



**Universidad Tecnológica Universidad**

**Facultad de Ciencias Sociales y Comunicación**

**Escuela de Relaciones Públicas y Comunicación Organizacional**

**Trabajo de tesis previa a la obtención del título de Licenciada en  
Relaciones Públicas y Comunicación Organizacional**

**Tema:** Diseño de un plan de Responsabilidad Social para la conservación de las Islas Galápagos y su socialización mediante herramientas de Relaciones Públicas para los turistas de la agencia Islas de Fuego.

**AUTORA: Johanna Estefanía Arguello Ayala**

**DIRECTORA: Mgs. Karina Mendoza**

**Quito – Ecuador**

**28- 01- 2016**

## **HOJA DE RESPONSABILIDAD**

Del presente trabajo es responsable la autora, Johanna Estefanía Arguello

Ayala:

Firma

---

C.I. 1723251151

## **DEDICATORÍA**

**A mi hija, a mi esposo y a mi familia.**

## **AGRADECIMIENTO**

Mi más grande sentimiento de gratitud a mis padres que al largo de mi vida constantemente he gozado de su apoyo, entrega y amor.

A mi hermana por impulsarme cada día a superarme, para ser un buen ejemplo en su nombre.

A mi esposo por ser mi apoyo moral, fortaleza diaria y por su amor incondicional.

A todos muchas gracias.

A mi directora de tesis Karina Mendoza por su constante ayuda, y a todos quienes conforman la Facultas de Ciencias Sociales y Comunicación de la Universidad Tecnológica Equinoccial

## ÍNDICE

INTRODUCCIÓN.....	i
PROTOCOLO DE TESIS .....	iii
1. Tema.....	iii
2. Planteamiento del Problema. ....	iii
3. Preguntas de la Investigación. ....	iv
4. Justificación.....	iv
5. Objetivos.....	v
5.1. Objetivo General. ....	v
5.2. Objetivos Específicos.....	v
6. Idea a defender.....	v
7. Variables.....	vi
CAPÍTULO I.....	1
1. FUNDAMENTACIÓN CIENTÍFICA .....	1
1.1. Marco Teórico. ....	1
1.1.1. Definiciones de las Relaciones Públicas. ....	1
1.1.2. Herramientas de las relaciones públicas.....	3
1.1.2.1. Técnicas de las relaciones públicas internas. ....	3
1.1.2.2. Técnicas de las relaciones con los medios de comunicación social....	3
1.1.2.3. Técnicas de las relaciones con la comunidad.....	3
1.1.2.4. Técnicas transversales.....	5
1.1.3. Clasificación de las actividades de las Relaciones Públicas.....	5
1.1.4. Responsabilidad Social y las Relaciones Públicas.....	6
1.1.5. Responsabilidad social corporativa. ....	8
1.1.6. Responsabilidad social ambiental.....	12
1.1.6.1. Responsabilidad social ambiental y turismo. ....	14
1.1.6.1.1. Definiciones del desarrollo sostenible del turismo. ....	15

1.1.6.1.2. Bases y principios del desarrollo sostenible del turismo. ....	16
1.1.7. Turismo en las Islas Galápagos. ....	17
1.1.8. Turismo consciente en las Islas Galápagos. ....	20
1.1.9. Conservación ambiental en Galápagos. ....	24
1.2. Marco Conceptual. ....	26
1.3. Marco Referencial. ....	29
1.3.1. Plan de Acción empresa II Viago Travel. ....	30
1.4. Marco Legal. ....	38
1.4.1. Ley Orgánica del Régimen Especial Galápagos. ....	39
1.5. Marco Institucional. ....	46
1.5.1. Visión. ....	47
1.5.2. Misión. ....	47
1.5.3. Valores Empresariales. ....	47
1.5.4. Organigrama. ....	48
1.5.5. Tipos de clientes. ....	49
1.5.6. Volumen de ventas anuales. ....	50
1.5.7. Comunicación en la agencia. ....	52
1.5.7.1. Inversión en comunicación. ....	53
1.5.7.2. Tipo de comunicación. ....	53
1.5.8. Necesidad de hacer Responsabilidad Social: ....	53
1.5.9. Tourmarine. ....	54
1.5.9.1. Hotel Arena Blanca. ....	54
1.5.9.2. Hotel Fiesta. ....	55
1.5.9.3. Hotel Piedras Blancas. ....	55
1.5.10. Paquetes turísticos. ....	55

1.5.10.1. Programa 4 días – 3 noches.....	55
1.5.10.2. Programa 5 días – 4 noches.....	56
1.5.10.3. Programa San Cristóbal – Santa Cruz – Isabela.....	56
1.5.11. Políticas de reservaciones. ....	57
1.5.12. Políticas de pago. ....	57
CAPÍTULO II.....	59
2. INVESTIGACIÓN DE CAMPO .....	59
2.1. Antecedentes.....	59
2.2. Planteamiento del Problema: .....	60
2.3. Objetivos de la investigación.....	60
2.3.1. Objetivo general. ....	60
2.3.2. Objetivos Específicos. ....	60
2.4. Metodología de la Investigación.....	61
2.4.1. Tipo de investigación. ....	61
2.4.2. Métodos de investigación. ....	61
2.4.3. Técnicas de Investigación.....	62
2.5. Públicos Objetivos.....	63
2.6. Población de estudio.....	64
2.7. Muestra. ....	65
2.7.1. Muestra turistas. ....	65
2.7.2. Muestra población Isla Santa Cruz.....	66
2.7.3. Muestra Isla San Cristóbal.....	67
2.7.4. Tabla de Públicos y Muestras.....	68
2.8. Planificación de la Investigación a realizar: .....	68
2.9. Diseño de la investigación.....	69
2.9.1. Modelos de encuestas. ....	69
2.9.1.1. Modelo de encuesta turistas mayores de edad en Español.....	70

2.9.1.2.	Modelo de encuesta turistas mayores de edad en Ingles.....	73
2.9.1.3.	Modelo de encuesta turistas menores de edad. ....	76
2.9.1.4.	Modelo de encuesta habitantes de las Islas. ....	78
2.9.2.	Modelo de entrevistas. ....	80
2.9.2.1.	Entrevista directivos. ....	80
2.9.2.2.	Entrevista Ing. Ambiental. ....	81
2.9.3.	Modelo de Sondeo:.....	81
2.10.	Resultados de la investigación:.....	82
2.10.1.	Encuestas tabulación e interpretación:.....	82
2.10.1.1.	Encuestas turistas mayores de edad Agencia Islas de Fuego .....	83
2.10.1.2.	Encuestas turistas menores de edad Agencia Islas de Fuego: .....	95
2.10.1.3.	Encuestas habitantes Islas San Cristóbal y Santa Cruz .....	103
2.10.2.	Entrevistas.....	113
2.10.3.	Sondeo. ....	118
2.11.	Conclusiones de la investigación.....	119
2.11.1.	Conclusiones de las encuestas. ....	119
2.11.2.	Conclusiones de las entrevistas: .....	122
2.11.3.	Conclusiones del sondeo:.....	124
CAPÍTULO III .....		125
3.	DISEÑO DE UN PLAN RESPONSABILIDAD SOCIAL Y UN PLAN DE SOCIALIZACIÓN MEDIANTE HERRAMIENTAS DE RELACIONES PÚBLICAS PARA LA SOCIALIZACIÓN DEL MISMO. ....	125
3.1.	Análisis FODA. ....	125
3.2.	Diseño del Plan de Responsabilidad Social Ambiental para la conservación de las Islas Galápagos. ....	127
3.2.1.	Antecedentes.....	127
3.2.2.	Resumen de la investigación respecto a Responsabilidad Social Ambiental.  127	
3.2.3.	Objetivos del Plan de Responsabilidad Social Ambiental.....	128



3.2.4.	Ámbitos de actuación del Plan de Responsabilidad Social Ambiental. .	129
3.2.5.	Medidas a realizar en el Plan de Responsabilidad Social Ambiental.....	129
3.2.6.	Aplicación de medidas del Plan de Responsabilidad Social Ambiental.	130
3.2.7.	Evaluación del Plan de Actuación de Responsabilidad Social Ambiental.	
	133	
3.2.7.1.	Medidas Ambientales.....	133
3.2.7.2.	Medidas Sociales.....	135
3.3.	Diseño de un plan de socialización mediante el uso de herramientas de Relaciones Públicas para el plan de Responsabilidad Social Ambiental de la agencia Islas de Fuego.....	136
3.3.1.	Antecedentes.....	136
3.3.2.	Resumen de la investigación respecto al Plan de Socialización.....	136
3.3.3.	Objetivos del Plan de Socialización.....	137
3.3.4.	Públicos Objetivos.....	138
3.3.5.	Eje de Campaña:.....	138
3.3.6.	Plan de Relaciones Públicas para la socialización del Plan de Responsabilidad Social Ambiental.....	139
3.3.7.	Matriz de Evaluación.....	144
3.3.8.	Cronograma.....	145
3.3.9.	Presupuesto.....	148
	CONCLUSIONES.....	150
	RECOMENDACIONES.....	152
	BIBLIOGRAFÍA.....	153
	ANEXOS.....	157

## ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1 Esquema de la comunicación .....	2
Ilustración 2 Actividades de las Relaciones Públicas.....	6
Ilustración 3 Teoría de los stakeholders .....	8
Ilustración 4 Conceptos relacionados con la RSE.....	10
Ilustración 5 Bases y Principios para el desarrollo sostenible del turismo.....	16
Ilustración 6 Mapa de las Islas Galápagos.....	17
Ilustración 7 Galápagos no figura como ecodestino.....	23
Ilustración 8 Logotipo Islas de Fuego .....	46
Ilustración 9 Organigrama Empresarial.....	48
Ilustración 10 Porcentaje de ventas por ejecutivo 2014 .....	51
Ilustración 11 Facturación 2014 .....	52
Ilustración 12 Paquete 4 días 3 noches .....	55
Ilustración 13 Paquete 5 días 4 noches .....	56
Ilustración 14 Paquete 8 días 7 noches .....	56
Ilustración 15 Público Objetivo.....	63
Ilustración 16 Mapa de públicos Socialización .....	138

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Herramientas de comunicación .....	4
Tabla 2 Pirámide de Archie Carroll.....	11
Tabla 3 Responsabilidad de la empresa con otras instituciones.....	12
Tabla 4 Beneficios de la Responsabilidad Social Ambiental.....	13
Tabla 5 Resumen de ventas ejecutivos Islas de Fuego grupos 2014.....	50
Tabla 6 Facturación por mes .....	51
Tabla 7 Tabla de públicos y muestras .....	68
Tabla 8 Planificación de la investigación a realizar .....	69
Tabla 9 Análisis FODA .....	126
Tabla 10 Medidas a realizar.....	130
Tabla 11 Aplicación Social.....	131
Tabla 12 Aplicación ambiental.....	132
Tabla 13 Plan de Socialización, objetivo N1.....	139
Tabla 14 Plan de Socialización, objetivo 2.....	140
Tabla 15 Plan de Socialización, objetivo 3.....	141
Tabla 16 Plan de Socialización, objetivo N4.....	143
Tabla 17 Matriz de evaluación .....	144
Tabla 18 Cronograma .....	145
Tabla 19 Presupuesto.....	148
Tabla 20 Áreas de actuación.....	158
Tabla 21 Ámbito Económico.....	159
Tabla 22 Ámbito Social.....	160
Tabla 23 Ámbito Medio Ambiental.....	161

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1 Género 1 .....	83
Gráfico 2 Rango de edad 1 .....	84
Gráfico 3 Ocupación 1 .....	85
Gráfico 4 Pregunta 1 .....	86
Gráfico 5 Pregunta 2 .....	87
Gráfico 6 Pregunta 3 .....	88
Gráfico 7 Pregunta 4 .....	89
Gráfico 8 Pregunta 5 .....	90
Gráfico 9 Pregunta 6 .....	91
Gráfico 10 Pregunta 7 .....	92
Gráfico 11 Pregunta 8 .....	93
Gráfico 12 Pregunta 9 .....	94
Gráfico 13 Género 2 .....	95
Gráfico 14 Rango de edad 2 .....	96
Gráfico 15 Pregunta N 1 .....	97
Gráfico 16 Pregunta N 2 .....	98
Gráfico 17 Pregunta N 3 .....	99
Gráfico 18 Pregunta N 4 .....	100
Gráfico 19 Pregunta N 5 .....	101
Gráfico 20 Pregunta N 6 .....	102
Gráfico 21 Género 3 .....	103
Gráfico 22 Rango de edad 3 .....	104
Gráfico 23 Ocupación 2 .....	105

Gráfico 24 Pregunta # 1 .....	106
Gráfico 25 Pregunta #2.....	107
Gráfico 26 Pregunta # 3.....	108
Gráfico 27Pregunta # 7.....	111
Gráfico 28 Pregunta # 8.....	112

## ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1 Plan de Referencia .....	158
Anexo 2 Resumen de Ventas.....	163
Anexo 3 Tarifas alojamiento Arena Blanca .....	164
Anexo 4 Tarifas de alojamiento Hostería Piedras Blancas .....	165
Anexo 5Itinerario San Cristóbal- Santa cruz.....	166
Anexo 6 Itinerario San Cristóbal - Santa Cruz.....	170
Anexo 7 Itinerario San Cristóbal - Santa Cruz – Isabela.....	173
Anexo 8Programas Promocionales 2015.....	179
Anexo 9 Programa Promocional 2016.....	180
Anexo 10Políticas de reservas y pago .....	181

## INTRODUCCIÓN

Las Relaciones Públicas juegan un papel importante al momento de organizar los procesos de comunicación, interacción y difusión de mensajes tanto dentro y fuera de una empresa, por esto las organizaciones toman los beneficios de las Relaciones Públicas para cumplir con los requerimientos comunicacionales.

El uso de las Relaciones Públicas para elaborar un plan de responsabilidad social ambiental, unido al diseño de la socialización del mismo, ayudará a tener mayor efectividad al momento de transmitir un mensaje, ya que mediante herramientas comunicacionales se puede lograr persuasión e interés en las distintas actividades.

Dando paso a un proyecto de difusión eficaz y eficiente de las normas de cuidado ambiental, para fomentar una cultura de conciencia medio ambiental en los turistas de la agencia Islas de Fuego, educándolos antes del viaje y durante la visita a las Islas Galápagos. Ya que existe la constante problemática que las Islas se ven afectadas por las malas costumbres ambientales de los turistas.

En el primer capítulo se definen las teorías y conceptos afines al tema específico del presente trabajo, con su respectivo marco teórico. Por otro lado está también el marco conceptual, marco referencial, donde en cada uno se establece parámetros de referencia como por ejemplo un plan de Responsabilidad Social Ambiental de una agencia de viaje del mercado que servirá de análisis para la posterior propuesta. Por último se establece el marco legal, donde se describen los aspectos legales del tema respectivamente.

En el siguiente capítulo se realizó un análisis minucioso sobre los públicos a investigar y el uso correcto de la metodología y las herramientas a aplicar, para determinar el problema

comunicacional de los públicos tanto internos como externos y llevar a cabo la propuesta del proyecto de tesis, según corresponda a cada público específico.

Finalmente en el tercer capítulo se realizan las propuestas, primero con un Plan de Responsabilidad Social Ambiental, que servirá para establecer normas y parámetros ambientales en la organización, seguido por su correspondiente diseño de un plan de Relaciones Públicas para la socialización del plan de Responsabilidad Social Ambiental, que logrará difundir y persuadir de la mejor manera las actividades propuestas.



# PROTOCOLO DE TESIS

## **1. Tema.**

Diseño de un plan de responsabilidad social para la conservación de las Islas Galápagos y su socialización mediante herramientas de Relaciones Públicas para los turistas de la agencia Islas de Fuego.

## **2. Planteamiento del Problema.**

La agencia Islas de Fuego incursiona con la venta de paquetes turísticos a las Islas Galápagos a inicios del año 2005, siendo para aquel tiempo un destino ya explotado, con el público de los niños, en los viajes de fin de año lectivo, donde se ve una amplia gama de ofertas con respecto a su competencia, pero se posiciona entre las opciones más acogidas. Ven el problema de la poca cultura ambiental que tienen los turistas que visitan las Islas Galápagos ya que no cuidan el medio ambiente.

Siendo hoy en día una de las agencias más acogidas en el mercado de los niños, la gerente y propietaria de la agencia Islas de Fuego se ha preocupado por garantizar la conservación del medio ambiente en las Islas Galápagos con el afán de retribuir a la comunidad las ganancias que han podido obtener del turismo. Ejemplo de esto es impulsar la construcción del único hotel ecológico en la Isla San Cristóbal.

El propósito de implementar un plan de responsabilidad social y su posterior socialización comunicacional con los turistas de la agencia, se podrá lograr que las personas se interesen por los métodos de conservación ambiental en las Islas Galápagos. Por ende educar a los turistas en conciencia ambiental genera un sentimiento de pertenencia con el lugar a visitar, haciendo del turismo ambiental una experiencia inolvidable.

### **3. Preguntas de la Investigación.**

¿De qué manera se puede fundamentar científicamente la propuesta de tesis, mediante el marco teórico, conceptual, referencial, legal e institucional, para el posterior desarrollo del tema?

¿Cuáles son todos los aspectos del manejo de Responsabilidad Social de la agencia Islas de Fuego y las herramientas de comunicación apropiadas para su socialización?

¿Existe la posibilidad de diseñar una propuesta de un plan de Responsabilidad Social y su socialización para la conservación de las Islas Galápagos mediante el uso herramientas de Relaciones Públicas?

### **4. Justificación.**

La falta de cultura de conservación por parte de los turistas que ven en las Islas Galápagos un potencial destino turístico es un grave problema ya que a largo plazo se destruye el ecosistema y deterioran los sitios turísticos.

Es decir según la experiencia de la propietaria y colona de las Islas, la falta de educación ambiental que tienen los turistas es porque vienen de grandes urbes donde se pierde el sentido de pertenencia y dejan de cuidar el medio que los rodea.

Analizando el comportamiento de las personas, si se empoderaran del tema de cuidado ambiental, se sentirán afines a cuidar y respetar el medio ambiente. Por otro lado esto haría que los residentes y turistas se identifiquen, trabajen por la misma causa. Por último se innovarán las estrategias de educación ambiental respecto a las ya establecidas por el Parque Nacional, utilizando una fusión con la comunicación.

Se verán beneficiadas las Islas Galápagos con el uso del programa del plan de responsabilidad social ya que se educa ambientalmente a los potenciales turistas y se evita posibles daños ecológicos, mediante el uso de herramientas de Relaciones Públicas.

## **5. Objetivos.**

### **5.1. Objetivo General.**

Diseñar un plan de responsabilidad social para la conservación de las Islas Galápagos y socializarlo mediante herramientas de Relaciones Públicas para los turistas de la agencia Islas de Fuego.

### **5.2. Objetivos Específicos.**

1. Fundamentar científicamente la propuesta de tesis mediante el marco Teórico, Conceptual, Referencial, Legal e Institucional para el posterior desarrollo del tema.
2. Investigar todos los aspectos del manejo de Responsabilidad Social de la agencia Islas de Fuego y las herramientas de comunicación apropiadas para su socialización.
3. Diseñar un plan de responsabilidad social y su socialización para la conservación de las Islas Galápagos mediante herramientas de Relaciones Públicas.

## **6. Idea a defender.**

El uso de herramientas de Relaciones Públicas para realizar la socialización de un plan de responsabilidad social ayudará a dinamizar la educación ambiental y mejorar la cultura de conservación en los turistas potenciales.

## **7. Variables.**

- Variable Independiente:

Diseño de un plan de Responsabilidad Social y su socialización mediante herramientas de Relaciones Públicas

- Variable Dependiente:

Para la conservación de las Islas Galápagos, dirigido a los turistas de la agencia Islas de Fuego.

# **CAPÍTULO I**

## **1. FUNDAMENTACIÓN CIENTÍFICA**

### **1.1. Marco Teórico.**

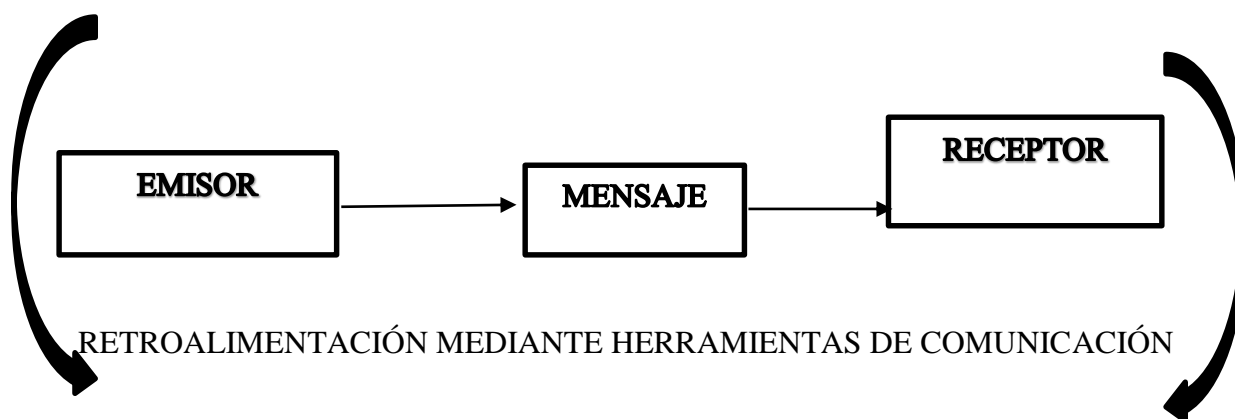
En el marco teórico se realizará una recapitulación desde el concepto de las relaciones públicas hasta la influencia de la misma en la responsabilidad social y herramientas de trabajo que facilitan la difusión de planes de comunicación. Logrando así dar una imagen teórica de lo que se lleva a cabo en dicho proyecto.

#### **1.1.1. Definiciones de las Relaciones Públicas.**

Los diversos puntos de vista que tienen los profesionales respecto a un concepto que determine las Relaciones Públicas, son varios ya que en el uso y aplicación de la materia, existen diversos casos pero en todos se lleva de antemano la comunicación.

Como por ejemplo puedo decir básicamente que las relaciones públicas es el intercambio de información a través de un emisor hacia un receptor por medio del uso de herramientas comunicacionales, de tal manera que influyan positiva o negativamente en el receptor para así lograr el objetivo deseado.

Ilustración 1 Esquema de la comunicación



Elaborado por: Johanna Arguello

O a su vez un concepto más técnico como Esparcia (2009) afirma:

Las Relaciones Públicas se han venido manifestando como una actividad comunicativa entre una organización y sus públicos en la búsqueda de la comprensión y beneficio mutuo. Tras ese concepto tradicional de la disciplina, se postula la necesidad de que ocurran una serie de acciones comunicativas entre la organización y sus públicos-internos y externos-afectos, y entre los dos interlocutores se establezca una relación fructífera, es decir, que los dos salgan beneficiados de esa relación. (p.15)

Podemos encontrar más conceptos aseverados como Domínguez afirma:

Las Relaciones Públicas no contemplan excesivas preocupaciones teóricas, su actividad se limita a la satisfacción de un conjunto de necesidades, mediante el empleo de técnicas heterogéneas, elegidas según el propósito que anima al empresario y la creencia de que tales técnicas son las más adecuadas. (p.19)

Sabiendo que existen varios puntos de vista de otros autores se concluye que las Relaciones Públicas es una herramienta para la satisfacción de necesidades.

### **1.1.2. Herramientas de las relaciones públicas.**

“Existen varias maneras de comunicar a una persona un mensaje pero mediante las siguientes técnicas se puede especificar los casos y en que situaciones corresponden cada una.” (Freixas, 2007)

#### **1.1.2.1. Técnicas de las relaciones públicas internas.**

“Esta técnica se utiliza para destacar la información de la política general de comunicación dentro de una empresa.” (Freixas, 2007)

#### **1.1.2.2. Técnicas de las relaciones con los medios de comunicación social.**

“Esta clase de técnica nos permite practicar de manera ética y profesional el trato y uso de los medios de comunicación para difundir al receptor de la manera más aseverada la información.” (Freixas, 2007)

#### **1.1.2.3. Técnicas de las relaciones con la comunidad.**

“El uso de esta técnica nos ayuda a difundir un mensaje claro y directo con la comunidad. Logrando el objetivo principal que es la empatía con los mismos. Como por ejemplo” (Freixas, 2007)

- “Organización de eventos especiales o naturales, Foro, Seminario, Simposio, Mesa Redonda, Tema, Souvenirs, Señalización, Audiovisuales, Material gráfico.”  
(Freixas, 2007)

Tabla 1 Herramientas de comunicación

HERRAMIENTAS DE COMUNICACIÓN
Relación con los medios de comunicación: gacetilla de prensa, comunicado de prensa, rueda de prensa, conferencia de prensa
Relaciones con el gobierno: acciones de lobby
Publicidad institucional: cine y tv
Folletos institucionales
CD institucional
Página web
Video mailing y correo mailing
News letter o carta de noticias
Visitas guiadas
Eventos académicos, deportivos y culturales
Centro de atención al cliente
Videos institucionales
Programas de becas de investigación
Sponsoring
Ceremonial y protocolo
Solicitud
Inserciones
Apadrinamiento
Donaciones
Organización de eventos
Regalos empresariales

**Fuente:** Kothelshuck, Natalia, “Relaciones Públicas”. Disponible en:

<http://uprorpp.blogspot.com/2008/08/pblico-externo.html>. Consultado: 5/ 10 / 15

**Elaborado por:** Johanna Arguello.



#### **1.1.2.4. Técnicas transversales.**

“El uso de esta técnica no se basa en un solo público específico si no al contrario, se las utiliza en el desarrollo de relaciones entre organizaciones y todos sus públicos”. (Freixas, 2007, págs. 19,69,175,247)

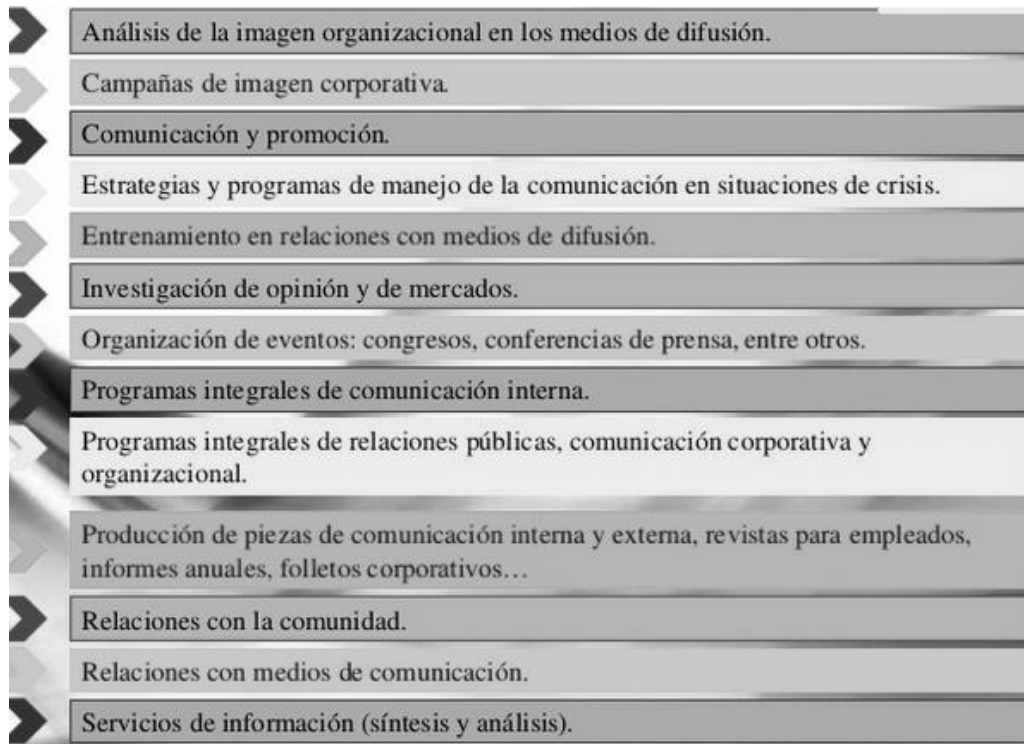
#### **1.1.3. Clasificación de las actividades de las Relaciones Públicas.**

Ardura Rodríguez en su libro Marketing conceptos y estrategias divide las actividades de las relaciones públicas en las siguientes.

Según el ámbito de aplicación y los destinatarios de las acciones.-

- Externos: Medios de Comunicación, clientes, organización de consumidores y usuarios, acciones, proveedores, sindicatos, poderes públicos y sociedad
- Internos: Comunicaciones externas y comunicaciones internas
- Patrocinio: Financiamiento de espacios y programas en medios de comunicación, subvención de actividades deportivas, becas y ayudas, premios culturales.
- Creación, mantenimiento o mejora de la imagen: Identidad corporativa, mejora en la calidad de servicio y actuación de directivos.
- Actividades de servicio público: Oficina de asistencia y reclamos de clientes, colaboración en campañas sociales.
- Capacitación de fondos: De accionistas y obligaciones, de entidad de crédito y otras instituciones. Apoyo a iniciativas: Consecución de influencias, lobbies. (p.270, 271)

## Ilustración 2 Actividades de las Relaciones Públicas



➤	Análisis de la imagen organizacional en los medios de difusión.
➤	Campañas de imagen corporativa.
➤	Comunicación y promoción.
➤	Estrategias y programas de manejo de la comunicación en situaciones de crisis.
➤	Entrenamiento en relaciones con medios de difusión.
➤	Investigación de opinión y de mercados.
➤	Organización de eventos: congresos, conferencias de prensa, entre otros.
➤	Programas integrales de comunicación interna.
➤	Programas integrales de relaciones públicas, comunicación corporativa y organizacional.
➤	Producción de piezas de comunicación interna y externa, revistas para empleados, informes anuales, folletos corporativos...
➤	Relaciones con la comunidad.
➤	Relaciones con medios de comunicación.
➤	Servicios de información (síntesis y análisis).

**Fuente:** Cordero, Naomi, “Introducción a las Relaciones Públicas”, Actividades de las Relaciones Públicas, Publicidad, Propaganda y Periodismo, y Vinculación con otras Ciencias. Disponible en: <http://es.slideshare.net/naomicordero/actividades-de-las-relaciones-pblicas>. Consultado: 05/ 10/ 15

**Autor:** Naomi Cordero

Es importante conocer esta clasificación para poder introducir el tema de la Responsabilidad Social en las Relaciones Públicas. Ya que uno de los públicos objetivos más importantes de las corporaciones es la sociedad. Y con la interacción de los mismos se crean vínculos, lazos de empatía y así se retribuye a la comunidad.

### 1.1.4. Responsabilidad Social y las Relaciones Públicas.

El término de la Responsabilidad Social se refiere a la ética o ideología que tiene una persona o una entidad respecto al buen vivir en la sociedad. Sea positiva o negativa. Se

ha tomado referencia a este término como el uso de retribución hacia la sociedad por parte de una empresa.

Pero también tiene que ver con la ética de una empresa. Por otro lado se ha utilizado dos enfoques en la Responsabilidad Social que ayudan a discernir en que ámbito se podría desempeñar la Responsabilidad Social. “A partir de un enfoque basado en la teoría stakeholders, la perspectiva ética y de la propia aproximación llevada a cabo desde la comunicación y de las relaciones públicas, podemos plantear un marco teórico.” (Esparcia, 2009, pág. 232)

Este enfoque supone esencialmente que existe un conjunto de individuos que sostiene un interés particular en la empresa ya que interactúan con ella de alguna manera. La teoría insiste que los únicos interesados en la empresa no solo son los accionistas o empleados sino que a partir de una red de interacción comunicacional existe todo un conjunto de interesados por distintas razones. Y es aquí donde entra las relaciones públicas en el tema de responsabilidad social ya que es la interacción entre los stakeholders y la empresa para lograr una meta mutua. Y existen dos tipos de stakeholders, según Esparcia (2009)

- Stakeholders primarios: Se refiere a los grupos cuyos intereses están directamente relacionados con el destino de la compañía: empleados, inversionistas, clientes, proveedores, residentes de la comunidad donde opera la empresa, etc. Sin ellos la organización no sobreviviría.
- Stakeholders secundarios: Son los grupos o participantes que influyen indirectamente en una corporación y se ven menos afectados por sus actividades. No están relacionados con las transacciones de la empresa y tampoco son esenciales para su supervivencia. Por ejemplo, los medios de comunicación o los grupos de presión. (p.139)

### Ilustración 3 Teoría de los stakeholders

En síntesis, la teoría de los stakeholders o grupos de interés reconoce la existencia de una amplia gama de participantes interesados en la empresa, y también muestra la condición relacional entre empresa y sociedad. No se trata de dos entidades separadas, sino de dos componentes de un mismo telar que, al tejerse e interactuar, generan un capital o ganancia denominado capital social. Lo realmente valioso es la relación, que requiere confianza mutua, sólo alcanzable a través del diálogo franco y honesto.

**Fuente:** Relaciones Públicas. Teoría e Historia (2009)

**Elaborado por:** Antonio Esparcia

Al identificar los grupos de interés se facilita el trabajo para las Relaciones Públicas, para canalizar el público al que se desea llegar de mejor manera y a su vez lograr relaciones de cooperación para que la comunicación y las metas de la empresa según Responsabilidad Social fluyan.

Para concluir las Relaciones Públicas influyen en la Responsabilidad Social porque las relaciones humanas constituyen un recurso incalculable para los asuntos sociales y acciones como cooperación, compartir información, reciprocidad, solidaridad, etc. Son elementos valiosos que solo se logra con interacción y comunicación de relaciones humanas.

#### **1.1.5. Responsabilidad social corporativa.**

Según el concepto del autor Vega dice que:

La idea que sustenta la responsabilidad social de la empresa (RSE) se refiere al compromiso que la organización tiene con la sociedad en la que desarrolla sus actividades, ya sea como institución social, como organización económica particular o como el conjunto de individuos que la integran. En virtud de este compromiso, la empresa debe asumir los valores de la sociedad en cada momento y utilizarlos como los criterios que han de regir sus operaciones. En la actualidad, estos valores implican que la finalidad de la empresa debe orientarse hacia el bienestar social y que su desempeño debe ser juzgado no sólo en términos de beneficio económico, sino en función del impacto que sus actividades tienen en los ámbitos económico, social y medioambiental. (p.11)

Sin embargo basándose en toda la información consultada, sale a relucir también el tema de la ética empresarial al momento de realizar Responsabilidad Social, de que si una empresa es responsablemente ética, es porque es rentable o es rentable porque es ética. Es un tema muy amplio al que muchas empresas huyen pero depende en el interés que tenga la entidad, si es el dinero o la responsabilidad con la sociedad.

#### Ilustración 4 Conceptos relacionados con la RSE

Nombre	Definición	Características
Filantropía	Acción personal y voluntaria. En teoría no persigue fines estratégicos	Asume la forma de donación y/o caridad.
Ética empresarial	Instrumento de gestión que brinda criterios morales. Sí es estratégica.	Tiene dos vertientes. La teleológica conlleva asumir las consecuencias de las acciones. La deontológica implica tener en cuenta códigos de conducta para guiar las decisiones.
Ciudadanía corporativa	Estatus que adquiere la empresa por su conducta responsable. Sí es estratégica.	Reconocimiento logrado con el paso del tiempo. Se asocia con la reputación corporativa.
Marketing con causa	Recurso o estrategia publicitaria que busca favorecer la imagen de la marca y, subsidiariamente, también ayudar.	Apela a las emociones del público para apoyar una causa. No promueve el desarrollo.

**Fuente:** Relaciones Públicas. Teoría e Historia 2009

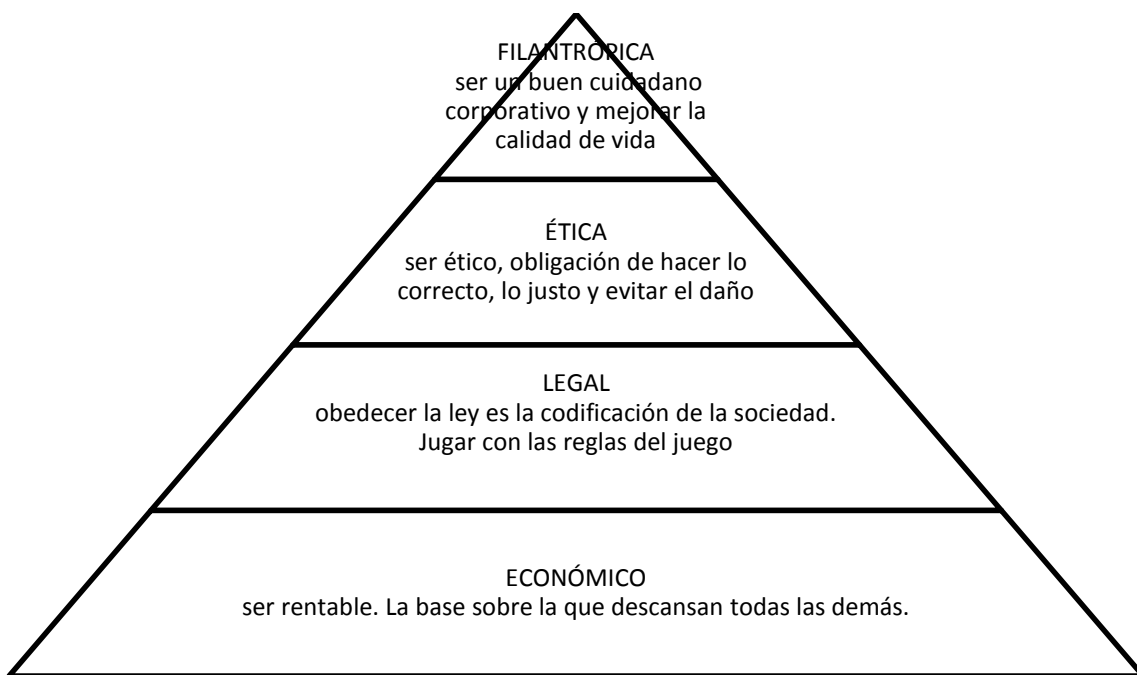
Pero se pueden establecer parámetros de ayuda social donde la Responsabilidad Social no sea utilizada de manera incorrecta. Y existen maneras de identificar los niveles Responsabilidad Social para una empresa. Según Esparcia (2009)

- Responsabilidad económica: la empresa tiene como primera responsabilidad el beneficio económico, maximizar las ventas y minimizar los costes; en otras palabras ser rentable.
- Responsabilidad legal: debe obedecer la ley; cumplirla cabalmente y si en algo no está de acuerdo, intentar modificarla según los causes políticos establecidos para ellos en un sistema democrático.
- Responsabilidad ética: ha de satisfacer expectativas en cuanto a exigencias sociales y ecológicas como el respeto a la dignidad de las personas. En suma, ser ético: hacer lo correcto, lo justo y bueno, evitar el daño.

- Responsabilidades filantrópicas: deber ser una buena ciudadana, cooperar con causas caritativas, apoyar a la comunidad en programas de soporte al desarrollo local y regional y contribuir a mejorar la calidad de vida de su comunidad. A diferencia de las anteriores, esto no es su obligación, la empresa no sería inmoral si no lo hiciera.(p.225)

Existe a su vez la pirámide de la Responsabilidad Social corporativa según Archie Carroll que se explica a continuación.

Tabla 2 Pirámide de Archie Carroll



**Fuente:** Archie Carroll 1979

**Elaborado por:** Johanna Arguello

Al tener claro la clase de ayuda social que puede brindar una empresa, resulta más factible el resultado que debe generar con las acciones que se hayan establecido. Y a su vez se puede encasillar el problema en el que la empresa tiene la justificación para realizar o no

Responsabilidad Social. A continuación se explica en la siguiente tabla la Responsabilidad Social que tiene la empresa con otras instituciones.

