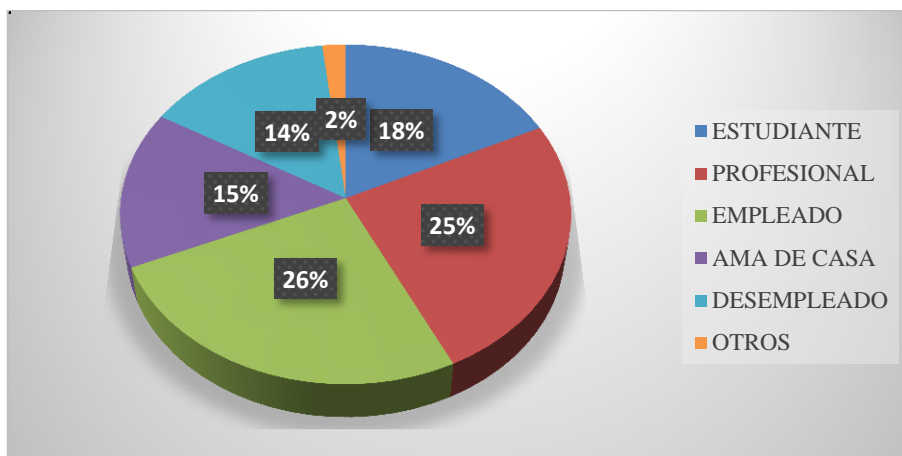
**Fuente:** Encuesta a los turistas nacionales



**Gráfico 33.** Nivel de instrucción

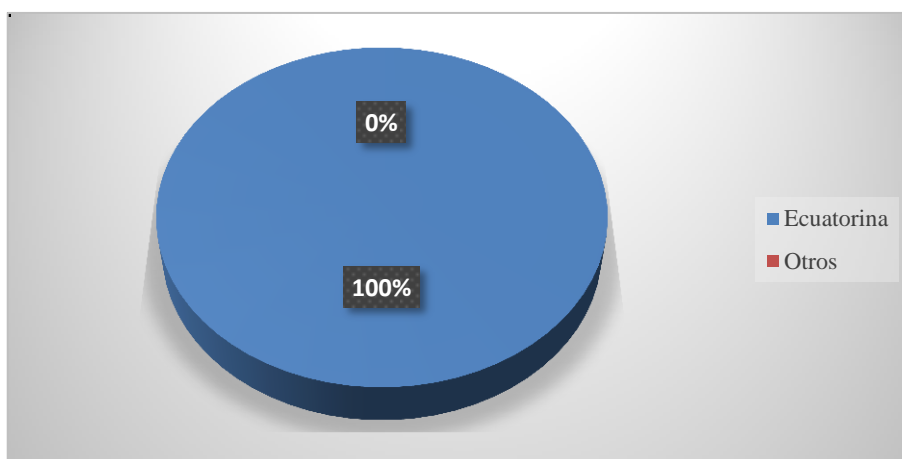
**Fuente:** Encuesta a los turistas nacionales





