



**UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DEL ECUADOR**

**FACULTAD DE TURISMO Y PRESERVACIÓN AMBIENTAL**

**HOTELERIA Y GASTRONOMÍA**

**“PLAN DE MARKETING TURÍSTICO PARA EL CANTÓN  
ISABELA, PROVINCIA DE GALÁPAGOS, ECUADOR”**

**TRABAJO PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERO EN  
EMPRESAS TURÍSTICAS Y ÁREAS NATURALES**

**CRISTHIAN ANDRES VILEMA FREIRE**

**DIRECTOR: ING. DANIELA CEVALLOS**

**JULIO DEL 2011**

## **DEDICATORIA**

La presente tesis se la dedico a mi familia que gracias a sus consejos y palabras de aliento crecí como persona. A mis padres Ángel y Beatriz que nunca perdieron la fe en mi y siempre me apoyaron con su conocimiento y su infinito amor, que son pilar fundamental de mi vida, convirtiéndome en una mejor persona, la inspiración y entrega para todo lo que siempre deseo emprender y culminaron con éxito lo propuesto, para que se sientan orgullosos de mi y de alguna manera retribuir todo el esfuerzo que ellos han entregado a lo largo de mi vida. Que este proyecto sea la realización de toda una vida, que sirva de constancia de que sin ellos, su apoyo incondicional nada de esto se hubiese podido cristalizar.

## **AGRADECIMIENTO**

Agradezco, en primer lugar, a Dios todo poderoso, creador del universo, y único dueño de mi vida que me permite crear otros mundos mentales donde puedo expresar mis más profundos sentimientos.

A mis padres, por brindarme el apoyo incondicional, durante todo el proceso de aprendizaje, que con sabiduría y gran paciencia nunca dudaron de mi capacidad, gracias por todo su esfuerzo no solo en el aspecto económico sino en lo afectivo, que han sido fortaleza y pilar fundamental para que pueda culminar todas mis metas.

Agradezco a mis hermanos, por todos sus consejos y experiencias que me permitieron soñar y crecer un poco más en este largo camino que tengo por recorrer, que lo que me proponga lo puedo lograr y solo depende de mí.

Mi gratitud y reconocimiento a todos los directivos, docentes y personal de la Universidad Internacional del Ecuador por su apoyo, soporte institucional, asesoría, dirección y colaboración para la realización de esta investigación.

A mis amigos y compañeros de aula por las experiencias inolvidables vividas en las horas de aula compartidas que siempre quedaran grabadas en mi mente por el resto de mi vida, a discusiones y preguntas que me han hecho crecer en conocimiento para mi bien.

Un agradecimiento muy especial a mi Directora del proyecto de investigación Ingeniera Gabriela Cevallos, que con su sabiduría, vocación y paciencia supo guiarme en este proceso.

Finalmente a todas aquellas personas que de una u otra forma, colaboraron o participaron en la realización de esta investigación, hago extensivo mi más sincero agradecimiento.

## **RESUMEN EJECUTIVO**

Isabela, Puerto Villamil, cantón joven pero de antiquísima historia, se proyecta hacia el futuro como una de las áreas naturales más representativas de la provincia de Galápagos, gracias a su riqueza biológica en su superficie territorial, cuenta con el 60% de toda la flora y fauna del Parque nacional Galápagos.

Es la isla más grande del archipiélago con más de 4500 kilómetros cuadrados. El nombre de Isabela se debe a la Reina Isabel de Castilla, la cual propició y financió el viaje de Cristóbal Colón. En esta isla encontramos el volcán Wolf, a más de 1700 metros de altura. Es una isla en la que se pueden contemplar diversas especies. Iguanas marinas, pingüinos, pelícanos, tortugas, cormoranes, cangrejos rojos, palomas, galápagos, pinzones... son algunas de las especies que podemos ver en esta isla.

La densidad poblacional es baja en relación a los otros dos cantones de la provincia si se toma en cuenta el área destinada a parque nacional donde no se autorizan asentamientos poblacionales. El archipiélago tiene una alta tasa de crecimiento demográfico, si bien la población está concentrada en las islas San Cristóbal y Santa Cruz. En clasificación por edades, la mayoría de los habitantes se agrupa en las edades de 10 a 30 años. La población está concentrada en los puertos, lo cual se debe al crecimiento del turismo, aumento de empleo del sector servicios. Esto ocurre en desmedro del sector agrícola que se encuentra en situación de estancamiento y aún de retroceso. Puerto Ayora, en la isla Santa Cruz podría denominarse "la capital económica" de Galápagos.

Ha sido aceptada la teoría que afirma que la formación del archipiélago se debe a erupciones volcánicas. Las islas no son más que las cimas de volcanes basálticos que se elevan aproximadamente a 1.5 kms. De la plataforma del mar. Estas islas pueden haberse formado hace 5 o más millones de años. Sobre las islas se observa una cantidad de conos volcánicos. En estos lugares la actividad volcánica es constante.

En 2001, se convierte en municipio descentralizado, al haberse firmado el Convenio de Transferencia de Competencias, entre el estado Ecuatoriano y la Municipalidad, cuyo objeto fue trasladar desde el Ministerio de Turismo hacia el Municipio las atribuciones de planificar, fomentar, incentivar y facilitar la organización, funcionamiento y competitividad de la actividad turística cantonal y de los establecimientos que prestan servicios en actividades turísticas.

Siendo el turismo vital para el crecimiento económico del cantón, que sustancia su valor no solamente contribuyendo a la economía si no a la plena calidad de vida a través de un aprovechamiento racional de sus recursos turísticos. Por esta razón se constituye en una importante herramienta de trabajo para lograr el Desarrollo Sustentable y Sostenible de la actividad. Sustentable en la medida de que este desarrollo sea socialmente justo, económicamente rentable, y ambientalmente favorable; y Sostenible, en el sentido de que las instituciones encargadas de regular, normar y ejecutar las actividades, estén fortalecidas, trabajen juntas, coordinen sus acciones y garanticen eficacia y eficiencia en su labor, para consolidar la posición de Puerto Villamil, Isabela, como importante cantón eco turístico de la provincia de Galápagos , sabiendo aprovechar las oportunidades y abriendo nuevas perspectivas a nivel nacional e internacional.

# ÍNDICE

## INTRODUCCIÓN

<b>CAPÍTULO I.....</b>	<b>1</b>
<b>1. INFORMACION GENERAL.....</b>	<b>1</b>
1.1 Antecedentes.....	1
1.2 Datos Generales del Cantón Isabela.....	3
1.2.1 Descripción Cantonal.....	6
1.2.2 División Política.....	6
1.2.3 Organización Institucional.....	7
1.3 Reseña Histórica.....	9
1.4 Aspectos Naturales.....	10
1.4.1 Clima Insular.....	10
1.4.2 Clima Isabela.....	11
1.4.3 Zonas de Vida.....	12
1.4.4 Biodiversidad.....	13
1.5 Recursos Naturales y su forma de explotación.....	15
1.5.1 Uso del Suelo: ordenamiento territorial de las Áreas de influencia.....	15
1.5.2 Zonificación y uso del área del parque Nacional Galápagos.....	15
1.5.3 Diversidad de especies terrestres.....	16
1.5.4 Flora Regional.....	17
1.6 Ambiente Social y Económico.....	20
1.7 Dinámica Poblacional.....	20
1.7.1 Servicios Básicos.....	20
1.7.2 Saneamiento.....	21

1.7.3 Eliminación de Basura.....	22
1.7.4 Abastecimiento permanente de Agua.....	22
1.7.5 Tenencia de Vivienda.....	24
1.7.6 Electricidad.....	25
1.7.7 Teléfono.....	25
1.8 Facilidades Turísticas.....	25
1.9 Infraestructura y Transporte.....	27
1.10 Principales actividades económicos del Sector.....	27
1.11 Densidad Poblacional.....	29
1.12 Educación.....	29
<b>CAPÍTULO II.....</b>	<b>31</b>
<b>2. DIAGNÓSTICO SITUACIONAL.....</b>	<b>31</b>
2.1. Análisis Interno.....	31
2.1.1. Líneas del Acción del Municipio.....	33
2.1.2. Área de Recursos Humanos.....	34
2.1.3. Industria Turística.....	37
2.1.3.1. Antecedentes Históricos.....	37
2.1.3.2. Industria Eco turística en Galápagos.....	38
2.1.4. Productos Turísticos del Canto Isabela.....	39
2.1.4.1. Inventario de Atractivos Turísticos.....	40
2.1.4.2. Reseña de los Principales Atractivos Turísticos del Cantón Isabela.....	42
2.1.5. Datos de Núcleo Poblacional.....	54
2.1.6. Listado de los Prestadores de Servicios.....	56
2.1.7. Área de Marketing.....	59

2.1.8. Área Financiera.....	59
2.1.9. Análisis de Mercado Actual.....	60
2.1.10. Ventajas Competitivas.....	61
<b>CAPÍTULO III.....</b>	<b>62</b>
<b>3. ESTUDIO DE MERCADO.....</b>	<b>62</b>
3.1. Análisis Externo.....	62
3.1.1. Micro ambiente.....	62
3.1.1.1. Tamaño de Muestra.....	62
3.1.1.2. Entrevistas y encuestas.....	69
3.1.1.3. Informe de la entrevista al señor Alcalde Bolívar Tupiza.....	74
3.1.1.4. Tabulación e interpretación de datos obtenidos de clientes.....	79
3.1.1.4.1. Segmentación de Mercado.....	97
3.1.1.4.1.1. Estimación de la Demanda y Oferta Turística.....	100
3.1.1.4.1.1.1. Demanda Histórica Actual y Futura.....	100
3.1.1.4.1.1.2. Oferta Histórica, Actual y Futura.....	102
3.1.1.4.1.1.3. Balance Oferta y Demanda.....	105
3.1.1.4.2. Competencia.....	105
3.1.1.4.2.1. Competencia Directa.....	105
3.1.1.4.2.1.1. Cantón Santa Cruz.....	106
3.1.1.4.2.2. Matriz de perfil competitivo.....	112
3.1.1.4.3. Prestadores de Servicios.....	113
3.1.1.4.3.1. Matrices de Evaluación de los prestadores de Servicios.....	120
3.1.1.4.4. Intermediarios.....	123
3.1.2. Macro ambiente.....	125

3.1.2.1.	Factores Demográficos.....	125
3.1.2.2.	Factores Sociales.....	127
3.1.2.3.	Factores Naturales.....	128
3.1.2.4.	Factores Económicos.....	131
3.1.2.5.	Factores Tecnológicos.....	135
3.1.2.6.	Factores Culturales.....	135
 <b>CAPÍTULO IV.....</b>		<b>138</b>
<b>4.</b>	<b>FACTORES POLÍTICOS.....</b>	<b>138</b>
4.1.	Situación política actual.....	138
4.2.	Situación de gobernanza turística.....	139
4.2.1.	Ministerio de Turismo del Ecuador.....	139
4.2.1.1.	Marco jurídico legal.....	140
4.2.1.2.	Plan de Tour 2020.....	141
4.2.1.3.	Cuenta Satélite de Turismo.....	142
4.3.	Ley de Turismo del Ecuador.....	144
4.4.	Políticas de Estado.....	146
4.5.	El Turismo y su incidencia ambiental.....	147
4.6.	El Turismo y su incidencia social.....	150
4.6.1.	Promoción turística.....	150
4.7.	Problemas Políticos que afectan al Turismo ecuatoriano.....	151

<b>CAPÍTULO V.....</b>	<b>153</b>
<b>5. SINTESIS DEL ANÁLISIS SITUACIONAL DEL CANTÓN ISABELA....</b>	<b>153</b>
5.1. Análisis FODA del Cantón Isabela.....	153
5.1.1. Análisis de las Fortalezas.....	153
5.1.2. Análisis de las Oportunidades.....	155
5.1.3. Análisis de las Debilidades.....	156
5.1.4. Análisis de las Amenazas.....	158
5.2. Matrices de Evaluación (EFE), (EFI).....	160
5.2.1. Matrices de Evaluación de Factores Externos (EFE).....	160
5.2.2. Matrices de Evaluación de Factores Internos (EFI).....	164
<b>CAPÍTULO VI.....</b>	<b>168</b>
<b>6. PROPUESTA MERCADOLÓGICA.....</b>	<b>168</b>
6.1. Propuesta Estratégica.....	168
6.2. Objetivos de Marketing.....	171
6.2.1. Objetivo General.....	171
6.2.2. Objetivos Específicos.....	171
6.3. Estrategias de Posicionamiento.....	172
6.4. Estrategias de Mix de Marketing.....	173
6.4.1. Estrategia de Producto.....	173
6.4.1.1. Creación de una imagen para el cantón Isabela.....	173
6.4.1.2. Fortalecimiento del Producto Estrella.....	178
6.4.1.3. Portafolio de Productos del Cantón Isabela.....	179

6.4.1.4. Planes de Acción del Cantón Isabela.....	183
6.4.1.4.1. Rehabilitación de Pesca Artesanal y Vivencial.....	183
6.4.1.4.2. Mantenimiento y Limpieza Permanente de los Sitios Turísticos.....	183
6.4.1.4.3. Ordenamiento y Regularización de las actividades turísticas.....	184
6.4.1.4.4. Movilización y calidad de los transportes.....	185
6.4.1.4.5. Nivel de calidad de la prestación de servicios turísticos.....	186
6.4.1.4.6. Seguridad de turistas y del sector.....	186
6.4.1.4.7. Conciencia Ciudadana favorable al turismo.....	187
6.4.1.4.8. Actualización del Inventario turístico.....	187
6.4.1.5. Señalización turística.....	188
6.4.1.6. Sistema de Inteligencia de Mercados.....	193
6.4.2. Estrategias de Distribución.....	194
6.4.3. Estrategias de Precios.....	195
6.4.4. Estrategias de Promoción.....	195
6.4.4.1. Plan de Medios.....	199
<b>CAPÍTULO VII.....</b>	<b>205</b>
<b>7. PRESUPUESTO DE MEDIOS.....</b>	<b>205</b>
7.1. Presupuesto de Medios Anual.....	205

<b>CAPÍTULO VIII.....</b>	<b>212</b>
<b>8. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....</b>	<b>212</b>
8.1. Conclusiones.....	212
8.2. Recomendaciones.....	214
<b>BIBLIOGRAFÍA.....</b>	<b>216</b>
<b>ANEXOS.....</b>	<b>218</b>
<b>PÁGINAS WEB.....</b>	<b>222</b>

## INTRODUCCIÓN

En la actualidad frecuentemente solemos pensar, que comercializar la oferta turística significa promoverlo, sin que esta sea direccionada a través de los lineamientos básicos de un plan de marketing, con objetivos claros, estrategia definida y una adecuada integración y coordinación entre las instituciones actoras de diferentes sectores estratégicos como lo son los privados, gubernamentales, sociales, ambientales y académicos, a efecto de sentar las bases para transformar el esquema de desarrollo del sector y permitir el tránsito hacia la sostenibilidad y sustentabilidad de la actividad turística.

El desarrollo de este proyecto está ubicado en la isla Isabela, Puerto Villamil, el cual tiene uno de los potenciales turísticos más óptimos de entre todos los cantones de la provincia de Galápagos. Debido a su ubicación, infraestructura, áreas de visita y atractivos turísticos. El plan de Marketing permitirá desarrollar una integración regional y consolidar al destino Galápagos como uno de los representantes de la Marca País.

La estructura del plan de marketing de destino, se lo definirá en torno a los atractivos y competitividad del destino turístico, los destinos poseen ventajas comparativas las cuales les permiten, tener la capacidad de satisfacer las motivaciones de viaje, la percepción que el turista tenga en cada uno de los destinos, por lo tanto es preciso diseñar y manejar una estrategia de imagen para los mercados hacia los cuales se enfoquen los esfuerzos de marketing con una tendencia a la promoción y comercialización de la oferta turística.

La influencia de la percepción del destino está dada bajo dos factores básicos denominados: factores de estímulo y factores de carácter personal, a partir de la necesidad, deseo o expectativas del cliente que forman parte de la condición humana.

La tarea del marketing consiste en diseñar una combinación entre calidad y servicio eficiente, permitiendo crear un valor real a los clientes objetivo que motive a su compra y satisfaga las verdaderas necesidades de los turistas. Dando lugar a diferentes tipos de turismo. Isabela - (Puerto Villamil), cantón e isla más extensa y representativa de la provincia de Galápagos, con una superficie de 4.588 km<sup>2</sup>, caracterizado por poseer el 60 % de flora y fauna endémica de todo el archipiélago. Permite realizar diferentes tipos de turismo como: sol y playa, ecoturismo, observación de aves, observación de fauna marina, turismo deportivo, gran aventura, turismo cultural, turismo rural y por supuesto cruceros. Que junto a la infraestructura y sus facilidades instaladas permite receptor el mayor número de turistas.

“Para mantener un alto nivel de competitividad, debe desarrollarse programas tendientes a mejorar continuamente el producto turístico actual, así como también la calidad de los servicios turísticos, tales como:

- a) La mejora constante de la infraestructura y lo servicios públicos del lugar.
- b) Evitar el deterioro del ambiente.
- c) La conservación de las facilidades y el equipamiento turístico.
- d) El desarrollo de nuevos atractivos y formas de atracción turísticas en el lugar”.<sup>1</sup>

Así como también se debe mantener un alto nivel de capacidad gerencial en materia de marketing turístico de un destino, ya que cada vez se exige personas más capacitadas y preparadas. La cultura de los servicios se fundamenta en la satisfacción y atención al cliente. La cultura de los servicios tiene que empezar en la alta dirección y fluir hacia abajo. Debe comprenderse que el Marketing Turístico es una especialidad del marketing de servicios.

Es por eso que se debe establecer un plan de marketing para el Cantón Isabela, para estar en la capacidad de resolver problemas que están presentes en el lugar, relacionados a la actividad turística.

En estos últimos periodos la Alcaldía y la cámara de turismo se ha centrado también en promocionar los atractivos y servicios turísticos, y mantener vigentes estrategias de conservación de los recursos turísticos del cantón, El éxito del despliegue turístico que está teniendo Isabela, es producto de la decidida participación ciudadana, iniciando cada año con la elaboración del Calendario Turístico.