Tabla 3 Responsabilidad de la empresa con otras instituciones

Con las instituciones	Cumplimiento de los requisitos legales. Respeto del principio de legalidad Equilibrio entre transparencia y efectividad
Con el estado y los gobiernos	Cooperación con la gestión del estado Gestión de programas que promuevan el desarrollo Cooperación para la solución de problemas sociales de la administración Cooperación para un desarrollo económico viable
Con la comunidad	Retribución justa hacia la comunidad por impuestos pagados Respeto de los derechos de los consumidores Elaboración de guías a los consumidores Promoción de estilos de vida saludables Productos y servicios de calidad Ofrecimiento de precios justos Garantía del producto o servicio
Con los empleados	Respeto de las normas laborales Respeto y valoración del trabajador Retribución justa y reconocimiento público Mejora de las condiciones laborales Promoción de proyectos de vida
Con el medio ambiente	Disminución del impacto ambiental Protección de los recursos Uso de energías limpias Promoción de procesos de formación Desarrollo de procesos de investigación

**Fuente:** Avendaño, William. Responsabilidad social. Disponible en: [http://www.scielo.org.co/scielo.php?pid=S179444492013000100014&script=sci\\_arttext](http://www.scielo.org.co/scielo.php?pid=S179444492013000100014&script=sci_arttext). Consultado: 05/ 10/15

**Elaborado por:** Johanna Arguello

### 1.1.6. Responsabilidad social ambiental.

Cuando se habla de que una empresa realiza Responsabilidad Social Ambiental se la relaciona el tema, como una empresa que práctica ética filantrópica o a su vez que es una



organización sostenible, ya que se procura que sus procesos y acciones con el medio ambiente sean menos nocivas, ecológicas y que aporten con la comunidad en su entorno. O se puede encontrar conceptos más concretos para definir de mejor manera el tema de la Responsabilidad Social Ambiental, con “que se refiere específicamente a la responsabilidad que compete a las empresas sobre las externalidades que genera su actividad productiva. Este plano abarca: la administración de recursos naturales, control de contaminación, manejo de desechos y el ciclo del producto. Adicionalmente la RSC incluye una ampliación de la cobertura del concepto que va más allá de la gestión de sus impactos ambientales” (Núñez, pág. 6).

Se habla también que las buenas prácticas ambientales empresariales con llevan a un sin número de beneficios como se los detalla a continuación.

Tabla 4 Beneficios de la Responsabilidad Social Ambiental

<b>Beneficios de la Responsabilidad Ambiental empresarial</b>
Reducción de los costos ambientales y , por lo tanto, de los costos generales de las empresas: la gestión y la optimización adecuada de los recursos naturales y de otros, reduce los consumos de energía, agua, materias primas, la generación de residuos, etc.
Permite acceder a mercados más exigentes y restringidos por razones aumentando la actividad de la propia empresa.
Favorece nueva oportunidades y actividades empresariales, mejorando ambientalmente los productos propios, acudiendo a la producción o reutilización de otros, o accediendo al mercado y a líneas de crédito específicas.
Mejora la imagen general de la empresa y su credibilidad frente a cliente, consumidores, competidores, administraciones públicas y opinión pública.
Permite introducir mejoras técnicas y de funcionamiento en propia empresa, facilitando la actividad empresarial y el acceso a ciertos contratos, reduce enfermedades y accidentes laborales con la implementación de nuevas tecnologías.

**Fuente:** disponible en:

[http://responsabilidadambientalempresarial1.bligoo.es/bienvenidoabligoo#.VgsHNMt\\_Oko](http://responsabilidadambientalempresarial1.bligoo.es/bienvenidoabligoo#.VgsHNMt_Oko). Consultado: 05/ 10 / 15

**Elaborado por:** Johanna Arguello

Pero se debe tomar en cuenta que la Responsabilidad Social Ambiental empresarial se basa directamente con los individuos que rodean el entorno que se ve afectado. Es decir

que la conservación ambiental que se podría realizar en un entorno determinado está ha dirigido específicamente a las personas que habitan el sector perjudicado ambientalmente.

Por esto las campañas de Responsabilidad Social Ambiental deben ir dirigidas al público que habita o visita el sitio específico en tratamiento. “La participación ambiental está determinada por la interpretación que hacen las personas sobre la situación del medio ambiente, de las condiciones socio comunitarias generales asociadas a éste y de la acción política en sí misma.” (Castro, 2007, pág. 16)

Queda claro que las empresas deben cuidar los lugares que explotan, y para esto se debe crear conciencia en las personas que harán uso de este bien intangible.

#### **1.1.6.1.Responsabilidad social ambiental y turismo.**

Para involucrarse en el tema de Responsabilidad Ambiental se debe inmiscuir en los conceptos de, que es desarrollo sostenible y sostenibilidad, ya que para generar riqueza de un lugar turístico, se debe tener un crecimiento económico pero responsable con el medio ambiente.

El desarrollo sostenible se lo define como “desarrollo que satisface las necesidades de la generación presente sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras para satisfacer sus propias necesidades” (Cebrián, 2008, pág. 26). Es decir que según Cebrián, se plantea en la presente generación crear modelos de desarrollo o modos de producción que respeten el medio ambiente, satisfaciendo las principales necesidades, para no dañar las riquezas del futuro.

Por otro lado si se habla de sostenibilidad, donde se refiere al equilibrio que tiene una especie y los recursos que existen en el entorno. Y en turismo se traslada a la explotación

responsable de los recursos ambientales. Cuidando los lugares turísticos que se utiliza para visitar.

Llegando a entender estos dos aspectos se toma en cuenta el turismo sostenible como en la cumbre de Río 1992 se lo definió “como actividad orientada a la gestión de todos los recursos de manera que se satisficiesen las necesidades económicas, sociales y estéticas, respetando al mismo tiempo la integridad cultural, los procesos ecológicos esenciales, la diversidad biológica y los mecanismos de apoyo a la vida” (Cebrián, 2008, pág. 40)

Para esto las empresas turísticas toman conciencia y se genera las campañas de responsabilidad ambiental en el entorno en donde explotan sus servicios, retribuyendo a la sociedad con la conservación del medio ambiente.

#### **1.1.6.1.1. Definiciones del desarrollo sostenible del turismo.**

Según recoge la Agenda 21 para la industria del Turismo y los Viajes en el libro de Cebrián (2008).

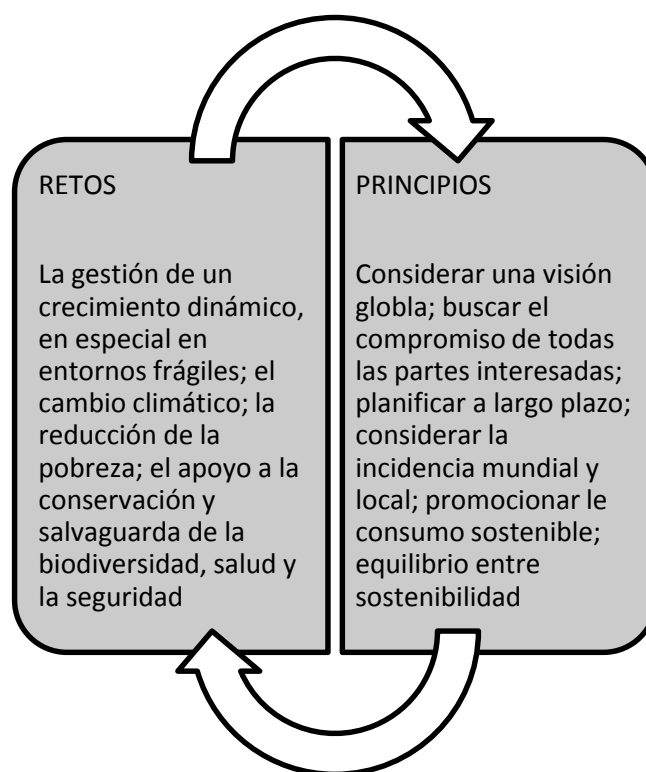
El desarrollo turístico sostenible atiende a las necesidades de los turistas actuales y de las regiones receptoras y al mismo tiempo protege y fomenta las oportunidades para el futuro. Se concibe como una vía hacia la gestión de todos los recursos de forma que se puedan satisfacer las necesidades económicas, sociales y estéticas, respetando al mismo tiempo la integridad cultural, los procesos ecológicos esenciales, la diversidad biológica y los sistemas que sostienen la vida. (p.40).

Definiendo el turismo sostenible como el modelo de desarrollo económico diseñado para mejorar la calidad de vida de la población local, proveer una mayor calidad de experiencia turística, mantener la calidad del medio ambiente, y por su puesto su conservación.

#### 1.1.6.1.2. Bases y principios del desarrollo sostenible del turismo.

El desarrollo sostenible del turismo exige la participación informada de todas las personas de participación, un liderazgo político o social firme para lograr consensos, un alto grado de satisfacción de los turistas y a su vez fomentar prácticas sostenibles y una mayor concienciación ambiental. Por esto se entiende que se requiere de un seguimiento constante de medidas correctivas y preventivas necesarias.

Ilustración 5 Bases y Principios para el desarrollo sostenible del turismo



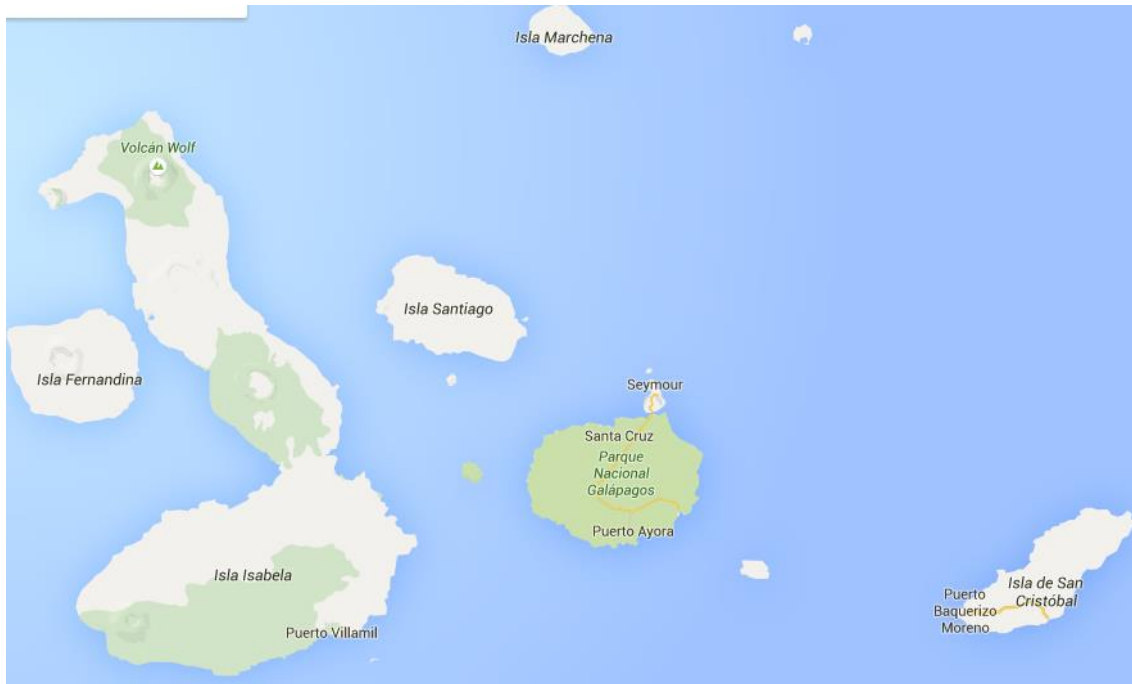
**Fuente:** Turismo Rural y Desarrollo Local (2008)

**Elaborado por:** Johanna Arguello

### 1.1.7. Turismo en las Islas Galápagos.

Las Islas Galápagos son un destino privilegiado en el mundo siendo un lugar de visita deseado entre varios turistas del mundo.

Ilustración 6 Mapa de las Islas Galápagos



**Fuente:** disponible en: <https://www.google.com.ec/maps/@-0.3839047,-90.4513683,9z>. Consultado: 06/10/15

Según Calero (2012) explica de una manera detallada la extensión de las Islas Galápagos.

Las islas, que se encuentran a 972 kilómetros del territorio continental del Ecuador, a cuyo país pertenecen, forman un archipiélago conocido como archipiélago de Colón, está integrado por 13 grandes islas, 6 pequeñas y más de 100 islotes y rocas. En varias de ellas, iguanas marinas y terrestres, así como tortugas gigantes establecieron su feudo muchos siglos atrás y continúan viviendo en él, algunos, como los quelonios, con más de 100

años de supervivencia. La propiedad de las islas por parte del gobierno ecuatoriano fue reclamada y ejecutada en 1832, a dos años de su separación de la Gran Colombia para proclamarse como una nación aparte. La presidencia del país en esa época la ejercía el militar venezolano Juan José Flores, quien fue su primer presidente. Dentro de la demarcación geográfica y territorial, las islas Galápagos, desde el 18 de febrero de 1973, constituyen una provincia más de las que integran la República del Ecuador, teniendo en Puerto Baquerizo, situado en la isla San Cristóbal, su capital administrativa. (p.15).

Galápagos no cuenta con grandes playas como en otros lugares del mundo, pero el gran atractivo que representan sus especies de plantas y sobre todo animales endémicos que solamente se encuentran en este lugar del planeta, viviendo en un entorno ambiental en el cual muy poco se ha hecho sentir la mano del hombre, constituyen motivo más que suficiente para que anualmente millares de turistas extranjeros y nacionales, así como científicos, acudan a visitarlas. Para mantener la preservación ambiental, las autoridades ecuatorianas han limitado el número anual de visitantes a la vez que ejercen un estricto control para evitar que especies extrañas sean trasladadas desde el continente.

De igual manera, se tiene mucho cuidado por parte de los guías que conducen las caminatas de los visitantes, recomendándoles no arrojar basura o desperdicios que puedan haber llevado y es más, se busca evitar que semillas de plantas foráneas sean botadas en las orillas de los senderos.

Las Islas Galápagos constituyen un gran fuerte ingreso turístico en el Ecuador, llegando a ser conocido en varios países del mundo, según datos obtenidos del diario el universo el turismo en las islas Galápagos creció un 6 % en el 2014 hasta llegar a los 215.691 visitantes, de los cuales un 70 % fueron extranjeros (149.997) y de éstos el mayor número eran estadounidenses.

Se sabe por estos datos que el turismo en las Islas Galápagos ha crecido notablemente pero esto se debe a la corriente turística que está fortaleciendo la economía en turismo. Según sostiene en su informe Gabriela Erazo (2015)

En cuanto a los nuevos turistas, la globalización y el surgimiento de nuevas economías están transformando la demanda de servicios turísticos. Esto se puede evidenciar en economías como la de China, México, Argentina y Australia que han alcanzado madurez, esto para Galápagos, se traduce en que los mercados de Australia, Argentina, China han venido creciendo a importantes ritmos (~30% en los últimos 7 años). Puntualmente para el cono sur de América (Chile, Argentina y Perú), la apertura de nuevas rutas aéreas para Galápagos ha incidido en tasas de crecimiento superiores al 30% en los últimos 5 años, teniendo ahora un mercado importante para la economía local a los viajeros argentinos por ejemplo, que pasaron de estar fuera del ranking de los países con más llegadas a Galápagos, a estar en los primeros 5 para 2014 (OT, 2014). Otros países como China y Australia, vienen creciendo como países emisores y en Galápagos también se ha visto su impacto. China posee la tasa de crecimiento más alta (TACC) entre 2007 y 2013, teniendo un crecimiento de cerca del 40%, y si bien no es un mercado importante en volumen (cerca de mil visitantes en 2013 para

Galápagos), si mantiene este crecimiento, podría llegar a ser uno de los principales mercados en menos de una década. Australia, con un crecimiento del 12% para el mismo periodo es otro país que no ha dependido de nuevas conexiones aéreas para incrementar su número de viajeros a las islas, estando cada vez más arriba en el ranking de países que recibe el Archipiélago (OT, 2014). (p.154)

### **1.1.8. Turismo consciente en las Islas Galápagos.**

El turismo de tendencia, es el turismo sustentable y el ecoturismo donde prevalece el cuidado del medio ambiente, evitado generar mayor impacto ambiental con las visitas a los lugares turísticos y en este caso las Islas Galápagos no se queda atrás, pese que es un destino que no se lo vende en si como un ecosistema vulnerable. Como sostiene Erazo (2015).

Cada vez más turistas prefieren adquirir servicios que se provean de forma sustentable y que cuiden su entorno natural. Más del 66% de los turistas americanos y australianos, así como el 90% de los viajeros británicos consideran la protección del ambiente y a veces incluso el apoyo a comunidades locales, parte de la responsabilidad de un hotel. En cuanto al turismo norteamericano, el 44% de los turistas considera importante el impacto ambiental cuando planea un viaje (PhoCusWright, 2009) y un 43% se identifica como “ecoconscientes”, dispuestos a pagar 5% adicional por un viaje responsable, mientras que el 40% está dispuesto a pagar hasta 10% extra (Community Marketing Inc., 2010). Estos datos son relevantes si se considera que el primer país emisor de turistas a Galápagos es Estados



Unidos, y esta tendencia del mercado empata con el modelo de ecoturismo propuesto para las islas. Uno de los principales desafíos de este mercado es el evidenciar el compromiso ambiental de los prestadores de servicios, a nivel mundial existe cerca de 130 estándares para certificar establecimientos turísticos. En el caso de Ecuador entre las certificaciones más utilizadas está Smart Voyager y la de Rainforest Alliance. A pesar de la corriente mundial y de tener un modelo de ecoturismo como visión del destino, Galápagos (y Santa Cruz) no posee altos estándares de calidad ambiental en la mayoría de sus negocios. A su vez la amplia oferta informal ha dejado de lado la necesidad urgente de adoptar buenas prácticas ambientales, enfocando los esfuerzos de las instituciones en la legalización de prestadores de servicios antes que el incentivo de adoptar prácticas amigables con el ambiente.(p.35)

A su vez la tendencia actual en viajes muestra que ha incrementado los viajes pero cada vez son más cortos y esto complica a un ecodestino como son las Islas Galápagos ya que por ser parque nacional está permitido solo realizar una cantidad determinada de vuelos Erazo (2015)

El turismo se ha visto impactado por la reducción de precios en el transporte, principalmente el aéreo, lo que ha reducido las distancias entre destinos y logrado una mayor frecuencia en viajes, pero de menor duración en promedio. Se estima que 4 de cada 5 turistas viajan dentro de su misma región (entiéndase región como continente). El cambio en el estilo de vida y el desarrollo de los medios de transporte han reducido el número de días

que los turistas pueden abandonar sus actividades diarias. Las tendencias muestran que a pesar de que los turistas están realizando más viajes, estos son más cortos y en muchos casos más económicos. Esta tendencia se ve reforzada en el caso de Galápagos donde las aerolíneas disponen de distintas ofertas. Para Galápagos, la duración del viaje en promedio se ha mantenido en ~7 días, pero hay nuevos “viajeros relámpago” con estadías de 4 días, sobre todo desde Latinoamérica (Ecuador, Perú, Chile y Argentina) (OT, 2014). La aplicación de una clara política pública respecto al establecimiento técnico del número de frecuencias aéreas es indispensable para aplicar el modelo de ecoturismo, pues con bajas tarifas de los pasajes se atrae a un segmento de mercado de baja capacidad de expendio, contrario a las metas de mejorar la participación local a partir del incremento del consumo (más gasto y más estancia de los turistas).

Galápagos es un ecodestino para el mundo y se está vendiendo con tal, a continuación se describe mejor el tema.

## Ilustración 7 Galápagos no figura como ecodestino

### Galápagos no figura como ecodestino

Además de analizar los datos duros, también se analizó algunas variables cualitativas como la percepción de Galápagos ante los ojos de los principales medios especializados del sector. El resultado es que Galápagos se vende como un destino de naturaleza y en algunos casos hasta de sol y playa en lugar de posicionarse como un destino ecoturístico.

Para Lonely Planet<sup>5</sup> (la mayor empresa de libros de viaje del mundo), y National Geographic<sup>6</sup>, Galápagos es un destino de vida salvaje y naturaleza. En ambos medios se oferta principalmente la modalidad de island hopping y se sugiere como un destino familiar.

En tanto que según los Travelers Choices 2014 de Tripadvisor<sup>7</sup>, Tortuga Bay está entre las 10 playas más populares de Sudamérica.

En la revista Condé Nast Traveller<sup>8</sup>, además de promocionar el viaje tradicional de island hopping recomiendan como tour alternativo dentro de los mejores destinos el alojarse en la parte alta en el Pikaia Lodge.

En la revista Travel and Leisure<sup>9</sup>, Galápagos está en el lugar número 10 en la lista de mejores islas a nivel mundial, y ocupa el primer lugar en las mejores islas de México Centro y Sur América. Cabe destacar que Galápagos está dentro de los 10 mejores lugares para aprender a bucear<sup>10</sup>.

Para Tripadvisor<sup>11</sup> entre las islas más populares de Sudamérica se encuentra Santa Cruz en 6to lugar e Isabela en 9no, a diferencia de los otros buscadores en este se posicionan como islas independientes y no como el destino Galápagos.

Por otro lado para National Geographic<sup>12</sup> Galápagos no figura dentro de los mejores destinos verdes, los competidores en América son: Brasil, Canadá, Costa Rica y Belice. Tampoco ninguna iniciativa de las islas aparece dentro de los 50 mejores ecolodges a nivel mundial<sup>13</sup>.

A pesar de que Galápagos todavía no está posicionado como un destino de ecoturismo existen varias empresas que han tenido reconocimiento a nivel mundial como el Finch Bay Eco Hotel que recibió durante 3 años consecutivos el reconocimiento como Mejor Hotel Verde de Sudamérica en los World Travel Awards, y varios prestadores de servicios cuentan con certificación Smart Voyager o Certificado de Excelencia de Tripadvisor, por lo que se recomienda potenciar estos productos más desarrollados, para luego ir ampliando la gama de propuestas al mercado con el desarrollo de nuevos productos.

**Fuente:** disponible en:

[http://biblioteca.wwf.org.ec/bitstream/123456789/199/1/Gabriela%20Erazo\\_2014\\_Plan%20Desarrollo%20Turismo%20Sostenible%20Santa%20Cruz%202015%202019.pdf](http://biblioteca.wwf.org.ec/bitstream/123456789/199/1/Gabriela%20Erazo_2014_Plan%20Desarrollo%20Turismo%20Sostenible%20Santa%20Cruz%202015%202019.pdf).

Consultado: 25/11/15

Conociendo todos los aspectos de ecoturismo de Galápagos lo definimos con un destino sostenible para los turistas, por ende se debe impulsar el cuidado ambiental y la conservación ambiental incluyendo a las especies animales.

### **1.1.9. Conservación ambiental en Galápagos.**

Las Islas Galápagos fueron declaradas en 1978 Patrimonio de la Humanidad por la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura. Razón por la cual las Islas Galápagos no solo son un atractivo turístico, sino que es un parque nacional que se debe conservar y tratar de una forma distinta que otros lugares turísticos.

El Parque Nacional Galápagos protege alrededor del 97% de las aéreas terrestres del Archipiélago y la Reserva Marina algo más de 135,000 Km<sup>2</sup>. Es decir que solo una mínima parte del territorio esta explotado y aun así se ve en riesgo por el mal uso de sus recursos. Como los sostiene Marie, s.f. (2013)

Sin embargo, las Islas enfrentan una de las mayores amenazas de pérdida de biodiversidad del mundo: las especies invasoras. Estas especies son la segunda causa de pérdida de biodiversidad en el planeta y en Galápagos han diezmado poblaciones enteras de animales y plantas endémicas. Los cerdos, perros, gatos, ratas, cabras, burros y hormigas han arrasado aéreas completas de vegetación natural y han destruido las especies nativas. Plantas muy agresivas como la quinina, la guayaba y diferentes especies de mora han invadido nichos ecológicos desplazando a las especies nativas. Cerdos y gatos comen los huevos de tortugas y aves que evolucionaron sin predadores, lo que las hace presa fácil de estos animales. Asimismo, cabras y burros son responsables de la destrucción de extensas aéreas en las islas. El uso insostenible de los recursos naturales, como la sobre-pesca, en especial de tiburones (cuya pesca es ilegal), pepinos de mar y langostas para satisfacer el mercado asiático, afectan a las islas. Asimismo, los asentamientos humanos ejercen una gran presión sobre los

ecosistemas y últimamente se ha identificado al cambio climático global como responsable por la severidad y ocurrencia de fenómenos como El Niño, que tienen un impacto dramático sobre el Archipiélago. Actualmente se desarrolla un proyecto que tiene como fin el control de especies introducidas seleccionadas en las Islas Galápagos, así como el desarrollo sustentable de las comunidades locales.

Recientemente se aprobó una nueva ley orgánica para islas Galápagos donde se pretende seguir con el plan de conservación que se ha realizado desde 1978. Para mantener a las islas como el mejor lugar conservado del planeta. Implementada por el Ministerio de Ambiente (2015)

La Ley aprobada recientemente por la Asamblea Nacional aborda de manera técnica la conservación y sostenibilidad de las áreas protegidas de Galápagos, desde el Capítulo I, que habla del Objeto, ámbito, finalidades y principio del cuerpo legal, en su Artículo 2, que tiene 3 literales. (Referencia cita 1). En estos tres literales, la Ley evidencia una clara vocación con la defensa y conservación de los recursos naturales de la provincia de Galápagos, amparados en el Capítulo Séptimo de la Constitución de la República del Ecuador.

El Art.3 de Principios, en los numerales 1, 2, 3,5 y 6, rige todo tipo de actividad sobre el desarrollo socioeconómico y la conservación de la naturaleza.

Referencia cita 1:

1. La conservación de los sistemas ecológicos y la biodiversidad de la provincia de Galápagos, especialmente la nativa y la endémica, permitiendo a la vez, la continuación de los procesos evolutivos de esos sistemas con una mínima interferencia humana, tomando en cuenta, particularmente, el aislamiento genético entre las islas, y de estas con el continente y reduciendo los riesgos de introducción de enfermedades, pestes, especies de plantas y animales exógenos a la provincia de Galápagos.

## **1.2. Marco Conceptual.**

En el presente marco conceptual se definen las diferentes palabras que se utilizan en la presente tesis, dando un significado en específico para cada una.

- Interlocutores: “Parten de un relación social de igualdad, por lo que pueden expresarse libremente” (García, 1993, pág. 448)
  
- Empatía: “puede ser definida como la habilidad para comprender el punto de vista de los demás, para establecer puntos de encuentro, de intercambio y de comparación” (Diéguez, 2007, pág. 194)
  
- Simposio: “Conferencia o reunión en que se examina y discute determinado tema.” (Definiciones-de.com, 2010)

- Souvenirs: Es un objeto que atesora memorias, materializando los lugares visitados o cosas aprendidas, etc. (WordReference.com, 2005)
  
- Marketing: Según la American Marketing Association (AMA), la mercadotecnia es la actividad, conjunto de instituciones y procesos para crear, comunicar, entregar e intercambiar ofertas que tiene valor para los consumidores, clientes, socios y la sociedad en general.
  
- Stakeholders: “cualquier persona o grupo que tiene interés, derecho, reivindicación o propiedad de una organización” (Míguez, 2010, pág. 57)
  
- RSE: “La RSE supone, en este caso, dirigir la actividad de la empresa de forma que sea congruente con las normas sociales, valores y expectativas de conducta dominantes” (Araque, pág. 157)
  
- Ética Filantrópica: Relacionado al tema de RSE, se comprenden aquellas acciones que responden a las expectativas sociales sobre la buena ciudadanía corporativa. Por ejemplo el involucramiento de la empresa con actividades de bienestar social y calidad de vida con la comunidad. (Guerra, 2014)
  
- Sostenibilidad: Es la capacidad de permanecer. Cualidad por la que un elemento, sistema o proceso, se mantiene activo en el transcurso del tiempo. (Bermejo, 2005, pág. 40)

- Desarrollo sostenible: Existen varios conceptos de desarrollo sostenible reflejado a diversas disciplinas pero en este caso nos interesa “ sostenibilidad ecológica: los ecosistemas mantienen a través del tiempo las características fundamentales para su sobrevivencia en cuanto a componentes e interacciones” (Hunnemeyer, 1997, pág. 19)
- Quelonios: Son un orden de reptiles anápsidos, terrestres, fluviales o marinos (Duiops, 2009)
- Endémicas: “Especie animal o vegetal propia y exclusiva de una determinada zona.” (WordReference, 2005)
- Sustentable: “un límite, expresado en una norma, más allá del cual las emisiones de desechos conducen al deterioro del ambiente, poniendo en peligro el equilibrio ecológico y la salud de la especie humana” (Nadal, 2007, pág. 49)
- Mailing: “Envío de información o de propaganda publicitaria por correo a las personas que forman parte de una lista” (WordReference, 2005)
- Sponsoring: En español patrocinio. Se llama a la prestación de dinero o recursos tangibles a cambio de presencia publicitaria, propaganda o imagen. (Ferrand, 2006)
- Ecoturismo: “el viaje medioambientalmente responsable, a áreas relativamente poco alteradas, para disfrutar y apreciar la naturaleza a la vez que se promueve la



conservación, tiene un bajo impacto ambiental y proporciona un beneficio socioeconómico a la población local” (Héctor Cevallos)

- Consciente: “término utilizado por Sigmund Freud, como adjetivo para calificar un estado psíquico” (WordReference, 2005)
  
- Ranking: “Tabla o lista en que se clasifican una serie de elementos por orden de mayor a menor categoría o puntuación” (Diccionario manual de la lengua española, 2007)
  
- Community: “grupo de personas teniendo el mismo interés” (Diccionario manual de la lengua española, 2007).
  
- Ecolodges: “un centro de alojamiento turístico diseñado para tener un impacto mínimo en el medio ambiente , a menudo construido como parte de un proyecto ambiental” (Collins, 2003)

### **1.3. Marco Referencial.**

Se toma un caso de similares condiciones como referencia para conocer de mejor manera el tema de Responsabilidad Social Ambiental y poder aplicarlo en la empresa Islas de Fuego, se tomó a la agencia de viajes II Viago Travel que es una empresa receptiva establecida desde el 2006 con iguales actividades en el mercado que la agencia Islas de Fuego, se encuentra ubicada en Escazú provincia de Costa Rica.

Esta agencia apuesta por la adopción del modelo de gestión empresarial con criterios en RSE tanto interna como externamente. Haciendo que con la aplicación de estas medidas la empresa mejore en posicionamiento y obteniendo un diferenciador.

A continuación se presenta la propuesta de un plan de Responsabilidad Social y Ambiental de la agencia II Viago Travel. Tomada del sitio web de la agencia (il Viaggio Travel)

### **1.3.1. Plan de Acción empresa II Viago Travel.**

#### **Objetivos**

Los objetivos de este plan de acción son:

- ✓ Contribuir al Desarrollo Sostenible Local y Global observando los principios de transparencia, cumplimiento del marco legal (nacional e internacional), diálogo, igualdad, solidaridad y justicia en materia medioambiental, social, laboral y de derechos humanos.
- ✓ Satisfacer a las partes interesadas o agentes vitales con los que se interrelaciona la empresa.
- ✓ Orientarse a la creación de valor a largo plazo.
- ✓ Integrar en las decisiones de gestión empresarial los aspectos de RSC
- ✓ Dar a la RSC un carácter estratégico en los procesos de la agencia así como de sus proveedores.

#### **Ámbitos de actuación.**

- Económico: Relación con los clientes y proveedores, adaptación al cambio y maximización de utilidades.

- Social: relación más cercana con el entorno local, capacitación al personal y al entorno local, igualdad de oportunidades.
- Medio ambiente: contribución a la protección de medio ambiente, educación en prevención de daños al medio ambiente.

Se especifica detalladamente las medidas y acciones a implementarse como plan de Responsabilidad Social de la agencia Il Viaggio Travel en los anexos de presente documento. (**Anexo 1 Plan de Referencia**)

### **Evaluación del Plan de Actuación.**

Il Viaggio Travel ha iniciado el proceso de Responsabilidad Social y Ambiental desde el año pasado y se basa en las certificaciones de CST y RA anteriormente mencionadas, por lo que las actividades se mejoran con este plan de responsabilidad social y ambiental.

### **Medidas Ambientales.**

En IL VIAGGIO TRAVEL sabe lo importante que es mantener un desarrollo en armonía con el medio ambiente, por lo tanto se toman las medidas necesarias para que la actividad económica produzca el menor impacto ambiental posible. Además tratamos de que nuestros clientes y colaboradores divulguen tal compromiso.

- Manejo de desechos: tanto en nuestra oficina como en nuestros tours tratamos de utilizar productos biodegradables, retornables, reciclados, o reciclables para minimizar la cantidad de desechos.

- Aprovechamiento de energía: en nuestra oficina utilizamos bombillos de tipo fluorescentes que permiten un menor consumo de electricidad. Encendemos las luces a partir de las 5 de la tarde para evitar el gasto innecesario. En nuestros tours tratamos de utilizar el aire acondicionado solamente cuando es muy necesario.
- Menor consumo de agua: tratamos de evitar el desperdicio de agua, tanto en la oficina como en el campo. Mantenemos una botella de medio litro de agua dentro de cada tanque de inodoro e informamos a nuestros clientes y guías para que denuncien cualquier filtración de agua en llaves de paso y servicios sanitarios. Denunciamos las fuentes de contaminación en los lugares donde se opera.
- Transporte: en la medida de lo posible procuramos contratar transportistas independientes y compañías de transporte que utilicen unidades modernas y en perfecto estado que consuman solamente el combustible necesario, mantengan controlada la emisión de gases y que no sean muy ruidosas. Que además tengan la Revisión Técnica Vehicular y los Seguros Correspondientes al día.
- Protección de áreas naturales: tratamos de reducir el impacto que nuestros clientes puedan causar a las áreas de vida silvestre y parques nacionales visitados, respetando la fragilidad de ecosistemas como el de Manuel Antonio o Carara donde la capacidad de las instalaciones es muy limitada. Prohibimos, evitamos y denunciemos la extracción, cautiverio y comercialización ilegal de animales y plantas silvestres.
- Promoción de valores y culturas locales: apoyamos las iniciativas de conservación y desarrollo que promuevan el desarrollo humano de las comunidades que se visitan durante cada tour o gira.

- Ahorro dentro de la Oficina: ahorro en el papel al utilizar sistemas informáticos y reutilizando el papel.

### **Medidas Sociales.**

En IL VIAGGIO TRAVEL está claro que la actividad económica que se desarrolla puede generar impactos positivos o negativos en las comunidades y lugares donde se desenvuelven los productos turísticos que se ofrecen dependiendo del tipo de información que maneje el staff, los guías y los clientes. Por eso se procura prevenir en lo máximo estas situaciones que luego podrían convertirse en un problema no solo para el medio ambiente sino también para las personas del entorno y las comunidades que se visitan.

Capacitamos a nuestro personal y tratamos de monitorear los cambios. En el momento en que observamos algún cambio sociocultural en las comunidades que visitamos le informaremos inmediatamente al ICT.

- Seguridad: Tratamos de evitar situaciones de riesgo tanto en la oficina como en las zonas que se visitan nuestros tours, en los medios de transporte y en otras instalaciones que se vayan a utilizar como por ejemplo hoteles y parque nacionales. Con el propósito de garantizar una mayor seguridad de nuestros clientes y del personal en general manejamos seguros de responsabilidad civil y riesgo de trabajo al día. Así mismo le solicitamos a nuestros proveedores sus seguros y permisos al día.
- Impacto Social: En todas nuestras giras y tours promovemos actividades y visitas a lugares teniendo presentes que la integridad cultural, creencias y los valores de los mismos serán respetados al máximo. La idea con esto es que los visitantes

colaboren con la economía de cada zona visitada pero que su impacto social y medio ambiental sea mínimo, a menos que vayan a marcar una diferencia necesaria positiva. Il Viaggio Travel tratara de monitorear los cambios socioculturales en las comunidades que visita e informara al ICT de haber alguno. Así mismo prohibimos y denunciamos el acoso sexual, la prostitución infantil y el consumo de sustancias ilegales ya que son delitos penados por ley.

- Igualdad de Oportunidades: promovemos la ley #7600 en donde se promueve la igualdad de oportunidades. Ofrecemos atención no discriminatoria para las personas con discapacidad, contamos con la disposición de móviles adecuadas, capacitamos a nuestro personal para la atención de personas con discapacidad y estamos dispuestos a aceptar dentro de nuestro personal a personas con discapacidad que cumplan los requisitos del puesto.
- Denuncias: Cualquier persona que labora para IL VIAGGIO TRAVEL y es testigo de algún acoso sexual, prostitución infantil y/o consumo de sustancias ilegales debe denunciar inmediatamente a las autoridades y realizar un reporte completo a la empresa.

### **Medidas Sociales en Recursos Humanos.**

Para IL VIAGGIO TRAVEL es muy importante que su equipo de trabajo y el equipo de trabajo estén informados sobre todos los acontecimientos que suceden en la empresa. Por lo tanto promovemos la participación activa no solo en el diseño de producto nuevo sino también en el aporte de ideas innovadoras en todos los niveles. Esto nos permite ser más ágiles y flexibles a la hora de tomar decisiones. De igual forma inculcamos un mayor

sentimiento de responsabilidad ambiental y social para que esas decisiones sean tomadas con criterio responsable.

- Integración y Participación: Nuestro equipo de trabajo es nuestro activo principal, por lo tanto promovemos su participación e integración en la toma de decisiones importantes. Se mantiene una estructura organizacional fija, pero prestamos mucha atención a los comentarios y sugerencias de todo el personal.
- Liderazgo ambiental: Cuando acontece algún acto de índole ambiental, promovemos la discusión del mismo en nuestras oficinas o divulgamos la referencia para que cada quien lo investigue por separado. Además una vez al mes enviaremos un boletín a nuestros guías con temas de sostenibilidad, esto con el objetivo de mantenerlos informados.
- Selección del personal: en IL VIAGGIO TRAVEL creemos que las mentes brillantes piensan de forma similar, así que procuramos hacer contrataciones de personas preparadas no solo en puestos técnicos y profesionales relacionados al turismo, sino también en temas medio ambientales. En la actualidad, todo nuestro equipo de trabajo cuenta con experiencia tanto en la oficina como en el campo.
- Entrenamiento del personal: IL VIAGGIO TRAVEL cuenta con un programa de capacitación en donde ofrece charlas cada 3 meses tanto a guías como a su equipo de trabajo en temas como: calidad de servicio, conservación del medio ambiente, identidad cultural, ética y valores, desarrollo sostenible, programa CST, entre otros.
- Sensibilidad Social y Ambiental: Todos los miembros de nuestro equipo de trabajo tanto en la oficina como en el campo visitan hoteles, tours e instituciones que lo ameriten con tal de mantenernos informados y actualizados no solo en

materia comercial sino también medio ambiental. La idea con esto que cada uno de ellos pueda reflexionar sobre los esfuerzos que realiza cada proveedor en cuanto al desarrollo sostenible y le permita crear un criterio personal.

### **Medidas a Proveedores.**

Tratamos de estimular a nuestros proveedores de servicios a integrarse a un sistema de manejo ambiental como los programas del CST, Bandera Azul o ISO 14000 para ampliar nuestro rango de influencia y llegar a ser más consistentes con nuestro compromiso de realizar un turismo sostenible desde todos los ángulos.