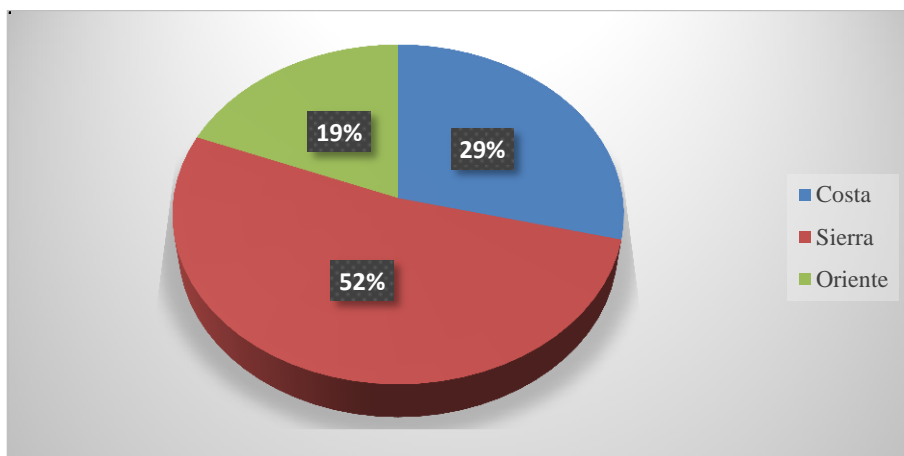
**Gráfico 34.** Ocupación

**Fuente:** Encuesta a los turistas nacionales



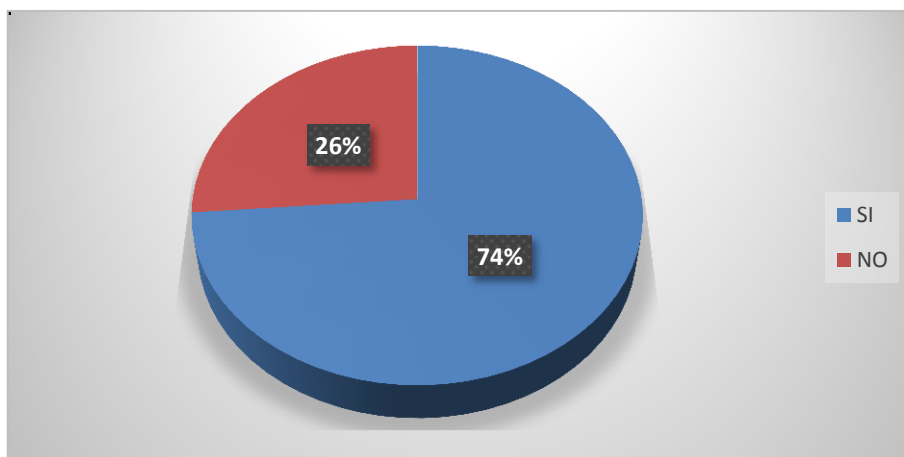
**Gráfico 35.** Nacionalidad

**Fuente:** Encuesta a los turistas nacionales



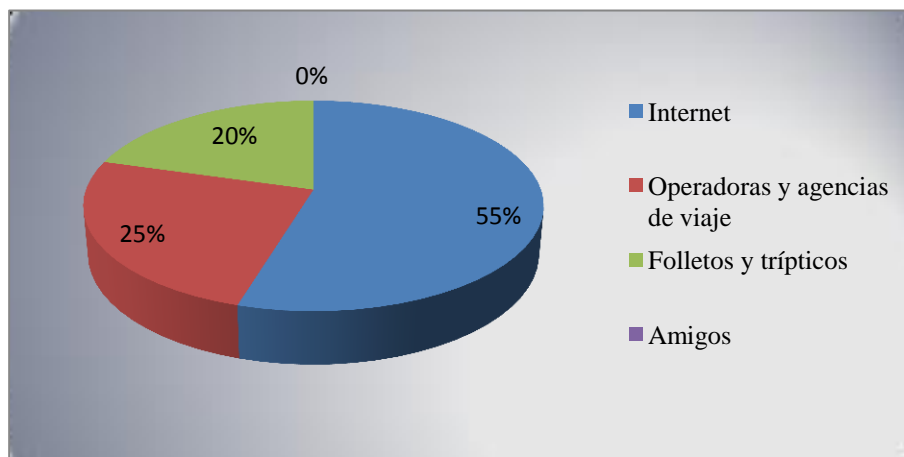
**Gráfico 36.** Residencia actual

**Fuente:** Encuesta a los turistas nacionales



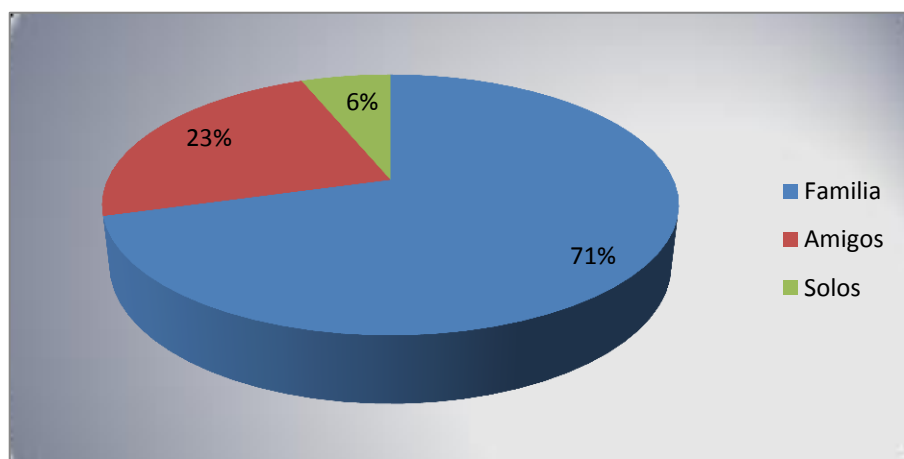