Este proyecto de plan será una guía para poder contar con establecimientos, entidades e individuos que brinden un servicio y atención de primera calidad, mediante una visión, misión y valores corporativos como son la ética, eficiencia y satisfacción; Importantes para mejorar la condición actual de la Isla, teniendo un enfoque de Marketing orientado hacia el turista, la competencia, el mercado turístico y su entorno, para tener éxito en la gestión del destino.

El enfoque del Plan de Marketing está destinado a satisfacer las necesidades y deseos de todos los turistas que ingresen al lugar como primer objetivo, adicionalmente gracias a la infraestructura y servicios que Isabela ofrece, se comercializaran, para ser explotados en el mercado nacional e internacional, a través de las acciones o estrategias que se expondrán a través del Plan de Marketing para el Cantón Isabela como un potencial destino turístico no solo a nivel regional o nacional sino que también a nivel internacional.

<sup>1</sup>ACERENZA, Miguel Ángel, *Marketing de Destinos Turísticos*. Trillas. 2004

## **TEMA**

IMPLEMENTACION DE UN PLAN DE MARKETING TURISTICO PARA EL CANTON ISABELA, PROVINCIA DE GALAPAGOS, ECUADOR

## **PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

La promoción turística del cantón ha sido olvidada por diferentes gobiernos seccionales, sumida en un retardo local, mientras la provincia ganaba renombre, y distintos atractivos generaban importancia en el mercado turístico.

El efecto que provocaría una difusión y promoción turística adecuada en el desconocimiento de los destinos turísticos de algunos cantones de la Provincia de Galápagos, como Puerto Villamil, permitiría obtener una equitativa distribución de turistas, que realicen actividades de turismo con base local en cada población de la Provincia.

La escasez de líderes de turismo, quienes, ven a los tiempos de crisis como oportunidades para reestructurar y afinar su objetivo de promoción, con la gestión y manejo turístico de los destinos, han provocado efectos de crisis en la comunidad como la carencia de cultura turística, alterando los sectores turísticos estatales y privados, que han generado que la comunicación no sea honesta ni transparente; el mal uso de tecnología informática para el fomento de una participación más equitativa y la discriminación y despreocupación por no generar una promoción homogénea para el bien común.

Los problemas sociales más relevantes en la comunidad Isabeleña que no permiten el desarrollo de los aspectos más esenciales para el buen vivir y por ende una apropiada atención del turista en las diferentes áreas de servicio como lo son: alojamiento, alimentación, transporte, salud, servicios básicos, seguridad e información.

## **OBJETIVOS**

### **OBJETIVO GENERAL**

Elaborar un plan de Marketing turístico para lograr posicionar al Cantón Isabela, Puerto Villamil, como destino turístico preferencial de la provincia de Galápagos y único en el mercado nacional e internacional.

## **OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

- Realizar una investigación de mercado que permita identificar y cuantificar la demanda, clientes, competencia y proveedores del servicio turístico.
- Elaborar un diagnóstico situacional interno y externo del micro y macro ambiente del Cantón Isabela.
- Determinar los segmentos de mercado más importantes a los cuales se va a dirigir el producto turístico del Cantón Isabela.
- Diseñar e implementar una propuesta mercadológica que incluya estrategias para cada una de las variables del Mix de marketing.
- Cuantificar el presupuesto para el plan de medios del Cantón Isabela.

## **JUSTIFICACIÓN E IMPORTANCIA**

Isabela uno de los cantones más representativos de las islas Galápagos por su amplia variedad en flora y fauna endémica, así como una riqueza cultural provocada por sus distintas facetas de transición históricas como la Antigua colonia penal, con una población de 4.500 habitantes, es considerado un nuevo eje turístico de la provincia, de capacidades innatas para poder ejercer gran valor adquisitivo en el ecoturismo de la provincia de Galápagos.

Isabela durante todo el año es visitada por turistas extranjeros y nacionales, ya que posee inigualables riquezas naturales endémicas, así como también características únicas como el clima que permite realizar diferentes tipos de turismo, además cuenta con un aire de tranquilidad y paz, que les permite descansar y disfrutar gracias a la comodidad que brindan los servicios turísticos, y su gente amable y grata.

Pero la falta de aprovechamiento de los recursos turísticos los cuales cuenta el cantón, son motivo de una propuesta de marketing, el mismo que tiene como finalidad lograr la comercialización adecuada de la oferta turística.

Debido a que la provincia de Galápagos se promociona en conjunto, este plan no solo fomentara el aumento de demanda a nivel local si no también lograra consolidar al turismo insular así como también al mercado interno y externo.

Este plan de marketing tiene por objeto apoyar el fortalecimiento de los sectores motores de la economía, dentro de un marco de desarrollo conjunto y equitativo de forma sustentable, a fin de alcanzar beneficios económicos, sociales y naturales; Fomentar la equidad social, la sustentabilidad natural y rentabilidad de la inversión pública, privada, con el objeto de satisfacer necesidades, para lograr fortalecer y garantizar las oportunidades de desarrollo en el futuro.

Posicionar en el mercado turístico al Cantón Isabela dependerá del grado de compromiso de los actores, de los objetivos de la promoción y la magnitud de las actividades que se proyecten. Principalmente la, la difusión de la actividad turística local puede alcanzar el espacio provincial, nacional e incluso el internacional si se quiere convertir un destino turístico de primer orden, ampliamente conocido y especializado en la producción turística. Se tiene en mente que el destino se especialice en la actividad turística, y que realice investigación, innovación y desarrollo permanente de productos turísticos para atraer a los segmentos más cualificados de la demanda.

En este sentido, se debe hacer la siguiente reflexión, plantear el máximo nivel de proyección, también se necesitara un compromiso de la comunidad con el turismo, sostenibilidad de los recursos, gestión diligente, y relación de costos beneficios apropiada.

## **MARCO TEÓRICO**

El presente plan de marketing tiene como objetivo promocionar la oferta turística del cantón Isabela - (Puerto Villamil), mediante programas de actuaciones de comercialización, venta y comunicación, dirigidas tanto al público profesional, como al turista potencial o consumidor, que tengan una acción directa con los clientes, intermediarios, prestadores de servicios y competencia, para lo cual se debe entender lo siguiente:

La determinación de que un producto de cara al éxito depende netamente de una buena interpretación del marketing. Este documento marca la diferencia en base a objetivos fijados y metas precisas entorno a un esquema ordenado y completo de las actividades que deben intervenir y el orden en que deben ejecutarse; así mismo allí se establecen las normas y procedimientos para la distribución de los recursos, el plazo para el desarrollo de las acciones y la asignación de responsabilidades para su correcta ejecución.

El plan de Marketing del destino sugerido es un documento en el cual se especifican las decisiones adoptadas en relación con los mercados, y con los servicios y productos que el destino puede ofrecer en los mercados ofertados.

El plan de Marketing se ha convertido en un instrumento esencial capaz de poder integrar y desarrollar esfuerzos destinados a la promoción y comercialización de la oferta turística de un destino.

El mismo que recoge, decisiones encauzadas para las acciones previstas con la finalidad de promover y comercializar la oferta turística de un lugar en determinado, para su análisis, presentación de caso y posterior sanción por parte del organismo rector de turismo competente en el área y obviamente haciendo participes activas a las prestadoras de servicios turísticas involucradas a través de un comité, ya que estas últimas son los responsables de su ejecución.

La ventaja de contar con un documento como el plan de marketing radica principalmente en que podemos contar con la fijación de objetivos y metas reales, lo cual nos permite establecer prioridades de ejecución y optimizar a asignación de los recursos.

Así como también la cooperación inclusiva entre todos aquellos que, de una u otra forma, participan en el proceso de promoción y comercialización de la oferta del lugar, facilita la integración y coordinación de las actividades para el desarrollo de las operaciones en los mercados y permite efectuar el seguimiento y la evaluación de las acciones a seguir.

## **ALCANCE**

La presente investigación, tiene por objeto el estudio que abarcara el área geográfica del Cantón Isabela y sus islotes adyacentes.

Los estudios descriptivos permitirán alcanzar los aspectos más fundamentales (fortalezas y debilidades), para estructurar un plan de marketing del destino, con definiciones de atractividad, pudiendo así iniciar una ventaja competitiva sobre el resto de la provincia.

Los estímulos y factores de carácter personal, a partir de la necesidad o expectativas del cliente permitirán explotar al cantón y sus alrededores, para determinar cuáles son sus necesidades a la hora de pernoctar en el cantón, pudiendo así lograr una visión más amplia del turista para lograr influenciar en las actividades diarias a realizar, consolidando un turismo con base local para promover que las divisas que se generen a través del turismo permanezcan en la población del cantón.

## **HIPÓTESIS**

La implementación de un nuevo plan de marketing turístico permitirá aumentar la demanda en el mercado turístico nacional e internacional, al Cantón Isabela como un producto turístico natural, de sol y playa, convirtiéndose en un referente en la provincia de Galápagos.

## **METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN**

Se realizó el análisis basándose en datos obtenidos del mercado actual del cantón, como potenciales clientes del plan de marketing. El objetivo de esta investigación, cuya virtud más sobresaliente consiste en una investigación descriptiva de los aspectos de la realidad cantonal para, posteriormente, recabar las opiniones y percepciones cualitativas de los actores presentes en el proceso social, económico, cultural, político y turístico de Puerto Villamil, tomando en cuenta la relación que existe entre dos o más variables. La investigación gozará de aspectos puntuales para poder determinar los sectores sociales más vulnerables, trabajar en función de ello y desarrollar alternativas de generación de empleo sustentable y sostenible para la población en relación mutua con el medio ambiente.

Para la elaboración del plan de marketing se utilizarán los siguientes métodos de investigación.

**Método Deductivo.-** “Sigue un proceso sintético analítico, es decir se presenta conceptos definiciones, leyes o normas generales de las cuales se extraen conclusiones o consecuencias en las que se aplican; o se examinan casos particulares sobre la base de las afirmaciones generales presentadas.

Permite analizar y evaluar la situación concreta en la cual se encuentra el objeto de estudio, a través de las realidades políticas, sociales, económicas y ambientales.

**Método Inductivo.-** Es el razonamiento que se parte de casos particulares con el propósito de llegar a una conclusión general.

Permite ver que los resultados obtenidos sean la base teórica sobre la cual se fundamenta, las observaciones, descripciones y explicaciones posteriores de realidades, para establecer leyes generales de conocimiento empírico.

**Método de Análisis.-** Consiste en un proceso de conocimiento por la identificación de cada una de las partes que caracterizan una realidad; de esta manera se podrá establecer las relaciones causa-efecto entre los elementos que componen su objetivo de investigación”.<sup>2</sup>

<sup>2</sup>MÉNDEZ, Carlos, *Metodología diseño y desarrollo del Proceso de Investigación*. Tercera Edición. McGraw Hill. 2001

Permite conocer la realidad del objeto de estudio, por medio del análisis se irá argumentando el conocimiento de la realidad, iniciando con los elementos más simples y fáciles para que gradualmente el conocimiento sea más complejo, a través de cada una de las partes que caracterizan a una realidad.

Para la elaboración del Plan de Marketing se utilizaran las siguientes fuentes de información:

**Fuentes Primarias.-** “Nacen de la necesidad de recopilar información oral o escrita, en forma directa por el investigador a través de los relatos escritos transmitidos por los participantes en un suceso o acontecimiento. Toda esta información debe ser recopilada en el área de acción para lo cual se visitara el lugar, donde se tendrá contacto con los clientes, proveedores y otros actores involucrados.

**Ejemplos:**

- Observación
- Encuestas
- Cuestionarios
- Entrevistas
- Sondeos

**Fuentes Secundarias.-** Conforman toda la información escrita que ha sido recopilada y transcrita por personas que han recibido dicha información, a través de otras fuentes escritas o por un participante en un suceso o acontecimiento”.<sup>3</sup>

**Ejemplos:**

- Libros
- Periódicos
- Revistas
- Enciclopedias
- Diccionarios
- Anuarios
- Videos
- Internet

<sup>3</sup>MÉNDEZ, Carlos, *Metodología Diseño y desarrollo del Proceso de Investigación*. Tercera Edición. McGraw Hill. 2001

# CAPÍTULO I

## INFORMACIÓN GENERAL

### 1.1. ANTECEDENTES

El turismo constituye una representativa fuente de ingresos a la economía del Ecuador y una fuente generadora de empleo, por lo que es un factor distribuidor de riqueza y estabilidad societaria. La República del Ecuador, tiene una variedad climática debido a la presencia de la Cordillera de los Andes, se encuentra dividido naturalmente en 4 regiones: tres en el aérea continental que son Costa, Sierra y Oriente, y una especial mente atractiva para el turismo , la región insular que son las Islas Galápagos.



*Mapa de las islas Galápagos*

Las islas Galápagos, también conocidas como el Archipiélago de Colon, son consideradas una de las provincias más importantes a nivel turístico del país. Se encuentran ubicadas a 960 km de distancia del Ecuador continental. Conformada por 13 islas mayores con una superficie mayor de 10 km<sup>2</sup>, 6 islas medianas con un tamaño de entre 1 y 10 km<sup>2</sup> y unas 215 unidades son islotes de tamaño pequeño,

dentro de los cuales se incluyen numerosos promontorios rocosos de pocos metros cuadrados de superficie.

Posee una superficie terrestre total de 788.200 has, de las cuales el 96.7% (761.844 has) constituye Parque Nacional y el 3.3% restante (26356 has) es zona colonizada formada por áreas urbanas y agrícolas en las islas, estas son:

- San Cristóbal
- Santa Cruz
- Isabela
- Santa María (Floreana)

Debido a su cercanía con el Ecuador y en un acto valiente y tenaz, en 1832 el gobierno de la República del Ecuador tomo posesión de las islas y las anexo a su territorio.

Fueron visitadas y utilizadas por diferentes tipos de gente que vinieron por muchas y muy variadas razones. Pero quizás el visitante que mayor influencia tuvo en el futuro de Galápagos fue Charles Darwin, porque las observaciones que realizo es las islas le ayudaron a formular su teoría sobre la evolución de las especies.

Esta teoría atrajo la atención del mundo científico y de esta manera contribuyo a que se protegieran las islas.

Galápagos es una de las 24 provincias en las que se divide políticamente la República del Ecuador. La Provincia de Galápagos es relativamente reciente, ya que fue creada el 18 de Febrero de 1973, con el fin de otorgarle a esta región insular, un notable reconocimiento en cuanto a su valor ecológico, biológico, turístico y estratégico.

Galápagos a pesar de su irregularidad geográfica y al igual que el resto de provincias del Ecuador se encuentra dividida en tres cantones, que corresponden al 3.3 % de territorio permitido para su desarrollo poblacional, estos son:

San Cristóbal con la capital Puerto Vaquerizo Moreno, que también es su capital provincial; Isla de Santa Cruz, con la capital Puerto Ayora; Isabela, con su capital Puerto Villamil y Floreana, con la capital Puerto Velasco Ibarra.

## División Política de la provincia de Galápagos

CANTÓN	ISLAS PRINCIPALES	CAPITAL CANTONAL	SUPERFICIE KM2	%	PARROQUIAS RURALES
San Cristóbal	San Cristóbal Española Genovesa Santa Fe Floreana	Puerto Vaquerizo moreno	848.5	12.8	El Progreso Santa María
Isabela	Isabela Darwin, Wolf Fernandina	Puerto Villamil	5.367.50	80.9	Tomas de Berlanga
Santa Cruz	Marchena Pinta, Pinzón Santiago, Seymour Baltra	Puerto Ayora	415.5	6.3	Bellavista Santa Rosa

*Fuente: INEC 2001; CEPAR, 2000*

La administración y gobernabilidad del Archipiélago descansa sobre el Parque Nacional Galápagos, que en conjunto con el Consejo de Gobierno y una serie de instituciones públicas dependientes del gobierno central, se encargan de las competencias que están definidas por la Ley Especial de Galápagos y otros cuerpos normativos de ámbito nacional o regional.

### 1.2. DATOS GENERALES DEL CANTÓN ISABELA

**ISABELA**, Isla más prominente de todo el archipiélago de las islas Galápagos, ubicada el noreste de la Isla Floreana, siendo atravesada por la línea equinoccial. Cuenta con una extensión de más de 4.588 km<sup>2</sup>, por ende considerado la más extensa de todo el archipiélago, su superficie total corresponde al 60% de la superficie de todas las islas en Galápagos. Al igual que el resto de los cantones de la Provincia de Galápagos, solo un 3.3% de su superficie es permitida para actividades de ganadería, agricultura y actividad poblacional. El nombre de Isabela se debe a la Reina Isabel de Castilla, la cual promulgo y financió el viaje de Cristóbal Colón. Adicionalmente al nombre primario cuenta con otro nombre que es Albemarle, en honor al duque de Albemarle, que visito esta isla. La forma de la isla se debe a la fusión de seis grandes volcanes en una sola masa. En Isabela se

puede disfrutar de increíbles paisajes, una maravillosa y única fauna y flora que son una de las más reconocidas a nivel mundial. Sus características propias han llamado la atención de estudiosos geólogos nacionales y extranjeros que se han preocupado por la franja de seis volcanes activos y más de 2500 conos diseminados a lo largo de la isla.



Su capital cantonal es Puerto Villamil, caracterizada por situarse en las orillas de una bahía muy prominente y que además posee grandes extensiones de playa vírgenes.

De puerto Villamil a 20 kilómetros se halla la población de Santo Tomás (en honor de Berlanga), quien es considerado como el descubridor del archipiélago; cercano a esta parroquia rural se encuentra el famoso Muro de las lágrimas, único remanente de la antigua Colonial Penal que existió en la isla hasta 1959, durante la cual para castigar a los presos se los obligó a construir un muro con enormes bloques de lava que tiene unos 100 m de largo por 7 m de altura, costándoles en muchos casos inclusive hasta la muerte.

*Muro de las lagrimas, construido por reos de la antigua colonia penal*



El cantón Isabela cuenta con una población de 2200 habitantes según el último censo realizado en el año 2010, carece de agua potable, pero cuenta con vertientes subterráneas de agua que terminan en las orillas hacia el lado sur de la isla, de las cuales los lugareños toman el agua para consumo diario.