- Información y creación de conciencia: Todos nuestros proveedores de servicios turísticos conocen sobre nuestro compromiso con el medio ambiente y las prácticas que hemos venido implementando. Sabemos que no podemos exigirles a cada uno de ellos que hagan lo mismo, pero es muy probable que unos futuros próximos algunos de ellos establezcan sus propias políticas ambientales y prácticas que minimicen el impacto social y ambiental debido a la presión de todos sus clientes.
- Selección de proveedores: Daremos prioridad a empresas que reúnan la excelencia en la calidad del servicio junto con un sistema de Manejo Ambiental; como CST, Normas ISO 14000 Bandera Azul y a compañías que realicen con acciones concretas en el campo social-ambiental cuando sea posible. Además que cuenten con personal con las siguientes características mínimas:



Chófer: ser mayor de edad, licencia para conducir B1-B2, tenga conocimiento del idioma inglés, uniformados, experiencia mínima de 5 años en transporte de turistas, con conocimiento básico de mecánica, buena presentación personal, responsable, puntual, con mentalidad positiva y de servicio al cliente. Conocer las políticas, funciones y código de ética de IL VIAGGIO TRAVEL. Debe respetar y practicar los valores y creencias que fortalecen la idiosincrasia costarricense y respetar la legislación costarricense competente a la actividad turística.

Guía: ser certificado, 100% bilingüe, experiencia mínima 2 años, buena presentación personal, uniformados, responsable, puntual, que se actualice continuamente, conocer las políticas de la empresa, el código de ética, así como el Guion del Guía, tener mentalidad positiva, de servicio al cliente y sostenibilidad. Debe respetar y practicar los valores y creencias que fortalecen la idiosincrasia costarricense y respetar la legislación costarricense competente a la actividad turística.

Transportes: revisión técnica al día, mantenimiento constante, cambio de aceite oportuno y utilización de aceite adecuado al transporte.

### **Mejora Continua.**

A partir de la realización del informe final de evaluación plasmado en la memoria de las sostenibilidad, el ciclo se reinicia, formulando y reformulando medidas y objetivos en materia de Responsabilidad Social y Ambiental, reforzando una vez más lazos de comunicación con los diferentes grupos de interés, para recoger opiniones y sugerencias al respecto.

De nuevo la agencia ha de planificar las medidas de actuación, aplicarlas, evaluar los resultados obtenidos, corregir efectos negativos y proponer metas futuras. Es el camino a la sostenibilidad a través de la mejora continua para alcanzar la excelencia empresarial.

- Tomando como referencia lo que realizó esta agencia de viajes, no solo se basó en medidas ambientales si no que a su vez utilizó la comunicación y el uso de herramientas TIC's and Bits para socializar sus estrategias haciendo que todos sus públicos objetivos se involucraran y que estas medidas hayan tenido resultados redituables tanto como las medidas económicas con el incremento de las ventas y las medidas ambientales con la reducción del impacto ambiental.

Se podría mejorar este plan de Responsabilidad Social Ambiental con una mejor socialización de las estrategias para que las personas se sientan receptivas a las actividades propuestas. Por esto una socialización más participativa e incluyente ayudará a generar mejores resultados.

#### **1.4. Marco Legal.**

Varias son las empresas o agencias turísticas que no tiene, un plan responsabilidad ambiental, y mucho menos con énfasis en la conservación ambiental de las Islas Galápagos. Pero para esto se debe tener en cuenta que existen leyes que promuevan la conservación ambiental como la que se detalla a continuación.

#### **1.4.1. Ley Orgánica del Régimen Especial Galápagos.**

El Gobierno de la República del Ecuador, a través del Ministerio del Ambiente, ratifica su compromiso con la protección del patrimonio natural de las Islas Galápagos, bajo criterios técnicos, científicos y de desarrollo sostenible.

Las Islas Galápagos están protegidas por un sistema legal sustentado en la Constitución Política del Ecuador, existiendo más de 10 cuerpos legales vigentes, cuyo fin es cuidar la biodiversidad del archipiélago.

La reciente aprobación de la Ley Orgánica de Régimen Especial de Galápagos, el pasado 11 de junio del 2015, ratifica la vocación del Gobierno de la República del Ecuador de mantener y consolidar la protección de este Patrimonio Natural de la Humanidad, desde 1978.

La Ley aprobada recientemente por la Asamblea Nacional aborda de manera técnica la conservación y sostenibilidad de las áreas protegidas de Galápagos, desde el Capítulo I, que habla del Objeto, ámbito, finalidades y principio del cuerpo legal, en su Artículo 2, que tiene 3 literales. (Referencia cita 1).

En estos tres literales, la Ley evidencia una clara vocación con la defensa y conservación de los recursos naturales de la provincia de Galápagos, amparados en el Capítulo Séptimo de la Constitución de la República del Ecuador.

El Art.3 de Principios, en los numerales 1, 2, 3,5 y 6, rige todo tipo de actividad sobre el desarrollo socioeconómico y la conservación de la naturaleza. (Referencia cita 2).

### **Referencia cita 1.**

1. La conservación de los sistemas ecológicos y la biodiversidad de la provincia de Galápagos, especialmente la nativa y la endémica, permitiendo a la vez, la continuación de los procesos evolutivos de esos sistemas con una mínima interferencia humana, tomando en cuenta, particularmente, el aislamiento genético entre las islas, y de estas con el continente y reduciendo los riesgos de introducción de enfermedades, pestes, especies de plantas y animales exógenos a la provincia de Galápagos;

4. El manejo integrado entre las zonas habitadas y las áreas protegidas terrestres y marinas en reconocimiento de las interacciones existentes entre ellas;

5. Alcanzar el equilibrio en la movilidad y residencia de las personas, desde y hacia la provincia y entre las islas, en directa correspondencia con los límites ambientales de la provincia de Galápagos, regulando y controlando su apertura geográfica, de conformidad con lo establecido en la Constitución y la Ley.

### **Referencia cita 2.**

1. Precautelatoria.- Cuando haya peligro de daño grave o irreversible, la falta de certeza científica absoluta no deberá utilizarse por las autoridades públicas competentes para postergar la adopción de cualquier medida que consideren eficaces para impedir la degradación del medio ambiente.

2. Respeto a los derechos de la naturaleza. Se respetará integralmente el derecho a la existencia, mantenimiento y regeneración de los ciclos vitales, estructura, funciones y procesos evolutivos de todos los ecosistemas que constituyen la provincia de Galápagos.

3. Restauración. En caso de impacto ambiental grave o permanente, originado en causas naturales o antrópicas, el Estado establecerá los mecanismos más eficaces para alcanzar la restauración de los ecosistemas de la provincia de Galápagos y adoptará las medidas más adecuadas para eliminar o mitigar los efectos ambientales nocivos, sin perjuicio de la obligación que tienen los causantes, de conformidad con la Constitución y las leyes de la materia, de reparar, restaurar e indemnizar a quienes dependen de los sistemas afectados.

5. Limitación de actividades. El Estado restringirá las actividades que puedan conducir a la extinción de especies, la destrucción de los ecosistemas o la alteración de los ciclos naturales de los ecosistemas de Galápagos.

6. Responsabilidad objetiva. Las personas naturales o jurídicas tendrán la obligación de restaurar e indemnizar los daños ambientales que provoquen, aun cuando los hayan ejecutado en el ejercicio de un derecho o mediante una autorización administrativa. En el conocimiento y tratamiento de las infracciones no se considerará la intención o voluntad del sujeto generador de daño. El Estado deberá actuar de manera inmediata y subsidiaria para garantizar la salud y la restauración de los ecosistemas, y además de la sanción correspondiente, repetirá contra el responsable del daño causado.

En el artículo Art. 5 numeral 2, la nueva Ley define claramente los ámbitos de su competencia de uso y gestión del suelo de la provincia, en coordinación con los gobiernos locales, exceptuando las áreas protegidas, de las cuales la Dirección del Parque Nacional Galápagos sigue siendo responsable a través de sus herramientas de trabajo los Planes de Manejo.

De igual manera este mismo Art. en su numeral 9, explica las competencias de Gestión Ambiental, refiriéndose a la posibilidad de que esta instancia (CGREG), pueda solicitar a la Autoridad Ambiental Nacional (MAE), acreditarse ante el Sistema Único de Manejo Ambiental como Autoridad Ambiental de Aplicación Responsable, lo cual facultaría al CGREG a través de la Secretaría Técnica para emitir y controlar permisos ambientales en su circunscripción (exceptuando las áreas protegidas ) de las cuales la Dirección del Parque Nacional Galápagos sigue siendo responsable; de igual manera como lo podrían solicitar los tres GAD'S de la provincia.

La protección y límites de las áreas protegidas de Galápagos se abordan en el Título III, Capítulo I, De las áreas Naturales Protegidas, en su Art. 17. Ahí se define a la Autoridad Nacional Ambiental como el rector del establecimiento y actualización de sus límites, de la misma manera en que lo ha venido haciendo desde hace 35 años en base al (Acuerdo Ministerial 0297, publicado en el Registro Oficial del 31 de agosto de 1979), emitido en su momento por los Ministros de Agricultura y Ganadería, de Industrias Comercio e Integración y posteriores actualizadas por el Ministerio del Ambiente al momento de su creación.

Así mismo el Art. 18 y 19 se establecen las características y superficie de la Reserva Marina de Galápagos (RMG), razón por la cual la misma mantiene las 40 millas náuticas medidas a partir de su línea base, así como define 20 millas adicionales para la protección mínima en la transportación de productos tóxicos o de alto riesgo. El artículo 19 recalca además la posibilidad de aumentar el nivel de protección de acuerdo a convenios internacionales e investigación científica. El Decreto Ejecutivo No. 959-A de 28 de junio de 1971, Registro Oficial No. 265, de 13 de julio de 1971 continúan vigentes.

Al respecto de la Dirección del Parque Nacional Galápagos y la preocupación de los ciudadanos de si pierde o no su nombre institucional, se informa que esta denominación está establecida y protegida en el Art. 17 de la Ley No. 08 de Creación del INEFAN promulgada en Registro Oficial No. 27 del 16 de septiembre de 1992 y en el Art. 39 del Decreto Ejecutivo No. 408 publicado en Registro Oficial No. 105 del 12 de enero de 1993, en donde se establece el nombre “Parque Nacional Galápagos” y el mismo constituye una Unidad Administrativa Desconcentrada en ese entonces del Instituto Ecuatoriano Forestal y de Áreas Naturales y Vida Silvestre – INEFAN.

En este contexto, el Capítulo II, los Arts. 20 y 21 establecen que la Autoridad Ambiental Nacional (Ministerio) contará con una Unidad Administrativa Desconcentrada – (UAD), que estará a cargo de las áreas naturales protegidas de Galápagos donde ejercerá jurisdicción y competencias. Respeto al término UAD se usa en la Ley en concordancia con la terminología de orden administrativo para la organización del Estado. Se aclara que el término desconcentrado implica mayor autonomía a la Dirección del Parque Nacional Galápagos y a la Agencia de Regulación y Control para la Bioseguridad de Galápagos (ABG), quienes ejercerán jurisdicción y competencia sobre el uso, manejo y aprovechamiento de los recursos naturales y las actividades que en dichas áreas se realicen”

Sobre el Art. 22.- Consejo Consultivo de Manejo Participativo (CCMP).- Es una instancia de participación ciudadana y asesoramiento no vinculante con la administración y manejo de la Reserva Marina de la provincia de Galápagos. Su conformación se regirá bajo las reglas indicadas en el reglamento que para el efecto emita el Consejo de Gobierno del Régimen Especial de la provincia de Galápagos.

Al respecto del CCMP podría cumplir las mismas funciones de la Junta de Manejo Participativo, asesorando en la toma de decisiones a la Autoridad Ambiental sobre temas de la RMG, y manteniendo además el mismo nivel de participación en busca del consenso de los acuerdos. En este sentido se indica que las decisiones adoptadas desde siempre por su nivel de participación y consenso han podido ser aplicadas, aunque no hayan sido vinculantes.

Respecto del Título VI de actividades productivas: En su Capítulo I referente a las actividades pesqueras y turísticas se aclara:

En el Art. 57 Zonificación Pesquera, se establecerán medidas de control y mecanismos para la sostenibilidad de los recursos. El Plan de Manejo de la Reserva Marina emitido por la Autoridad Ambiental Nacional y diseñado en forma participativa definirá la zonificación y usos de las actividades pesqueras permitidas que deberán proteger las especies vulnerables y frágiles de los ecosistemas insulares.

En el Art. 60 Registro pesquero, se reafirma que la Autoridad Ambiental Nacional, a través unidad administrativa desconcentrada a cargo de las áreas naturales protegidas de Galápagos, será la encargada de llevar un registro pesquero de toda embarcación que realice actividades de pesca, incluyendo operación, comercialización o abastecimiento a embarcaciones pesqueras dentro de la reserva marina de la provincia de Galápagos.

En el capítulo II de la actividad turística enfatizamos sobre el artículo 62, que establece el desarrollo de un turismo sostenible en la provincia, siendo competencia de la Autoridad Ambiental Nacional programar, autorizar, controlar y supervisar los usos turísticos en las áreas protegidas en coordinación con el Ministerio de Turismo.



Sobre infraestructuras hoteleras, el Art. 72 se refiere a la prohibición de construcción de nueva infraestructura de alojamiento o ampliación de la mismas que no cumplan con el plan de regulación hotelera de la Autoridad Turismo (dicho plan exige la Ley será en función de los estudios de capacidad de acogida del medio físico ambiental elaborado por la Autoridad Ambiental), se explica que las áreas protegidas del Parque Nacional Galápagos no tienen como uso de tipo productivo dentro de su Plan de Manejo la implementación de infraestructuras de ninguna naturaleza menos la hostelera, únicamente las áreas ofrecen facilidades para la visita, como son pasos elevados, pasarelas, cominerías, miradores, etc.; y esto, solo en zonas establecidas por la zonificación para uso público.

Por otra parte el Título VII, Capítulo I sobre el control ambiental y bioseguridad, los (art. 82, 83, 84) de la Ley establecen que el control ambiental estará a cargo de la Autoridad Ambiental Nacional quien realizará las auditorias pertinentes, instaurando prohibiciones en el depósito de basura infecciosa, radioactiva, nuclear de cualquier proveniencia; el funcionamiento y establecimiento de nuevas industrias que emitan contaminantes de difícil tratamiento; la permanencia de chatarra de maquinaria mayor y su tratamiento; la descarga de basura, desechos o cualquier contaminante a grietas, acuíferos y aguas interiores, reserva marina, zonas de playa; la introducción de organismos exógenos, el transporte por cualquier medio de animales o materiales geológicos. El transporte de muestras científicas únicamente autorizado por la autoridad ambiental.

Asimismo en el título VII en su capítulo II, se establecen los aspectos de bioseguridad y cuarentena, de los organismos de regulación y control.

Finalmente se aclara que la potestad de la Autoridad Ambiental respecto al régimen sancionatorio propuesta en esta Ley, en sede administrativa así como del resto de

entidades con facultad sancionadora ha sido reforzada en la nueva ley, así mismo se destacan los articulados que mandan a la colaboración de las Fuerzas Armadas para un efectivo control de los espacios protegidos. Sin desconocer las acciones civiles y penales a las que haya lugar cuando se infrinja la Ley dentro de la provincia de Galápagos.

(Ref. Art. 82, 83, 84, 86, 87, 88, 89 LOREG) (Ministerio del Ambiente, 2015)

### 1.5. Marco Institucional.

Ilustración 8 Logotipo Islas de Fuego



**Fuente:** Logotipo agencia Islas de Fuego. Disponible en: <http://www.trafficnews.ec/category/noticias/cruceros/page/38/>. Consultado: 8/10/15

La operadora de turismo Islas de Fuego se inspira para tomar su nombre de la historia Inca que habla del emperador Tupac Yupanqui, innato navegador, responsable de la más importante expansión territorial de este imperio. “Se dice que un día llegó al archipiélago, y sorprendido por las fuertes erupciones volcánicas las nombró “Islas de Fuego” o “Ninachumbi” (del quechua: nina: fuego, chumbi: atolón), siendo este históricamente el

primer nombre con el que se conoció a este paraíso único en el mundo, las Islas Galápagos.” (Islas de Fuego, 2012)

Con el esfuerzo y experiencia de 15 años se ha forjado y posesionado la operadora en el mercado como una agencia líder en la venta de paquetes turísticos, garantizando el cumplimiento total de los servicios ofrecidos al pasajero.

#### **1.5.1. Visión.**

Islas de Fuego será la operadora de turismo de mayor posicionamiento tanto a nivel nacional como internacional, siendo reconocida por brindar a sus pasajeros paquetes con el mejor servicio de calidad y profesionalismo, con un enfoque de conciencia ambiental.

#### **1.5.2. Misión.**

Nuestra misión es ser una empresa ambientalmente responsable, prestando los servicios turísticos con conciencia ambiental y una búsqueda continua de alternativas más limpias y ecológicamente aceptables para la reducción de impacto ambiental, sin descuidar el disfrute y satisfacción de nuestros pasajeros brindando un producto innovador con personal capacitado y excelente infraestructura hotelera.

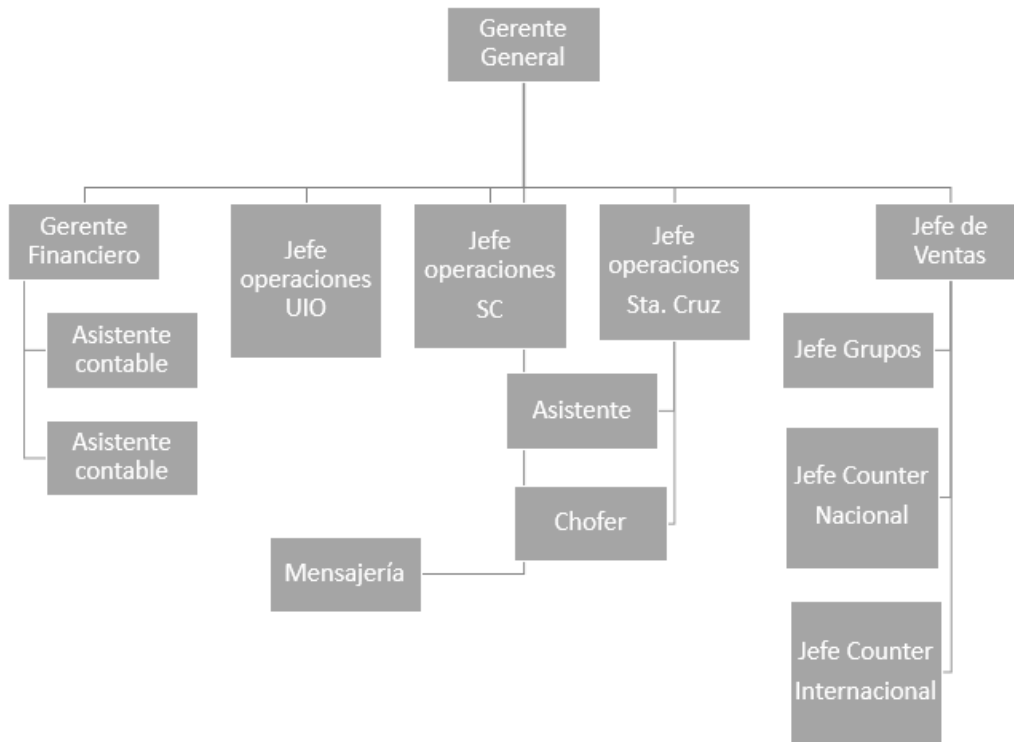
#### **1.5.3. Valores Empresariales.**

- Puntualidad: respetar los tiempos y la calidad de servicio desde el momento de la reserva.

- Responsabilidad social y ambiental: apoyar al crecimiento local y ser amigables con el medio ambiente
- Integridad: ser proactivos y actuar con transparencia con nuestros pasajeros.

#### 1.5.4. Organigrama.

Ilustración 9 Organigrama Empresarial



**Fuente:** Información obtenida Agencia Islas de Fuego. Quito- Ecuador

**Elaborado por:** Johanna Arguello.

### **1.5.5. Tipos de clientes.**

Los clientes que tiene la agencia Islas de Fuego son

- Niños: este segmento es el más importante de la agencia ya que los paquetes turísticos muchas veces están destinados a los niños que realizan su viaje de fin año por haber culminado con el periodo primario. Los itinerarios están diseñados específicamente para las necesidades de este grupo, para que los niños tengan una experiencia única e inolvidable. Por esto la agencia se especializa en viajes para niños.

A su vez hay que tener en cuenta que es obligatorio que por cada 15 o 20 alumnos vaya un adulto responsable del grupo.

- Adolescentes: este grupo de personas muchas veces son los acompañantes de sus hermanos pequeños. O a su vez vienen en viajes familiares.
- Adultos: la gran mayoría de adultos nacionales vienen en grupos ya organizados por la agencia donde no hayan menores de edad o niños que puedan interrumpir el descanso y disfrute de las Islas.
- Adultos mayores: existe muy poca afluencia de este grupo de personas ya que Galápagos es un destino de alta resistencia física y necesita mucha caminata al aire libre.
- Extranjeros: al ser la agencia Islas de fuego especialista en tours hacia Galápagos para niños o turistas nacionales, la afluencia de clientes extranjeros es muy escasa ya que muchas veces el interés de los extranjeros es visitar las islas de forma marítima o a manera de aventura.

### 1.5.6. Volumen de ventas anuales.

A continuación se resume en base a datos numéricos la facturación y ventas por vendedor, de paquetes hacia las Islas Galápagos, para determinar un número específico de encuestados al momento de realizar una investigación. Teniendo en cuenta que hay temporadas altas y bajas por las vacaciones de los niños y a su vez por el cambio del clima.

Existen cuatro vendedores específicos para la venta de paquetes turísticos por grupos hacia las islas.

#### (Anexo 2 Resumen de Ventas)

Tabla 5 Resumen de ventas ejecutivos Islas de Fuego grupos 2014

RESUMEN DE VENTAS EJECUTIVOS ISLAS DE FUEGO GRUPOS 2014												
EJECUTIVO	LAND TOURS	VALOR TOTAL	TOTAL PAX	ADULTO	NIÑOS	CD	EXT	FREE TOUR	FREE TICKETS	TICKETS DIRECTOS	FACTURADO	GRUPOS
ALBERTO	442	191820,5	485	104	344	2	0	43	23	37	321492,8	20
BAYRON	368	170666,5	417	100	272	3	3	46	28	10	301004,3	16
CARLOS	572,5	272340	636	136	392	4	5	54,5	43	31	448593,2	27
HENRY	830	382828	927	280	555	18	2	98	64	7	656839,4	33
TOTAL	2212,5	1017655	2465	620	1563	27	10	241,5	158	85	1727929,58	96

**Fuente:** Departamento de Contabilidad Agencia Islas de Fuego **Elaborado por:** Gabriela Melo

Ilustración 10 Porcentaje de ventas por ejecutivo 2014



**Fuente:** Departamento de Contabilidad Agencia Islas de Fuego **Elaborado por:** Gabriela Melo

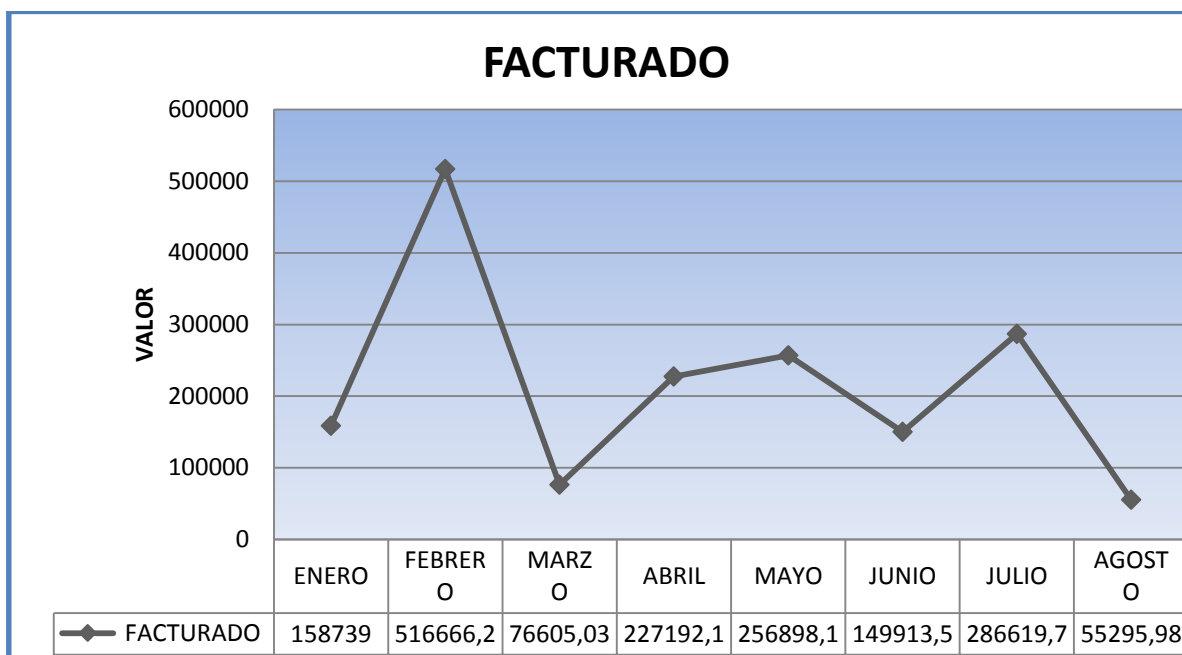
La facturación total del 2014 asciende a los 1727929,58 pasajeros anuales de los cuales han invertido en el último año para la compra del nuevo Hotel Piedras Blancas en la parte alta de la Isla Santa Cruz.

Tabla 6 Facturación por mes

GRUPOS X MES			
MES	FACTURADO	GRUPOS	PASAJEROS
ENERO	158739	8	222
FEBRERO	516666,15	26	713
MARZO	76605,03	3	113
ABRIL	227192,08	14	328
MAYO	256898,14	16	400
JUNIO	149913,5	8	224
JULIO	286619,7	17	394
AGOSTO	55295,98	4	71
TOTAL	1727929,58	96	2465

**Fuente:** Departamento de Contabilidad Agencia Islas de Fuego **Elaborado por:** Gabriela Melo

Ilustración 11 Facturación 2014



**Fuente:** Departamento de Contabilidad Agencia Islas de Fuego **Elaborado por:** Gabriela Melo

### 1.5.7. Comunicación en la agencia.

La comunicación interna no es manejada por un departamento de comunicación en si, la aplicación de la comunicación solo se la hace mediante el correo institucional o a su vez vía telefónica. No se han aplicado hasta ahora alguna propuesta de un plan de comunicación interna.

La comunicación externa es manejada a base de publicidad contratada pero sin un previo análisis de los requerimientos comunicacionales de la empresa. Esta información es tomada del departamento de ventas que son los que necesitan más de publicidad para impulsar sus ventas.



### **1.5.7.1. Inversión en comunicación.**

La inversión otorgada para la publicidad y promoción de paquetes depende de la temporada en la que se encuentre.

Por lo regular la inversión varía entre unos 1000 a 2500 dólares dependiendo la necesidad de cobertura.

### **1.5.7.2. Tipo de comunicación.**

El tipo de comunicación externa que utiliza la empresa se la hace en base a redes sociales, página web, flyers, videos institucionales. No usan la publicidad en televisión por sus costos elevados pero si usan espacios radiales o impresos para promocionar los paquetes turísticos.

El manejo de la página web se realiza por medio de un community manager (persona que maneja las redes sociales y páginas web) pero las redes sociales son administradas de manera interna por medio de la administradora de la agencia de viajes.

La elaboración de los videos institucionales o el diseño de los paquetes que se envía a las revistas están a cargo de la empresa Imagin Publicidad

### **1.5.8. Necesidad de hacer Responsabilidad Social:**

La necesidad de hacer Responsabilidad Social Ambiental nace con la iniciativa de construir el prime eco hotel de la Isla San Cristóbal, y de la mano van añadiendo métodos sostenibles como el reciclaje, la siembra de árboles autóctonos, evitar el uso de aire acondicionado y por último la creación de un sistema de reutilización de agua.

Con estos antecedentes la empresa genera conciencia ambiental en todos los aspectos, por esto nace la idea de plasmar de una manera sólida y profesional, creando un Plan de Responsabilidad Social Ambiental.

### **1.5.9. Tourmarine.**

Es una empresa que trabaja conjuntamente con la agencia Islas de Fuego, ya que es la misma propietaria de las dos empresas.

Tourmarine es una empresa que administra tres hoteles en las Islas Galápagos. Y de esta manera trabajan con la venta de paquetes y hospedaje turístico en las Islas. A continuación se especifican los hoteles de la empresa.

#### **1.5.9.1. Hotel Arena Blanca.**

El Eco- Hotel Arena Blanca es el primer hotel de alta categoría en la Isla San Cristóbal, cuenta con 33 habitaciones, aire acondicionado, baño privado, agua caliente, Tv por cable, amplias áreas sociales, salón de juegos, piscina y jacuzzi.

Este hotel se caracteriza por su enfoque en la conservación ambiental, el hotel se construyó en un lugar estratégico donde se puede aprovechar el flujo natural del viento, para que no se necesario utilizar el aire acondicionado constantemente durante el año, adicional a esto se desarrolló prácticas sostenibles, dedicando sus esfuerzos al ahorro de energía, reutilización de agua lluvia, reciclaje y uso de productos biodegradables. Con mano de obra local y compra de productos agrícolas y pesqueros de la población Galapagueña.

### **1.5.9.2. Hotel Fiesta.**

EL Hotel Fiesta está ubicado en la Isla Santa Cruz, cuenta con 33 habitaciones y con todas las necesidades básicas para ser ganador del “Premio a la Excelencia de Trip Advisor”

### **1.5.9.3. Hotel Piedras Blancas.**

Este hotel fue construido para brindar atención a los visitantes de la parte alta de Santa Cruz, en 10 cabañas con capacidad de acomodación de 40 personas bajo los estándares que califican al turismo sustentable.

El predio dispone de un área total de 9.500 metros. Su vía de acceso se encuentra a un kilómetro de distancia desde la vía principal que une Puerto Ayora con el canal de Itabaca. Específicamente, está localizado en la vía de ingreso al recinto Los Guayabillos.

### **1.5.10. Paquetes turísticos.**

#### **1.5.10.1. Programa 4 días – 3 noches.**

Ilustración 12 Paquete 4 días 3 noches

**4 DÍAS – 3 NOCHES  
(SAN CRISTÓBAL - SANTA CRUZ)  
SALIDA DE MARTES A VIERNES**

DÍA 1: TRANSFER IN – CENTRO DE INTERPRETACIÓN - PLAYA MANN

DÍA 2: PARTE ALTA - LAGUNA EL JUNCO - GALAPAGUERA – PLAYA LA LOBERÍA

DÍA 3: NAVEGACIÓN A SANTA CRUZ - ESTACIÓN CHARLES DARWIN – TORTUGA BAY

DÍA 4: TUNELES DE LAVA - TRANSFER OUT.

**Fuente:** Operaciones Islas de Fuego **Elaborado por:** la autora

**(Anexo 4 Itinerario San Cristóbal- Santa Cruz)**

### 1.5.10.2. Programa 5 días – 4 noches.

Ilustración 13 Paquete 5 días 4 noches

**5 DÍAS – 4 NOCHES**  
**(SAN CRISTÓBAL – SANTA CRUZ)**  
**SALIDA DE VIERNES A MARTES**

DÍA 1: TRANSFER IN – CENTRO DE INTERPRETACIÓN - PLAYA MANN.

DÍA 2: CERRO TIJERETAS – PLAYA LA LOBERÍA

DÍA 3: NAVEGACION A SANTA CRUZ- ESTACIÓN CHARLES DARWIN – LAS GRIETAS

DÍA 4: PARTE ALTA – CRATERES - TUNELES DE LAVA - TORTUGA BAY

DÍA 5: TRANSFER OUT.

**Fuente:** Operaciones Islas de fuego **Elaborado por:** la autora

**(Anexo 5 Itinerario San Cristóbal – Santa Cruz 2)**

### 1.5.10.3. Programa San Cristóbal – Santa Cruz – Isabela.

Ilustración 14 Paquete 8 días 7 noches

**8 DÍAS- 7 NOCHES**  
**(SAN CRISTÓBAL- SANTA CRUZ- ISABELA)**

**SALIDA DE MARTES A MARTES O DE VIERNES A VIERNES**

1 DÍA: TRANSFER IN – CENTRO DE INTERPRETACIÓN / PLAYA MANN

2 DÍA: CERRO TIJERETAS – PLAYA LA LOBERÍA

3 DÍA: FULL DAY LEON DORMIDO – PLAYA MANGLECITO

4 DÍA: NAV. A STA. CRUZ - EST. CH. DARWIN – NAV. ISLA ISABELA – POZA FLAMINGOS

5 DÍA: VOLCÁN SIERRA NEGRA (ISLA ISABELA) + CONCHA PERLA

6 DÍA: NAV. A STA. CRUZ – LAS GRIETAS

7 DÍA: PARTE ALTA - CRATERES – TUNELES DE LAVA - TORTUGA BAY

8 DÍA: TRANSFER OUT

**Fuente:** Operaciones Agencia Islas de Fuego **Elaborado por:** la autora

**(Anexo 6 Itinerario San Cristóbal- Santa Cruz – Isabela)**

### **1.5.11. Políticas de reservaciones.**

Las reservaciones que realicen a Islas de Fuego se las debe hacer por escrito en todos los casos, sea a través de e-mail o vía fax, para poder tener un respaldo por escrito.

La reservación se realiza con el 30% del total de la reserva, el mismo que no será reembolsable en caso de no viajar o cancelar su reserva.

Si la Agencia o pasajero comprador hubiese dado un valor extra al 30%, este valor si es reembolsable, en las tarifas normales, no en las promocionales.

\* Los pasajeros podrán hacer un cambio de fecha:

Sin penalidad hasta 45 días antes de la fecha de viaje establecida (excepto en las salidas de feriado), caso contrario tiene una penalidad de \$100 dólares por pasajero, en el land tour, valor que será cobrado antes del viaje o si faltara el pago en el pago total. También deberá cancelar la penalidad de la aerolínea y cambio de tarifa debido a la nueva fecha si amerita.

Si el pasajero no viaja por llegar atrasado al vuelo es responsabilidad del pasajero ya que el Operador siempre notifica presentarse 02 horas antes en el aeropuerto para su vuelo.

Si no se presentará el día del viaje por cualquier circunstancia, las tarifas promocionales no están sujetas a ningún tipo de devolución., como está claramente especificado en el voucher de servicios que se entrega al pasajero.

### **1.5.12. Políticas de pago.**

La reservación se realiza con un 30% del pago total de la reservación y 20 días de la fecha de viaje debe estar cancelada en su totalidad.

Los tickets aéreos serán entregados cuando se haya realizado el pago total de la reservación y hayan sido entregados todos los documentos.

Los pagos con tarjeta se recibirán con el recargo respectivo, con los datos bien llenos y en buen estado el voucher. (**Anexo 9 Políticas de reservas y pago**).

## CAPÍTULO II

### 2. INVESTIGACIÓN DE CAMPO

#### 2.1. Antecedentes.

La agencia Islas Fuego es una operadora turística especializada a nivel nacional, en la venta de paquetes hacia las Islas Galápagos, a esto se suma el trabajo conjunto con los hoteles de la empresa Tourmarine (Arena Blanca, Fiesta y Piedras Blancas).

En los últimos años la agencia se ha visto en la necesidad de interactuar con planes a favor del medio ambiente, ya que muchas especies endémicas de las islas se ven en riesgo, o a su vez el impacto que genera las visitas turísticas en las islas se ha vuelto un posible problema ambiental.

Ser una empresa amable con el medio ambiente al colaborar con el reciclaje, uso de productos biodegradables y control en el impacto ambiental. Se ve en la necesidad de diseñar un plan de responsabilidad social ambiental con su respectivo plan de Relaciones Públicas para la difusión de las acciones para educar y concienciar a los posibles visitantes de las islas. Por esto se realizará una investigación para saber el grado de información y conciencia ambiental que tienen los turistas, el apoyo de la gerencia, técnicas y procedimientos en la competencia, opinión de los colonos sobre las acciones ambientales tomadas por agencias de viajes y adquirir conocimiento científico en base al tema.

## **2.2. Planteamiento del Problema:**

El problema a investigar es la falta de conciencia y educación ambiental que tienen los turistas, para esto se debe investigar el nivel de conocimiento que tienen los usuarios respecto a conservación ambiental. Y por otra parte se necesita saber la aceptación e involucramiento de los habitantes de las Islas Galápagos, respecto al tema de conservación ambiental y su opinión respecto a lo que los turistas hacen en las Islas

## **2.3. Objetivos de la investigación.**

### **2.3.1. Objetivo general.**

Conocer todos los aspectos sobre Responsabilidad Social Ambiental en los que se desarrolla la agencia Islas de Fuego, a favor de la conservación ambiental y el involucramiento del público objetivo.

### **2.3.2. Objetivos Específicos.**

- Identificar las acciones ya establecidas de la agencia Islas de Fuego y Tourmarine, para la reducción del impacto ambiental.
- Investigar el grado de conciencia ambiental que tienen los usuarios de la agencia Islas de Fuego y el nivel de aceptación sobre la implicación a las estrategias de Responsabilidad Social Ambiental.
- Determinar las herramientas de comunicación correctas para la difusión de estrategias de Responsabilidad Social Ambiental.
- Compilar la información necesaria sobre nuevas e innovadoras técnicas de conservación ambiental.



- Investigar sobre las acciones ya implementadas por parte de las agencias y hoteles de la competencia, respecto a la conservación ambiental que manejan.

## **2.4. Metodología de la Investigación.**

### **2.4.1. Tipo de investigación.**

- Descriptivo: este estudio requiere la descripción del desarrollo de la organización en sus actividades de Responsabilidad Ambiental, para poder establecer nuevas actividades y mejorar las antiguas.

Recopilar información especializada por medio de un Ing. Ambiental que ayude a ampliar el tema de una manera específica.

A su vez el uso de los testimonios de personas que hayan trabajado con la competencia ayudará a tener una idea clara de procedimientos, que se podrían implementar en la empresa.

- Exploratorio: se pretende analizar las principales actividades en las que los turistas estarían dispuestos a involucrarse, mediante el empoderamiento con el medio ambiente.

Y conocer los métodos de cuidado ambiental que usan los habitantes de las Islas Galápagos.

### **2.4.2. Métodos de investigación.**

- Método inductivo:

La aplicación de este método parte de opiniones particulares para obtener una proposición general como por ejemplo la técnica de la encuesta.

- Método analítico:

Este método nos permite descomponer en partes un hecho para mejor comprensión. Como por ejemplo la interpretación de datos obtenidos en la investigación.

- **Método estadístico:**

Como su nombre indica este método utiliza datos cuantitativos y cualitativos, y se usó para realizar la tabulación por medio de datos numéricos e interpretación de opiniones en la investigación.

### **2.4.3. Técnicas de Investigación.**

Primarias:

- **Entrevistas:** se realizarán entrevistas para recopilar información necesaria en el tema de conservación ambiental que usa la empresa actualmente, a las siguientes personas.

Gerente general, Subgerente general, Ing. Daniela Proaño (Ingeniera Ambiental).

- **Encuestas:** se realizó encuestas para conocer el nivel de conocimiento respecto al tema de conservación ambiental y la posible involucración en el mismo con acciones ambientales. Al siguiente público objetivo.

Turistas Islas de Fuego, Habitantes Islas Santa Cruz y San Cristóbal

- **Sondeo:** se realizó un sondeo a la personas de la competencia para investigar nuevos procesos de conservación ambiental y que tipo de acciones ya usa la competencia.

