



UNIVERSIDAD TECNICA PARTICULAR DE LOJA
La Universidad Católica de Loja

AREA ADMINISTRATIVA

TÍTULO DE LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA

**Estudio de factibilidad para la creación de granjas turísticas en
la zona Rural de la isla Santa Cruz-Galápagos.**

TRABAJO EN FIN DE TITULACIÓN

AUTOR: Risco Franco, Shirley Aracelly

DIRECTOR: Suasnavas Odiguez, María Gabriela, Lcda.

CENTRO UNIVERSITARIO GALÁPAGOS

2015

APROBACIÓN DE LA DIRECTORA DEL TRABAJO DE FIN DE TITULACIÓN

Licenciada

María Gabriela Suasnavas Rodriguez

DOCENTE DE LA TITULACIÓN

De mi consideración:

El presente trabajo de fin de titulación Estudio de factibilidad para la creación de granjas turísticas en la zona Rural de la isla Santa Cruz-Galápagos, realizado por Risco Franco Shirley Aracelly ha sido orientado y revisado durante su ejecución, por cuanto se aprueba la presentación del mismo.

Santa Cruz, Abril del 2015

Lcda. María Gabriela Suasnavas Rodriguez
DIRECTORA DE TESIS

DECLARACION DE AUTORIA Y CESION DE DERECHOS

Yo Risco Franco Shirley Aracelly declaro ser autor (a) del presente trabajo de fin de titulación Estudio de factibilidad para la creación de granjas turísticas en la zona Rural de la isla Santa Cruz-Galápagos, siendo la Lcda. María Gabriela Suasnavas Rodríguez y eximo expresamente a la Universidad Técnica Particular de Loja y a sus representantes legales de posibles reclamos o acciones legales. Además certifico que las ideas, conceptos, procedimientos y resultados vertidos en el presente trabajo investigativo, son de mi exclusiva responsabilidad.

Adicionalmente, declaro conocer y aceptar la disposición del Art. 88 del Estatuto Orgánico de la Universidad Técnica Particular de Loja que en su parte pertinente textualmente dice: “Forman parte del patrimonio de la Universidad la propiedad intelectual de investigaciones, trabajos científicos o técnicos y tesis de grado que se realicen a través, o con el apoyo financiero, académico o institucional (operativo) de la Universidad”

Risco Franco Shirley Aracelly

DEDICATORIA

Dedico esta tesis principalmente a Dios, por haberme dado la vida y permitirme el haber llegado hasta este momento tan importante de mi formación profesional. A mi esposo, por ser el pilar más importante y por demostrarme siempre su amor y apoyo incondicional. A mis hijos que siempre han estado junto a mi compartiendo buenos y malos momentos y porque los amo infinitamente y a mis padres, por ser el ejemplo de lucha y perseverancia.

Risco Franco Shirley Aracelly

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por dirigirme durante todo mi camino y darme fuerzas para superar obstáculos y dificultades a lo largo de toda mi vida. A mi esposo, que con su demostración de ser humano fuerte me ha enseñado a no desfallecer ni rendirme ante nada y siempre perseverar a través de sus sabios consejos. A mis hijos quienes con su ayuda, cariño y comprensión han sido parte fundamental de mi vida.

Quiero además hacer constante mi agradecimiento a la Lcda. María Gabriela Suasnavas Rodríguez quien con sus valiosos conocimientos supo guiar y hacer posible que mi trabajo de investigación se haga realidad.

Risco Franco Shirley Aracelly

INDICE DE CONTENIDOS

CARATULA	i
AUTORIZACION	ii
DECLARACION DE AUTORIA Y CESION DE DERECHOS	iii
DEDICATORIA	iv
AGRADECIMIENTO	v
INDICE DE CONTENIDOS	vi
RESUMEN	1
ABSTRACT	2
INTRODUCCION	3

CAPITULO I. ANALISIS DEL ENTORNO

1.1	Análisis del entorno macro del cantón Santa Cruz	6
1.1.1	Datos importantes sobre Santa cruz	6
1.1.2	Político	7
1.1.3	Económico	8
1.1.4	Cultural	10
1.1.5	Líneas Estratégicas	10
1.1.6	Tecnológico	11
1.1.7	Naturaleza	12
1.1.8	Ambiental	13
1.2	Principales Aspectos y Tendencia del Entorno Turístico	14
1.2.1	Lugares Turísticos de Santa Cruz	15
1.2.2	Playa Tortuga Bay	15
1.2.3	Los Gemelos	16
1.2.4	Playa de la Estación Científica	17
1.2.5	Centro de Crianza Fausto Llerena	17
1.2.6	Playa Garrapatero	18
1.2.7	El Chato Farmn	18
1.3	Principales Determinantes de la Demanda Turística	19
1.3.1	Demanda Turística	19
1.3.2	El Perfil del Visitante	19
1.4	Tendencias Actuales de la Demanda turística	20

1.4.1	Lo que el Visitante lo Motiva y Prefiere al Comprar un Tour a Galápagos	22
1.4.2	Preferencia de Alojamiento y Tiempo de estadía	23
1.4.3	El Cambio en las Tendencias de la Demanda Turística	23
1.5	Indicadores de los Mercados Turísticos	24
1.6	Análisis del Entorno Micro	28
1.6.1	Total de Hoteles en Galápagos	29
1.6.2	Tipos de Alojamiento en Galápagos	29
1.6.3	Distribución de Alojamiento en Galápagos	30
1.6.4	Competidores	30
1.6.5	Proveedores	31
1.6.6	Clientes	32
1.7	Naturaleza del Negocio	32

CAPITULO II .ESTUDIO DE MERCADO

2.1	Análisis de la demanda	36
2.1.1	Informe anual de visitantes que ingresaron a las áreas protegidas de Galápagos 2012	36
2.1.3	La encuesta como técnica de investigación	37
2.2	Análisis de la oferta	56
2.2.1	Análisis de la competencia	56
2.3	Determinación de la demanda potencial insatisfecha	57
2.4	Análisis de precios	58
2.4.1	Estrategias de Precio	59
2.4.2	Estrategias de Promoción	60
2.4.3	Canal de Distribución	60
2.5	Análisis del producto	61

CAPITULO III. ESTUDIO TECNICO

3.1	Estudio y generalidades del estudio técnico.	61
3.2	Localización optima del proyecto	63
3.2.1	Macro localización	63
3.2.2	Micro localización	63

3.2.3	Instalación del proyecto	63
3.2.4	Capacidad de planta	64
3.2.5	Tipo de servicio	64
3.3	Organización del recurso humano y organización general de la empresa	67
3.3.1	Mano de obra directa	67
3.3.2	Mano de obra indirecta	68
3.3.3	Personal administrativo	68
3.3.4	Personal de ventas	68
3.4	Organigrama	71
3.5	Marco legal de la empresa y factores relevantes	71
3.5.1	Competente legal	71
3.5.2	Afiliación a la Cámara de Turismo	71
3.5.3	Licencia anual de funcionamiento	71
3.5.4	Certificado de salud de empleados	72
3.5.5	Patente municipal	72

CAPITULO IV. ESTRUCTURACION FINANCIERA DEL PROYECTO

4.1	Plan de inversiones, clasificación y fuentes de financiamiento	75
4.2	Capital de trabajo	78
4.3	Financiamiento y amortización	79
4.4	Programa y calendario de inversiones	82
4.5	Política de cobros, pagos y existencias	84
4.6	Depreciaciones de activos fijos y amortizaciones y activos diferidos	84
4.7	Programa de producción y ventas	86
4.8	Resumen de costos y gastos proyectado	89
4.9	Estado de pérdidas y ganancias proyectado	91
4.10	Flujo de caja proyectado con financiamiento	92
4.11	Balance general proyectado	94

CAPÍTULO V. EVALUACIÓN FINANCIERA DEL PROYECTO

5.1	Principales criterios de evaluación	98
5.2	Punto de equilibrio	98

5.3	Razones financieras	102
5.3.1	Razones de liquidez	102
5.3.1.1	Razón Circulante o Solvencia	102
5.3.2	Rotación del Inventario	103
5.3.2.1	Rotación de Cuentas por Cobrar	103
5.3.2.2	Período Promedio de Cobro (PPC)	104
5.3.2.3	Rotación de Cuentas por Pagar	104
5.3.2.4	Período Promedio de Pago (PPP)	104
5.3.2.5	Rotación de Activos Fijos	105
5.3.2.6	Rotación de Activos Totales	105
5.3.3	Razones de endeudamiento	105
5.3.3.1	Razón de Endeudamiento	106
5.3.3.2	Razón de Deuda a Capital	106
5.3.3.3	Razón de Cobertura de Intereses (RCI)	107
5.3.4	Razones de rentabilidad	107
5.3.4.1	Margen de Utilidad Neta	107
5.3.4.2	Rendimiento de los Activos Totales (ROA, ROI)	108
5.3.4.3	Rendimiento del capital contable común (ROE)	108
5.4	Análisis de sensibilidad (tres escenarios con los supuestos ajustados)	109
5.4.1	Primer escenario: se reduce el 10 % la productividad	109
5.4.2	Segundo escenario: se reduce el 10 % precio de mercado	111
5.4.3	Tercer escenario: sube el 10 % el costo de materia prima	113
5.4.4	Cuarto escenario: sube el 10 % el costo de mano de obra directa	114
5.5	Análisis del beneficio/ costo	116
5.6	Impacto del proyecto de inversión	117
5.6.1	Valor agregado	117
5.6.2	Generación de empleo e impuestos	118

INDICE DE TABLAS

01	División Parroquial de Santa Cruz	8
02	Indicadores de crecimiento del Turismo	9
03	Índices de Desarrollo y de Cambio Social Parroquias de Santa Cruz	11

04	Tecnología en Santa Cruz	12
05	Contenido del primer boletín de Observatorio de turismo de Galápagos	26
06	Establecimiento turístico en Santa Cruz	31
07	Hoteles en Santa Cruz	56
08	Turistas que han visitado Galápagos 2000-2008	57
09	Proyección turistas extranjeros y nacionales 2009-2013	57
10	Tasa de crecimiento anual	58
11	Demanda insatisfecha de turistas 2014-2020	58
12	Itinerario turístico	66
13	Inversión total de las cabañas	75
14	Maquinaria operativa	76
15	Plan inversiones proyectadas	76
16	Plan financiamiento proyectadas	77
17	Capital de trabajo proyectado de la inversión	78
18	Financiamiento de la inversión	79
19	Amortización crédito obras infraestructura	81
20	Amortización crédito capital operativo	81
21	Calendario de inversiones activo fijos	83
22	Calendario de inversiones del capital de trabajo	83
23	Políticas de cobros, pagos y existencias	84
24	Mantenimiento y seguros de activos fijos	84
25	Cálculo de depreciaciones mantenimiento y seguros	85
26	Depreciación de activos fijos	85
27	Ventas del proyecto	86

28	Ingresos por alojamiento	87
32	Número de tours mensual y anual	87
30	Programa de ventas proyectadas	87
31	Ventas proyectadas del proyecto	88
32	Resumen de costos y gastos proyectados	89
33	Estado de pérdidas y ganancias proyectado	91
34	Flujo de caja proyectado	93
35	Balance general histórico proyectado	95
36	Cálculo del punto de equilibrio	99
37	Tasa interna de retorno financiera (TIRF)	100
38	Tasa interna de retorno del inversionista (TIRI)	101
39	Se reduce el 10 % la productividad	109
40	Se reduce el 10 % precio de mercado	111
41	Sube el 10 % el costo de materia prima	113
42	Sube el 10 % el costo de mano de obra directa	115
43	Cálculo del beneficio costo	117

INDICE DE GRAFICOS

01	Distribución de gastos en Galápagos estimados al 2006	21
02	Número de visitantes que arriban a islas Galápagos, período 2007-2011	25
03	Evolución de la estacionalidad mensual de visitantes que ingresaron a Galápagos periodo 2009-2011	25
04	Contenido del primer boletín de Observatorio de turismo de Galápagos	26
05	Plazas disponibles por tipo de establecimiento	27
06	Promedio de Alojamiento	28
07	Total de Hoteles en Galápagos	29

08	Tipos de Alojamiento en Galápagos	30
09	Distribución de los alojamientos en Galápagos	30
10	La nacionalidad	37
11	Origen de residencia	38
12	Turistas por sexo	38
13	Por rango de edad	39
14	Por ocupación	39
15	Rango promedio de ingresos mensuales.	40
16	Nivel de instrucción	40
17	Por visita	41
18	Tipo de visita	41
19	Motivo de la visita	42
20	Por uso de agencias de viaje	42
21	Tipo de servicios	43
22	Por calificación de atención	43
23	Medio que se enteró de Galápagos	44
24	Actividad por la que viajo	44
25	Duración del viaje	45
26	Medio de transporte para viajar a Galápagos	45
27	Gasto diario en transporte en Galápagos	46
28	Calidad del transporte a Galápagos	46
29	Uso de los servicios	47
30	Gastos en alimentación	47
31	Por servicio de alimentación y bebidas	48
32	Hizo visitas a lugares turísticos	48
33	Que lugares visito más	49
34	Tipo de recreación que más uso	49
35	Gasto en recreación	50
36	Uso de estadía	50
37	Tipo de alojamiento que uso	51
38	Servicios adicionales que tuvo	51
39	Gasto por alojamiento	52
40	Percepción sobre la infraestructura de alojamiento	52
41	Está complacido con la visita	53
42	Opinión sobre los servicios recibidos	53

43	Cual es carencia más notoria en Galápagos	54
44	Visitaría otra vez Las islas Galápagos	54
45	Se alojaría otra vez en una cabaña ecológica	55
46	Servicios adicionales le gustaría que ésta hostería le brindara	55
47	Valor de hospedaje en hostería	56

INDICE DE FOTOS

01	Playa tortuga bay	16
02	Los Gemelos	16
03	Playa de la Estación Charles Darwin	17
04	Tortuga terrestre en el Centro de Crianza	18
05	Playa Garrapatero	18

INDICE DE MAPAS

01	Mapa del Cantón Santa Cruz	7
02	Mapa isla Santa Cruz	63

INDICE DE ORGANIGRAMA

01	Organigrama descripción de los procesos de servicios	64
02	Organigrama del personal	71

CONCLUSIONES	119
RECOMENDACIONES	120
BIBLIOGRAFIA	121
ANEXOS	
FORMATO DE ENCUESTA	124

RESUMEN

El presente trabajo, "Estudio de factibilidad para la creación de granjas turísticas en la zona Rural de la isla Santa Cruz-Galápagos", se lo ha realizado en cinco capítulos analizando los diferentes componentes. En la investigación se analizó la necesidad de crear nuevas alternativas de turismo y fomentar actividades económicas para los moradores de la zona rural de Santa Cruz, donde se valore más los productos agrícolas y por ende toda la flora existente en la zona rural, en vista de que la mayor parte del turismo se lo realiza en tours navegables. Se presenta una oportunidad para apoyar a los pobladores de la isla con alternativas económicas y rentables, y de esta manera lograr que el turismo de tierra vaya recobrando interés e importancia para los grandes operadores turísticos y para las autoridades competentes. De esta manera se pueda lograr una difusión más amplia en los diferentes mercados objetivos por los cuales se han creado distintas alternativas de turismo en Santa Cruz.

PALABRAS CLAVES: turismo, rural, agrícolas, flora, tour, operadores.

ABSTRACT

The present work analyses the necessity for new options for tourism for the inhabitants of rural areas on Santa Cruz Island in Galapagos, Ecuador. As these areas most value agricultural products including all local flora, an opportunity to help these inhabitants with economic and profitable alternatives is made viable by regenerating interest for the importance of these relatively untapped areas to major tourism operators and competent authorities. Given that the majority of tourism is currently carried out through navigable tours, this research provides scope to enter into new tourism markets with a broader range of tourism and alternative activities for Santa Cruz Island.

Keywords: tourism, rural, , agricultural, flora, tour, operators.

INTRODUCCION

Ing. González María Esther (2008:98)

El turismo se manifiesta en nuestros días como una necesidad inherente a la vida moderna y por ende como un instrumento eficaz de su desarrollo socioeconómico y cultural. Toda vez que esta actividad va convirtiendo al planeta en patria común para el viajero internacional, que invade todas las zonas geográficas y elimina todas las barreras físicas, históricas y sociales, y contribuye en tal forma a integrar una sociedad internacional.

El turismo rural puede aportar una contribución significativa a los tres pilares del desarrollo sostenible: el económico, el social y el ambiental; en la creación de empleo decente, la estimulación del comercio y de los nexos con otros sectores y la eliminación de la pobreza.

Mejorar el vínculo entre las comunidades locales y los atractivos turísticos para hacer del turismo rural una herramienta más eficaz en la lucha contra la pobreza y mejorar la sensibilización de los turistas respecto a su obligación de respetar y proteger el entorno, teniendo en cuenta que el turismo rural es el primer interesado en proteger los recursos naturales y que es su responsabilidad hacerlo.

El turismo rural gestionado por sus comunidades que ofrecen experiencias memorables a través la convivencia e intercambio con culturas es la nueva tendencia. La planificación del desarrollo parte del reconocimiento de la vasta riqueza patrimonial del Ecuador en cuanto a culturas vivas y su entorno donde habitan y llevan a cabo sus actividades las poblaciones locales ubicadas en los centros urbanos y en las zonas rurales como es el caso de la provincia de Galápagos, existen segmentos del mercado del turismo que buscan una combinación única de calidez, diversidad cultural y natural, con condiciones climáticas atractivas para la visita durante todo el año y donde todo está cerca ubicada estratégicamente.

A continuación se describe un breve resumen del contenido de cada capítulo:

En el primer capítulo, se presenta un análisis del entorno macro del Cantón, Santa Cruz, principales aspectos y tendencia del entorno turístico, principales determinantes de la demanda

turística, Indicadores de los mercados turísticos, la distribución de alojamiento en Galápagos y datos importantes sobre Santa Cruz, en lo político, económico y cultural.

En el segundo capítulo se recopila información de mercado a través de encuestas a los clientes de la empresa y se presenta un análisis del micro y macro ambiente de la granja turística, el análisis de dicha información permitió: identificar y determinar el mercado objetivo al que se enfoca el servicio, se pudo determinar y reconocer claramente la oferta y la demanda de los diferentes servicios y soluciones lo que desembocó en la cuantificación de una demanda insatisfecha demostrando el potencial del mercado, Se analiza los precios, la estrategia de promoción y los canales de distribución.

En el tercer capítulo, se detalla el estudio técnico, administrativo y legal del servicio que la empresa granja turística pretende ofrecer a su nuevo mercado, la localización del proyecto, la macro y micro localización, la organización del recurso humano y organización general de la empresa, se analiza la mano de obra directa e indirecta, administrativa y ventas. Se analiza el marco legal de la empresa y toda la tramitología y documentación que se debe obtener para su funcionamiento.

En el capítulo cuarto se detalla la estructuración financiera del proyecto, el plan de inversiones, la clasificación y fuentes de financiamiento, el capital de trabajo, el financiamiento y amortización, la política de cobros y pagos y existencias, el programa de producción y ventas, el resumen de costos y gastos proyectado, el estado de pérdidas y ganancias proyectado, el flujo de caja proyectado con financiamiento y el balance general proyectado.

En el capítulo quinto, se formula la evaluación financiera del proyecto, los principales criterios de evaluación, el punto de equilibrio, las razones financieras, el análisis de sensibilidad con tres escenarios con los supuestos ajustados, el análisis del beneficio/ costo, el impacto del proyecto de inversión, valor agregado y la generación de empleo e impuestos.

Por último, se plantearon conclusiones y recomendaciones basadas en el desarrollo de la presente investigación la misma que constituye la esencia de las afirmaciones y sugerencias que respaldarán la aplicación del proyecto sugerido.

CAPITULO I
ANÁLISIS DEL ENTORNO.

1.1. Análisis del entorno macro del cantón Santa Cruz

Según Municipio(2012:29), analiza a Santa Cruz:

Santa Cruz (Indefatigable, es el nombre científico de la isla), pertenece al Cantón Santa Cruz, Provincia de Galápagos República del Ecuador.

Santa Cruz es la segunda isla más grande, se encuentra ubicada en el centro del Archipiélago, tiene un área de (985.22Km²), la misma que es el centro económico de la provincia y es donde se concentra la mayor operación y servicios turísticos. La isla Santa Cruz está compuesta de dos diferentes materiales de diferentes edades. La parte más vieja es la encontrada en la franja angosta de la costa al noreste, de esta área está formada por lava y piedra caliza fosilizada. La más joven que cubre la mayor parte de la isla está formada por una serie de erupciones de lava basáltica superpuesta por conos de ceniza más jóvenes. Alberga la ciudad más poblada de las Islas Galápagos, llamada Puerto Ayora, de gran actividad ya que tiene conexión terrestre con el Aeropuerto en la Isla Baltra. Posee infraestructura turística como hoteles, hostales y restaurantes. Santa Cruz fue colonizada a finales de 1920 por un grupo de noruegos, su sueño de enlatar pescado no fue consumado y algunos de ellos se radicaron en la parte alta y cambiaron su actividad de la pesca a la agricultura para vivir. Una carretera la cruza de norte a sur y ofrece al turista la oportunidad de ver fácilmente parte del interior del Altiplano. El punto más alto es el cerro Crocker (900 msnm). Alberga la mayor población y un número superior de servicios turísticos.

1.1.1. Datos importantes sobre Santa Cruz.

Extensión: 985.22km².

Ubicación: Localizada en la mitad del Archipiélago en la posición (00°37'0"S y 090°21'0"W).

Fecha de Cantonización: 12 de Febrero de 1973

Capital: Puerto Ayora y Puerto Principal.

Población: 12.630 habitantes.

Parroquias Rurales: Bellavista, Santa Rosa.

Aeropuerto: Baltra.

Clima: Las temperaturas varían entre los 18 y 20° C. y entre los 24 y 29° C.

Actividad Económica:

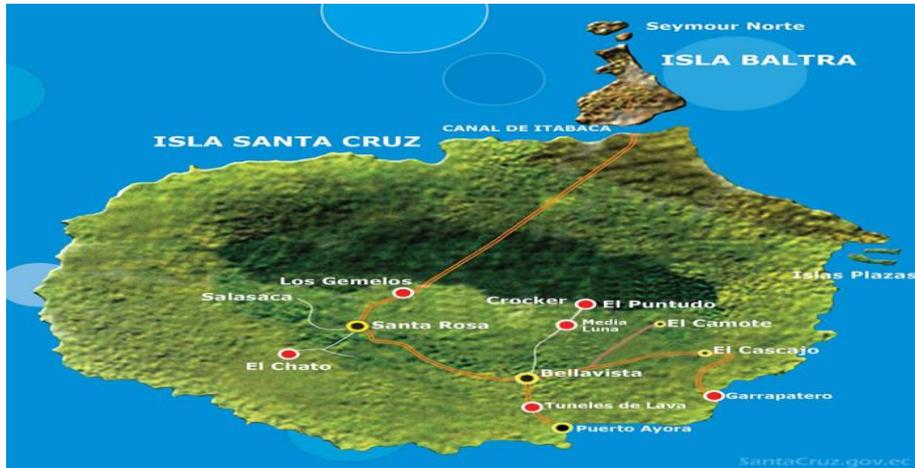
Turismo: La economía de las islas gira alrededor del turismo ecológico y

Científico:

Pesca: La pesca ha sido una de las primeras actividades económicas de Galápagos, con la captura de bacalao, langosta y pepino de mar.

Agricultura: Se cultiva café, banano y caña de azúcar.

Ganadería: Se ha mejorado el ganado bovino mediante el programa de inseminación, el mismo que ha dado buenos resultados.



Mapa N°1 Mapa del Cantón Santa Cruz

Fuente: Gobierno Municipal de Santa Cruz

1.1.2 Político.

Turismo, Galápagos,(2012:26):

A pesar de la inestabilidad económica y política que el Ecuador ha tenido en el transcurso de su historia, al día de hoy, el país cuenta con un Gobierno sólido dirigido por el Presidente Rafael Correa que, junto al Ministerio de Turismo trabajan en función de la reactivación de esta industria, como por ejemplo el programa "Negocios Turísticos Productivos" el cual busca fortalecer el componente productivo de los negocios a través de:

- ✓ Identificación de oportunidades de inversión en emprendimientos turísticos.
- ✓ Asistencia técnica especializada en gestión de proyectos.
- ✓ Apoyo técnico especializado en gestión de crédito con organismo de la banca pública.

Los beneficiarios del programa son emprendedores turísticos en operación o potenciales

empresarios turísticos. El programa contempla brindar apoyo a la generación y fortalecimiento de emprendimientos que sean capaces de impulsar el desarrollo de micro, pequeñas y medianos productos turísticos de calidad, con alta posibilidad de acoplarse a la demanda turística, contribuyendo al desarrollo económico local, regional y nacional.

Tabla N°.01 División Parroquial de Santa Cruz

Cantón	Parroquias		
	Urbana	Rural	Islas
Santa Cruz	Puerto Ayora	Bellavista Santa Rosa	Santa Cruz, Baltra, Marchena, Pinta, Pinzón y Seymour con sus islotes, Bartolomé, Santiago y sus Islotes

Fuente: Plan de manejo del Parque Nacional Galápagos 1996

Elaboración: La Autora

1.1.3 Económico.

Para Cámara de Turismo Galápagos (2008), “las actividades económicas históricamente se han basado en la explotación de la naturaleza, ya sea en la extracción de sus recursos naturales, especialmente pesqueros, agrícolas, a la par con actividades turísticas y científicas, fundamentadas en los valores y condiciones ecológicas y paisajísticas del lugar”. (pag.37)

Para de Cámara Turismo, Galápagos, (2008:) del análisis de la población económicamente activa, “se desprende que las principales actividades económicas de las tres islas más pobladas son las siguientes: en Santa Cruz, la mayoría de la población se dedica al turismo y comercio (44%); en San Cristóbal, a la administración pública y defensa (27%); y en Isabela, donde la principal actividad es la pesca (29%)”. (pag.38)

La actividad agropecuaria ha sufrido procesos de depresión que están ligados a la baja rentabilidad frente a otras opciones productivas del Archipiélago, como el turismo. Esta labor predomina en Floreana al contar con virtudes climáticas para la diversidad agropecuaria. La región dispone de 25.235.4 hectáreas para uso agropecuario. En Santa Cruz se concentra la mayor extensión de tierras de uso agropecuario, con el 46,7% de superficie o sea 11476.5 hectáreas.

Según (Cámara de Turismo Galápagos, 2008; 52) Con respecto a la utilización del suelo, “en

las islas habitadas se diferencian dos espacios: uno urbano, donde se evidencia claramente el crecimiento poblacional, y otro rural, donde se desarrollan los sistemas productivos agrícolas. Pese a que los suelos no presentan las mejores condiciones para desarrollo agropecuario, gran parte de la cobertura vegetal original de las zonas húmedas de las islas habitadas ha sido remplazada por pastos, cultivos permanentes o de ciclo corto y frutales introducidos”.

Según Cámara de Turismo Galápagos,(2008:31) opina que:

La producción de la actividad agrícola “se concentra en los siguientes productos: naranja (1.337 en 145 ha), yuca (283 TM en 33 ha), café en grano (240 TM en 1.060 hectáreas), papa (69 TM en 10 ha) y maíz (61 TM en 48 hectáreas). (SENPLADES, 2010). Respecto a la producción de carne de res, antes existía una sobreproducción frente al consumo local. Sin embargo, en la actualidad la producción de carne o de reses en pie no satisfacen la demanda local debido al aumento de la población y el incremento anual de 10% de la población flotante, representada en los aproximadamente 150.000 visitantes.

Para (SENPLADES 2010:10), el turismo ha crecido debido a:

Gracias a la fama adquirida por Galápagos como destino de ecoturismo y buceo, el turismo ha ido creciendo paulatinamente. A pesar de algunos años de decrecimiento, relacionado con un entorno desfavorable nacional o internacional, la tendencia se ha mantenido y han cesado los intentos por fijar un número tope anual de ingreso de turistas.

El crecimiento del turismo genera mayores fuentes de empleo y una bonanza económica que atrae a los migrantes y produce mayor demanda de alimentos e insumos, con lo que aumenta a su vez el volumen de carga transportada. En los últimos 15 años, el crecimiento en términos económicos del turismo a Galápagos ha registrado una tasa anual del 14%, mientras el ingreso bruto total de los hoteles ha aumentado de USD 1,2 millones a USD 10,7 millones en los últimos 15 años.

Tabla No.02 Indicadores de crecimiento del Turismo

INDICADOR	PORCENTAJE
Tasa promedio anual de crecimiento de Visitantes, 1981-2005	9%
Tasa promedio anual de crecimiento de plazas en hoteles, 1991-2005	4,8%
Porcentaje de incremento de plazas en	72%

embarcaciones, 1991-2005	
Tasa promedio anual de crecimiento de ingresos de embarcaciones (incluye tarifas de agencias de viaje), 1991-2005	14%
Tasa promedio anual de crecimiento de ingresos de hoteles, 1991-2005	14%
Tasa promedio anual de crecimiento del total de ingresos turísticos, 1991-2005/06	13%
Tasa promedio anual de crecimiento poblacional, 1990-1998	6,4%

Fuente: SENPLADES

Elaboración: La Autora

1.1.4 Cultural.

Según Gobierno descentralizado Santa Cruz (2012:209), opina que:

El cantón Santa Cruz o en las Galápagos hablar de la existencia de una cultura o identidad cultural debe suponer la existencia de una serie de atributos que caractericen y diferencien a esa población de otras ubicadas en otra latitud, que en el caso que se analiza, entre otros aspectos, sería un conjunto de atributos ambientales que respete los valores ecológicos de las islas, buscar preservar su biodiversidad y las leyes de defensa ambiental de las islas.

Es una realidad la interculturalidad presente en las islas, que están interrelacionándose y al aportar cada uno su cultura está formándose o en proceso un nuevo estilo de vida o identidad que configura la existencia de una cultura galapagueña, se espera que los atributos de vivir acorde con la naturaleza sin depredar sus recursos sea la identidad que se imponga.

1.1.5 Líneas Estratégicas.

1. Fomentar y replantear la política demográfica que reduzca el crecimiento vegetativo e incremente los controles migratorios.
2. Promover la integración y participación de jóvenes en procesos de desarrollo integral.
3. Apoyar el mejoramiento de una educación de calidad, que incluya actividades culturales y deportivas.
4. Gestionar la optimización integral de los servicios de salud
5. Promover políticas de desarrollo infantil integral y familiar.
6. Difundir y concientizar sobre los Derechos que tienen las personas.

7. Promover programas de educación sexual y reproductiva.
8. Fomentar la participación de la ciudadanía para garantizar un cantón de plenos derechos y responsabilidades.
9. Promover una política local de respeto, de integración y de solidaridad acorde a las necesidades de promoción del patrimonio sociocultural y ambiental.
- 10.

Tabla N°. 03 Índices de Desarrollo y de Cambio Social Parroquias de Santa Cruz

Cantón/región	Parroquia/área	Ind. Des. Social	Índice de Cambio Social
	Puerto Ayora	75.5	46.6
Santa Cruz	Bellavista	65.5	26.1
	Santa Rosa	61.1	

Fuente: INEC - CGREG - Encuesta de Condiciones de Vida Galápagos 2010
Elaboración: La Autora

1.1.6 Tecnológico.

Captugal (2008:32) :

En Galápagos se ha extendido gracias al Gobierno Central interviniendo de manera efectiva en todos los aspectos de la sociedad el internet, las telecomunicaciones, etc. ha ayudado a que las empresas y los individuos interactúen entre sí incrementando las relaciones humanas.

Es necesario afirmar que hoy en día la tecnología es muy importante para el desarrollo de un pueblo; así mismo, la tecnología a avanzado notablemente hasta el punto de facilitar los aspecto de transformación ya que vivimos en un mundo muy competitivo que la mano de obra no es suficiente y que se debe recurrir a la tecnología para una elaboración rápida y eficacia.

La tecnología ha tenido un gran alcance en la ciencia manifestando que sin ella no se puede prosperar. El turismo está muy ligado a la tecnología haciendo uso para su promoción a través del internet.