Su suelo es muy apto para la agricultura, al sur, en los volcanes Sierra Negra y Sierra Azul se encuentran tierras con grandes extensiones de pasto natural del cual se alimenta el ganado caballar y vacuno de la zona. En el Interior de la isla existen seis grandes cráteres volcánicos: Ecuador, Wolf, Darwin, Alcedo, Sierra Negra y Cerro Azul. El cráter Sierra Negra tiene 10 kilómetros de diámetro, siendo el segundo en tamaño en el mundo.

*Isabela, Volcán Sierra Negra*



*Fuente: Parque Nacional Galápagos, Dirección de Turismo, 2006*

“Las corrientes marinas cálidas y frías influyen determinando características de clima subtropical. Hay una época de lluvias fuertes y calor de diciembre a abril y una temporada más fresca de mayo a noviembre, con precipitaciones tipo garúa, de características variables. Las aguas lluvias, por la permeabilidad del suelo, descienden hasta conformar un nivel freático de agua dulce que se halla al nivel del mar, y que se extiende en toda la superficie terrestre de la isla, descargándose al mar, miles de metros cúbicos diariamente”.<sup>4</sup>

<sup>4</sup>VILEMA, Hernán, *Plan de Desarrollo Cantonal, Gobierno Municipal, 2003*

### **1.2.1. DESCRIPCIÓN CANTONAL**

**ISABELA**, “es la isla con mayor zona húmeda de suelos más recientes pero no ofrece posibilidades para prácticas agropecuarias de rendimiento económico; su producción debe orientarse, fundamentalmente, hacia una economía de autoconsumo, cuyas ventajas han sido aprovechadas parcialmente por sus habitantes. Pese a que los suelos no presentan las mejores condiciones para desarrollo agropecuario, parte de la cobertura vegetal original de las zonas húmedas ha sido aprovechado en pastos, cultivos permanentes o de ciclo corto y frutales introducidos por los inmigrantes.

En la Ley de Régimen Municipal está indicado que los Municipios tienen como función primordial el impulso del desarrollo turístico cantonal. Además, luego que el Ministerio de Turismo comprobara el potencial turístico de cada región y la capacidad institucional de los municipios para que asuman responsabilidades, decidió pasar la mayor parte de las competencias turísticas a los respectivos municipios”.<sup>5</sup>

Hay que entender que no todos los municipios descentralizados pueden tratar el turismo de igual manera ya que su impacto es muy variado. Sin embargo, lo que sí pueden procurar los municipios es de sentir políticamente que el turismo es algo propio al que hay que redoblar esfuerzos para ejecutarlo de manera adecuada.

El Gobierno municipal, el Consejo de Gobierno, Parque Nacional Galápagos, Ministerio de Turismo y Medio Ambiente han sido pilar importante al momento de coordinar acciones, que tienen el respaldo de gozar de un aval de altos estándares de calidad y de un compromiso con el mejoramiento ambiental e involucrarse en un turismo sostenible y responsable, en beneficio del progreso cantonal, recalcando la masiva participación de las instituciones públicas, privada, gremios, asociaciones, instituciones educativas y ciudadanía en general.

### **1.2.2. DIVISIÓN POLÍTICA**

El Cantón Isabela es uno de los tres constitutivos de la Provincia de Galápagos, con su capital cantonal Puerto Villamil, la cual constituye un eje central de operación turística, por ser una de las más extensas y poseer recursos turísticos de calidad.

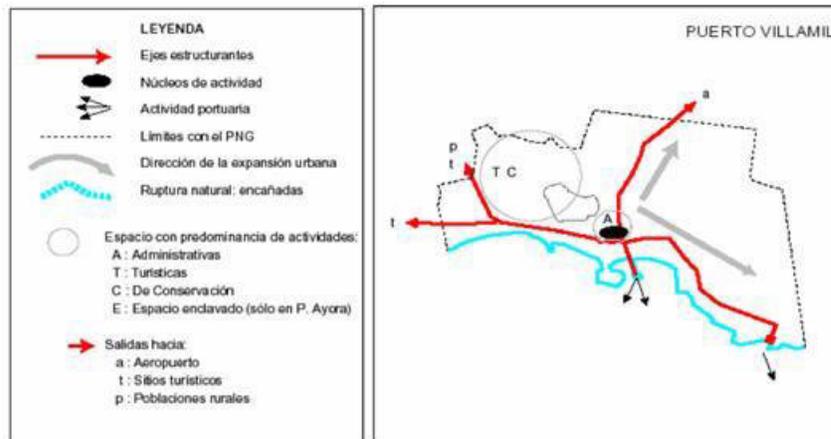
<sup>5</sup> VILEMA, Hernán, *Plan de Desarrollo Cantonal, Gobierno Municipal*, 2003

CANTÓN	PARROQUIAS		
	URBANA	RURAL	ISLAS
Isabela	Puerto Villamil	Tomas Berlanga	de Isabela, Charles Darwin, Teodoro Wolf y sus islotes, Fernandina

Fuente: INEC 2001; CEPAR, 2000

De entre todos los cantones, Isabela es el más grande en extensión, que representa en superficie el 72.46% del Total regional (6.632 km<sup>2</sup>); Consecutivamente en orden de extensión el Cantón Santa cruz posee el 16% de la superficie total, seguida por San Cristóbal con el 11.54% de superficie, dentro de este ultimo cantón existe otra isla poblada que es Floreana considerada parroquia.

La capital cantonal de Isabela, Puerto Villamil, es considerado el eje dinámico del conjunto de todas sus actividades. Como ocurre con todas las otras capitales cantonales de la Provincia de Galápagos.



Fuente: Proyecto de Ordenamiento Territorial de la Provincia de Galápagos. Fundación Natura-INGALA. 2002.

### 1.2.3. ORGANIZACIÓN INSTITUCIONAL

En el Cantón existen cinco grupos diferenciados de entidades:

**a) Dependientes del Gobierno Central:** Se incluyen los siguientes: Parque Nacional Galápagos, dependiente del Ministerio del Ambiente; SESA-SICGAL,

dependiente del Ministerio de Agricultura y su Dirección Provincial; Centro y Subcentro de Salud, dependientes del Ministerio de Salud y su Dirección Provincial; Armada del Ecuador, II Zona Naval y DIGMER; Policía Nacional. La Gobernación, y la Dirección Provincial de Educación, están presentes a través de los servicios que prestan en la Isla, no tienen sede local. El Registro Civil y la Defensa Civil son otras instituciones que tienen incidencia en el Cantón son. No cuentan con cuerpo de bomberos.

**El Consejo de Gobierno**, “dependiente de la Presidencia de la República, constituye el vértice de la pirámide administrativa de la provincia, a la cual se subordina el quehacer de las instituciones de Galápagos; tiene una sede local, con capacidad de administración y con cierto nivel de descentralización.

**b) De Régimen Seccional.** Están presentes en el accionar público de Isabela, los siguientes: el Municipio de Isabela, la Junta Parroquial de Tomás de Berlanga, y el Consejo Provincial de Galápagos. Todas estas instituciones, excepto las Juntas Parroquiales participan de los recursos generados por el impuesto de ingreso al Parque Nacional Galápagos.

Tal como se refiere en el Plan Regional, con excepción del Parque Nacional Galápagos, todas las instituciones manifiestan severas dificultades económicas para su operación y administración básica, operando además sobre la base de las funciones que han sido establecidas a través de normas jurídicas diferentes a la Ley de Régimen Especial de Galápagos y sus competencias asignadas no siempre son totalmente consistentes entre una y otra norma o entre una y otra institución.”<sup>6</sup>

**c) Privadas.** “En la actualidad, existen la Pre Cámara de Turismo, capítulo Isabela que agrupa a una serie de asociaciones productivas vinculadas al turismo; el Centro Agrícola Cantonal de Isabela y organizaciones sociales de base, descritas más adelante.

**d) ONGs.** Principalmente está presente en el Cantón la Fundación Charles Darwin, aún cuando otras organizaciones no gubernamentales tienen una presencia más bien ocasional, como Fundación Natura.

**e) Entidades Internacionales.** “La institución que mayor peso tiene a este nivel en el Cantón, es el Programa Araucaria, de la cooperación española, que mantiene una sede local. Por supuesto, inciden en el Cantón otras entidades, pero desde programas a nivel regional, como Global Environment Fund – GEF, World Wildlife Fundation - WWF, USAID, BID, entre otras. Todos estos programas aportan a la conservación de la región y en particular de Isabela”.<sup>7</sup>

El BID ha hecho un aporte importante en lo que tiene que ver con el fortalecimiento institucional y en servicios básicos.

<sup>6</sup> VILEMA, Hernán, *Plan de Desarrollo Cantonal, Gobierno Municipal Isabela*, 2003

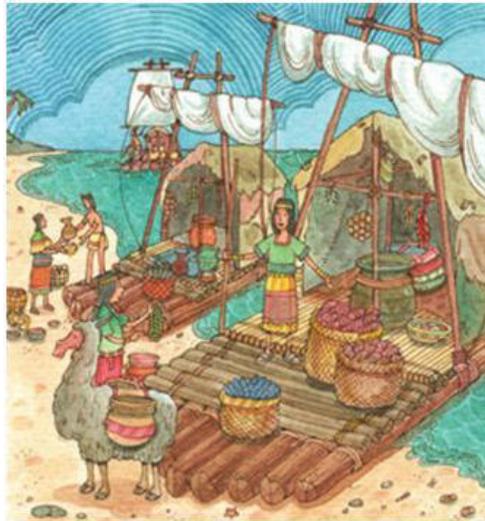
<sup>7</sup> Plan Estratégico del Cantón Isabela, Gobierno Municipal de Isabela, Puerto Villamil, 2003

### 1.3. RESEÑA HISTÓRICA

Aunque no podemos manejar independientemente al cantón Isabela, la historia se entrelaza directamente entre todo el archipiélago por tal motivo los manejamos como un solo elemento.

Los antecedentes de las islas Galápagos de su historia son muy amplias desde el origen de su formación natural, origen de especies, pasando por los inicios de la actividad humana, desde los primeros visitantes precolombinos, el descubrimientos español, los piratas, los balleneros, las colonias penales y las idealistas, los misterios, las pretensiones de las potencias, la Segunda Guerra Mundial, y las nuevas tendencias naturalistas de conservación.

En base a hallazgos recientes de restos de cerámicas, y utensilios precolombinos se ha podido determinar que los primeros pobladores temporales de las islas Galápagos fueron aborígenes de la cultura Manteño - Huancavilca del Ecuador continental, ya que estos por su característica de navegantes pudieron haber desarrollado técnicas de navegación para avanzar a contra corriente largas distancias.



Primer Balsa Manteña que llegó a Galápagos

Como hecho determinante, y a quien se le acredita el descubrimiento del archipiélago de Colón o Galápagos; a Fray Tomás de Berlanga, dominico, de nacionalidad española, zarpó de Panamá el 23 de febrero de 1535, con la misión de informar al rey de España sobre las tierras recién conquistadas a los incas. Cuando este se encontraba frente a las costas de lo que hoy es Colombia, es arrastrado por la corriente fría de Humboldt y accidentalmente tocaron tierra del archipiélago dando lugar al descubrimiento y a la salvación de sus vidas ya que habían agotado todas sus reservas de agua y alimento. Una vez descubierto Galápagos, la corona española exploró el archipiélago. Diversas expediciones permitieron la elaboración de las primeras cartas de navegación y mapas que llevan los nombres originales de las islas en español.

Tiempo después a partir del siglo XVII, el archipiélago se convierte en refugio de piratas y balleneros, que utilizan a las islas como refugio e introducen los primeros animales domésticos. Transcurridos muchos años debido a su gran cantidad de recursos de alimento, se inició la explotación de tortugas gigantes, ballenas y lobos de dos pelos; además se introdujeron animales extraños al ambiente insular.

Para el año de 1832 y siendo el Ecuador una vez libre de el imperialismo Español, toma posesión de el archipiélago y se incorpora al país como territorio nacional, este acontecimiento fue promovido por el entonces Presidente Juan José Flores.

Tres años después en 1835, un científico Ingles reconocido mundialmente, Charles Darwin hace escala en las islas y allí empieza a estudiar los aspectos naturales únicos que se desarrollan en él y determina su teoría de la Evolución: el cambio permanente y evolutivo de las especies y del mundo. Para Charles Darwin, Galápagos solo representaba una escala en su viaje de 5 años por todo el mundo, pero aquí comenzó a formarse una idea coherente de la evolución de las especies.

Para el año de 1946, e inmediatamente después del cierre de la base norteamericana, el Gobierno del Ecuador decide implementar una colonia Penal en la isla Isabela, debido a que es la isla más alejada del continente. Durante los 13 años de su existencia la colonia cobro muchas vidas y era caracterizado por los abusos ejecutados por sus guardianes policías incorruptibles y de mano dura. Después de la revuelta de liberación un grupo abandono el penal y el proyecto se cerró en la isla.

Finalmente uno de los mayores logros del Gobierno del Ecuador fue la creación del Parque Nacional Galápagos en el año de 1959. 3 años después el Gobierno de Ecuador declara a las islas Galápagos, Parque Nacional con la extensión que presenta hoy en día.

## **1.4. ASPECTOS NATURALES**

### **1.4.1. CLIMA INSULAR**

Galápagos posee un clima considero atípico y subtropical, localizado en una zona de transición climática entre la costa occidental de Sudamérica y la zona seca del Océano Pacífico Central. En época de Enero a Mayo hay presencia de lluvias fuertes y calor, y posteriormente un periodo con menos precipitaciones y menor temperatura que va de junio a diciembre.

Las condiciones climáticas se complementan con la presencia de una vegetación de tipo xerofítica y la falta de agua dulce. En el archipiélago pueden determinarse cuatro fajas con características climáticas marcadas, están son:

- **Primera Faja.-** “Corresponde a las playas que se encuentran junto al nivel del mar, se caracteriza por presentar un promedio de temperatura de 21°C a 22°C. El clima de esta faja es completamente seco, debido a la influencia de la corriente fría de Humboldt, con pequeñas lloviznas durante los meses de enero a abril.
- **Segunda Faja.-** Corresponde a los suelos que se extienden desde los límites de la primera faja hasta 200 m. de altura en la parte Sur y 250 m. en la parte Norte. Esta faja tiene una temperatura media de 18°C a 19°C, y es seca como la faja primera, solo caen lloviznas durante los meses de enero a abril.
- **Tercera Faja.-** Se extiende desde los 200 m aproximadamente a los 450 m. de altura. Tiene una temperatura promedio de 16°C a 17°C, con un buen régimen de lluvias. Por esta razón, existe vegetación exuberante en esta faja.
- **Cuarta Faja.-** Corresponde a los suelos que se encuentran sobre los 450 m. de altura. Tiene una temperatura promedio de 11°C a 12°, con un cielo muy frecuentemente cubierto de nubes, que producen lloviznas y pequeños aguaceros”.<sup>8</sup>

“Para este estudio se han tomado como referencia datos de las estaciones meteorológicas de la Estación Charles Darwin localizadas en Puerto Ayora, Isla Santa Cruz, a una altura de 2 m, y a la Estación Climatológica Ordinaria M 221 de Puerto Baquerizo Moreno en la Isla San Cristóbal. Estas dos estaciones se encuentran ubicadas en la bioregión Sureste del archipiélago”.<sup>9</sup>

#### 1.4.2. CLIMA DE ISABELA

Isabela, localizada en la parte occidental del archipiélago, es la isla más grande (4.360 km<sup>2</sup>) y de mayor altitud (1.707msnm) del archipiélago. Una característica interesante de la isla es que se observa un claro contraste entre laderas sur, húmedas en época de frío y laderas norte, húmedas en época caliente, lo cual influye sobre la distribución de las formaciones vegetales.

Indudablemente una de las características más importantes de la zona Sur de Isabela son los humedales y el ecosistema de manglar asociado, derivados de la penetración de agua salada y las descargas de agua dulce.

<sup>8</sup>FCD, PNG & INGALA, 2007. Informe Galápagos 2006 – 2007, Puerto Ayora, Galápagos, Ecuador.

<sup>9</sup>Fundación Charles Darwin para las islas Galápagos y Fondo Mundial para la Naturaleza. 2002. *Visión para la biodiversidad de las islas Galápagos*. R. Bensted-Smith (ed.), FCD, Puerto Ayora, Galápagos.

“Por otro lado, el tamaño de la Isla Isabela es una barrera importante para la corriente de Cromwell (Oeste), a la que se suman la fría de Humboldt (Sur) y la cálida del Niño (Norte), produciendo una diversidad de riqueza marina. Alrededor de Isabela se ha registrado una gran parte de las especies marinas costeras de Galápagos y, debido a sus extensos arrecifes de roca hay particular abundancia de langostas. Adicionalmente, las playas cerca de Villamil (en especial Quinta Playa) son las áreas de anidación más importantes, probablemente en todo el Pacífico Tropical Oriental, de la tortuga verde (*Chelonia mydas*). Al igual que en otras islas, existen extensas colonias de lobos marinos y lobos de dos pelos”.<sup>10</sup>

### 1.4.3. ZONAS DE VIDA

Isabela al igual que el resto del complejo de islas, posee relativamente las mismas formaciones vegetales. En Isabela Sur sus características son la presencia de humedales y el área agrícola.

**Humedales:** “Los alrededores de Puerto Villamil se caracterizan por la presencia de manglares y escasa vegetación; el área costera cuenta con arena blanca, de especial atractivo. Flora: las cuatro especies de mangle (jelí o botón, rojo, blanco, y negro); vegetación herbácea nativa como “cola de escorpión”, “ipomea”, “sesuvium” y el pasto de playa; es también común el manzanillo y el monte salado. Fauna: cangrejos violinistas y fantasma; iguanas marinas, aves migratorias y garzas. “En los humedales: flamencos, chorlito gris, playero enano, el pato de Bahama, la gallareta frentiroja, garza de manglar y los teros reales. La zona intermareal rocosa contiene abundantes pozas de marea con especies características de esta franja. En la parte terrestre: lagartijas, papamoscas, pinzones y el cucuve de Galápagos, entre otras especies.