Secundarias:

Informes especializados: como los citados en el marco teórico donde se descubrió el incremento del turismo sostenible en el mundo y las prácticas sustentables que llevan a cabo los hoteles y agencias turísticas.

## 2.5. Públicos Objetivos.

Ilustración 15 Público Objetivo



**Elaborado por:** Johanna Arguello

Estos son los públicos objetivos seleccionados para la investigación que se llevará a cabo. Sabiendo que estos son los stakeholders con la opinión más importante ya que evidencian diariamente la conservación ambiental o simplemente la propuesta van dedicada a ellos.

## **2.6. Población de estudio.**

Teniendo en cuenta que existen cinco tipos de stakeholders se los especifica a cada uno a continuación, de una manera más detallada con datos numéricos para posteriormente realizar un muestreo de los mismos.

- **Turistas:** En el 2014 las ventas de la agencia Islas de Fuego indican que envían a Galápagos alrededor de 2465 pasajeros al año. Siendo el porcentaje de 63% (1563pax) menores de edad y 37% (902 pax, incluido 10 extranjeros) en adultos. Es decir que esta es la cifra de la población para sacar una muestra exacta. (Anexo 1Resumen Ventas 2014)
- **Agencias y hoteles:** al tener dificultad para la recopilación de la información, desde la fuente de estas entidades, se realizará un sondeo alrededor de 10 personas para captar testimonios.
- **Directivos de la empresa:** la gerente general y dueña de la empresa es la encargada en aprobar todo tipo de proyectos, y a su vez existe la subgerente de Tourmarine que dirige todo tipo de asuntos orientados a la sustentabilidad ambiental. Por esta razón se realizará la investigación pertinente a las dos directivas de la empresa.
- **Especialista Ambiental:** se necesita recopilar la mayor información posible respecto al tema, razón por la cual se toma la población de un Ing. Ambiental.
- **Habitantes Isla Santa Cruz y San Cristóbal:** los hoteles que los turistas visitarán son en estas dos Islas, razón por la cual se toma la población de la Isla Santa Cruz (14 579 habitantes), Isla Cristóbal (7 211 habitantes)

## 2.7. Muestra.

### 2.7.1. Muestra turistas.

Al saber que la población de la empresa es de 2465 pasajeros que viajan al año a las Islas Galápagos. Se toma en cuenta la fórmula de población finita con los valores a estimar a continuación.

Población (N): 2465

Ausencia (q): 50% = 0,05

Error (e): 5% = 0,05

Presencia (p): 50% = 0,05

Nivel de confianza (o): 95% = 1,96

Muestra (n)=?

$$n = \frac{o^2 * p * q * N}{e^2 * (N - 1) + Z^2 * p * q}$$

$$n = \frac{(1,69)^2 * 0,5 * 0,5 * 2465}{(0,05)^2 * (2465 - 1) + (1,96)^2 * 0,5 * 0,5}$$

$$n = \frac{3,841 * 0,25 * 2465}{0,0025 * (2464) + 3,841 * 0,25}$$

$$n = \frac{2367,01625}{6,16 + 0,96025}$$

$$n = 332$$

La muestra arroja que la investigación por parte de las encuestas debe ser realizada a un total de 332 turistas entre ellas 209 encuestas a menores de edad que corresponde un 63% y 123 encuestas a adultos que corresponde al 37%, incluyendo 10 extranjeros.

### 2.7.2. Muestra población Isla Santa Cruz.

Al saber que la población de la Isla Santa Cruz es de 14 579 habitantes según los datos de población del último censo, se tomarán en cuenta la opinión de las personas a un nivel de confiabilidad de 90% y un margen de error del 10%, razón por la cual su opinión es importante en la investigación, más no es el público objetivo principal.

Población (N): 14 579

Ausencia (q): 50% = 0,05

Error (e): 10% = 0.1

Presencia (p): 50% = 0,05

Nivel de confianza (o): 90% = 1.65

Muestra (n)=?

$$n = \frac{o^2 * p * q * N}{e^2 * (N - 1) + o^2 * p * q}$$

$$n = \frac{(1,65)^2 * 0,5 * 0,5 * 14579}{(0,1)^2 * (14579 - 1) + (1,65)^2 * 0,5 * 0,5}$$

$$n = \frac{2,7225 * 0,25 * 14579}{0,01 * (14578) + 2,7225 * 0,25}$$

$$n = \frac{9922,83188}{145,78 + 0,680625}$$

$$n = 67,75$$

La muestra de la población de la Isla Santa Cruz es de 68 encuestas a realizarse a los habitantes, para conocer el nivel de involucramiento con las acciones a realizarse y la opinión que tienen respecto al cuidado ambiental que hacen los turistas en las Islas.

### 2.7.3. Muestra Isla San Cristóbal.

Al saber que la población de la Isla San Cristóbal es de 7 211 habitantes se tomarán en cuenta la opinión de las personas a un nivel de confiabilidad de 90% y un margen de error del 10%, razón por la cual su opinión es importante en la investigación, más no es el público objetivo principal.

Población (N): 7 211

Ausencia (q): 50% = 0,05

Error (e): 10% = 0.1

Presencia (p): 50% = 0,05

Nivel de confianza (o): 90% = 1.65

Muestra (n)=?

$$n = \frac{o^2 * p * q * N}{e^2 * (N - 1) + o^2 * p * q}$$

$$n = \frac{(1,65)^2 * 0,5 * 0,5 * 7211}{(0,1)^2 * (7211 - 1) + (1,65)^2 * 0,5 * 0,5}$$

$$n = \frac{2,7225 * 0,25 * 7211}{0,01 * (7210) + 2,7225 * 0,25}$$

$$n = \frac{4907,98688}{72,1 + 0,680625}$$

$$n = 67,43$$

La muestra de la Isla San Cristóbal es de 68 personas a encuestarse, para conocer el nivel de involucramiento con las acciones a realizarse y la opinión que tienen respecto al cuidado ambiental que hacen los turistas en las Islas.

#### 2.7.4. Tabla de Públicos y Muestras.

Tabla 7 Tabla de públicos y muestras

<b>PÚBLICOS</b>	<b>POBLACIÓN</b>	<b>MUESTRA</b>
Directivos de la empresa	2	2
Turistas	2465	332 (209 menores de edad y 113 mayores de edad+10 ext.)
Agencias y Hoteles	Número de agencias y hoteles estimado (4 hoteles, 2 agencias)	10
Especialista Ambiental	1	1
Habitantes Islas Santa Cruz, San Cristóbal	Santa Cruz 14579 San Cristóbal 7211	68 cada Isla (136 en total)

**Elaborado por:** Johanna Arguello

#### 2.8. Planificación de la Investigación a realizar:

Marco tiempo espacial.



Tabla 8 Planificación de la investigación a realizar

<b>Instrumento</b>	<b>Público</b>	<b>Día</b>	<b>Hora</b>	<b>Lugar</b>	<b>Recursos</b>
Entrevistas	Adriana Herrera Dennisse Vallejo	20/11/15	18:30	Residencia de directivos	Toma de notas
	Ing. Daniela Proaño	20/11/15	16:00	Ministerio del ambiente	Toma de notas
Encuestas	Turistas Islas de Fuego	21/11/15 30/11/15	Sin horario restringido	Agencia de viajes Islas de Fuego, Visitas con los vendedores a los Colegio de América y Colegio Francés	Encuestas impresas Mailing
Encuestas	Habitantes Islas San Cristóbal y Santa Cruz	21/11/15 30/11/15	Sin horario restringido	Malecón de las Islas, Vía Internet	Encuestas Impresas  Herramienta de cuestionarios google
Sondeo	Agencias y hoteles (ex trabajadores)	20/11/15	11:00	Oficinas de la agencia Islas de Fuego	Toma de notas

**Elaborado por:** Johanna Arguello

## **2.9. Diseño de la investigación.**

A continuación se diseñan los dos diferentes instrumentos de investigación para proceder con la interpretación de datos.

### **2.9.1. Modelos de encuestas.**

### 2.9.1.1. Modelo de encuesta turistas mayores de edad en Español.

La encuesta dirigida a los turistas mayores de edad permite evidenciar el conocimiento respecto al tema de conservación ambiental y el nivel de aceptación para implicarse en acciones ambientales al momento de realizar una visita a las Islas Galápagos.

#### ENCUESTA

Como parte de un proyecto de investigación de grado se realiza esta encuesta con el objetivo de conocer el nivel de conocimiento e implicación de conciencia ambiental, en los potenciales turistas a visitar las Islas Galápagos.

Por favor responda con una X de la manera más objetiva en los respectivos espacios. De ante mano se agradece su participación.

#### Genero:

Masculino

Femenino:

#### Rango de edad:

De 18 a 29	
De 30 a 49 años	
De 50 en adelante	

#### Ocupación:

Estudiante	
Jubilado	
Sector público	
Sector Privado	
Otros	

#### Preguntas:

##### 1. ¿Conoce las Islas Galápagos?

Sí

No

##### 2. ¿Sabe usted que las Islas Galápagos fueron nombradas como el Primer Patrimonio Natural de la Humanidad y a su vez como Parque Nacional?

Sí

No

3. **¿Del 1 al 10, siendo 10 lo mejor. Que tan importante es la conservación ambiental en áreas protegidas como en los Parques Nacionales? ¿Y por qué?**

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

Explique su respuesta.

.....

.....

4. **¿Colaboraría con la aplicación de estrategias de conservación ambiental en las Islas Galápagos?**

Si  No

Si su respuesta es negativa, explique la razón

.....

.....

5. **¿Qué tipo de estrategias ambientales estaría presto a colaborar en las Islas Galápagos?**

	Si	No
Reciclaje		
Recolección de residuos		
Siembra ecológica		
No utilizar el aire acondicionado		
Ir por senderos señalados		
Reutilización de recipientes		
Mitigar el ruido		
Otros		

6. **¿Qué mecanismos conoce usted sobre conservación ambiental, cuáles recomendaría para su aplicación en las Islas Galápagos?**

Explique su respuesta

.....

.....

**7. ¿Quisiera conocer más sobre estos mecanismos ambientales que se deben aplicar en las Islas Galápagos?**

Si

No

Si su respuesta es negativa explique la razón

.....

.....

**8. ¿Mediante cual herramienta sería más fácil conocer estos mecanismos ambientales?**

	Si	No
Charlas		
Folletos		
Spots		
Videos educativos		
Publicaciones en redes sociales		
Correo electrónico		
Documentales		
Otros		

**9. ¿Qué tipo de información respecto a educación ambiental le interesa saber?**

	Si	No
Reconocer la importancia del impacto ambiental		
Adquirir hábitos y costumbres de acuerdo a la apropiación ambiental		
Distinguir las causas que alteran al medio ambiente		
Prácticas sostenibles para la conservación ambiental		

### 2.9.1.2. Modelo de encuesta turistas mayores de edad en Ingles.

#### POLL

As part of a research project grade this survey is conducted in order to determine the level of knowledge and involvement of environmental awareness for potential tourists to visit the Galapagos Islands.

Please answer with an X in the most objective way in the respective spaces. Beforehand their participation is appreciated.

#### Gender:

Male

Female:

#### Age range:

#### Occupation:

From 18 to 29	
From 30 to 49	
From 50 onwards	

Student	
Public worker	
Private worker	
Retired	
Others	

#### Questions:

1. ¿Did you know Galapagos Islands?

Yes

No

2. ¿ Do you know that the Galapagos Islands were named as the first Natural World Heritage Site and also a National Park?

Yes

No

3. ¿ From 1 to 10, been 10 the most important. How important it is the environmental conservation in protected areas such as National Parks? ¿ Why?

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

Explain your answers.

.....

.....

4. ¿Do you want to collaborate with the implementation of strategies for environmental conservation in the Galapagos Islands?

Yes  No

If your answer was negative, please explain the reason.

.....

.....

5. ¿ What kind of environmental strategies would be ready to cooperate in the Islands Galapagos?

	Yes	No
Recycling		
Waste collection		
Ecological planting		
do not use air conditioning		
Marked trails go		
Reuse of containers		
Mitigate noise		
Others		

6. ¿ What mechanisms do you know about environmental conservation, which recommend it for use in the Galapagos Islands?

Explain your answer

.....

.....

**7. ¿ Would like to learn more about these environmental mechanisms to be applied in the Galapagos Islands?**

Yes

No

If your answer was negative, please explain the reason.

.....

.....

**8. ¿ Which tool would be easier to meet these environmental mechanisms?**

	Si	No
Causerie		
Brochures		
Spots		
Educational videos		
Publications in social networks		
Email		
Documentaries		
Others		

**9. ¿What kind of information do you want to know about environmental education?**

	Yes	No
Recognizing the importance of environmental impact		
Acquire habits and customs according to environmental appropriation		
Distinguish the causes that alter the environment		
Sustainable practices for environmental conservation		

### 2.9.1.3. Modelo de encuesta turistas menores de edad.

Este instrumento de investigación se lo realizó a los menores de edad para conocer de que manera sería más fácil educar e implicar a los individuos en el tema de conservación ambiental.

#### ENCUESTA TURISTAS MENORES DE EDAD

La presente encuesta se la utilizará con fines académicos, para conocer su opinión sobre un determinado tema. Motivo por el cual se pide honestidad al momento de contestar las preguntas.

Por favor responder con una X, en los espacios indicados y agradecemos su participación.

#### Género:

Masculino

Femenino

#### Edad:

11	12	13	14	15	16	17

#### Preguntas:

##### 1. ¿Sabes que es la conservación ambiental?

Si

No

##### 2. La conservación ambiental trata de cuidar las plantas, animales y lugares para presévalos al futuro, y evitar su extinción o destrucción. ¿Sabiendo esto te gustaría involucrarte en tareas que eviten dañar al medio ambiente en galápagos?

Si

No



3. **¿En tu viaje a Galápagos ayudarías con mecanismos de cuidado ambiental?, escoge con cuales podrías involucrarte.**

	Si	No
Reciclaje		
Recoger basura		
Sembrar plantas		
No prender el aire acondicionado del hotel		
Ir por el camino señalado		
Reutilizar recipientes		
No botar basura		
Otros		

4. **¿Se te ocurre alguna idea que ayude a cuidar el medio ambiente en Galápagos?**

Explica tu idea.

.....

.....

5. **¿Antes de hacer tu viaje te gustaría aprender sobre los cuidados ambientales que se deben realizar en las Islas Galápagos?**

Si

No

6. **Si tu respuesta es positiva ¿De qué forma sería más fácil conocer sobre este tema?**

	Si	No
En clases		
Folletos informativos		
Publicidad en la televisión		
Videos educativos		
Publicaciones en redes sociales		
Obras de teatro		
Talleres		
Otros		

### 2.9.1.4. Modelo de encuesta habitantes de las Islas.

Mediante esta encuesta se pretende conocer la opinión de los colonos respecto a las malas costumbres ambientales que tiene los turistas y de que manera afecta a los habitantes las malas prácticas ambientales.

#### ENCUESTA

Como parte de un proyecto de investigación de grado se realiza esta encuesta con el objetivo de conocer la opinión de los habitantes de las Islas Santa Cruz y San Cristóbal, respecto a conservación ambiental.

Por favor responda de la manera más objetiva. De ante mano se agradece su participación.

#### Genero:

Masculino

Femenino:

#### Rango de edad:

De 18 a 29	
De 30 a 49 años	
De 50 en adelante	

#### Ocupación:

Sector hotelero	
Sector marítimo	
Sector público	
Guianza	
Otros	

#### Preguntas:

1. ¿Está usted vinculado a la actividad turística en las Islas?

Si

No

2. ¿Cree usted que el ingreso de turistas a las Islas Galápagos ha afectado, en la conservación ambiental, y en qué forma ha afectado?

.....  
.....

**3. ¿Piensa usted que, las agencias de viajes que envían a los turistas a las Islas, se encargan de enseñar a los pasajeros a cuidar el medio ambiente?**

Si

No

Explique su razón.

.....  
.....

**4. ¿De qué manera podrían los turistas ayudar con la conservación local?**

.....  
.....

**5. ¿Qué tipo de cosas hacen los turistas que dañe el medio ambiente?**

.....  
.....

**6. ¿Cómo cree usted que podrían aprender los turistas y los vinculados al sector turístico a cuidar las Islas? ¿De qué forma sería más fácil enseñarles?**

.....  
.....

**7. ¿Afecta de alguna manera las malas costumbres de los turistas, en sus actividades diarias?**

Si

No

Explique en cuales

.....  
.....

**8. ¿Cree usted que el gobierno de Galápagos y las autoridades del Parque Nacional, están comprometidas con la conservación de las Islas? ¿Porque?**

Si

No

Explique su razón.

.....  
.....

## **2.9.2. Modelo de entrevistas.**

Las siguientes entrevistas están dirigidas específicamente a las personas encargadas en las estrategias de conservación ambiental de la empresa. Y a su vez a un especialista en el tema para conocer más sobre estas prácticas sostenibles.

### **2.9.2.1. Entrevista directivos.**

#### **Entrevista Gerente General**

**Nombre:** Ing. Adriana Herrera

1. ¿Cuál es la importancia de la responsabilidad social y ambiental para su empresa?
2. ¿Se ha realizado anteriormente algún tipo de plan de responsabilidad social o ambiental?
3. ¿Cuál sería el aporte de un Plan de Responsabilidad Social Ambiental a la empresa?
4. ¿Cuál sería el valor monetario destinado para la inversión de un nuevo plan de Responsabilidad Social Ambiental?
5. ¿Qué tipo de nuevas estrategias quisiera implementar?
6. ¿Cuáles cree usted que serían las mejores herramientas de comunicación para difundir estas estrategias a los pasajeros?

#### **Entrevista Subgerente General**

**Nombre:** Bióloga Dennisse Vallejo

1. ¿Por qué cree que la conservación en las Islas Galápagos es importante?
2. ¿Qué tipo de estrategias ambientales tiene actualmente la empresa?

3. ¿Qué nuevas estrategias ambientales quisiera implementar en la empresa?
4. ¿Cuál cree usted que sería la mejor manera para involucrar a los turistas en prácticas ambientales?
5. ¿Cuál sería la manera más fácil de persuadir a los turistas para que tengan una conciencia ambiental?

### **2.9.2.2. Entrevista Ing. Ambiental.**

#### **Entrevista Especialista Ambiental**

**Nombre:** Ing. Daniela Proaño

1. ¿De qué se trata el tema del turismo sostenible?
2. ¿Para qué sirve el uso de técnicas que impulsen la conservación ambiental?
3. ¿Cuáles métodos de conservación ambiental podrían ayudar en la conservación de las Islas Galápagos?
4. ¿Cómo se logra crear conciencia ambiental en las personas?
5. ¿Cuál sería la forma más eficaz para difundir los mecanismos de conservación ambiental?

### **2.9.3. Modelo de Sondeo:**

El presente modelo de investigación está dirigido específicamente a ex trabajadores de agencias de viajes u hoteles de las Islas Galápagos, ya que resulta dificultoso filtrar información directamente de la fuente.

## SONDEO

La actividad que se llevará a cabo, consiste en la formulación de preguntas para conocer la opinión de los asistentes y finalmente sacar conclusiones sobre las prácticas ambientales que se desarrollan en distintas empresas turísticas de las Islas Galápagos.

Por favor conteste las siguientes preguntas según su experiencia, de ante mano se agradece su colaboración.

1. ¿Cuáles son las principales actividades que realizan estas empresas para la conservación ambiental?
2. ¿Qué tipo de nuevos proyectos se están impulsando en las empresas turísticas?
3. ¿Estas empresas involucran a sus pasajeros en prácticas ambientales? ¿Cómo en cuáles?
4. ¿De qué manera persuaden a los turistas a ayudar con el cuidado del medio ambiente?

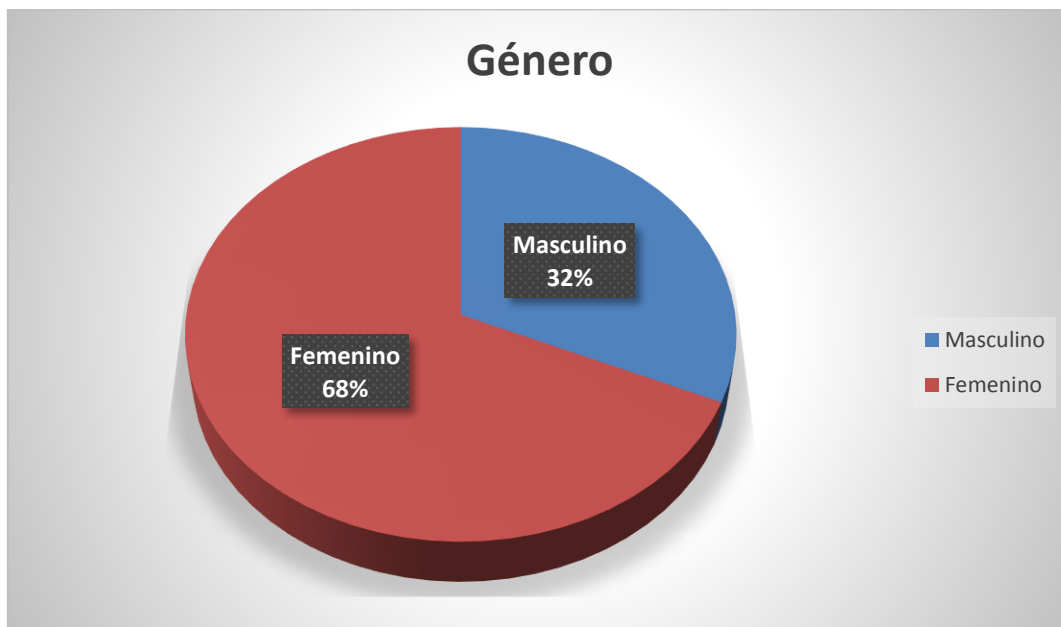
### **2.10. Resultados de la investigación:**

#### **2.10.1. Encuestas tabulación e interpretación:**

Se realizó tres tipos modelos de encuestas en los cuales se clasificó por turistas mayores de edad nacionales y extranjeros, turistas menores de edad nacionales y habitantes de las Islas Galápagos en específico de las Islas San Cristóbal y Santa Cruz.

### 2.10.1.1. Encuestas turistas mayores de edad Agencia Islas de Fuego

Gráfico 1 Género 1



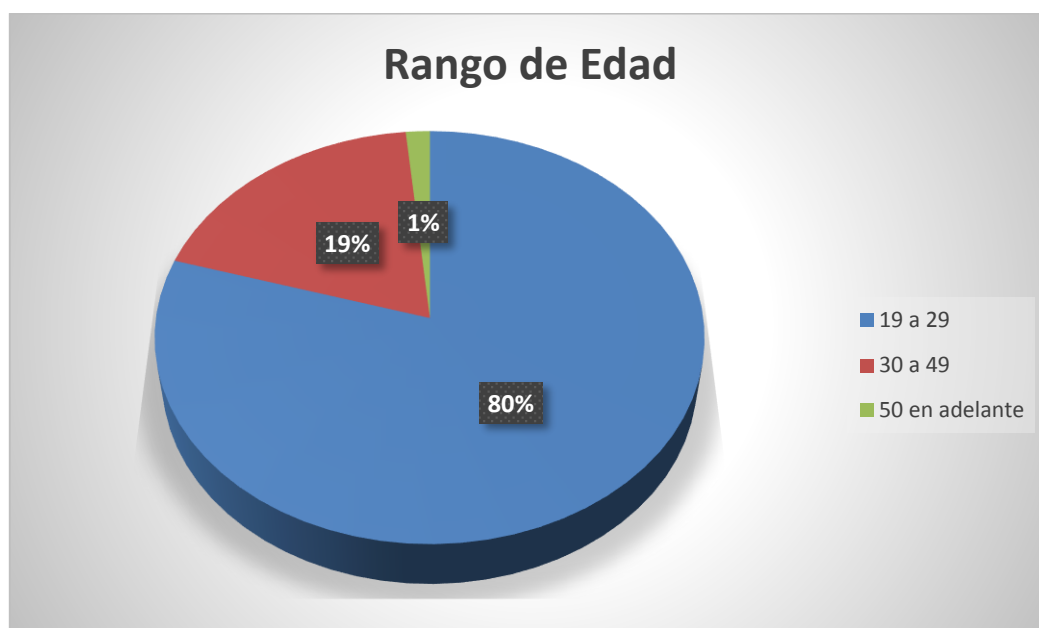
Elaborado por: Johanna Arguello

Género	Cantidad	Porcentaje
Masculino	39	32%
Femenino	84	68%
<b>Total</b>	<b>123</b>	<b>100%</b>

Interpretación: En total se realizaron 123 encuestas a mayores de edad entre ellos 84 personas de género femenino y 39 género masculino, es importante recalcar que se realizaron las encuestas a 10 extranjeros 4 mujeres y 6 hombres

Análisis: se puede evidenciar que la mayoría de turistas que utilizan los servicios de la agencia son de género femenino

**Gráfico 2 Rango de edad 1**



**Elaborado por:** Johanna Arguello

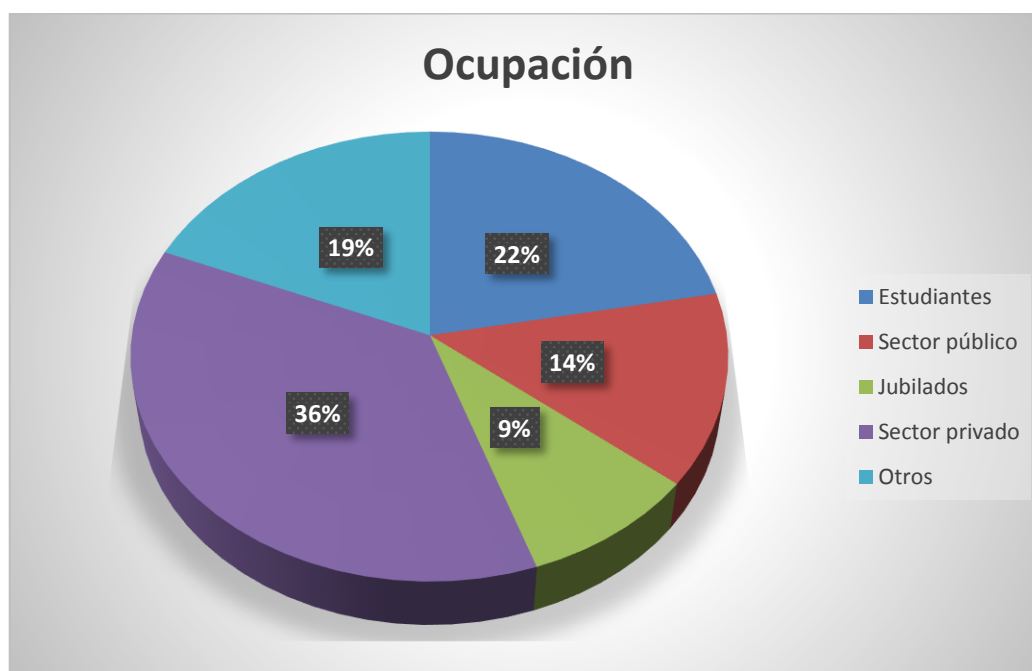
<b>Rango de edad</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Porcentaje</b>
18 a 29	72	80%
30 a 49	17	1%
50 en adelante	34	19%
<b>Total</b>	<b>123</b>	<b>100%</b>

Interpretación: El 80% de encuestados tienen edades entre los 18 a 29 años de edad seguido con el 19% que es el grupo de personas de 50 años en adelante, y por último el 1% con 17 encuestados con edades entre 30 a 49 años.

Análisis: muchas veces las personas que viajan son adolescentes o padres de familia jóvenes que acompañan a sus hijos en los paseos de fin de año. Por otro lado las personas de 50 años en adelante son también interesadas en conocer las Islas Galápagos.



**Gráfico 3 Ocupación 1**



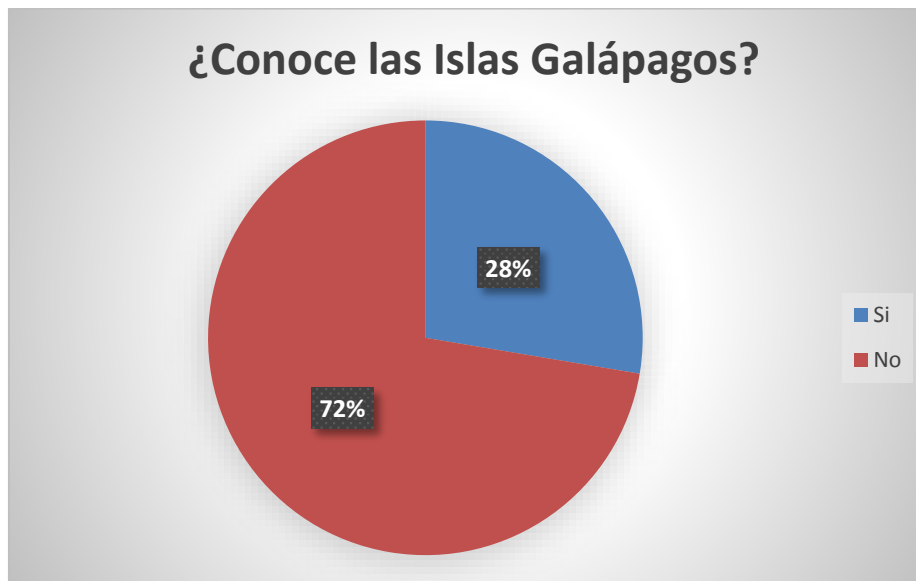
**Elaborado por:** Johanna Arguello

Ocupación	Cantidad	Porcentaje
Estudiantes	27	22%
Sector público	17	14%
Jubilados	11	9%
Sector privado	45	36%
Otros	23	19%
<b>Total</b>	<b>123</b>	<b>100%</b>

Interpretación: El mayor porcentaje se lo lleva el sector privado que tiene el 36% equivalente a 45 personas encuestadas y el menor porcentaje equivale al 9% con 11 personas jubiladas.

Análisis: se encuentra que las personas que desean viajar a las Islas Galápagos trabajan en el sector privado o en otro tipo de trabajos.

**Gráfico 4 Pregunta 1**



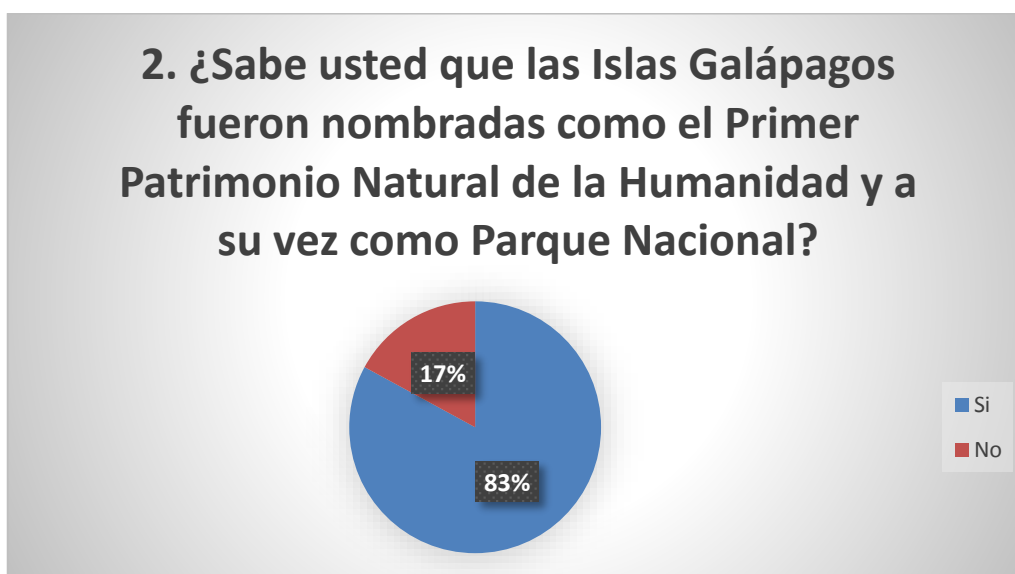
**Elaborado por:** Johanna Arguello

<b>Respuesta</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Porcentaje</b>
Si	34	28%
No	89	72%
<b>Total</b>	<b>123</b>	<b>100%</b>

Interpretación: El 72% de los encuestados no conoce las Islas Galápagos mientras que la minoría con el 28% de los encuestados conoce las Islas

Análisis: este resultado se debe que a pesar de ser un destino turístico nacional es muy costoso para conocerlo por ende no muchas personas nacionales están dispuestas a viajar a este destino.

**Gráfico 5 Pregunta 2**



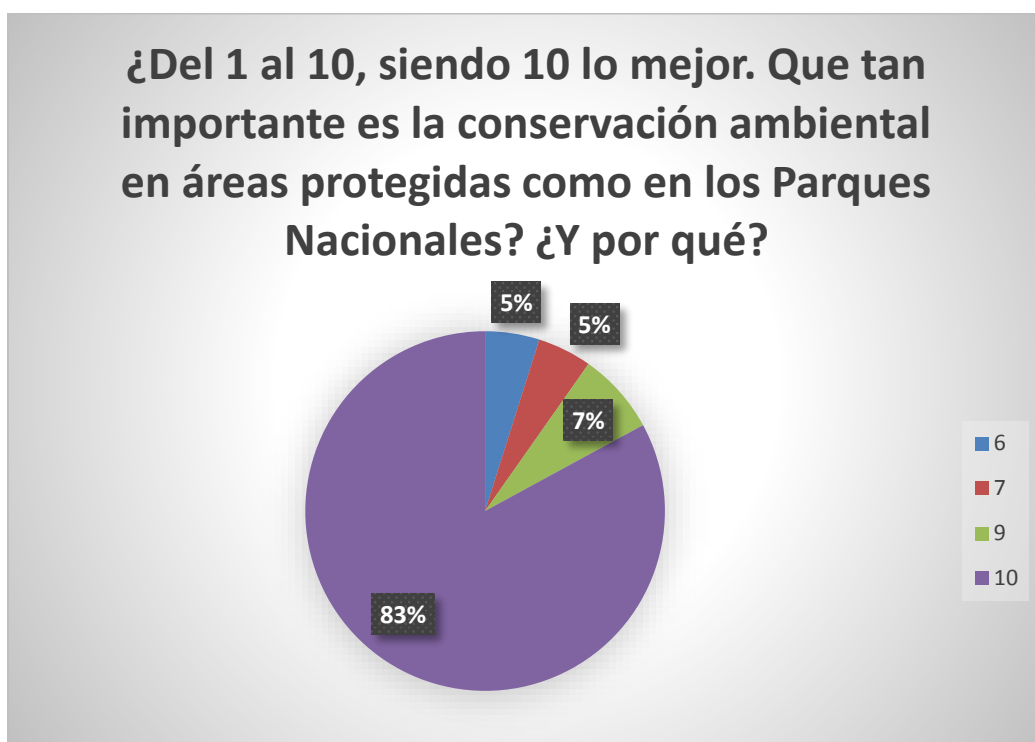
**Elaborado por:** Johanna Arguello

<b>Respuesta</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Porcentaje</b>
Si	102	83%
No	21	17%
<b>Total</b>	<b>123</b>	<b>100%</b>

Interpretación: El 83% de los encuestados sabe que las Islas Galápagos fueron nombradas como el primer patrimonio natural de la humanidad y que es un parque nacional, mientras que el 17% de los encuestados no lo saben.

Análisis: a pesar que la mayoría de encuestados no conoce las Islas, si sabe que es una área protegida, es decir que es un Parque Nacional.

**Gráfico 6 Pregunta 3**



**Elaborado por:** Johanna Arguello

Respuesta	Cantidad	Porcentaje
6	6	5%
7	6	5%
9	9	7%
10	102	83%
<b>Total</b>	<b>123</b>	<b>100%</b>

Interpretación: El 83% de las personas dicen que es sumamente importante la conservación ambiental en áreas protegidas.

Análisis: la mayoría de encuestados piensa que es importante la conservación, ya que solo en las Islas existe flora y fauna única en el planeta y mucha de esta riqueza se está perdiendo y deteriorando. Y sería una pérdida tanto natural, como económica para el país.

**Gráfico 7 Pregunta 4**



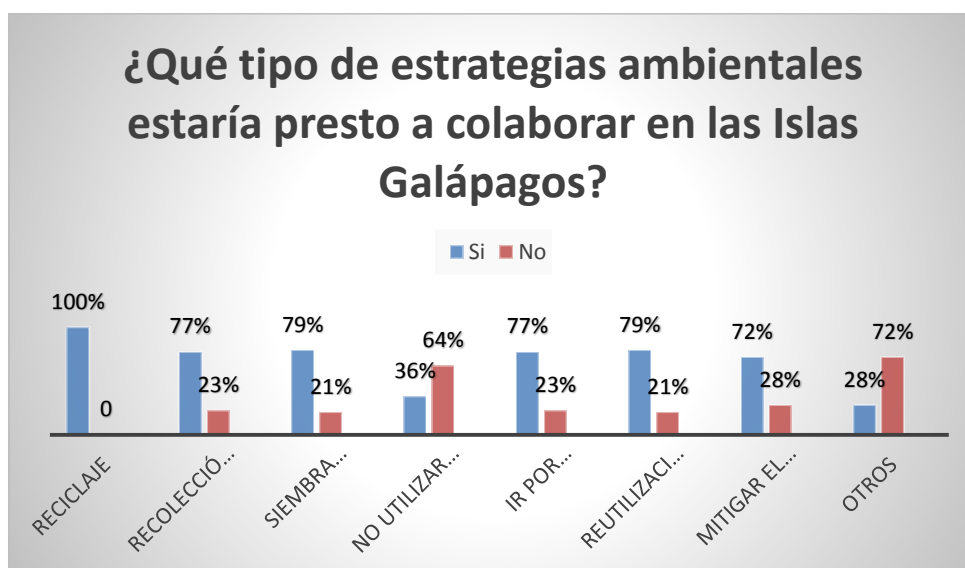
**Elaborado por:** Johanna Arguello

<b>Respuesta</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Porcentaje</b>
Si	110	61%
No	13	39%
<b>Total</b>	<b>123</b>	<b>100%</b>

El 61% de encuestados sostiene que colaboraría con estrategias de conservación ambiental en las Islas Galápagos ya que es una manera de ayudar con el medio ambiente, mientras que el 39% de encuestados respondió negativamente.

Análisis: el criterio de las personas es que no están de acuerdo es porque no invertirían económicamente en una actividad que no les compete y por otro lado las personas que están interesadas en ayudar se debe a que últimamente se ha creado una conciencia ambiental positiva en el mundo.

**Gráfico 8 Pregunta 5**



**Elaborado por:** Johanna Arguello

Estrategia	Si	No	Porcentaje	
			Si	No
Reciclaje	123	0	100%	0%
Recolección de residuos	95	28	77%	23%
Siembra ecológica	97	26	79%	21%
No utilizar aire acondicionado	44	79	36%	64%
Ir por senderos señalados	95	28	77%	23%
Reutilizar recipientes	97	26	79%	21%
Mitigar el ruido	89	34	72%	28%
Otros	34	89	28%	72%

Interpretación: Las personas estarían prestos a colaborar con estrategias de conservación ambiental como el reciclaje, la recolección de residuos, siembra ecológica, ir por senderos señalados, reutilizar recipientes, mitigar el ruido.

Análisis: estas estrategias escogidas por los encuestados se debe a que son las de mayor facilidad de aplicación por ende tienen la mayor aceptación al contrario del uso del aire acondicionado o la aplicación de otros métodos como el ahorro del agua en los hoteles, que son actividades que muy difícilmente las harían y la fumigación de pertenencias en los aeropuertos.