**Gráfico 37.** Es la primera vez que viaja a Santa Cruz

**Fuente:** Encuesta a los turistas nacionales



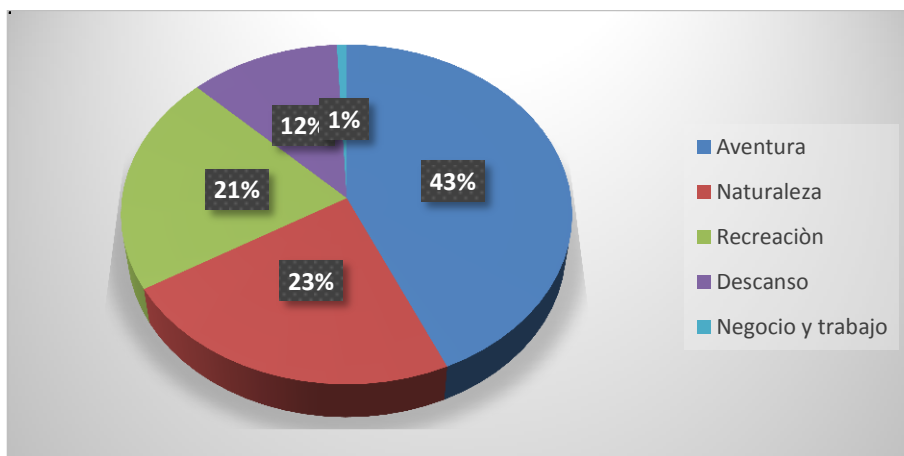
**Gráfico 38.** Medios en los que se informaron sobre la isla

**Fuente:** Encuesta a los turistas nacionales



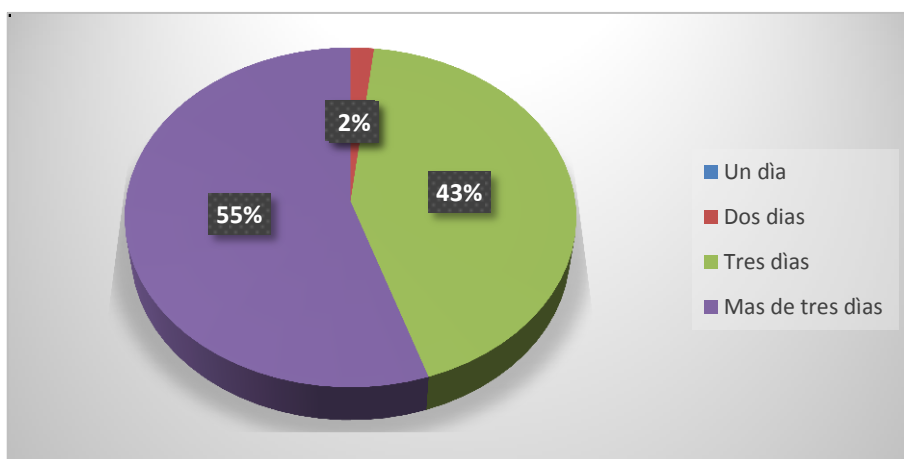
**Gráfico 39.** Con quien visita el cantón Santa Cruz