**Zona árida.** Son extensas planchonadas de lava pahoehoe y “aa”, entre cuyas fisuras crecen los cactus y arbustos bajos adaptados a la sequía. Flora: arbustos en formaciones cerradas o abiertas. Cactáceas: cactus de lava, candelabro y opuntia, el “arrayancillo”, “la chala”, *Lycium minimum* y *Portulaca howelli*. Hacia el interior: palo santo, muyuyo, y pega-pega, entre otras. Fauna: abundante y no exclusiva de esta zona. Ejemplos: pinzones (pinzón arbóreo grande, pinzón arbóreo pequeño, pinzón terrestre pequeño, pinzón terrestre mediano, pinzón terrestre grande, pinzón de cactus) y la atrapamoscas de Galápagos”.<sup>11</sup>

<sup>10</sup>Plan Comprensivo de Ecoturismo para Isabela con Participación Local. 2002

<sup>11</sup>Proyecto de Ordenamiento Territorial de Galápagos. Fundación Natura- INGALA

**Zona de transición:** “Donde converge la zona seca con la húmeda, donde presenta una composición florística arbustiva y herbácea más rica que las otras zonas. Su clima seco / húmedo que determina una flora de tipo xerofítica o con tendencia a seca y áreas con una flora con tendencia a húmeda. Es un ecosistema alterado en su parte superior, con vegetación intervenida. En el límite inferior, están presentes: uña de gato, chala, árboles de palo santo. “A medida que se asciende domina el estrato arbóreo: jaboncillo y niguito, pero con herbáceos como la soguilla, el peralillo y, Tournefortia spp. En esta zona crece la guayaba en forma agresiva. Fauna: cucuve, gavián de Galápagos (también se encuentra en la zona alta), pinzón carpintero, y varias especies de pinzón, pájaro brujo, lechuza negra, lechuza de campanario y garrapatero.

**Zona alta o húmeda.** Su humedad permite el desarrollo florístico más rico. Extensos bosques de guayaba y la presencia de ganado cimarrón han alterado el paisaje natural. Existe un fuerte impacto humano sobre la flora y fauna nativa, donde el Volcán Sierra Negra constituye la mayor atracción escénica. El fondo del cráter tiene abundantes flujos de lava, vegetación xerofítica y fumarolas en varios sitios. Se pueden visitar sus minas de azufre. Volcán Chico en la parte exterior al nordeste es la más impactante y muestra la actividad volcánica reciente, con campos de lava vidriosa resultado de erupciones violentas. La guayaba ha reemplazado a la vegetación nativa. Quedan algunas plantas endémicas: arbusto de Darwin (Darwinothamnus alternifolius) y helecho arbóreo (Cyathea wheatherbyana). Fauna: Muy similar a la zona de transición”.<sup>12</sup>



#### 1.4.4. BIODIVERSIDAD

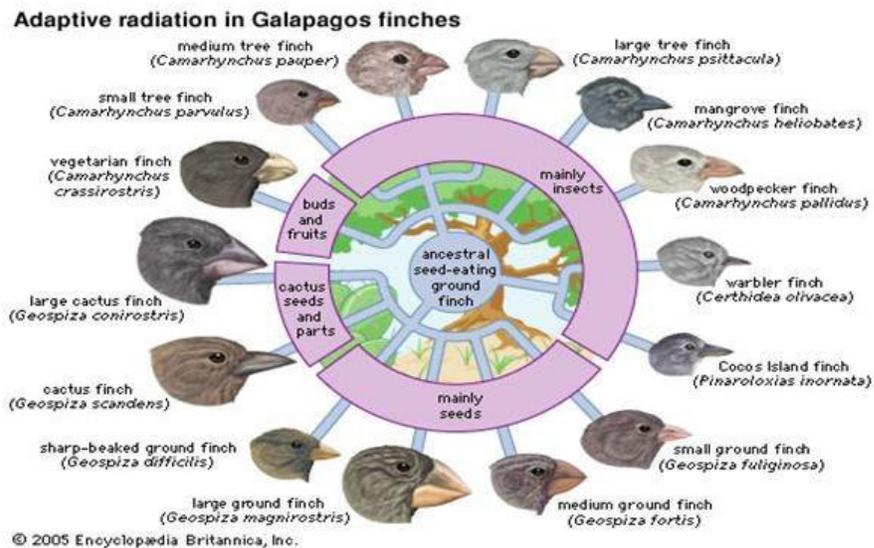
Los volcanes más altos y representativos son Cerro Azul, Sierra Negra, Alcedo, Darwin, Wolf y Ecuador, se asemejan, pero presentan diferentes características en cuanto a tamaño y altitud, grado de meteorización y formación de suelos y estructura.

<sup>12</sup>Proyecto de Ordenamiento Territorial de Galápagos. Fundación Natura-INGALA

Adicionalmente la isla cuenta con 2.000 bocas volcánicas menores de los cuales varios son activos.

En cuanto a la flora y fauna, esta isla se caracteriza por presentar la mayor concentración de especies endémicas en Galápagos (40%). Isabela mantiene en su mayor parte su vegetación y fauna en estado prístino, excepto en la parte Sur, donde debido a la existencia de asentamientos humanos desde hace más de un siglo para el ejercicio de la soberanía, se han generado procesos de urbanización, en la parte baja, y actividades agropecuarias, en la parte alta.

Con respecto a la representatividad de su fauna, los reptiles están particularmente bien representados en esta isla. De las 11 subespecies supervivientes de tortugas gigantes para las islas Galápagos, cinco se encuentran en esta isla y de las cuales dos viven en la parte Sur, alrededor del Volcán Sierra Negra y Cerro Azul. Adicionalmente, el estatus taxonómico de varias poblaciones aisladas aún no está bien definido. Otros representantes del grupo de los reptiles son las iguanas terrestres y marinas, lagartijas de lava, dos de las tres especies de culebras, y una especie de gecko. En cuanto a las aves marinas, de las 19 especies residentes en Galápagos, al menos 12 especies se encuentran en Isabela. En forma similar, de las 29 especies de aves terrestres presentes en el archipiélago, 22 existen en esta isla.



Relación de subespecies con respecto a su evolución por su tipo de ambiente.

## **1.5. RECURSOS NATURALES Y SU FORMA DE EXPLOTACIÓN**

### **1.5.1. USO DEL SUELO: ORDENAMIENTO TERRITORIAL DE LAS ÁREAS DE INFLUENCIA.**

Los suelos en las islas del centro y sur del archipiélago son muy superficiales aunque en la zona húmeda pueden llegar hasta profundidades de tres metros. El pH varía de ligeramente ácido a neutro con proporciones moderadas de nitrógeno, siendo bajos en fósforo y potasio. La isla Floreana tiene los mejores suelos, seguida de San Cristóbal, mientras en Santa Cruz los suelos no soportan un cultivo intensivo a largo plazo.

**ISABELA**, es la isla con mayor zona húmeda de suelos, pero no ofrece posibilidades para prácticas agropecuarias de rendimiento económico. Pese a que los suelos no presentan las mejores condiciones para desarrollo agropecuario, gran parte de la cobertura vegetal original de las zonas húmedas de la parte alta de la isla, ya ha sido de hecho reemplazada por pastos, cultivos permanentes o de ciclo corto y frutales introducidos por los inmigrantes.

El área de influencia de la operación, bioregión sureste del archipiélago, al igual que el resto del archipiélago es parte de dos áreas protegidas: el Parque Nacional Galápagos y la Reserva Marina de Galápagos.

Estas dos áreas protegidas cuentan con la respectiva zonificación, en la cual se categorizan las zonas en base a la representativa de hábitats (eco diversidad), biodiversidad, niveles de conservación, y a los usos que se dan en las mismas. El concepto utilizado para la zonificación terrestre difiere del concepto utilizado para la zonificación marina, pues son obvias las diferencias existentes entre estos ambientes. Sin embargo, se observa cierta compatibilidad en el establecimiento de las Zonas de Protección Absoluta del parque terrestre con las Zonas de Protección de la reserva marina.

### **1.5.2. ZONIFICACIÓN Y USO DEL ÁREA DEL PARQUE NACIONAL GALÁPAGOS**

La zonificación del Parque Nacional Galápagos, entendida como un sistema, debe conceptuarse como un ensamblaje espacial coherente formado por zonas y redes de sitios en el área protegida insular que, manejados y administrados por la DPNG, asegura la conservación de la eco diversidad, biodiversidad y geodiversidad del archipiélago en el marco del modelo territorial regional planteado en el presente PM. El sistema de zonificación del PNG se articula básicamente sobre la disposición espacial de dos zonas, definidas en función de un gradiente de conservación de sus ecosistemas:

1. **Zona de Protección Absoluta:** “libres de impactos conocidos de origen humano, en especial de organismo exóticos.
2. **Zona de Conservación y Restauración de Ecosistemas:** Son áreas que pueden o no presentar organismos introducidos u otro tipo de impactos de origen humano, con cierto grado de alteración ecológica.
3. **Zona de Reducción de Impactos:** Se establece para las zonas pobladas. Sobre estas tres zonas, que determinan un gradiente de intensidad de usos, se acoplan dos tipos de elementos que se manejan a modo de red: a. Red de Sitios de Uso Público Eco turístico; y, b. Red de Sitios de Uso Público Especial.
4. **Zona de Transición:** Esta zona corresponde al área periférica y de contacto con el “Espacio Natural Protegido”, ubicada al interior de las zonas agropecuarias en las islas pobladas. Es definida básicamente como un área de cooperación donde la DPNG presta apoyo para la implementación de modelos de desarrollo sustentable y donde las actuaciones o iniciativas se llevan a cabo por parte de los propietarios de fincas, organizaciones, instituciones, gobiernos seccionales de las áreas pobladas, o en conjunto”.

13

### 1.5.3. DIVERSIDAD DE ESPECIES TERRESTRES

Los invertebrados con un número de 1900 especies, representan la mayor parte de la biodiversidad terrestre natural de Galápagos, aunque, como con otros grupos de animales y plantas, Galápagos está depreciado en relación con las áreas de las fuentes continentales.

Los invertebrados terrestres, sin considerar a los insectos, representan 71 familias, 117 géneros y 386 endémicas, y 23 introducidas. Los niveles de endemismo son desconocidos pero probablemente bordean el 50%. La fauna de caracoles terrestres de Galápagos es muy diversa, con 83 especies nativas, 80 de las cuales son endémicas.

Hay 23 géneros de insectos endémicos, lo que sugiere un arribo temprano y una larga separación de los ancestros continentales. Al parecer las islas más antiguas como Española, San Cristóbal y Santa Fe tienen más especies endémicas.

<sup>13</sup>Plan de Manejo del Parque Nacional Galápagos 2006. Dirección del Parque Nacional Galápagos. Registro Oficial No. 23 de mayo del 2005

Estas especies han evolucionado a partir de las primeras especies colonizadoras de las tierras bajas, y expandieron su distribución y hábitats hasta ocupar las zonas húmedas más altas.

La zonificación se marca menos que con las plantas, quizás por la mejor capacidad de dispersión, y la distribución depende fundamentalmente de los requisitos de alimentación y hábitat, por ejemplo, los herbívoros monófagos se restringen a áreas donde se encuentra su planta huésped. Los patrones de diversidad y endemismo son más simples en los vertebrados, principalmente debido a la cantidad reducida de taxones (aproximadamente 117 taxones, con un endemismo general del 59%). Como se demostró con las plantas e invertebrados, los grupos menos móviles tienen porcentajes más altos de endemismo (reptiles y mamíferos terrestres, aves terrestres, aves marinas y mamíferos marinos).

<b>Grupo de organismo</b>	<b>Total de taxones</b>	<b>% endemismo</b>
<b>Reptiles</b>	<b>40</b>	<b>100</b>
<b>Aves</b>	<b>58</b>	<b>52</b>
Marinas	19	26
Acuáticas/costeras	13	23
Terrestres	26	84
<b>Mamíferos</b>	<b>16</b>	<b>88</b>
Terrestres	12	100
Marinos (no cetáceos)	2	50
Murciélagos	2	50

Fuente: Tye Allan et al. FCD/WWF. 2001

#### **1.5.4. FLORA REGIONAL**

Los hábitats terrestres de Galápagos se definen en gran medida por sus comunidades vegetales y por las tendencias en las precipitaciones. Las precipitaciones son afectadas por la topografía, por la orientación y posición dentro del archipiélago. “Las comunidades de plantas responden a todos estos factores además de la edad geológica del sitio. Las plantas determinan la estructura del ambiente, con la estructura de la vegetación sobreponiéndose a la topografía”.<sup>14</sup>

Hay cuatro zonas de vegetación, unánimemente reconocidas, que se presentan en todo el archipiélago: Litoral, Árida, de Transición y Húmeda. La zona húmeda se suele subdividir en Scalesia, Miconia, Café y Pampa.

<sup>14</sup>Tye, A., H.L. Snell, S.B. Peck y H. Adersen. 2002. *Visión para la biodiversidad de las islas Galápagos*. Fundación Charles Darwin para las islas Galápagos y Fondo Mundial para la Naturaleza, Puerto Ayora.

Estas divisiones varían de isla en isla. Si bien la zona Árida no se subdivide normalmente, merecería serlo porque contiene una zona alta de matorral y una zona alta de bosques, y la zona de matorral es quizás la zona más variada de Galápagos en cuanto a especies dominantes de la comunidad local.

Las zonas de vegetación son producto del clima de Galápagos, donde los vientos dominantes provienen del sudeste la mayor parte del año. Estos vientos producen mayores precipitaciones en las laderas del sur. Las precipitaciones son también mayores en las regiones altas, debido a la formación de nubes y la condensación.

Dentro de las principales zonas de vegetación, las comunidades de plantas de Galápagos definen los ambientes disponibles para los habitantes de la fauna. La diversidad de comunidades que se representa es impresionante para tan pequeña área de tierra, en un marco geológico tan joven.

COMUNIDAD	ESPECIES DOMINANTES
<b>Zona Litoral</b>	
Manglar	<i>Avicennia nitida</i> <i>Laguncularia racemosa</i> <i>Rhizophora mangle</i> <i>Conocarpus erecta</i>
Playa de arena	<i>Ipomoea pes-caprae</i> <i>Scaevola plumierii</i>
Dunas	<i>Mollugo</i> spp., <i>Amaranthus sclerantoides</i> <i>Polygala</i> spp., <i>Tiquilia</i> spp.
Humedales	<i>Salicornia fruticosa</i> <i>Batis maritima</i>
Lagunas salobres	<i>Ruppia maritima</i> , <i>Eleocharis</i> spp.
<b>Zona Arida</b>	
Arbustivo abierto de Opuntia-	<i>Scalesia Opuntia</i> y <i>Scalesia</i> spp
Monte salado	<i>Cryptocarpus pyriformis</i>
Arbustivo de Muyuyo	<i>Cordia lutea</i>
Algarrobo	<i>Prosopis juliflora</i>
Bosque seco de palo santo	<i>Bursera graveolens</i> <i>B. malacophylla</i>
Arbustivo de crotón o chala	<i>Croton scouleri</i>
Arbustivo de algodón	<i>Gossypium darwinii</i>
Arbustivo de las tierras altas secas	<i>Macraea laricifolia</i>
Pastizales de las tierras altas secas	<i>Pennisetum pauperum</i> y otras Poaceae

COMUNIDAD	ESPECIES DOMINANTES
<b>Zona de Transición</b>	
Área boscosa de pega pega	<i>Pisonia floribunda</i>
Área boscosa de guayabillo	<i>Psidium galapageium</i>
Bosque de Scalesia-Guayabillo	<i>Psidium galapageium</i> con árbol de <i>Scalesia</i> spp
<b>Zona Húmeda</b>	
Zona de Scalesia	Árbol de <i>Scalesia</i> spp, <i>Psychotria</i> spp, <i>Alternanthera halimifolia</i>
Zona Café	<i>Zanthoxylum fagara</i> con <i>Frullania</i>
Zona de Miconia	<i>Miconia robinsoniana</i>
Matorral de Acnistus	<i>Iochroma elliptica</i>
Arbustivo crotón de hoja ancha	<i>Croton scouleri</i>
Helechos	<i>Pteridium aquilinum</i> y otras Pteridophyta
Pampa	Cyperaceae y hierbas
Bosquecillos de helecho arbóreo	<i>Cyathea weatherbyana</i>
<b>Pantanos</b>	
Ciénaga vertical	<i>Sphagnum</i> spp.
<b>Series pioneras</b>	
Ipomoea en la lava	<i>Ipomoea habeliana</i>
Pioneros tempranos de la lava	<i>Brachycereus nesioticus</i> <i>Mollugo</i> spp.
Pioneros tardíos de la lava	<i>Jasminocereus thouarsii</i> <i>Darwiniothamnus</i> spp <i>Scalesia</i> spp
Fumarolas	Pteridophyta
Planicies de cenizas	<i>Tiquilia</i> spp.
Arbustivo en toba y escoria	<i>Macraea laricifolia</i> <i>Lecocarpus</i> spp
<b>Hábitats acuáticos</b>	
Arroyos	no son dominantes que están ampliamente distribuidos
Vertientes	<i>Potamogeton</i> spp.
Pozas temporales	Algas
Lagos	<i>Eleocharis</i> spp

Fuente: modificado de Allan Tye et al. 2001. FCD

## **1.6. AMBIENTE SOCIAL Y ECONÓMICO**

La provincia de Galápagos a más de ser un parque nacional protegido por el gobierno, es también un hábitat donde interactúan y conviven asentamientos humanos los participan activamente de los procesos sociales y económicos de la región, donde la búsqueda de la integración del buen vivir con los diferentes actores sociales, con intereses diversos, así como la convicción generalizada de las fortalezas y potencialidades del capital natural y humano.

Varias son las problemáticas que enfrenta Galápagos en el desafío de la conservación y el desarrollo sustentable. “Entre otras, la introducción de especies invasoras como principal amenaza a la biodiversidad de las islas; el crecimiento poblacional generado principalmente por la migración; una dinámica económica anárquica, frágil y sin orientaciones claras; crisis del sector agropecuario; crecimiento desordenado de la pesca artesanal; distorsiones severas del mercado; una calidad de servicios deficitaria; y un estilo de vida contradictorio con la particularidad de las Islas, entre otros aspectos”.<sup>15</sup>

Estos antecedentes, sin embargo son los causales de que la sociedad vaya tomando conciencia y proclame un verdadero sentir popular comunitario, en base a experiencias prácticas de la comunidad y contribuciones teóricas, que demuestran la necesidad de impulsar procesos compartidos y una sola voluntad colectiva para no solo pensar a Galápagos sobre bases distintas y creativas, sino actuar con otros contenidos más profundos que nos lleven a mantener perennes nuestras raíces naturales e históricas que se han ido forjando con el tiempo.