Gráfico 9 Pregunta 6



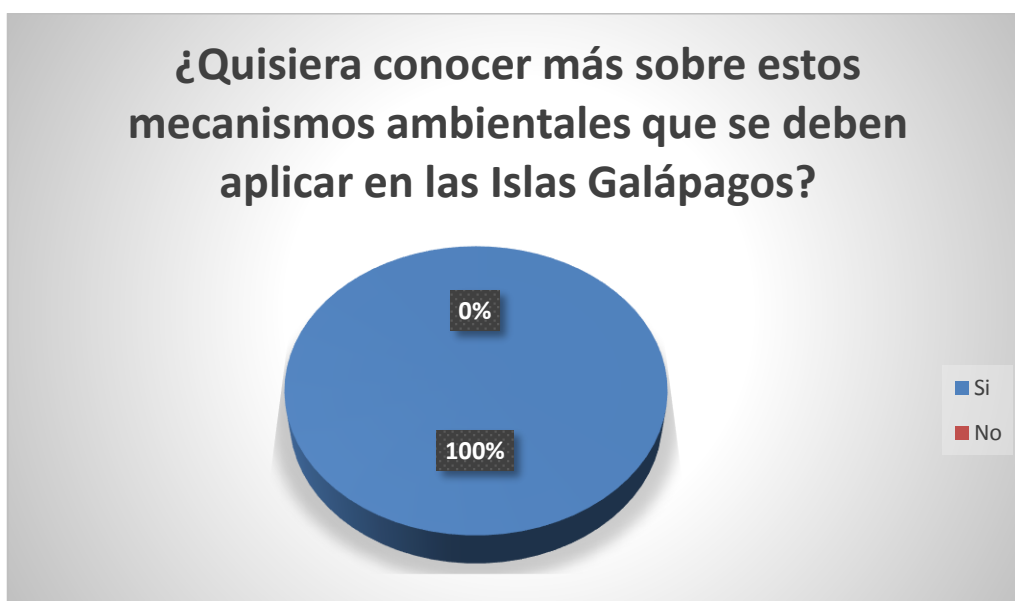
Elaborado por: Johanna Arguello

Actividad	Cantidad	Porcentaje
Cuidado de la fauna	22	18%
Arborización	11	9%
Uso del agua	11	9%
Uso de la luz	17	14%
Estrategias en el aeropuerto	6	5%
Estrategias comunicacionales	17	14%
Reutilización de materiales	6	5%
Ninguno	32	26%
<b>Total</b>	<b>123</b>	<b>100%</b>

Interpretación: La mayoría de los encuestados desconocen sobre otras técnicas o métodos de conservación ambiental que se puedan implementar en las Islas, pero a su vez el 18% está de acuerdo con crear estrategias para evitar el daño de la fauna (como la extinción, reproducción de animales no autóctonos, preservación de especies locales).

Análisis: todas las respuestas de los encuestados se basan en las acciones más fáciles de ejercer, quiere decir que las personas quisieran ayudar pero no están totalmente comprometidas. La mayoría de métodos propuestos por los encuestados fueron la arborización, ahorro de agua y luz, estrategias comunicacionales y la reutilización de materiales.

**Gráfico 10 Pregunta 7**



**Elaborado por:** Johanna Arguello

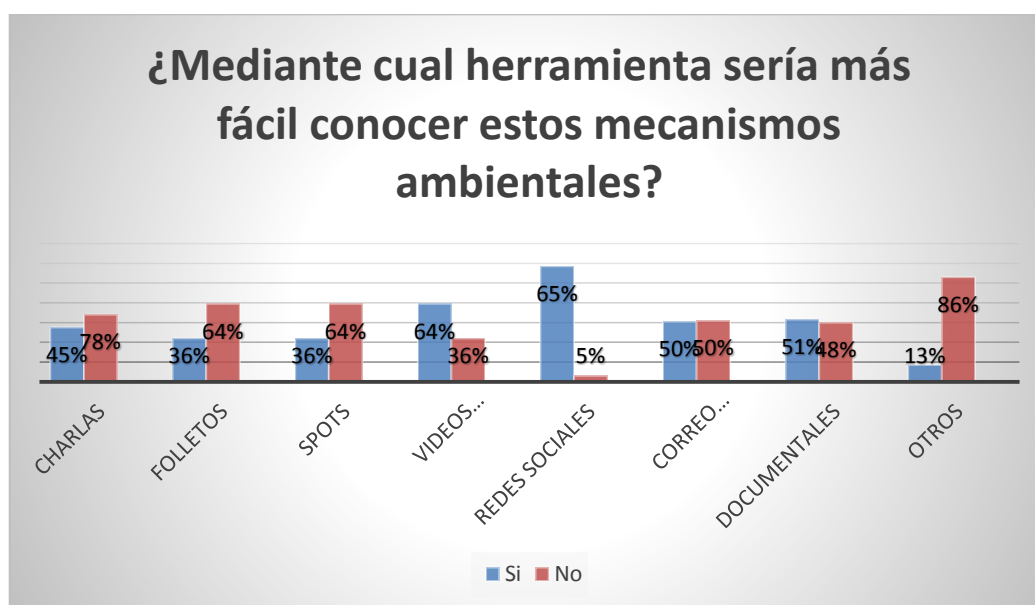
<b>Respuesta</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Porcentaje</b>
Si	123	100%
No	0	0
<b>Total</b>	<b>123</b>	<b>100%</b>

Interpretación: El 100% de los encuestados quisieran saber más sobre mecanismos de conservación ambiental por razones de cultura ambiental y a su vez para aplicarlos en su vida cotidiana.

Análisis: Siendo este un dato que ya se lo venía a venir, la razón de formulación de esta pregunta se la hace para comprobar realmente el nivel de aceptación. Quiere decir que las personas están cada vez más preocupadas en el medio ambiente y no solo en la conservación de Galápagos si no de una forma general.



**Gráfico 11 Pregunta 8**



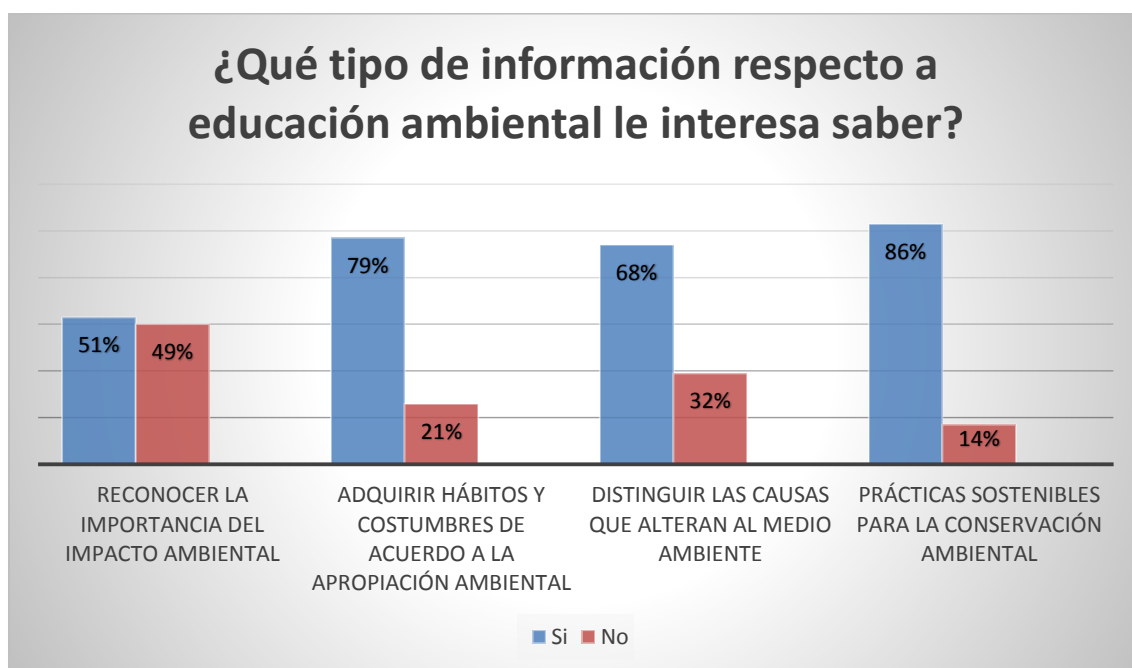
**Elaborado por:** Johanna Arguello

Herramientas	Si	No	Porcentaje	
Charlas	55	68	45%	78%
Folletos	44	79	36%	64%
Spots	44	79	36%	64%
Videos educativos	79	44	64%	36%
Redes sociales	117	6	95%	5%
Correo electrónico	61	62	50%	50%
Documentales	63	60	51%	48%
Otros	17	106	13%	86%

Interpretación: Se comprobó que el 95% de los encuestados está de acuerdo que la herramienta más eficaz para la socialización de un plan de Responsabilidad Social Ambiental serían las redes sociales seguidas de los videos educativos con 64% y con el 50% el correo electrónico.

Análisis: la aceptación de las personas con respecto a las actividades comunicacionales es amplia pero el reto difícil será en verdad llegar a persuadir y educar a las personas. Por otro lado los encuestados aconsejaron otro tipo de mecanismos como el teatro, las galerías y exposiciones al aire libre. Se debe tener en cuenta que las preferencias al utilizar las redes sociales se deben a la gran acogida que ha tenido esta nueva herramienta de comunicación y difusión masiva.

**Gráfico 12 Pregunta 9**



**Elaborado por:** Johanna Arguello

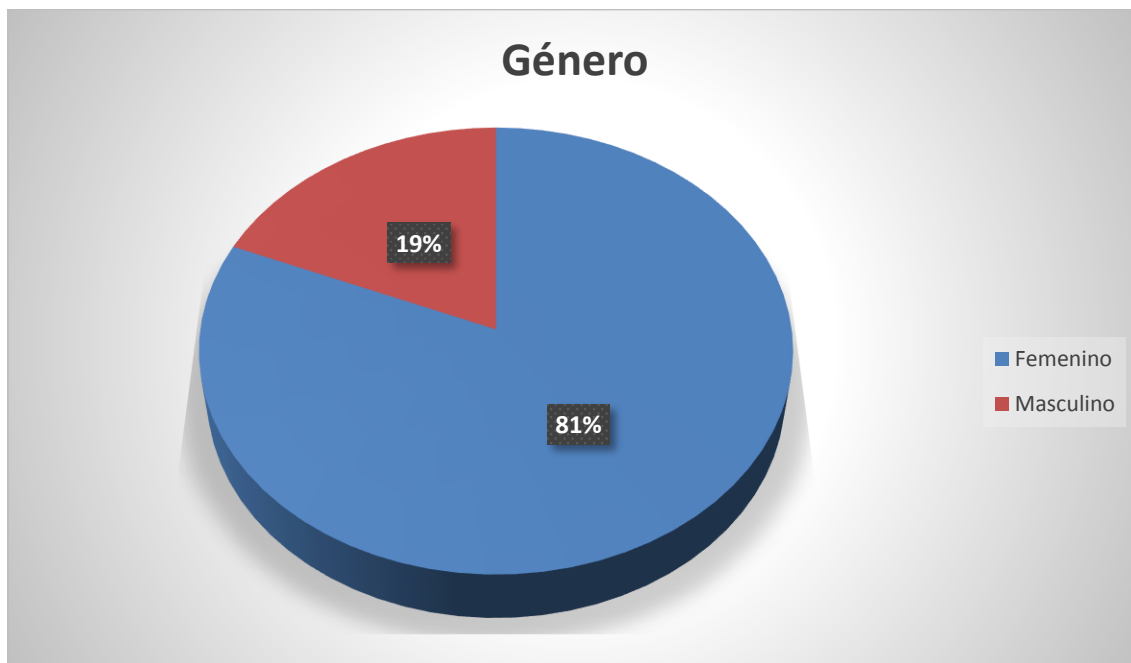
Información	Si	No	Porcentaje	
			Si (%)	No (%)
Reconocer la importancia del impacto ambiental	63	60	51%	49%
Adquirir hábitos y costumbres de acuerdo a la apropiación ambiental	97	26	79%	21%
Distinguir las causas que alteran al medio ambiente	94	39	68%	32%
Prácticas sostenibles para la conservación ambiental	103	17	86%	14%

**Interpretación:** La mayoría de encuestados le interesa conocer más sobre prácticas sostenibles para la conservación ambiental con un 86% y a su vez adquirir nuevos hábitos y costumbres de acuerdo a la apropiación ambiental con un 79%.

**Análisis:** Sabiendo que hay un mínimo de diferencia entre estas opciones establecidas por un ingeniero ambiental, de igual manera nos ayudan para saber en cuales preferencias por parte del público objetivo se puede inmiscuir de mejor manera, en la información que se transmitirá a los potenciales turistas.

### 2.10.1.2. Encuestas turistas menores de edad Agencia Islas de Fuego:

Gráfico 13 Género 2

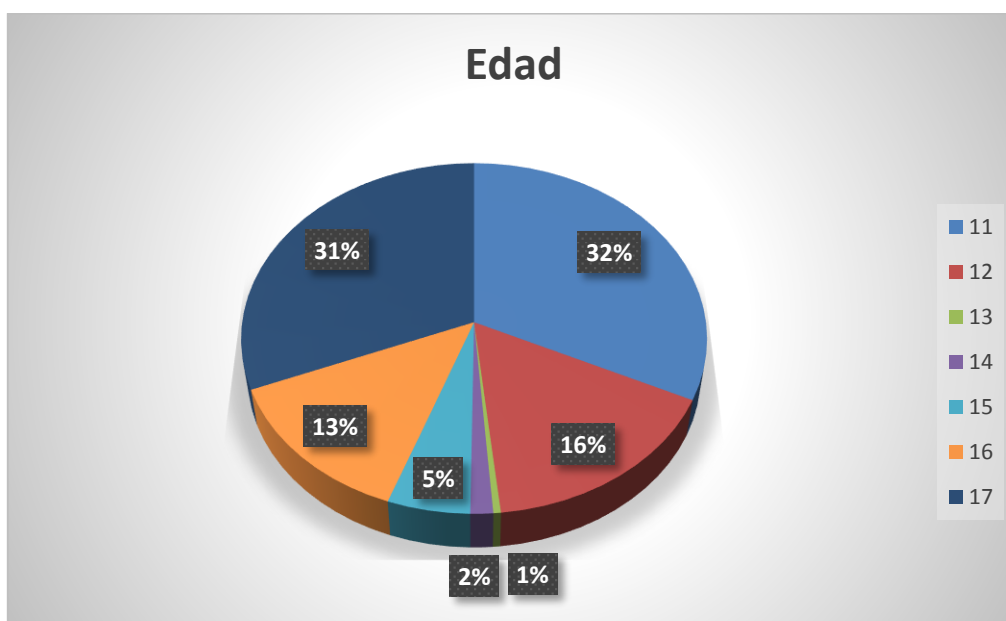


Elaborado por: Johanna Arguello

Género	Cantidad	Porcentaje
Femenino	170	81%
Masculino	39	19%
<b>Total</b>	<b>209</b>	<b>100%</b>

El 81% de los menores encuestados son de género femenino ya que se realizó la investigación a menores de edad en la escuela y colegio de América donde solo estudian mujeres y el 19% restante son de género masculino, realizado también en el colegio Francés.

**Gráfico 14 Rango de edad 2**



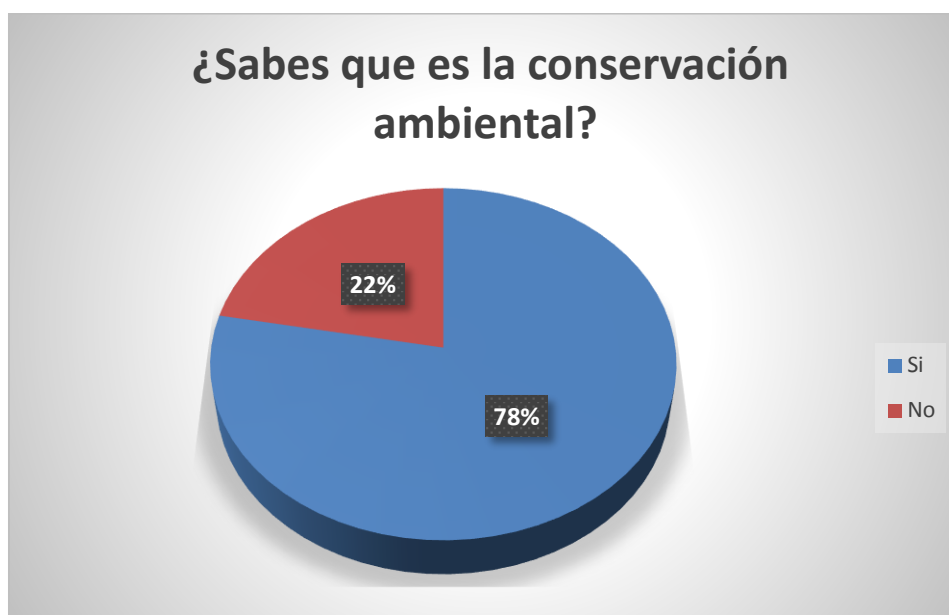
**Elaborado por:** Johanna Arguello

Edad	Cantidad	Porcentaje
11	67	32%
12	34	16%
13	1	1%
14	3	2%
15	11	5%
16	28	13%
17	65	31%
<b>Total</b>	<b>209</b>	<b>100%</b>

**Interpretación:** El 32% y 31% de los menores de edad corresponden a las edades de 11 y 17 años de edad.

**Análisis:** los menores de edad encuestados son los el público objetivo de la Agencia Islas de Fuego ya que este segmento realiza viajes a las Islas Galápagos por fin de año, debido a graduaciones. Razón por la cual es importante tomar en cuenta su opinión.

**Gráfico 15 Pregunta N 1**



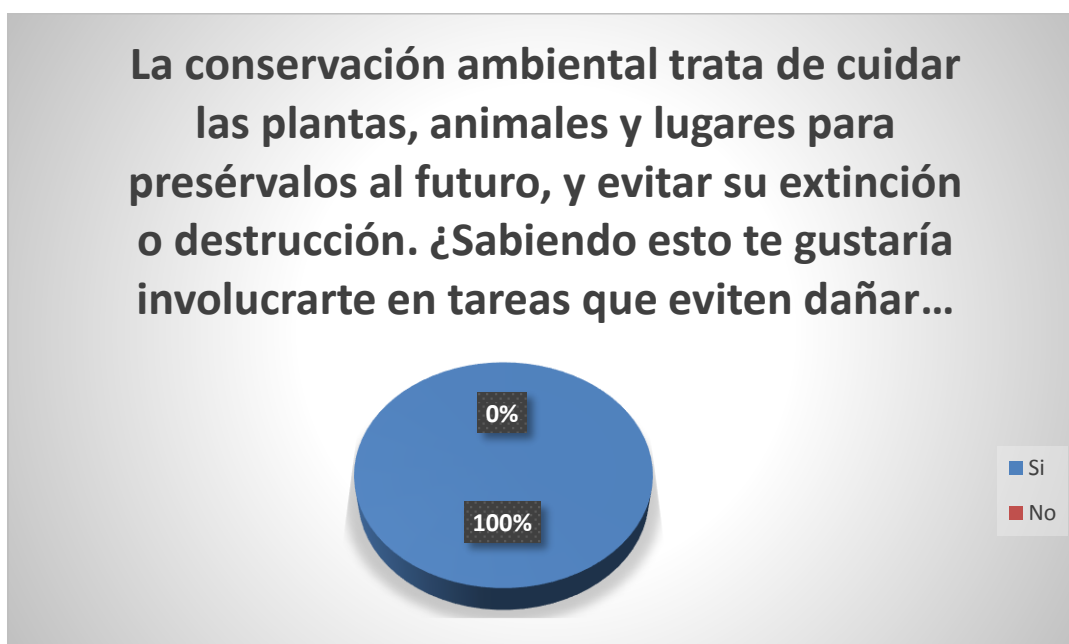
**Elaborado por:** Johanna Arguello

<b>Respuesta</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Porcentaje</b>
Si	163	78%
No	46	22%
<b>Total</b>	<b>209</b>	<b>100%</b>

Interpretación: El 78% de los menores de edad encuestados sabe que es la conservación ambiental sin una explicación o concepto previo

Análisis: quiere decir que los menores de edad también están al tanto en el tema de conservación ambiental, es una buena señal ya que se tiene la mente abierta de los jóvenes para poder realizar distintas actividades de conservación ambiental.

**Gráfico 16 Pregunta N 2**



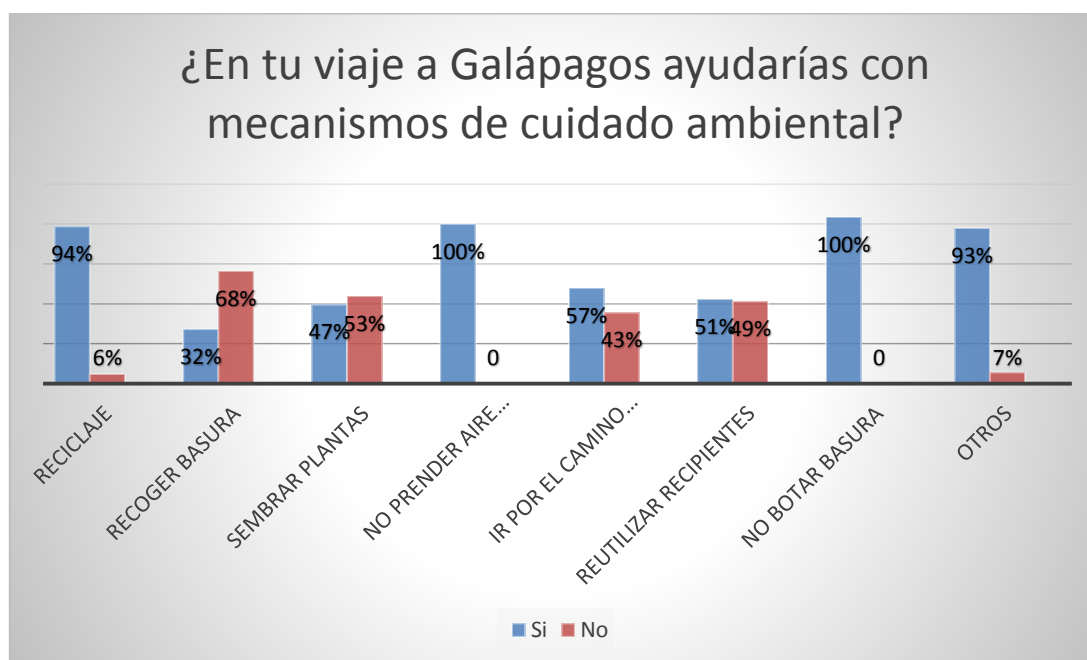
**Elaborado por:** Johanna Arguello

<b>Respuesta</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Porcentaje</b>
Si	209	100%
No	0	0
<b>Total</b>	<b>209</b>	<b>100%</b>

Interpretación: El 100% de los menores de edad encuestados afirman que estarían dispuesto a involucrarse con tareas que ayuden a cuidar el medio ambiente en las Islas Galápagos.

Análisis: Ya que todas las respuestas fueron positivas se determina que los potenciales turistas menores de edad están muy predispuestos a colaborar con el ambiente, también hay que tener en cuenta que la mayoría de menores de edad son adolescente y que no muchas veces se sienten identificados con este tipo de actividades así que se debería trabajar con actividades afines a ellos.

**Gráfico 17 Pregunta N 3**



**Elaborado por:** Johanna Arguello

Estrategia	Si	No	Porcentaje	
			Si (%)	No (%)
Reciclaje	197	12	94%	6%
Recoger basura	68	141	32%	68%
Sembrar plantas	99	110	47%	53%
No prender aire acondicionado	200	0	100%	0
Ir por el camino señalado	120	89	57%	43%
Reutilizar recipientes	106	103	51%	49%
No botar basura	209	0	100%	0
Otros	195	14	93%	7%

**Interpretación:** Todos los encuestados optarían por no prender el aire acondicionado, al contrario de los mayores de edad que no optan por este método, a su vez no botarían basura. Por otro lado ayudarían a reciclar.

**Análisis:** sabiendo que la respuesta es un poco difícil de creer, en el hotel se hace hincapié de este método de conservación. Por otro lado los menores de edad, proponen otras opciones el cuidado de las especies en extinción.

## **Gráfico 18 Pregunta N 4**

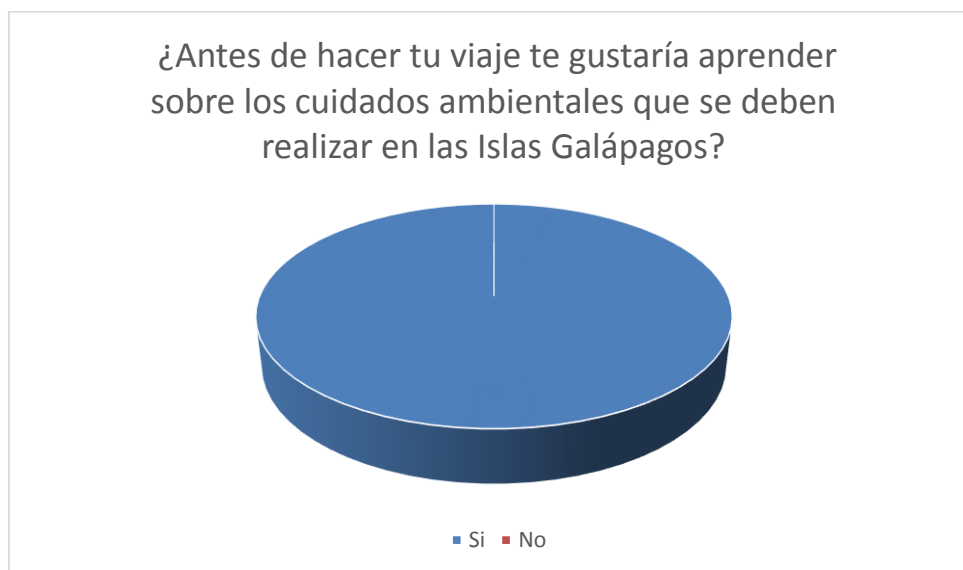
Pregunta N4 (cualitativa)

**¿Se te ocurre alguna idea que ayude a cuidar el medio ambiente en Galápagos?**

La mayoría de niños y adolescentes hablaron sobre el respeto al medio ambiente con métodos de conservación ambiental como no tocar la flora y fauna, no llevarse la riqueza del lugar tomando algún tipo de recuerdo, cuidar el agua al momento de utilizar en el hotel y no mal gastarla, cuidar las especies de su extinción, realizar manualidades con cosas recicladas como las mismas que venden los artesanos para recuerdos y ahorrar la luz en el hotel.



### Gráfico 19 Pregunta N 5



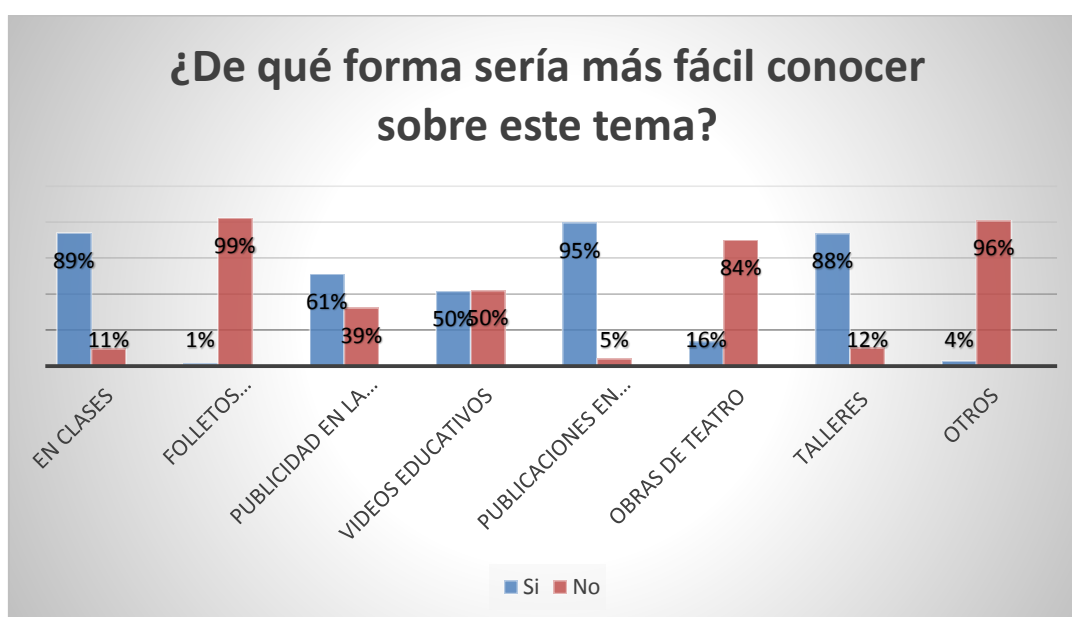
**Elaborado por:** Johanna Arguello

<b>Respuesta</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Porcentaje</b>
Si	209	100%
No	0	0
<b>Total</b>	<b>209</b>	<b>100%</b>

Interpretación: El 100% de los menores de edad encuestados desearían conocer más sobre las Islas Galápagos antes de realizar su viaje.

Análisis: Quiere decir que los menores de edad tienen el interés de saber más sobre el próximo destino turístico a conocer y esto debe ser explotado para que adquieran todos los conocimientos emitidos.

**Gráfico 20 Pregunta N 6**



**Elaborado por:** Johanna Arguello

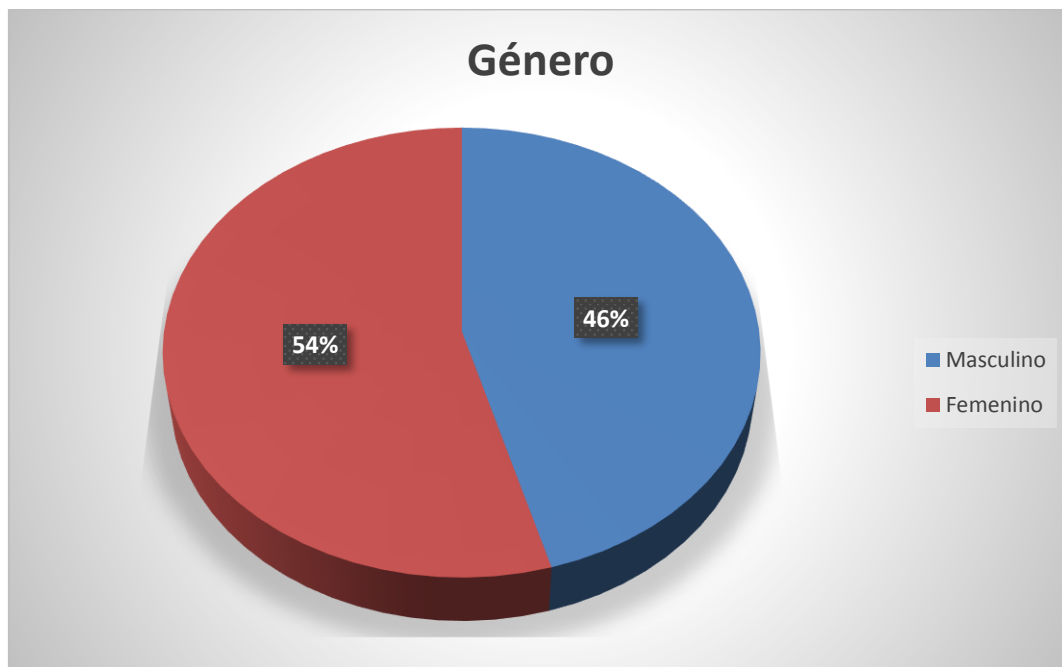
Estrategia	Si	No	Porcentaje	
En clases	185	24	89%	11%
Folletos informativos	3	206	1%	99%
Publicidad en la televisión	128	81	61%	39%
Videos educativos	104	105	50%	50%
Publicaciones en redes sociales	199	10	95%	5%
Obras de teatro	34	175	16%	84%
Talleres	184	25	88%	12%
Otros	7	202	4%	96%

**Interpretación:** El 95% de los menores de edad encuestados piensan que la mejor manera de conocer información sobre el tema es mediante redes sociales.

**Análisis:** el resultado obtenido se debe, que a los menores de edad son siempre los más actualizados en temas de tecnología, tomando en cuenta que esta herramienta de difusión se podría utilizar con los de mayor edad, mientras que a los más pequeños funcionaría de mejor manera el aprendizaje en clases y la aplicación de talleres interactivos.

### 2.10.1.3. Encuestas habitantes Islas San Cristóbal y Santa Cruz

Gráfico 21 Género 3

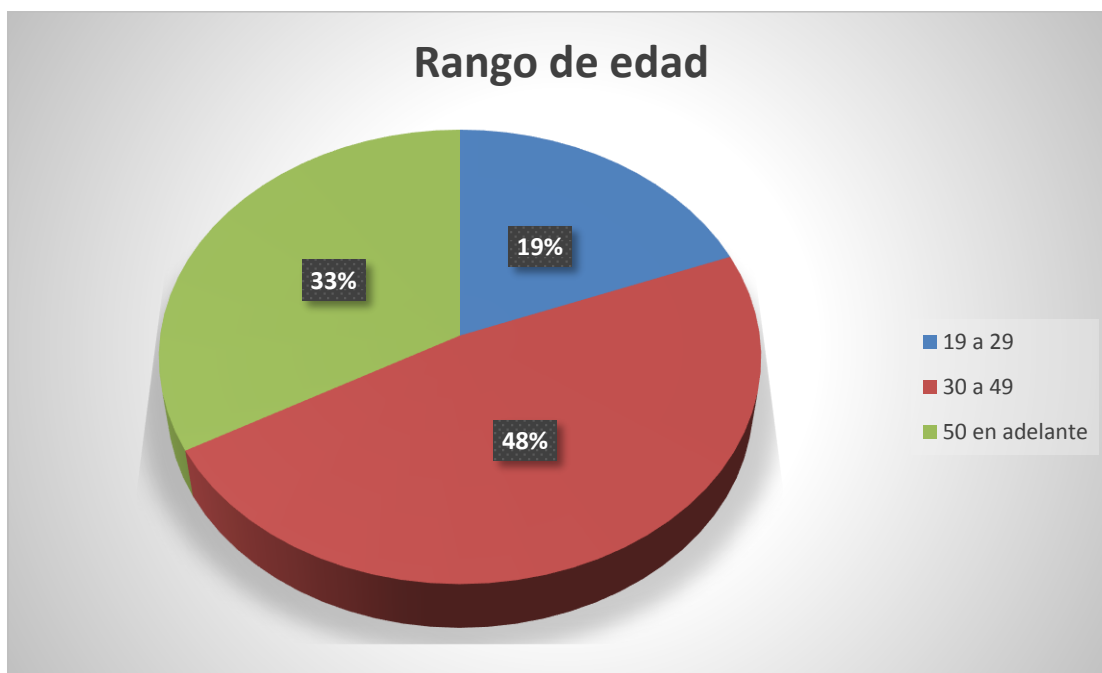


Elaborado por: Johanna Arguello

Género	Cantidad	Porcentaje
Masculino	62	46%
Femenino	74	54%
<b>Total</b>	<b>136</b>	<b>100%</b>

El 54 % de encuestadas son de género femenino y el 46% restante corresponden al género masculino.

**Gráfico 22 Rango de edad 3**

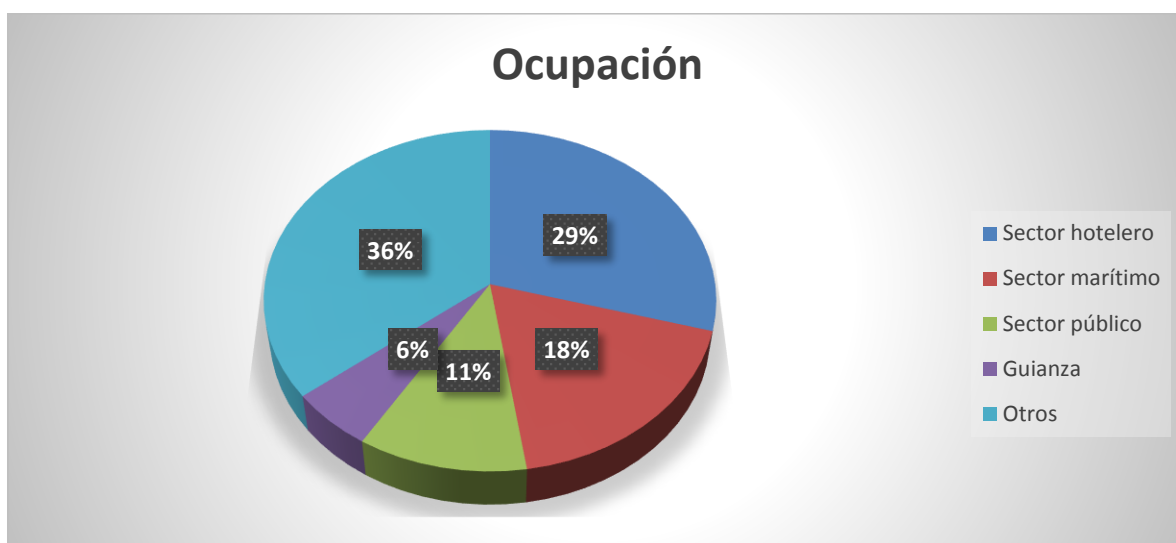


**Elaborado por:** Johanna Arguello

<b>Rango de edad</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Porcentaje</b>
18 a 29	26	19%
30 a 49	65	48%
De 50 en adelante	45	33%
<b>Total</b>	<b>136</b>	<b>100%</b>

El 48 % tiene de 30 a 49 años de edad siendo un población sumamente joven, seguido del 33% de personas con edad de 50 en adelante que es una población que sustenta económicamente al hogar y por último el 19% con edades de 18 a 29, que se dedican al estudio.

**Gráfico 23 Ocupación 2**

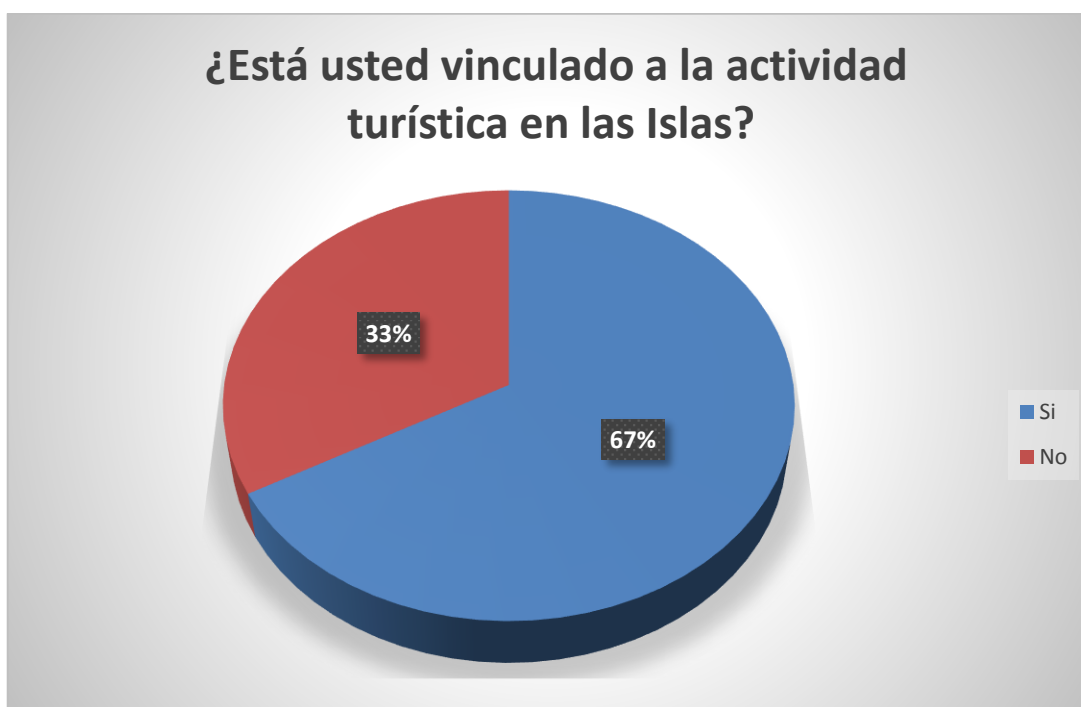


**Elaborado por:** Johanna Arguello

Ocupación	Cantidad	Porcentaje
Sector hotelero	37	29%
Sector marítimo	23	18%
Sector público	14	11%
Guianza	7	6%
Otros	45	36%
<b>Total</b>	<b>136</b>	<b>100%</b>

El 36% de los encuestados ocupa su tiempo en otras actividades no descritas como por ejemplo podría ser estudios, y trabajos que no corresponden al sector turístico, mientras que el 29% se ocupa en el sector hotelero, el 18% trabaja en el sector marítimo, el 11% en el sector público y por último el 6 % trabaja en la guianza de pasajeros.