Se puede mencionar que los soportes brindado por la tecnología como computadoras, internet, celulares etc. son los responsables del avance de Galápagos.

Tabla N°. 04 Tecnología en Santa Cruz

TECNOLOGIA EN SANTA CRUZ								
Internet	Celular			Ciber	Computadoras		Tecnología de energía renovable	Tecnología didáctica
Empresa privada	Claro	Movistar	CNT	45 CABINAS	Laptop	Convencional		

Fuente: Investigación de campo; Elaboración: La autora

1.1.7 Naturaleza

Según Cámara de Turismo Galápagó (2008;205)

Los datos del clima en la Isla Santa Cruz desde 1959 hasta 2011 muestran que la estación cálida prevalece de Enero a Mayo, caracterizada por temperaturas elevadas del mar y del aire y por alta variabilidad de la precipitación. Durante la estación fría, de Junio a Diciembre, temperaturas más bajas y una capa de nubes estratos persisten, resultando en una precipitación relativamente consistente en las zonas altas húmedas y prácticamente ninguna en las zonas bajas secas. La precipitación total de la estación cálida se correlaciona fuertemente con la temperatura de la superficie del mar, mientras que la precipitación total durante la estación fría es consistente de año a año, y no se correlacionan tan cercanamente con la temperatura de la superficie del mar.

La productividad biológica en las zonas bajas secas esta primordialmente influida por la precipitación variable de la estación cálida. Las zonas altas húmedas son mantenidas por precipitaciones más consistentes cada año en la estación fría, pero también son afectadas por las condiciones durante la estación cálida.

Las personas tanto residente como turistas se han convertido en parte del ecosistema insular, como muchas especies de flora y fauna que han sido introducidas por el ser humano. Siendo uno de los desafíos encontrar la mejor forma de integrar las necesidades de la población humana. Limitando al mismo tiempo, los impactos negativos en esta parte única del mundo, pues no se puede separar la sostenibilidad medioambiental de la

económica y social.

1.1.8 Ambiental

Según el Municipio Santa Cruz, (2012; 19).

Las Islas Galápagos construyen uno de los archipiélagos oceánicos más grandes, complejos, diversos y mejor conservados en términos ecológicos que existe en el planeta. Por su localización entre varias placas tectónicas en movimiento, cuenta con una gran diversidad biológica terrestre y marina, con niveles importantes de endemismo de su flora y fauna.

Darwin considero que las islas Galápagos nunca han estado conectadas con continente alguno, y que están emergidas del fondo del océano. Las especies de animales y plantas que se establecen en el archipiélago ocupan nichos vacíos y se diversifican para poder explorar los recursos que encuentran y competir con otras especies que son parecidas y buscan alimentos similares.

Debido a la teoría colonización del hombre y a los esfuerzos de conservación realizadas desde mediados del siglo. Galápagos conserva todavía hoy la mayor parte de su biodiversidad original. Galápagos constituye una región única, donde los procesos ecológicos y claves están todavía activos y operando con escasa interferencia del hombre.

Los primeros esfuerzos de conservación de Galápagos se dieron en la década de 1930, cuando el Gobierno declaro algunas especies y aéreas del archipiélago como protegidas. Llegando a la década de 1960 se creó oficialmente el parque Nacional Galápagos. Veinte años más tarde se definieron oficialmente sus límites, de forma que el 96.7% de la superficie terrestre del archipiélago paso a formar parte del área protegida y el 3.3% restante quedo destinado al uso y usufructo de los asentamientos humanos.

En Galápagos existen 560 especies de plantas nativas (180 endémicas), adicionalmente, 700 especies han sido introducidas en las islas como resultado de la colonización y las actividades entrópicas, algunos tipos de estas fueron traídas desde la parte continental del País para ser utilizadas en la agricultura, con fines ornamentales, otras han sido introducidas accidentalmente.

La edad geológica, el aislamiento, la topografía, los patrones de lluvia, la variación climática y la ubicación del archipiélago influyen directamente sobre las comunidades de plantas. Mucha flora nativa y los ancestros de las endémicas estuvieron sujetos a diferente mecanismo de selección natural y evolución.

Dentro de la reserva marina existen cuatro especies de manglar: mangle rojo, mangle blanco, mangle negro y mangle botón.

1.2 Principales aspectos y tendencias del entorno turístico.

Fundación Charles Darwin (2007;29) habla sobre los aspectos y tendencia del entorno turístico:

Hay mucha discusión en Galápagos sobre el flujo, o la ausencia de flujo, de los beneficios del turismo hacia los residentes de Galápagos. Esto parece ser un debate impulsado por los intereses económicos y por las diferencias en el grado del crecimiento turístico en Santa Cruz comparado con las otras islas. El crecimiento turístico ha sido muy rápido; así por ejemplo el incremento económico de las embarcaciones ha crecido de \$19,6 millones al año en 1991 hasta \$120,5 millones al año en el 2006, y en los hoteles de \$1,1 millones hasta \$10,7 millones al año en el mismo lapso de tiempo. Este crecimiento económico ha generado mayores beneficios para Santa Cruz, donde los principales flujos hacia la comunidad ocurren a través de la propiedad, el empleo y la compra local en tiendas, bares y restaurantes.

Aunque los datos no son perfectos es probable que el empleo sea la principal ruta de ingreso de los beneficios a la comunidad. Demostrando que el turismo es el soporte principal de la economía de Galápagos, generando sustanciales beneficios locales. Los flujos financieros actuales del turismo ya forman la base de la economía en Puerto Ayora y son la base de las pequeñas y medianas empresas asociadas de servicios o comercio en los pueblos. Incluso, se podría aumentar el número de residentes locales empleados por el turismo y así incrementar este flujo de beneficios. Al comparar Galápagos con las Islas del Caribe, se podría argumentar que Galápagos exhibe un nivel alto de "turismo con participación local". Sin embargo, los beneficios del turismo para las poblaciones locales, son amenazados por la inmigración.

La relación entre el desarrollo comercial, el abastecimiento de recursos humanos y la inmigración requiere de un análisis profundo, de acuerdo a Kerr, Cárdenas et al (2004). Tal análisis demanda más estudios para que ilustren el impacto de las empresas pequeñas y medianas en términos de empleo local e inmigración.

Aparentemente, las empresas locales emplean mano de obra de inmigrantes ilegales, que son más baratos, o también proporcionan oportunidades a los familiares que viven fuera de Galápagos. En los sectores de provisión de servicios, construcción, agricultura y hasta de pesca, hay interés de traer a inmigrantes para satisfacer las necesidades de mano de obra barata. Los bares, restaurantes y empresas de transporte parecen emplear a inmigrantes en vez de residentes locales. Los análisis socio-económicos indican que las expectativas de ingresos de algunos residentes son sustancialmente más altas que las expectativas de los trabajadores inmigrantes. Estas características socio-económicas y culturales implican que el crecimiento económico casi siempre tiene como consecuencia directa la inmigración.

1.2.1 Lugares turísticos de la isla Santa Cruz.

1.2.2 Playa Tortuga Bay.

Parque Nacional Galápagos, (2012; 78).

Ubicado a 2.5 Km desde Puerto Ayora, a cuarenta y cinco minutos de caminata, se llega a una playa de arena blanca, donde se puede realizar surf, pero sus aguas no son muy aptas para la natación debido a la fuerza de sus corrientes, pero caminando a 100 metros hacia la derecha de la playa se encuentra un lugar donde el mar es muy tranquilo y es ahí es recomendado nadar para evitar las olas fuertes de la primera playa, en este lugar se puede realizar snorkeling, tomar el sol, pasear en kayaks, en la intersección de las dos playas hay una franja de tierra donde se encuentran bosques de cactus y manglar donde se puede observar iguanas marinas, lobos marinos, aves playa y de orilla, también se pueden observar tiburones y peces, aquí no se permite realizar fogatas, ni pesca de ningún tipo, se prohíbe dar de comer y tocar las especies de fauna., la basura es retirada por el visitante que la ingresa no existen tachos de basura para su almacenamiento.



Fotografía N°. 1 Playa tortuga bay
Fuente: Investigación de campo; Elaboración: La autora

1.2.3 Los Gemelos:

Ecostravel (2005; 17)

- Ciudad: Isla Santa Cruz
- Sector: Centro
- Dirección: Tierras Altas de Santa Cruz
- Horario de atención: Diaria
- Costo de ingreso: Gratuita

Los Gemelos están ubicados en tierras altas de la Isla Santa Cruz, en la carretera Puerto Ayora-Canal de Itabaca, en el Archipiélago de Galápagos. Son grandes depresiones de material volcánico, formadas por un proceso largo de hundimiento lento de la tierra, donde hay árboles excepcionales de escalesia, helechos, musgos y orquídeas pueden ser vistos. Algunas especies de Pinzones de Galápagos y frecuentemente el hermoso pájaro brujo pueden ser vistos aquí. (ecostravel, s.f).



Fotografía No 2 Los Gemelos
Fuente: Investigación de campo; Elaboración: La autora

1.2.4 Playa de la estación Charles Darwin:

Parque Nacional Galápagos, (2012; 10)

Ubicado en Puerto Ayora en áreas del Parque Nacional, a 200 metros de la ciudad principal, en la vía a las oficinas del Parque Nacional Galápagos, su ingreso es a pie a pocos metros en dirección del Centro de Crianza, es una pequeña playa muy hermosa donde se puede observar: lobos marinos, iguanas marinas, rayas, aves marinas, además se puede disfrutar del sol, la arena y el mar, se permite ingresar comida pero el retorno de la basura es por parte de cada turista que ingresa.



Fotografía N°. 03 Playa de la Estación Charles Darwin

Fuente: Investigación de campo; Elaboración: La autora

1.2.5 Centro de Crianza Fausto Llerena.

Parque Nacional Galápagos, (2012:39):

Ubicado en Puerto Ayora en áreas del Parque Nacional, a 300 metros de la ciudad principal, en la vía a las oficinas del Parque Nacional Galápagos, su ingreso es a pie, se puede observar tortugas gigantes recién eclosionadas artificialmente y adultas en cautiverio, se encuentran también colonias de tortugas de especies y géneros de diferentes islas, además se pueden observar iguanas terrestres en cautiverio, las cuales también son eclosionadas artificialmente y criadas en cautiverio para luego ser repatriadas a sus lugares o islas de origen, en este sitio de visita por ser muy frágil se permite la visita solo con guías naturalistas, no se permite comer al interior del sitio de visita.



Fotografía N°. 04 Tortuga terrestre en el Centro de Crianza

Fuente: Investigación de campo; Elaboración: La autora

1.2.6 Playa Garrapatero.

Parque Nacional Galápagos, (2012:16)

Al este de Bellavista, al final de un camino apacible usted podrá observar un paisaje hermoso, una playa de arena blanquecina rodeada por mangles, al final de cual surge una pequeña colina cubierta de árboles de palo santo. Detrás de la playa está una piscina de flamingos, charranes, zancos, sanderlings y pájaros costeros.



Fotografía No. 05 Playa Garrapatero

Fuente: Investigación de campo; Elaboración: La autora

1.2.7 El Chato Farm:

Parque Nacional Galápagos, (2012;12)

Se encuentra ubicada en la parte alta de la isla Santa Cruz a 4 km de Santa Rosa, en una zona poblada llamada Salasaca, Una parte del recorrido se lo hace cruzando un

túnel los mismos que son de formación volcánica, se puede observar las diferentes capas de formación y enfriamiento de la lava, algunos túneles pueden llegar a medir entre los 400 y 500m de longitud. En este lugar se ha adecuado un Restaurante, muy frecuentado por turistas y sobre todo un lugar para realizar talleres de la comunidad, el restaurante goza de una buena vista hacia las costas de Santa Cruz.

1.3 Principales determinantes de la demanda turística

1.3.1 Demanda turística.

La Cámara de Turismo de Galápagos (2008; 5) sostiene la siguiente información sobre la demanda turística en Santa Cruz:

La demanda del turismo en la isla Santa Cruz no solamente esta analizada desde el punto de vista económico, sino ecológico social.

El turista que visita la isla tiene en mente otros sitios como opción de visita pero el interés por conocer la unicidad de la flora y fauna de la isla Santa Cruz se mantienen como el atractivo más importante a la hora de decidirse por comprar un paquete turístico, aun más que el título de Patrimonio Natural Mundial, Los visitantes norteamericanos y europeos son los que más visitan Santa Cruz seguidos por un número considerable de ecuatorianos. El promedio de estadía en las islas es de 5 días pero hay una clara respuesta hacia desear quedarse unos días adicionales. Los ecuatorianos son el mercado que utiliza más los servicios de las poblaciones y por tanto los más comunes, aunque hay la tendencia a que estos se queden en casas de amigos o conocidos. Los extranjeros que se quedan en las poblaciones por lo general lo hacen como complemento a un crucero navegable y utilizan los hoteles u hostales en los centros poblados.

Loa visitantes conocían de la existencia de poblaciones pero no tanto de los productos, atractivos o actividades turísticas ofrecidas en los centros poblados, tienen un potencial importante para desarrollarse como actividades complementarias, demostrando por el deseo de los visitantes en quedarse unos días extras en la isla Santa Cruz. Es indiscutible que este potencial generaría más ingresos directos a las comunidades locales.

1.3.2 El perfil del visitante.

Según el Gobierno Municipal de Santa Cruz (2008; 38) dice que:

Esta investigación ha determinado el perfil de turista que visita Galápagos utilizando seis indicadores: edad, local de origen, ingreso anual familiar, estado civil, gasto promedio anual familiar en turismo y número de familiares viajando juntos. El análisis de esos indicadores permitió descubrir que Galápagos recibe un grupo bastante heterogéneo de turistas, compuesto por tres grupos definidos por el lugar de origen de los turistas:

- Ecuatorianos: turistas que en su mayoría tiene menos que 50 años, tiene una renta familiar anual menor a \$50.000, y tiene nivel de educación secundario o técnico,
- Norte-Americanos: mitad de los turistas tiene más de 50 años, tiene una renta familiar anual mayor a \$100.000 y la mayoría tiene nivel educacional universitario, y
- Europeos: turistas con perfil heterogéneo, o sea sin tendencias cuanto a edad, nivel educacional o renta familiar.

En general los turistas tienen un grado de educación académica superior al bachillerato de colegio, lo que permite un mejor entendimiento de su parte, así como un comportamiento adecuado acorde a lo que significa Galápagos.

Siendo el turista nacional aquel de menor ingreso familiar anual comparado con las otras procedencias, aprovecha para quedarse en los centros poblado un mayor tiempo que los extranjeros, buscando amistades o haciéndose amigo de algún local. Este aspecto hace que los turistas ecuatorianos sean los mayores contribuyentes a la economía local.

1.4 Tendencias actuales de la demanda turística.

Gobierno Municipal de Santa Cruz (2008; 18):

La tendencia actual del turismo se basa en la operación de embarcaciones autorizadas para operar en el PNG y la RM las cuales permiten la pernoctación a bordo, llevando a los turistas a sitios de visita autorizados dentro del área protegida, con casuales visitas a los centros poblados.

Muchos documentos hacen referencia a la dinámica de la operación turística en Galápagos y su operación basada en la modalidad de embarcaciones de crucero navegable y la necesidad de participación de la población local en los beneficios del turismo.

Los datos de incremento de turistas a las islas, el subsidio del transporte, el manejo permisivo del PNG a visitas a sitios producto de la presión del mercado exterior, es una demostración de la alta rentabilidad de esta inversión para los operadores de embarcaciones, quienes reportan el 77% de los ingresos generados por el turismo en Galápagos (Epler *et.al* 2007).

Las estimaciones al 2006 de Epler (2007) y Taylor (2006) sobre la distribución de los gastos turísticos reflejan que la actividad deja alrededor de US 156 millones de dólares en Galápagos, de los cuales US\$ 12 millones van a servicios y otras actividades turísticas con base local, US\$ 11 millones a hoteles y la diferencia de US\$ 121 millones a los operadores de embarcaciones.

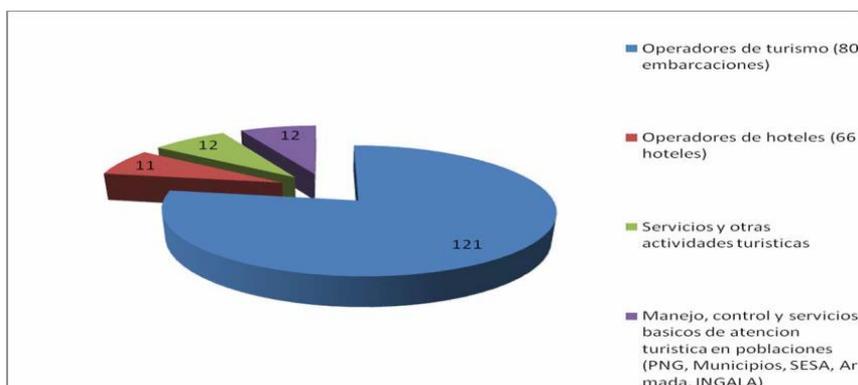


Grafico N°. 01 Distribución de gastos en Galápagos estimados al 2006
Fuente: Epler y Proaño Elaboración: La Autora

Gobierno Municipal de Santa Cruz (2008; 28):

La modalidad de operación de barco 'crucero navegable' es la que impone el modelo de turismo en Galápagos. Las visitas a los centros poblados son por lo general una vez por semana y por lo general por horas, las cuales son aprovechadas para abastecimiento mientras los turistas son llevados a sitios atractivos en las vecindades de los centros poblados. Las pocas embarcaciones de tour diario y algunas de tour navegable que representan el 40% de los concesionarios

autorizados por el PNG que consumen un tiempo mayor en los centros poblados que el 60% restante de concesionarios.

Sin embargo, a pesar de que este 40% de concesionarios tienden a favorecer un beneficio económico mayor a las poblaciones locales, su capacidad para llevar turistas es pequeña comparada con aquella del restante 60% de concesionarios. Los 8 barcos grandes (capacidad entre 100 y 40 pasajeros) autorizados a operar representan el 46% de toda la capacidad anual de la flota de embarcaciones (Epler y Proaño 2007).

La modalidad de hotel flotante ha llevado a operadores locales a cambiar su modalidad de tour diario a tour navegable, debido a la alta rentabilidad de los mismos. Este cambio de modalidad ha impactado aún más en cuanto al reparto de los beneficios del turismo en las comunidades locales. Los operadores de tour diario actualmente son muy pocos y cubren la gran demanda del mercado nacional que es el que consume más tiempo en los centros poblados.

1.4.1 Lo que al visitante lo motiva y prefiere al comprar un tour a Galápagos.

Gobierno Municipal de Santa Cruz, (2008; 108), expone lo siguiente:

Este estudio utilizó diversos indicadores para determinar las motivaciones y limitaciones relacionadas a la opción de los turistas de visitar (o no) a Galápagos, y descubrió que los indicadores más importantes (o sea aquellos que reflejan la motivación de la mayoría de los turistas) son aquellos que se relacionan con el patrimonio natural de Galápagos: unicidad, fauna, flora, paisaje, título de patrimonio natural de la humanidad y las teorías evolutivas de Charles Darwin.

Interesantemente, a pesar de que esta investigación indica que todos los turistas visitan Galápagos debido a la naturaleza, encontramos que Galápagos compite como destino turístico con destinos que ofrecen atractivos similares (naturaleza exuberante), y con destinos que ofrecen atractivos completamente distintos, como grandes ciudades o sitios culturales.

La designación de Galápagos como Patrimonio de la Humanidad es un elemento que motiva a la compra del tour a Galápagos, sin embargo el hecho de que pudiera perder esta nominación no afecta tanto el no venir a Galápagos como el saber si su flora y fauna estuvieran en desaparición.

1.4.2 Preferencias de alojamiento y tiempo de estadía.

Municipal de Santa Cruz (2008; 47).

La preferencia de alojamiento está asociada con la modalidad tradicional de turismo, es decir, la preferencia es realizar un tour a bordo de una embarcación de 'tour navegable'. Sin embargo, se nota un incremento de turistas que preferirían quedarse un tiempo adicional en las islas, y estos utilizan los hoteles (en Santa Cruz), o en casas autorizadas de 'bread and breakfast' (BB por sus siglas en ingles) en San Cristóbal e Isabela, y un número reducido en casa de amistades en los centros poblados.

Esta investigación utilizó de manera combinada una serie de indicadores para definir la demanda turística por alojamiento, que permitieron descubrir que los turistas están pasando en promedio entre 5 -7 días en Galápagos.

La potencialidad de una estadía mayor por parte de los turistas es clara, pudiendo alargarse a 10 días de estadía total. Este aspecto resulta interesante si lo asociamos con las nuevas actividades que están siendo promocionadas en los centros poblados.

1.4.3 El cambio en las tendencias de la Demanda Turística

Captugal, (2003; 49):

El turismo rural está dentro de las tendencias turísticas debido a que muchas personas cansadas de vivir en el mundanal ruido, el stress y los modos acelerados de las grandes ciudades, se inclinan o prefieren esta actividad turística, en este sentido, el turismo rural como actividad turística se está tornando como una nueva alternativa u opción para los amantes de lo natural y de lo ecológico , por lo dicho, el turismo rural se traducirá en una transformación progresiva de la demanda turística.

Este giro que toman los turistas en busca de una mayor legitimidad del producto y una mayor calidad medioambiental para vivir su tiempo de ocio en una atmósfera natural y bien conservado que los usuales de lugar de residencia, está por un cumulo de circunstancias donde el turismo rural a desempeñado un rol esencial siendo a su vez el principal elemento diferenciador del turismo actual.

Es obvio que al turista siga prefiriendo el tour navegable donde se conecta con el mundo submarino pero las directrices de demanda del turismo rural aparecen plenamente confirmadas porque abarcan un mayor contacto con la naturaleza, un nivel de higiene ambiental aceptable y todo ello dentro del archipiélago.

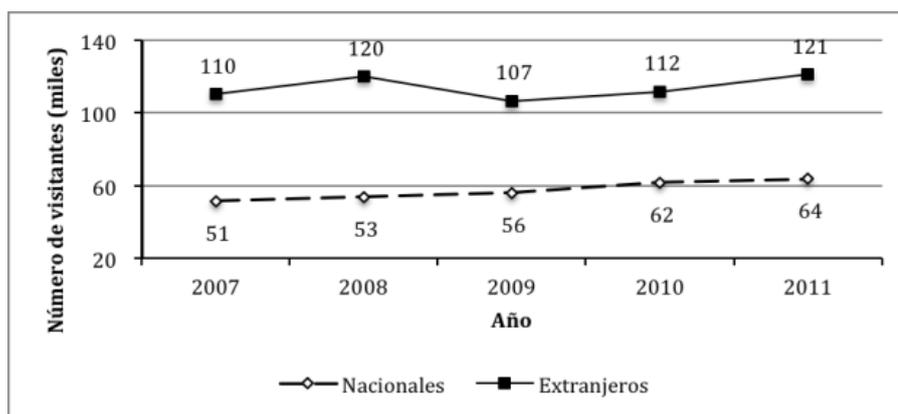
El destino rural se transforma en un destino vacacional muy seductor y encantador para el habitante del medio urbano que trata de huir de la masificación y el estrés e la urbe concordando el espacio rural como el lugar dispuesto para la expansión de un amplio abanico de decisiones y actividades corroborando la tenencia hacia un uso lúdico del espacio rural, desde una perspectiva eminentemente activa, dinámica y creadora, esto nos confirma que en un espacio menos saturado y más armónico con el entorno el disfrute de los visitantes es de calidad en medio de momentos vitales rodeados de lo natural.

1.5 Indicadores de los mercados turísticos.

Dirección del Parque Nacional Galápagos, (2008; 37):

Para el año 2007 se registraron 161,850 visitantes, casi 10 veces más al momento de declararle Patrimonio Natural de la Humanidad en el año 79. Para el año 2012 las visitas mensuales registran un promedio de 15 mil visitantes, entre nacionales y extranjeros.

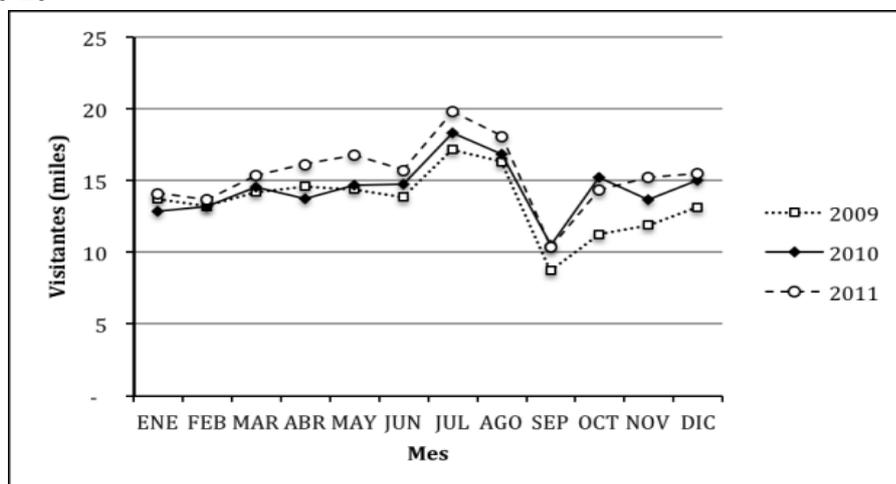
Grafico N°. 02 Número de visitantes que arriban a islas Galápagos, período 2007-2011.



Fuente Dirección del Parque Nacional Galápagos

Elaboración: La Autora

Grafico N°. 03 Evolución de la estacionalidad mensual de visitantes que ingresaron a Galápagos período 2009-2011



Fuente Dirección del Parque Nacional Galápagos

Elaboración: La Autora

Observatorio de turismo, (2011; 34), informa lo siguiente:

El turismo aumenta a un ritmo notable, el número de visitantes se ha incrementado en un promedio anual del 9% y el turismo ha crecido en términos económicos en un 14% anual durante los últimos 25 y 15 años respectivamente. Este crecimiento ha tenido lugar a pesar de la estabilidad relativa en el número de embarcaciones en la última década. El aumento entre 1991 y 2006 responde principalmente al crecimiento de la capacidad instalada, ciertas características de operación de la actividad turística y las condiciones de los mercados externos. En este periodo el número de plazas en las embarcaciones se incrementó en un 72%, el número total de hoteles

en un 97%, el número de plazas en hoteles en un 90%, y el número de días de navegación en crucero en un 45%. Así expone el Informe Galápagos 2006-2007.

Como consecuencia de la mayor demanda del turismo y del crecimiento poblacional, también ha aumentado la movilidad de pasajeros y carga por vía aérea hacia las islas. Desde el 2001 hasta el 2006, el número de vuelos comerciales casi se ha duplicado. En el mismo período, el tráfico aéreo total, incluyendo vuelos regulares y no regulares, aumentó en 59,2% (número de vuelos), en 58,5% (número de pasajeros), y en 94% (carga aérea transportada).

El observatorio de turismo de la provincia de Galápagos inicia sus actividades el 20 de abril del 2011, esta iniciativa procura convertirse en una herramienta veraz, oportuna, verificable, diversificada y especializada, que permita la toma de decisiones (políticas públicas y decisiones institucionales) informadas al sistema turístico.

Según indica el Ministerio de Turismo, el observatorio de turismo “es un trabajo de articulación interinstitucional y constituye un elemento necesario para asumir decisiones sobre el desarrollo de la actividad turística en un destino tan particular como es la provincia insular”. En diciembre del 2011 este observatorio presenta el primer boletín informativo (Julio a Septiembre) que compila información con indicadores de demanda, oferta, sociales y ambientales que para su difusión utilizaron el portal oficial del Ministerio de Turismo a través de un boletín («Observatorio de Turismo difunde importante información turística sobre Galápagos», 2011). El referido boletín contiene lo siguiente.

Grafico N°. 04 Contenido del primer boletín de Observatorio de turismo de Galápagos

INDICADOR	Indicadores
Demanda	Perfil demográfico del visitante Organización del viaje Gasto turístico Cumplimiento de expectativas Satisfacción del viaje Posicionamiento de Galápagos
Oferta	Plazas disponibles promedio Plazas disponibles totales Porcentajes de ocupación
Social	Empleo en el sector turístico

Ambiental	Recolección de aceites lubricantes Consumo de combustible Consumo de gas
	Carga orgánica revisada
	Recolección de desechos sólidos
	Número de turistas en sitios de visita
	Bolsas de basura recolectadas en sitios de visita

Elaboración: Realización propia 2012, Tomado del Observatorio de turismo de Galápagos, Boletín 1

Se recopila de este informe la siguiente información de acuerdo a publicación resumida por MINTUR, (2011; 65):

Entre la variada información define la forma cómo organizan su viaje los 1.836 turistas (23.88%) nacionales y extranjeros (76.12%), que fueron encuestados en los aeropuertos de Baltra y San Cristóbal, quienes en un 64,20 % integraron un paquete turístico reservado en alguna agencia de viajes, mientras que el 35,80 % lo hizo por su cuenta, sin reservas previas y luego de su arribo organizó su agenda de visitas.

Antes de definir su llegada a las islas, los visitantes señalaron que consultaron por lo menos dos fuentes de información, determinando que un 70.5% buscó información en Internet; el 48.7% en agencias de viajes, el 40.7% con sus familiares y amigos que ya visitaron este destino; el 20.8% consultaron guías y revistas turísticas y por medio de documentales un 14.3%, recibió información sobre este destino.

La información que proporciona el Observatorio Turístico señala que un 28% de los turistas encuestados procede de Estados Unidos, que un 24% son ecuatorianos y el porcentaje restante de los visitantes, proceden de Inglaterra, Alemania, Australia, Canadá, España, Suiza, Francia y Holanda.

En relación al gasto turístico, excluyendo el pasaje de ida y vuelta a Ecuador y la tasa de ingreso al Parque Nacional Galápagos, el promedio por turista es de 1.807,41 dólares y con estos valores cubren sus consumos en tours navegables y de base local; alojamientos, restaurantes, cafeterías, movilización y gastos en tiendas de artesanías, de alimentos y de ropa.

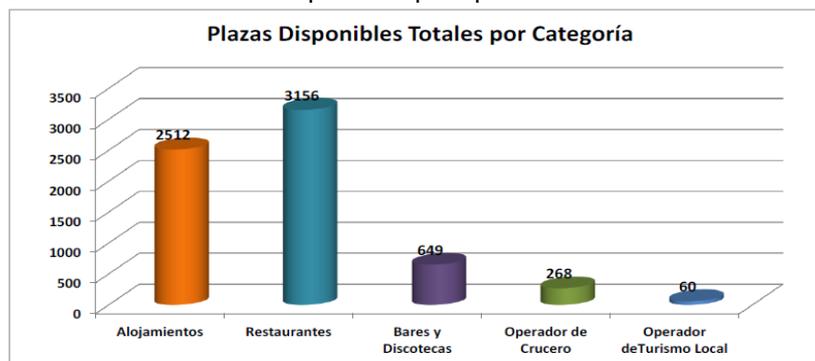
Consultados sobre los niveles de satisfacción que generó su visita a Galápagos un 59.77% de los entrevistados mencionó estar totalmente satisfecho, el 34.99% satisfecho y un 5.24% mencionó sentirse indeciso, insatisfecho o totalmente insatisfecho. Igualmente, un 59.97% de los turistas señaló que sí regresaría, un 28.47% que tal vez sí lo haría; un 4.48% indicó estar indeciso y un 7.98% que tal vez no o definitivamente no regresaría a Galápagos.

1.6 Análisis del entorno micro.

Observatorio Turístico, MINTUR, (2012; 46), da los siguientes datos:

De todos los datos obtenidos de establecimientos de alojamientos entrevistados existen 2512 plazas disponibles en alojamiento, en lo que respecta a los restaurantes existen alrededor de 3156 plazas, en establecimientos de esparcimiento 649 plazas, en los cruceros 268 plazas y los operadores de turismo local 60.