El poseer una de las más altas nominaciones a nivel mundial como es ser declarado Patrimonio Natural de la Humanidad, nos exige promover propuestas de desarrollo sustentable con equidad de convivencia y coexistencia entre regiones sin sacrificar nuestra condición de bioregión especial y única en el planeta Tierra. Se tiene que satisfacer las necesidades primarias de la población con las medias adecuadas para no alterar el medio ambiente.

## **1.7. DINAMICA POBLACIONAL**

### **1.7.1. SERVICIOS BÁSICOS**

A pesar de que Isabela es un lugar netamente turístico y pertenece a la Provincia Galápagos, este cantón al igual que el resto, tiene grandes necesidades en los servicios básicos.

<sup>15</sup> VILEMA, Hernán, *Plan de Desarrollo Cantonal, Gobierno Municipal Isabela, 2003*

El Cantón Isabela tiene serias deficiencias en su escasa infraestructura, tanto en su equipamiento como en su administración, así podemos algunos elementos de infraestructura que posee como: un mercado municipal, un cementerio, un camal con serios problemas de salubridad, el hospital cantonal que sufre de escasez de medicina y personal calificado, biblioteca, información turística, entre otros.

### 1.7.2. SANEAMIENTO

En Puerto Villamil el sistema de alcantarillado sirve a las propiedades asentadas en terreno arenoso; no hay servicio para terrenos de otras características. Las aguas servidas son arrojadas al mar a 150 metros de la playa de bañistas y de hostales. El 60% del volumen de aguas servidas son evacuadas sobre rocas, por cuyas fisuras ingresa al acuífero de agua dulce.

Disponibilidad de servicio higiénico	Cantón		
	San Cristóbal	Isabela	Santa Cruz
Inodoro y alcantarillado	1.461	145	0
Inodoro y pozo séptico	449	414	3.610
Inodoro y pozo ciego	21	21	106
Letrina	6	1	7
No tiene	14	11	60
<b>Total</b>	<b>1.952</b>	<b>592</b>	<b>3.783</b>

Fuente: INEC – CGREG – Encuesta de Condiciones de Vida Galápagos 2009

En Isabela, se ha reducido el porcentaje de viviendas que están conectadas a la red pública de alcantarillado, del 40% en el 2001 al 25% en el año 2009. Al contrario, los porcentajes de viviendas que eliminan aguas servidas en pozo séptico se han incrementado del 40,17% al 69.9%. Sigue siendo importante el porcentaje de viviendas que carecen de sistemas de eliminación de aguas servidas, aunque ha tenido una reducción del 7,12% al 4.6% en 7 años entre pozos ciegos, letrinas y otros.

Asimismo, solo el 0.2% de viviendas carecen de servicio higiénico, corroborando el dato Anterior de un porcentaje bajo de falta de servicios. Sin embargo, un significativo 70% de viviendas cuentan con servicio higiénico exclusivo. El compartido llega al 24,6%. Las viviendas con letrina representan el 2,4%.

Se esperaría que estos indicadores mejoren en el corto y mediano plazo, con la ejecución de obras de emergencia en alcantarillado financiadas por el BID en un monto de alrededor de 300 mil dólares, y que es un proyecto actualmente en marcha; de igual forma, el Proyecto de la Planta de Tratamiento de Aguas Residuales, cuyo estudio fue financiado por Araucaria-MIDUVI.

### 1.7.3. ELIMINACIÓN DE BASURA

La eliminación de basura se realiza a través de un carro recolector “servicio municipal” (93.4%), pero aún hay viviendas que eliminan la basura botándola a terrenos baldíos o incinerándola (0.7%). Si se compara la evolución de este indicador entre los censos de 2001 y 2009, se observa que se ha incrementado el porcentaje de viviendas que eliminan la basura por carro recolector, del 86,6% al 93.4%, a pesar de que se incrementaron el número de viviendas. Pero sigue siendo importante el porcentaje de viviendas que eliminan basura por otros medios contaminantes (6.6%).

Eliminación de la basura	Cantón		
	San Cristóbal	Isabela	Santa Cruz
Servicio Municipal	1.750	553	3.566
Botan a la calle / quebrada/ río / lote	0	4	11
La queman	101	28	17
Reciclan / entierran	88	5	151
Otro	13	2	38
<b>Total</b>	<b>1.952</b>	<b>592</b>	<b>3.783</b>

Fuente: INEC – CGREG – Encuesta de Condiciones de Vida Galápagos 2009

No existe tratamiento de transformación de la basura. Se la deposita a 12 kilómetros en el interior de la isla; se la aplasta con un tractor en forma periódica. Por estas características se observa la proliferación de ratas e insectos. Cuando llueve, el agua sucia penetra al acuífero de agua dulce, que luego se utiliza para consumo humano.

### 1.7.4. ABASTECIMIENTO PERMANENTE DE AGUA

El agua para consumo humano se obtiene del subsuelo a través de grietas que acceden al acuífero de enorme magnitud. Se caracteriza por ser dulce en la superficie, por ser originaria de las lluvias que penetran y descargan al mar; a pocos metros de profundidad es salobre; y en lo profundo es salada. La capa superficial tiene 200 ppm de cloruros, apta para consumo humano; pero por la

mala técnica de extracción, se succiona agua que se aproxima a las 2000 ppm., siendo no apta para consumo humano.

En la parte alta de la isla, las fincas recogen agua lluvia de techos que se almacena para consumo humano.

Con respecto a la dotación de agua para consumo humano, cerca del 79.4% de las viviendas se proveen de agua por tubería dentro de la vivienda (bidones), el 20.06% con tubería fuera de la vivienda, pero dentro del edificio o propiedad, en tanto que el 4.8% no recibe agua por tubería. 401 viviendas con tubería en el interior, reciben el agua a través de la red pública, que representan el 79.4%. Este índice es bueno, en comparación con otras islas, más aún cuando existe un proyecto de agua impulsado por el Consorcio de Municipios, que mejorará la cobertura y calidad de este servicio.

Otras fuentes de abastecimiento de agua	Cantón		
	San Cristóbal	Isabela	Santa Cruz
Bidones	1.124	401	1.680
Carro repartidor	154	24	1.786
Grieta	5	0	0
Agua lluvia	16	104	123

Fuente: INEC – CGREG – Encuesta de Condiciones de Vida Galápagos 2009

Además del abastecimiento de agua vía red pública, tenemos que considerar un factor muy importante, que pesar de tener agua de la entidad gubernamental, esta no satisface las necesidades ya q solo cumplen con tres horas al día provocando que algunas de las viviendas tengan tanques cisternas de abastecimiento.

Abastecimiento permanente	Cantón		
	San Cristóbal	Isabela	Santa Cruz
Si	480	78	84
No	1.274	428	3.122
<b>Total</b>	<b>1.754</b>	<b>506</b>	<b>3.206</b>

Fuente: INEC – CGREG – Encuesta de Condiciones de Vida Galápagos 2009

### 1.7.5. TENENCIA DE VIVIENDA

El 60,7% de las viviendas ocupadas son propias y el 27% de ellas son arrendadas. Un importante 9,3% de viviendas son ocupadas por servicios, allí debe estar reflejada la población de servicio doméstico y agropecuario principalmente. La principal fuente de energía utilizada para cocinar en Isabela, es el gas, con una cobertura del 91,1% de las viviendas.

Tenencia de la vivienda	Cantón		
	San Cristóbal	Isabela	Santa Cruz
En arriendo	700	124	1.324
Propia	916	349	2.003
Cedida	285	74	400
Recibida por servicios	51	42	56
Otra	0	3	0
<b>Total</b>	<b>1.952</b>	<b>592</b>	<b>3.783</b>

Fuente: INEC – CGREG – Encuesta de Condiciones de Vida Galápagos 2009

Por el tipo de vivienda, el 81,4% tiene casa o villa, lo que comparativamente con la región y el país, se encuentran en mejores condiciones de calidad. No deja de ser significativo un 9.5% de viviendas que tienen cuartos en inquilinato. No obstante, en la mayor parte de casos, el diseño y el uso de materiales no guardan armonía arquitectónica con el ambiente y con el clima en época caliente y con insectos.

Déficit habitacional	Cantón		
	San Cristóbal	Isabela	Santa Cruz
Por materiales	947	384	2.014
Por servicios básicos	199	103	604
Por hacinamiento	356	171	948
Déficit cualitativo	1.150	457	2.343

Fuente: INEC – CGREG – Encuesta de Condiciones de Vida Galápagos 2009

Los servicios de energía eléctrica y de telefonía son bastante aceptables, si se comparan con los promedios del país y de la región, pues el 93% de las viviendas tiene acceso a luz eléctrica y el 64% a teléfono. Empero, la demanda futura determina la necesidad de la renovación de equipos para la generación de electricidad. De igual forma, es de resaltar los esfuerzos existentes por dotar a Isabela de fuentes alternativas de energía, dentro del proyecto de energías renovables actualmente en marcha.

De otra parte, no se cuenta con información del Censo 2001, sobre la disponibilidad de ducha, pero en el censo 1998 el 69,6% de las viviendas tenía ducha de uso exclusivo y cerca del 20% no tenía este servicio.

### **1.7.6. ELECTRICIDAD**

En la actualidad el Cantón Isabela cuenta con una construcción de línea trifásica desde la avenida principal hasta la parte alta, interconectando todo el sistema eléctrico. Se obtiene la energía a través de generadores termoeléctricos, que no ofrecen la satisfacción de la comunidad y el sector turístico.

La construcción de una red de baja tensión trifásica a 4440 V. Desde el transformador 160 KVA hasta la galería filtrante del sistema de Puerto Villamil. Trabajo de Alumbrado del parterre del Sistema Nacional de Electricidad del Ecuador.

Según los índices determinados por el censo, el 94.65 % de la población tienen servicio de red de luz eléctrica,

### **1.7.7. TELÉFONO**

El servicio telefónico es otro problema en este cantón debido a que sus líneas son analógicas en un 36.45%, digitales en un 59 % y no poseen líneas en un 5%. Lo que afecta en gran medida a los diferentes sitios que requieren de este servicio como cybers y alojamientos que cuenta con gíreles Internet en la zona.

## **1.8. FACILIDADES TURÍSTICAS**

Los servicios turísticos son muy básicos y en gran medida no se ha logrado construir mejores instalaciones, debido a que el modelo de turismo no favorece este desarrollo local. Sin embargo, es necesario alertar sobre el hecho de que aún cuando se ha incrementado el número de plazas de alojamiento, no ha ocurrido lo mismo con la calidad. Justamente aquí se observa la enorme falta de un modelo plenamente normado, que evite experiencias desastrosas de otros lugares.

Los alojamientos son más bien pequeños negocios familiares, cuya escala y forma de administración contribuye a que la prestación del servicio tenga limitaciones.

Debido a ordenanzas municipales equivocadas y poco favorables para el incentivo turístico únicamente algunos hoteles cuentan con una capacidad de hospedaje suficiente en cuanto al número de habitaciones, estamos hablando que estos pocos hoteles únicamente cuentan con hasta sesenta camas, insuficientes para satisfacer la demanda requerida de ciertas temporadas, el resto de hostales poseen únicamente de entre 4 a 14 camas.

Si hablamos de cantidad y calidad en la oferta local, existen solamente tres establecimientos que están en la capacidad de ofrecer buenos servicios, con respecto a un correcto y adecuado, estos establecimientos están en la capacidad operan paquetes de turismo organizado y trabajan con su sistema propio de reservaciones o mediante acuerdos comerciales con agencias del continente, en forma eventual. Los demás establecimientos de alojamiento convencional, a pesar de ser pocos, no logran una inserción más directa con el mercado externo.

En lo que refiere a los servicios de restauración, es decir alimentación estos, son modestos tanto en calidad cuanto en variedad de oferta, “la riqueza y variedad de la pesca local no está reflejada en la cocina isleña, como tampoco ha sido efectivamente incorporada como un elemento de diferenciación y competencia en los restaurantes, para alternar en la carta con el menú de la comida nacional que es la oferta usual.

Los restaurantes La Ruta, La Choza, Casa de Marita y Ballena Azul, exhiben calidad gastronómica, carta original y variada. Hace falta diseño, decoración, estilo propio de Galápagos, que la cultura local se respire en el ambiente. Estos aspectos, entre tantos otros, son fundamentales para generar una oferta de calidad”.<sup>16</sup> Los lugares de esparcimiento no están pensados para el turismo, sino para el consumo local.

A Isabela llegan el Galápagos Explorer II, Treasure of Galápagos, Corales entre otras con un programa de visita a Puerto Villamil y convenios con algunos restaurantes que han recibido capacitación para atender esta demanda; también llegan embarcaciones menores que visitan uno o dos días la Isla; las agencias internacionales envían esporádicamente turistas a los hostales “Casa de Marita”, “Ballena Azul”, “Iguana Crossing”, “Wooden House”; hay viajeros individuales y/o pequeños grupos. Los veleros arriban a puerto acogidos al artículo 50 de la Ley de Régimen Especial y permanecen un promedio de 6 o 5 días, se aprovisionan en el pueblo y utilizan servicios turísticos en Villamil esporádicamente.

<sup>16</sup>Plan Comprensivo de turismo, ministerio de turismo, 2003

## 1.9. INFRAESTRUCTURA Y TRANSPORTE

La carretera principal dentro de la isla, está compuesta de una red vial principal, con un carril de ida y uno de venida, con una capa asfáltica de 10 milímetros, esta cruza por el corazón de la isla y conecta a Puerto Villamil con la parroquia Tomas de Berlanga y con el aeropuerto. Pese a la escases de una red de alcantarillado y drenaje de aguas lluvias, Puerto Villamil se encuentra ubicado en una posición privilegiada, la cual le permite evacuar de forma natural el agua lluvia.

El Transporte marítimo inter islas no ha tenido un tratamiento adecuado, debido a la falta de implementación de mas rutas diarias de cabotaje para permitir una mayor afluencia de personas, turistas, y transeúntes, adicionalmente no posee un adecuado muelle de aguas profundas para embarcaciones mayores y menores que permitan un fácil acceso al puerto de los turistas.

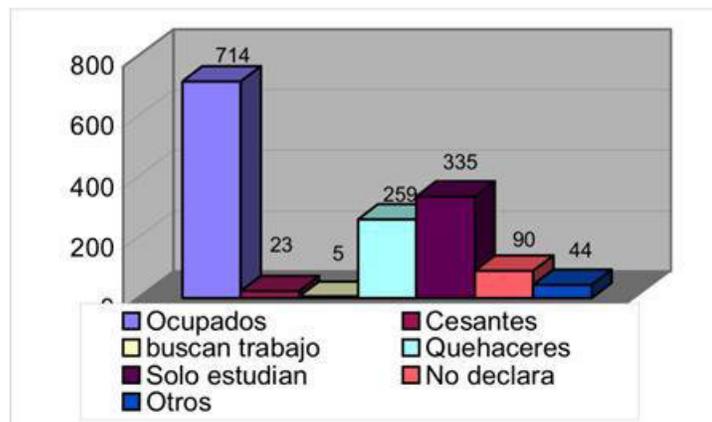
El transporte público del cantón es escaso, debido a sus características, como son la baja densidad poblacional, la cercanía de todos sus sitios turísticos en el cantón y la normativa legal de prohibición de ingreso de vehículos motorizados a la provincia.

## 1.10. PRINCIPALES ACTIVIDADES ECONÓMICAS DEL SECTOR

Para determinar porcentaje de la población económicamente activa, procederemos a tomar el rango de población de los últimos cinco años en Isabela, que suman un total de 1.470 personas, realizando los cálculos respectivos tenemos que la población económicamente activa representa el 50.5%.

La población ocupada suma el 48.6%, los cesantes son apenas el 1.6% y aquellos que buscan trabajo por primera vez representan el 0.3%.

**POBLACIÓN DE CINCO AÑOS O MÁS,  
POR TIPO DE ACTIVIDAD**



Fuente: INEC – CGREG – Encuesta de Condiciones de Vida Galápagos 2009

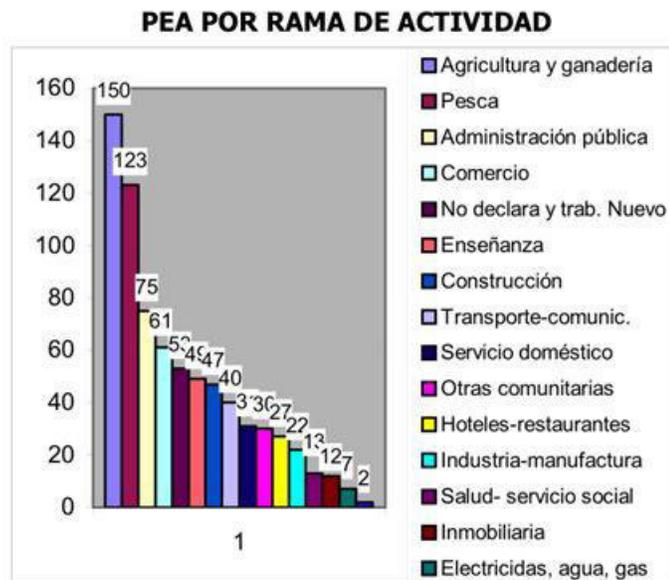
El 49,5% es inactiva: la población que solo estudia representa el 22,8% y el 17,6% se dedica a quehaceres domésticos. Otros rangos son bastante menores (jubilados, pensionistas e impedidos) que no llegan al 3%.

**PEA POR GRUPOS DE OCUPACIÓN**

Grupo de ocupación	No.	%
Ejecutivo	21	2,8
Profesionales	40	5,4
Técnicos medios	29	3,9
Empleados oficina	54	7,3
Servicios	71	9,6
Agricultura y trabajos calificados	189	25,5
Artesanos-operarios	108	14,6
Operadores maquinaria	24	3,2
Trabajador no calificado	148	19,9
FFAA	10	1,3
No declarado	43	5,8
Trabajador nuevo	5	0,7
Total	742	100%

Fuente: INEC – CGREG – Encuesta de Condiciones de Vida Galápagos 2009

De la población económicamente activa (PEA), que suma 742 personas, el 25,5% se dedica a la agricultura y trabajos calificados. Le siguen trabajadores no calificados 19,9%, artesanos-operativos 14,6% trabajadores no calificados 9,6% y empleados de oficina 7,3%. Apenas 5,4% son profesionales y 2,8% son ejecutivos.