**Gráfico 24 Pregunta # 1**



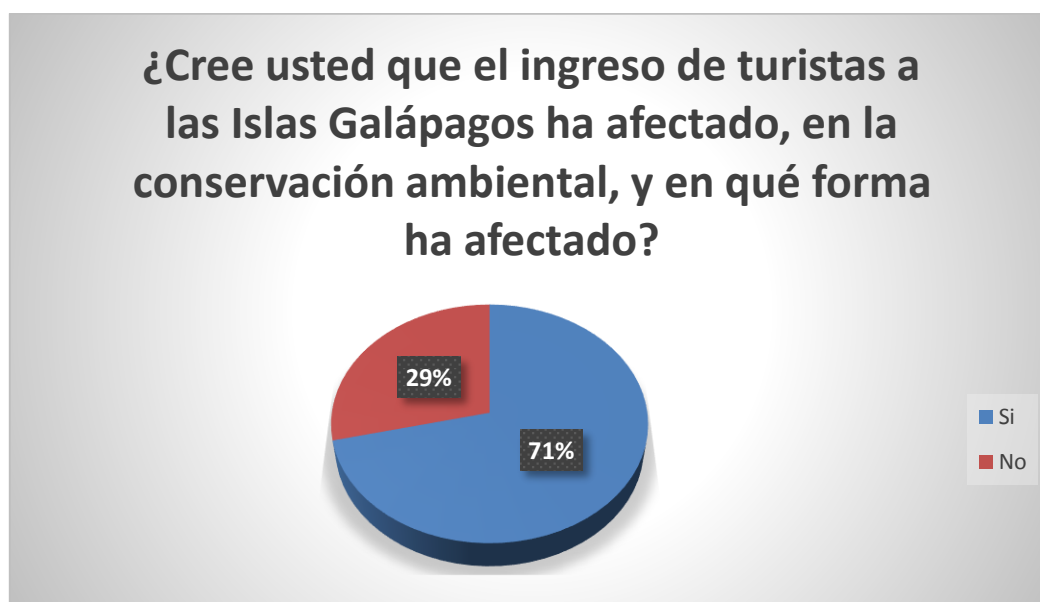
**Elaborado por:** Johanna Arguello

<b>Respuesta</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Porcentaje</b>
Si	91	67%
No	45	33%
<b>Total</b>	<b>136</b>	<b>100%</b>

Interpretación: El 67% de los encuestados está vinculado con actividades relacionadas con el turismo de las Islas Galápagos, mientras que el 37% no.

Análisis: este resultado es sumamente importante ya que todo este porcentaje son personas que están relacionadas día a día con el servicio al turista y son los más implicados con el tema de Responsabilidad Social Ambiental, siendo este el grupo de personas que podría involucrarse con actividades del plan de socialización.

**Gráfico 25 Pregunta #2**



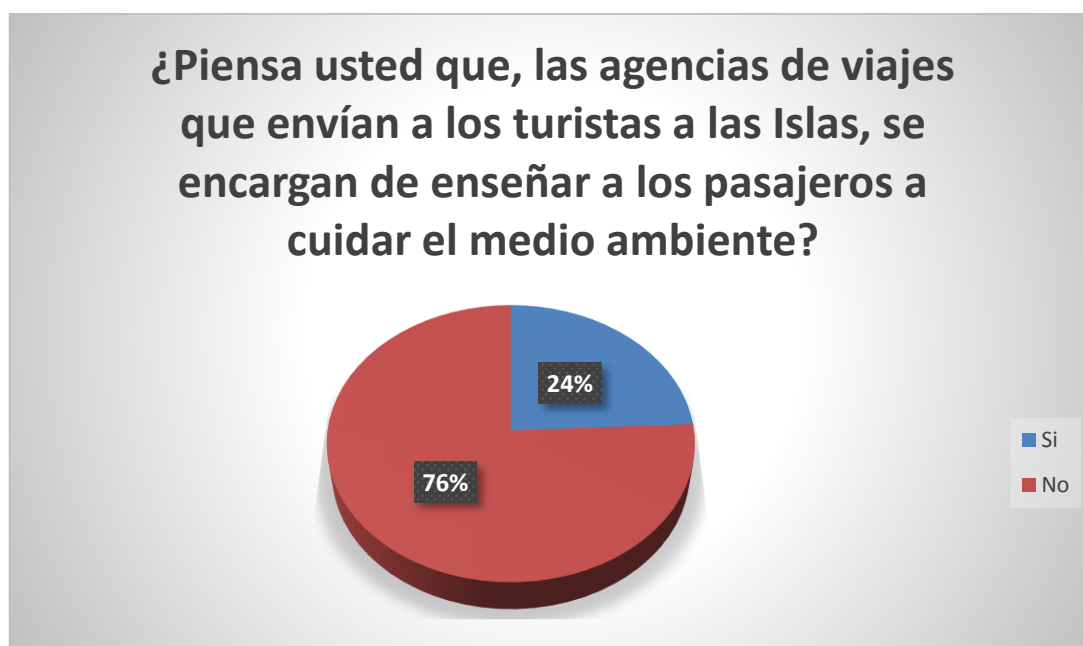
**Elaborado por:** Johanna Arguello

<b>Respuesta</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Porcentaje</b>
Si	97	71%
No	39	29%
<b>Total</b>	<b>136</b>	<b>100%</b>

El 71% de los encuestados creen que ha afectado el ingreso de los turistas a las Islas Galápagos y el 29% no le afectado, sabiendo que no les afecta ya que no tienen constante vinculación con las prácticas de los turistas.

Análisis: esto se debe a que muchas veces no respetan las normas del parque nacional o a su vez los turistas piensan que es igual que la gran ciudad. Sin contar el crecimiento arquitectónico, el ruido y el transporte que genera grandes cambios en el ecosistema, alterando el comportamiento de las especies, incluyendo plagas que entran desde barcos y aviones.

**Gráfico 26 Pregunta # 3**



**Elaborado por:** Johanna Arguello

<b>Respuesta</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Porcentaje</b>
Si	33	24%
No	103	76%
<b>Total</b>	<b>136</b>	<b>100%</b>

Interpretación: El 97% de los encuestados piensan que las agencias de viajes no se encargan de enseñar a cuidar el medio ambiente a los turistas

Análisis: es un hecho para ellos que lo único que las agencias de viajes quieren es vender y muy pocas ayudan al cuidado ambiental. Quiere decir que la imagen pública de la mayoría de agencias de viajes es de mala reputación y a su vez se debe a la poca responsabilidad social que hacen las empresas en las Islas.



#### **Pregunta # 4 (cualitativa)**

##### **¿De qué manera podrían los turistas ayudar con la conservación local?**

La mayoría de opiniones encuestadas piensan que los turistas podrían ayudar a la conservación local, evitando botar basura fuera de su lugar ya que muchos turistas están acostumbrados a botar las basuras en las calles o no saben cómo reciclar, respetando al medio ambiente sin tocar plantas o dañándolas, ya que usualmente tocan las plantas o las arrancan para llevarse fuera de las Islas, no tocar ni alimentar a los animales, que varias veces los turistas lo hacen y corren peligro no solo las especies si no también los turistas, cuidar el agua (tomando duchas cortas) ya que muchos turistas están acostumbrados a tener abundante agua en el continente, instruyéndose antes de venir con las reglas del PNG porque se desconoce totalmente de las reglas con las que se vive en las Islas y por último todas estas buenas acciones con llevan a la motivación local para que los mismo residentes cuiden de las Islas Galápagos y enseñen buenas costumbres a los turistas.

#### **Pregunta # 5 (cualitativa)**

##### **¿Qué tipo de cosas hacen los turistas que dañe el medio ambiente?**

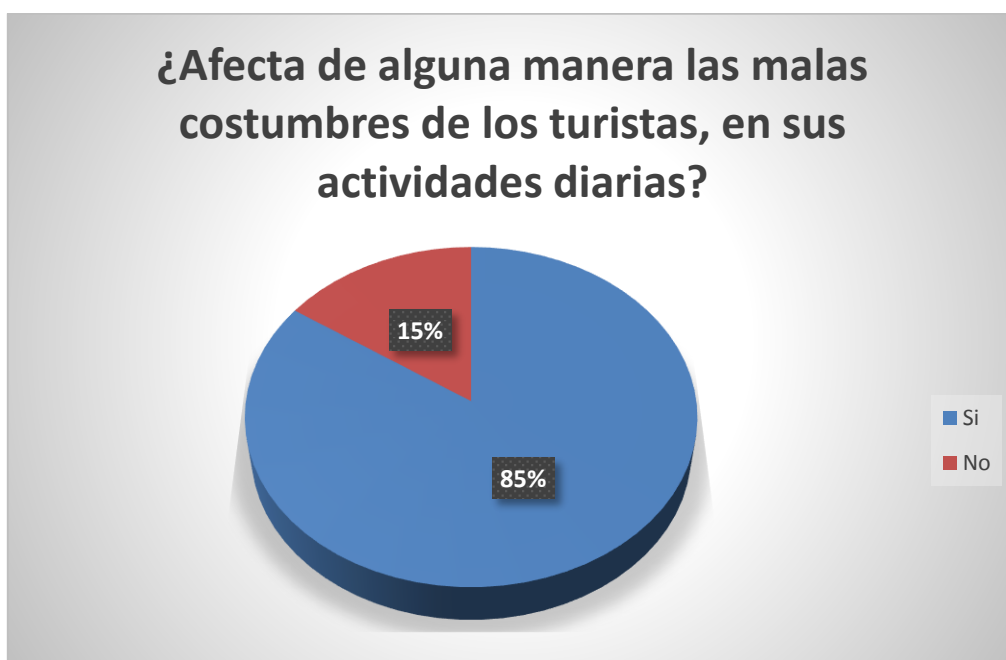
Los encuestados concuerdan que los turistas mal gastan el agua en los hoteles y muchas veces es responsabilidad de los empleados enseñar a los turistas a cuidar el agua y no se lo hace, tomando en cuenta en las Islas no existe el agua dulce para consumo humano, por otro lado botan basura en calles y playas sin recogerlas o reciclar de una manera correcta, hacen mucho ruido cerca y lejos de las especies afectando su entorno natural, y muchas veces se llevan piedras o plantas fuera de las Islas afectando al ecosistema local.

**Pregunta # 6 (cualitativa)**

**¿Cómo cree usted que podrían aprender los turistas y los vinculados al sector turístico a cuidar las Islas? ¿De qué forma sería más fácil enseñarles?**

Las ideas extendidas por los encuestados fueron dar charlas informativas antes de llegar a las Islas ya que cuando llegan los turistas no tienen ningún tipo de información y ya es demasiado tarde enseñarles a respetar el medio ambiente, sus recomendaciones fueron mientras se realiza el viaje en avión o en las lanchas. Donde se expliquen las reglas del Parque Nacional, a su vez los guarda parques deben estar más pendientes de los turistas y brindar mayor información y control en los lugares de visita. De igual manera los encuestados piensan que utilizando de folletos o material visual donde se observe la riqueza y la manera de vivir de los habitantes, podrá persuadir de mejor manera al turista a que tengan una conciencia ambiental.

**Gráfico 27 Pregunta # 7**



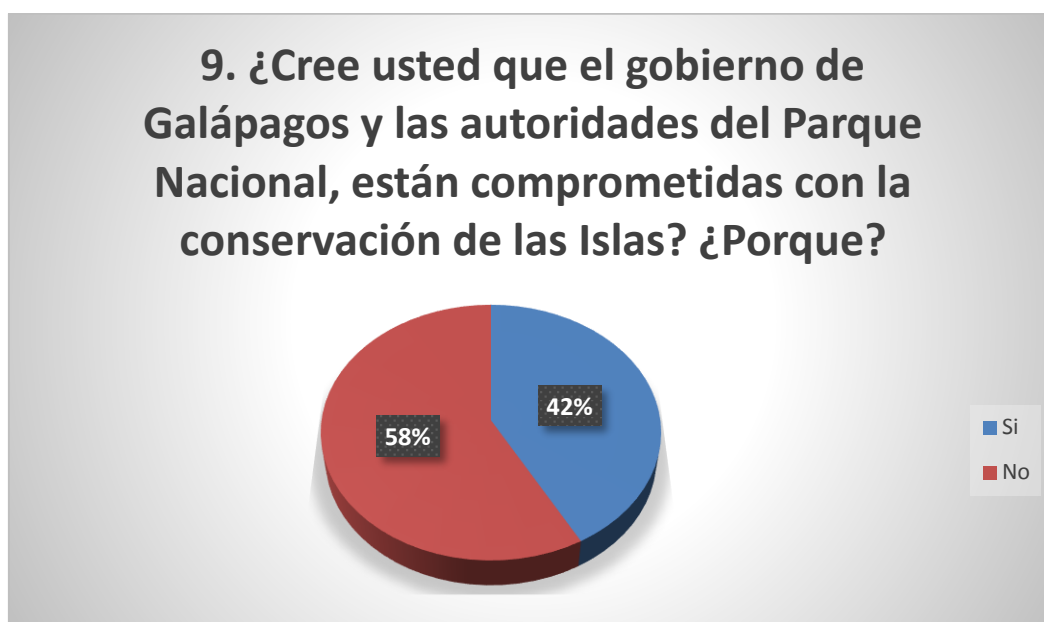
**Elaborado por:** Johanna Arguello

<b>Respuesta</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Porcentaje</b>
Si	115	85%
No	21	15%
<b>Total</b>	<b>136</b>	<b>100%</b>

Interpretación: El 85% de los encuestados les afecta de alguna manera las malas costumbres de los turistas.

Análisis: las respuestas se basan en que no respetan el lugar de habitación de muchas especies, no respetan las reglas y la botan basura en cualquier lugar. Por otro lado creen que a largo plazo si no se sigue cuidando el medio ambiente, no existirá más la riqueza endémica de las Islas así como el hábitat de muchas especies ya que se extinguirán, también desaparecerían muchos negocios del cuales todos los habitantes de las Islas viven.

**Gráfico 28 Pregunta # 8**



**Elaborado por:** Johanna Arguello

<b>Respuesta</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Porcentaje</b>
Si	57	42%
No	79	58%
<b>Total</b>	<b>136</b>	<b>100%</b>

Interpretación: El 58% de los encuestados piensan que el gobierno provincial y las autoridades del parque nacional no están comprometidas con las Islas. Creen que hacen lo posible por mantener a las Islas con su riqueza más no están sumamente comprometidas con el medio ambiente ya que no hay un trabajo visible continuo que impulse los buenos hábitos de todos los habitantes de las Islas.

Análisis: Este problema podría ser una oportunidad para la agencia, logrando alianzas estrategias de ayuda mutua para generar acciones de conservación, y de esta manera los habitantes puedan visualizar obras hechas en conjunto.

## **2.10.2. Entrevistas.**

- **Entrevista Gerente General**

**Nombre:** Ing. Adriana Herrera

**1. ¿Cuál es la importancia de la responsabilidad social y ambiental para su empresa?**

Para nuestra empresa es muy importante la responsabilidad social y ante todo la responsabilidad ambiental, primero porque nos preocupamos por contratar siempre mano de obra local como por ejemplo los guías las personas que nos ayudan en la cocina y en los hoteles. Y por otro lado para la empresa es demasiado importante la conservación ambiental porque nuestro deber como organización es proteger el ecosistema y educar a las personas, por el simple hecho que sin la riqueza natural de las Islas Galápagos la agencia y los hoteles dejarían de existir y fácilmente se perdería el trabajo. Por eso es mucho deber como empresa siempre cuidar del medio ambiente y ser recíprocos con el mismo.

**2. ¿Se ha realizado anteriormente algún tipo de plan de responsabilidad social o ambiental?**

No se ha realizado un plan de responsabilidad social y ambiental en si pero hemos participado en actividades de conservación y nos mantenemos activos para cualquier ayuda como por ejemplo, participamos en limpiezas costeras y de senderos turísticos junto con el parque nacional. Por otro lado independientemente como agencia y como empresa Tourmarine utilizamos productos de bajo impacto ambiental como son los biodegradables o nuestro Hotel Arena Blanca es el único con la reutilización de aguas residuales y el ahorro de luz y agua.

**3. ¿Cuál sería el aporte de un Plan de Responsabilidad Social Ambiental a la empresa?**

El aporte que daría un plan de responsabilidad social y ambiental a la empresa sería muy grande ya que no tenemos estructurado u organizada alguna actividad que ayude al tema de conservación ambiental.

Y nos ayudará para imponer normas, y educación ambiental a nuestros pasajeros. Por ejemplo enseñarles a cuidar los animales, no desperdiciar el agua, y cosas así que los turistas no saben porque vienen de grandes ciudades y no están acostumbrados a vivir en constante respeto con la naturaleza

**4. ¿Cuál sería el valor monetario destinado para la inversión de un nuevo plan de Responsabilidad Social Ambiental?**

Nosotros tomamos un dólar de cada pasajero, de la ganancia neta para destinarlo a métodos de conservación. Excluyendo la compra de productos biodegradables que eso ya entra en una nómina de compra obligatoria.

Entonces el valor monetario destinado para esto podría variar dependiendo las temporadas altas y bajas y el número de pasajeros obtenido en el próximo 2016.

**5. ¿Qué tipo de nuevas estrategias quisiera implementar?**

Estamos en un proyecto para poder comprar una planta procesadora de aguas residuales, que ya tienen algunos hoteles en Santa Cruz. Por otro lado con la nueva adquisición que realizó Tourmarine de Hotel Piedras Blancas, vamos a crear un proyecto de siembra ecológica que implica tener nuestro propio huerto y cosechar esos alimentos para la cocina del hotel.

**6. ¿Cuáles cree usted que serían las mejores herramientas de comunicación para difundir estas estrategias a los pasajeros?**

La herramienta que más nos ha funcionado como agencia ha sido la prensa escrita, radial y la televisión. Por su puesto no se pueden quedar atrás las redes sociales que ahora están de moda y que es una de las mejores, y la página web.

• **Entrevista Subgerente General**

**Nombre:** Bióloga Dennisse Vallejo

**1. ¿Por qué cree que la conservación en las Islas Galápagos es importante?**

Porque el ecosistema de Galápagos es único en el mundo, es tan frágil que una pequeña sustancia ajena al ecosistema podría alterar muchas especies tanto como animales vegetales. Y si algo falla en la protección del medio ambiente no se podrá recuperar desde su forma inicial. Por ejemplo la entrada de tierra, semillas o pequeños insectos en los zapatos o maletas de los pasajeros ya es un gran impacto ambiental por esto, desde el aeropuerto se toman medidas precautelarias para mitigar en algo este problema.

Pero habiendo tantas amenazas hemos visto después de tantos años haciendo turismo de las Islas que ellas siguen en pie brindando su belleza a miles de turistas al año, y es porque son las Islas de la evolución. Pero debemos tomar en cuenta que nada es para siempre ya que si se destruye en su gran mayoría el ecosistema de las Islas se acaba consigo la gran afluencia de turistas por esto también es importante preservar su riqueza.

## **2. ¿Qué tipo de estrategias ambientales tiene actualmente la empresa?**

Yo soy la encargada actualmente de la administración de los hoteles. Y siempre he tratado de implementar actividades sustentables como las buenas prácticas ambientales (ahorro de luz, de agua) a su vez evitar el uso innecesario de aire acondicionado.

Por otro lado en el tema de las encomiendas de comida que recibimos primero se hace un aseo de los productos para evitar la entrada de cualquier tipo de organismo nocivo para el Archipiélago. Y por último como ya sabe utilizamos productos biodegradables y estamos activamente colaborando con el parque para cualquier actividad requerida.

## **3. ¿Qué nuevas estrategias ambientales quisiera implementar en la empresa?**

Actualmente estoy impulsando el proyecto de un huerto totalmente orgánico para que la gente que desee pueda interactuar con el mismo y conocer más sobre el tema desde la misma creación del compost.

## **4. ¿Cuál cree usted que sería la mejor manera para involucrar a los turistas en prácticas ambientales?**

Mediante charlas que se den a los pasajeros antes que realicen el viaje a las Islas que les enseñe a respetar el medio ambiente y así cuidar del mismo.

## **5. ¿Cuál sería la manera más fácil de persuadir a los turistas para que tengan una conciencia ambiental?**

La única manera de persuadir a los turistas en haciendo que amen las Islas que deseen cuidar el ecosistema. Porque solo las personas que vivimos aquí y que hemos palpado la verdadera riqueza de las Islas cuidamos al 100% del ambiente. Creo que serviría bastante crear charlas informativas con ejemplos reales y que el parque nacional también se



apropie de este tema para que con su colaboración se den charlas informativas pequeñas a todos los turistas en los centros de interpretación. Esto hará que la gente se enriquezca y se empape muy bien de la riqueza ambiental de las Islas

- **Entrevista Especialista Ambiental**

**Nombre:** Ing. Daniela Proaño

**1. ¿De qué se trata el tema del turismo sostenible?**

El turismo sostenible es la conservación de los lugares de visita para que perdure la riqueza de la naturaleza hacia las nuevas generaciones y de esta manera preservar lo mayor posible.

**2. ¿Para qué sirve el uso de técnicas que impulsen la conservación ambiental?**

Existen muchas técnicas de conservación ambiental pero su objetivo principal será para conservar y preservar las especies estén o no en peligro de extinción, evitar deterioros ambientales como incendios, extinción de especies autóctonas, y en este caso el objetivo principal sería concienciar a los turistas sobre el cuidado de la naturaleza.

**3. ¿Cuáles métodos de conservación ambiental podrían ayudar en la conservación de las Islas Galápagos?**

- El reciclaje: siendo el tipo método de conservación es uno de los mejores ya que son de fácil aprendizaje y de alto grado de colaboración social.
- Las charlas informativas: ayudan a la educación ambiental.

- Hacer siembra ecológica con compost (abono hecho de residuos reciclados) y el consumo de los mismos productos orgánicos
- Reutilizar objetos como plásticos o madera, papel bond
- Disminuir el consumo de agua y evitar el consumo de luz innecesario.
- Control de especies no autóctonas que dañan a las propias del lugar

#### **4. ¿Cómo se logra crear conciencia ambiental en las personas?**

La única manera de lograr esto es enseñando a la gente con varios métodos como con charlas, realizar ejemplos vivenciales o talleres, por ejemplo a los niños se los debe enseñar desde pequeños educación ambiental con talleres o juegos que ellos mismo sepan que hacer a la hora de poner en practica estos métodos.

#### **5. ¿Cuál sería la forma más eficaz para difundir los mecanismos de conservación ambiental?**

Spots, charlas, panfletos en lugares específicos, las redes sociales.

### **2.10.3. Sondeo.**

#### **1. ¿Cuáles son las principales actividades que realizan estas empresas para la conservación ambiental?**

La mayoría de los empleados respondieron que las prácticas que realizan son la compra de productos biodegradables, evitar el desperdicio de comida, reutilizar objetos como plásticos, minorar el consumo de agua.

## **2. ¿Qué tipo de nuevos proyectos se están impulsando en las empresas turísticas?**

Solo hubo dos casos en específico que se habló de la construcción de un hotel con productos reciclables como botellas de vidrio y a su vez la creación de un huerto para el propio consumo del hotel con productos orgánicos.

## **3. ¿Estas empresas involucran a sus pasajeros en prácticas ambientales? ¿Cómo en cuáles?**

Involucran a las personas pero solo en base a la emisión del mensaje de cuidado ambiental, como respetar la naturaleza y procurar no dañar los senderos, no tocar a las especies. Pero no dan ejemplos vivenciales o los hacen partícipes de métodos de conservación ambiental.

## **4. ¿De qué manera persuaden a los turistas a ayudar con el cuidado del medio ambiente?**

Al momento de iniciar una visita o llegada al hotel se les da las indicaciones respectivas de las normas de las Islas Galápagos. En algunas ocasiones se han enterado turistas extranjeros del proyecto de la siembra ecológica y se han involucrado por su propia cuenta.

### **2.11. Conclusiones de la investigación.**

#### **2.11.1. Conclusiones de las encuestas.**

#### **Encuestas realizadas a turistas nacionales y extranjeros mayores de edad**

De las entrevistas realizadas a turistas nacionales y extranjeros mayores de edad se obtuvieron los siguientes resultados

- La minoría de los encuestados conocían las Islas Galápagos, pero la mayoría de encuestados sabían que las Islas eran reconocidas como primer patrimonio natural y parque nacional. Esto ayudará a que las personas que están dispuestas a conocer las Islas deben tener un cuidado en específico con el ambiente del lugar.
- Los encuestados saben que es importante conservar la riqueza de las Islas ya que son únicas en el mundo y contribuye para el desarrollo tanto económico como turístico del país. Y para esto se deberá cuidar en las Islas de una u otra manera para que siga preservando la riqueza natural del mismo.
- Las personas están de acuerdo con ayudar a proteger el medio ambiente en Galápagos con métodos como el reciclaje, la recolección de basura, siembre ecológica, reutilización de recipientes y mitigar el ruido. Pero por otro lado personalmente recomiendan otras técnicas como cuidar la fauna autóctona, arborización periódica, cuidar el agua y usar el agua lluvia, ahorrar la luz, permitir que se impulsen estrategias de difusión dentro de los aeropuertos en las Islas y reutilización de materiales. Dando a conocer que las personas tienen mente abierta a impulsar varias nuevas estrategias de conservación ambiental.
- Están abiertos a conocer toda clase de información respecto a conservación ambiental, mediante redes sociales, videos educativos. Y recomiendan estrategias de difusión con el teatro, las galerías fotografías y exposiciones a aire libre. Dando paso a nuevas ideas comunicacionales y mente abierta a la recepción de otro tipo de información.

### **Encuestas realizadas a turistas menores de edad**

A continuación se detallan las conclusiones de las encuestas realizadas a menores de edad.

- La mayoría de niños y adolescentes saben de qué se trata la conservación ambiental y quieren ayudar totalmente con estrategias de conservación en las Islas Galápagos, con métodos como no prender el aire acondicionado, no botar basura en calles y playas, reciclar de una correcta manera y respetar a las especies de las Islas. Concluyendo que tiene conocimientos previos de conservación ambiental y que con un mayor entrenamiento en el tema se puede forjar agentes de cambio ambiental y no solo para las Islas Galápagos.
- Todos los menores de edad les interesa el tema y quieren saber más mediante las redes sociales, en clases y talleres interactivos que les ayude a aprender de una manera más didáctica estos métodos. Esto brinda una idea de las cosas que se deberán aplicar para obtener un mejor resultado en la aplicación de los métodos de conservación ambiental en las Islas Galápagos.

### **Encuestas realizadas a los habitantes de las Islas San Cristóbal y Santa Cruz**

Las conclusiones basadas en la investigación a los habitantes de las Islas son las siguientes.

- La mayoría de encuestados está vinculado a algún tipo de actividad turística en las Islas. Y la visita de los turistas ha afectado el ecosistema del lugar por razones tan simples como la falta de cultura ambiental y el crecimiento acelerado de la población para suplir necesidades de turismo, dañando las especies y ecosistema en general. Haciendo que haya un problema en la cultura ambiental de los turistas

y planteando la propuesta del presente proyecto se podría ayudar en algo al gran segmento de turistas que llegan a las Islas Galápagos.

- Los habitantes saben que las agencias de viajes no ayudan a enseñar a los turistas sobre la conservación ambiental, ya que para estas organizaciones es más importante vender a gran escala que informar. Por esto se ve la oportunidad de cuidar la reputación de la agencia Islas de Fuego implementando estrategias ambientales y cuidando el medio ambiente.
- Los habitantes creen que la mejor manera de que los turistas aprendan sobre cuidado ambiental es mediante charlas, información obtenida desde los guarda parques, y con material visual como folletos o videos. A su vez es se suma importancia que la información transmitida a los turistas se la realice antes de llegar a las Islas Galápagos.
- A la mayoría de habitantes les afecta las malas costumbres de los turistas ya que es su hogar y si se deteriora de a poco todos los ecuatorianos se verán afectados. Creen también que el gobierno central y las autoridades del parque nacional no está comprometido ya que no se evidencian obras que motive a la conservación. Creando alianzas con el gobierno central la fundación Charles Darwin se podrá cambiar la imagen de las autoridades y de la agencia ayudando en conjunto a la comunidad.

### **2.11.2. Conclusiones de las entrevistas:**

- **Entrevista Gerente General Adriana Herrera**

Para la gerente general y dueña, es importante la conservación ambiental para la empresa porque si no cuidan el medioambiente y retribuyen lo que explotan del mismo simplemente la riqueza del mismo puede acabarse y por ende su empresa también sufrir

pérdidas, por eso su agencia está comprometida con la protección del ecosistema y la educación ambiental que puedan dar a sus clientes.

La implementación de un plan de Responsabilidad Social Ambiental serviría a la empresa para poder impulsar métodos que ya han venido haciendo años atrás pero de una manera más rigurosa con reglas y normas establecidas.

La agencia se encuentra en la inversión de una planta de limpieza de aguas y la creación de su propio huerto orgánico donde quiere vincular a los turistas con este último proyecto.

Por último las herramientas de comunicación disponibles para la difusión de un proyecto de comunicación podrían ser por medio de prensa escrita radial o visual. Y a su vez mediante el uso de la página web de la agencia y redes sociales.

- **Encuesta subgerente Dennisse Vallejo**

Para la subgerente y bióloga Dennisse Vallejo es importante la conservación ambiental ya que es un lugar mítico único en el mundo que va más allá del turismo si no, de la riqueza y evolución que existe en todo el Archipiélago.

Ella cuenta que los métodos ya establecidos en los hoteles que administra son con el ahorro de luz, agua, uso de productos biodegradables, reciclaje y medidas de cuidado en la comida que reciben desde el continente. Pero están impulsando un nuevo huerto para impulsar la siembra orgánica.

La mejor manera para persuadir a un turista a cuidar el medio ambiente debe ser con ejemplos vivenciales que la gente aprenda realmente a cuidar el ecosistema y querer protegerlo. Y propone hacerlo mediante charlas antes que se realice el viaje a las Islas Galápagos.

- **Encuesta Ing. Ambiental Daniela Proaño**

La ingeniera Proaño sostiene que el turismo sostenible debe basarse en la visita responsable de lugares específicos conservando y preservando su riqueza única para su existencia hasta el futuro. Y esto se logra evitando dañar cada especie de flora y fauna establecida autóctonamente en los lugares turísticos.

Los mejores métodos de conservación ambiental siendo los más fáciles y factibles de aplicarlos son el reciclaje, la arborización sostenible, reutilización, buenas prácticas ambientales como ahorro de luz y agua.

Y estas son eficaces para persuadir a los turistas a la conservación ambiental mediante charlas, ejemplos reales, difusión directa y creando desde pequeños conciencia ambiental.

### **2.11.3. Conclusiones del sondeo:**

Las conclusiones del sondeo realizado a ex empleados de diferentes actividades turísticas en las Islas son los siguientes.

La mayoría de empresas en el sector turístico de las Islas solo usan métodos de conservación ambiental como el uso de productos biodegradables, el reciclaje el ahorro de agua, de luz, evitar el desperdicio de comida.

Y el único mensaje que envían a los turistas es por medio de una explicación de las medidas que se deben tomar en las Islas, más no una enseñanza más profunda sobre las causas y consecuencias de algún tipo de mala conducta ambiental.



## **CAPÍTULO III**

### **3. DISEÑO DE UN PLAN RESPONSABILIDAD SOCIAL Y UN PLAN DE SOCIALIZACIÓN MEDIANTE HERRAMIENTAS DE RELACIONES PÚBLICAS PARA LA SOCIALIZACIÓN DEL MISMO.**

La siguiente propuesta se basa en el diseño de un Plan de Responsabilidad Social Ambiental, que consiste en determinar normas y reglas para la aplicación de métodos ambientales, ya que la agencia carece de lineamientos y reglas específicas para dar un correspondiente seguimiento al mismo. Y por otro lado el plan anteriormente mencionado, va de la mano con el diseño de un Plan de Relaciones Públicas para socializar las acciones del plan de Responsabilidad Social, y de esta manera lograr resultados mucho más eficientes.

Para conocer de mejor manera la problemática de la propuesta se presenta a continuación el análisis FODA, que nos ayuda a determinar las amenazas, debilidades, fortalezas y amenazas de la empresa para tener una mejor visión de la misma.

#### **3.1. Análisis FODA.**

El presente análisis permitió examinar la situación actual de la agencia Islas de Fuego en problemas culturales, sociales y comunicacionales. Y además de determinar las falencias tomar estos puntos para poder realizar una propuesta basada en la problemática. Cabe recalcar que el presente cuadro se lo realizó con la de las autoridades de la agencia.

Tabla 9 Análisis FODA

<b>Fortalezas</b>	<b>Oportunidades</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Empresa con amplia trayectoria en la venta de paquetes a las Islas Galápagos.</li> <li>• Especializada en la creación de paquetes para menores de edad.</li> <li>• Cuenta con permisos ambientales y apoyo del Gobierno Central de las Islas, así como del Parque Nacional.</li> <li>• Excelente infraestructura hotelera y flota automotriz.               <ul style="list-style-type: none"> <li>• Es responsable con el medio ambiente y la comunidad.</li> <li>• Contrata mano de obra local.</li> <li>• Alto manejo de medios de comunicación</li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Empresa líder a nivel nacional con la venta de paquetes a las Islas Galápagos.</li> <li>• Implementación constante de estrategias de conservación ambiental.               <ul style="list-style-type: none"> <li>• Extensión de la empresa</li> </ul> </li> <li>• La empresa se preocupa por el cuidado y conservación de las Islas.               <ul style="list-style-type: none"> <li>• Personal empoderado con la conservación</li> </ul> </li> <li>• No existe competencia respecto a implementación de un plan de RSE</li> </ul>
<b>Debilidades</b>	<b>Amenazas</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• La comunicación interna es deficiente y no existen procesos de comunicación establecidos.</li> <li>• Poca capacitación al personal respecto a las normas de conservación.</li> <li>• Imagen de la agencia deteriorada por la entrada y salida de turistas.</li> <li>• Escasez de recursos alimenticios y de trabajo en hoteles por falta de importaciones desde el continente</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Poca apertura o ayuda por parte del Parque Nacional o Gobierno Central.</li> <li>• Trabaja en la venta de paquetes a un destino de ecosistema frágil.</li> <li>• Adquisición de productos a alto costo en las Islas debido que son importados del continente.</li> <li>• Creación de la nueva ley orgánica especial para las Islas Galápagos.</li> </ul>

**Fuente:** Adriana Herrera y Dennisse Vallejo (autoridades Islas de Fuego)

**Elaborado por:** Johanna Arguello

## **3.2. Diseño del Plan de Responsabilidad Social Ambiental para la conservación de las Islas Galápagos.**

### **3.2.1. Antecedentes.**

Se propone realizar un plan de Responsabilidad Social Ambiental, el cual pretende reforzar las actividades ya establecidas por la agencia Islas de Fuego e implementar nuevos métodos de conservación ambiental, mediante lineamientos y normas que facilite su aplicación.

Para ello se plantean objetivos generales y específicos, se determina cuáles son los ámbitos de actuación que en este caso sería en el ámbito social, ambiental y las medidas de aplicación a realizar. Por último se debe evaluar las medidas que se tomarán en cuenta con una descripción de sus actividades.

Cabe recalcar que la ejecución de este plan de Responsabilidad Social Ambiental se basa en los resultados obtenidos de la investigación que determinó, que los habitantes se sienten molestos con las malas costumbres de los turistas, haciendo que aumente el impacto ambiental en las Islas, y por otro lado la mayoría de los turistas se sienten interesados a ayudar con la aplicación de métodos de conservación ambiental.

### **3.2.2. Resumen de la investigación respecto a Responsabilidad Social Ambiental.**

- La Investigación realizada a los habitantes de las Islas Galápagos determinó que los turistas no poseen la información necesaria para cuidar el ecosistema de las Islas, cuando van de visita.

- Por otro lado las malas costumbres de los turistas como botar basura en las calles y no usar de correcta manera los tachos de basura de reciclaje, desperdiciar el agua al tomar largos baños en los hoteles. Afectan las actividades diarias de los habitantes de las Islas
- Aseguran que las empresas turísticas que explotan la riqueza del Archipiélago no son totalmente recíprocas con el mismo, por esto creen que deben educar a sus pasajeros antes que lleguen a su viaje a las Islas Galápagos, mediante charlas o folletos donde se identifique de mejor manera las reglas del parque nacional.

### **3.2.3. Objetivos del Plan de Responsabilidad Social Ambiental.**

#### **Objetivo general.**

Establecer lineamientos ambientales para la conservación ambiental de las Islas Galápagos mediante medidas de prevención y acción ambiental que preserven el futuro de la riqueza natural del Archipiélago.

#### **Objetivos específicos.**

- Contribuir al desarrollo sostenible de las Islas Galápagos mediante principios ambientales, cumplimiento de las normas del Parque Nacional y reciprocidad con el medio ambiente.
- Involucrar a todas las partes interesadas del plan de RSC para generar resultados efectivos.
- Orientar a la empresa a mantener una cadena de responsabilidad social ambiental y retribución con la sociedad
- Dar a la RSC un carácter estratégico en los procesos de la agencia así como la implicación de sus clientes.

### **3.2.4. Ámbitos de actuación del Plan de Responsabilidad Social Ambiental.**

En lo social:

- el objetivo de actuación en el ámbito social contribuye a obtener una relación más humana y cercana con los turistas, generando de esta manera conciencia y valor ambiental, a su vez se debe capacitar tanto al personal interno como público externo para lograr afinidad y educar a los implicados y por último crear alianzas de trabajo ambiental para resultados más eficaces.

En lo medio ambiental:

- se actúa en este ámbito con el objetivo de contribuir a la protección de medio ambiente, la reciprocidad de la explotación de recursos naturales y la educación, prevención de daños al medio ambiente.

### **3.2.5. Medidas a realizar en el Plan de Responsabilidad Social Ambiental.**

A continuación se especifican las medidas a realizar o acciones que se harán con los diferentes públicos objetivos del plan de Responsabilidad Social Ambiental. Tomando en cuenta que en el cuadro de la aplicación de medidas se profundiza más en cada una de ellas.