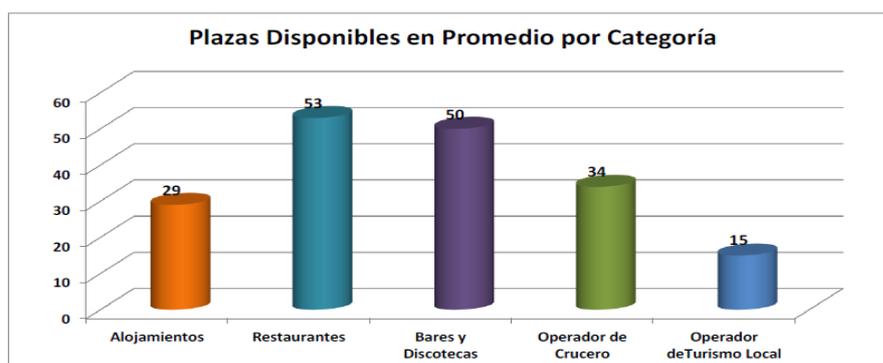
Grafico N°. 05 Plazas disponibles por tipo de establecimiento



Fuente. Observatorio Turístico, MINTUR 2011
Elaborado por: Econ. Ernesto Rangel Luzuriaga

En promedio, los alojamientos tienen 29 plazas disponibles, los restaurantes 53, los Bares y Discotecas 50, los cruceros 34 y los operadores de turismo local 15.

Grafico N°. 06 Promedio de Alojamiento

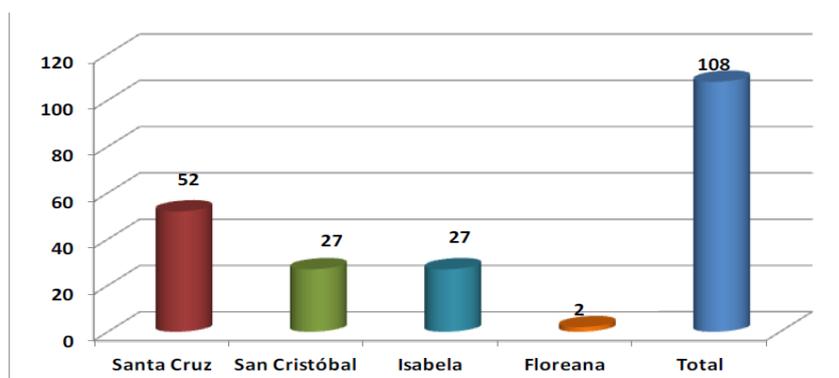


Fuente. Observatorio Turístico, MINTUR 2011
Elaborado por: Econ. Ernesto Rangel Luzuriaga

1.6.1. Total de Hoteles en Galápagos.

El total de hoteles de Galápagos es de 108 según cifras del catastro de establecimientos de la Dirección Regional Galápagos del Ministerio de Turismo.

Grafico N°. 07 Total de Hoteles en Galápagos

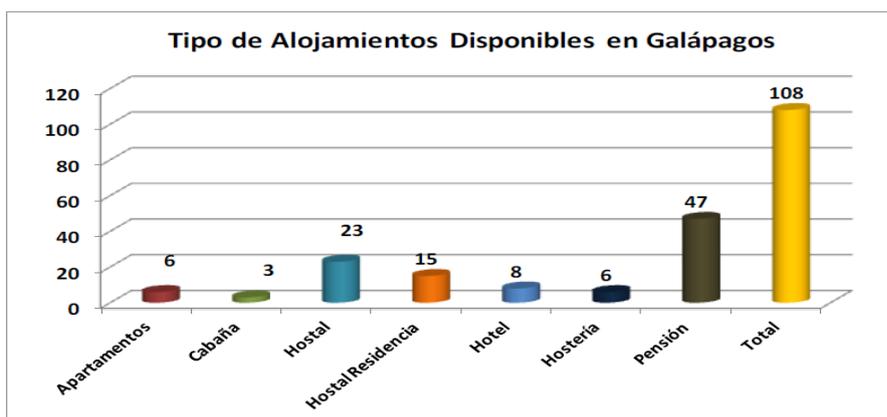


Fuente. Observatorio Turístico, MINTUR 2011
Elaborado por: Econ. Ernesto Rangel Luzuriaga

1.6.2 Tipos de Alojamiento en Galápagos.

La categoría más representativa de los alojamientos en Galápagos es la pensión (43.52%), seguida de los hostales (21.30%) y hostel residencia (13.89%).

Grafico N°.08 Tipos de Alojamiento en Galápagos



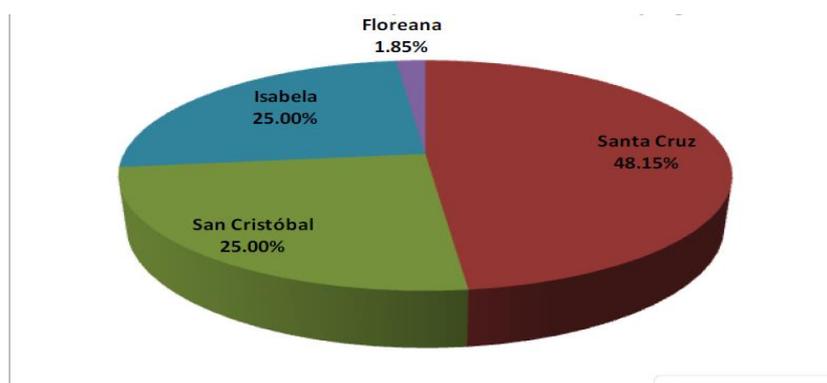
Fuente. Observatorio Turístico, MINTUR 2011

Elaborado por: Econ. Ernesto Rangel Luzuriaga

1.6.3 Distribución de los alojamientos en Galápagos.

Por isla están repartidos de la siguiente forma: Santa Cruz con el (48.15%) de los alojamientos, seguido por San Cristóbal con el (25.00%), luego está Isabela (25.00%) y por último se encuentra Floreana con el (1.85%).

Grafico N°. 09 Distribucion de los alojamientos en Galápagos



Fuente. Observatorio Turístico, MINTUR 2011

Elaborado por: Econ. Ernesto Rangel Luzuriaga

1.6.4 Competidores.

MINTUR, (2012; 47), explica:

En el turismo la amenaza de nuevos competidores está siempre presente aunque debe tomarse en consideración que los diferentes aspectos de los participantes no son siempre interesantes, a continuación se señalan varios aspectos que más resaltan en este ámbito: Marcas conocidas vs nuevas marcas, baja renta inicial y en el aspecto de aprendizaje hay ventajas y desventajas.

Con lo mencionado podemos afirmar que en el mercado de Galápagos las posibilidades de iniciar nuevos servicios de turismo permanece en la patente o cupos establecidos en la Ley Especial de Galápagos, la cual no permite que personas no residentes realicen una actividad económica en las islas.

Estos aspectos de entrada pueden ser traspasadas por personas que tengan los recursos necesarios, por otro lado, siendo el hospedaje y el entretenimiento una acción aun no utilizado en su conjunto lleva a creer que la amenaza de nuevos competidores en el negocio de hospedaje y espectáculos es mediana.

Tabla No 6 Establecimiento turístico en Santa Cruz

ESTABLECIMIENTO TURISTICO EN SANTA CRUZ					
Agencia de viajes	Apartamento	Hostal	Hostal Residencia	Hotel	Pensión
60	6	13	7	6	15
ESTABLECIMIENTO TURISTICO EN SANTA CRUZ					
Hostería	Restaurante	Bar	Cafetería	Fuente de soda	Discoteca
5	31	2	4	2	6

Fuente. Observatorio Turístico, MINTUR 2012

Elaboración: La Autora

1.6.5 Proveedores.

En el turismo el número de proveedores es muy alto, (cabe mencionar que existen excepciones como el internet y la TV por cable), los cuales se reforman de acuerdo a la negociación de los proveedores y esto depende del servicio que se ofrece.

El poder de negociación de los vendedores es mediano debido al alto número de proveedores y la baja diferencia del servicio establece a que el poder al mismo tiempo tenga un estilo general sin que ninguno proponga un mercado cambiante.

1.6.6 Clientes.

Captugal (2003; 12), afirma que:

En Galápagos los precios de los servicios son estandarizados por lo que no existe el poder resocialización o regateo por parte de los clientes, tomando en cuenta que el turista internacional tiene un gran poder alcanzable lo que les permite acceder a nuestros servicios sin escatimar gastos de ahí se desprende la rivalidad entre competidores pero se manifiesta de forma no agresiva ya que el turismo tiene un margen de ingreso generoso sin que se tenga que luchar tanto para lograrlo.

Además, hay que tomar en consideración que los turistas nacionales y extranjeros son el principal demandante de servicios turísticos todo el año sin importar la temporada y esto representa un gran ingreso para Galápagos.

1.7 Naturaleza del negocio.

Según el Plan de Manejo (2006; 35), dice:

Las islas Galápagos constituyen uno de los archipiélagos más grandes, complejos, diversos y mejor conservados en términos ecológicos, que existen en el planeta.

En 1959 el estado Ecuatoriano reconoció oficialmente la importancia de este rico patrimonio natural, protegiendo bajo la figura de Parque Nacional, el archipiélago de Galápagos se ubica en el Océano Pacífico a la altura de la línea Ecuatorial que pasa por su montaña más alta, el volcán Wolf al norte de la isla Isabela, se encuentra aproximadamente a 928km de distancia del Ecuador continental.

Galápagos constituye una de las 24 provincias en la que se divide políticamente la República del Ecuador la provincia de Galápagos fue creada el 18 de Febrero de 1973, con el fin de darle a esta región insular el reconocimiento por su notable valor ecológico, biológico, turístico y estratégico.

La provincia de Galápagos está dividida políticamente en tres cantones que corresponden a San Cristóbal con su capital cantonal Puerto Baquerizo Moreno y capital de la provincia, Santa Cruz e Isabela.

Las granjas turísticas se crearan con el único objetivo de diversificar el turismo en la zona rural de Santa Cruz para dar al turista local, nacional e internacional la alternativa de vivir una experiencia junto a la naturaleza de campo y disfrutar de la maravilla de los animales.

Así mismo, la misión del proyecto será brindar al turista una nueva opción de alojamiento y actividades que solo se pueden hacer en la zona rural y con servicios de calidad, las granjas contarán con la infraestructura necesaria que satisfagan las necesidades de todo tipo de cliente.

Con la creación de las mencionadas granjas habrá nuevos destinos turísticos, ayudando al sector a un nuevo flujo económico y turístico, beneficiando a la población y brindando nuevas fuentes de empleos.

Se contará con 24 cabañas las cuales estarán tratadas de la siguiente manera:

- ✓ 8 cabañas c/u para 2 personas, con 1 cama doble, baño privado con agua caliente y televisión.
- ✓ 8 cabañas c/u para 5 personas, con 4 camas, 1 doble y 3 de 1 plaza y media, baño privado con agua caliente y televisión.
- ✓ 8 cabañas c/u para 1 persona, con 1 cama de plaza y media, baño privado, agua caliente y televisión.

Su construcción será con techo de zinc, paredes de bloques y la parte delantera con rocas (restos de erecciones volcánicas). Las puertas, ventanas y closed serán de madera cedrela.

Alimentos y bebidas

Tendrá una cocina, bar y restaurante, estos estarán listos para brindar servicio de alimentación y preparación de bebidas.

La cocina estará equipada con cámara de refrigeración, cámara de congelado, bodega de vegetales y de alimentos secos para una preparación perfecta de sus alimentos. La cocina estará encargada por el chef, dos ayudantes y dos meseros, estos se encargaran de servir los alimentos.

En el restaurante existirán 10 mesas, c/u para 4 personas y 4 mesas, c/u para 6 personas.

Tour:

Las cabañas a más de dar los servicios de hospedaje, alimentación y cabalgatas, ofrecerá un tipo de paquete turístico que durará 4 días y 3 noches.

Precio:

En la decisión del precio de los servicios se tomará la oferta evidente al día (temporada alta en los meses de julio hasta diciembre) sobrellevará importantes modificaciones según se vaya aproximando a las fechas de temporada baja (enero hasta junio) estas transformaciones afectaran los precios en turismo.

Descuentos:

Ofrecer descuentos por cada grupo de 10 integrantes esto se da para lograr captar grupos organizados, familiares, amigos, escuelas, colegios y universidades.

Canales de Distribución:

Sería muy beneficioso crear una página de Internet de las granjas turísticas, en la cual se describa los servicios que se ofrecerán para que los interesados puedan hacer sus reservas por esta vía, cotizando precios de los paquetes turísticos y las actividades y servicios que incluye cada uno.

CAPITULO II
ESTUDIO DE MERCADO.

2.1 Análisis de la demanda.

2.1.1 Informe anual de visitantes que ingresaron a las áreas protegidas de Galápagos 2012.

Según Parque Nacional Galápagos (2012; 02) informa que:

Durante el año 2012, se registró un total de 180.831 Visitantes que ingresaron a las áreas naturales protegidas de Galápagos, de los cuales, el 69% (125.059) correspondió a extranjeros y el 31% (55.772) a nacionales. El número total neto de turistas disminuyó en un 2% con relación al año anterior, es decir, 4.197 visitantes. Del total de visitantes, el 75% (135.623) ingresaron a Galápagos por el aeropuerto de Baltra.

Fórmula Finita:

$$n = \frac{\sigma^2 N p q}{\epsilon^2 (N - 1) + \sigma^2 p q}$$

Dónde:

n= Número de encuestas (tamaño de muestra)

N= Número de Visitantes (135.623)

σ = Nivel de confianza 95% (1.96)

Q= 1- p (1- 0,50 = 0,50)

P= Proporción esperada 0,50

ϵ = Error al 5% (0,05)

$$n = \frac{1.96^2 * 0.5 * 0.5 * 135623}{0.05^2 (135623 - 1) + 1.96^2 * 0.5 * 0.5}$$

130252

$$n = \frac{130252}{340} = 383$$

Por lo tanto la muestra es 383 personas

2.1.2. La encuesta como técnica de investigación

Vidal Días de Rada (2001; 13) explica:

La encuesta es una búsqueda sistemática de información en la que el investigador pregunta a los investigados sobre los datos que desea obtener, y posteriormente “reúne estos datos individuales para obtener durante la evaluación datos agregados”. A diferencia del resto de técnicas de entrevista, la particularidad de la encuesta es que realiza a todos los entrevistados las mismas preguntas, en el mismo orden, y en una situación social similar. La realización de las mismas preguntas a todas las administraciones implica un mayor control sobre lo que se pregunta, razón por la cual la recogida de datos con cuestionario se denomina *estandarizada*.

1. Nacionalidad

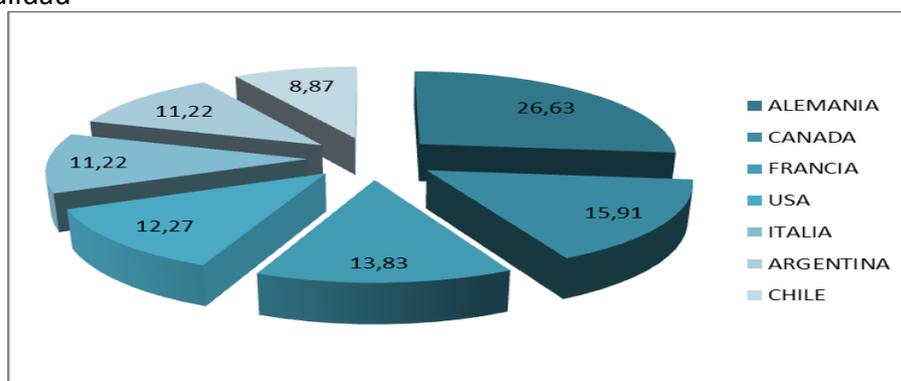


Gráfico N°.10 La nacionalidad

Fuente: investigación de campo; Elaboración: la autora.

El 26.63% de los encuestados dijeron que su nacionalidad es de Alemania, el 15.91% es de Canadá, el 13.83% de Francia, el 12.27% de USA, mientras que el 11.22% confeso que eran de Italia, el 11.22% de Argentina y el 08.87% restante de Chile.

2. Lugar de residencia.

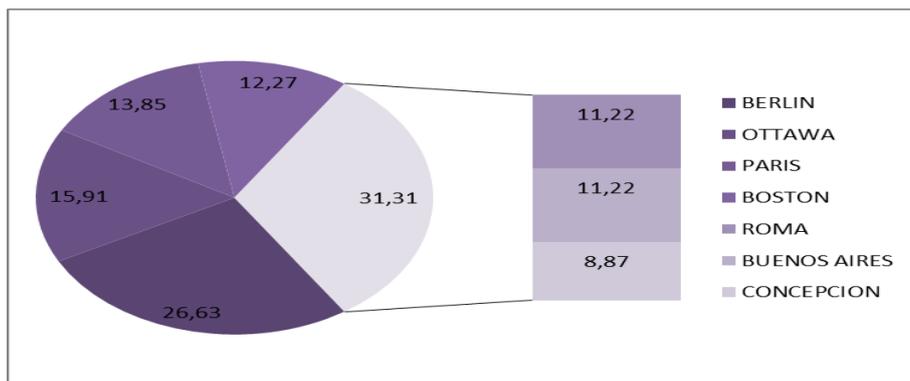


Grafico N. 11 Origen de residencia

Fuente: investigación de campo; Elaboración: la autora

El 26.63% dijo que su lugar de residencia habitual era Berlín, el 15.91% es de Ottawa, el 13.83% de Paris el 12.27% de Boston, mientras que el 11.22% confeso que eran de Roma, el 11.22% de Buenos Aires y el 08.87% restante de Concepción.

3. Sexo

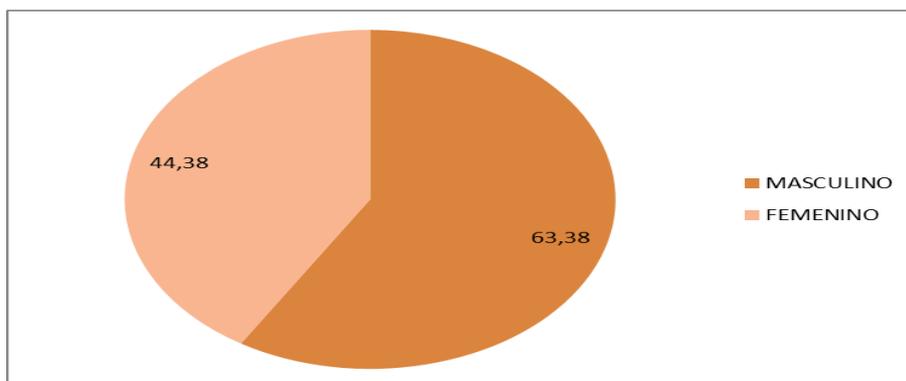


Gráfico N°.12 Turistas por sexo

Fuente: investigación de campo; Elaboración: la autora

El 63.38% de los pasajeros encuestados pertenecían al sexo masculino, en cambio, el 44.38% eran de sexo femenino.

4. Seleccione su rango de edad.

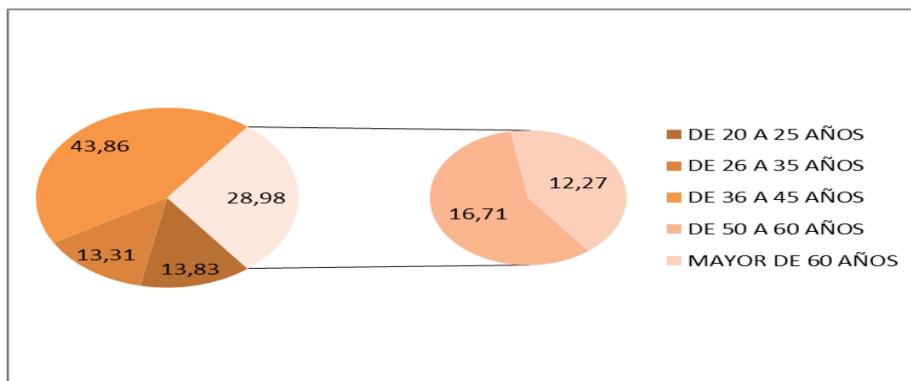


Gráfico No. 13 Por rango de edad

Fuente: investigación de campo; Elaboración: la autora

Del total de los encuestados el 43.86% están entre la edad de 36-45 años, el 16.71% van entre los 50-60 años, 13.83% entre el 20-25 años, el 13.31% entre 26-35 años y mayor de los 60 años están el 12.27%.

5. Seleccione su ocupación.

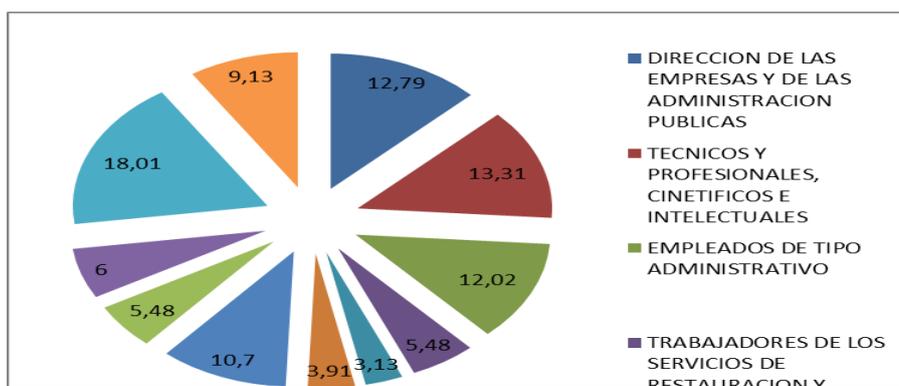


Gráfico N°.14 Por ocupación

Fuente: investigación de campo; Elaboración: la autora

De los resultados obtenidos de las encuestas realizadas sobre la ocupación de los pasajeros o turistas el 18,01% respondió eran estudiantes, en tanto que el 13.31% eran técnicos y profesionales, científicos e intelectuales, el 12.79% dirección de las empresas y de las administraciones públicas, el 12.02% empleados de tipo administrativo, mientras que el 10.70% fuerzas armadas, el 09.13% de turistas escogieron la opción otros”, el 06.00% jubilados y retirados, el 05.48% eran ama de casa, 05.48% eran trabajadores de los servicios de restauración y comercio, el 03.91 eran trabajadores no cualificados y el 03.13 restante pertenecían a la opción artesanos y trabajadores cualificados de industrias.

6. Seleccione su rango promedio de ingresos mensuales.

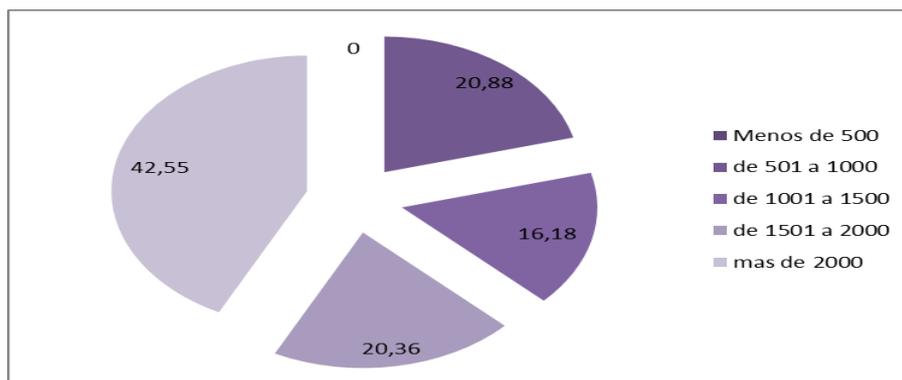


Gráfico N°.15 Rango promedio de ingresos mensuales.

Fuente: investigación de campo; Elaboración: la autora

De los resultados obtenidos de las encuestas realizadas sobre seleccione su rango promedio de ingresos mensuales, el 42.55% respondió que su ingreso mensual es de más de \$2000, el 20.88% dijo que es de \$501 a \$1000, el 20.36% afirmó que es de \$1501 a 2000 y el 16.18% comentó que es de \$1001 a \$1500.

7. Seleccione cuál es su nivel de instrucción.

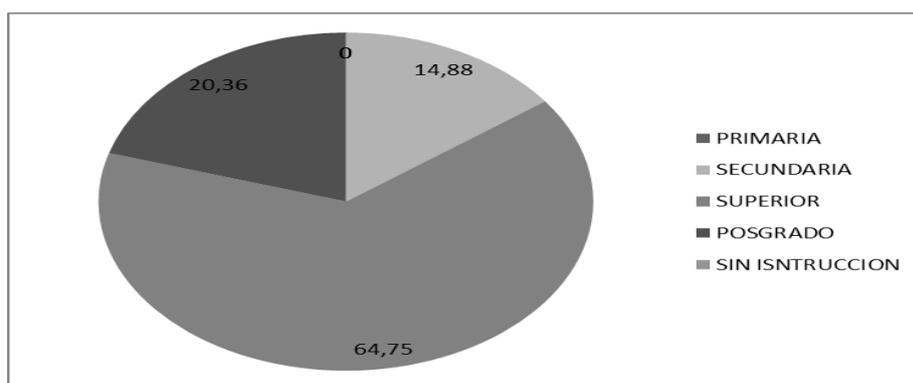


Gráfico N°.16 Nivel de instrucción

Fuente: investigación de campo; Elaboración: la autora

Las encuestas realizadas a un grupo representativo de turistas, nos indica que el 64.75% de los encuestados reveló que su nivel de instrucción es superior, el 20.36% respondió que tiene posgrado y el 14.88% tuvo secundaria.

8. ¿Es la primera vez que visita Santa Cruz?

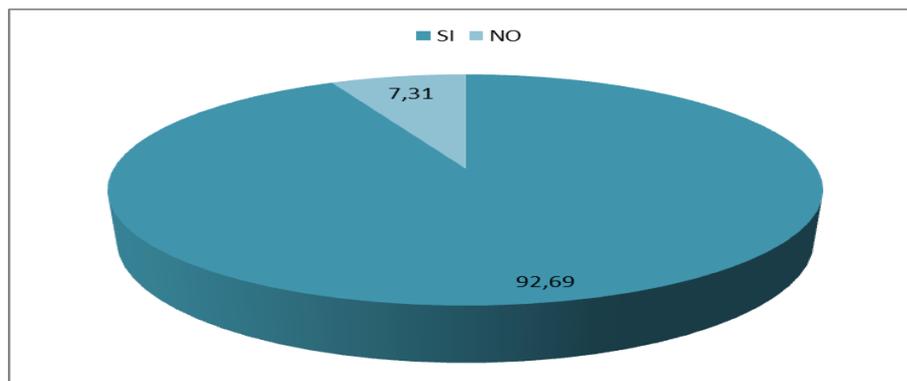


Gráfico N°.17 Por visita

Fuente: investigación de campo; Elaboración: la autora

El 92.69% de los pasajeros indicaron que es la primera vez que visitan Santa Cruz 7.31% restantes confesó que no era su primera vez en Santa Cruz, se puede ver que a pesar de que no es económico visitar la isla, existen personas que retornan a apreciar la maravilla de Galápagos.

9. ¿Con quién visito Santa Cruz?

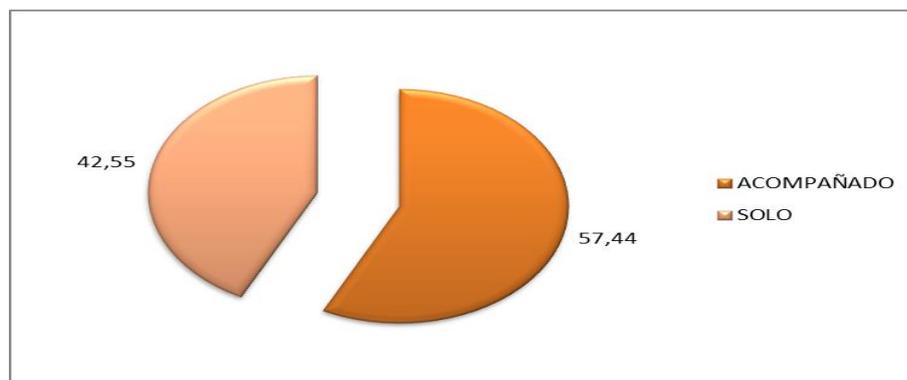


Gráfico No. 18 Tipo de visita

Fuente: investigación de campo; Elaboración: la autora

Del número total de encuestados, el 57.44% de los encuestados dijo que ha viajado acompañado de amigos, familiares, esposo/a y /o compañeros. , en tanto que el 42.55% alegó que ha viajado solo.

11. ¿Cuál es su motivo de visita a Santa Cruz?

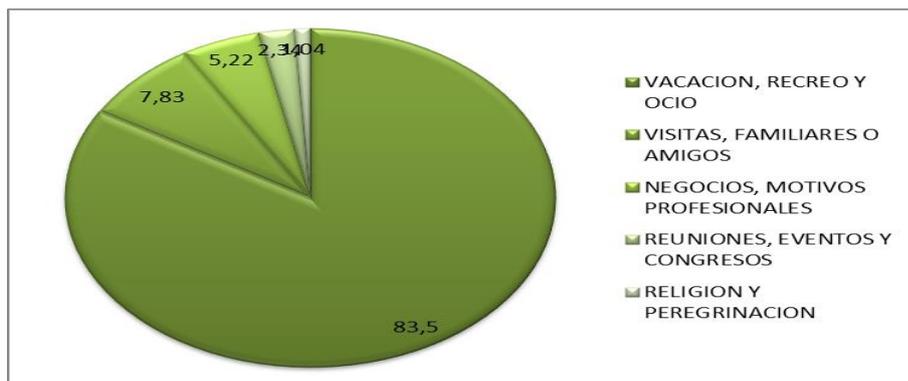


Gráfico N. 19 Motivo de la visita

Fuente: investigación de campo; Elaboración: la autora

Los datos del gráfico demuestran que el 83,50% de los pasajeros encuestados visitó la isla impulsados por vacaciones, recreo y ocio, el 7,83% corresponden a pasajeros que manifestaron que los trajeron a las islas para visitar familiares o amigos, el 5,22% vinieron ocasionados por negocios y motivos profesionales, el 2,34% visitaron la isla motivados por reuniones, eventos y congresos y por último el 1,04% restante llegó por religión y peregrinaciones.

11 ¿Utiliza/ó los servicios de agencias de viaje u operadoras de turismo para visitar Santa Cruz?

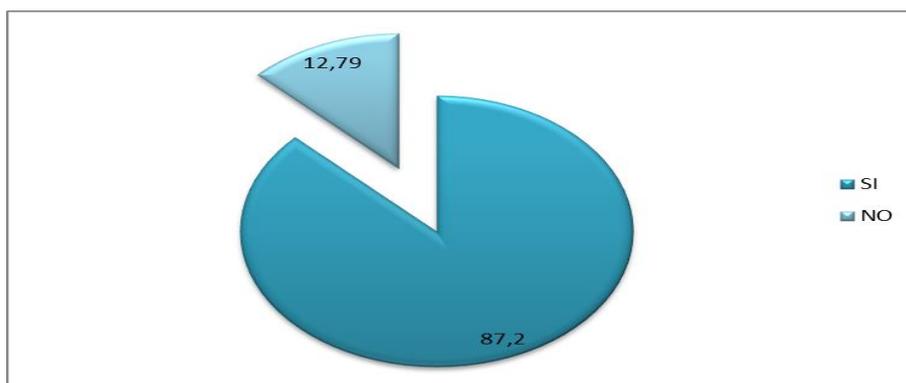


Gráfico N.º 20 Por uso de agencias de viaje

Fuente: investigación de campo; Elaboración: la autora

En las encuestas realizadas a un número de involucrados, el 87,20% respondió que sí utilizó los servicios de agencia de viaje, mientras que el 12,79% de los encuestados dice que no utilizó.

12. ¿Cuáles servicios incluye/incluye el paquete contratado en la agencia de viajes?