Fuente: INEC – CGREG – Encuesta de Condiciones de Vida Galápagos 2009

### 1.11. DENSIDAD POBLACIONAL

En relación de la población con la superficie que ocupa. Se mide por habitantes y kilómetros cuadrados. En Galápagos por cada kilómetro cuadrado habitable residen cerca de 80 personas, mientras que en el área urbana viven alrededor de 1704 personas y, en el área rural habitan 12 personas por km. En el cantón Isabela habitan 38 personas por kilómetro cuadrado, siendo este considerado el tercer lugar en densidad poblacional, podemos notar que en el cantón cada habitante poseen mayor espacio para desarrollarse.

**Población de Galápagos por área y cantón**

Nivel	Población	Superficie Habitable (km <sup>2</sup> )	Densidad Poblacional
Galápagos	21.067	264	80
Urbano	17.997	11	1.704
Rural	3.070	253	12

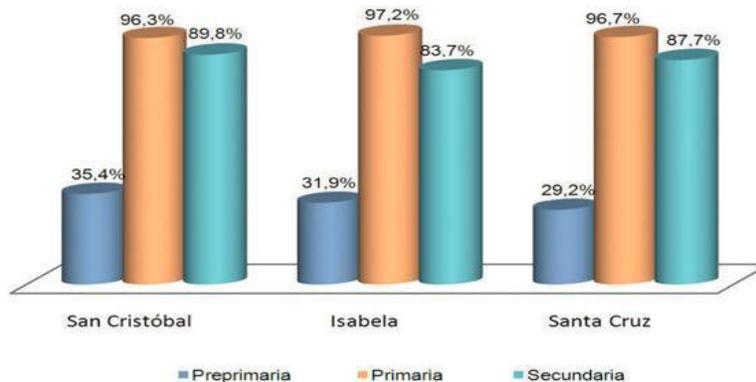
  

Nivel	Población	Superficie Habitable (km <sup>2</sup> )	Densidad
San Cristóbal	6.405	94	68
Isabela	2.032	53	38
Santa Cruz	12.630	116	109

Fuente: INEC - CGREG - Encuesta de Condiciones de Vida Galápagos 2009

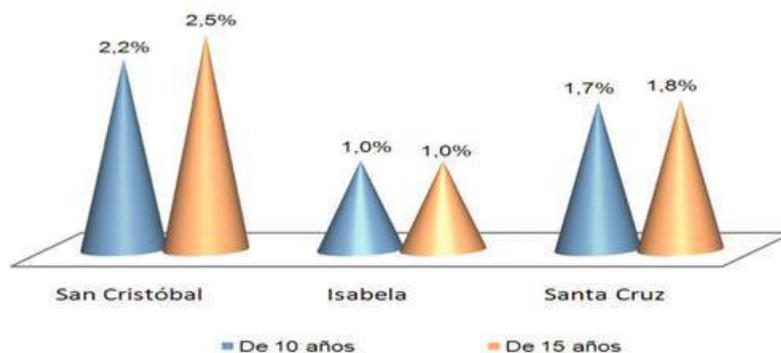
### 1.12. EDUCACIÓN

En Galápagos, específicamente Isabela y en el ámbito urbano y rural, la cobertura para el nivel de escolaridad preprimaria aun muestra deficiencias ya que los niños aun no tienen acceso a este nivel educativo. En primaria la cobertura es alta y esto se debe a que muchas personas entran luego de la edad establecida, además de los años que repiten o se retiran. En secundaria se muestra un compartimiento similar al del nivel primario.



Fuente: INEC – CGREG – Encuesta de Condiciones de Vida Galápagos 2009

Isabela es uno de los cantones de la provincia de Galápagos con el menor déficit poblacional de analfabetismo, con tan solo el 1,0 por ciento, para los dos grupos de edad considerados de 10 años y 15 años.



Fuente: INEC - CGREG - Encuesta de Condiciones de Vida Galápagos 2009

Cabe mencionar que en número de habitantes del cantón Isabela, del universo de trescientos analizado el 30 % son de personal femenino y el 70% es de personal masculino.

## CAPÍTULO II

### DIAGNÓSTICO SITUACIONAL

#### 2.1. ANÁLISIS INTERNO

Galápagos constituye uno de los principales productos turísticos del Ecuador, aportando con aproximadamente un tercio de las divisas que genera el turismo en la economía nacional.

El inicio de la industria data de finales de los años 60, cuando media docena de embarcaciones y hoteles se encargaban de atender a los cerca de 2.000 turistas anuales. “A partir de 1991, la tasa de visitantes aumentó en un 9% anual, con un asombroso crecimiento del 14% anual en ingresos para la industria, ya para el 2006, se contaba con alrededor de 80 embarcaciones y 65 hoteles con capacidad de acomodar simultáneamente alrededor de 3.500 visitantes por noche. En el año 2009 llegaron 163.480 turistas, si bien la cantidad de turistas bajo en un 5,73% con respecto al 2008, que es el año en que mayor cantidad de visitantes ha tenido las islas 173.420, se estima en base a la capacidad instalada que Galápagos está en capacidad de manejar un flujo de turistas anualmente”.<sup>17</sup>

Lastimosamente la mayor parte de los ingresos turísticos no ha beneficiado en forma directa a la población galapagueña; más aún, la participación de la población de Isabela es significativamente menor, a pesar de ser la isla con mayores y mejores atractivos turísticos no explotados, dentro de la provincia. En las actuales condiciones en las que prevalece el modelo de barco hotel, no se puede configurar “paquetes turísticos” sustentados en los atractivos de Isabela, que benefician a la región.

Como se puede observar en el cuadro, Isabela no tiene una participación directa del modelo de barco-hotel, pues ninguna embarcación está ubicada en la isla. La mayoría se asienta en Santa Cruz, que se ha convertido en el centro de operaciones de este modelo.

Isla	Embarcaciones Inactivas		Embarcaciones Activas		Total
	Cupo sin Barco	Nafragada	Requisitos completos	Permiso Provisional	
San Cristóbal		1	19	1	21
Santa Cruz	2	3	50	5	60
Total	2	4	69	6	81

Fuente: Parque Nacional Galápagos 2009 - 2010

<sup>17</sup> FCD, PNG & CONSEJO DE GOBIERNO, 2010. Informe Galápagos 2009 – 2010, Puerto Ayora, Galápagos, Ecuador

Como se puede observar en el cuadro, Isabela no tiene una participación directa del modelo de barco-hotel, pues ninguna embarcación está ubicada en la isla. La mayoría se asienta en Santa Cruz, que se ha convertido en el centro de operaciones de este modelo.

Los ingresos que genera por concepto del pago de la tasa de entrada al Parque Nacional Galápagos, sumaron al año 2008, un valor de 12.028.838,00, una cifra muy representativa debido al aumento de visitas que sobrepasaron los 170.000 turistas, cifra positiva para el bienestar de la población de la provincia de Galápagos por la generación de divisas, pero un hecho de preocupación para el medio ambiente debido a que por estudios realizados por distintas ONGs, se puede notar que la capacidad de carga de los sitios de visita esta en su máximo nivel de saturación.

Isabela y concretamente el Municipio de Puerto Villamil recibe aproximadamente el 25% en promedio del valor recaudado por concepto de Ingreso de turistas a GPS. “En el año 2008 recibió 1.002.403,10, Este valor es sumamente importante para el cabildo y su presupuesto de gestión anual que representa el 59.5%, esto demuestra la alta dependencia que tiene el gobierno local, de los ingresos provenientes del turismo, para su gestión”.<sup>18</sup>

Tomando en cuenta estos indicadores económicos y turísticos, para la comunidad Isabeleña, la principal preocupación es el escaso desarrollo de la actividad turística en el Cantón. Según información recabada por encuestas, hay varios factores que son los causantes de esta falta de desarrollo, así tenemos: la falta de identificación y promoción de sitios turísticos del conjunto del Cantón, la consecuente falta de infraestructura y servicios turísticos, el relativo aislamiento con respecto a los puertos de ingreso desde el Ecuador a pesar de tener cierta capacidad para receptor arribos y llegadas de pasajeros, una deficiencia en los servicios básicos, una débil institucionalidad, falta de gobernabilidad por parte de sectores estratégicos estatales, así como la carencia de una cultura turística.

Estas características, aunque aparecen como debilidades, pueden en realidad constituirse en las fortalezas que dispone Isabela para promover lo que la comunidad ha demandado: un tipo de turismo con sello propio, caracterizado fundamentalmente alrededor de la construcción de un modelo que no repita los errores históricos cometidos en las otras islas habitadas, en relación a la ausencia de políticas y estrategias de largo plazo.

El resto de entidades que tienen relación directa con el desarrollo del Cantón Isabela como ONGs, Cámaras de turismo, y consejos de gobierno y seccionales, están generando iniciativas orientadas a debatir este tema gracias a esto Isabela cuenta con estudios de desarrollo social y medio ambiental que aportan información para construir un modelo de plan de manejo adecuado.

<sup>18</sup>MINISTERIO DE MEDIO AMBIENTE, Dirección Parque Nacional Galápagos, Informe tributario 2008

### **2.1.1. LÍNEAS DE ACCIÓN DEL MUNICIPIO**

En el 2003 se elaboro el Plan de Desarrollo Estratégico del Cantón Isabela, con una proyección hasta el 2010, pero no ha sido puesto en práctica por los actores locales durante los primeros años transcurridos desde su formulación. La evaluación hecha por los actores y la población es que este esfuerzo no ha tenido una significación en la vida cantonal del último periodo gubernamental, ya que la responsabilidad que estuvo asignada al gobierno local no fue asumida, limitando la promoción del desarrollo local.

Por lo tanto el reto que tienen el conjunto de actores locales, particularmente, el del Gobierno local, es que vayan asumiendo atribuciones y competencias del gobierno central, mediante el proceso de descentralización que está desarrollándose en el país. Para poder establecer lineamientos de acción y así favorecer a los actores públicos y privados en los sectores económicos y sociales que intervienen en el escenario.

**1. Fortalecimiento institucional.-** “Institución que tiene como propósito construir instancias de dialogo, información y acuerdos, como parte de un proceso de concertación social y política del Cantón. Desarrollando procesos de cooperación y sinergia institucional entre las principales instancias públicas que intervienen, así como también, favorecer la intervención activa de la diversidad de actores sociales del cantón en el proceso de planeación de desarrollo local, a través de la asamblea local del cantón y otras instancias, por ultimo construir fortalecer liderazgos locales transparentes y democráticos, promoviendo procesos de formación de recursos humanos en el ámbito parroquial y cantonal, a través de los distintos eventos convocados para la organización y funcionamiento de diversas instancias de participación y concertación.

**2. Turismo.-** Contribuir al fortalecimiento de la actividades turísticas del cantón, favoreciendo iniciativas comunitarias y familiares existentes, bajo criterios de sustentabilidad, así como también organizar y mejorar la capacidad de gestión de operaciones rurales de turismo familiar y comunitario beneficiando a familias de escasos recursos. La municipalidad pretende dar todo el apoyo y organización a entidades públicas y privadas, de la misma manera que han manejado de una forma más eficiente la promoción para fortalecer al sector turístico que últimamente ha incrementado considerablemente, en realizar y participar en proyectos y planes de promoción turística cantonal y provincial, los mismos que han pretendido llegar a la mayor parte de la demanda y oferta turística”.<sup>19</sup>

<sup>19</sup> Municipio de Puerto Villamil, Departamento Administrativo, Plan de gestión, 2006

**3. Educación.-** “La educación en el cantón, está determinada por una crisis de carácter estructural, presenta insuficiencia en el presupuesto para cubrir las partidas docentes, el dotamiento de infraestructura y equipamiento a las unidades educativas, así como para desarrollar procesos de actualización profesional para su personal directivo, docente y administrativo. Por otra parte, la oferta académica es poco atractiva y sus contenidos no se corresponden con la realidad social, económica y cultural local.

**4. Salud.-** Al igual que el sector educativo, el sector salud muestra los indicadores de una situación de carácter estructural deficiente. Asimismo, las principales enfermedades son causadas por ambientes insalubres, principalmente con el mal manejo de los desechos y la calidad del agua para consumo humano.

**5. Infraestructura.-** A pesar de que la problemática referida a infraestructura es difícil de analizarla por separado, ya que siempre guarda estrecha relación con otros sectores, la población carece de agua potable, alcantarillado y servicios permanentes y eficiente telefonía, carencia de áreas de recreación y esparcimiento, para contrarrestar el alcalde junto a su equipo de trabajo en lo que respecta a infraestructura es el mayor trabajo que se está ejecutando en la actualidad, gracias al incremento del presupuesto económico que se está dando a este sector.

**6. Ambiente.-** Contribuir a la conservación y manejo de recursos de la biodiversidad y la preservación de los ecosistemas, con el propósito de mejorar las practicas de manejo de suelos, cubierta vegetal y fuentes de agua por parte de los habitantes, de igual manera trabajar en forma coordinada con las autoridades locales gubernamentales, afirmando la capacidad de gestión y competencia para el manejo adecuado de los recursos naturales”.<sup>20</sup>

## **2.1.2. ÁREA DE RECURSOS HUMANOS**

### **NIVEL DIRECTIVO**

El nivel directivo está conformado por el Consejo Municipal, la Alcaldía y la Vice-Alcaldía, quienes son los entes encargados de coordinar actividades con la diferentes instituciones públicas y Privadas, los mismos que trabajan en forma conjunta con el comité de gestión local y la Comisiones; que intervienen en el quehacer local, impulsando acciones mancomunadas.

<sup>20</sup> Municipio de Puerto Villamil, Departamento Administrativo, Plan de gestión, 2006

## **NIVEL ASESOR**

**Departamento de Recursos Humanos.-** “Responsable de la aplicación de las leyes, normas y reglamentos concernientes al manejo del personal.

**Secretaría General.-** Da fe de los actos del consejo de la comisión de Mesa y de la Alcaldía.

**Unidad Municipal del Manejo Ambiental.-** Prepara el plan de Protección de Medio Ambiente, y de desarrollo turístico, elabora y ejecuta programas de educación con enfoque a la concientización del medio ambiente.

**Departamento de Desarrollo Comunitario.-** Motor principal de esta administración, identificando las múltiples necesidades, en el área urbana y rural. Con la finalidad de conocer con exactitud la problemática de diversas áreas.

**Asesoría Jurídica.-** A través de este departamento se canaliza la firma de los diversos convenios, su legalidad y transparencia al momento de intervenir en acuerdo de la municipalidad con diferentes sectores y por sobre todo brinda un adecuado asesoramiento legal a la Municipalidad, que vaya acorde a la realidad socioeconómica del cantón.

**Departamento de relaciones públicas.-** Propone políticas de difusión de la actividades municipales, organiza y realiza conferencia , ruedas de prensa cuando el alcalde lo determine, lo recopila, produce, edita y diagrama el material para folleto, revistas, etc.; sobre la institución, actúa ante todos los medios aplicando las campañas de publicidad de propagandas, prepara y participa en ferias y otros actos; coordina en las distintas áreas del Municipio para la elaboración de boletines de prensa, recepta y encausa las publicaciones que lleguen a la institución, lleva el archivo de los artículos y otros productos en el departamento; atención a los comunicadores y visitantes que requieren información”.<sup>21</sup>

## **NIVEL OPERATIVO**

**Dirección Financiera.-** Programa, organiza, dirige, coordina, supervisa, ejecuta y evalúa las funciones de los departamentos que forman parte de esta dirección, encargado de asesorar en materia económica financiera, presupuestaria y tributaria al consejo, las comisiones, el Alcalde y a todas las dependencias del municipio.

<sup>21</sup> Municipio de Puerto Villamil, Departamento Administrativo, Plan de gestión, 2006

**Departamento de Contabilidad.-** “La finalidad de este departamento es la de llevar un control interno con mucha objetividad en relación a las normativas contables. Además, se cumple con toda la información de los financieros que se remiten a los distintos Organismos Centrales.

**Departamento de Tesorería.-** Programa, ejecuta y controla las funciones y actividades de conformidad con la ley que ejerce la facultad de trabajar con el municipio por lo que deberá diseñar y pondrá a consideración del Director Financiero.

**Departamento de Avalúo y Catastro.-** El Rol fundamental de este departamento es de mantener y actualizar los catastros de bienes inmuebles urbanos y rurales; de la misma forma debe realizar avalúos o estudios de valoraciones de la tierra en cualquier tiempo o a solicitud de diferente índole.

**Departamento de Rentas.-** Busca entregar un mejor servicio a los contribuyentes, procurando que estén al día en sus tributaciones y se cumpla con satisfacción lo emprendido por esta institución.

**Departamento de proveeduría.-** A través de este departamento se canaliza la adquisición de bienes de acuerdo a las necesidades de cada área, esta actualización y renovación permite mantener actualizado el sistema operativo del Municipio”.<sup>22</sup>

## **DIRECCIÓN DE DESARROLLO LOCAL**

**Departamento de Educación y Cultura.-** Es el que fomenta la educación pública y el deporte, impulsa el quehacer educacional, cultural; dirige la biblioteca municipal y es el encargado de elaborar el calendario de festividades cantonales.

**Departamento de Higiene y Salubridad.-** Es el departamento encargado de incorporar a la ciudadanía dentro de proyectos para el mejoramiento de la calidad de vida, como recolección de desechos, proyectos de reciclaje, una educación de la población actual en entrenar y establecer soluciones a las preocupaciones en cuanto a contaminación del medio ambiente y enfermedades típicas del medio.

## **DIRECCIÓN DE TURISMO**

El fortalecimiento turístico es estos últimos años ha sido producto de una serie de participaciones a eventos provinciales y nacionales. Esto a través de medios de promoción a nivel macro como provincia pero uno de mayor realce y de alcance individual como cantón fue la participación en la Feria Internacional de Turismo (FITE 2010) la cual fue de gran trascendencia.