Tabla 10 Medidas a realizar

<b>Ámbito de actuación</b>	<b>Público Objetivo</b>	<b>Aéreas de Actuación</b>	<b>Tiempo</b>
Social	Habitantes de las Islas Galápagos	Participación en charlas de información y talleres de aprendizaje	6 meses
	Empleados de la agencia y hoteles	Charlas y constante evaluación de procesos	1 año
	Turistas	Educación ambiental	6 meses
Medio Ambiente	Autoridades turísticas	Vinculación con actividades de la agencia	6 meses
	Habitantes de las Islas	Agentes de cambio de conciencia en los turistas y enseñanza de métodos	6 meses
	Turistas	Aplicación de métodos de conservación ambiental	6 meses

**Elaborado por:** Johanna Arguello

### **3.2.6. Aplicación de medidas del Plan de Responsabilidad Social Ambiental.**

A continuación se describe cada una de las actividades que se realizarán a favor de cada público objetivo, a razón de establecer medidas concretas a favor de la conservación ambiental.

Tabla 11 Aplicación Social

AMBITO SOCIAL			
Habitantes de las Islas Galápagos			
ESTRATEGIA	HERRAMIENTAS	BENEFICIO	EJECUTADORES
Generar nuevos puestos de trabajo mediante la aplicación del plan de socialización	Puesto de trabajo	Reducción de conflictos ambientales. Mayor compromiso y motivación. Sentido de pertenencia, afiliación	Recursos humanos agencia
Desarrollar conversatorios informativos en el hotel arena blanca para informar a la comunidad sobre la educación ambiental en los turistas.	Realizar charlas y talleres de aplicación vivencial	Impacta positivamente en la imagen de la agencia. Mejora las relaciones interpersonales con la agencia	Empleados de la agencia
Brindar apoyo económico a proyectos y actividades de conservación ambiental local.	Cifra concreta que se decida destinar a esta actividad	Impacta positivamente en la imagen pública. Fidelidad hacia la marca de la agencia. Mayor cohesión entre diferentes empresas y habitantes	Gerente general
Empleados de la Agencia Islas de Fuego			
Capacitar al personal sobre todas las reglas del Parque Nacional para que ellos se motiven e impartan a los turistas sus conocimientos	Charlas informativas y viaje experimental a las Islas	Motiva y empodera al personal Educa y concientiza al personal	Recursos Humanos y autoridades del Parque Nacional
Animar al personal en la participación de actividades ambientales	Incentivos laborales que impulsen buenas costumbres	Consigue una mayor conciencia de los empleados. Generar conservación ambiental Ahorro en recursos tangibles.	Empleados de la agencia y personal de hoteles.
Turistas de la Agencia Islas de Fuego			
Vincular con las actividades de conservación ambiental descritas en el plan de socialización, a los turistas para generar conciencia	Aplicación de los métodos de conservación ambiental e incentivos materiales	Genera una imagen positiva de la agencia Contribuye con la conservación ambiental Crea resultados redituables a la empresa La comunidad local se siente agradecida	Personal de ventas, guías, y personal de hoteles.
Dar charlas informativas respecto al medio ambiente donde se identifiquen los problemas de las Islas y se informen sobre las reglas	Charlas y talleres vivenciales de educación ambiental e incentivos materiales	Crea conciencia ambiental Disminuye malas costumbres ambientales	Personal de ventas

Elaborado por: Johanna Arguello

Tabla 12 Aplicación ambiental

<b>AMBITO AMBIENTAL</b>			
Autoridades del Parque Nacional y Gobierno Central			
ESTRATEGIA	HERRAMIENTAS	BENEFICIO	EJECUTADORES
Informar al parque nacional sobre las actividades de responsabilidad social ambiental que propone la agencia para obtener una alianza de conocimientos y mano de obra	Cita con autoridades del parque	Contribución a la protección del medio ambiente Alianza de trabajo ambiental	Autoridades Turísticas. Gerente general
Actualización constante sobre el tema de medio ambiente y desarrollo sostenible.	Charlas por medio de autoridades pertinentes	Contante evaluación y actualización de los procesos	Autoridades turísticas.
Habitantes de las Islas Galápagos			
Motivar a los habitantes de las Islas a ser agentes de cambio ambiental, que con su ejemplo eduquen a los turistas	Alianza con gobierno central para incentivos como obras públicas	Imagen de la agencia positiva Contribución a la protección del medio ambiente y ornato de la ciudad.	Habitantes de las Islas Autoridades turísticas
Realizar una buena gestión de capacitación y enseñanza de métodos de conservación ambiental como reciclaje, reutilización, ahorro de agua y luz, reglas del parque.	Compra de tachos específicos para el reciclaje Capacitación de reutilización de materiales Charlas sobre buenas prácticas ambientales y reglas del parque	Conservación ambiental Crear conciencia ambiental	Habitantes de las Islas Autoridades del parque nacional
Turistas de la Agencia Islas de Fuego			
Aplicación de métodos de conservación ambiental, a razón de disminuir el impacto ambiental. Como reciclaje, reutilización ahorro de agua, siembra ecológica, respetar el ecosistema y conocer las reglas del parque nacional	Compra de tachos, charlas educativas, enseñanza de siembra y cosecha	Disminuir el impacto ambiental Buena imagen publica Retribución con la sociedad	Personal de hoteles Empleados agencia Islas de fuego Turistas de la agencia

**Elaborado por:** Johanna Arguello



### **3.2.7. Evaluación del Plan de Actuación de Responsabilidad Social Ambiental.**

La Agencia Islas de Fuego ha implementado anteriormente algunas estrategias de conservación ambiental, como utilizar productos biodegradables, reciclar, reutilizar el agua, utilizar el sistema de recolección de aguas residuales para el hotel, etc. Con el afán de involucrarse más en el tema y ser recíprocos con el medio ambiente ha generado nuevas ideas y estrategias para fomentar la cultura ambiental.

Seguido de la implementación va de la mano la constante evaluación del desarrollo del mismo proyecto, por medio del cumplimiento constante de estas actividades, por lo cual se deben establecer bases y procesos de ejecución que se describen a continuación.

#### **3.2.7.1. Medidas Ambientales.**

La agencia Islas de Fuego sabe lo importante que es mantener un desarrollo en armonía con el medio ambiente, por lo tanto se toman las medidas necesarias para que las visitas de los turistas a las Islas produzcan el menor impacto ambiental posible. Además se trata que los turistas y colaboradores divulguen tal compromiso, por esto se ha creado medidas precautelarias de conservación.

- Manejo de desechos: tanto en lugares como las oficinas de la agencia y hoteles de la empresa se utilizaran productos biodegradables, retornables, reciclados, o reciclables para minimizar la cantidad de desechos. A su vez se impulsará el aprendizaje correcto del reciclaje y la reutilización de materiales reciclados y plásticos. Fomentar en las turistas el respeto al medio ambiente para dañar el ornato de las Islas.
- Aprovechamiento de energía: utilizar bombillos de luz fluorescentes que permiten un menor consumo de electricidad. Encender las luces solo en caso necesario para

evitar el gasto no deseado. Enseñar a los turistas a no usar el aire acondicionado.

Y destinar horarios de apagado de luz en las instalaciones de los hoteles.

- Menor consumo de agua: evitar el desperdicio de agua, indicar a los pasajeros que deben tomar duchas cortas ya que en las Islas el agua dulce es escasa. Mantener una botella de medio litro de agua dentro de cada tanque de inodoro para evitar el desperdicio e informar a los turistas y guías para que denuncien cualquier filtración de agua en llaves de paso y servicios sanitarios. Recolectar el agua lluvia para regar las plantas. Utilizar permanentemente la planta de reutilización de agua en los hoteles. Lavar platos y utensilios de la cocina con desinfectantes y agua caliente que no contamine el resto del agua limpia.
- Transporte: mantener las unidades de transporte actas para la circulación en las Islas Galápagos, libres de gases y baja contaminación auditiva. Renovar los vehículos si es necesario para evitar la contaminación en el aire.
- Protección de áreas naturales: preservar las áreas protegidas cuidando que los turistas caminen por senderos indicados que no toquen ni dañen la flora o fauna. No tomar fotos a las especies con flash o causen ruido en las áreas de visita, que perturben el comportamiento de las especies. Terminantemente prohibido tomar algún tipo de recuerdo natural de las Islas o a su vez introducir alimentos a las Islas.
- Promoción de valores y culturas locales: apoyar las iniciativas de los habitantes de las Islas respecto a conservación ambiental, aprender de los lugareños y sus buenos hábitos ambientales
- Arborización: sembrar especies autóctonas y descartar toda planta no autóctona que se tome territorio o dañe el ecosistema, impulsar la siembra ecológica y mano de obra local.

### **3.2.7.2. Medidas Sociales.**

La Agencia Islas de Fuego se preocupa por el medio ambiente y el bienestar de la comunidad de las Islas Galápagos para retribuir a la sociedad las ganancias que generan todos los días. Por esto se impulsa el desarrollo ambiental por medio de sus empleados y posteriormente lograr la persuasión en sus turistas para generar una conciencia ambiental de los mismos.

- Seguridad: evitar cualquier situación de riesgo en las áreas visitadas principalmente en ecosistemas frágiles de daño ambiental, y si hubiera algún caso de daño humano enfrentar cualquier situación necesaria para el bienestar de los mismos.
- Impacto Social: generar opiniones y recordación positiva de la agencia, con el simple hecho de iniciar una cultura ambiental en los turistas para que posteriormente los resultados sean visibles y tanto los habitantes de las Islas como el propio Archipiélago se vea favorecido.
- Cultura de capacitación: entregar un constante desarrollo de conocimientos tanto a los empleados como a la comunidad de las Islas Galápagos para que su aprendizaje sea difundido de la manera correcta en los turistas que viajan hacia las Islas.
- Liderazgo ambiental: si existe el caso de alguna emergencia ambiental o la implementación de un nuevo método de conciencia ambiental se deberá impulsar este proyecto.
- Sensibilidad Social y Ambiental: todos los empleados de la empresa tanto agencia como hoteles deberán fomentar cultura ambiental y promover el turismo sostenible, investigando y siendo sensibles con la riqueza de las Islas Galápagos.

### **3.3. Diseño de un plan de socialización mediante el uso de herramientas de Relaciones Públicas para el plan de Responsabilidad Social Ambiental de la agencia Islas de Fuego.**

#### **3.3.1. Antecedentes.**

Se propone un Plan de Relaciones Públicas para socializar las acciones y medidas propuestas en el anterior Plan de Responsabilidad Social Ambiental, basándose en los resultados de la investigación que señalan que los turistas saben que las Islas Galápagos es un parque nacional y por ende, se debe a cuidados específicos de conservación ambiental, y están dispuestos al involucramiento de la aplicación de estos métodos de conservación ambiental.

Para ello se debe iniciar planteado objetivos generales y específicos que involucren al público objetivo que ayuden a la conservación ambiental, unido de estrategias y tácticas de acción puntuales.

Cabe recalcar que en la investigación se eligieron varios públicos objetivos de los cuales serán re seleccionados para una correcta difusión de las estrategias.

#### **3.3.2. Resumen de la investigación respecto al Plan de Socialización.**

- Los turistas saben que el ecosistema de las Islas Galápagos es especial y frágil y requiere de cuidado ambiental y está presto a colaborar con acciones de conservación ambiental
- La comunidad de las Islas creen que hace falta de implicación de responsabilidad social por parte de las empresas que se aprovechan de la riqueza de las Islas

- La Agencia Islas de Fuego se preocupa por la conservación ambiental y está dispuesta a generar cambios vinculados con el impacto ambiental, y colaborar con el Parque Nacional o el Gobierno Central para impulsar conciencia ambiental comenzando desde sus empleados hasta los turistas y comunidad de las Islas.

### **3.3.3. Objetivos del Plan de Socialización.**

#### **Objetivo general.**

Diseñar un Plan de Relaciones Públicas para socializar las acciones del Plan de Responsabilidad Social Ambiental mediante herramientas de comunicación.

#### **Objetivos específicos.**

- Motivar en un 100% al empoderamiento del plan de responsabilidad social a favor de la conservación ambiental, en todo el personal de la empresa en el lapso de 1 año.
- Involucrar a un 60% de los habitantes de las Islas Galápagos a la participación del desarrollo del plan de responsabilidad social en beneficio de la comunidad, en un lapso de 1 año.
- Crear conciencia ambiental en el 90 % de los turistas por medio de educación ambiental, en el lapso de 1 año.
- Generar opinión pública favorable en sus públicos de la Agencia Islas de Fuego por medio de la contribución de actos responsables con el medio ambiente, en un lapso de 1 año.

### 3.3.4. Públicos Objetivos.

Para el siguiente plan de socialización se tomarán en cuenta los siguientes públicos establecidos.

Ilustración 16 Mapa de públicos Socialización



**Elaborado por:** Johanna Arguello

### 3.3.5. Eje de Campaña:

Mensaje: Conservar y proteger las Islas Galápagos mediante la socialización de un plan de Responsabilidad Social.

Concepto: “Juntos protegemos y conservamos las Islas Galápagos.”

Tono: Emocional. (Se realizará la entrega de objetos con el concepto de campaña para las actividades propuestas en el plan)

### 3.3.6. Plan de Relaciones Públicas para la socialización del Plan de Responsabilidad Social Ambiental.

A continuación se desarrollará la propuesta del plan de Relaciones Públicas para la socialización de las acciones establecidas por el Plan de RSE.

- **Objetivo N1:** 1. Motivar en un 100% al empoderamiento del plan de responsabilidad social a favor de la conservación ambiental, en todo el personal de la empresa en el lapso de 1 año.

Tabla 13 Plan de Socialización, objetivo N1

ESTRATEGIAS	TÁCTICAS	ACTIVIDADES	PÚBLICO OBJETIVO	RESPONSABLE
1.1. Socializar el plan de RSE con todo el personal de la agencia y hoteles	1.1.1. Establecer difusión periódica del plan de responsabilidad social ambiental	1.1.1.1. Realizar reuniones periódicas para informar y luego dar seguimiento al personal sobre el plan de RSE	Empleados de la agencia Islas de Fuego y personal de los hoteles	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Encargados en RSE de la agencia Islas de Fuego</li> </ul>
		1.1.1.2. Utilizar material gráfico en las Instalaciones para generar recordatorio.		
1.2. Promover la empatía con la identificación del problema de impacto ambiental	1.2.1. Empoderarse de la conservación ambiental en las Islas Galápagos	1.2.1.1. Gestionar con el Parque Nacional y Fundación Charles Darwin, charlas informativas sobre conciencia ambiental	Empleados de la agencia Islas de Fuego y personal de los hoteles	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Encargados en RSE de la agencia</li> <li>• Parque Nacional</li> <li>• Fundación Charles Darwin</li> </ul>
		1.2.1.2. Enviar a los empleados de la agencia a trabajar por temporadas en las Islas.		
1.3. Secundar la creación de nuevos proyectos ambientales en la empresa	1.3.1. Impulsar la creatividad y el intelecto del personal de la empresa	1.3.1.1. Desarrollar concurso de ideas ambientales para la posterior creación de proyectos	Empleados de la agencia Islas de Fuego y personal de los hoteles	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Encargados de RSE de la agencia</li> <li>• Gerente General.</li> </ul>
		1.3.1.2. Estimular la participación activa en los proyectos ambientales por medio de incentivos laborales o económicos.		
<b>Elaborado por:</b> Johanna Arguello				

- **Objetivo N2:** 2. Involucrar a un 60% de los habitantes de las Islas Galápagos a la participación del desarrollo del plan de responsabilidad social en beneficio de la comunidad, en un lapso de 1 año

Tabla 14 Plan de Socialización, objetivo 2

ESTRATEGIAS	TÁCTICAS	ACTIVIDADES	PÚBLICO OBJETIVO	RESPONSABLE
2.1. Socializar el plan de RSE con la comunidad de las Islas	2.1.1. Diseñar charlas informativas para comunicar el Plan de RSE	2.1.1.1. Convocar a líderes de la comunidad e involucrados en el tema para socialización	Habitantes de las Islas Galápagos Adultos y adolescentes	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Encargados en RSE de la agencia Islas de Fuego</li> <li>• Guarda parques</li> <li>• Fundación Charles Darwin</li> </ul>
		2.1.1.2. Pedir participación del Parque Nacional y Fundación Charles Darwin en las charlas para obtener información especializada.		
2.2. Crear acciones participativas con los habitantes de las Islas	2.2.1. Fomentar la cultura de conservación ambiental	2.2.1.1. Realizar talleres de participación vivencial para enseñar buenas prácticas ambientales	Habitantes de las Islas Galápagos	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Encargados en RSE de la agencia</li> <li>• Municipalidad de las Islas</li> </ul>
		2.2.1.2. Hacer limpieza de playas y barrios en las Islas		
2.3. Establecer alianzas estratégicas para lograr una conciencia de liderazgo ambiental en la comunidad	2.3.1. Forjar agentes de cambio ambiental	2.3.1.1. Realizar conversatorios para difundir las amenazas y riesgos del impacto ambiental en las Islas	Habitantes de las Islas Galápagos	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Encargados de RSE de la agencia</li> <li>• Gerente General.</li> <li>• Fundación Charles Darwin</li> </ul>
		2.3.1.2. Junto con la Fundación Charles Darwin, impulsar proyectos emprendedores de la comunidad.		
<b>Elaborado por:</b> Johanna Arguello				



- **Objetivo N3:** 3. Crear conciencia ambiental en el 90 % de los turistas por medio de educación ambiental, en el lapso de 1 año.

Tabla 15 Plan de Socialización, objetivo 3

ESTRATEGIAS	TÁCTICAS	ACTIVIDADES	PÚBLICO OBJETIVO	RESPONSABLE
3.1. Dar a conocer el problema de impacto ambiental en los turistas	3.1.1. Brindar información sobre conciencia ambiental	3.1.1.1. Dar una pequeña introducción sobre el tema de conservación ambiental en las Islas al momento de la compra del paquete turístico	Turistas mayores de edad y Turistas menores de edad	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Encargados en RSE de la agencia Islas de Fuego</li> <li>• Vendedores</li> </ul>
		3.1.1.2. Entregar material impreso o folletos donde se encuentre información básica sobre la conservación e impacto ambiental en las Islas.		
		3.1.1.3. Enviar vía correo electrónico información sobre temas ambientales en Galápagos, donde se evidencie la necesidad del cuidado ambiental		
		3.1.1.4. Utilizar las redes sociales para difundir fotos con mensajes de las Islas Galápagos, en horarios específicos e información clara.		
3.2. Fomentar la cultura ambiental e involucrar a los turistas en métodos de conservación	3.2.1. Educar a los turistas sobre conciencia ambiental	3.2.1.1. Dar charlas antes de realizar el viaje al Archipiélago para concientizar sobre impacto ambiental y los métodos a practicar en las Islas Galápagos	Turistas mayores de edad y Turistas menores de edad	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Encargados en RSE de la agencia</li> <li>• Vendedores</li> </ul>
		3.2.1.2. Pedir un espacio en las escuelas o colegios de los turistas menores de edad para difundir conocimientos ambientales, con el mensaje que cuidar las Islas Galápagos en su viaje es importante para prevalecer su riqueza.		
		3.1.1.3 Realizar talleres vivenciales con los niños para enseñar los métodos de conservación ambiental		

2.3. Recompensar la participación de los turistas en el plan de responsabilidad social ambiental	2.3.1. Agradecer a los turistas por retribuir con la conservación de las Islas Galápagos	3.3.1.1. Realizar videos vivenciales de las acciones hechas por los turistas	Turistas mayores de edad y menores de edad	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Encargados de RSE de la agencia</li> <li>• Vendedores</li> <li>• Personal de hoteles</li> </ul>
		3.3.1.2. Entregar a los turistas fotos donde se evidencie la participación de los mismos.		
		3.3.1.3. En la última noche del itinerario hacer una cena de agradecimiento donde se entreguen fotos y se visualice video de agradecimiento		
<b>Elaborado por:</b> Johanna Arguello				

- **Objetivo N4:** 4. Generar opinión pública favorable en sus públicos de la Agencia Islas de Fuego por medio de la contribución de actos responsables con el medio ambiente, en un lapso de 1 año.

Tabla 16 Plan de Socialización, objetivo N4

ESTRATEGIAS	TÁCTICAS	ACTIVIDADES	PÚBLICO OBJETIVO	RESPONSABLE
4.1. Establecer a la agencia Islas de Fuego con un diferenciador en el mercado	4.1.1. Socializar el plan de Responsabilidad Social Ambiental	4.1.1.1. Gestionar la implantación del plan de RSE en la página web	Comunidad en general	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Encargados en RSE de la agencia Islas de Fuego</li> <li>• Empresa de publicidad contratada por la agencia Islas de Fuego</li> </ul>
		4.1.1.2. Incluir en toda publicidad impresa o visual de la empresa el diferenciador de la agencia, ambientalmente responsable.		
4.2. Dar a conocer la retribución de la agencia hacia la comunidad Galapagueña	4.2.1. Difundir las acciones realizadas por la agencia	4.2.1.1. Elaborar videos y tomar fotos sobre acciones realizadas y publicar en redes sociales, página web.	Comunidad en general	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Encargados en RSE de la agencia</li> <li>• Empresa de publicidad contratada por la agencia</li> </ul>
4.3. Ser reciproco con la comunidad de las Islas Galápagos	4.3.1. Crear alianzas estratégicas a favor de la comunidad de las Islas Galápagos	4.3.1.1. Donar tachos de basura a la municipalidad para el reciclaje	Habitantes de las Islas Galápagos	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Encargados de RSE de la agencia</li> <li>• Gerente General.</li> <li>• Municipios Centrales</li> </ul>
		4.3.1.2. Gestionar la limpieza continua de playas y aceras con la ayuda del municipio		
		4.3.1.3. Brindar capacitaciones periódicas sobre reutilización de materiales.		
<b>Elaborado por:</b> Johanna Arguello				

### 3.3.7. Matriz de Evaluación.

Tabla 17 Matriz de evaluación

Objetivo	Tipo de Objetivo	Mecanismo de Evaluación	Indicadores	Responsables
Motivar en un 100% al empoderamiento del plan de responsabilidad social a favor de la conservación ambiental, en todo el personal de la empresa en el lapso de 1 año.	Motivacional	Actividades informativas y motivacionales	Número de cuantas reuniones serán Número de charlas emitidas Los resultados de trabajo Número de cuantos proyectos presentados	Encargado de Responsabilidad Social de la agencia
Involucrar a un 60% de los habitantes de las Islas Galápagos a la participación del desarrollo del plan de responsabilidad social en beneficio de la comunidad, en un lapso de 6 meses.	Persuasivo	Participación en obras y actividades realizadas	Número de acciones realizadas Cantidad de miembros asistentes	Encargado de Responsabilidad Social de la agencia
Crear conciencia ambiental en el 90 % de los turistas por medio de educación ambiental, en el lapso de 6 meses.	Informativo	Aceptación de actividades implementadas	Número de material impreso entregado Número de visualizaciones en página web y redes sociales Cantidad de miembros asistentes a charlas	Encargado de Responsabilidad Social de la agencia
Generar opinión pública favorable en sus públicos de la Agencia Islas de Fuego por medio de la contribución de actos responsables con el medio ambiente, en un lapso de 1 año.	Persuasivo	Visualizaciones en redes sociales	Número de visitas en redes sociales y página web Número de publicity	Encargado de Responsabilidad Social de la agencia
		Acciones gestionadas para la comunidad	Número de actividades realizadas con alianzas estratégicas	
<b>Elaborado por:</b> Johanna Arguello				

### 3.3.8. Cronograma.

Tabla 18 Cronograma

ACTIVIDAD	RESPONSABLE	ENERO 1er mes				FEBRERO 2do mes				MARZO 3er mes				ABRIL 4to mes				MAYO 5to mes				JUNIO 6to mes				JULIO 7to mes				AGOSTO 8vo mes				SEPTIEMBRE 9no mes				OCTUBRE 10mo mes				NOVIEMBRE 11vo mes				DICIEMBRE 12avo mes			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4				
1.1.1.1 Realizar reuniones periódicas para informar y luego dar seguimiento al personal sobre el plan de RSE	Encargado de RSE de Islas de Fuego																																																
1.1.1.2. Utilizar material gráfico en las Instalaciones para generar recordatorio.	Encargado de RSE de Islas de Fuego																																																
1.2.1.1. Gestionar con el Parque Nacional y Fundación Charles Darwin, charlas informativas sobre conciencia ambiental	Encargado de RSE de Islas de Fuego y Gerente General																																																
1.2.1.2. Enviar a los empleados de la agencia a trabajar por temporadas en las Islas.	Recursos Humanos																																																
1.3.1.1. Desarrollar concurso de ideas ambientales para la posterior creación de proyectos	Encargado de RSE de Islas de Fuego																																																
1.3.1.2. Estimular la participación activa en los proyectos ambientales por medio de incentivos laborales o económicos.	Recursos Humanos y Encargado de RSE de Islas de Fuego																																																
2.1.1.1. Convocar a líderes de la comunidad e involucrados en el tema para socialización	Encargado de RSE de Islas de Fuego																																																
2.1.1.2. Pedir participación del Parque Nacional y Fundación Charles Darwin en las charlas para obtener información especializada.	Encargado de RSE de Islas de Fuego																																																
2.2.1.1. Realizar talleres de participación vivencial para enseñar buenas prácticas ambientales	Encargado de RSE de Islas de Fuego																																																





### 3.3.9. Presupuesto.

Tabla 19 Presupuesto

Táctica	Herramienta	Costo
1.1.1.1 Realizar reuniones periódicas para informar y luego dar seguimiento al personal sobre el plan de RSE	Material informativo sobre estrategias del plan de Responsabilidad Social	50 dólares
1.1.1.2. Utilizar material gráfico en las Instalaciones para generar recordatorio.	Material pop	50 dólares
1.2.1.1. Gestionar con el Parque Nacional y Fundación Charles Darwin, charlas informativas sobre conciencia ambiental	Decoración y arreglo de sala de charlas	25 dólares
1.2.1.2. Enviar a los empleados de la agencia a trabajar por temporadas en las Islas.	Pasajes de avión, alimentación y hospedaje	200 dólares el pasaje y 110 diarios
1.3.1.1. Desarrollar concurso de ideas ambientales para la posterior creación de proyectos	Material gráfico	25 dólares
1.3.1.2. Estimular la participación activa en los proyectos ambientales por medio de incentivos laborales	-----	-----
2.1.1.1. Convocar a líderes de la comunidad e involucrados en el tema para socialización	Transporte	10 dólares
2.1.1.2. Pedir participación del Parque Nacional y Fundación Charles Darwin en las charlas para obtener información especializada.	-----	-----
2.2.1.1. Realizar talleres de participación vivencial para enseñar buenas prácticas ambientales	Material para talleres	100 dólares
2.2.1.2. Hacer limpieza de playas y barrios en las Islas	Escobas recogedoras y fundas	150 dólares
2.3.1.1. Realizar conversatorios para difundir las amenazas y riesgos del impacto ambiental en las Islas	Decoración y arreglo de sala de charlas	25 dólares
3.1.1.1. Dar una pequeña introducción sobre el tema de conservación ambiental en las Islas al momento de la compra del paquete turístico	-----	-----
3.1.1.2. Entregar material impreso donde se encuentre información básica sobre la conservación e impacto ambiental en las Islas.	Folletos, flyers	200 dólares
3.1.1.3. Enviar vía correo electrónico información sobre temas ambientales en Galápagos	-----	-----
3.1.1.4. Utilizar las redes sociales para difundir fotos con mensajes de las Islas Galápagos	Honorarios de Fotógrafo	300 dólares
3.2.1.1. Dar charlas antes de realizar el viaje al Archipiélago para concientizar sobre impacto ambiental y los métodos a practicar en las Islas Galápagos	Decoración de la sala de charlas y entrega de material informativo	100 dólares
3.2.1.2. Pedir un espacio en las escuelas o colegios de los turistas menores de edad para difundir conocimientos ambientales	-----	-----
3.1.1.3 Realizar talleres vivenciales con los niños para enseñar los métodos de conservación ambiental	Material para talleres	250 dólares
3.3.1.1. Realizar videos vivenciales de las acciones hechas por los turistas	Honorarios de encargado	400 dólares



3.3.1.2. Entregar a los turistas fotos donde se evidencie la participación de los mismos.	Impresión de fotos	150 dólares
4.1.1.1. Gestionar la implantación del plan de RSE en la página web	Honorarios de encargado	50 dólares
4.1.1.2. Incluir en toda publicidad impresa o visual de la empresa el diferenciador de la agencia.	Cambios en nuevas publicidades	500 dólares
4.2.1.1. Elaborar videos y tomar fotos sobre acciones realizadas y publicar en redes sociales, página web.	Honorarios community manager	500 dólares
4.3.1.1. Donar tachos de basura a la municipalidad para el reciclaje	Comprar tachos de basura	600 dólares
4.3.1.2. Gestionar la limpieza continua de playas y aceras con la ayuda del municipio	Comprar material para limpieza	500 dólares
4.3.1.3. Brindar capacitaciones periódicas sobre reutilización de materiales.	Honorarios de especialista ambiental	2500 dólares
Transporte	Transporte para realizar actividades	100 dólares
Personal extra	Ayuda en tácticas de talleres o recolección de basura	500 dólares
Gastos Imprevistos	Gastos reservados en caja chica	200 dólares
Honorarios profesionales	Costo de los honorarios de RRPP	2700
<b>TOTAL</b>	-----	10.295 dólares

**Elaborado por:** Johanna Arguello

## CONCLUSIONES

Realizar Responsabilidad Social empresarial debe ser una actividad normal de todas las empresas para retribuir a la sociedad con creces, lo que se ha tomado de las riquezas comunitarias. Por esto impulsar un plan de Responsabilidad Social con miras en conciencia ambiental para implementar en las Islas Galápagos ayudará al desarrollo local de una manera social, cultural y económica. Haciendo que crezca conjuntamente la comunidad y la empresa ya que la agencia está consciente que si la riqueza de las Islas se deteriora la empresa también se ve muy afectada.

- Actualmente la agencia Islas de Fuego desarrolla estrategias de conservación ambiental basada en conocimientos empíricos o básicos, por esto se propone un plan de Responsabilidad Social con su respectiva socialización para que la empresa tenga lineamientos ordenados y sistemáticos que implementar, y con la socialización puedan ser efectivas estas actividades.
- La agencia de viajes se interesó por involucrarse a fondo en el tema de conciencia ambiental no solo para cuidar el frágil ecosistema de las Islas Galápagos, si no a su vez para sacar provecho comunicacional al mismo, e implantar a la empresa con un eje diferenciador, siendo una agencia de turismo con conciencia verde y la única con el uso de métodos ambientales en su paquete turístico.
- Basados en los resultados obtenidos de la investigación se concluye que el Plan de Responsabilidad Social Ambiental unido al Plan de Relaciones Públicas para su socialización es viable ya que existe la preocupación por parte de los habitantes de las Islas en conservar su riqueza, y a su vez la colaboración de los potenciales turistas a las Islas en la implicación de métodos de conservación y cuidado ambiental. Esta conclusión se basa en los resultados arrojados por la investigación

pero se debe tener en cuenta que no siempre esta es la realidad o que no todas las personas estarían totalmente prestas a colaborar.

## RECOMENDACIONES

- Se recomienda mantener una continua interacción con la comunidad de las Islas Galápagos ya que la imagen que tienen respecto a las agencias de viaje es deficiente.
- Es de suma importancia regirse al proceso propuesto en el presente Plan de Relaciones Públicas para poder obtener resultados satisfactorios, porque se propone un plan con pasos a seguir, basándose en los resultados obtenidos.
- Una vez implementado el presente plan se deberá realizar un seguimiento a los métodos propuestos. Y de ser necesario incurrir nuevamente en las actividades establecidas para tener mejores resultados de recordación o fidelidad.
- Si los resultados obtenidos en las actividades realizadas por los turistas son satisfactorias, se sugiere un cambio de itinerario continuo con nuevas estrategias de conservación ambiental y a su vez diferentes tipos de actividades con el público objetivo. Y si por otro lado no fueron satisfactorios los resultados, se aconseja delimitar algunas de las acciones establecidas para evitar las molestias de los pasajeros.
- Se recomienda que el Plan de Responsabilidad Social Ambiental sea usado de forma permanente en las Islas Galápagos ya que es un ecosistema frágil de conservar y su aporte generaría una conciencia ambiental comunitaria comprometida, ya que las personas necesitan ese empuje motivacional para seguir siendo parte de la conservación ambiental.

## BIBLIOGRAFÍA

- Araque, R. (s.f.). *La responsabilidad social de la empresa a debate*. Barcelona-España: Icaria editorial S.A.
- Ardura, I. R. (s.f.). *Marketing Conceptos y Estrategias* . Bogota- Colombia: Ediciones Pirámide.
- Bermejo, R. (2005). *La gran transición hacia la sostenibilidad*. Madrid- España: CATARATA.
- Castro, R. (2007). *Voluntariado Comunitario*. Barcelona-España: Editorial GRAÚ.
- Cebrián, F. (2008). *Turismo Rural y Desarrollo Local*. Sevilla-España: Ediciones de la Univeersidad de Castilla-La Mancha.
- Diéguez, J. (2007). *Entrenamiento funcional en programas de fitness*. Barcelona-España: Editiral Inde.
- Domínguez, D. C. (s.f.). *Manual relaciones públicas*. Madrid - España: Vision Net.
- Esparcia, A. C. (2009). *Relaciones Públicas. Teoría e historia*. Barcelona - España: Editorial UOC.
- Ferrand, A. (2006). *La gestión del sponsoring deportivo*. Badalona - España: Editorial Pidotribo.
- Freixas, J. (2007). *Técnicas de las relaciones públicas*. Barcelona - España: Editorial UOC.

- García, M. (1993). *Estado Actual de los estudios sobre el siglo de oro*. Salamanca - España: Ediciones Universidad Salamanca.
- Hunnemeyer, A. (1997). *Análisis del desarrollo sostenible en Centroamérica: indicadores para la agricultura y los recursos naturales*. San José- Costa Rica: Imprenta del IICA.
- Míguez, M. (2010). *Los públicos en las Relaciones Públicas*. Barcelona - España: Editorial UOC.
- Nadal, A. (2007). *Desarrollo Sustentable y Cambio Global*. Mexico D.F: El Colegio del México.
- Núñez, G. (s.f.). *Medio Mbiente y Desarrollo*. Cepal .
- Vega, J. L. (s.f.). *Responsabilidad social y los principios de desarrollo sostenible como fundamentos teóricos de la información social de a empresa*. Madrid - España: ESIC Editorial.

## **PÁGINAS DE INTERNET.**

- Calero, J. (Marzo de 2012). *Ecuador a colores*. Obtenido de [http://www.ecuadoracolors.com/ed2012\\_mar/pages/amb\\_p02.html](http://www.ecuadoracolors.com/ed2012_mar/pages/amb_p02.html)
- Duiops. (2009). *Duiops*. Obtenido de <http://www.duiops.net/seresvivos/quelonios.html>
- Guerra, E. (6 de Marzo de 2014). *EXPOK*. Obtenido de <http://www.expoknews.com/codigos-de-etica-para-organizaciones-filantropicas/>
- il Viaggio Travel. (s.f.). *il Viaggio Travel*. Obtenido de <http://espanol.ilviaggiocr.com/docs/Plan%20de%20Responsabilidad%20Social,%20Ambiental%20y%20Politic%20-%20Il%20Viaggio%20Travel%202012.pdf>
- Marie, L. (s.f.). *Quito Adventure*. Obtenido de <http://www.quitoadventure.com/espanol/lugares-ecuador/galapagos/conservacion-galapagos.html>
- Ministerio del Ambiente. (26 de Junio de 2015). *Ministerio del Ambiente*. Obtenido de <http://www.ambiente.gob.ec/la-nueva-ley-de-galapagos-fortalece-la-conservacion-de-las-islas/>
- Ministerio del Ambiente. (26 de Junio de 2015). *Página oficial Ministerio del Ambiente*. Obtenido de <http://www.ambiente.gob.ec/la-nueva-ley-de-galapagos-fortalece-la-conservacion-de-las-islas/>

- WordReference. (2005). *WordReference.com*. Obtenido de <http://www.wordreference.com/definicion/end%C3%A9mico>
- WordReference. (2005). *WordReference.com*. Obtenido de <http://www.wordreference.com/definicion/mailling>
- WordReference.com. (2005). *www.wordreference.com*. Obtenido de <http://www.wordreference.com/definicion/souvenir>



## **ANEXOS**

## Anexo 1 Plan de Referencia

Medidas a realizar.