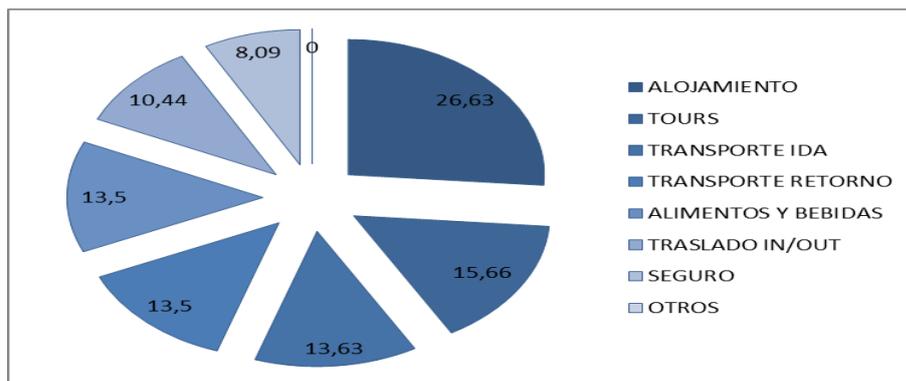


Gráfico N°.21 Tipo de servicios

Fuente: investigación de campo; Elaboración: la autora

Del total de las encuestas realizadas, el 26.63% de los encuestados dijo que alojamiento fue el servicio que incluyó en el paquete contratado en la agencia de viaje, mientras que el 15.66% tours, el 13.63% dijo que transporte de ida, el 13.05% manifestó transporte de retorno, el 13.05% alimentos y bebidas, 10.44% traslado in/out y el 8.09% seguro.

13. ¿Cómo califica la asistencia recibida por las agencias de viaje que le proporcionaron Santa Cruz como destino turístico?

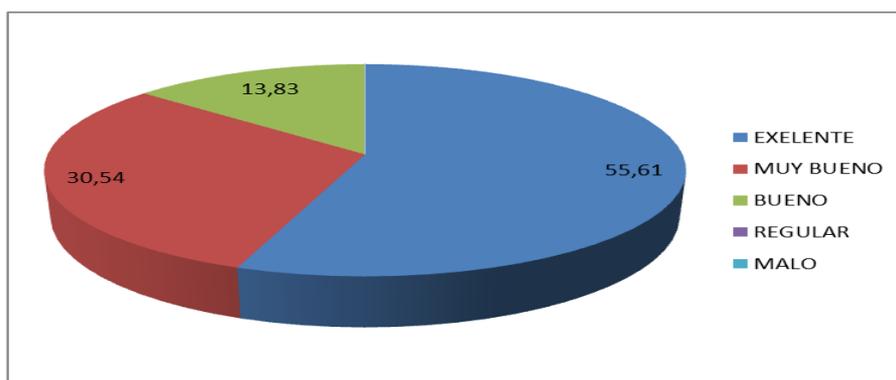


Gráfico N°.22 Por calificación de atención

Fuente: investigación de campo; Elaboración: la autora

Del número total de encuestados, el 55.61% respondió que la asistencia recibida por las agencias de viajes fue excelente, el 30.54% expresó que le pareció muy bueno, el 13.83% dijo que estuvo bueno.

14. ¿Por qué medio se enteró de la existencia de Santa Cruz como destino turístico?

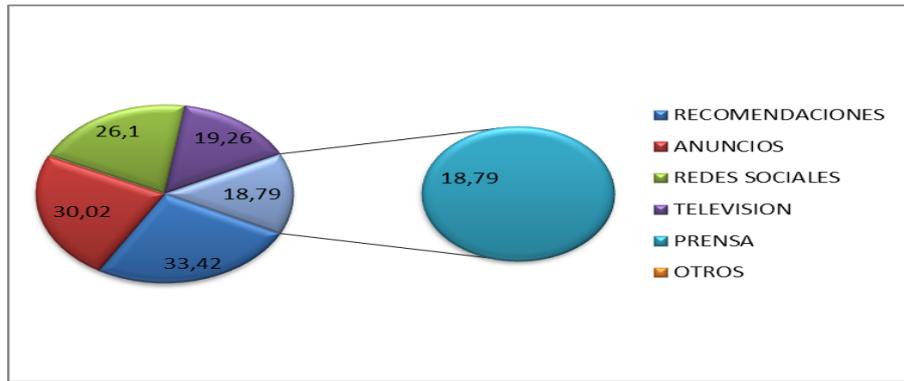


Gráfico No. 23 Medio que se entero de Galápagos

Fuente: investigación de campo; Elaboración: la autora

El 33.42% expresó que se enteró de la existencia de Santa Cruz por medio de recomendaciones, el 30.02% dijeron que por medio de anuncios en internet, el 26.10% por medio de redes sociales, el 19.26% respondió que por la televisión se enteró de la existencia de Santa Cruz, en tanto que el 18.79% de los encuestados dijeron que se pusieron al corriente por medio de prensa.

15 ¿Cuál es el factor que predominó en su elección, para que escogiera a Santa Cruz como su destino turístico?

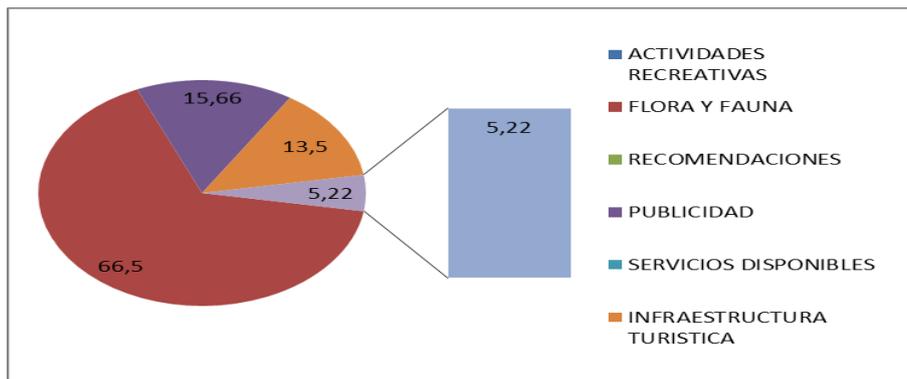


Gráfico N°.24 Actividad por la que viajo

Fuente: investigación de campo; Elaboración: la autora

El 66.05% de los pasajeros encuestados respondieron que la flora y la fauna del sector fue el factor que predominó en la elección para escoger a Santa Cruz como su destino turístico, el 15.66% dijo que la publicidad había influenciado en su decisión, el 13.05% señaló que la infraestructura turística influyó en su elección, en cambio el 5.22% señaló que la información disponible del destino fue la que los inspiró a escoger la isla para su visita turística.

16. ¿Cuál es la duración total (número de noche) de este viaje?

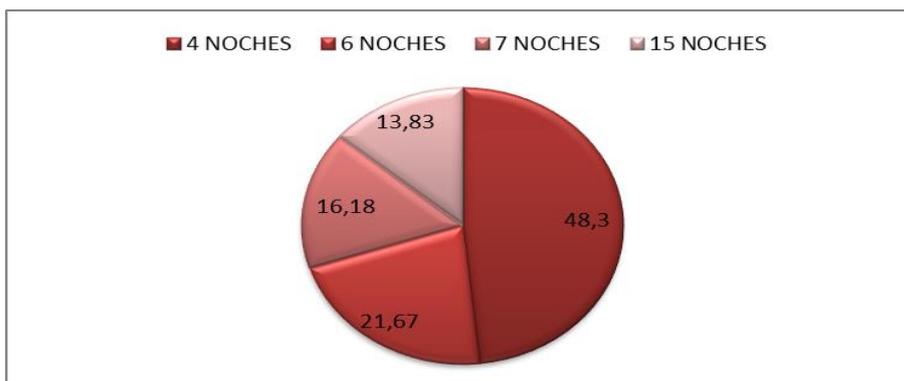


Gráfico N°.25 Duración del viaje

Fuente: investigación de campo; Elaboración: la autora

Las encuestas realizadas, nos muestra que el 48.30% de los encuestados confirmó que el total de noches en la isla fue de 4 noches, el 21.67% dijo que 6 noches, el 16.18% apuntó que fue de 7 noches y el mientras que el 13,83% restante explicó que fue de 15 noches, se puede observar que por lo general los turistas llegan a la isla por 4 noches.

17. ¿Cuál es el medio de transporte para llegar y salir del destino turístico?

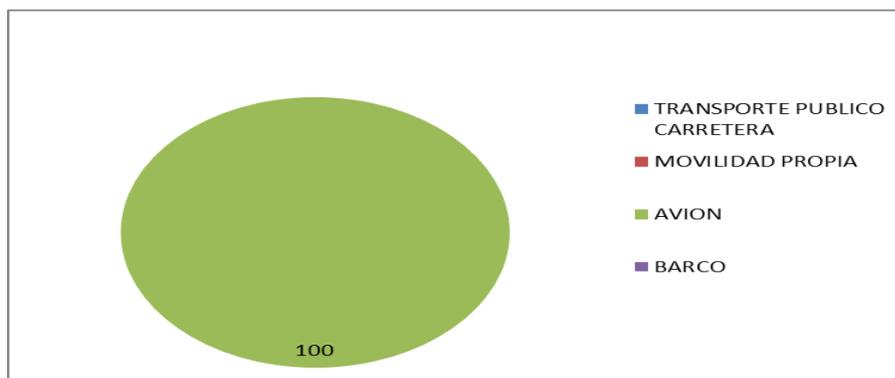


Gráfico No 26 Medio de transporte para viajar a Galápagos

Fuente: investigación de campo; Elaboración: la autora

Del total de encuestados, sobre cuál es el medio de transporte para llegar y salir del destino turístico, el 100% respondió que lo hicieron por avión ya que es el transporte que diariamente da servicio desde el continente hacia las islas Galápagos, aunque hay que aclarar que también los barcos dan el servicio de transporte desde el puerto de Guayaquil pero en vista de tardarse tres días de viaje es preferible viajar por avión.

18. ¿Cuánto gastó diariamente en transporte en su visita al destino turístico?

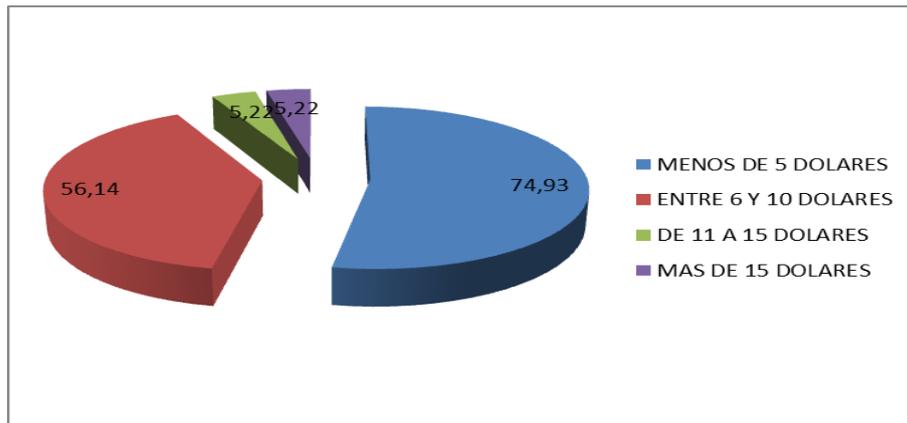


Gráfico N°.27 Gasto diario en transporte en Galápagos

Fuente: investigación de campo; Elaboración: la autora

De los resultados obtenidos de las encuestas realizadas sobre cuanto gasto diariamente en transporte en su visita al destino turístico, el 74.93% gastó menos de \$5.00, el 56.14 % expresó que de \$11.00 a \$15.00, .en tanto que el 5.22% dijo que entre \$6.00 y \$10.00, y el 5.22% indicó que más de \$15.00

19¿Cómo califica el servicio de transporte desde y hacia el destino turístico?

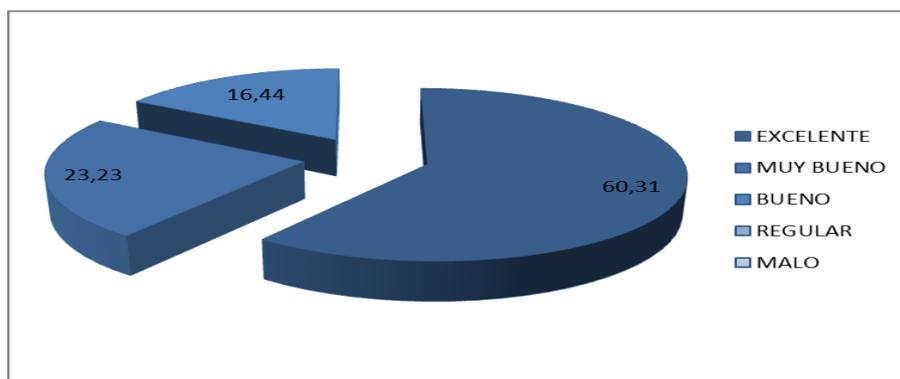
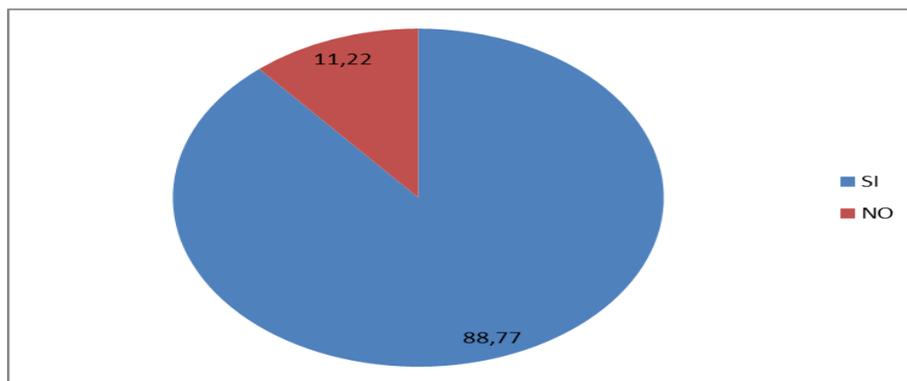


Gráfico N°.28 Calidad del transporte a Galápagos

Fuente: investigación de campo; Elaboración: la autora

De los resultados obtenidos de las encuestas realizadas sobre cómo calificaría el servicio de transporte desde y hacia el destino turístico el 60.31% dijo que lo calificaba como excelente, mientras que el 23.23% lo calificó como muy bueno y el 16.44% dijo que lo calificaba como bueno.

20¿Uso el servicio de alimentos y bebidas en el destino turístico?



GraficoN°.29 Uso de los servicios

Fuente: investigación de campo; Elaboración: la autora

Según las encuestas referente a usó el servicio de alimentos y bebidas en el destino turístico, el 88.77% respondió que sí lo usó, mientras el 11.22 dijo que no.

21 ¿Cuánto gastó diariamente por concepto de alimentos y bebidas en su visita al destino turístico?

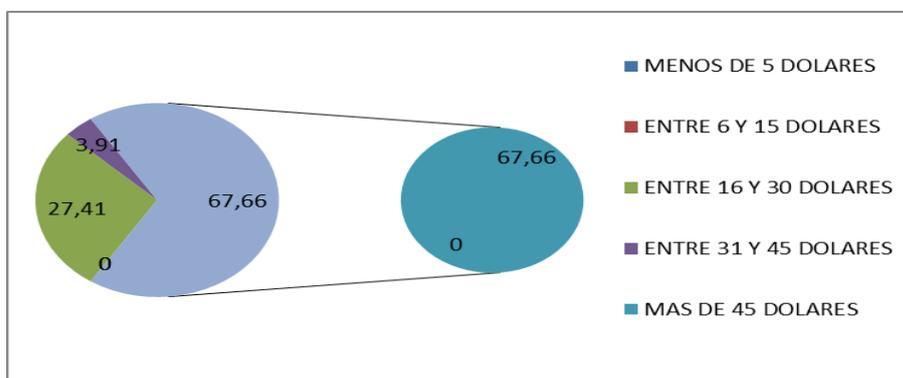


Gráfico N°.30 Gastos en alimentación

Fuente: investigación de campo; Elaboración: la autora

Según las encuestas, 68.66% respondió que gastó diariamente por concepto de bebidas y alimentos en su visita a destinos turístico entre más de \$45.00, el 27.41% afirmó que gastó entre \$16.00 y \$30.00. y el 3.91% expresó que gasto entre \$31.00 a \$45.00.

22 ¿Cuál es su percepción sobre el servicio de alimentos y bebidas en el destino turístico?

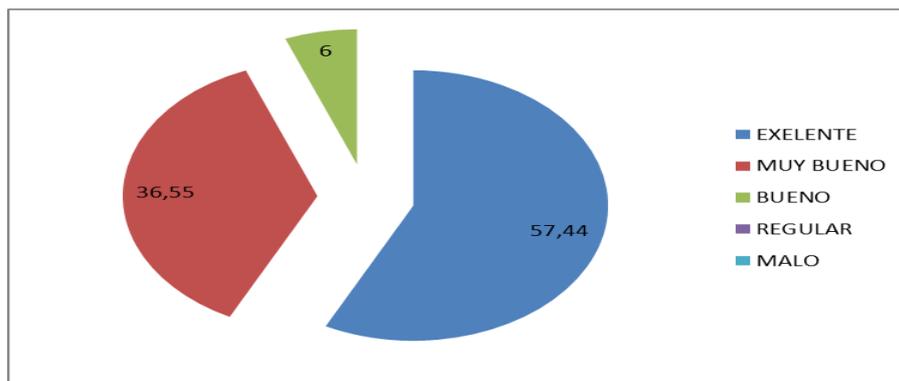


Gráfico N°.31 Por servicio de alimentación y bebidas

Fuente: investigación de campo; Elaboración: la autora

De los resultados obtenidos de las encuestas realizadas referente a servicios de alimentos y bebidas el 57.44% indicó que fue excelente, el 36.55% apuntó que fue muy buena y el 6% dijo que fue bueno.

23. ¿Visito lugares de recreación y esparcimiento en su estadía en el destino turístico?

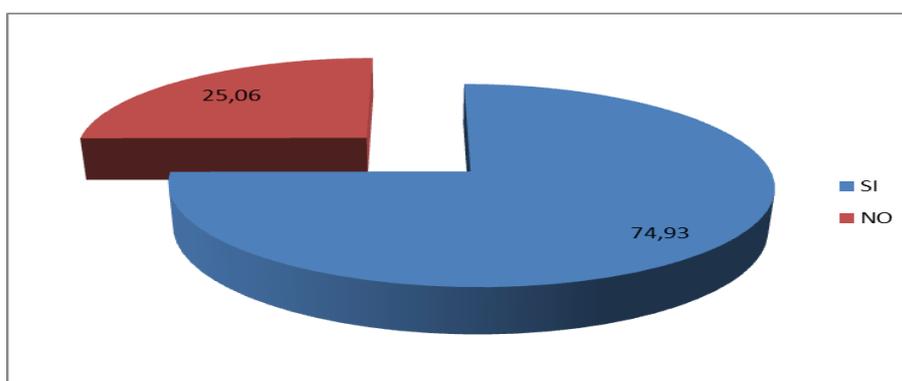


Gráfico N°.32 Hizo visitas a lugares turísticos

Fuente: investigación de campo; Elaboración: la autora

Un 74.93% expresó que si visito lugares de recreación y esparcimiento en su estadía en el destino turístico, mientras que el 25.06% dijo que no.

24. ¿Qué lugares de recreación visitó en su estadía?

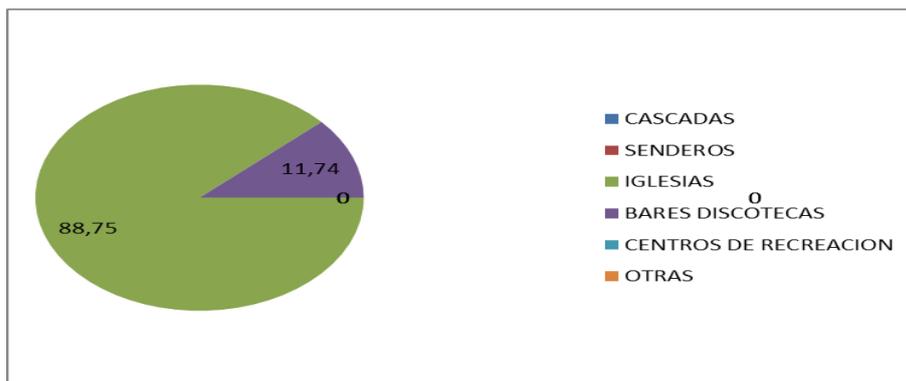


Gráfico N°.33 Que lugares visito mas

Fuente: investigación de campo; Elaboración: la autora

Según las respuestas concerniente a que lugares de recreación visito en su estadía el 88.75% afirmó que visito bares y discotecas y el 11.74% dijo que visito iglesias.

25 ¿Qué tipo de recreación practico en su visita a Santa Cruz?

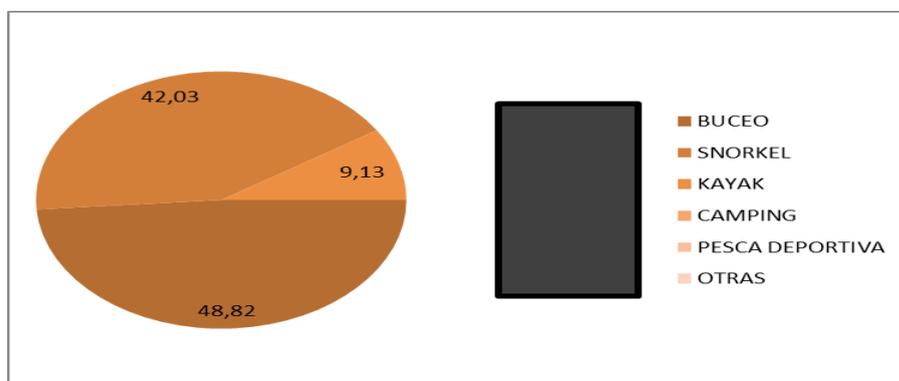


Gráfico N°.34 Tipo de recreación que mas uso

Fuente: investigación de campo; Elaboración: la autora

De acuerdo a los resultados obtenidos, se observa que el mayor porcentaje de recreación que practicaron fue el buceo representado por el 48.82%, mientras que en segundo lugar se encuentra el snorkel con un total de 42.03% en tercer lugar el kayak obtuvo un 9.13% de la población encuestada.

26. ¿Cuánto gasto diariamente por concepto de estas actividades de recreación?

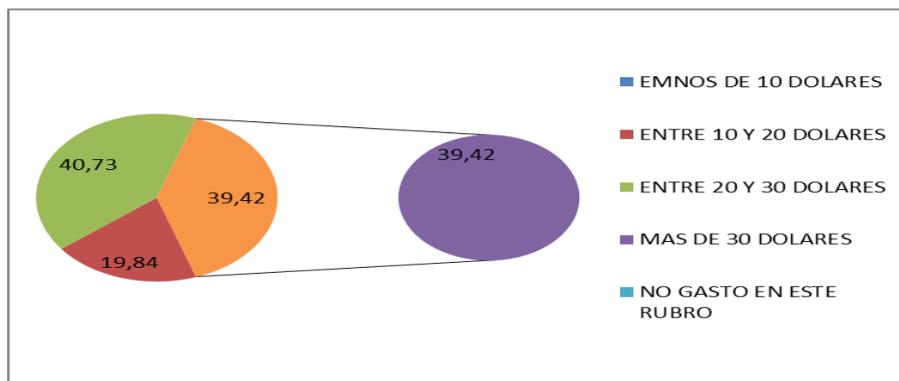


Gráfico N°.35 Gasto en recreación

Fuente: investigación de campo; Elaboración: la autora

Del número total de encuestados, el 40.73 % indicó que gastó entre 20 y 30 dólares, el 39.42% gastó más de 30 dólares y el 19.84% expresó que gastó entre 10 y 20 dólares.

27. ¿Uso hospedaje en su estadía en el destino turístico?

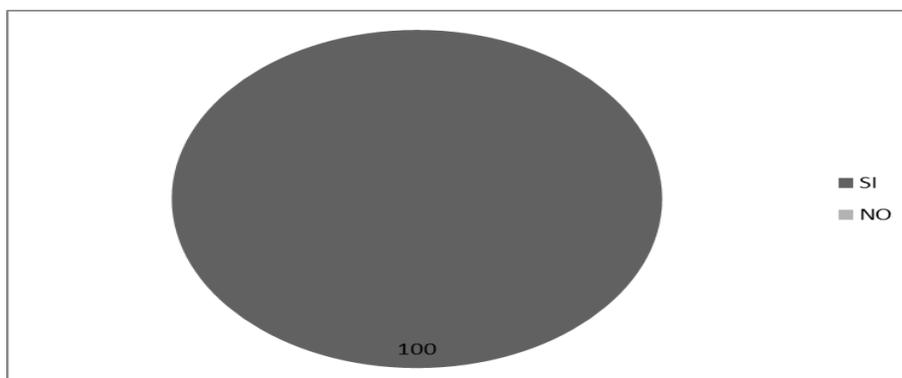


Gráfico N°.36 Uso de estadía

Fuente: investigación de campo; Elaboración: la autora

Del número total de encuestados, el 100% comentó que si usó hospedaje en su estadía.

28 ¿En qué tipo de establecimiento se alojó?

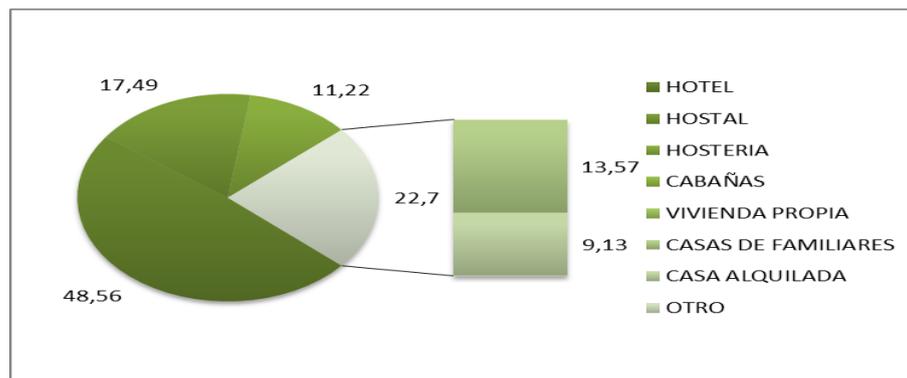


Gráfico N°.37 Tipo de alojamiento que uso

Fuente: investigación de campo; Elaboración: la autora

El 48.56% respondió que se alojó en hotel, el 17.49% dijo que se alojó en hostal, el 11.22 % señaló que se alojó en hostería, el 13.57% dijo que lo hizo en casa de familiares/amigos y el 9.13% restante respondió que se alojó en casa alquilada.

29 ¿Qué servicios adicionales le ofrecía el lugar que eligió para hospedarse?

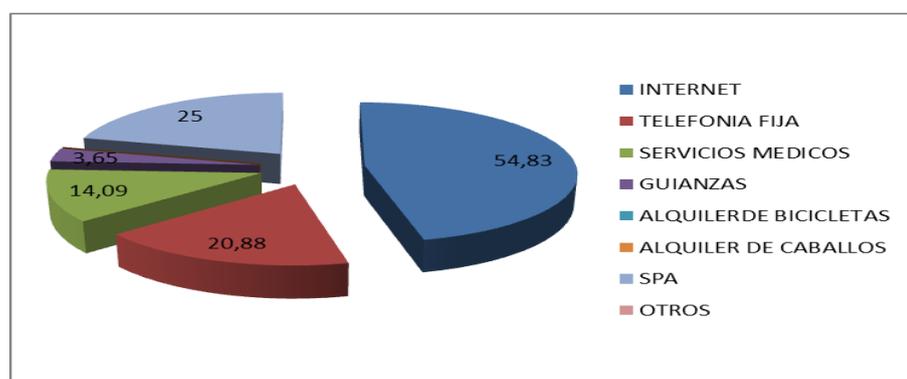


Gráfico N°.38 Servicios adicionales que tuvo

Fuente: investigación de campo; Elaboración: la autora

El 54.83% manifestó el servicio adicional que ofreció el lugar de hospedaje fue guianzas, el 20.88% afirmó fue el internet, el 14.09% dijo que fue telefonía fija y el 3.65% comentó que fue servicios médico.

30. ¿Cuánto gasto diariamente por concepto de alojamiento en el destino?

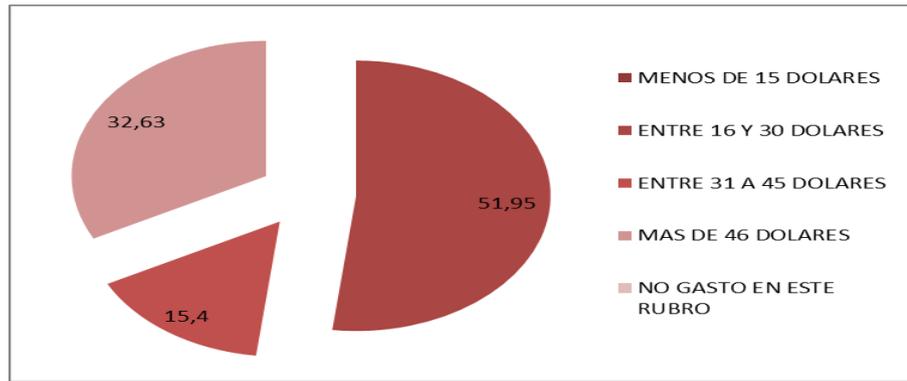


Gráfico N°.39 Gasto por alojamiento

Fuente: investigación de campo; Elaboración: la autora

El 51.95% respondió que gastó diariamente por concepto de alojamiento en el destino turístico entre 16 y 30 dólares, el 15.40% dijo que gastó entre 31 y 45 dólares y el 32.63% señaló haber gastado más de 46 dólares.

31 ¿Cuál es la percepción sobre la infraestructura de alojamiento en el destino.?

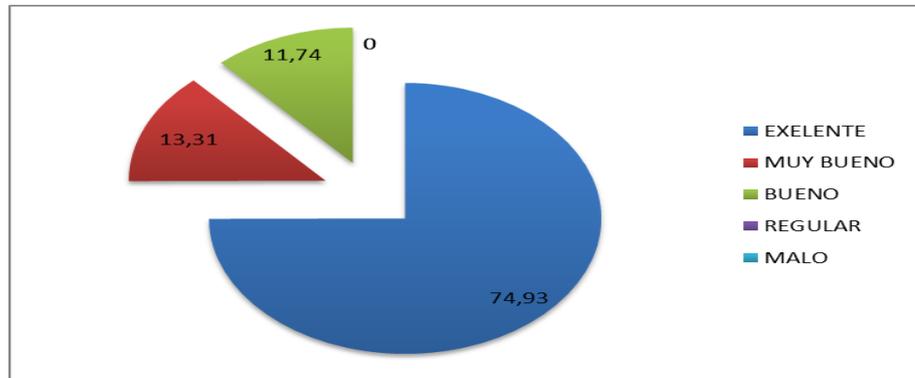


Gráfico N°.40 Percepción sobre la infraestructura de alojamiento

Fuente: investigación de campo; Elaboración: la autora

El 74.93% dijo que su percepción sobre infraestructura de alojamiento en el destino turístico fue excelente, el 13.31% dijo que fue buena y el 11.74% dijo que fue muy buena.

32. ¿Está complacido con la visita a Santa Cruz?

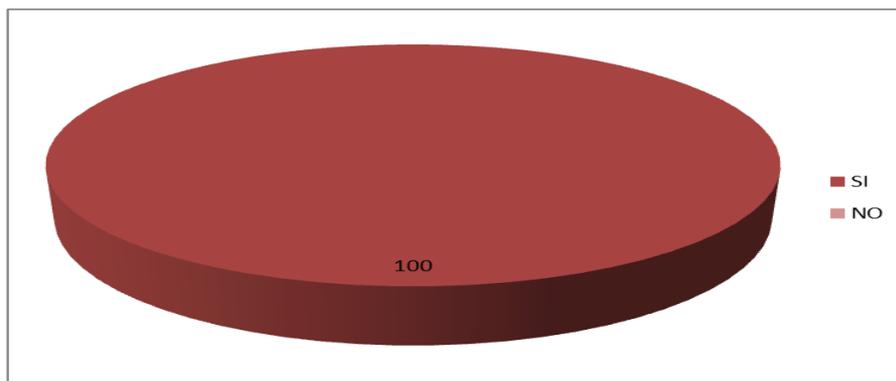


Gráfico N°.41 Esté complacido con la visita

Fuente: investigación de campo; Elaboración: la autora

El 100% de los encuestados expresó si estaba complacido con su vista a Santa Cruz.