**Fuente:** Encuesta a los turistas nacionales



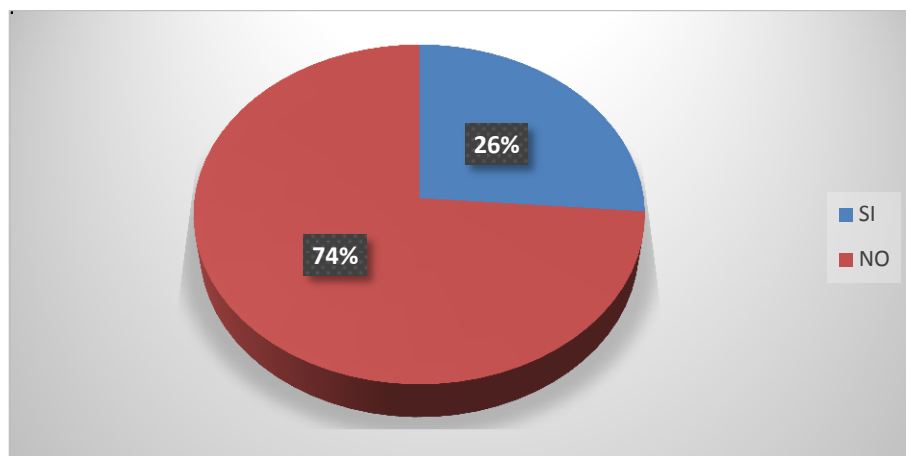
**Gráfico 40.** Motivo por el cual visita el cantón