<sup>22</sup> Municipio de Puerto Villamil, Departamento Administrativo, Plan de gestión, 2006

Este posicionamiento establece reconocer la ayuda del Ministerio y la Cámara de Turismo en su promoción a nivel internacional con la presentación de mapas, planos, fotografías y videos. Este desempeño constante de trabajo, también ha sido la pauta para presentar varios proyectos como el de ordenamiento urbano y señalización turística local,

## **DEPARTAMENTO DE OBRAS PÚBLICAS**

Planea, programa y proyecta las obras públicas necesarias para la realización del desarrollo físico cantonal y los planes reguladores de desarrollo urbano. Además dirige, coordina y controla la realización de las obras que se ejecuten por administración Municipal.

## **DIRECCIÓN DE JUSTICIA, POLICIA Y VIGILANCIA**

Cumplir y hacer cumplir las leyes y ordenanzas que norman y/o regulan el ordenamiento urbanístico de la ciudad y otras inherentes al comportamiento social, dentro del ámbito de acción municipal.

## **COMISARIA**

Se mantiene un ritmo constante del trabajo de este departamento, en procura de seguir fortaleciendo la imagen de la ciudad, coordinando y sosteniendo un control apegado a las disposiciones de la ordenanza municipal.

### **2.1.3. INDUSTRIA TURÍSTICA**

Ecuador como destino eco turístico ha tomado mucha importancia en las últimas décadas, no en vano, en 1992 el Gobierno Nacional creó el Ministerio del Turismo para viabilizar esta actividad y gestionarla para convertirla en una importante fuente de ingresos netos brutos del País. El Ecoturismo que se está desarrollando en las Islas Galápagos, resalta claramente un incremento en la tendencia de la industria y demuestra los impactos en la economía local, nacional e internacional, y adicionalmente en la conservación del archipiélago, con la mitigación de impactos ambientales, en base a una remediación de áreas afectadas.

#### **2.1.3.1. ANTECEDENTES HISTÓRICOS**

Antes de la llegada del turismo organizado, Galápagos era un lugar remoto, y poco conocido, excepto en el mundo científico. El poco desarrollo de economía, se

basaba en la agricultura y la pesca. El precario inicio de la industria turística data de finales de la década de los sesenta, cuando media docena de embarcaciones y hoteles se encargaban de atender las necesidades de los cerca de 2.000 turistas anuales.

Por alrededor de 100 años luego de la primera colonización en 1832, la fuerza laboral del archipiélago estuvo formada principalmente por reclusos, disidentes políticos o prisioneros condenados a una u otra de las colonias penales asentadas en varias ocasiones en: San Cristóbal, Floreana e Isabela. A medida que el turismo en Galápagos se iba desarrollando, nadie imaginó que las islas se convertirían en uno de los principales destinos de ecoturismo a nivel mundial, atrayendo una cantidad de turistas cada vez mayor y contribuyendo significativamente a la economía nacional e insular.

En 1968, Metropolitan Touring y Turismundial unieron fuerzas con Lindblad Expeditions de Nueva York para comenzar a promocionar el archipiélago de una forma masiva, lo cual dio resultado, atrayendo al mercado americano en su gran mayoría. En 1978 la Organización de la Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO) designaron a Galápagos como uno de los primeros 12 sitios Patrimonio de la Humanidad.

El número anual de visitantes saltó de aproximadamente 18.000 en 1985 a 41.000 en 1990 y cerca de 72.000 para el 2000. A pesar de un leve decrecimiento luego de los eventos del 11 de septiembre del 2001, la tasa de visitación se recuperó y continuó aumentando; aproximadamente 122.000 visitantes que llegaron a Galápagos durante el 2005.

Un gran éxito en la historia de la conservación en Galápagos ocurrió en el 2006, cuando se completó exitosamente el millonario Proyecto Isabela, luego de varios años de trabajo. El proyecto tuvo como resultado la erradicación completa de burros y chivos en la isla de Santiago y en la mayoría de Isabela. En la Actualidad el ingreso de pasajeros a las islas Galápagos supera los 180.000 visitantes, lo que representa cerca de 100 millones de Dólares en ingresos al año.

### **2.1.3.2. INDUSTRIA ECO TURÍSTICA EN GALÁPAGOS**

El Ecoturismo, según la definición de la Unión Mundial para la Naturaleza (UICN, 1997), es: las visitas y viajes ambientalmente responsables hacia áreas naturales, con el fin de disfrutar y apreciar la naturaleza (y cualquier característica cultural pasada o presente que la acompañe), que promueve la conservación, tiene un bajo impacto de visitantes y permite la participación socioeconómica activa y beneficiosa de la gente local.

Desde sus humildes orígenes, hace poco más de tres décadas, el turismo en Galápagos ha transformado, en uno de los más famosos destinos de ecoturismo en el mundo. Desde sus inicios, más de 1,5 millones de visitantes han podido experimentar las maravillas naturales únicas de Galápagos.

La industria del turismo se va modificando y evolucionando, para poder cumplir con cambios en las oportunidades y demanda. La flota turística y los servicios que ofrece constantemente están siendo perfeccionados. El SPNG está mejorando la infraestructura del Parque Nacional y la Reserva Marina para aumentar la satisfacción de los visitantes y mitigar los potenciales impactos ambientales negativos., Nuevas actividades relacionadas a los turistas, como los tours de bahía y snórquel, recorridos en kayak, visitas a la parte alta, tours de buceo basados en tierra, camping y paseos a caballo, se desarrollaron en base a la demanda del mercado y con poca o ninguna planificación.

Algunas compañías ofrecen pesca deportiva, la cual es monitoreada por los guarda parques. Las regulaciones para muchas de estas actividades todavía tienen que desarrollarse. Las áreas colonizadas están constantemente cambiando y a diferencia de las protegidas, están sujetas a un menor número de restricciones, que son menos rigurosas y no siempre se hacen cumplir. Se están construyendo, renovando y expandiendo hoteles. Los residentes de Isabela estaban ansiosamente anticipando la apertura del nuevo y arquitectónicamente más avanzado aeropuerto en el archipiélago y la consecuente transformación de su economía.

#### **2.1.4. PRODUCTOS TURÍSTICOS DEL CANTÓN ISABELA**

En este documento se analizara la estructura del espacio turístico de Isabela Sur. En base al criterio de garantizar la sostenibilidad ambiental, así como criterios de operatividad, el estudio ha seleccionado una primera lista de sitios de visita actuales y potenciales.

De un total de 33 sitios de visita entre actuales y propuestos el 48,5% mantiene rasgos originales, la mayoría de ellos ubicados en los llamados Humedales. Le sigue el 33,3% que corresponde a aquellos sitios con pocos cambios en su estado original. El porcentaje restante (15,2%) observa cambios significativos y son los sitios que se encuentran en el centro poblado.

En relación de las alteraciones visibles se concluye que la mayor afectación le corresponde al paisaje con un 39,4%. Se destaca la conclusión de que el suelo no presenta ninguna alteración y el poco porcentaje asignado a flora y fauna que es 9%.

## 2.1.4.1. INVENTARIO DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS

### PRINCIPALES ATRACTIVOS DE LOS ACTUALES Y NUEVOS SITIOS DE VISITA

SECTOR	SITIO DE VISITA	UBICACIÓN	ZONIFICACIÓN ACTUAL
<b>PUERTO VILLAMIL</b>	Poza de las Salinas (1)	Urbana	Ninguna
	La Misión (1)	Urbana	Ninguna
	El Muelle (1)	Urbana	Ninguna
	Playa del Malecón (2)	Urbana	Ninguna
	Playa de la Marina (2)	Urbana	Ninguna
	El Cementerio (1)	Urbana	Ninguna
<b>MARINO COSTERA</b>	Concha y Perla (2)	PNG Y Urbana	Uso recreacional
	Las Tintorerías (2)	PNG	Uso recreacional
	La Lobería (3)	PNG	Primitiva
	La Calera (3)	PNG	Primitiva
	Los Túneles (4)	RMG	Cons. y uso ext. y no ext.
<b>HUMEDALES</b>	Poza Baltazar (2)	PNG	Uso recreacional
	Poza Puerta del Jeli (2)	PNG	Uso recreacional
	Centro de Crianza (2)	PNG	Uso especial
	Poza de los Diablos (2)	PNG	Uso recreacional
	Playa del Cementerio (2)	PNG	Uso recreacional
	La Playita (2)	PNG	Uso recreacional
	Pozas Verdes (2)	PNG	Uso recreacional
	Mirador Los Tunos (2)	PNG	Uso recreacional
	Playa del Amor (2)	PNG	Uso recreacional
	Túnel del Estero (2)	PNG	Uso recreacional
	Poza Redonda (2)	PNG	Uso recreacional
	Poza Escondida (2)	PNG	Uso recreacional
El Estero (2)	PNG	Uso recreacional	
<b>MURO DE LAS LAGRIMAS</b>	Cerro Orchillia (2)	PNG	Uso recreacional
	Muro de Las Lágrimas (2)	PNG	Uso recreacional
<b>SANTO TOMAS</b>	Cueva de Sucre (5)	Rural	Propiedad privada
	Cerro El Mango (2)	PNG	Uso recreacional
<b>SIERRA NEGRA</b>	La Bocanilla (2)	PNG	Uso recreacional
	Volcán Chico (2)	PNG	Uso recreacional
	Volcán de Azufre (2)	PNG	Uso recreacional
<b>MARINA EXTERNA</b>	Isla Tortuga (4)	RMG	Cons. y uso no extractivo
	Roca Viuda (4)	RMG	Cons. y uso no extractivo
	Los Cuatro Hermanos (4)	RMG	Cons. y uso no extractivo
<i>(1) Sitios a ser recuperados por el Municipio de Isabela</i>		<i>(4) Sitios de visita marinas</i>	
<i>(2) Sitios actualmente en uso</i>		<i>(5) Propiedad privada</i>	
<i>(3) sitios a ser considerados por el PNG como nuevos sitios de visita</i>			

Fuente: Plan Comprensivo de Turismo

Como se expresa en otra parte de este estudio, el documento anterior deberá ser considerado como un insumo a propósito de la definición del Modelo de Turismo el cual deberá contener los sitios de visita que sustenten dicho Modelo.

En entrevistas directas con la comunidad, han sido referidos otros sitios de visita de significativa mayor atracción, que podrán ser parte del referido Modelo, luego del estudio pertinente:

- Faro
- Lobería chica
- Barahona
- Quinta Playa
- Punta Negra
- Poza La Unión
- Santa Rosa
- El finado
- San Pedro
- Lavas de 5 cerros
- Caleta Iguana
- Las tablas
- Punta San Cristóbal
- Playa de los perros
- Punta Moreno
- Bahía Elizabeth
- Islotes Las Marielas
- Cartago
- Cartago chico
- Volcán Sierra Negra
- Blatter
- Alcedo
- Darwin
- Wolf
- La bocanilla
- Cerro Ballena
- Varios lugares para buceo, buceo de superficie, pesca deportiva

Cabe recalcar que todos estos atractivos antes mencionados por la población, algunos no están autorizados para la visita por ordenamiento del Parque Nacional Galápagos, hecho perjudicial para la población ya que disminuye la cantidad de atractivos turísticos.

#### **2.1.4.2. RESEÑA DE LOS PRINCIPALES ATRACTIVOS TURÍSTICOS DEL CANTÓN ISABELA**

Los atractivos turísticos de la Isla Isabela, están catalogados por el Parque Nacional Galápagos como atractivos Naturales eco turísticos, por sus características, sin embargo una connotación especial de la Isla Isabela es que tiene antecedentes históricos, los cuales pueden ser considerados como atractivos históricos culturales, por su infinidad de historias sobre piratas demás.

#### **COMPLEJO DE HUMEDALES**

##### **Usos permitidos:**

- Visitas interpretativas y educativas
- Fotografía y filmación



##### **Descripción:**

Complejo de senderos que comprenden los siguientes sitios:

**Cerro Orchilla**, Mirador desde el cual puede acceder mediante una escalinata, desde este sitio se observa la bahía y la población de Puerto Villamil, Volcán Sierra Negra, Volcán Cerro Azul, islotes, rocas. Estos sitios forman un espectacular paisaje.

**Estero**, Sendero de 227m delimitado por rocas de lava de 1,5 metros de ancho. Consta de un sitio de picnic en donde la población acude a realizar actividades de recreación. En este sitio se puede observar las cuatro especies de mangle presentes en Galápagos y un pequeño bosque de majagual. Forma parte de historias y leyendas de la época que estuvo presente la colonia penal en Isabela.

**Poza Escondida**, Sendero de piedra y madera en donde el principal atractivo es el bosque de mangle y al final de este se observa una poza.

**Poza Redonda**, Sendero de 50 metros de longitud, de placas de lava que conducen a una poza formada en el interior de un tubo de lava de colapso.

**Túnel del Estero**, Sendero de 75m de longitud y esta adecuado con placas de lava que termina en unas escaleras en el interior de un túnel de lava. Por encima del túnel se puede observar el paisaje intermareal que ofrece el tapiz de Sesuvium de Galápagos entre el túnel del estero y la playa del amor.

**Playa del Amor**, De acceso rocoso al mar, es un sitio muy utilizado por la comunidad de Isabela.

**Mirador de Los Tunos y Pozas Verdes**, Senderos con varios miradores que permiten el acceso a la observación de especies de aves y plantas.

**La Playita**, Sendero que lleva a una playa pequeña que forma parte de la gran playa presente en Villamil.

**El cementerio**, se puede observar varias tumbas antiguas, las mismas que han sido construidas con materiales peculiares, representa un recuento histórico de Isabela y sus primeros habitantes.

## CONCHA DE PERLA

### Usos permitidos:

- Visitas interpretativas y recreativas
- Actividades turísticas accesorias definidas por la DPNG
- Fotografía y filmación



### Descripción:

Ubicado en Puerto Villamil, a pocos metros del Muelle "El Embarcadero". El acceso al sitio se lo realiza por una pasarela de madera, la misma que cruza por un bosque de mangle, hasta llegar a una poza intermareal.

Está estructurado por un cerramiento natural de rocas como una especie de concavidad circular que es alimentada por el mar con el cambio de las mareas.

Este sitio es usado por la población local como lugar para practicar natación y el buceo de superficie.

## LAS TINTORERAS

### Usos permitidos:

- Visitas interpretativas y educativas
- Fotografía y filmación



### Descripción:

Acceso mediante una panga, hasta arribar al sitio, recorrido de 500 metros. Las personas pueden desembarcar tanto en marea baja como en alta. El tiempo aproximado de viaje desde Puerto Villamil hasta Las Tintoreras es de 10 minutos.

El islote Las Tintoreras se encuentra ubicado al sur de Puerto Villamil. Tiene una pequeña bahía de aguas completamente tranquilas de color turquesa, donde se pueden apreciar lobos marinos, tortugas marinas, iguanas marinas, rayas, etc. Bahía comunicada a través de una grieta de aguas cristalinas, de poca profundidad y cuando la marea está baja, se cierra la entrada. En esta grieta, se puede ver cómo nadan las tintoreras (tiburones endémicos), junto con otros peces pequeños y lobos marinos.

La mayor parte del sendero es de lava de tipo AA, a excepción de dos playas de arena blanca y una de piedras negras. En la primera playa se encuentran colonias de lobos marinos; además, es un sitio de anidación de iguanas marinas.

En la primera playa se pueden observar algunas plantas de *Nolana galapageia*, una planta endémica muy poco común en la zona, puesto que esta especie es típica de la zona litoral pertenece a un género cuya distribución está restringida a Chile y Perú.

La segunda playa está rodeada en su totalidad por manglar, existiendo mangle jelfí (*Conocarpus erecta*) y mangle blanco (*Laguncularia racemosa*).

## VOLCÁN SIERRA NEGRA / VOLCÁN CHICO

### Usos permitidos:

- Visitas interpretativas y educativas
- Fotografía y filmación



### Descripción:

**Volcán Chico**, Ubicado al noreste del Volcán Sierra Negra a una altitud aproximada de 860msnm. Existe un sendero peatonal y un sendero para acceder a caballo, los cuales están claramente señalizados. Es una fisura de algunos conos parásitos, compuestos de escoria y lava. Esta fisura tuvo su última erupción en noviembre de 1979. Su actividad duró un período de dos semanas. El 13 de abril de 1963, Volcán Chico tuvo una erupción aún más fuerte, la actividad duró un mes y en esa época los flujos de lava bajaron hasta Bahía Elizabeth y cubrieron un gran sector del este del Volcán Sierra Negra.

**Volcán Sierra Negra**, Considerado como el más antiguo de los volcanes de Isabela. Según algunos geólogos, mientras más ancha y menos profunda es una caldera, más antigua es. Esta actividad se caracteriza por temblores y erupciones que van ocurriendo por el transcurso de miles y millones de años. En lado noreste de la caldera del Volcán Sierra Negra, se produjo el 22 de octubre del año 2005 una erupción que tuvo una semana de duración. El flujo de lava cubrió gran parte del interior de la caldera y en algunos puntos subió más de dos metros. La caldera de Sierra Negra tiene 10 Km. de diámetro y es la segunda más grande del mundo. (La mayor es Tgorontgoro en Tanzania).

Desde Puerto Villamil se puede alquilar un vehículo para, luego de un recorrido de 45 minutos aproximadamente, llegar hasta el sitio "El Cura", donde se toman los caballos para bordear el lado oriental de la caldera de Sierra Negra hasta el sitio denominado "Los Jaboncillos", lugar en el cual se amarran los caballos para proseguir el trayecto caminando hasta Volcán Chico.

## **CALERA**

### **Usos permitidos:**

- Visitas interpretativas y recreativas
- Actividades turísticas accesorias definidas por la DPNG
- Fotografía y filmación



### **Descripción:**

Ubicado a unos cinco minutos en panga desde el Muelle "El Embarcadero". Al acceso a este sitio es mediante un desembarco mojado, recorrido de este sendero es aproximadamente 200 metros, el mismo que cruza en su mayor parte por una zona intermareal.

Este terreno fue utilizado por los primeros pobladores de la isla Isabela para preparar los materiales de construcción de sus viviendas (cal, arena, piedra) y arreglar las embarcaciones para pesca. Actualmente se observa restos de estos materiales dejados en esta área. El objetivo principal de la visita a este sitio es la práctica del buceo de superficie en una laguna intermareal.