Tabla 20 Áreas de actuación

Ámbito de actuación	Principales grupos de interés	Aéreas de Actuación	Plazo
Económico	Accionistas	Maximización de las utilidades. Adecuación al cambio	1 año
	Clientes	Producto turístico bien conocido y de calidad	1 año
	Proveedores	Relación transparente y cooperación entre empresas	1 año
Social	Entorno local	Participación en actividades y reuniones del entorno local,	1 año
	Recursos humanos	Igualdad de oportunidades	6 meses
Medio Ambiente	Autoridades turísticas	Capacitación sobre sostenibilidad y responsabilidad ambiental	6 meses
	Entorno local	Prevención de daños ambientales	6 meses
	Clientes	Contribución a la conservación del medio ambiente	1 año

**Fuente:** disponible en:

<http://espanol.ilviaggiocr.com/docs/Plan%20de%20Responsabilidad%20Social,%20Ambiental%20y%20Políticas%20-%20II%20Viaggio%20Travel%202012.pdf>. Consultado: 07/10/15

**Aplicación de medidas.**

Tabla 21 Ámbito Económico

<b>1. ÁMBITO ECÓNOMICO</b>			
<b>1.1 Maximización de las utilidades</b>			
<b>PROPUESTA</b>	<b>COSTO</b>	<b>BENEFICIO</b>	<b>GRUPO DE INTERÉS</b>
Incorporación de TIC's (Tecnologías de la información y la Comunicación) necesarias para la gestión y transformación de la información	Gasto destinado a la compra de TIC's y su mantenimiento Coste en formación del personal empleado en la utilización de TIC's	Mayor grado de modernización de la empresa. Aumento de la eficacia en la producción y en la obtención de la información	Accionistas
Inversión I+D+I. Destinar parte de los beneficios a la investigación para obtener inteligencia turística.	Compra de software para la obtención de la información. Personal destinado a la implementación del sistema. Tiempo de investigación y aprendizaje.	Disponer de información más clara y en cantidad para tomar mejores decisiones en cuanto a competitividad	Recursos Humanos, Accionistas
Identificar las necesidades de los clientes internos y externos a través de alianzas estratégicas y una comunicación más fluida.	Gasto destinado a la organización de reuniones, llamadas telefónicas. Gastos derivados de las estrategias. Gastos de estudio de perfiles laborales	Reducción de conflictos. Gastos compartidos en las alianzas. Mejora del producto turístico. Mayor nivel de ventas.	Recursos Humanos, Proveedores, Clientes, Entorno Local
Ofrecer a personal de hoteles y aeropuerto, información clara, veraz y transparente acerca de la agencia	Gasto en material publicitario. Comisiones en ventas.	Impacto positivo en la imagen de la agencia Fidelización y confianza de los agentes.	Personal, Proveedores, Clientes, Entorno local
<b>1. AMBITO ECONOMICO</b>			
<b>1.2 Adecuación del cambio</b>			
<b>PROPUESTA</b>	<b>COSTO</b>	<b>BENEFICIO</b>	<b>GRUPO DE INTERES</b>
Innovación de los productos turísticos	Gasto por el desarrollo del producto turístico y su publicidad. Coste del personal de investigación y desarrollo	Ampliación del catálogo de productos turísticos. Mayor ingreso	Recursos Humanos, Accionistas

Acceder a mercados ascendentes y nuevos	Costo por investigación del mercado. Costo para viajes a los mercados potenciales, para alianzas y promoción	Mayor ingreso. Ampliación del mercado meta.	Recursos Humanos, Accionistas, Proveedores, Clientes
Pertenecer a los grupos de toma de decisiones del país y ejercer influencia positiva.	Costo por organización de reuniones y de actividades.	Pertenecer a grupos de influencia. Beneficios mayores.	Autoridades Turísticas. Accionistas

**Fuente:** disponible en:

<http://espanol.ilviaggiocr.com/docs/Plan%20de%20Responsabilidad%20Social,%20Ambiental%20y%20Políticas%20-%20II%20Viaggio%20Travel%202012.pdf>. Consultado: 07/10/15

Tabla 22 Ámbito Social

<b>2. AMBITO SOCIAL</b>			
<b>2.1 Participación del entorno local</b>			
<b>PROPUESTA</b>	<b>COSTO</b>	<b>BENEFICIO</b>	<b>GRUPO DE INTERES</b>
Conocer la opinión, inquietudes y expectativas de las personas que conforman el entorno local.	Costo de realización de este tipo de estudios por parte de la agencia. Tiempo dedicado a analizar las propuestas. Costo derivado de las mejoras propuestas.	Mejora del clima, Reducción de conflictos. Mayor compromiso desde y hacia la comunidad. Sentido de pertenencia	Entorno local
Desarrollar prácticas en centros educativos que favorezcan la integración de jóvenes y se preparen acerca del medio ambiente.	Costo del período de aprendizaje	Impacta positivamente en la imagen pública de la agencia. Mejora la posibilidad de empleo y la responsabilidad hacia el medio ambiente	Entorno local
Animar al personal en la participación de actividades locales y eventos sociales de la zona.	Horas en las que el personal empleado no está produciendo	Impacta positivamente en la imagen pública de la compañía. Incrementa la provisión de voluntarios. Consigue una mayor conciencia de los empleados.	Entorno local

Brindar apoyo económico a proyectos y actividades de la comunidad como obras benéficas, patrocinios, entre otros.	Cifra concreta que se decida destinar a esta actividad	Impacta positivamente en la imagen pública. Atrae nuevos clientes y refuerza la fidelidad hacia la marca de la agencia. Mayor cohesión entre diferentes empresas con los proyectos conjuntos que pueden derivar en colaboraciones o de otro tipo en el futuro. Aumenta el atractivo de la empresa	Entorno local
<b>2 ÁMBITO SOCIAL</b>			
<b>2.2 Igualdad de oportunidades</b>			
<b>PROPUESTA</b>	<b>COSTO</b>	<b>BENEFICIO</b>	<b>GRUPO DE INTERÉS</b>
Aplicar criterios claros y objetivos en el proceso de selección (nivel de estudios, experiencia, evitar preguntas personales no relacionadas con el puesto que se quiere llenar)	Tiempo dedicado a la elaboración de un plan enfocado a eliminar la discriminación en los procesos de selección	Impacta positivamente en la imagen pública de la agencia Garantiza un proceso de selección justo. Contribuye a fortalecer la igualdad de oportunidades. Previene la discriminación por razones de sexo, orientación sexual, religión, entre otros.	Recursos Humanos

**Fuente:** disponible en:

<http://espanol.ilviaggiocr.com/docs/Plan%20de%20Responsabilidad%20Social,%20Ambiental%20y%20Políticas%20-%20II%20Viaggio%20Travel%202012.pdf>. Consultado: 07/10/15

Tabla 23 Ámbito Medio Ambiental

<b>3.ÁMBITO MEDIO AMBIENTAL</b>			
<b>3.1 Capacitación sobre sostenibilidad y responsabilidad ambiental</b>			
<b>PROPUESTA</b>	<b>COSTO</b>	<b>BENEFICIO</b>	<b>GRUPO DE INTERES</b>
Formar al personal de los diferentes grupos de interés sobre la minimización y correcta gestión de los residuos y la contaminación.	Costo de organización o participación. Horas en las que el personal no está produciendo. Costo	Imagen pública. Contribución a la protección del medio ambiente	Recursos Humanos. Autoridades Turísticas.

	del capacitador experto en el tema.		
Actualización constante sobre el tema de medio ambiente y desarrollo sostenible.	Costo de la participación del viaje si fuese en el extranjero	Imagen pública. Contribución a la protección del medio ambiente	Recursos humanos. Autoridades turísticas. Accionistas
<b>3.2 Prevención de daños ambientales</b>			
<b>PROPUESTA</b>	<b>COSTO</b>	<b>BENEFICIO</b>	<b>GRUPO DE INTERÉS</b>
Formar al personal sobre la minimización y correcta gestión de los residuos y contaminación	Horas en las que el personal no está produciendo. Costo servicio de formación prestado por una persona experta en temas medioambientales. Compra de GPS para los vehículos turísticos de la agencia. Tiempo Dedicado al cálculo de la ruta más adecuada.	Reducción de costos a corto plazo. Contribución a la protección del medio ambiente. Minimiza las emisiones de gases debido a la combustión. Reducción de gasto en combustible. Contribución a la protección del medio ambiente	Entorno local. Recursos humanos.
Realizar un buena gestión de rutas evitando las zonas congestionadas			Entorno local. Recursos Humanos.
<b>ÁMBITO MEDIO AMBIENTAL</b>			
<b>3.3 Contribución a la conservación del medio ambiente</b>			
<b>PROPUESTA</b>	<b>COSTO</b>	<b>BENEFICIO</b>	<b>GRUPO DE INTERÉS</b>
Contribución monetaria y de tiempo a organizaciones dedicadas a la conservación del medio ambiente	Cantidad designada a las contribuciones. Horas empleadas en estas labores	Impacto en la imagen pública. Contribución al medio ambiente	Entorno local.

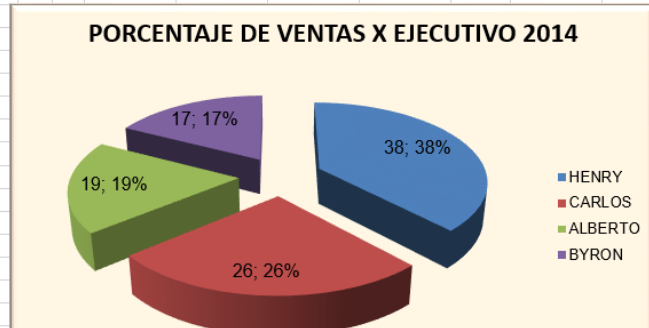
**Fuente:** disponible en:

<http://espanol.ilviaggiocr.com/docs/Plan%20de%20Responsabilidad%20Social,%20Ambiental%20y%20Políticas%20-%20II%20Viaggio%20Travel%202012.pdf>. Consultado: 07/10/15

## Anexo 2 Resumen de Ventas

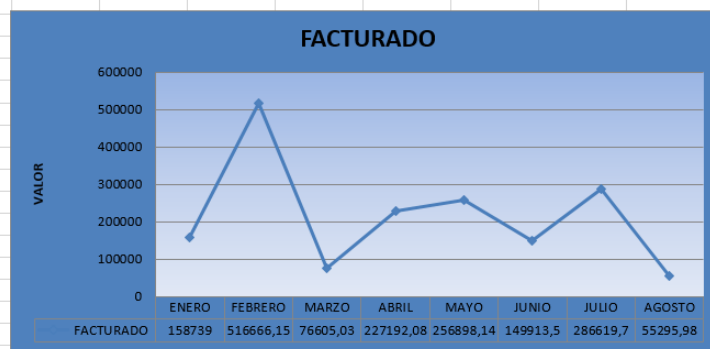
RESUMEN DE VENTAS EJECUTIVOS ISLAS DE FUEGO GRUPOS 2014												
EJECUTIVO	LAND TOURS	VALOR TOTAL	TOTAL PASAJEROS	ADULTOS	NIÑOS	CD	EXT	FREE TOUR	FREE TICKET	TICKETS DIRE	FACTURADO	GRUPOS
ALBERTO	442	191820,5	485	104	344	2	0	43	23	37	321492,8	20
BYRON	368	170666,5	417	100	272	3	3	46	28	10	301004,3	16
CARLOS	572,5	272340	636	136	392	4	5	54,5	43	31	448593,2	27
HENRY	830	382828	927	280	555	18	2	98	64	7	656839,4	33
<b>TOTAL</b>	<b>2212,5</b>	<b>1017655</b>	<b>2465</b>	<b>620</b>	<b>1563</b>	<b>27</b>	<b>10</b>	<b>241,5</b>	<b>158</b>	<b>85</b>	<b>1727929,58</b>	<b>96</b>

PORCENTAJE X EJECUTIVO		
EJECUTIVO	FACTURADO	PORCENTAJE
HENRY	656839,4	38
CARLOS	448593,2	26
ALBERTO	321492,8	19
BYRON	301004,3	17
<b>TOTAL</b>	<b>1727929,6</b>	<b>100</b>



EJECUTIVO	PORCENTAJE DE VENTAS X EJECUTIVO 2014
HENRY	38
CARLOS	26
ALBERTO	19
BYRON	17
<b>TOTAL</b>	<b>100,0</b>

GRUPOS X MES			
MES	FACTURADO	GRUPOS	PASAJEROS
ENERO	158739	8	222
FEBRERO	516666,15	26	713
MARZO	76605,03	3	113
ABRIL	227192,08	14	328
MAYO	256898,14	16	400
JUNIO	149913,5	8	224
JULIO	286619,7	17	394
AGOSTO	55295,98	4	71
<b>TOTAL</b>	<b>1727929,58</b>	<b>96</b>	<b>2465</b>



**Elaborado por:** Fernando pasos (Jefe de Ventas Islas de Fuego)

**Fuente:** Estadísticas 2014 agencia Islas de Fuego.

### Anexo 3 Tarifas alojamiento Arena Blanca



TARIFAS DE ALOJAMIENTO 2016 ECO – HOTEL ARENA BLANCA				
TIPO DE HABITACION	TARIFA RACK	TARIFA RACK + 12% IVA	TARIFA AGENCIA	TARIFA AGENCIA + 12% IVA
Sencilla o Simple	110,00	123,20	87,50	98,00
Doble Twin o Matrimonial	130,00	145,60	103,13	115,50
Triple	155,00	173,60	136,25	152,60
Cuádruple	180,00	201,60	169,64	190,00
GRUPO A PARTIR DE 16 PASAJEROS PARA GRUPO EN ACOM. MULTIPLE a partir de triples			\$40,00 POR PAX	\$44,80
Incluye: Desayuno e impuestos ( 12% IVA)				
Tarifas sujetas a cambio sin previo aviso				



#### Condiciones de las tarifas:

- Tarifas netas/ no comisionable
- Incluyen desayunos americanos
- Son por habitación y por noche

#### ALIMENTACION:

- Almuerzo USD 12,00 + IVA
- Cena USD 12,00 + IVA El hotel ofrece el servicio de almuerzos y cenas tipo menú (entrada, plato fuerte, bebidas incluidas)



## Anexo 4 Tarifas de alojamiento Hostería Piedras Blancas



### TARIFAS DE ALOJAMIENTO 2015-2016 HOSTERIA PIEDRAS BLANCAS

TIPO DE HABITACION	TARIFA RACK	TARIFA RACK + 12% IVA	TARIFA AGENCIA	TARIFA AGENCIA + 12% IVA
Sencilla o Simple	90,00	100,80	69,64	78,00
Doble Twin o Matrimonial	110,00	123,20	85,27	95,50
Triple	135,00	151,20	118,39	132,60
Cuadruple	160,00	179,20	151,79	170,00
PARA GRUPO EN ACOM.MULTIPLE a partir de triples			\$35,00 POR PAX	39,20
Incluye: Desayuno e impuestos (12% IVA)				
TARIFAS VIGENTES DESDE 3 de MARZO/2015				



#### ALIMENTACION

Almuerzo USD	12,00 + IVA
Cena USD	12,00 + IVA

La Hosteria ofrece el Servicio de almuerzos y cenas tipo menu (entrada, plato fuerte, un vaso de jugo de temporada y agua)

# ITINERARIO SAN CRISTOBAL - SANTA CRUZ 4 DIAS - 3 NOCHES

**DIA 1:** Vuelo hacia Galápagos, y arribo hacia el aeropuerto de la Isla San Cristóbal, donde serán recibidos por nuestro personal. Traslado privado en nuestros propios buses hacia el **ARENA BLANCA ECO –HOTEL** ubicado a 5 minutos del aeropuerto, ubicado en Puerto Baquerizo Moreno. Luego realizaremos nuestra primera visita al **CENTRO DE INTERPRETACION**, donde el recorrido que ofrecen las instalaciones nos lleva a través de la historia de las Islas, en sus contextos natural, humana y de conservación. Luego regresaremos al Hotel y tendremos nuestro Almuerzo en el Restaurant del Hotel. Por la tarde partiremos a visitar **PLAYA MANN**, localiza a 10 minutos de Puerto, disfrutaremos de esta hermosa playa de arena blanca formada por la fragmentación de conchas, la claridad de sus aguas permite hacer snorkeling, en la tarde, regresaremos al Hotel y cenaremos.

**DIA 2:** Después del desayuno nos dirigiremos en nuestros transportes hacia **EI**

**Progreso**, lugar que guarda enigmáticas historias de los primeros habitantes de esta isla como Manuel J Cobos, que fue tuvo el ingenio del azúcar, trabajados por reos; seguido nos trasladaremos hacia la **LAGUNA DEL JUNCO**, ubicada a 700 m, una laguna de agua dulce, única en su género en todo el Archipiélago; donde observaremos un increíble paisaje de la Isla. En este lago se pueden encontrar aves endémicas, como: gaviotas, piqueros de patas azules y rojas y los Pinzones de Galápagos; también visitaremos **LA GALAPAGUERA** donde observaremos las famosas tortugas gigantes, las cuales son de especie

diferente a las de la Isla Santa cruz y se apreciará en su caparazón; también encontraremos el Centro de Crianza, hogar de las cautivadoras tortugas bebés y su conocernos el proceso de crianza. De regreso al hotel, tomaremos el Almuerzo y por la tarde visitaremos **PLAYA LA LOBERIA**, sitio ideal para observar como su nombre lo indica, una gran colonia de lobos marinos fotografiarlos a más de observar otras aves y por supuesto disfrutar de un refrescante baño en esta playa y realizar snorkeling o natación, se puede realizar caminata por un sendero donde se podrá observar piqueros patas azules, fragatas, iguanas marinas y normalmente tortugas marinas. Regreso por la tarde y Cena en el Hotel.

**DIA 3:** Luego del Desayuno, disfrutaremos de una experiencia maravillosa, que es la **navegación** hacia la isla **San Cruz – Puerto Ayora**, donde nos alojaremos, luego del Check in, tendremos nuestra visita a la **ESTACION CHARLES DARWIN**, visita al CENTRO DE CRIANZA FAUSTO LLERENA, CENTRO DE VISITANTES MIGUEL CIFUENTES, CENTRO COMUNITARIO DE EDUCACION AMBIENTAL, donde se observan iguanas terrestres de la isla Baltra, el centro de crianza de Tortugas, recibiremos información general de las Islas. En la tarde disfrutaremos de un almuerzo en el Restaurant del Hotel.

Por la tarde visitaremos la famosa **PLAYA TORTUGA BAY**, que es una de las más extensas de arena blanca del archipiélago; excelente lugar para practicar natación, o simplemente caminar, Las iguanas marinas, tiburones y tortugas, podrán ser vistos a lo largo de un pequeño sendero para el visitante, además se puede observar aves migratorias. Por la tarde regresaremos al hotel y tendremos la Cena.

**DIA 4:** Desayuno en el hotel y enseguida nuestra última visita es hacia **Los Cráteres Gemelos**, sitio ideal para capturar imágenes impresionantes. Luego

tomaremos nuestro transporte para dirigirnos hacia el aeropuerto de la Isla de Baltra y tomar nuestro vuelo de retorno.

## FIN DE NUESTROS SERVICIOS

# **TOUR INCLUYE**

- 02 Noches de Alojamiento en nuestro nuevo y único hotel de primera clase, **ARENA BLANCA Eco – Hotel** ubicado en la Isla San Cristóbal ( en caso de no contar con disponibilidad en el hotel que se designe)
- 01 Noche de Alojamiento en la **Hostería Piedras Blancas** en la isla Santa Cruz, de clase Turista Superior
- Alimentación completa ( desayunos – almuerzos - cenas más bebidas incluidas)
- Traslado Aeropuerto- hotel – Aeropuerto en nuestros buses propios
- **ISLA SAN CRISTOBAL**
- **CENTRO DE INTERPRETACION**
- **PLAYA MANN**
- **LAGUNA EL JUNCO**
- **GALAPAGUERA**
- **PLAYA LA LOBERIA**
- **NAVEGACION A SANTA CRUZ**
- **ESTACION CHARLES DARWIN**
- **PLAYA TORTUGA BAY**
- **CRATERES GEMELOS**
- **TICKET AEREO**

**NO INCLUYE:**

- ENTRADA AL PARQUE NACIONAL GALAPGOS (P.N.G)  
\$6,00 adulto nacional / \$3,00 niño nacional/ \$100 adulto extranjero / \$50  
niño extranjero
- TARJETA DE CONTROL DE TRANSITO (TCT)  
\$20,00 por pasajero (nacional o extranjero)

• LO NO ESPECIFICADO EN EL PROGRAMA  
***ISLAS DE FUEGO EXPEDITIONS ES UNA EMPRESA SERIA Y DUEÑA DE  
INFRASTRUCTURA TURISTICA EN GALAPAGOS, QUE A MÁS DE  
BRINDARLES UN SERVICIO DE PRIMERA SOMOS UN GRUPO HUMANO  
PREOCUPADOS Y APOYAMOS LA EDUCACION, CONSERVACION Y  
PROGRESO DEL PUEBLO GALAPAGUEÑO.***

# ITINERARIO SAN CRISTOBAL - SANTA CRUZ

## 5 DIAS - 4 NOCHES

**DIA 1:** Vuelo hacia Galápagos, y arribo hacia el aeropuerto de la Isla San Cristóbal, donde serán recibidos por nuestro personal. Traslado privado en nuestros transportes, hacia el **ARENA BLANCA ECO –HOTEL** ubicado a 5 minutos del Apto ubicado en Puerto Baquerizo Moreno. Luego realizaremos nuestra primera visita al **CENTRO DE INTERPRETACION**, donde el recorrido que ofrecen las instalaciones nos lleva a través de la historia de las Islas, en sus contextos natural, humana y de conservación. Luego regresaremos al Hotel y tendremos nuestro Almuerzo en el Restaurant del Hotel

Por la tarde realizaremos la visita a **PLAYA MANN**, localiza a 10 minutos de Puerto, disfrutaremos de esta hermosa playa de arena blanca formada por la fragmentación de conchas, la claridad de sus aguas permite hacer snorkeling, luego regresaremos al hotel. Cena en el Restaurant del Hotel.

**DIA 2:** Luego del Desayuno, visitaremos el **CERRO TIJERETAS**, sitio ideal para la observación de fragatas anidando, en esta colina encontraremos tres espectaculares miradores:

En el primero, se podrán obtener fotografías junto a un cañón que data de la segunda guerra mundial, desde el segundo mirador observaremos el famoso sitio “**León Dormido**”, y en el tercer mirador disfrutaremos de una imponente estatua del Científico Charles Darwin, luego regresaremos al hotel para nuestro almuerzo. Por la tarde nos trasladaremos hacia la **PLAYA LA LOBERIA** donde podremos observar como su nombre lo indica una gran colonia de lobos marinos fotografiarlos a más de observar otras aves y por supuesto disfrutar de un refrescante baño en esta playa y realizar snorkeling, natación, se puede realizar caminata por un sendero donde se podrá observar piqueros patas azules, fragatas, iguanas marinas y normalmente tortugas marinas. Cena en el Restaurant del Hotel.

**DIA 3:** Luego del Desayuno, disfrutaremos de una experiencia maravillosa en la **navegación** hacia la isla **San Cruz – Puerto Ayora**, donde nos alojaremos, luego nos dirigimos hacia la **ESTACION CHARLES DARWIN**, Visita al CENTRO DE CRIANZA FAUSTO LLERENA, CENTRO DE VISITANTES MIGUEL

CIFUENTES, CENTRO COMUNITARIO DE EDUCACION AMBIENTAL, donde se observa Iguanas terrestres de la isla Baltra, el centro de crianza de Tortugas, recibiremos información general de las Islas. Almuerzo en el hotel. Por la tarde visitaremos Almuerzo en el Restaurante del Hotel. En la tarde, nos transportaremos hacia **LAS GRIETAS**; este paisaje está formado por fisuras de lava que forman dos paredes gigantes atravesadas por un brazo de agua salobre filtrada desde la parte alta donde se mezcla con el agua del mar, es un sitio ideal para caminar, nadar y obtener fabulosas fotografías. Cena en el Restaurant del Hotel.

**DIA 4:** Desayuno en el hotel. En la mañana visita a la **PARTE ALTA** de la isla **SANTA CRUZ**, el primer punto de visita es hacia **Los Gemelos**, ubicados a 864 m.s.n.m, (son dos hoyos cratéricos, creados como resultado del colapso de la superficie terrestre), aquí se puede observar y fotografiar aves terrestres, especialmente el pinzón carpintero y el pájaro brujo; además está rodeado de un bosque de Scalesia, también ingresaremos a los **túneles de lava** y continuaremos hacia el **Rancho Primicias**, donde se puede apreciar tortugas gigantes en estado natural.

Por la tarde luego del almuerzo, haremos una visita a la famosa **PLAYA TORTUGA BAY**, que es una de las más extensas de arena blanca del archipiélago, es un excelente lugar para practicar natación, o simplemente caminar; las iguanas marinas, tiburones y tortugas, podrán ser vistos a lo largo de un pequeño sendero para el visitante, además se puede observar aves migratorias. Por la tarde regresaremos al hotel y tendremos la cena.

**DIA 5:** Desayuno en el hotel y luego tomaremos nuestro transporte para dirigirnos hacia el aeropuerto de la Isla de Baltra y tomar nuestro vuelo de retorno.

## FIN DE NUESTROS SERVICIOS

# TOUR INCLUYE

- 02 Noches de Alojamiento en nuestro nuevo, y único hotel de primera clase, **ARENA BLANCA Eco – Hotel** ubicado en la Isla San Cristóbal
- 02 Noche de Alojamiento en la **Hostería Piedras Blancas** en la isla Santa Cruz, de clase turista superior
- Alimentación completa ( desayuno – almuerzo - cena)
- Traslado Aeropuerto- hotel – Aeropuerto en nuestros buses propios
- **ISLA SAN CRISTOBAL**
- **CENTRO DE INTERPRETACION**
- **PLAYA MANN**
- **CERRO TIJERETAS**
- **PLAYA LA LOBERIA**
- **NAVEGACION A SANTA CRUZ**
- **ESTACION CHARLES DARWIN**
- **LAS GRIETAS**
- **PARTE ALTA (CRATERES)**
- **PLAYA TORTUGA BAY**
- **TICKET AEREO**

**NO INCLUYE:**

- ENTRADA AL PARQUE NACIONAL GALAPGOS (P.N.G)  
\$6,00 adulto nacional / \$3,00 niño nacional/ \$100 adulto extranjero / \$50  
niño extranjero
- TARJETA DE CONTROL DE TRANSITO (TCT)  
\$20,00 por pasajero (nacional o extranjero)
- LO NO ESPECIFICADO EN EL PROGRAMA

***ISLAS DE FUEGO EXPEDITIONS ES UNA EMPRESA SERIA Y DUEÑA DE INFRASTRUCTURA TURISTICA EN GALAPAGOS, QUE A MÁS DE BRINDARLES UN SERVICIO DE PRIMERA SOMOS UN GRUPO HUMANO PREOCUPADOS Y APOYAMOS LA EDUCACION, CONSERVACION Y PROGRESO DEL PUEBLO GALAPAGUEÑO.***



# **ITINERARIO SAN CRISTOBAL - SANTA CRUZ - ISABELA 8 DIAS - 7 NOCHES**

**DIA 1:** Vuelo hacia Galápagos, y arribo hacia el aeropuerto de la Isla San Cristóbal, donde serán recibidos por nuestro personal. Traslado privado en nuestros propios buses hacia el **ARENA BLANCA ECO –HOTEL** ubicado a 5 minutos del Apto ubicado en Puerto Baquerizo Moreno. Luego saldremos a realizar nuestra primera visita al **CENTRO DE INTERPRETACION**, donde el recorrido que ofrecen las instalaciones nos lleva a través de la historia de las Islas, en sus contextos natural, humana y de conservación. Luego regresaremos al Hotel y tendremos nuestro Almuerzo en el Restaurant del Hotel.

Por la tarde realizaremos la visita a **PLAYA MANN**, localiza a 10 minutos de Puerto, disfrutaremos de esta hermosa playa de arena blanca formada por la fragmentación de conchas, la claridad de sus aguas permite hacer snorkeling, luego regresaremos al hotel. Cena en el Restaurant del Hotel.

**DIA 2.-** Después del desayuno nos dirigiremos en nuestros transportes hacia **CERRO TIJERETAS**, aquí se podrá observar fragatas anidando, en esta colina encontraremos tres espectaculares miradores:

En el primero podremos tomarnos fotografías junto a un cañón que data de la segunda guerra mundial, desde el segundo mirador observaremos el famoso

sitio “León Dormido”, y en el tercer mirador disfrutaremos de una imponente estatua del Científico Charles Darwin. Almuerzo y por la tarde visitaremos **PLAYA LA LOBERIA** donde podremos observar como su nombre lo indica una gran colonia de lobos marinos fotografiarlos a más de observar otras aves y por supuesto disfrutar de un refrescante baño en esta playa y realizar snorkeling, natación, se puede realizar caminata por un sendero donde se podrá observar piqueros patas azules, fragatas, iguanas marinas y normalmente tortugas marinas. Regreso por la tarde y Cena en el Hotel.

**DIA 3:** Por la mañana luego el desayuno, tendremos una espectacular navegación y visita a **PLAYA EL MANGLECITO**, lugar perfecto para la observación de aves acuáticas y también para la recreación, pues la presencia de un saliente rocoso a un extremo de la playa, hace que se formen oleas ideales para practicar el surf. Actividades a realizar: natación + camina + snorkeling + avistamiento de flora y fauna endémica. Luego la navegación a **LEON DORMIDO**, también conocido alternativamente como Roca Kicker, se trata de una formación rocosa o cono erosionado de toba, es un refugio para muchas aves marinas como piqueros de patas azules y faetones, así como para los lobos marinos. Tendremos el almuerzo a bordo. Podremos observar numerosas especies de peces, tortugas marinas, rayas y tiburones martillo. Alcanza un máximo de 114 metros de altura. Regreso por la tarde, cena en el Restaurant del Hotel

**DIA 4:** Luego del Desayuno, seguido disfrutaremos de una experiencia maravillosa en la **navegación** hacia la isla **San Cruz – Puerto Ayora**, luego aremos nuestra visita a la **ESTACION CHARLES DARWIN**, Visita al CENTRO DE CRIANZA FAUSTO LLERENA, CENTRO DE VISITANTES MIGUEL

CIFUENTES, CENTRO COMUNITARIO DE EDUCACION AMBIENTAL, donde se observa Iguanas terrestres de la isla Baltra, el centro de crianza de Tortugas, recibiremos información general de las Islas. Almuerzo.

Por la tarde **NAVEGAREMOS HACIA LA ISLA ISABELA**, visitaremos la **POZA DE LOS FLAMINGOS**, que es una laguna ubicada junto al camino que conduce desde Puerto Villamil hasta el conocido Muro de las lágrimas, es uno de los principales sitios de observación y reproducción de Flamingos. Cena en el Hotel.

**DIA 5:** Luego del desayuno realizaremos una caminata hacia el **VOLCAN SIERRA NEGRA**, fumarola ubicada al borde suroeste; tiene una duración de seis horas aproximadamente. Box lunch en la ruta y por la tarde visita a **CONCHA PERLA** que se estructura como una especie de concavidad circular que es alimentada por el mar con el cambio de las mareas. Este sitio es ideal para practicar natación y el buceo de superficie. Regreso al hotel y por la noche Cena.

**DIA 6: Navegación** hacia la isla **San Cruz – Puerto Ayora**, Check in Hotel y desayuno. Mañana libre y por la tarde luego del Almuerzo, realizaremos nuestra visita a **LAS GRIETAS**, este paisaje está formado por fisuras de lava que forman dos paredes gigantes atravesadas por un brazo de agua salobre filtrada desde la parte alta donde se mezcla con el agua del mar .Ropa adecuada: ropa de baño puesta, zapatos deportivos, pantalones cortos, protector solar, agua, gorra, cámara fotográfica, filmadora. Actividades que van a realizar: caminata, natación y fotografía. Cena en el Restaurant del Hotel.

**DIA 7:** Desayuno en el Hotel, en la mañana visita a la **PARTE ALTA** de la isla **SANTA CRUZ**, donde se puede apreciar tortugas gigantes en estado natural, típica vegetación de la zona, tendremos un vista fabulosa de **LOS CRATERES** y podremos ingresar a los Túneles de lava. Caminata fácil + fotografía lugar húmedo. Ropa adecuada: Pantalones largo, zapatos deportivos, Chompa o saco, gorra o sombrero, Cámara, filmadora. Almuerzo

En la tarde visitaremos la **PLAYA TORTUGA BAY**, es una de las más extensas playas de arena blanca del archipiélago, excelente lugar para practicar natación, snorkeling, kayak o simplemente caminar. Las iguanas marinas y tortugas marinas podrán ser vistas aquí y dentro de observación de pájaros se puede disfrutar de pájaros migratorios caminando por la costa. Cena en el Restaurant del Hotel.

**DIA 8:** Desayuno, luego tomaremos nuestro transporte para dirigirnos hacia el aeropuerto de la Isla de Baltra y tomar nuestro vuelo de retorno.

## FIN DE NUESTROS SERVICIOS

# TOUR INCLUYE

- 03 Noches de Alojamiento en nuestro nuevo, y único hotel de primera clase, **ARENA BLANCA Eco – Hotel** ubicado en la Isla San Cristóbal
- 02 Noches de Alojamiento en Isabela
- 02 Noche de Alojamiento en la Hostería Piedras Blancas, en la isla Santa Cruz; de clase turista superior

- Alimentación completa ( desayuno – almuerzo - cena tipo menú, más bebidas incluidas)
- Traslado Aeropuerto- hotel – Aeropuerto en nuestros buses propios
- **ISLA SAN CRISTOBAL**
- **CENTRO DE INTERPRETACION**
- **PLAYA MANN**
- **CERRO TIJERETAS**
- **PLAYA LA LOBERIA**
- **NAVEGACION A ISLA MANGLECITO Y LEON DORMIDO**
- **NAVEGACION A SANTA CRUZ**
- **ESTACION CHARLES DARWIN**
- **NAVEGACION A LA ISLA ISABELA**
- **POZA DE LOS FLAMINGOS**
- **VOLCAN SIERRA NEGRA**
- **CONCHA PERLA**
- **LAS GRIETAS**
- **CRATERES**
- **PLAYA TORTUGA BAY**
- **TICKET AEREO**

**NO INCLUYE:**

- ENTRADA AL PARQUE NACIONAL GALAPGOS (P.N.G)  
\$6,00 adulto nacional / \$3,00 niño nacional/ \$100 adulto extranjero / \$50  
niño extranjero
- ENTRADA AL MUELLE DE ISABELA  
\$2,00 adulto nacional / \$ 5,00 adulto extranjero
- TARJETA DE CONTROL DE TRANSITO (TCT)  
\$20,00 por pasajero (nacional o extranjero)
- LO NO ESPECIFICADO EN EL PROGRAMA

***ISLAS DE FUEGO EXPEDITIONS ES UNA EMPRESA SERIA Y DUEÑA DE INFRASTRUCTURA TURISTICA EN GALAPAGOS, QUE A MAS DE BRINDARLES UN SERVICIO DE PRIMERA SOMOS UN GRUPO HUMANO PREOCUPADOS Y APOYAMOS LA EDUCACION, CONSERVACION Y PROGRESO DEL PUEBLO GALAPAGUEÑO.***

## PROGRAMAS PROMOCIONALES SALIDAS ESPECÍFICAS TARIFAS 2015

**TARIFAS NO VALIDAS PARA FERIADOS O GRUPOS**

RUT A	4 DÍAS – 3 NOCHES BONO USD 10,00			5 DÍAS – 4 NOCHES BONO USD 30,00			8 DÍAS – 7 NOCHES BONO USD 20,00		
	ADULTO S	NIÑO S	TER. EDAD	ADULTO S	NIÑO S	TER. EDAD	ADULTO S	NIÑOS	TER. EDAD
GYE (NAC)	USD 659,00	USD 579,00	USD 599,00	USD 759,00	USD 679,00	USD 699,00	USD 1.159,00	USD 1.079,00	USD 1.099,00
UIO (NAC)	USD 719,00	USD 619,00	USD 639,00	USD 819,00	USD 719,00	USD 739,00	USD 1.219,00	USD 1.119,00	USD 1.139,00
GYE (EXT)	USD 914,00	USD 774,00	0	USD 1014,00	USD 874,00	0	USD 1.414,00	USD 1.274,00	0
UIO (EXT)	USD 964,00	USD 814,00	0	USD 1064,00	USD 914,00	0	USD 1.464,00	USD 1.314,00	0

**SERVICIOS INCLUIDOS:**

- TICKET AÉREO
- TRASLADOS ATO – HOTEL – ATO
- TRASLADOS INTER ISLAS
- ALOJAMIENTO ARENA BLANCA ECO HOTEL / SAN CRISTOBAL
- ALOJAMIENTO HOSTERIA PIEDRAS BLANCAS /SANTA CRUZ
- ALOJAMIENTO ISABELA (programa 8D-7N)
- ALIMENTACIÓN COMPLETA
- COCTEL DE BIENVENIDA Arena Blanca Hotel
- TRANSPORTE A LOS SITIOS DE VISITA DE ACUERDO AL ITINERARIO MENCIONADO

**NO INCLUYE:**

- ENTRADA AL PARQUE NACIONAL GALAPAGOS  
([\\$ 6 ADT NAC](#), [\\$3 CHD NAC](#), [\\$100 EXT](#), [\\$50 PACTO ANDINO](#))
- TARJETA DE TURISMO ([\\$ 20 POR PAX](#))
- ENTRADA A ISABELA ([\\$ 2 PAX NAC](#) - [\\$ 5 PAX EXTRANJERO](#))
- PROPINAS
- BEBIDAS EXTRAS.

**PROGRAMAS PROMOCIONALES  
SALIDAS ESPECÍFICAS  
TARIFAS 2016**

**TARIFAS NO VALIDAS PARA FERIADOS O GRUPOS**

	SALIDA DE MARTES A VIERNES			SALIDA DE VIERNES A MARTES			SALIDA DE MARTES A MARTES o DE VIERNES A VIERNES		
<b>RUTA AÉREA</b>	<b>4 DÍAS – 3 NOCHES BONO USD 40,00 PARA EL COUNTER POR PAX</b>			<b>5 DÍAS – 4 NOCHES BONO USD 40,00 PARA EL COUNTER POR PAX</b>			<b>8 DÍAS – 7 NOCHES BONO USD 40,00 PARA EL COUNTER POR PAX</b>		
	ADULTOS	NIÑOS	TER. EDAD	ADULTOS	NIÑOS	TER. EDAD	ADULTOS	NIÑOS	TER. EDAD
<b>GYE (NAC)</b>	USD 829,00	USD 749,00	USD 769,00	USD 899,00	USD 829,00	USD 849,00	USD 1299,00	USD 1229,00	USD 1249,00
<b>UIO (NAC)</b>	USD 889,00	USD 789,00	USD 809,00	USD 969,00	USD 869,00	USD 889,00	USD 1369,00	USD 1269,00	USD 1289,00
<b>GYE (EXT)</b>	USD 1084,00	USD 944,00	0	USD 1164,00	USD 1024,00	0	USD 1564,00	USD 1424,00	0
<b>UIO (EXT)</b>	USD 1134,00	USD 984,00	0	USD 1214,00	USD 1064,00	0	USD 1614,00	USD 1464,00	0
	<b>SUPLEMENTO EN HABITACIÓN SENCILLA 4 DÍAS/ 3 NOCHES \$ 90,00 NETOS + IVA</b>			<b>SUPLEMENTO EN HABITACIÓN SENCILLA 5 DÍAS/ 4 NOCHES \$120,00 NETOS + IVA</b>			<b>SUPLEMENTO EN HABITACIÓN SENCILLA 8 DÍAS/ 7 NOCHES \$ 210 NETO S + IVA</b>		

● **PAQUETE INCLUYE:**

- TICKET AÉREO
- TRASLADOS ATO – HOTEL – ATO
- TRASLADOS INTER ISLAS
- ALOJAMIENTO ARENA BLANCA ECO HOTEL / SAN CRISTOBAL / primera categoría
- ALOJAMIENTO HOSTERIA PIEDRAS BLANCAS /SANTA CRUZ / turista superior
- ALOJAMIENTO ISABELA (programa 8D-7N)
- ALIMENTACIÓN COMPLETA
- COCTEL DE BIENVENIDA Arena Blanca Eco Hotel
- TRANSPORTE A LOS SITIOS DE VISITA DE ACUERDO AL ITINERARIO MENCIONADO

**NO INCLUYE:**

- ENTRADA AL PARQUE NACIONAL GALAPAGOS (\$ 6 ADT NAC, \$3 CHD NAC, \$100 EXT, \$50 PACTO ANDINO)
- TARJETA DE TURISMO (\$ 20 POR PAX )
- ENTRADA A ISABELA ( \$ 2 ADT NAC - \$ 5 ADT EXTRANJERO)
- PROPINAS
- BEBIDAS ADICIONALES
- LO NO ESPECIFICADO EN EL PROGRAMA



## Anexo 10 Políticas de reservas y pago

### POLÍTICAS DE RESERVACIONES

Las reservaciones que realicen a Islas de Fuego se las debe hacer por escrito en todos los caso, sea a través de e-mail o vía fax, para poder tener un respaldo por escrito.

La reservación se realiza con **el 30% del total de la reserva**, el mismo que **no será reembolsable en caso de no viajar o cancelar su reserva**.

Si la Agencia o pasajero comprador hubiese dado un valor extra al 30%, este valor si es reembolsable, **en las tarifas normales**, no en las promocionales.

\* Los pasajeros podrán hacer un cambio de fecha:

Sin penalidad hasta 45 días antes de la fecha de viaje establecida (**excepto en las salidas de feriado**), caso contrario tiene una penalidad de \$100 dólares por pasajero, en el land tour, valor que será cobrado antes del viaje o si faltara el pago en el pago total. También deberá cancelar la penalidad de la aerolínea y cambio de tarifa debido a la nueva fecha si amerita.

Si el pasajero no viaja por llegar atrasado al vuelo es responsabilidad del pasajero ya que el Operador siempre notifica presentarse 02 horas antes en el aeropuerto para su vuelo.

Si no se presentará el día del viaje por cualquier circunstancia, **las tarifas promocionales no están sujetas a ningún tipo de devolución.**, como está claramente especificado en el voucher de servicios que se entrega al pasajero.

## **POLÍTICAS DE PAGO**

La reservación se realiza con un 30% del pago total de la reservación y 20 días de la fecha de viaje debe estar cancelada en su totalidad.

Los tickets aéreos serán entregados cuando se haya realizado el pago total de la reservación y hayan sido entregados todos los documentos.

Los pagos con tarjeta se recibirán con el recargo respectivo, con los datos bien llenos y en buen estado el voucher.

**Atentamente**

**La Gerencia**