33. ¿Cuál es su percepción sobre los servicios en general recibidos en Santa Cruz?

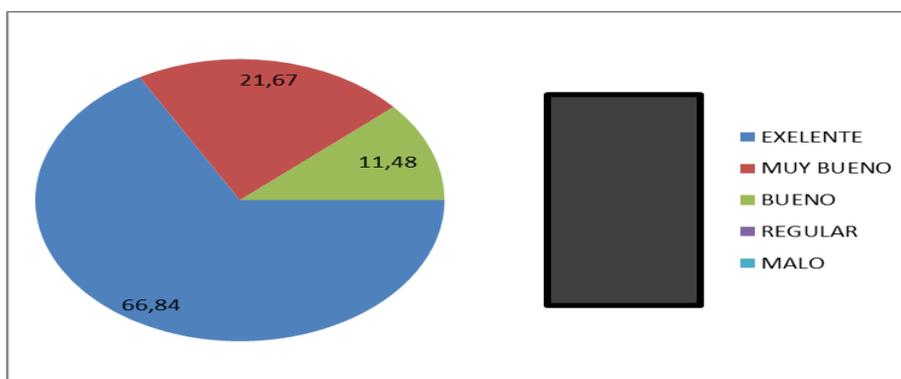


Gráfico N°.42 Opinión sobre los servicios recibidos

Fuente: investigación de campo; Elaboración: la autora

Sobre la percepción de los servicios en general recibidos en Santa Cruz el 66.84% dijo que fueron excelente, el 21.67% apuntó que fueron bueno y el 11.48% indicó que fueron muy bueno.

34. ¿Qué hace falta al destino turístico para convertirse en un destino más atractivo para los visitantes?

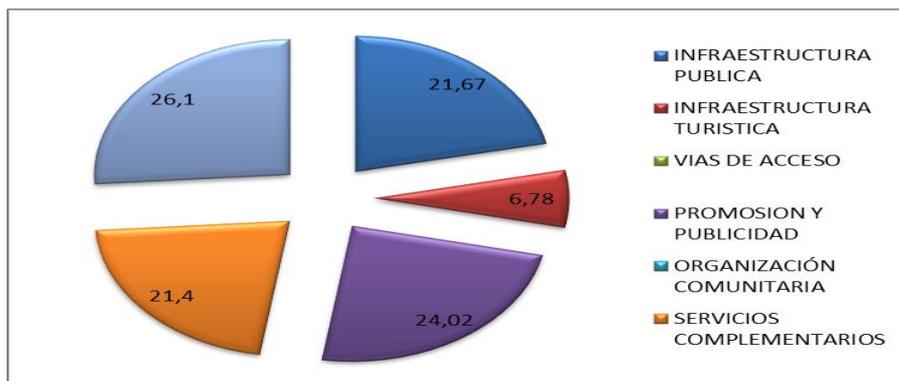


Gráfico N°.43 Cual es carencia más notoria en Galápagos

Fuente: investigación de campo; Elaboración: la autora

El 26.10% explicó que le falta formación y capacitación, el 24.02% expresó que le falta promoción y publicidad, el 21.67% dijo que le falta infraestructura pública, el 21.40% expuso que le falta servicios complementarios y el 6.78% dijo que le falta infraestructura turística.

35. ¿Volvería visitar Santa Cruz por turismo?

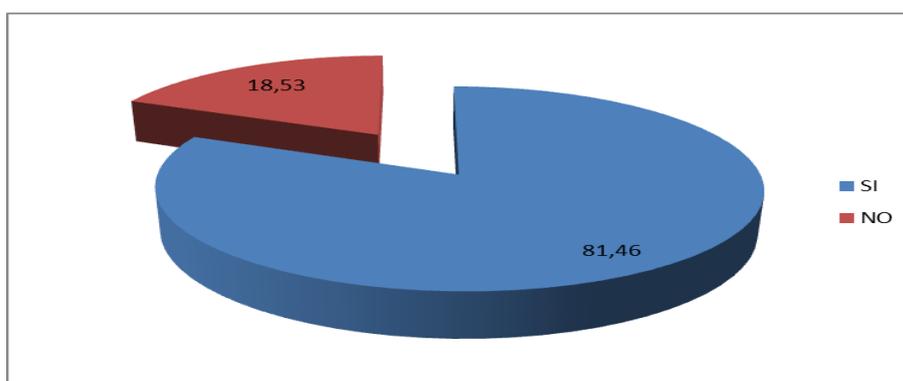


Gráfico N°.44 Visitaría otra vez Las islas Galápagos

Fuente: investigación de campo; Elaboración: la autora

Sobre la pregunta volvería visitar Santa Cruz por turismo, el 81.46% dijo que volvería y el 18.53% restante respondió que no volvería.

36. ¿Estaría dispuesto a visitar a Santa Cruz para alojarse en una cabaña ecológica?

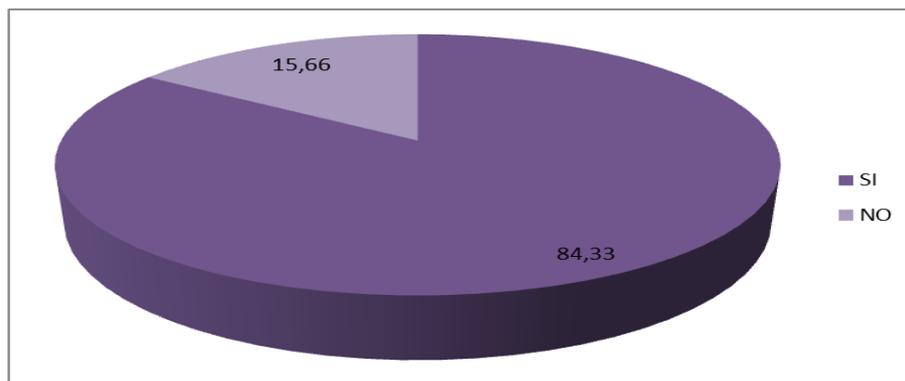


Gráfico N°.45 Se alojaría otra vez en una cabaña ecológica

Fuente: investigación de campo; Elaboración: la autora

Del total de las encuestas realizadas sobre si estaría dispuesto a visitar Santa Cruz para alojarse en una cabaña ecológica el 84.33% dijo que si y el 15.66% dijo que no

37.¿Qué servicios adicionales le gustaría que ésta hostería le brindara?

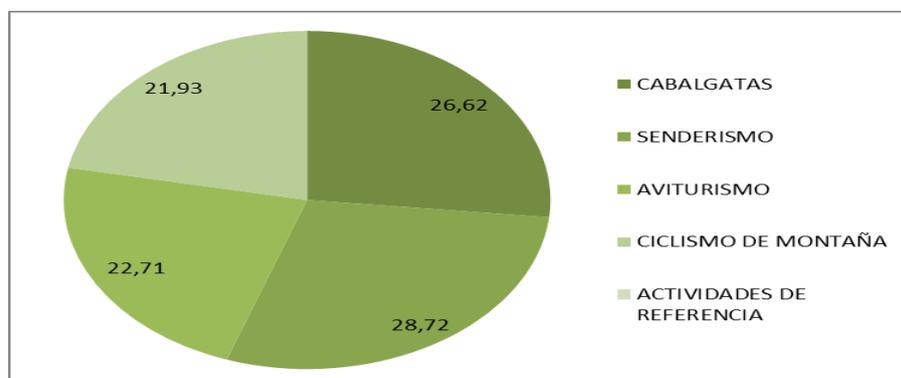


Gráfico N°.46 Servicios adicionales le gustaría que ésta hostería le brindara

Fuente: investigación de campo; Elaboración: la autora

Referente a los servicios adicionales que le gustaría que la hostería le brinde el 26.62% se inclinó por la cabalgata, el 28.72% ciclismo de montaña, el 22.71% senderismo y el 21.93% aviturismo.

38. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por concepto de hospedaje en esta hostería, coloque el valor en dólares que Ud. Considere?

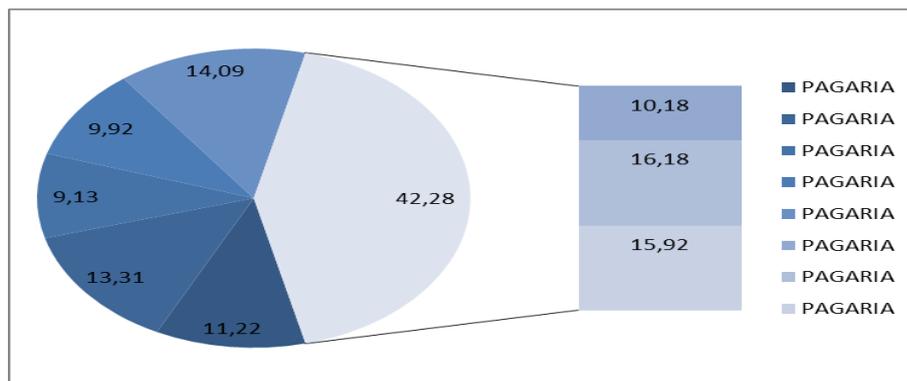


Gráfico N°.47 Valor de hospedaje en hostería

Fuente: investigación de campo; Elaboración: la autora

Según los resultados de la encuesta el 16.18% asintió que pagaría \$1460, el 15.92% dijo que pagaría \$1350, mientras que el 14.09% afirmó que pagaría \$1500, en cambio el 13.31 manifestó que pagaría \$1550, sin embargo el 11.22% afirmó que estaría dispuesto a pagar \$1200, pero el 10.18% dijo que pagaría \$1230, el 9.92% dijo que pagaría \$1270 y el restante 9.13% recalco que pagaría \$1800.

2.2 Análisis de la oferta.

Según lo investigado, la isla tiene un número alto de oferta turística en cuanto a tours navegables y hoteles, pero en cuanto a lugares turísticos campestres como granjas turísticas no existen todavía lo cual es una fortuna para el proyecto en cuestión.

Tabla No. 7 Hoteles en Santa Cruz

Apartamento	Hostal	Hostal Resid.	Hotel	Pensión	Hostería
6	13	7	6	15	5

Fuente: Investigación de campo; Elaboración: La autora

2.2.1. Análisis de la competencia.

Como se mencionó en el anterior tema, en Santa Cruz existen varios hoteles y yates turísticos los cuales significarían competencia para el proyecto no obstante hay que recalcar que este propósito es al momento una alternativa de turismo totalmente nueva en las islas, sin embargo si existen proyectos de construcción de granjas ecológicas para el futuro pero de acuerdo a lo investigado el proyecto está siendo programado para mantener la calidad de los servicios por ende los nuevos competidores no podrán captar parte de la demanda que

se haya ganado. Saber que existen proyectos para crear fincas ecológicas en el futuro es en cierto punto un medidor para comprobar que se está apuntando a unas de las alternativas turísticas acertada.

2.3 Determinación de la demanda potencial insatisfecha

Si bien es cierto en Santa Cruz no hay un lugar turístico igual al del proyecto de *Granjas turísticas*, pero también es cierto que demanda es todo lo igual o similar por lo que se reconoce que todo hotel podría ser competencia, año a año el turismo en la isla crece y a pesar de la cantidad de oferta que existen no es suficiente para copar a todos aquellos viajeros que buscan la isla para hacer el mejor turismo. Haciendo referencia sobre la pregunta 36. ¿Estaría dispuesto a visitar a Santa Cruz para alojarse en una cabaña ecológica? el 84.33% dijo que si, con esto se puede concluir que la demanda seguirá en aumento.

El alojamiento promedio está determinado de la siguiente manera:

Alojamientos 2512, Hoteles y otros: 216 y la Capacidad promedio: 12.

Tabla No. 08: Turistas que han visitado Galápagos 2000-2008

AÑOS	EXTRANJEROS	NACIONALES	TOTAL
2000	54,295	14,561	68,856
2001	57,859	19,711	77,57
2002	59,287	22,939	82,226
2003	62,999	28,346	91,345
2004	74,957	33,977	108,934
2005	86,11	35,584	121,694
2006	97,396	47,833	145,229
2007	110,448	51,411	161,859
2008	119,952	53,468	173,42

Fuente: Dirección del Parque Nacional Galápagos.

Elaboración: La Autora

Tabla No. 09: Proyección turistas extranjeros y nacionales 2000-2013

AÑOS	EXTRANJEROS	%	NACIONALES	%	TOTAL
2000	54.295	78,85	14.561	21,15	68.856
2001	57.859	74,59	19.711	25,41	77.57
2002	59.287	72,10	22.939	27,90	82.226
2003	62.999	68,97	28.346	31,03	91.345
2004	74.957	68,81	33.977	31,19	108.934

2005	86.110	70,76	35.584	29,24	121.694
2006	97.396	67,06	47.833	32,94	145.229
2007	110.448	68,24	51.411	31,76	161.859
2008	119.952	69,17	53.468	30,83	173.420
2009	110.637	68,04	51.615	31,74	162.610
2010	115.947	66,91	56.582	32,65	173.292
2011	121.709	65,78	62.098	33,56	185.028
2012	116.905	64,65	62.335	34,47	180.831
2013	132.119	64,64	72.276	35,36	204.395

Fuente: Dirección del Parque Nacional Galápagos.

Elaboración: La Autora

Tabla No. 10: Tasa de crecimiento anual

TASA DE CRECIMIENTO ANUAL	5,88%
----------------------------------	--------------

Fuente: investigación de campo; elaboración: La autora

Según Parque Nacional Galápagos (2012; 69):

Para el año 2014 la proyección de turistas fue de 216.422, la población real de turistas del año 2013 fue de 204.395 lo que da un excedente de 12.027 turistas, es la demanda insatisfecha de turistas del año 2014; para el año 2020 la población proyectada llegará a 304.990 turistas, la población real del año 2013 fue de 204.395 turistas lo que da un excedente de 100.595 turistas esto es la demanda insatisfecha del año, la tendencia de la demanda insatisfecha es a crecer.

Tabla No. 11: Demanda insatisfecha de turistas 2014-2020

AÑOS	PROYECCION TURISTAS	TURISTAS 2013	DEMANDA INSATISFECHA
2014	216.422	204.395	12.027
2015	229.156	204.395	24.761
2016	242.640	204.395	38.245
2017	256.917	204.395	52.522
2018	272.035	204.395	67.640
2019	288.041	204.395	83.646
2020	304.990	204.395	100.595

Fuente: Dirección del Parque Nacional Galápagos.

Elaboración: La Autora

2.4. Análisis de precios.

Se puede afirmar según lo investigado sobre el análisis de precios que para muchas personas, el tours a la isla se ha transformado en una de las opciones más interesante de contratar unas vacaciones, escogiendo el sol y playa como lo principal pero siendo el turismo campestre la mejor alternativa sobre todo para el turismo familiar.

Una vez que se ha analizado los precios turísticos a nivel de la isla es importante destacar que la oferta evidente al día (temporada alta en los meses de julio hasta diciembre) sobrellevará importantes modificaciones según se vaya aproximando a las fechas de temporada baja (enero hasta junio) estas transformaciones afectaran los precios en turismo.

Se observa también que los precios de los servicios turísticos están afines a los precios que se darán en las granjas ecológicas.

Existen importantes diferencias de precios entre las distintas zonas turísticas, observándose que dichas diferencias tienen mucho que ver con la categoría del establecimiento hotelero.

Se tomó en cuenta que el turista está de acuerdo en pagar un precio razonable por los servicios y actividades que recibe, por lo que debe existir coherencia con el mercado y las necesidades de los clientes e innovar siempre.

2.4.1. Estrategias de Precio

Se entiende por estrategia el arte y la ciencia de dirigir y clasificar operaciones hasta lograr las metas fundadas, por eso la estrategia de precios no es fácil de analizar en forma aislada. Es necesario un enfoque más integral para establecer una estrategia y las tácticas necesarias para lograr metas y objetivos.

Después de investigar los precios de forma muy cautelosa se podría enumerar las siguientes estrategias de precio;

- ✓ Se brindará paquetes con descuentos para familiares, empresas y grupos de estudiantes.
- ✓ Descuentos a niños y personas de la tercera edad.
- ✓ Por estadías largas una de las tres comidas gratis
- ✓ En temporada baja se obsequiaría un tours a una persona de un grupo de turista

- ✓ Paquetes especiales, diferentes a los de la competencia, a precio viable.
- ✓ En comidas y bebidas precios más barato para grupos.

2.4.2 Estrategias de Promoción.

Ofrecer descuentos por cada grupo de 10 integrantes una gratuidad esto se da para lograr captar grupos organizados, familiares, amigos, escuelas, colegios y universidades, para lograr esto es a través de los diferentes medios de comunicación, como pueden ser prensa escrita, radial, internet, televisado y hojas volantes; promocionándolo por medio de las diferentes agencias de viajes, etc. y también a través de las experiencias que cada uno de los turistas llevara consigo hasta su destino.

Mantener promociones de bajos costes con proveedores de turismo sin disminuir, los costes, siendo innovadores, creando una experiencia única para los visitantes

2.4.3 Canal de Distribución.

Según Diario El Colono (2013) "Tiene como principal objetivo lograr que un servicio este aprovechable para el consumidor a través de unas series de distribuciones que participan en un proceso".

Para lograr que el producto llegue al consumidor al inicio se lo hará de forma directa, es decir, se dará trípticos a los turistas para que ellos se encargue de promocionarlo a sus amigos y familiares, posteriormente se lo promocionará por un medio de comunicación ya sea radio o TV.

Se aprovecharía la tecnología y se promocionaría los servicios por medio de página web con la finalidad de dar a conocer el producto a nivel mundial, se pondrán hipervínculo donde exista un formato de reservación para que los clientes lo hagan directamente y la creación de un correo electrónico para poder contestar a cualquier novedad o inquietud de los mismos.

El lugar en donde se va a implementar el proyecto se encuentra en la vía Puerto Ayora-Canal Itabaca que es por donde pasan todos los turistas que llegan o se van de la isla, aquí se pondrán vallas publicitarias durante todo el año.

2.5 Análisis del producto.

Analizando los productos turísticos que se ofertan en la isla Santa Cruz se puede deducir que la acogida de granjas turística es diferente puesto que el turista busca hacer un turismo dinámico desde el punto de vista de la naturaleza y del medio ambiente y que prefieren experimentar lugares con ruido de animales y estar al contacto con ellos, no obstante, les gustaría aprender más acerca de la vida en el campo.

No se ha encontrado un producto turístico que sea igual o supere a lo que se propone hacer en este proyecto, las características del producto turístico que se ofertaran son prácticamente lo llamativo y nuevo que se brindará al visitante o turista, porque este tipo de producto permite llegar a una clientela dinámica.

Es substancial conocer que el elemento básico en que se fundamenta el producto turístico es el lugar o zona geográfica. En la investigación y las encuestas que se hicieron se vio mucha preferencia por el ambiente tranquilo que inspire relajamiento lo cual se encuentra en las Galápagos, sin embargo, los hoteles se encuentran en lugares ruidosos dando poca preferencia a los turistas, esta desventaja es una ventaja para las granjas turísticas que se proyecta construir en zona de absoluto silencio y armonía donde se brindara relajamiento a sus visitantes.

CAPITULO III
ESTUDIO TECNICO

3.1 Estudio y generalidades del estudio técnico.

Los objetivos de un estudio técnico son los siguientes:

- ✓ Comprobar la contingencia técnica de la producción del servicio o producto
- ✓ Estudiar y comprobar el tamaño, la localización, los equipos, las instalaciones, y la organización óptima pretendidos para realizar la creación del servicio.

Es decir, el estudio técnico comprende todo lo que tenga que ver con la marcha y la operatividad del proyecto.

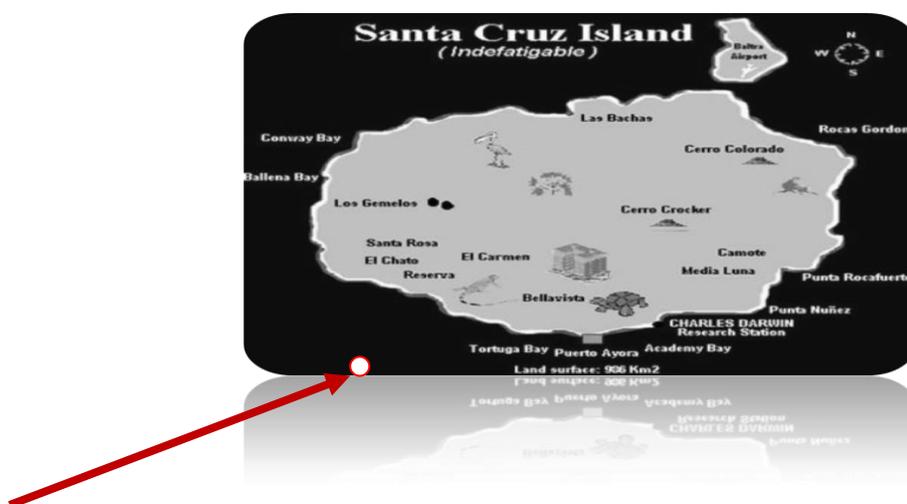
3.2 Localización óptima del proyecto

3.2.1. Macro localización

La decisión de donde ubicar el proyecto fue el primer plano que se acordó tomando en cuenta factores económicos y juicios estratégicos; la ubicación de la “Granja Turística” será: Provincia Galápagos, isla Santa Cruz, Cantón Puerto Ayora, Parroquia El Carmen.

3.2.2. Micro localización.

El proyecto será instalado en la Parroquia El Carmen, a 30 minutos del Canal Itabaca justamente al frente de la carretera por donde obligadamente pasan los buses que transportan a los turistas que llegan de las ciudades Quito y/o Guayaquil y que se dirigen a sus respectivos destinos, cabe recalcar que la carretera se encuentra en perfecto estado.



Mapa No. 02 isla santa cruz.

Fuente: Investigación de campo; Elaboración: La autora

3.2.3. Instalación del proyecto.

Aquí trata todo sobre la instalación y el funcionamiento de la granja sin olvidar la descripción del proceso, adquisición de equipo y maquinaria, se verifica todos sus puntos óptimos para realizar una buena estructura de la organización.

3.2.4 Capacidad de planta

Se analiza la capacidad que se puede implementar con el propósito de saber qué cantidad de demanda se puede abarcar y a futuro expandirse con el fin de poder aumentar el mercado y brindar un mejor servicio de calidad, de la siguiente manera se puede señalar cada lugar:

3.2.5. Tipo de servicio

La granja turística ofrecerá los siguientes servicios:

- Alojamiento
- Alimentación
- Recreación
- Tours

Descripción del proceso de los servicios

Organigrama No. 01



PASAJEROS ES LLEVADO DE VUELTA AL RESTAURANTE PARA QUE SE SIRVA EL ALMUERZO

ESTA ACTIVIDAD ES EJECUTADO POR EL CHEF CONJUNTAMENTE CON EL AYUDANTE

PASAJEROS ES LLEVADO A LOS SITIOS DE VISITA

ACTIVIDAD QUE ES REALIZADA POR EL GUIA

Fuente: Investigación de campo; Elaboración: La autora

Alojamiento

Se contara con 24 cabañas las cuales estarán tratadas de la siguiente manera:

- ✓ 8 cabañas para 2 personas c/u, con 1 cama doble, baño privado con agua caliente y televisión.
- ✓ 8 cabañas para 5 personas c/u, con 4 camas, 1 doble y 3 de 1 plaza y media, baño privado con agua caliente y televisión.
- ✓ 8 cabañas para 1 persona c/u, con 1 cama de plaza y media, baño privado, agua caliente y televisión.

Su construcción será con techo de zinc, paredes de bloques y la parte delantera con rocas (restos de erecciones volcánicas). Las puertas, ventanas y closed serán de madera cedrela.

Alimentos y bebidas

Tendrá una cocina, bar y restaurante, estos estarán listos para brindar servicio de alimentación y preparación de bebidas.

La cocina estará equipada con cámara de refrigeración, cámara de congelado, bodega de vegetales y de alimentos secos para una preparación perfecta de sus alimentos. La cocina estará encargada por el chef, dos ayudantes y dos meseros, estos se encargaran de servir los alimentos.

Tours

Las cabañas a más de dar los servicios de hospedaje, alimentación y cabalgatas se ofrecerá un tipo de paquete turístico que durará 4 días y 3 noches.

Programa de 4 días y 3 noches.

- ✓ Alojamiento en habitación elegida.
- ✓ Desayuno, almuerzo, cena.
- ✓ Actividades en los diferentes sitios de visita y en la reserva del parque nacional.
- ✓ Seguro de viaje.

- ✓ Traslados aeropuerto hotel aeropuerto.
- ✓ Guías naturalistas del Parque Nacional Galápagos.
- ✓ Traslados hacia los diferente sitios turísticos.
- ✓ 10% impuestos y servicio.

Precio por persona.

Es de 460 dólares para adultos y de 345 dólares para niños, no incluye el pasaje.

Tabla N°.12 itinerario turístico.

Idioma de guía: Español, Ingles		Estilo: Tracking
	HORA	DESCRIPCIÓN
1	12:30	Transfer in del Aeropuerto Baltra a la Granja en El Carmen y bienvenida.
	14:00	Almuerzo tipo bufet en la Granja.
	15:00	Caminata hacia el Centro de Crianza de Tortugas Gigantes Fausto Llerena, para observar tortugas recién eclosionadas y adultas en cautiverio, iguanas terrestres, la flora de la región y por supuesto conocerán los esfuerzos que se hace por la conservación.
	16:30	Traslado a pie hacia la playa de arena blanca de la Estación Charles Darwin, para disfrutar del sol y el mar.
	20:00	Cena
	21:00	Brifing e indicaciones del Guía sobre el itinerario del día siguiente.
2	07:00	Desayuno
	08:00	Salida hacia los sitios de visita de la parte alta de Santa Cruz, Los Gemelos, para observar paisajes escénicos, geológicos de Naturaleza.
	10:30	Visita al Chato Farm, para observar Tortugas en estado Natural y pasar túneles lava.
	12:30	Almuerzo en la Granja.
	14:30	Cabalgata y paseo en caballos, para este tour se recomienda llevar ropa ligera, sombrero y botas.
	20:00	Cena.
	21:00	Brifing e indicaciones del Guía sobre el itinerario del día siguiente.

3	07:00 08:00 12:00 14:00 16:00 20:00 21:00	Desayuno. Caminata a la playa Tortuga Bay, será una caminata de 45 minutos en donde se observan iguanas marinas, se llega a la playa mansa con arena blanca, aquí se podrá nadar y hacer snorkel. Nota: para este recorrido se recomienda llevar bloqueador y repelente para cualquier situación con el ambiente. Almuerzo. Recorrido a los túneles del Amor. Retorno a la Granja. Cena. Indicaciones a los Turistas de las Actividades del Día Siguiente.
4	07:00 08:00 09:00	Desayuno. Salida al mercado artesanal a comprar artesanías y recuerdos de las islas. Checkout de retorno de la Granja al Aeropuerto, para tomar el vuelo de retorno al sitio de residencia habitual, pero en el camino se hará la última visita al cráter Los Gemelos.

Fuente: Investigación de campo; Elaboración: La autora

3.3. Organización del recurso humano y organización general de la empresa.

Todo lo que tenga que ver con el personal que laborará en la hostería es tema de mucha importancia puesto que hay que regularizar las diligencias de trabajo de modo que se realicen de manera eficiente y eficaz con otras personas y a través de ellas, la determinación del personal que se necesitará para laboral en la empresa es:

3.3.1 Mano de obra directa.

1 Chef

2 Asistente de Cocina

2 Meseros

2 Lavanderas

2 camareras

3.3.2. Mano de obra indirecta

1 Chofer

2 guardianes

2 Limpiadores

2 Guías

3.3.3. Personal administrativo

1 Gerente General

1 Contador

1 Recepcionista

3.3.4. Personal de ventas

1 Vendedor

Funciones principal

Gerente General

Descripción de puesto: tercer nivel en administración turística, experiencia al menos 3 años en actividades turísticas hoteleras, contribuir con el desarrollo y control de la productividad de los empleados. Capacidad para trabajar en equipo, habilidad para las relaciones interpersonales, buenas herramientas de comunicación, fuerte orientación al cliente, facilidad para desempeñarse en contextos ambiguos y cambiantes, manejar con fluidez el idioma inglés, conocimiento del sector turístico y hotelero.

Funciones:

- ✓ Definir, administrar y mantener el sistema de información de la compañía
- ✓ Realización, coordinación y administración del presupuesto general de la compañía
- ✓ Cumplimiento de políticas administrativas fijadas por la compañía en relación a la agencia de turismo.

- ✓ Elaboración y seguimiento diario del flujo de caja proyectado.
- ✓ Cumplir y hacer cumplir las disposiciones legales tanto en el ámbito administrativo, financieras y tributarias.
- ✓ Planificar, organizar, administrar y promocionar paquetes turísticos.
- ✓ Dirigir y organizar cursos de capacitación para el personal
- ✓ Capacidad para resolver problemas
- ✓ Toma de decisiones
- ✓ Capacidad de organización y planificación
- ✓ Trabajo en equipo
- ✓ Razonamiento crítico
- ✓ Compromiso ético
- ✓ Creatividad y liderazgo

Chef

Definición del puesto: Bachiller curso de cocina, experiencia de un año a nivel operativo, conocimiento general de nutrición y dietética, higiene, preparación y conservación de alimentos y normas de higiene. Manejo y mantenimiento de equipos de cocina.

Funciones:

- ✓ Organizar la cocina
- ✓ Producción y composición de menús
- ✓ Realizar pedidos de materia prima
- ✓ Responsabilizarse por la utilidad de la cocina
- ✓ Asesorar a la gerencia en la compra de los equipos

Guías:

Descripción del puesto: Estudio tercer nivel y curso de guía aprobado por el Parque Nacional Galápagos, técnicas de guiado y de manejo y conducción de grupos, licencia de guía, curso de primeros auxilios aprobados por la Marina Mercante, manejo de técnica de dicción y expresión oral, capacidad explicativa y de síntesis, uso perfecto en el idioma en el

cual ejerce su labor, técnicas de atención al pasajero, excelente comunicación visual, manejo de cronogramas y cálculos de tiempo, técnicas de búsqueda, organización y actualización de información, conocimiento de rutas de desplazamiento, hacia los atractivos turísticos.

Funciones:

- ✓ Coordinar con la agencia el tipo de servicio a ofertar y la duración del mismo
- ✓ Coordinar con la agencia el punto de encuentro con el turista, el número de turista y el nombre de pasajero.
- ✓ Tener el material necesario para el desarrollo del tour como son: ingreso al Parque Nacional Galápagos y pago de barcaza al momento de ir a verlos y dejarlos al aeropuerto.
- ✓ Tener información básica de los turistas que debe atender para identificar características particulares como son: tendencia a alergias, vegetarianos motivaciones, preferencias.
- ✓ Llegar con anticipación al lugar de encuentro, con el fin de no hacer esperar al turista.
- ✓ Coordinar con el chofer la ruta y el desplazamiento al momento de pasar por los sitios de visita.
- ✓ Determinar el tiempo de tolerancia de acuerdo a lo establecido en el programa respectivo.
- ✓ Antes del inicio del tour se debe explicar los lugares de visita incluido el tiempo de duración del mismo.