**Fuente:** Encuesta a los turistas nacionales

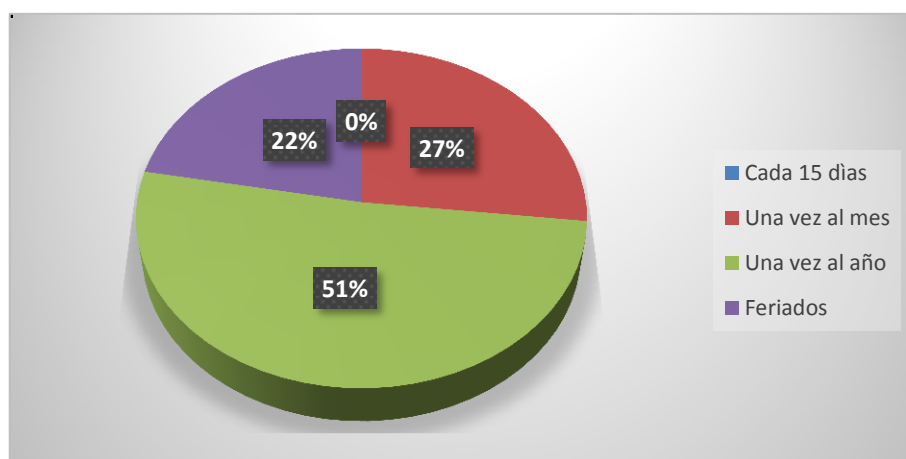


**Gráfico 41.** Tiempo de permanencia en el cantón

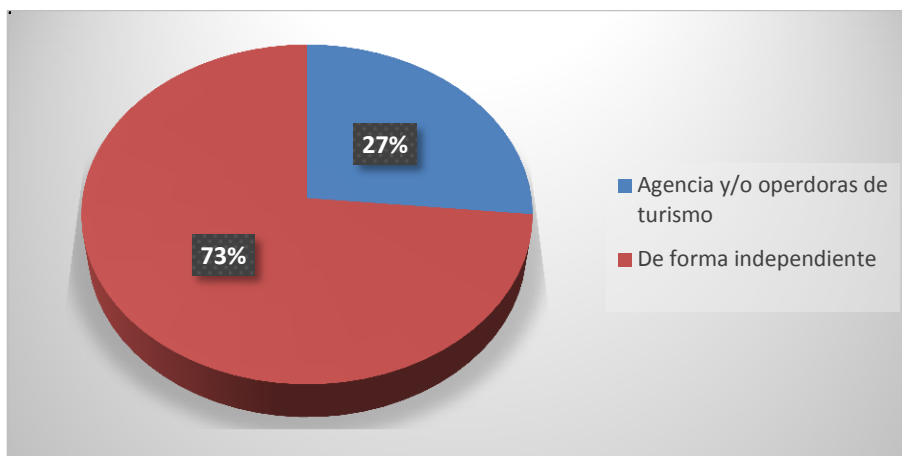
**Fuente:** Encuesta a los turistas nacionales



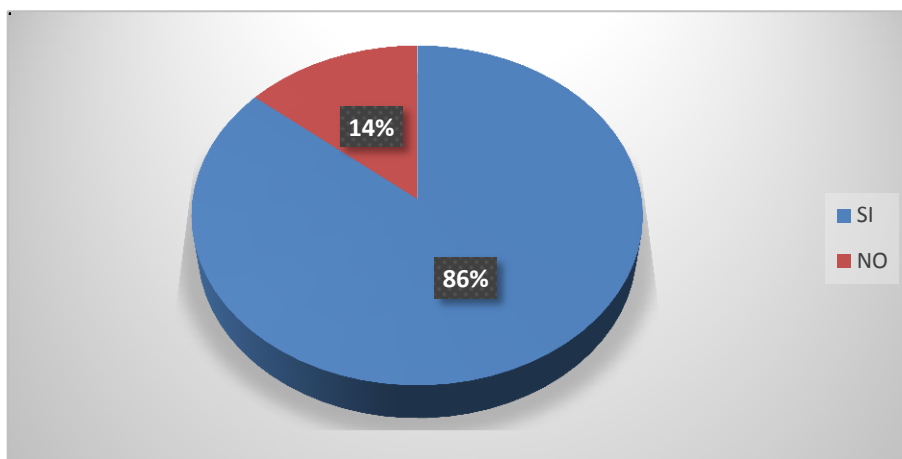
**Gráfico 42.** Conoce alguna ruta turística en el Ecuador  
**Fuente:** Encuesta a los turistas nacionales



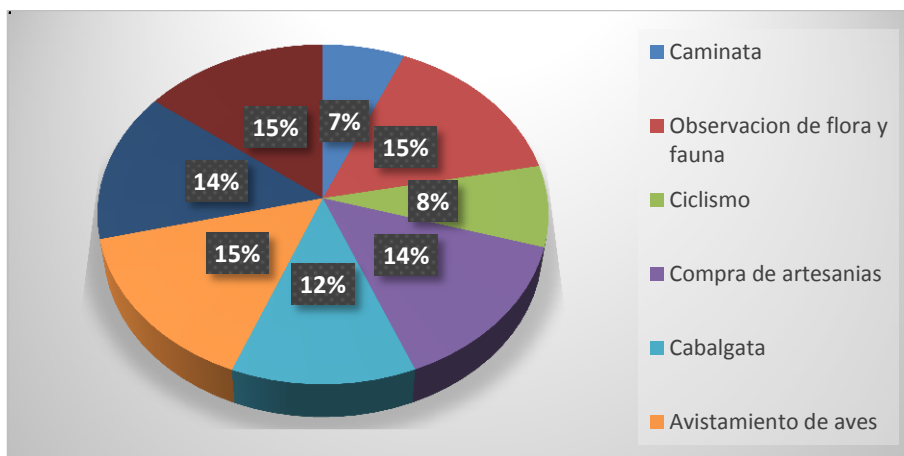
**Gráfico 43.** Frecuencia con la que realiza actividades turísticas  
**Fuente:** Encuesta a los turistas nacionales