Recepcionista

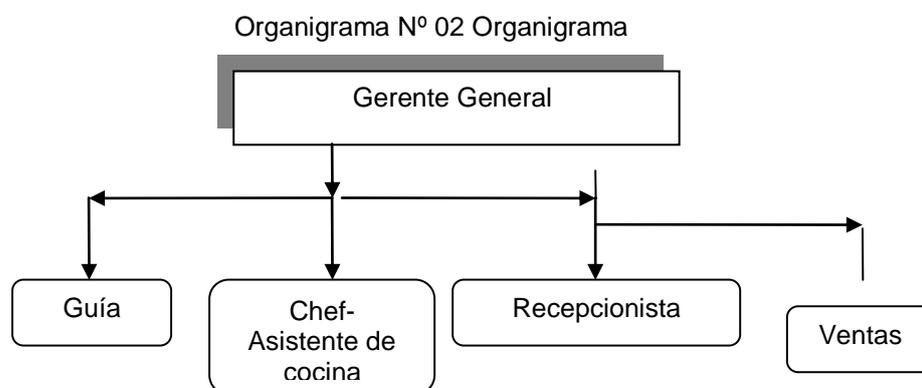
Descripción del puesto: Tercer nivel, conocimientos en recepción, mínimo dos años de experiencia en cargos similares, debe ser una persona ágil, proactiva, agradable, buen manejo servicio al cliente.

Funciones

- ✓ Actividades de recepción

- ✓ Atención de llamadas,
- ✓ Tramitar, registrar y verificar la correspondencia.
- ✓ Servicio al cliente.

3.4 Organigrama



Fuente: Investigación de campo; Elaboración: La autora

3.5 Marco legal de la empresa y factores relevantes

3.5.1 Competente legal

Al referirse a este entorno las empresas de Hotelería y Turismo necesitan cumplir con reglamentos, leyes y normas que están regidas por instituciones públicas, Ministerio de Turismo, Cámaras de turismo regionales, Municipalidades, Ministerio de Salud, Cuerpo de Bomberos; para poder operar legalmente y prestar sus servicios al turismo de una manera transparente, garantizando un servicio-producto de calidad.

Entre los requisitos que se debe de cumplir están:

3.5.2. Afiliación a la Cámara de Turismo

Todas las empresas prestadoras de servicios hoteleros y turísticos tienen la obligación de afiliarse a la respectiva Cámara Provincial de Turismo y pagar cuotas sociales, dependiendo el lugar que esté ubicado el negocio. Esto se encuentra establecido en la Ley de Cámaras Provinciales de Turismo.

3.5.3. Licencia anual de funcionamiento

A partir de enero de cada año, el representante del establecimiento acudirá por una sola vez a cualquiera de los diversos centros de recaudación que tiene el Municipio del cantón Santa Cruz y cancelará:

- ✓ Patente Municipal
- ✓ Tasa de Turismo
- ✓ Permiso de bomberos

Para sacar el permiso se necesita de los siguientes requisitos:

- ✓ Copia del comprobante de pago de la tasa de Turismo y patente municipal.
- ✓ Formulario de Solicitud de Autorización de Funcionamiento firmado por el representante legal.
- ✓ Permiso de Uso de Suelo.
- ✓ Copia del RUC (si hubieren cambios, el RUC actualizado).
- ✓ Base Legal: Arts. 8 y 9 de la Ley de Turismo. Reglamento General de Aplicación a la Ley de Turismo.

3.5.4. Certificado de salud de empleados.

Renovar el Permiso Sanitario de Funcionamiento del Ministerio de Salud. Los Centros de Salud que confieren los certificados de salud de los Empleados, hasta el 31 de marzo de cada año, basado en el Código de la Salud; Reglamento de Tasas.

3.5.5. Patente municipal.

Obtener el permiso de Patente, todos los comerciantes e industriales que operen en cada cantón, así como los que ejerzan cualquier actividad de orden económico, hasta el 31 de enero de cada año y el permiso tiene validez durante un año, basado en la Ley de Régimen Municipal:

Se necesita de los siguientes requisitos:

- ✓ Formulario de inscripción de patente (se lo compra en la ventanilla de venta de especies valoradas)
- ✓ RUC (original y copia).
- ✓ Cédula de Identidad (original y copia).
- ✓ Copia de la papeleta de votación (últimas elecciones).
- ✓ Copia de la carta del Impuesto Predial del local donde funciona el negocio.

Como está la situación legal de la empresa y que requisitos se debe cumplir para operarla legalmente.

CAPÍTULO IV
ESTRUCTURACIÓN FINANCIERA DEL PROYECTO

Todos los valores que hacen referencia en este capítulo son basados en consultas a los almacenes locales.

4.1 Plan de inversiones, clasificación y fuentes de financiamiento.

Se va a construir 24 cabañas una cocina, un restaurante y aéreas externas del complejo turístico por un monto de 323.512,64 dólares de los cuales se espera un crédito por el 80 % que equivale a 258.810,12 dólares; el saldo 64.702,64 dólares es aporte propio.

La institución financiera aportará 14.212,00 dólares es el 80 % del total de la maquinaria operativa por un monto de 17.765,00 dólares, el saldo 3.553,00 dólares constituye la aportación de los propietarios del proyecto.

La fuente de financiamiento será una institución financiera, del total de las inversiones en activos por 375.267,67 dólares se va adquirir un crédito para los activos fijos por 300.214,14 dólares que significa el 80% de la inversión a 5 años plazo (20 trimestres) a una tasa de interés del 10 % anual con 4 trimestres de período de gracia, el aporte propio por el 20 % será de 75.053,53 dólares.

Como es un proyecto nuevo no existen inversiones realizadas, para la fase preoperativa el monto de las inversiones serán de 300.214,13 dólares, el activo diferido 42.676,89 dólares y el capital de trabajo calculado 168.350,98, lo que representaría una inversión total de 511.241,98 dólares.

Tabla N° 13 Inversión total de las cabañas

UNIDAD	TIPO	SUPERFICIE	VALOR	TOTAL
8	Cabañas de 8 x 6 m	48 m2	329,32	126.458,88
8	Cabañas de 8 x 4 m	32 m2	329,32	84.305,92
8	Cabañas de 6 x 4 m	24 m2	329,32	63.229,44
1	Cocina de 8 x 7 m	56 m2	329,32	18.441,92
1	Restaurante de 8x 8 m	64 m2	329,32	21.076,48
	Áreas externas			10.000,00
Total				323.512,64

Fuente: Información otorgada por Ing Civil David Mena

Elaboración: La autora

Tabla N° 14 Maquinaria operativa

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	PRECIO	TOTAL
Abrillantadora	1	560,00	560,00
Aspiradora de polvo y agua	1	245,00	245,00
Cafetera eléctrica	1	190,00	190,00
Cajas registradoras	1	380,00	380,00
Cocina a gas Industrial 6 quemadores	1	2.400,00	2.400,00
Lavadora	1	1.200,00	1.200,00
Secadora	1	1.200,00	1.200,00
Licuadoras	4	150,00	600,00
Mesa de preparación de alimentos	1	670,00	670,00
Microondas	4	220,00	880,00
Refrigerador	2	1.300,00	2.600,00
Congeladores	1	800,00	800,00
Minibar	2	870,00	1.740,00
Cortadora de césped	2	400,00	800,00
Planta de energía eléctrica	1	3.500,00	3.500,00
TOTAL			17.765,00

Fuente: Información otorgada por Ing Civil David Mena
Elaboración: La autora

Tabla N° 15 Plan de las inversiones proyectadas

NUM	RUBROS	PROYECTO	FINANCIAMIENTO		%
			crédito	APORTE cliente	
	Activos fijos	100%	crédito	cliente	crédito - cliente
1	Construcción 8 cabañas de 48 m2	126.458,88	101.167,10	25.291,78	80 - 20
2	Construcción 8 cabañas de 32 m2	84.305,95	67.444,76	16.861,19	80 - 20
3	Construcción 8 cabañas de 24 m2	63.229,44	50.583,55	12.645,89	80 - 20
4	Construcción restaurante 64 m2	21.076,48	16.861,18	4.215,30	80 - 20
5	Construcción cocina de 56 m2	18.441,92	14.753,54	3.688,38	80 - 20

6	Construcción áreas externas	10.000,00	8.000,00	2.000,00	80 - 20
7	Maquinaria operativa	17.765,00	14.212,00	3.553,00	80 - 20
8	Furgoneta huyndai	33.990,00	27.192,00	6.798,00	80 - 20
	Sub total	375.267,67	300.214,14	75.053,53	80 - 20

Fuente: Información otorgada por Ing Civil David Mena
Elaboración: La autora

Tabla N° 16 Plan de financiamiento proyectadas

PROYECTO	6	INVERSION		
Meses pre operativos	Realizada	Proyecto - fase pre operativa		total
Activos fijos operativos				
Activos fijos operativos				
Construcción 8 cabañas de 48 m2		101.167,10		101.167,10
Construcción 8 cabañas de 32 m2		67.444,76		67.444,76
Construcción 8 cabañas de 24 m2		50.583,55		50.583,55
Construcción restaurante 64 m2		16.861,18		16.861,18
Construcción cocina de 56 m2		14.753,54		14.753,54
Construcción áreas externas		8.000,00		8.000,00
Maquinaria operativa		14.212,00		14.212,00
Furgoneta huyndai		27.192,00		27.192,00
Activos fijos administración y ventas				
Subtotal		300.214,13		300.214,13
Activos diferidos	usd			
Gastos preoperativos		21.846,30		21.846,30
Intereses preoperativos		18.798,60		18.798,60
Imprevistos (5% de activos diferidos)		2.032,24		2.032,24
Subtotal		42.677,14		42.677,14
Capital de trabajo				
Capital de trabajo operativo		162.636,90		162.636,90
Capital de trabajo administración y ventas		5.713,81		5.713,81

Subtotal		168.350,71		168.350,71
Inversión total	usd	511.241,98		511.241,98
Capital (amortización) pre operacional		0,00		0,00
Por financiar		511.241,98		511.241,98

Fuente: Información otorgada por Ing Civil David Mena

Elaboración: La autora

4.2 Capital de trabajo

El capital de trabajo para este proyecto está compuesto en capital de trabajo operativo y capital de trabajo administración y ventas. El primero está constituido por los materiales directos e indirectos, suministros y servicios, mano de obra directa e indirecta, mantenimiento y seguro, y otros costos indirectos, dando un subtotal de 641.749,26 dólares, el requerimiento diario es de 1.782,64 dólares.

El requerimiento ciclo de caja 62.392,29 dólares más el inventario inicial 100.244,61 dólares, constituye el capital operativo de 162.636,90 dólares, los gastos administrativos y de ventas representan un desembolso de 58.770,59 dólares y el requerimiento diario 163,25 dólares que multiplicado por el factor caja de 35 días da un capital de trabajo de administración y ventas de 5.713,81 dólares.

La suma de capital de trabajo operativo 162.636,90 dólares más el capital de trabajo administración y ventas por 5.713,81 dólares constituyen el capital de trabajo por 168.350,71 dólares, la empresa Granjas Turísticas necesita que se le financie 84.175,36 dólares que representa el 50 % de capital de trabajo; en razón de que tiene que realizar obras de infraestructura que deben estar construidas en 6 meses y solo requiere para los otros 6 meses restantes del primer año para compra de materia prima. A partir del segundo año requiere el total del capital de trabajo.

Tabla N° 17 Capital de trabajo proyectado

FACTOR CAJA (CICLO DE CAJA)	
Capital de trabajo operativo	
Materiales directos	400.978,44
Materiales indirectos	6.500,00
Suministros y servicios	9.768,00
Mano de obra directa	74.880,00

Mano de obra indirecta	66.240,00
Mantenimiento y seguros (activos fijos operativos)	6.754,82
Otros costos indirectos	76.628,00
Subtotal	641.749,26
Requerimiento diario	1.782,64
Requerimiento ciclo de caja	62.392,29
Inventario inicial	100.244,61
Capital de trabajo operativo	162.636,90
Capital de trabajo administración y ventas	
Gastos administrativos que representan desembolso	43.692,60
Gastos de ventas que representan desembolso	15.077,99
Subtotal	58.770,59
Requerimiento diario	163,25
Capital de trabajo administración y ventas	5.713,81

Fuente: Información otorgada por Ing Civil David Mena

Elaboración: La autora

4.3. Financiamiento y amortización.

El financiamiento del capital para la compra de los activos fijos por 300.214,14 dólares a 5 años plazos con una tasa de interés del 10 % anual, con 20 pagos trimestrales y 4 trimestres de periodo de gracia y del capital de trabajo 84.175,36 dólares con una tasa de interés del 9 % a tres años plazo y con 12 pagos trimestrales y 2 trimestres de gracia.

Tabla N° 18 Financiamiento de la inversión

CREDITO DE INSTITUCIONES FINANCIERAS (IFI's No.1)	USD
Institución Financiera	CREDITO
Monto	300.214,14
Intereses del crédito de largo plazo (anual)	10,00%
Plazo	20
Período de gracia TOTAL	0
Período de gracia PARCIAL	4

Período (año/semestre) de solicitud del crédito	1
CREDITO DE INSTITUCIONES FINANCIERAS (IFI's No.2)	
Institución Financiera	CREDITO
Monto	84.175,36
Intereses del crédito de largo plazo (anual)	9,00%
Plazo	12
Período de gracia TOTAL	0
Período de gracia PARCIAL	2
Período (año/semestre) de solicitud del crédito	1

Fuente: Información otorgada por Ing Civil David Mena

Elaboración: La autora

La tabla de pago del crédito para capital de trabajo donde se presentan 5 columnas, la primera se refiere a los períodos de pagos o trimestres que son 12; la segunda representa los saldos del crédito o principal, para el primer trimestre 84.175,36 dólares y para el doceavo trimestre 8.417,54 dólares.

Tabla N °19 Amortización crédito obras infraestructura

NUEVO CREDITO LARGO PLAZO				
cuota decreciente				
Monto inicial:	300.214,14			
Plazo	20			
Gracia total	0			
Gracia parcial	4			
Interés nominal	2,50%			
Interés nominal anual	10,00%			
Periodo de pago	trimestral			
Periodo	Principal	Interés	Amortiz.	Cuota
1	300.214,14	7.505,35	0,00	7.505,35
2	300.214,14	7.505,35	0,00	7.505,35

3	300.214,14	7.505,35	0,00	7.505,35
4	300.214,14	7.505,35	0,00	7.505,35
5	300.214,14	7.505,35	18.763,38	26.268,74
6	281.450,76	7.036,27	18.763,38	25.799,65
7	262.687,37	6.567,18	18.763,38	25.330,57
8	243.923,99	6.098,10	18.763,38	24.861,48
9	225.160,61	5.629,02	18.763,38	24.392,40
10	206.397,22	5.159,93	18.763,38	23.923,31
11	187.633,84	4.690,85	18.763,38	23.454,23
12	168.870,45	4.221,76	18.763,38	22.985,15
13	150.107,07	3.752,68	18.763,38	22.516,06
14	131.343,69	3.283,59	18.763,38	22.046,98
15	112.580,30	2.814,51	18.763,38	21.577,89
16	93.816,92	2.345,42	18.763,38	21.108,81
17	75.053,54	1.876,34	18.763,38	20.639,72
18	56.290,15	1.407,25	18.763,38	20.170,64
19	37.526,77	938,17	18.763,38	19.701,55
20	18.763,38	469,08	18.763,38	19.232,47

Fuente: Información otorgada por Ing Civil David Mena

Elaboración: La autora

Tabla N° 20 Amortización crédito capital operativo

NUEVO CREDITO MEDIANO PLAZO	
Cuota decreciente	
Monto inicial:	84.175,36
Plazo	12
Gracia total	0
Gracia parcial	2
Interés nominal	2,25%
Interés nominal anual	9,00%
Periodo de pago	trimestral

Periodo	Principal	Interés	Amortiz.	Cuota
1	84.175,36	1.893,95	0,00	1.893,95
2	84.175,36	1.893,95	0,00	1.893,95
3	84.175,36	1.893,95	8.417,54	10.311,48
4	75.757,82	1.704,55	8.417,54	10.122,09
5	67.340,29	1.515,16	8.417,54	9.932,69
6	58.922,75	1.325,76	8.417,54	9.743,30
7	50.505,22	1.136,37	8.417,54	9.553,90
8	42.087,68	946,97	8.417,54	9.364,51
9	33.670,14	757,58	8.417,54	9.175,11
10	25.252,61	568,18	8.417,54	8.985,72
11	16.835,07	378,79	8.417,54	8.796,33
12	8.417,54	189,39	8.417,54	8.606,93

Fuente: Información otorgada por Ing Civil David Mena

Elaboración: La autora

4.4 Programa y calendario de inversiones.

El calendario de las inversiones de los activos fijos, edificaciones y adquisición de maquinaria operativa y vehículo que serán utilizadas en la preparación de terreno para la implementación de la granja turística las que quedarán prendadas en la institución financiera, donde se observa las diferentes actividades que se van a realizar, el responsable de la obra y el plazo en meses para cada actividad.

El calendario de actividades con el capital de trabajo compra de insumos y otros, donde se observa las diferentes actividades que se van a realizar, el responsable y el plazo en meses para cada actividad.

Tabla N° 21 Calendario de inversiones activo fijos

ACTIVIDADES	RESPONSABLE	MESES											
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12

IMPLEMENTACION	Administrador	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Construcción obras de infraestructura civil	Ing. civil	X	X	X	X	X	X							
Instalación eléctrica	Ing. eléctrico			X	X	X								
Instalación agua potable y servidas	Ing. civil			X	X	X								
Adquisición maquinaria operativas y vehículo			X	X										

Fuente: Información otorgada por Ing Civil David Mena

Elaboración: La autora

Tabla N° 22 Calendario de inversiones del capital de trabajo

ACTIVIDADES	RESPONSABLE	MESES												
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	
Implementación	Administrador	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Compra menaje	Administrador					X	X							
Compra vajilla	Administrador					X	X							
Compra de mobiliario	Administrador					X	X							
Compra cristalería	Administrador					X	X							
Compra decoración y	Administrador					X	X							
Compra alimentos	Administrador						X	X	X	X	X	X	X	X

Fuente: Información otorgada por Ing Civil David Mena

Elaboración: La autora

4.5 Política de cobros, pagos y existencias.

Las políticas de la empresa en relación a los clientes locales indica que el factor caja será de 35 días, se otorgará hasta 60 días de plazo para cobrar los créditos, a los proveedores nacionales se les pagará en un plazo máximo de 60 días, el inventario de productos

terminados tendrá una duración de 5 días, el inventario de las materias primas 90 días y los materiales indirectos para su realización.

Tabla N° 23 Políticas de cobros, pagos y existencias

DETALLE	DIAS
Crédito a clientes (locales)	60
Crédito de proveedores	60
Inventario de productos terminados	5
Inventario de materias primas	90
Inventario de materiales indirectos	0
Periodos de amortización de activos diferidos	5

Fuente: Información otorgada por Ing Civil David Mena

Elaboración: La autora

4.6 Depreciaciones de activos fijos y amortizaciones y activos diferidos.

El cálculo del mantenimiento, seguros de las maquinarias que se van a adquirir, donde se observa que la depreciación será a 20 años, el mantenimiento el 1 % y los seguros 1,25 %.

El cálculo de la depreciación para el año uno será de 16.370,00 dólares, el mantenimiento 3.002,14 dólares y los seguros 3.752,68 dólares.

Tabla N° 24 Mantenimiento y seguros de activos fijos

	VIDA UTIL	MANTENIM.	SEGURO
Activos fijos operativos	año	porcentaje	porcentaje
Construcción 8 cabañas de 48 m2	20	1,00%	1,25%
Construcción 8 cabañas de 32 m2	20	1,00%	1,25%
Construcción 8 cabañas de 24 m2	20	1,00%	1,25%
Construcción restaurante 64 m2	20	1,00%	1,25%
Construcción cocina de 56 m2	20	1,00%	1,25%
Construcción areas externas	20	1,00%	1,25%
Maquinaria operativa	20	1,00%	1,25%
Furgoneta huyndai	10	1,00%	1,25%

Activos fijos administración y ventas	0	0,00%	0,00%
1	0	0,00%	0,00%

Fuente: Información otorgada por Ing Civil David Mena

Elaboración: La autora

Tabla Nª 25 Cálculo de depreciaciones mantenimiento y seguros

	INVERSIONES					
	Depreciación	Mantenimiento	Seguros	Depreciación	Mantenimiento	Seguros
Costo de producción:	porcentaje			usd		
Construcción 8 cabañas de 48 m2	5,00%	1,00%	1,25%	5.058,36	1.011,67	1.264,59
Construcción 8 cabañas de 32 m2	5,00%	1,00%	1,25%	3.372,24	674,45	843,06
Construcción 8 cabañas de 24 m2	5,00%	1,00%	1,25%	2.529,18	505,84	632,29
Construcción restaurante 64 m2	5,00%	1,00%	1,25%	843,06	168,61	210,76
Construcción cocina de 56 m2	5,00%	1,00%	1,25%	737,68	147,54	184,42
Construcción áreas externas	5,00%	1,00%	1,25%	400,00	80,00	100,00
Maquinaria operativa	5,00%	1,00%	1,25%	710,60	142,12	177,65
Furgoneta huyndai	10,00%	1,00%	1,25%	2.719,20	271,92	339,90
Subtotal				16.370,31	3.002,14	3.752,68
Gastos administrativos y ventas						
Subtotal				0,00	0,00	0,00
TOTAL				16.370,31	3.002,14	3.752,68

Fuente: Información otorgada por Ing Civil David Mena

Elaboración: La autora

Tabla Nª 26 Depreciación de activos fijos

DETALLE	S.ALDOS	1	2	3	4	5
	INICIALES					
Activos fijos operativos						
Construcción 8 cabañas de 48 m2	101.167,10	101.167,10	101.167,10	101.167,10	101.167,10	101.167,10
Construcción 8 cabañas de 32 m2	67.444,76	67.444,76	67.444,76	67.444,76	67.444,76	67.444,76
Construcción 8 cabañas de 24 m2	50.583,55	50.583,55	50.583,55	50.583,55	50.583,55	50.583,55
Construcción restaurante 64 m2	16.861,18	16.861,18	16.861,18	16.861,18	16.861,18	16.861,18
Construcción cocina de 56 m2	14.753,54	14.753,54	14.753,54	14.753,54	14.753,54	14.753,54

Construcción áreas externas	8.000,00	8.000,00	8.000,00	8.000,00	8.000,00	8.000,00
Maquinaria operativa	14.212,00	14.212,00	14.212,00	14.212,00	14.212,00	14.212,00
Furgoneta huundai	27.192,00	27.192,00	27.192,00	27.192,00	27.192,00	27.192,00
Activos fijos administración y ventas						
Subtotal activos fijos	300.214,13	300.214,13	300.214,13	300.214,13	300.214,13	300.214,13
(-) depreciaciones		16.370,31	32.740,61	49.110,92	65.481,23	81.851,53
Total activos fijos netos	300.214,13	283.843,82	267.473,52	251.103,21	234.732,90	218.362,60

Fuente: Información otorgada por Ing Civil David Mena

Elaboración: La autora

4.7 Programa de producción y ventas.

Las ventas del proyecto están dirigidas a personas adultas y niños las que se realizaran en la Isla Santa Cruz donde estará ubicado el complejo Turístico Granjas Rurales, todas las ventas serán para el mercado interno.

Tabla No 27 Ventas del proyecto

VENTAS DEL PROYECTO	PAQUETE TURISTICO ADULTOS	PAQUETE TURISTICO NIÑOS
% Ventas en el mercado local	100,00%	100,00%
% Ventas en el mercado externo	0,0%	0,0%
% De desperdicios (prod. neta/prod. bruta)	0,00%	0,00%

Fuente: Información otorgada por Ing Civil David Mena

Elaboración: La autora

El número de ingresos de adultos y niños en la Granja Turística proyectado será de acuerdo a la capacidad instalada de 64 en total de los cuales 40 alojamientos corresponden a los adultos y 24 alojamientos para los niños.

Está previsto que un tour dure 6 días por lo tanto en un mes se podrá efectuar 5 tours y en el año 61 tour.

Para el cálculo de los tours para adultos en el año se proyecta que sean 40 alojamientos comenzando por el 50 % de la capacidad utilizada de la Granja Turística y por el numero 61 tours al año lo que da 1.220 tour para el primer año, está programado que se incremente un 5 % por año hasta el año 4 y un 10 % para el año 5 en adelante.

Para los niños 24 alojamientos por el 50 % de la capacidad de alojamiento y por 61 tours al año da un total de 732 tours el primer año, así calculados para los 5 años donde se prevé un incremento del 5 % por año el aumento de la capacidad instalada.

Tabla N° 28 Ingresos por alojamiento

UNIDAD	TIPO	HOSPEDAJES	ADULTOS	NIÑOS
8	Cabañas para 2 personas	16	16	
8	Cabañas de 5 personas	40	16	24
8	Cabañas de 1 personas	8	8	

Fuente: Información otorgada por Ing Civil David Mena

Elaboración: La autora

Tabla N° 29 Número de tours mensual y anual

DIAS/ MES / AÑO	TOUR / DIAS	TOUR/MES/ AÑO
30	6	5
365	6	61

Fuente: Información otorgada por Ing Civil David Mena

Elaboración: La autora

Tabla N° 30 Programa de ventas proyectadas

VENTAS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Adultos	40 x 0,50 x 61 1220,00	40 x 0,55 x 61 1.342,00	40 x 0,60 x 61 1.464,00	40 x 0,65 x 61 1.586,00	40 x 0,75x 61 1.830,00
Precio	460,00	460,00	460,00	460,00	460,00
Subtotal	561.200,00	617.320,00	673.440,00	729.560,00	841.800,00
Niños	24 x 0,50 x 61 732,00	24 x 0,55 x 61 805	24 x 0,60 x 61 878	24 x 0,65 x 61 952	24 x 0,70 x 61 1.025
Precio	345,00	345,00	345,00	345,00	345,00
Subtotal	252.540,00	277.794,00	303.048,00	328.302,00	353.556,00
Total ventas	813.740,00	895.114,00	976.488,00	1.057.862,00	1.195.356,00

Fuente: Información otorgada por Ing Civil David Mena

Elaboración: La autora

Las ventas proyectadas de los paquetes turísticos (tour) para los adultos comprenden 1.220 año uno, 1.342 año dos, 1.464 año 3, 1.586 año cuatro y 1.830 para el año cinco, los que

multiplicados por el costo de un paquete turístico de 460 dólares excluido el pasaje dan un total de ingresos para el proyecto de 561.200 dólares año uno, 617.320 dólares año dos, 673.440 dólares año tres, 729.560 dólares año cuatro y 841.800 dólares año cinco.

El número de paquetes turísticos para los niños en el año uno será de 732, para el año dos 805 tours, para el año tres 878 tours, para el año cuatro 952 tours y para el año cinco 1.025 tours los que al ser multiplicados por el costo de un paquete turístico para los niños de 345 dólares darán los siguientes ingresos, año uno 252.540 dólares, año dos 277.794 dólares, año tres 303.048 dólares, año cuatro 328.302 dólares y año cinco 353.556 dólares

Los ingresos totales serán 813.740 dólares año uno, 895.114 dólares año dos, 976.488 año tres, 1.057.862 dólares año cuatro y 1.195.356 dólares año cinco.

Tabla N ° 31 Ventas proyectadas del proyecto

DETALLE / AÑOS	UNIDAD	1	2	3	4	5
Productos						
Paquete turístico						
Producción bruta por período	Adultos	1.220,00	1.342,00	1.464,00	1.586,00	1.830,00
Precios mercado local		460,00	460,00	460,00	460,00	460,00
Ventas mercado local		561.200,00	617.320,00	673.440,00	729.560,00	841.800,00
Total ventas	usd	561.200,00	617.320,00	673.440,00	729.560,00	841.800,00
Paquete turístico						
Producción bruta por período	Niños	732,00	805,00	878,00	952,00	1.025,00
Precios mercado local		345,00	345,00	345,00	345,00	345,00
Ventas mercado local		252.540,00	277.794,00	303.048,00	328.302,00	353.556,00
Total ventas	usd	252.540,00	277.794,00	303.048,00	328.302,00	353.556,00
Mercado local						
		813.740,00	895.114,00	976.488,00	1.057.862,00	1.195.356,00
Total estimados por ventas		813.740,00	895.114,00	976.488,00	1.057.862,00	1.195.356,00

Fuente: Información otorgada por Ing Civil David Mena

Elaboración: La autora

4.8 Resumen de costos y gastos proyectado.

El resumen de costos y gastos está conformado por los costos directos de producción que para el año uno suma 480.617,02 dólares, los costos indirectos de producción para el año uno equivale a 188.086,20 dólares, los gastos de administración para el año uno 48.061,86 dólares y los gastos de venta 15.077,99 dólares, los gastos financieros 35.991,74 dólares lo que un total de gastos para el año uno de 767.834,82 dólares; para el año dos los gastos totales serán 759.117,34 dólares y para el año tres 749.182,01 dólares, para el año cuatro 741.519,41 dólares y para el año cinco 735.177,49 en el periodo los costos disminuyen 32.657,33 dólares que representa el 4,25 % de reducción para el periodo de cinco años.

Tabla N° 32 Resumen de costos y gastos proyectados

PERIODO:	1	2	3	4	5
Costos directos de producción					
Mano de obra directa	74.880,00	74.880,00	74.880,00	74.880,00	74.880,00
Materiales directos	400.978,44	400.978,44	400.978,44	400.978,44	400.978,44
Imprevistos % 1,0%	4.758,58	4.758,58	4.758,58	4.758,58	4.758,58
Subtotal	480.617,02	480.617,02	480.617,02	480.617,02	480.617,02
Costos indirectos de producción					
Costos que representan desembolso:					
Mano de obra indirecta	66.240,00	66.240,00	66.240,00	66.240,00	66.240,00
Materiales indirectos	6.500,00	6.500,00	6.500,00	6.500,00	6.500,00
Suministros y servicios	9.768,00	9.768,00	9.768,00	9.768,00	9.768,00
Mantenimiento y seguros	6.754,82	6.754,82	6.754,82	6.754,82	6.754,82
Aportaciones y beneficios sociales	76.628,00	76.628,00	76.628,00	76.628,00	76.628,00
Imprevistos % 1,0%	1.658,91	1.658,91	1.658,91	1.658,91	1.658,91
Parcial	167.549,73	167.549,73	167.549,73	167.549,73	167.549,73
Costos que no representan desembolso:					
Depreciaciones	16.370,31	16.370,31	16.370,31	16.370,31	16.370,31
Amortizaciones	4.166,17	4.166,17	4.166,17	4.166,17	4.166,17
Subtotal	188.086,20	188.086,20	188.086,20	188.086,20	188.086,20

Gastos de administración	% depreciación imputado	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
Gastos que representan desembolso:						
Remuneraciones		32.160,00	32.160,00	32.160,00	32.160,00	32.160,00
Gastos de afiliación, patentes, tramites, impuestos		3.600,00	3.600,00	3.600,00	3.600,00	3.600,00
Honorarios arquitecto		5.000,00	5.000,00	5.000,00	5.000,00	5.000,00
Gastos de puesta en Marcha		2.500,00	2.500,00	2.500,00	2.500,00	2.500,00
Imprevistos	1,0%	432,60	432,60	432,60	432,60	432,60
Parcial		43.692,60	43.692,60	43.692,60	43.692,60	43.692,60
Gastos que no representan desembolso:						
Amortizaciones		4.369,26	4.369,26	4.369,26	4.369,26	4.369,26
Subtotal		48.061,86	48.061,86	48.061,86	48.061,86	48.061,86
Gastos de ventas	% depreciación imputado	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%
Gastos que representan desembolso:						
Remuneraciones		8.160,00	8.160,00	8.160,00	8.160,00	8.160,00
Comisiones sobre ventas	0,5%	4.068,70	4.475,57	4.882,44	5.289,31	5.976,78
Gastos de marketing y ventas		1.200,00	1.200,00	1.200,00	1.200,00	1.200,00
Gastos de publicidad		1.500,00	1.500,00	1.500,00	1.500,00	1.500,00
Imprevistos	1,0%	149,29	153,36	157,42	161,49	168,37
Parcial		15.077,99	15.488,93	15.899,86	16.310,80	17.005,15
Subtotal		15.077,99	15.488,93	15.899,86	16.310,80	17.005,15
Gastos financieros		35.991,74	26.863,33	16.517,06	8.443,52	1.407,25
Total		767.834,82	759.117,34	749.182,01	741.519,41	735.177,49

Fuente: Información otorgada por Ing Civil David Mena

Elaboración: La autora

4.9 Estado de pérdidas y ganancias proyectado.

.El estado de pérdidas y ganancias presenta para todo el período utilidad neta positiva, registrando para el período uno en ventas netas 813.740,00 dólares menos el costo de ventas 657.401,28 dólares lo que dará una utilidad bruta en ventas de 156.338,72 dólares menos los gastos de ventas 15.077,99 dólares y los gastos de administración 48.061,86 dólares que indica que la utilidad operacional será de 93.198,87 dólares a la que hay que restarle los gastos financieros 35.991,74 dólares lo que dará una utilidad antes de la participación de los trabajadores de 57.207,13 dólares.

A los trabajadores les corresponde el 15 % de utilidades 8.581,07 dólares lo que dará una utilidad antes del impuesto a la renta de 48.626,06 dólares menos el impuesto a la renta en un 15 % que representa 12.156,51 dólares produciendo una utilidad neta de 36.469,54 dólares, que equivale al 4,48 % de las ventas del período uno.

Para el periodo dos la utilidad neta será de 87.418,37 dólares que representa el 9,77 % de las venta, para el período tres 145.628,07 dólares, para el periodo cuatro 202.388,90 dólares y para periodo cinco la utilidad llegará a 294.581,20 dólares que significa el 24,64 % de las ventas.

Tabla No. 33 Estado de pérdidas y ganancias proyectado

DETALLE / AÑOS	1		2		3		4		5	
	Monto	%	Monto	%	Monto	%	Monto	%	Monto	%
Ventas netas	813.740,00	100,00	895.114,00	100,00	976.488,00	100,00	1.057.862,00	100,00	1.195.356,00	100,00
costo de ventas	657.401,28	80,79	667.573,03	74,58	667.573,03	68,36	667.573,03	63,11	666.793,59	55,78
Utilidad bruta en ventas	156.338,72	19,21	227.540,97	25,42	308.914,97	31,64	390.288,97	36,89	528.562,41	44,22
Gastos de ventas	15.077,99	1,85	15.488,93	1,73	15.899,86	1,63	16.310,80	1,54	17.005,15	1,42
Gastos de administración	48.061,86	5,91	48.061,86	5,37	48.061,86	4,92	48.061,86	4,54	48.061,86	4,02
Utilidad (perdida) operacional	93.198,87	11,45	163.990,18	18,32	244.953,24	25,09	325.916,31	30,81	463.495,41	38,77
Gastos financieros	35.991,74	4,42	26.863,33	3,00	16.517,06	1,69	8.443,52	0,80	1.407,25	0,12

Utilidad (perdida) antes participación	57.207,13	7,03	137.126,85	15,32	228.436,18	23,39	317.472,78	30,01	462.088,15	38,66
Participación utilidades	8.581,07	1,05	20.569,03	2,30	34.265,43	3,51	47.620,92	4,50	69.313,22	5,80
Utilidad (perdida) antes imp.renta	48.626,06	5,98	116.557,82	13,02	194.170,76	19,88	269.851,87	25,51	392.774,93	32,86
Impuesto a la renta 25 %	12.156,51	1,49	29.139,46	3,26	48.542,69	4,97	67.462,97	6,38	98.193,73	8,21
Utilidad (perdida) neta	36.469,54	4,48	87.418,37	9,77	145.628,07	14,91	202.388,90	19,13	294.581,20	24,64

Fuente: Información otorgada por Ing Civil David Mena

Elaboración: La autora

4.10 Flujo de caja proyectado con financiamiento.

.El flujo de caja con financiamiento es el que muestra los créditos otorgados por la institución financiera y el aporte de capital propio, además todos los egresos no operacionales todo esto en el periodo preoperativo. Para el periodo uno los ingresos operacionales representan 678.116,67 dólares; como egresos operacionales está el pago a proveedores, la mano de obra directa e imprevistos, mano de obra indirecta, los gastos de ventas, los gastos de administración y los costos de fabricación, que representan 655.731,70 dólares, dando como resultado de ingresos menos egresos un flujo operacional de 22.384,97 dólares.

Los ingresos no operacionales en el periodo uno no existen ya que ellos se dieron en el periodo preoperativo por el crédito, para adquisición de activos fijos 300.214,14 dólares, para capital de trabajo 84.175,36 dólares y por aporte del capital propio 126.852,48 dólares Los egresos no operacionales por pago de intereses, pago del principal es decir las amortizaciones anuales, pago participación de trabajadores y pago de impuesto a la renta representan 107.188,66 dólares para el periodo uno.

El flujo no operacional constituido por los ingresos no operacionales menos los egresos no operacionales dan una valor de menos -107.188,66 dólares, valor que al ser restado del flujo operacional da como resultado el flujo neto generado que para el periodo uno representa - 84.803,69 dólares, se justifica el flujo negativo por cuanto recién en el tercer y cuarto trimestre la empresa va a tener ingresos, así calculado para los cinco periodos.

En el período pre operativo el flujo neto es de 84.813,53 dólares; para el período uno llega a – 84.803,69 dólares, para el período dos 17.878,80 dólares, para el período tres 97.052,30 dólares, para el período cuatro 169.824,34 dólares y para el período cinco 393.095,10. A partir del periodo dos el flujo neto generado presenta saldos positivos, existe rentabilidad del proyecto.

Tabla N° 34 Flujo de caja proyectado

DETALLE / AÑOS	PREOP.	1	2	3	4	5
a. Ingresos operacionales						
recuperación por ventas	0,00	678.116,67	881.551,67	962.925,67	1.044.299,67	1.172.440,33
Parcial	0,00	678.116,67	881.551,67	962.925,67	1.044.299,67	1.172.440,33
b. Egresos operacionales						
pago a proveedores	83.537,18	366.040,80	417.246,44	417.246,44	417.246,44	333.709,27
Mano de obra directa e imprevistos		79.638,58	79.638,58	79.638,58	79.638,58	79.638,58
Mano de obra indirecta		66.240,00	66.240,00	66.240,00	66.240,00	66.240,00
Gastos de ventas		15.077,99	15.488,93	15.899,86	16.310,80	17.005,15
Gastos de administración		43.692,60	43.692,60	43.692,60	43.692,60	43.692,60
Costos de fabricación		85.041,73	85.041,73	85.041,73	85.041,73	85.041,73
Parcial	83.537,18	655.731,70	707.348,28	707.759,21	708.170,15	625.327,32
c. Flujo operacional (a - b)	-83.537,18	22.384,97	174.203,39	255.166,45	336.129,51	547.113,01
d. Ingresos no operacionales						
Créditos instituciones financieras 1	300.214,14	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Créditos instituciones financieras 2	84.175,36	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Aportes de capital	126.852,48	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Parcial	511.241,98	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
e. Egresos no operacionales						
Pago de intereses		35.991,74	26.863,33	16.517,06	8.443,52	1.407,25
Pago de principal (capital) de los pasivos	0,00	71.196,91	108.723,68	91.888,61	75.053,54	37.526,77
Pago participación de trabajadores		0,00	8.581,07	20.569,03	34.265,43	47.620,92
Pago de impuesto a la renta	0,00	0,00	12.156,51	29.139,46	48.542,69	67.462,97
Activos fijos operativos						
Construcción 8 cabañas de 48 m2	101.167,10	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Construcción 8 cabañas de 32 m2	67.444,76	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Construcción 8 cabañas de 24 m2	50.583,55	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00

Construcción restaurante 64 m2	16.861,18	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Construcción cocina de 56 m2	14.753,54	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Construcción áreas externas	8.000,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Maquinaria operativa	14.212,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Furgoneta huundai	27.192,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Activos fijos administración y ventas						
Activos diferidos	42.677,14					
Parcial	342.891,27	107.188,66	156.324,59	158.114,15	166.305,17	154.017,91
f. Flujo no operacional (d-e)	168.350,71	-107.188,66	-156.324,59	-158.114,15	-166.305,17	-154.017,91
g. Flujo neto generado (c+f)	84.813,53	-84.803,69	17.878,80	97.052,30	169.824,34	393.095,10
h. Saldo inicial de caja	0,00	84.813,53	9,84	17.888,64	114.940,94	284.765,28
i. Saldo final de caja (g+h)	84.813,53	9,84	17.888,64	114.940,94	284.765,28	677.860,38
Requerimientos de caja		173.040,31	186.661,35	186.769,79	186.878,23	165.016,93

Fuente: Información otorgada por Ing Civil David Mena

Elaboración: La autora

4.11 Balance general proyectado.

El balance histórico proyectado nos indica que la empresa es un negocio en marcha, que presentará un patrimonio con saldo inicial de 126.852,48 dólares que constituye el aporte de capital propio, para el periodo uno el activo corriente constituido por caja-bancos, cuentas y documentos por cobrar, mercado local y los inventarios compuestos por productos terminados, materias primas y materiales indirectos da un total de 247.179,73 dólares.

Los activos fijos operativos que constituye todas las obras de infraestructura que se van a edificar y las maquinarias operativas y vehículo que se van a adquirir equivalen a 300.214,13 dólares menos las depreciaciones 16.370,31 dólares da un total de activo fijos netos de 283.843,82 dólares, el activo fijo diferido 34.141,71 y el total de activos es de 565.165,27 dólares.

El pasivo corriente conformado por la deuda a largo plazo, las cuentas y documentos por pagar a proveedores, los gastos acumulados por pagar da un total de 197.374,34 dólares más el pasivo a largo plazo 204.468,91 dólares da un total de pasivos de 401.843,25 dólares.

Al restarse al total de activos 565.165,27 dólares, el total de pasivos 401.843,25 dólares da como resultado el patrimonio, que para el periodo uno es de 163.322,02 dólares, constituido

por el capital social pagado, la utilidad retenida y la utilidad neta, y que para el período dos se incrementará a 250.740,39 dólares, para el período tres 396.368,46 dólares, en el período cuatro 598.757,36 dólares y para el período cinco 893.338,55 dólares, su patrimonio se incrementará habrá una capitalización de la empresa y cumplirá con todas sus obligaciones financieras y crediticias, siempre los activos son mayores que los pasivos totales.

Tabla No 35 Balance general histórico proyectado

DETALLE / AÑOS	S. iniciales	1	2	3	4	5
Activo corriente						
Caja y bancos	84.813,53	9,84	17.888,64	114.940,94	284.765,28	677.860,38
Cuentas y documentos por cobrar mercado local		135.623,33	149.185,67	162.748,00	176.310,33	199.226,00
Inventarios:						
Productos terminados	0,00	11.301,94	12.432,14	13.562,33	14.692,53	16.602,17
Materias primas	100.244,61	100.244,61	100.244,61	100.244,61	100.244,61	0,00
Total activos corrientes	185.058,14	247.179,73	279.751,05	391.495,88	576.012,75	893.688,55
Activos fijos operativos						
Construcción 8 cabañas de 48 m2	101.167,10	101.167,10	101.167,10	101.167,10	101.167,10	101.167,10
Construcción 8 cabañas de 32 m2	67.444,76	67.444,76	67.444,76	67.444,76	67.444,76	67.444,76
Construcción 8 cabañas de 24 m2	50.583,55	50.583,55	50.583,55	50.583,55	50.583,55	50.583,55
Construcción restaurante 64 m2	16.861,18	16.861,18	16.861,18	16.861,18	16.861,18	16.861,18
Construcción cocina de 56 m2	14.753,54	14.753,54	14.753,54	14.753,54	14.753,54	14.753,54
Construcción áreas externas	8.000,00	8.000,00	8.000,00	8.000,00	8.000,00	8.000,00
Maquinaria operativa	14.212,00	14.212,00	14.212,00	14.212,00	14.212,00	14.212,00
Furgoneta huyndai	27.192,00	27.192,00	27.192,00	27.192,00	27.192,00	27.192,00
Subtotal activos fijos	300.214,13	300.214,13	300.214,13	300.214,13	300.214,13	300.214,13
(-) depreciaciones		16.370,31	32.740,61	49.110,92	65.481,23	81.851,53
Total activos fijos netos	300.214,13	283.843,82	267.473,52	251.103,21	234.732,90	218.362,60
Activo diferido	42.677,14	42.677,14	42.677,14	42.677,14	42.677,14	42.677,14
Amortización acumulada		8.535,43	17.070,86	25.606,29	34.141,71	42.677,14
Total activo diferido neto	42.677,14	34.141,71	25.606,29	17.070,86	8.535,43	0,00
Total de activos	527.949,41	565.165,27	572.830,86	659.669,95	819.281,08	1.112.051,15
Pasivo corriente						
Porción corriente deuda largo plazo	0,00	108.723,68	91.888,61	75.053,54	37.526,77	0,00

Cuentas y documentos por pagar proveedores	16.707,44	67.913,07	67.913,07	67.913,07	67.913,07	51.205,64
Gastos acumulados por pagar	0,00	20.737,58	49.708,48	82.808,12	115.083,88	167.506,95
Total de pasivos corrientes	16.707,44	197.374,34	209.510,16	225.774,73	220.523,72	218.712,59
Pasivo largo plazo	384.389,50	204.468,91	112.580,30	37.526,77	0,00	0,00
Total de pasivos	401.096,94	401.843,25	322.090,47	263.301,49	220.523,72	218.712,59
Patrimonio						
Capital social pagado	126.852,48	126.852,48	126.852,48	126.852,48	126.852,48	126.852,48
Reserva legal	0,00	0,00	3.646,95	12.388,79	26.951,60	47.190,49
Utilidad (pérdida) retenida	0,00	0,00	32.822,59	111.499,12	242.564,38	424.714,39
Utilidad (pérdida) neta	0,00	36.469,54	87.418,37	145.628,07	202.388,90	294.581,20
Total patrimonio	126.852,48	163.322,02	250.740,39	396.368,46	598.757,36	893.338,55
Total pasivo y patrimonio	527.949,41	565.165,27	572.830,86	659.669,95	819.281,08	1.112.051,15

Fuente: Información otorgada por Ing Civil David Mena

Elaboración: La autora

CAPÍTULO V
EVALUACIÓN FINANCIERA DEL PROYECTO

5.1 Principales criterios de evaluación.

Se determinará el punto de equilibrio, todos los ratios e índices financieros y los riesgos implícitos.

5.2 Punto de equilibrio.

El cálculo del punto de equilibrio se determina dividiendo el costo fijo para el margen de contribución por cien para expresarse en porcentaje; para el primer periodo los costos y gastos fijos ascienden a 188.594,2 dólares y el margen de contribución ventas menos gastos variables $(813.740,0 - 579.240,6) = 234.499,4$, que determinan un punto de equilibrio del 80,42 %, es empleado para el pago de los costos fijos y variables y el 19,58% restante, es la utilidad neta que obtiene la empresa. El punto de equilibrio para el periodo dos 56,89 %, periodo tres 42,66 % donde ya se encuentra en equilibrio; periodo cuatro 33,74 % y periodo cinco 25,05.

Calculo del punto de equilibrio.

$$PE = \frac{CF}{(P-CV)} = \frac{188.594,2}{(813.740,0 - 579.240,6)} = \frac{188.594,2}{234.499,4} = 0,8042 \times 100 = 80,42 \%$$

Punto de equilibrio para el periodo uno 80,42 %

Tabla N° 36 Cálculo del punto de equilibrio

Fuente y elaboración: La autora

PUNTO DE EQUILIBRIO											
		1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
COSTOS Y GASTOS	TIPO	Fijo					Variable				
Mano de obra directa	Variable	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	74.880,0	74.880,0	74.880,0	74.880,0	74.880,0
Mano de obra indirecta	Fijo	66.240,0	66.240,0	66.240,0	66.240,0	66.240,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Materiales directos	Variable	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	400.978,4	400.978,4	400.978,4	400.978,4	400.978,4
Materiales indirectos	Variable	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	6.500,0	6.500,0	6.500,0	6.500,0	6.500,0
Suministros y servicios	Variable	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	9.768,0	9.768,0	9.768,0	9.768,0	9.768,0
Costos indirectos	Variable	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	83.045,5	83.045,5	83.045,5	83.045,5	83.045,5
Mantenimiento y seguros	Fijo	6.754,8	6.754,8	6.754,8	6.754,8	6.754,8	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Depreciaciones	Fijo	16.370,3	16.370,3	16.370,3	16.370,3	16.370,3	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Amortizaciones	Fijo	8.535,4	8.535,4	8.535,4	8.535,4	8.535,4	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Gastos administrativos	Fijo	43.692,6	43.692,6	43.692,6	43.692,6	43.692,6	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Gastos de ventas	Fijo	11.009,3	11.013,4	11.017,4	11.021,5	11.028,4	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Comisiones sobre ventas	Variable	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	4.068,7	4.475,6	4.882,4	5.289,3	5.976,8
Gastos financieros	Fijo	35.991,7	26.863,3	16.517,1	8.443,5	1.407,3	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
TOTAL		188.594,2	179.469,8	169.127,6	161.058,2	154.028,8	579.240,6	579.647,5	580.054,4	580.461,2	581.148,7
VENTAS		813.740,0	895.114,0	976.488,0	1.057.862,0	1.195.356,0					
PUNTO DE EQUILIBRIO		80,42%	56,89%	42,66%	33,74%	25,08%					

La tasa interna financiera TIRF calculada será 24,82 % mayor que la tasa bancaria que es del 10 %, lo que satisface a la institución financiera.

Tabla N° 37 Tasa interna de retorno financiera (TIRF)

DETALLE	VIDA UTIL	5 AÑOS				
FLUJO DE FONDOS	PREOPER.	1	2	3	4	5
Inversión fija	-300.214,13	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Inversión diferida	-42.677,14					
Capital de operación	-168.350,71					
Participación de trabajadores		0,00	-8.581,07	-20.569,03	-34.265,43	-47.620,92
Impuesto a la renta		0,00	-12.156,51	-29.139,46	-48.542,69	-67.462,97
Flujo operacional (ingresos - egresos)	-83.537,18	22.384,97	174.203,39	255.166,45	336.129,51	547.113,01
Valor de recuperación:						
Inversión fija		0,00	0,00	0,00	0,00	218.362,60
Capital de trabajo		0,00	0,00	0,00	0,00	162.636,90
Flujo Neto (precios constantes)	-594.779,15	22.384,97	153.465,81	205.457,97	253.321,40	813.028,62
Flujo de caja acumulativo	-594.779,15	-572.394,19	-418.928,38	-213.470,41	39.850,98	852.879,61
TIRF precios constantes: 24,82%						

Fuente: Información otorgada por Ing Civil David Mena

Elaboración: La autora

Tasa interna de retorno financiera

(turf) a precios constantes

0	-594.779,15
1	22.384,97
2	153.465,81
3	205.457,97
4	253.321,40
5	813.028,62
TASA	10%
TIRF	24,82%

Fuente: Información otorgada por Ing Civil David Mena

Elaboración: La autora

La tasa interna de retorno del inversionista TIRI calculada será 47,67 % lo que significa que la inversión está garantizada en razón que es mayor que la tasa de descuento del 12 % y también mayor que la tasa financiera 24,82 % por lo que el proyecto es viable.

Tabla N ° 38 Tasa interna de retorno del inversionista (TIRI)

FLUJO DE FONDOS	VIDA UTIL	5 AÑOS				
	PREOPER.	2	3	4	5	6
Aporte de los accionistas	126.852,48	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Flujo neto generado + dividendos repartidos	0,00	-84.803,69	17.878,80	97.052,30	169.824,34	393.095,10
Valor de recuperación:						
Inversión fija		0,00	0,00	0,00	0,00	218.362,60
Capital de trabajo		0,00	0,00	0,00	0,00	162.636,90
Flujo Neto (precios constantes)	126.852,48	-84.803,69	17.878,80	97.052,30	169.824,34	774.094,60
Flujo de caja acumulativo	126.852,48	-211.656,17	-193.777,37	-96.725,07	73.099,27	847.193,87
TIRI precios constantes: 47,67%						

Fuente: Información otorgada por Ing Civil David Mena

Elaboración: La autora

Tasa interna de retorno del inversionista

(tiri) a precios constantes

0	-126.852,48
1	-84.803,69
2	17.878,80
3	97.052,30
4	169.824,34
5	774.094,60
TASA	10%

TIRI	47,67%
------	--------

-10 % tasa institución financiera

Fuente: Información otorgada por Ing Civil David Mena

Elaboración: La autora

El Valor Actualizado Neto (VAN) es un método de valoración de inversiones que puede definirse como la diferencia entre el valor actualizado de los cobros y de los pagos generados por una inversión. Proporciona una medida de la rentabilidad del proyecto analizado en valor absoluto, es decir expresa la diferencia entre el valor actualizado de las unidades monetarias cobradas y pagadas, para este proyecto el valor presente o valor actual llega a 316.114,96 dólares es mayor a cero por lo que el proyecto es viable.

Valor actual neto (VAN) a precios constantes

0	-594.779,15
1	22.384,97
2	153.465,81
3	205.457,97
4	253.321,40
5	813.028,62
TASA	12%
VAN	316.114,96

-12 % Tasa de descuento

Fuente: Información otorgada por Ing Civil David Mena

Elaboración: La autora

5.3 Razones financieras.

5.3.1 Razones de liquidez.

Las razones de liquidez o de solvencia a corto plazo, mide la capacidad que tiene la empresa, para cubrir sus obligaciones de corto plazo, a medida que se vuelven pagaderas.

5.3.1.1 Razón circulante o solvencia.

Este indicador muestra la capacidad de la empresa para cubrir sus deudas a corto plazo con los activos más líquidos de corto plazo, a medida que aquellas vayan venciendo. Nos indica cuánto disponemos de Activo Circulante por cada dólar de Pasivo Circulante. El resultado se expresa en unidades monetarias o número de veces.

Razón Circulante = activos circulantes / pasivos circulantes

razón circulante	1	2	3	promedio
Activos circulantes	247.179,73	279.751,05	391.495,88	918.426,66
Pasivos circulantes	197.374,34	209.510,16	225.774,73	632.659,23
Activos circulantes/Pasivos circulantes	1,25	1,34	1,73	1,45

Fuente: Información otorgada por Ing Civil David Mena

Elaboración: La autora

5.3.2. Rotación del inventario.

La rotación de inventarios mide comúnmente la actividad o número de veces que se usa los inventarios de una empresa.

Rotación del Inventario = Costo de ventas / inventario

ROTACION DE INVENTARIOS	1	2	3	PROMEDIO
Costo de ventas	657.401,28	667.573,03	667.573,03	1.992.547,34
Inventarios	11.301,94	12.432,14	13.562,33	37.296,41
Costo de ventas/Inventarios	58,17	53,70	49,22	53,42

Fuente: Información otorgada por Ing Civil David Mena

Elaboración: La autora

5.3.2.1 Rotación de Cuentas por Cobrar.

Mide el número de veces que el saldo de cuentas por cobrar se renueva durante el año. La rotación de las cuentas por cobrar proporciona información respecto de la velocidad con la que se cobran las ventas.

Rotación de Cuentas por Cobrar = ventas / cuentas por cobrar

ROTACION DE CUENTAS POR COBRAR	1	2	3	PROMEDIO
ventas	813.740,00	895.114,00	976.488,00	2.685.342,00
cuentas por cobrar	135.623,33	149.185,67	162.748,00	447.557,00
ventas /cuentas por cobrar	6,00	6,00	6,00	6,00

Fuente: Información otorgada por Ing Civil David Mena

Elaboración: La autora

5.3.2.2 Período promedio de cobro (PPC).

El período promedio de cobros es el lapso de tiempo que las ventas permanecen como cuentas por cobrar, se utiliza para evaluar las políticas de crédito y cobranza, es decir nos indica cuantos días necesito en promedio para que las cuentas por cobrar se conviertan en efectivo.

PPC = 360 / rotación cuentas por cobrar

PERIODO PROMEDIO DE COBRO (PPC)	1	2	3	PROMEDIO
Días contables	360,00	360,00	360,00	1.080,00
Rotación cuentas por pagar	9,68	9,83	9,83	29,34
360 días/ rotación cuentas por pagar	37	37	37	36,81

Fuente: Información otorgada por Ing Civil David Mena

Elaboración: La autora

5.3.2.3 Rotación de cuentas por pagar.

Se considera como el tiempo que transcurre desde la compra hasta el pago, indica el número de veces que se pagan las deudas a los proveedores, es decir cuántas veces obtuvimos crédito.

Rotación de Cuentas por Pagar = costo de ventas / cuentas por pagar

ROTACION DE CUENTAS POR PAGAR	1	2	3	PROMEDIO
Costo de ventas	657.401,28	667.573,03	667.573,03	1.992.547,34
Cuentas por pagar	67.913,07	67.913,07	67.913,07	203.739,21
Costo de ventas/cuentas por pagar	9,68	9,83	9,83	9,78

Fuente: Información otorgada por Ing Civil David Mena

Elaboración: La autora

5.3.2.4 Período promedio de pago (PPP).

Indica el número de días en que se efectúa el pago de obligaciones a los proveedores.

PPP = 360 días/ rotación cuentas por pagar

PERIODO PROMEDIO DE PAGO (PPP)	1	2	3	PROMEDIO
--------------------------------	---	---	---	----------

Días contables	360,00	360,00	360,00	1080,00
Rotación cuentas por pagar	9,68	9,83	9,83	29,34
360 días/ rotación cuentas por pagar	37,19	36,62	36,62	36,81

Fuente: Información otorgada por Ing Civil David Mena

Elaboración: La autora

5.3.2.5 Rotación de activos fijos.

Este indicador mide la eficiencia de la empresa para utilizar su planta y equipo y ayudar a generar ventas, es decir muestra cuántos dólares en ventas se generó por cada dólar invertido.

Rotación del Activo Fijo = ventas / activos fijos netos

ROTACION DE LOS ACTIVOS FIJOS	1	2	3	PROMEDIO
Ventas	813.740,00	895.114,00	976.488,00	2.685.342,00
Activos fijos netos	283.843,82	267.473,52	251.103,21	802.420,55
Ventas/Activos fijos netos	2,87	3,35	3,89	3,35

Fuente: Información otorgada por Ing Civil David Mena

Elaboración: La autora

5.3.2.6 Rotación de activos totales.

La rotación de los activos totales indica la eficiencia con la que la empresa utiliza sus activos para generar ventas. Este indicador mide la rotación de la totalidad de los activos de la empresa, es decir es la relación que existe entre el monto de los ingresos y el monto de la inversión total.

Rotación de los Activos Totales = Ventas / activos totales

ROTACION DE LOS ACTIVOS TOTALES	1	2	3	PROMEDIO
Ventas	813.740,00	895.114,00	976.488,00	2.685.342,00
Activos totales	565.165,27	572.830,86	659.669,95	1.797.666,08
Ventas/Activos totales	1,44	1,56	1,48	1,49

Fuente: Información otorgada por Ing Civil David Mena

Elaboración: La autora

5.3.3 Razones de endeudamiento.

Los indicadores de endeudamiento o solvencia tienen por objeto medir en qué grado y de qué forma participan los acreedores dentro del financiamiento de la empresa. Se trata de establecer también el riesgo que corren tales acreedores y los dueños de la compañía y la conveniencia o inconveniencia del endeudamiento.

5.3.3.1 Razón de endeudamiento.

El índice o razón de endeudamiento mide la proporción de los activos totales que financian los acreedores de la empresa. Cuanto mayor es el índice, mayor es el monto del dinero de otras personas que se usa para generar utilidades.”¹ Este indicador mide el grado de endeudamiento para financiar la inversión de activos de la empresa.

5.3.3.2 Razón de deuda a capital.

Rotación de Activos Totales = pasivos totales / activos totales

RAZON DE ENDEUDAMIENTO	1	2	3	PROMEDIO
Deudas totales	401.843,25	322.090,47	263.301,49	987235,21
Activos totales	565.165,27	572.830,86	659.669,95	1797666,08
Deudas totales/Activos totales	0,71	0,56	0,40	0,55
PORCENTAJE (%)	71,10	56,23	39,91	54,92

Fuente: Información otorgada por Ing Civil David Mena

Elaboración: La autora

Mide el grado de compromiso de los accionistas para con los acreedores de la empresa, es decir por cada dólar de patrimonio cuánto se tiene de deuda.

Razón de Deuda a Capital = pasivos totales / patrimonio

RAZON DE DEUDA DE CAPITAL	1	2	3	PROMEDIO
pasivo total	401.843,25	322.090,47	263.301,49	987.235,21
patrimonio	163.322,02	250.740,39	396.368,46	810.430,87
pasivo total/patrimonio	2,46	1,28	0,66	1,22

Fuente: Información otorgada por Ing Civil David Mena

Elaboración: La autora

5.3.3.3 Razón de cobertura de intereses (RCI).

La razón de rotación del interés ganado mide la capacidad de la empresa para cumplir con sus pagos anuales de intereses, resultados de sus financiamientos ya sea de corto o largo plazo.

Razón Cobertura Intereses = UAll /cargo por intereses

RAZON DE COBERTUTAS DE INTERESES	1	2	3	PROMEDIO
Utilidad antes de impuestos UAll	48.626,06	116.557,82	194.170,76	359.354,64
Cargo por intereses	35.991,74	26.863,33	16.517,06	79.372,13
UAll/Cargo por intereses	1,35	4,34	11,76	4,53

Fuente: Información otorgada por Ing Civil David Mena

Elaboración: La autora

5.3.4 Razones de rentabilidad.

Los indicadores de rendimiento, denominados también de rentabilidad o lucratividad, sirven para medir la efectividad de la administración de la empresa para controlar los costos y gastos y, de esta manera, convertir las ventas en utilidades. Los indicadores de rentabilidad o rendimiento, permiten evaluar la eficiencia de la empresa para generar utilidades, con respecto a un nivel determinado de ventas, de activos o de inversión de los accionistas.

5.3.4.1 Margen de utilidad neta.

Mide las utilidades que se obtienen de cada dólar de ventas, después de pagar todos los gastos, incluidos el costo de ventas, los gastos de ventas, la depreciación, los intereses y los impuestos. Es decir este indicador financiero mide la rentabilidad de una empresa por cada dólar de ventas, una vez que se ha cubierto todos los costos, gastos, intereses, e impuestos; este indicador es mejor mientras más alto es.

Margen de Utilidad Neta= Utilidad neta / ventas

MARGEN DE UTILIDAD NETA	1	2	3	PROMEDIO
utilidad neta	36.469,54	87.418,37	145.628,07	269.515,98
Ventas	813.740,00	895.114,00	976.488,00	2.685.342,00

Utilidad neta/ventas	0,0448	0,0977	0,1491	0,1004
Porcentaje (%)	4,48	9,77	14,91	10,04

Fuente: Información otorgada por Ing Civil David Mena

Elaboración: La autora

5.3.4.2 Rendimiento de los activos totales (ROA, ROI).

Esta razón muestra la capacidad del activo para producir utilidades, independientemente de la forma como haya sido financiado, ya sea con deuda o patrimonio. Es decir este indicador mide la rentabilidad después de intereses e impuestos, sobre la inversión (activos totales) de la empresa.

(ROA-ROI) = Utilidad neta / activos totales

RENDIMIENTO DE LOS ACTIVOS TOTALES (ROA)	1	2	3	PROMEDIO
Utilidad neta	36.469,54	87.418,37	145.628,07	269.515,98
Activos totales	565.165,27	572.830,86	659.669,95	1.797.666,08
Utilidad netas/Activos totales	0,06	0,15	0,22	0,15
PORCENTAJE	6,45	15,26	22,08	14,99

Fuente: Información otorgada por Ing Civil David Mena

Elaboración: La autora

5.3.4.3 Rendimiento del capital contable común (ROE).

También conocido como Rendimiento del patrimonio, mide la capacidad productiva para generar utilidades netas por cada dólar aportado por los propietarios. Este indicador determina en qué medida (% porcentaje) una compañía ha generado rendimientos sobre los recursos que los accionistas han aportado, cuanto más alto es este rendimiento, más ganan los propietarios. Existen dos métodos para su cálculo, en nuestro estudio se utilizará la primera fórmula:

. RCC= Utilidad neta disponible para los accionistas comunes

Capital contable común (patrimonio)

RENDIMIENTO DEL CAPITAL COMUN (ROE)	1	2	3	PROMEDIO
Utilidad neta	36.469,54	87.418,37	145.628,07	269.515,98

Capital contable (patrimonio)	163.322,02	250.740,39	396.368,46	810.430,87
Utilidad neta/Capital contable	0,22	0,35	0,37	0,33
PORCENTAJE	22,33	34,86	36,74	33,26

Fuente: Información otorgada por Ing Civil David Mena

Elaboración: La autora

5.4 Análisis de sensibilidad (tres escenarios con los supuestos ajustados).

El análisis de sensibilidad consiste en examinar las variaciones del resultado de interés, al modificar las variables inciertas que se han identificado como estratégicamente significativas” Utilizando el porcentaje del 10 % para medir la productividad, los precios, la materia prima y los salarios de la mano de obra directa.