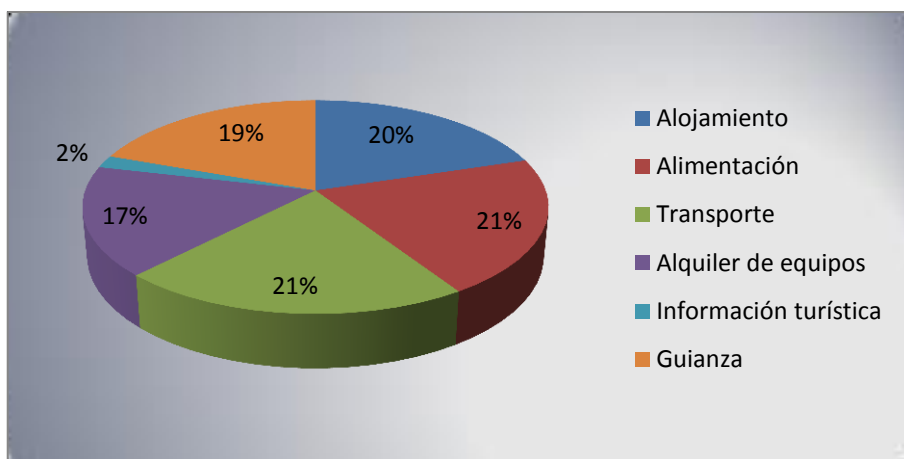
**Gráfico 44.** Como organiza sus viajes  
**Fuente:** Encuesta a los turistas extranjeros



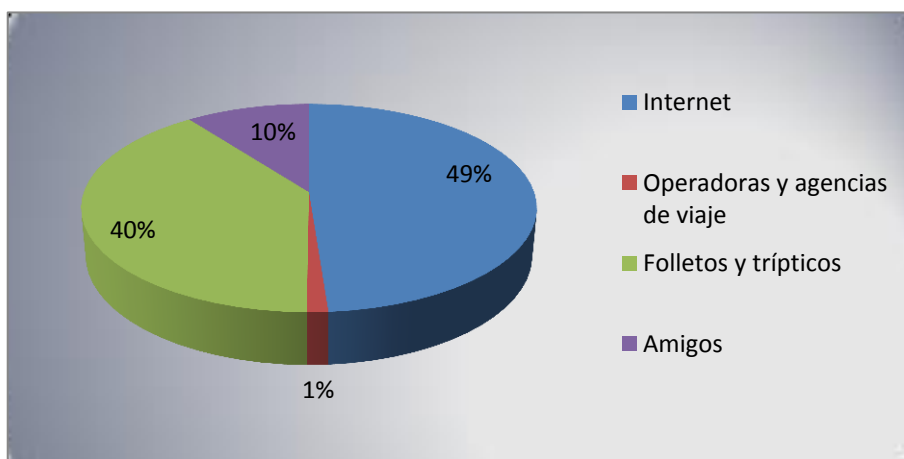
**Gráfico 45.** Le gustaría visitar una ruta turística del café dentro del cantón  
**Fuente:** Encuesta a los turistas nacionales



**Gráfico 46.** Actividades que le gustaría realizar dentro de la ruta turística  
**Fuente:** Encuesta a los turistas nacionales



**Gráfico 47.** Servicios con los que le gustaría contar en la ruta turística  
**Fuente:** Encuesta a los turistas nacionales



**Gráfico 48.** Pago por los servicios por persona que estarán en la ruta  
**Fuente:** Encuesta a los turistas nacionales.