5.4.1 Primer escenario: se reduce el 10 % la productividad.

En los resultados originales La TIRF del proyecto llegó a 24,82 %, el VAN 316.115,0 dólares y el coeficiente beneficio/ costo 1,53; aplicado la reducción del 10 % a la productividad los resultados sensibilizados fueron la TIRF 14,81 %, se redujo el 10,01% pero sigue mayor al costo de oportunidad o tasa de descuento del 12,00 %; el VAN bajó a 69.279,9 dólares se redujo en 246.835,1 dólares pero sigue siendo mayor a cero y el beneficio /costo llegó a 1,12 sigue siendo mayor a 1; valores que hacen que el proyecto siga siendo rentable.

Tabla N° 39 Se reduce el 10 % la productividad

* Productividad	Baja	-10,00%
* Precio Mercado Local	No se modifica	0,00%
* Precio Mercado Externo	No se modifica	0,00%
* Costo de Materia Prima	No se modifica	0,00%
* Costo de Materiales Indirectos	No se modifica	0,00%
* Costo de Suministros y Servicios	No se modifica	0,00%
* Costo de Mano de Obra Directa	No se modifica	0,00%
* Costo de Mano de Obra Indirecta	No se modifica	0,00%

* Gastos Administrativos	No se modifica	0,00%
* Gastos de Ventas	No se modifica	0,00%
* Inversión Inicial	No se modifica	0,00%
* Tasa de interés promedio (puntos porcentuales)	No se modifica	0,00%

Resultados originales:

TIRF	VAN	B/C
24,82%	316.115,0	1,53

	2	3	4	5	6
Saldo final de caja	9,8	17.888,6	114.940,9	284.765,3	677.860,4
Necesidades de nuevos recursos (flujo caja)	173.030,5	168.772,7	71.828,9	0,0	0,0
Utilidad neta	36.469,5	87.418,4	145.628,1	202.388,9	294.581,2
ROE	22,33%	34,86%	36,74%	33,80%	32,98%
ROA	6,45%	15,26%	22,08%	24,70%	26,49%
Utilidad/ventas	4,48%	9,77%	14,91%	19,13%	24,64%
Punto de equilibrio	80,42%	56,89%	42,66%		

Resultados sensibilizados:

TIRF	VAN	B/C
14,81%	69.279,9	1,12

	2	3	4	5	6
Saldo final de caja	(67.430,8)	(116.517,6)	(82.939,7)	18.248,8	332.898,3
Necesidades de nuevos recursos (flujo caja)	240.362,7	303.059,7	269.579,4	168.488,5	0,0
Utilidad neta	(24.886,1)	30.571,0	83.619,3	135.218,7	218.640,3

ROE	-24,42%	23,07%	38,69%	38,49%	38,36%
ROA	-5,15%	7,24%	18,83%	25,34%	29,33%
Utilidad/ventas	-3,40%	3,79%	9,51%	14,20%	20,32%
Punto de equilibrio	122,83%	79,27%	56,51%	0,00%	0,00%

Fuente: Información otorgada por Ing Civil David Mena

Elaboración: La autora

5.4.2 Segundo escenario: se reduce el 10 % precio de mercado.

En los resultados originales La TIRF del proyecto llegó a 24,82 %, el VAN 316.115,0 dólares y el coeficiente beneficio/ costo 1,53; aplicado la reducción del 10 % al precio de venta en el mercado los resultados sensibilizados fueron la TIRF 14,81 %, se redujo el menos 10,01 % pero sigue mayor al costo de oportunidad o tasa de descuento del 12,00 %; el VAN bajo a 69.279,9 dólares se redujo en 246.835,1 dólares pero sigue siendo mayor a cero y el beneficio /costo llegó a 1,12 sigue siendo mayor a 1; valores que hacen que el proyecto siga siendo rentable.

Tabla N° 40 Se reduce el 10 % precio de mercado

Si las siguientes variables

* Productividad	No se modifica	0,00%
* Precio Mercado Local	Baja	-10,00%
* Precio Mercado Externo	No se modifica	0,00%
* Costo de Materia Prima	No se modifica	0,00%
* Costo de Materiales Indirectos	No se modifica	0,00%
* Costo de Suministros y Servicios	No se modifica	0,00%
* Costo de Mano de Obra Directa	No se modifica	0,00%
* Costo de Mano de Obra Indirecta	No se modifica	0,00%
* Gastos Administrativos	No se modifica	0,00%
* Gastos de Ventas	No se modifica	0,00%

* Inversión Inicial	No se modifica	0,00%
* Tasa de interés promedio (puntos porcentuales)	No se modifica	0,00%

Resultados originales::

TIRF	VAN	B/C
24,82%	316.115,0	1,53

	2	3	4	5	6
Saldo final de caja	9,8	17.888,6	114.940,9	284.765,3	677.860,4
Necesidades de nuevos recursos (flujo caja)	173.030,5	168.772,7	71.828,9	0,0	0,0
Utilidad neta	36.469,5	87.418,4	145.628,1	202.388,9	294.581,2
ROE	22,33%	34,86%	36,74%	33,80%	32,98%
ROA	6,45%	15,26%	22,08%	24,70%	26,49%
Utilidad/ventas	4,48%	9,77%	14,91%	19,13%	24,64%
Punto de equilibrio	80,42%	56,89%	42,66%		

Resultados sensibilizados::

TIRF	VAN	B/C
14,81%	69.279,9	1,12

	2	3	4	5	6
Saldo final de caja	(67.430,8)	(116.517,6)	(82.939,7)	18.248,8	332.898,3
Necesidades de nuevos recursos (flujo caja)	240.362,7	303.059,7	269.579,4	168.488,5	0,0
Utilidad neta	(24.886,1)	30.571,0	83.619,3	135.218,7	218.640,3
ROE	-24,42%	23,07%	38,69%	38,49%	38,36%
ROA	-5,15%	7,24%	18,83%	25,34%	29,33%
Utilidad/ventas	-3,40%	3,79%	9,51%	14,20%	20,32%
Punto de equilibrio	122,83%	79,27%	56,51%		

Fuente: Información otorgada por Ing Civil David Mena

Elaboración: La autora

5.4.3 Tercer escenario: sube el 10 % el costo de materia prima.

En los resultados originales La TIRF del proyecto llegó a 24,82 %, el VAN 316.115,0 dólares y el coeficiente beneficio/ costo 1,53; aplicado la reducción del 10 % al precio de venta en el mercado los resultados sensibilizados fueron la TIRF 19,98 %, se redujo el 4,84 % pero sigue mayor al costo de oportunidad o tasa de descuento del 12,00 %; el VAN bajo a 204.777,9 dólares se redujo en 111.337,1 dólares pero sigue siendo mayor a cero y el beneficio /costo llegó a 1,33 sigue siendo mayor a 1; valores que hacen que el proyecto siga siendo rentable.

Tabla N^o 41 Sube el 10 % el costo de materia prima

Si las siguientes variables:

* Productividad	No se modifica	0,00%
* Precio Mercado Local	No se modifica	0,00%
* Precio Mercado Externo	No se modifica	0,00%
* Costo de Materia Prima	Sube	10,00%
* Costo de Materiales Indirectos	No se modifica	0,00%
* Costo de Suministros y Servicios	No se modifica	0,00%
* Costo de Mano de Obra Directa	No se modifica	0,00%
* Costo de Mano de Obra Indirecta	No se modifica	0,00%
* Gastos Administrativos	No se modifica	0,00%
* Gastos de Ventas	No se modifica	0,00%
* Inversión Inicial	No se modifica	0,00%
* Tasa de interés promedio (puntos porcentuales)	No se modifica	0,00%

Resultados originales:

TIRF	VAN	B/C
24,82%	316.115,0	1,53

	2	3	4	5	6
Saldo final de caja	9,8	17.888,6	114.940,9	284.765,3	677.860,4
Necesidades de nuevos recursos (flujo caja)	173.030,5	168.772,7	71.828,9	0,0	0,0
Utilidad neta	36.469,5	87.418,4	145.628,1	202.388,9	294.581,2
ROE	22,33%	34,86%	36,74%	33,80%	32,98%
ROA	6,45%	15,26%	22,08%	24,70%	26,49%
Utilidad/ventas	4,48%	9,77%	14,91%	19,13%	24,64%
Punto de equilibrio	80,42%	56,89%	42,66%		

Resultados sensibilizados:

TIRF	VAN	B/C
19,98%	204.777,9	1,33

	2	3	4	5	6
Saldo final de caja	(29.907,6)	(37.846,8)	33.387,5	177.393,8	553.024,7
Necesidades de nuevos recursos (flujo caja)	212.312,4	235.195,3	164.069,5	20.171,6	0,0
Utilidad neta	10.651,5	61.600,4	119.810,1	176.570,9	268.763,2
ROE	7,03%	28,92%	36,00%	34,66%	34,54%
ROA	1,95%	11,69%	20,37%	24,46%	27,22%
Utilidad/ventas	1,31%	6,88%	12,27%	16,69%	22,48%
Punto de equilibrio	97,21%	65,27%	47,52%	0,00%	0,00%

Fuente: Información otorgada por Ing Civil David Mena

Elaboración: La autora

5.4.4 Cuarto escenario: sube el 10 % el costo de mano de obra directa.

En los resultados originales La TIRF del proyecto llegó a 24,82 %, el VAN 316.115,0 dólares y el coeficiente beneficio/ costo 1,53; aplicado la reducción del 10 % al precio de venta en el mercado los resultados sensibilizados fueron la TIRF 23,97 %, se redujo el 0,85 % pero sigue mayor al costo de oportunidad o tasa de descuento del 12,00 %; el VAN bajo a 295.972,4 dólares se redujo en 20.142,6 dólares sigue siendo mayor a cero y el beneficio /costo llego a 1,50 sigue siendo mayor a 1; valores que hacen que el proyecto siga siendo rentable.

Tabla Nº 42 Sube el 10 % el costo de mano de obra directa

Si las siguientes variables:

* Productividad	No se modifica	0,00%
* Precio Mercado Local	No se modifica	0,00%
* Precio Mercado Externo	No se modifica	0,00%
* Costo de Materia Prima	No se modifica	0,00%
* Costo de Materiales Indirectos	No se modifica	0,00%
* Costo de Suministros y Servicios	No se modifica	0,00%
* Costo de Mano de Obra Directa	Sube	10,00%
* Costo de Mano de Obra Indirecta	No se modifica	0,00%
* Gastos Administrativos	No se modifica	0,00%
* Gastos de Ventas	No se modifica	0,00%
* Inversión Inicial	No se modifica	0,00%
* Tasa de interés promedio (puntos porcentuales)	No se modifica	0,00%

Resultados originales:

TIRF	VAN	B/C
24,82%	316.115,0	1,53

	2	3	4	5	6
Saldo final de caja	9,8	17.888,6	114.940,9	284.765,3	677.860,4
Necesidades de nuevos recursos (flujo caja)	173.030,5	168.772,7	71.828,9	0,0	0,0
Utilidad neta	36.469,5	87.418,4	145.628,1	202.388,9	294.581,2
ROE	22,33%	34,86%	36,74%	33,80%	32,98%
ROA	6,45%	15,26%	22,08%	24,70%	26,49%
Utilidad/ventas	4,48%	9,77%	14,91%	19,13%	24,64%
Punto de equilibrio	80,42%	56,89%	42,66%		

Resultados sensibilizados:

TIRF	VAN	B/C
23,97%	295.972,4	1,50

	2	3	4	5	6
Saldo final de caja	(6.825,0)	6.232,4	98.463,4	263.466,4	651.740,2
Necesidades de nuevos recursos (flujo caja)	181.861,1	182.424,7	90.302,2	0,0	0,0
Utilidad neta	31.648,2	82.597,0	140.806,7	197.567,6	289.759,9
ROE	19,88%	34,16%	36,80%	34,05%	33,31%
ROA	5,67%	14,72%	21,89%	24,76%	26,68%
Utilidad/ventas	3,89%	9,23%	14,42%	18,68%	24,24%
Punto de equilibrio	83,10%	58,29%	43,49%	0,00%	0,00%

Fuente: Información otorgada por Ing Civil David Mena

Elaboración: La autora

5.5 Análisis del beneficio/ costo.

Para el cómputo de la Relación Beneficio Costo (B/C) también se requiere de la existencia de una tasa de descuento para su cálculo. En la relación de beneficio/costo, se establecen por separado los valores actuales de los ingresos y los egresos, luego se divide la suma de los valores actuales de los costos e ingresos.

Situaciones que se pueden presentar en la Relación Beneficio Costo:

- Relación B/C >0

Índice que por cada dólar de costos se obtiene más de un dólar de beneficio. En consecuencia, si el índice es positivo o cero, el proyecto debe aceptarse.

- Relación B/C < 0

Índice que por cada dólar de costos se obtiene menos de un dólar de beneficio.

Entonces, si el índice es negativo, el proyecto debe rechazarse.

El valor de la Relación Beneficio/Costo cambiará según la tasa de actualización seleccionada, o sea, que cuanto más elevada sea dicha tasa, menor será la relación en el índice resultante.

Cálculo del índice ajustado: B/C =

El beneficio /costo por el método de los ingresos y gastos anuales ajusta al costo beneficio a 1,14 superior a 1 por lo que el proyecto se acepta; entonces, por cada dólar que se invierte, se obtiene una ganancia de 0.14 centavos de dólar.

Tabla N° 43 Cálculo del beneficio costo

NUM	INGRESOS	EGRESOS
1	813.740,00	657.401,28
2	895.114,00	667.573,03
3	976.488,00	667.573,03
4	1.057.862,00	667.573,03
5	1.195.356,00	666.793,59
TOTAL	4.938.560,00	3.326.913,96
B/C	PROMEDIO	1,48

Fuente: Información otorgada por Ing Civil David Mena

Elaboración: La autora

5.6 Impacto del proyecto de inversión.

5.6.1 Valor agregado.

El valor agregado representa las remuneraciones a los factores de producción, es decir, sueldos, salarios, rentas, intereses, amortizaciones, beneficios, utilidades. La empresa Granjas Turísticas, tiene un valor agregado promedio al producto de 348.820,77 dólares; se incrementa la productividad en los 5 años del proyecto.

5.6.2 Generación de empleo e impuestos.

Al incrementar la productividad genera nuevas producciones y en especial de obtenerse el crédito e incrementar la producción se generará mayor fuentes de empleo, en el caso de la empresa Granjas Turísticas se incrementará nuevos empleos de mano de obra directa, mano de obra indirecta, en administración y ventas dando un total de 20 nuevos empleos directos e indirectos mejorando la calidad de vida de muchas familias de la zona, del cantón y de la provincia de Galápagos, realizando un mayor aporte al producto interno bruto del país.

En el caso de la empresa turística el pago de salarios tiene como promedio 181.440,00 dólares al año.

CONCLUSIONES:

- Para elaborar el proyecto se partió de la base de un análisis de la situación actual de la actividad turística, de los atractivos turísticos actuales y potenciales, y de la normatividad vigente, con la finalidad de disponer del diagnóstico de la actividad turística en la zona.
- La zona de la Parroquia El Carmen presenta excelentes condiciones para desarrollar turismo de naturaleza, orientado a mostrar los diversos recursos Naturales.
- La complejidad de la industria de turismo de naturaleza que se propone desarrollar en la zona alta de El Carmen, incorpora la participación de la población local.
- Con la implementación de las Granjas Turísticas se busca dar buen servicio al cliente para que este llene sus expectativas y se vaya satisfecho de la isla.
- El proyecto Granjas Turísticas se encuentra ubicado en la vía Baltra Ciudad de Santa Cruz en la zona rural, será un proyecto innovador en productos y servicios a los turistas.
- Los ingresos por ventas para el periodo uno serán de 813.740,00 dólares lo que para el periodo ocho pasará a 1.195.356,00 dólares, con tendencia a crecer.
- El proyecto no tiene flujo operacional negativo en ningún período por lo que es viable.
- No existe déficit en el saldo final de caja, el proyecto no tendrá dificultades operacionales.
- El capital de trabajo preoperacional es positivo, el proyecto puede iniciar operaciones.
- El nivel de endeudamiento se encuentra en el límite aceptable.
- Su patrimonio tiene tendencia a crecer.
- El total de créditos que financian el proyecto es inferior a la inversión inicial.
- Si la productividad disminuye un 10 % la tasa financiera TIRF 14,81 % es superior a la tasa de descuento, el VAN 69.279,9 es superior a 0 y el beneficio costo B/C 1,12 sigue siendo superior a 1.
- Si el valor de la mano de obra directa sube un 10 % la tasa financiera TIRF 23,97 % es superior a la tasa de descuento, el VAN 295.972 es superior a 0 y el beneficio costo B/C 1,50 sigue siendo superior a 1.

RECOMENDACIONES:

- Implicar a las instituciones y empresas públicas a dar asesoría especializada a cada uno de los propietarios de fincas para que de manera profesional realicen la explotación de sus recursos turísticos para visitantes.
- Ejecutar un estudio de mercado del turismo ecológico y científico al nivel nacional e internacional.
- En la ciudad de Santa Cruz se debe realizar publicidad en medios de comunicación para que la población tenga conocimiento sobre el proyecto y su ubicación.
- Se debe capacitar a los trabajadores de la Granja Turísticas sobre el gran valor natural, paisajístico y cultural del sector, para que de esta manera tengan presente la importancia de brindar un buen servicio al turista.
- Trabajar conjuntamente con Agencias de Viajes del país en general, para que ofrezcan nuestros servicios al turista que elija como destino la provincia de Galápagos y así garantizar los ingresos a la empresa.
- Se debe dar charlas siempre a los turistas sobre la importancia del cuidado a los diferentes ecosistemas existentes en el lugar, en Santa Cruz y toda la provincia de Galápagos.
- Conservar la buena imagen de la Granja, teniéndola en constante mantenimiento.
- Aplicar correctamente las medidas de mitigación y prevención para posibles impactos ambientales, y así evitar daños a los recursos naturales.
- El proyecto ofrecerá mejorar las condiciones laborales de trabajadores a través de la formalización de la actividad se recomienda que pasen a percibir una remuneración fija, seguro médico y programas de capacitación.

BIBLIOGRAFIA

Consultas en textos

Cámara de Turismo Galápagos (2008) *Informe final sobre la demanda turística actual y potencial de Galápagos* Copirygth 2012 CAPTUR

Cámara de Turismo Galápagos (2008) *Análisis del entorno* Copirygth 2012 CAPTUR

Cámara Provincial de Turismo en Galápagos (2012) *Informe Final Sobre la Demanda Turística Actual y Potencial de Galápagos* Copirygth 2012 CAPTUR

Cámara Provincial de Turismo en Galápagos (2003) *Aria de Turismo Galápagos*. Copirygth 2012 CAPTUR

Fundación Charles Darwin (2011) *Informe anual 2011 Santa Cruz Galápagos*. Edición: Chema Marube

Gobierno Municipal de Santa Cruz. (2012). *Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de Santa CRUZ* Santa Cruz: AMEcuador

González María Esther (2008) *Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura* IICA. TURISMO RURAL ECUADOR Desarrollo Rural Área Turismo Rural

Ministerio de Turismo Santa Cruz MINTUR (2012) *Situación actual del turismo Galápagos*:

Ministerio de Turismo Santa Cruz MINTUR (2012) *Situación actual del turismo* Observatorio de Turismo Galápagos (2012)

Observatorio de Turismo Galápagos (2012) MINTUR *Principales tendencias del entorno turístico*

Parque Nacional Galápagos (2012) *Informe anual de visitantes que ingresaron a las áreas protegidas de Galápagos*: editorial Ecoideas

Plan de Manejo (2006) *Las Islas Galápagos* Edición: No 152012

Secretaria Nacional de Planificación y Desarrollo (2007) *Fortalecimiento turístico* Copirygth 2012 SENPLADES

Paginas consultadas en la web

Parque Nacional Galápagos *Informe anual de visitantes que ingresaron a las áreas protegidas de Galápagos* Recuperado el 06 de Junio de 2013

http://www.galapagospark.org/documentos/turismo/pdf/Informe_anual_de_visitantes_2012.pdf

Parque Nacional Galápagos. (2012), *Playa Tortuga bay*. galapagospark [en línea], Recuperado el 10 de Mayo de 2012 de http://www.galapagospark.org/sitio.php?page=bahia_tortuga

Parque Nacional Galápagos. (2012a), *Playa Estación Charles Darwin*. galapagospark [en línea], Recuperado el 10 de Mayo de 2012 de

http://www.galapagospark.org/sitiosdevisita/centro_crianza_fausto_llerena.html

Parque Nacional Galápagos. (2012), *Playa El Garrapatero*. galapagospark [en línea], Recuperado el 10 de Mayo de 2012 de http://www.galapagospark.org/sitiosdevisita/reserva_el_chato.html

Parque Nacional Galápagos. (2012c), *Reserva Natural el Chato*. galapagospark [en línea], Recuperado el 10 de Mayo de 2012 de

http://www.galapagospark.org/sitiosdevisita/reserva_el_chato.html

Ecostravel. (s.f). *Los Gemelos*. [en línea], Recuperado el 24 de Mayo de 2013 de

<http://www.ecostravel.com/ecuador/ciudades-destinos/los-gemelos-santacruz.php>

Enciclopedia libre Wikipedia. (s.f). *Puerto Ayora*. Recuperado el 24 de mayo de 2013 de

http://es.wikipedia.org/wiki/Puerto_Ayora

Retrospectiva del turismo en las islas encantadas, Islas Galápagos Recuperado

el 03 de Abril del 2013 de <http://jorgepaguay.wordpress.com/2012/09/27/visitantesgalapagos/>

Retrospectiva del turismo en las islas encantadas, *Galápagos Turismo Conciencia* Recuperado el 13 de 3 Abril del 2013 <http://jorgepaguay.wordpress.com/2012/09/27/visitantesgalapagos/>

Historia General de Galápagos (s.f.). *Galápagos* [en línea] Recuperado el 10 de Abril de..2013

<http://www.galapagostour.org/index.php/component/content/article/33/72-historia-natural-de-galapagos>

ANEXO



ENCUESTA

OBJETIVO: Establecer las principales características de las personas que visitan Santa Cruz y su opinión acerca de los servicios turísticos.

CONFIDENCIALIDAD: Toda información proporcionada por Usted es estrictamente confidencial; por lo tanto, no se difundirá en forma individual, ni tampoco podrá utilizarse para fines tributarios u otros que no sean estadísticos.

A. DATOS DEL TURISTA

1. Nacionalidad _____
2. Lugar de residencia habitual _____
3. Sexo 1. Femenino_____ 2. Masculino_____
4. **Seleccione su rango de edad**

- | | |
|-----------------|---|
| 1. 20 - 25 años | 1 |
| 2. 26 – 35 años | 2 |
| 3. 36 – 45 años | 3 |
| 4. 50 – 60 años | 4 |
| 5. mayor de 60 | 5 |

5. Seleccione su ocupación

- | | |
|---|----|
| 1. Dirección de las empresas y de las administraciones públicas | 1 |
| 2. Técnicos y profesionales, científicos e intelectuales | 2 |
| 3. Empleados de tipo administrativo | 3 |
| 4. Trabajadores de los servicios de restauración y comercio. | 4 |
| 5. Artesanos y trabajadores cualificados de industrias | 5 |
| 6. Trabajadores no cualificados | 6 |
| 7. Fuerzas armadas | 7 |
| 8. Desempleado | 8 |
| 9. Ama de casa | 9 |
| 10. Jubilado/Retirado/Pensionista | 10 |
| 11. Estudiante | 11 |
| 12. Otros (especifique)
Especifique:_____ | 12 |

6. Seleccione su rango promedio de ingresos mensuales

1. Menor a 500 dólares __
2. De 501 a 1000 dólares__.
- De 1001 a 1500 dólares__
4. De 1501 a 2000 dólares__
5. Más de 2000 dólares__

7. Seleccione cuál es su nivel de instrucción

1. Primaria __
2. Secundaria__
3. Superior__
4. Posgrado__
5. Sin instrucción__

B. ASPECTOS RELACIONADOS CON LA VISITA AL DESTINO TURÍSTICO

8. ¿Es la primera vez que visita Santa Cruz?

1. Si ____ . No _____

9. ¿Con quién visita/ó Santa Cruz?

1. Solo __ 2. Acompañado _Nro. de personas que le acompañan (incluido Ud.):_____

10. ¿Cuál es su motivo de visita a Santa Cruz?

- 1. Vacación, recreo y ocio
 - 2. Visitas a familiares o amigos
 - 3. Educación y formación
 - 4. Atención médica y de salud
 - 5. Religión y peregrinaciones
 - 6. Compras
 - 7. Transito
 - 8. Negocios y motivos profesionales
 - 9. Negocios y motivos profesionales (No remunerados)
 - 10. Reuniones, eventos y congresos
 - 11. Otros motivos
- Especifique:_____

1
2
3
4
5
6
7
8
9
10
11



Fin de la encuesta

11. ¿Utiliza/ó los servicios de agencias de viaje u operadoras de turismo para visitar Santa Cruz?

1. Si _ 2. No__ (Pase a la pregunta 14)

12. ¿Cuáles servicios incluye/incluyó el paquete contratado en la agencia de viajes?

- 1. Alojamiento
- 2. Transporte de ida
- 3. Transporte de retorno
- 4. Alimentos y bebidas
- 5. Tours
- 6. Traslados in/out
- 7. Seguro
- 8. Otros

Especifique:_____

1
2
3
4
5
6
7
8

13. ¿Cómo calificaría la asistencia recibida por las agencias de viaje que le promocionaron Santa Cruz como destino turístico?

1. Excelente__ 2. Muy bueno__ 3. Bueno__ 4. Regular__ 5. Malo__

14. ¿Por qué medio se enteró de la existencia de Santa cruz como destino turístico?

1. Televisión __ 2. Prensa __ 3. Anuncios en Internet__ 4. Redes sociales__
5. Recomendaciones__ 6. Otro_____ Especifique:_____

15. ¿Cuál fue el factor que predominó en su elección, para que escogiera a Santa Cruz como su destino turístico?)

- 1 Actividades recreativas__2. Flora y fauna del sector
__3. Infraestructura turística__4. Recomendaciones__
5. Información Disponible
del destino__6. Publicidad__7Costo__8Serviciosdisponibles__9Otro__ Cuál?_

16. ¿Cuál es la duración total (número de noches) de este viaje?

C. EVALUACIÓN DE LA INFRAESTRUCTURA TURÍSTICA

17. ¿Cuál es el medio de transporte para llegar y salir del destino turístico?

IDA

REGRESO

1. Transporte público carretera

1
2
3
2. Movilidad propia (terrestre)

2
3
3. Otro

3

- | |
|---|
| 1 |
| 2 |
| 3 |

Especifique:_____

18. ¿Cuánto gastó diariamente en transporte en su visita al destino turístico?

1. Menos de 5 dólares __2. Entre 6 y 10 dólares__3. De 11 a 15 dólares__
4. Más de 15 dólares__

19. ¿Cómo calificaría el servicio de transporte desde y hacia el destino turístico?

1. Excelente__2. Muy bueno__3.Bueno__4. Regular__5. Malo__

20. ¿Uso el servicio de alimentos y bebidas en el destino turístico?

1. Si __2. No__ (Pase a la pregunta 23)

21. ¿Cuánto gastó diariamente por concepto de alimentos y bebidas en su visita al destino turístico?

1. Menos de 5 dólares__2. Entre 6 y 15 dólares __3. Entre 16 y 30 dólares__
4. Entre 31 a 45 dólares__5. Más de 45 dólares__6. No gastó en este rubro__

22. ¿Cuál es su percepción sobre el servicio de alimentos y bebidas en el destino turístico?

1. Excelente__2. Muy bueno__3.Bueno__4. Regular__5. Malo__

23. ¿Visitó lugares de recreación y esparcimiento en su estadía en el destino turístico?

1. Si __2. No__ (Pase a la pregunta 27)

24. ¿Qué lugares de recreación visitó en su estadía?

1. Cascadas__2. Senderos __3. Iglesias__4. Bares /discotecas__5. Centros de recreación__6. Otras__ Especifique cuáles:__

25. ¿En qué actividades de recreación practicó en su visita a Santa Cruz?

1. buceo__2. snorkel__3. Senderismo__4. kayak__5. camping__
6. Pesca deportiva__. Otros __ ¿Cuáles?

26. ¿Cuánto gastó diariamente por concepto de estas actividades de recreación?

1. Menos de 10 dólares__2. Entre 10 y 20 dólares__3. Entre 20 y 30 dólares__
4. Más de 30 dólares__5. No gastó en este rubro__

27. ¿Uso hospedaje en su estadía en el destino turístico?

1. Si __2. No__ (Pase a la pregunta 31)

28. ¿En qué tipo de establecimiento se alojó?

1. Hotel __2. Hostal__3. Hostería__4. Cabañas__5. Vivienda propia__ 6. Casas de familiares / amigos__7. Casa alquilada__8. Otro __ ¿Cuál? _____

29. ¿Qué servicios adicionales le ofrecía el lugar que eligió para hospedarse?

1. Internet __2. Telefonía fija__3. Servicios Médicos__4. Guianzas__5. Alquiler de bicicletas__6. Alquiler de caballos__7. Spa__8. Otros __ cuáles?_

30. ¿Cuánto gastó diariamente por concepto de alojamiento en su visita?

1. Menos de 15 dólares __2. Entre 16 y 30 dólares__3. Entre 31 a 45 dólares__
4. Más de 46 dólares__5. No gastó en este rubro__

31. ¿Cuál es su percepción sobre la infraestructura de alojamiento en el destino turístico?

1. Excelente__2. Muy bueno__3.Bueno__4. Regular__5. Malo__

D. PERCEPCIÓN DEL DESTINO TURÍSTICO

32. ¿Está complacido con la visita a Santa Cruz?

1. Si __2. No__

33. ¿Cuál es su percepción sobre los servicios en general recibidos en Santa Cruz?

1. Excelente__2. Muy bueno__3.Bueno__4. Regular__5. Malo__

34. ¿Qué le hace falta al destino turístico para convertirse en un destino más atractivo para los visitantes?

1. Infraestructura pública (Agua, Energía Eléctrica, Telecomunicaciones)__

- 2. Infraestructura turística (Alojamiento, Alimentación, Recreación) ___
- 3. Vías de acceso___
- 4. Promoción y Publicidad___
- 5. Organización comunitaria___
- 6. Servicios complementarios (Guianzas) ___
- 7. Formación / Capacitación ___
- 8. Seguridad___
- 9. Otro ___ ¿Cuál? _____

35. ¿Volvería a visitar Santa Cruz por turismo?

1. Si ___

2. No___

E. ANÁLISIS DEL PRODUCTO

36. ¿Estaría dispuesto a visitar Santa Cruz para alojarse en una granja ecológica?

1. Si ___2. No___ (Finaliza la encuesta)

37. ¿Qué servicios adicionales le gustaría que ésta hostería le brindara?

- 1. Cabalgatas
- 2. Senderismo
- 3. Aviturismo
- 4. Ciclismo de montaña
- 5. Actividades de recreación
- 6. Otros

1
2
3
4
5
6

Cuáles? _____

38. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por concepto de hospedaje en esta hostería, coloque el valor en dólares que Ud. considere?