Este lugar mantiene similares características en cuanto a flora, fauna y paisaje a las presentes en el Sitio de Visita "Islote Tintoreras".

## CENTRO DE CRIANZA "ARNALDO TUPIZA"

### Usos permitidos:

- Visitas Educativas
- Fotografía y filmación



### Descripción:

Localizado a 1,5 Km. de Puerto Villamil. en este centro se están reproduciendo en cautiverio Galápagos de las poblaciones de Isabela Sur (Volcanes Sierra Negra y Cerro Azul): Cazuela, Cinco Cerros, Roca Unión, San Pedro, Tablas y Cerro Paloma. En total se cuenta con 330 tortugas entre juveniles y adultos.

De la población de Cerro Paloma se tienen 4 galápagos machos y dos hembras, las cuales, hasta el momento, son las únicas sobrevivientes. La crianza de esta raza de tortuga tiene especial interés puesto que luego de haber realizado durante el año 1994 los análisis genéticos a base de muestras de sangre, se ha determinado que las tortugas de esta galapaguera son diferentes a las otras.

Además de las tortugas de Cinco Cerros, todas las tortugas adultas amenazadas fueron traídas en helicóptero en el año 1994. Los juveniles y subadultos fueron cargados en peso y en caballos.

El Centro de Crianza tiene hermosos jardines compuestos por plantas nativas, como manzanillo (*Hippomane mancinella*), algarrobo (*Prosopis juliflora*), tunas (*Opuntia* spp), palo santo (*Bursera graveolens*), uña de gato (*Zanthoxylum fagara*), espino (*Scutia pauciflora*), chala (*Croton scouleri*), rodilla de caballo (*Clerodendrum molle*), algodón (*Gossypium barbadense*), lechoso (*Scalesia affinis*), muyuyo (*Cordia lutea*), espuela de gallo (*Chiococca alba*), arrayán (*Maytenus octogona*), chililica (*Caesalpinia bonduc*) y margarita de Galápagos (*Darwiniothamnus* spp).

## MINAS DE AZUFRE

### Usos permitidos:

- Visitas interpretativas y educativas
- Fotografía y filmación



### Descripción:

Ubicado al lado oeste del Volcán Sierra Negra, a aproximadamente 11km de la caseta de control "El Cura". El sendero inicia en la Caseta de Control "El Cura", siendo el mismo punto salida para Volcán Chico. Pasa por el lado occidental de la caldera del Sierra Negra hasta donde termina el sendero ecuestre que luego continúa al interior de la caldera por una ladera de gran inclinación y finalmente llega a un sitio donde se observa varias fumarolas de azufre.

Parte del sendero es utilizado por los cazadores locales, los mismos que ingresar a realizar cacería principalmente de cerdos como de ganado salvaje. Durante la época de lluvia en el Volcán Sierra Negra está presente una intensa neblina, la misma que reduce la observación del paisaje en la mayoría del sendero. Por lo contrario en verano, se tiene la oportunidad de disfrutar del espectacular paisaje de este volcán.

El atractivo principal de este sitio es la observación del paisaje, varias fumarolas y las minas de azufre. En el Volcán Sierra Negra existen dos sitios destinados para realizar campamentos; el uno es junto a la Caseta de Control "El Cura" y el otro es el Sitio de Visita Minas de Azufre.

## MIRADOR DEL MANGO

### Usos permitidos:

- Visitas interpretativas y recreativas
- Actividades turísticas accesorias definidas por la DPNG
- Fotografía y filmación



### Descripción:

Ubicado a 9Km. de Puerto Villamil, desde este sitio se puede observar la parte sur de la isla Isabela y parte de la zona agrícola. Lleva el nombre de mango debido a la presencia de varios árboles de esta especie de fruto.

En el transcurso desde Puerto Villamil hasta el Mirador del Mango se pasa por una zona de vegetación árida y zona de transición. El atractivo del sitio es el paisaje y la vegetación típica con varias especies de aves.

Es una antigua mina de ripio que se utilizó para la construcción de la carretera y caminos de Isabela. Este camino fue utilizado por los primeros colonos de la isla y luego por los penados que llegaron a esta isla cuando subían a los campamentos de Santo Tomás y Alemania.

El acceso al mirador es por unas escalinatas y parte de pasarela, esperar o ceder el paso para acceda un solo grupo a la vez. Es un sitio ideal para observar varias especies de pinzones.

## **MURO DE LAS LÁGRIMAS**

### **Usos permitidos:**

- Visitas interpretativas y recreativas
- Actividades turísticas accesorias definidas por la DPNG
- Fotografía y filmación



### **Descripción:**

Ubicado a 20 min de la población de Puerto Villamil, sitio de visita histórico cultural, museo de sitio en el cual, funcionó hasta 1959 cuando fue clausurada y el destino de la Isla Isabela tomó un rumbo más alegre y de vida. Es que el sitio, junto con el resto de las islas, pasó a convertirse en el reconocido Parque Nacional Galápagos.

Se puede llegar hasta el Muro de las Lágrimas partiendo del sector céntrico y poblado de la isla ya sea a pie (tras caminar cuatro horas), en bicicleta o en camioneta taxi.

Allí encontrarán esta estructura, un sitio de interés histórico y con historias fantasmales detrás, que tiene 100 metros de largo por 7 de alto. Pero, además de ese atractivo, el muro brinda la posibilidad de subir sus escalinatas, llegar a su parte más alta y disfrutar de una hermosa vista panorámica del lugar.

## PLAYA TORTUGA NEGRA

### Usos permitidos:

- Visita y caminatas de grupos especiales\* con guía naturalista
- Fotografía y filmación



### Descripción:

Ubicado en el extremo oeste de la Isla Isabela, este sitio sufrió un levantamiento en 1975, debido a esto varios árboles de mangle rojo y blanco no sobrevivieron fuera del agua. A causa de la sedimentación del material volcánico se ha formado una playa color negro. Es un sitio de anidación de tortugas y es común observar a lobos e iguanas marinas.

Existe un pequeño bosque de mangle negro, rojo y blanco, en donde está presente el pinzón de mangle, el mismo se encuentra incluido en el libro rojo de las especies, bajo la categoría de "Especie en Peligro de extinción". Representa en un sitio de visita ideal para la interpretación geológica de las islas.

## **BAHÍA URBINA**

### **Usos permitidos:**

- Visitas interpretativas de grupo de visitantes con guía naturalista
- Fotografía y filmación
- Caminatas guiadas
- Actividades accesorias autorizadas por la DPNG en los itinerarios de las embarcaciones autorizadas



### **Descripción:**

Ubicado en la base del volcán Alcedo. El sendero inicia en la playa donde se realiza un desembarque mojado; el recorrido es de aproximadamente 3200m, y atraviesa sustratos de arena, piedra pómez, lava, corales y formaciones vegetales en un área de la costa que sufrió un levantamiento; además se puede apreciar madrigueras de iguanas terrestres.

El sendero pasa por bases de lo que fue una estructura de coral. Durante el levantamiento producido en el año 1954, 6 Km de arrecife fueron elevados 5 msnm, la costa se extendió 3/4 de milla hacia afuera.

Se dice que en ese mismo año y después del levantamiento hubo una erupción en el flanco Nor-Este a una altura de 650 m del volcán Alcedo, pero no existen pruebas concretas. Hay un área en donde existe riolita(roca ígnea que se produce por la violenta salida al exterior de la tierra) en este sitio donde no crece vegetación por la acidez que presenta este tipo de sustrato. .

Es un sitio ideal para observar langosta roja (*Panulirus penicillatus*) y la azul (*Panulirus gracilis*).

## 2.1.5. DATOS DE NÚCLEO POBLACIONAL

### LOCALIDAD

Puerto Villamil

### ACCESO

Vía Marítima

Vía aérea

**DESDE:** El aeropuerto Mariscal Sucre en Quito, haciendo escala en el aeropuerto José Joaquín de Olmedo, se toma vuelos diarios en las aerolíneas Tame, Aerogal, y LAN.

### VIA, TIPO Y ESTADO

**Aéreo:** ubicada en la región litoral o costa del Ecuador continental una latitud  $-2^{\circ} 10' S$ ; Longitud  $79^{\circ} 54' O$ , con una duración de vuelo de tres horas.

**Acuático:** Marítimo, semana, no existe infraestructura adecuada con este fin y no hay embarcaciones de tipo turístico

### TIEMPO Y MEDIO DE TRANSPORTES:

A través de dos medios, por transporte aéreo mediante avionetas de servicio público (EMETEBE), por un tiempo aproximado de 28 min.

Por medio de lanchas rápidas de cabotaje de servicio público, privado, con un tiempo estimado de 1 hora 45 min.

### DESCRIPCIÓN

La población de Puerto Villamil núcleo del cantón, según el último Censo del 2010, representa una población del 11% del total de la Provincia de Galápagos; a diferencia del ante penúltimo censo a crecido a un ritmo del 1.2% debido a la migración ilegal de habitantes de otros cantones., Se caracteriza por ser una población joven, ya que el 44% son menores de 20 años.

## **PRINCIPALES RECURSOS Y ATRACTIVOS**

### **Recursos Naturales**

Sito Natural

### **Recursos Culturales**

Manifestaciones Culturales

### **Recursos Históricos**

Muro de Las Lagrimas: Museo de sitio

## **INFRAESTRUCTURA Y EQUIPAMIENTO GENERAL**

- Transporte publico
- Gasolinera
- Teléfono publico
- Oficina bancaria
- Cajeros
- Centro de Salud
- Farmacia
- Seguridad
- Centros Escolares
- Centros Deportivos
- Espacios Recreativos.

## **EQUIPAMIENTO Y SERVICIOS PARA EL TURISMO**

### **Alojamiento**

- Albergue
- Residenciales
- Hostales
- Pensiones

## **Restaurantes**

- Restaurantes
- Cafés Bar

## **Otros**

- Transporte turístico
- Agencias de viajes

## **PRINCIPALES PROBLEMAS**

- Señalización
- Accesos
- Conservación urbana
- Limpieza y recogida de Basura

## **FUENTES DOCUMENTALES E INFORMATIVAS**

- Municipalidad de Puerto Villamil
- Ministerio de Turismo

### **2.1.6. LISTADO DE LOS PRESTADORES DE SERVICIOS**

Pese a que en el cantón Isabela, el porcentaje de superficie autorizada para el uso de la actividad humana es del 3.3%, y su población es de 2200 habitantes, gran parte de los operadores turísticos no cuentan con infraestructura adecuada y personal capacitado para ofertar servicios de calidad en el mercado turístico nacional e internacional.

La falta de organización, y un correcto seguimiento por parte del municipio, ha permitido que exista un desmesurado incremento de establecimientos sin permisos de funcionamiento que actualmente trabajan de forma ilegal.

## Agencias de Viajes

Nº	OPERADORA	CATEGORIA	TIPO	PROMOCION
1	Destination Galápagos	2	Operador	2529303
2	Desigcorp S.A.	2	Operador	N/A
3	Blue Concept S.A.	2	Operador	86491498
4	Isga Tour S.A.	2	Operador	2529187
5	Isabela Dive Center	2	Operador	2529415
6	Turisabel S.A.	2	Operador	2529072
7	Nautilus Tour Operator	2	Operador	2529076
8	Tropical Adventures	2	Operador	<a href="http://www.tropicaladventures.com.ec">www.tropicaladventures.com.ec</a>

## Transporte Turístico

Nº	NOMBRE	CATEGORIA	TIPO	PROMOCION
1	Nortada	1	Marítimo	N/A
2	Aeroservicios C.A.	2	Aéreo	2285777
3	Islas Plazas	2	Marítimo	N/A
4	Fragata	2	Marítimo	N/A
5	Elizabeth II	2	Marítimo	N/A

## Comidas y bebidas

Nº	NOMBRE	CATEGORIA	TIPO	PROMOCION
1	El Toque del Sabor	Lujo	Restaurante	2529225
2	Coco Bar	1	Bar	2519427
3	Las gaviotas	2	Cafetería	2529050
4	La Choza	2	Restaurante	2529331
5	Arenitas	2	Restaurante	N/A
6	Costa Azul	2	Restaurante	2529160
7	El Encanto de la Pepa	2	Restaurante	2529260
8	El Éxito Criollo	2	Restaurante	2529127
9	Islote	2	Restaurante	91741440
10	El Tropical	2	Restaurante	2529310
11	Secretos	3	Bar	2529256
12	Sea Lion	3	Bar	N/A
13	Bar de Beto	3	Bar	2529015
14	Carabalí	3	Restaurante	2529460
15	Kelita	3	Restaurante	2529345
16	Las Delicias del Cholito	3	Restaurante	2529096
17	Tres Hermanos	3	Restaurante	2529227
18	Yolita	3	Restaurante	2529177
19	Aloha Betsy	4	Restaurante	2529129
20	Iguana	4	Restaurante	2529440
21	El Oasis	4	Restaurante	2529040

## Alojamiento

Nº	ALOJAMIENTO	CATEGORIA	TIPO	PROMOCIÓN
1	Isla del Descanso	1	Pensión	<a href="http://www.isabelagalapagos.com">www.isabelagalapagos.com</a>
2	Albemarle	1	Pensión	<a href="http://www.hotelalbemarle.com">www.hotelalbemarle.com</a>
3	Iguana Crossing	1	Hostal	<a href="http://www.iguanacrossing.com.ec">www.iguanacrossing.com.ec</a>
4	San Vicente	1	Hostal	<a href="http://www.sanvicentegalapagos.com">www.sanvicentegalapagos.com</a>
5	La Laguna	1	Pensión	2529360
6	Caleta Iguana	1	Pensión	2529330
7	The Wooden House	1	Pensión	<a href="http://www.thewoodenhouse.com">www.thewoodenhouse.com</a>
8	Sandrita	1	Pensión	2529183
9	Casa Sol	1	Pensión	2529208
10	Villamil	1	Pensión	2519180
11	Volcano	1	Pensión	2529034
12	Casa de Marita	1	Hostal	<a href="http://www.galapagosisabela.com.ec">www.galapagosisabela.com.ec</a>
13	Insular	1	Hostal	<a href="http://www.hostalinsular.com.ec">www.hostalinsular.com.ec</a>
14	Brisas del Mar	2	Pensión	2529376
15	Casita de la Playa	2	Pensión	2529334
16	Coral Blanco	2	Pensión	2529342
17	Los Flamingos	2	Pensión	2529143
18	Galápagos	2	Pensión	2529015
19	Las Gardenias	2	Pensión	<a href="http://www.hostallasgardenis.com.ec">www.hostallasgardenis.com.ec</a>
20	The Dolphin House	2	Pensión	2529138
21	Sula Sula	2	Pensión	93595832
22	Sierra Negra	2	Pensión	2529046
23	Posada el Caminante	2	Pensión	2529407
24	La Jungla	2	Pensión	2529438
25	Cabañas de Rubén	2	cabaña	2529330
26	Tero Real	2	Cabaña	2529106
27	Cerro Azul	3	Pensión	2529192
28	Cormorant	3	Pensión	2529228

### **2.1.7. ÁREA DE MARKETING**

El municipio del Cantón Isabela (Puerto Villamil), dentro de su organización estructural no ha contado ni cuenta en la actualidad con un área o departamento de marketing, razón por la cual no existe un plan vigente para la promoción y comercialización de este destino turístico.

El departamento de turismo es el ente encargado con todo lo referente al turismo, que ha trabajado con el POA que corresponde al Plan Operativo Anual, cabe recalcar que en la actualidad se hayan realizado diferentes planes y proyectos, uno de los más importantes es el Plan de Marketing del Cantón Isabela que se encuentra en su proceso de desarrollo para luego, analizar su viabilidad, de esta manera aceptarlo y/o modificarlo, y posteriormente llevarlo a la fase de ejecución.

Cabe mencionar que la Dirección de turismo trabaja en forma conjunta con el área de Planificación; mismos que tratan de elaborar proyectos con participación y coordinación ciudadana, cuyo objetivo es que permitan satisfacer oportunamente las demandas de los servicios de la población y de sus visitantes.

El municipio del Cantón Isabela cuenta con una página web [www.isabela.gob.ec](http://www.isabela.gob.ec), la cual presenta información general del cantón, del municipio, sus planes, programas y proyectos, obras en marcha así como también las que están pendientes y principalmente los sitios de interés turísticos. Actualmente no se encuentra en línea.

### **2.1.8. ÁREA FINANCIERA**

Las asignaciones por concepto de ingresos de capital, transferencias e inversiones, otorgados por el Ministerio de Turismo, Consejo de Gobierno y auto financiamiento, mas el otorgamiento de los fondos de descentralización, forman parte del presupuesto del Municipio de Puerto Villamil (Isabela).

<b>PRESUPUESTO AÑO 2010</b>		
<b>PRESUPUESTO INICIAL</b>	<b>REFORMA</b>	<b>VALOR</b>
<b>2.712.255,20</b>	<b>268.004,59</b>	<b>2.980.259,79</b>

### **2.1.9. ANÁLISIS DE MERCADO ACTUAL**

Galápagos se cataloga como un lugar donde se puede disfrutar de un turismo de naturaleza, sin embargo, en los centros poblados y en las embarcaciones de turismo, los visitantes encuentran servicios de calidad y de todo precio.

En el año 2010, arribaron 173296 visitantes a la provincia de Galápagos, de los cuales 111722, fueron turistas foráneos, y 61574 fueron turistas nacionales. Dentro de las nacionalidades de visitantes que ingresaron a la provincia podemos resaltar a los norteamericanos con 46.093, seguidos de ingleses con 9.045, alemanes con 7.445, Canadienses con 6805 visitantes; el primer lugar en ingresos de visitantes lo tienen los ecuatorianos con 61.574.

Se tiene que considerar que del volumen de ingresos visitantes; el 89 % pertenecen a visitantes que realizan actividades de turismo en relación al ecuatoriano, el porcentaje minoritario muchas veces ingresa como turista y se quedan a realizar actividades laborales de manera ilegal.

Los Puntos de entrada hacia las islas Galápagos son muy importantes para poder determinar el mercado meta que queremos alcanzar, para lo cual tenemos que nuestra competencia directa Santa Cruz tiene el primer lugar en número de ingresos con 135.377 visitantes, seguido de San Cristóbal con 36.819 visitantes y al último se encuentra Isabela con 1.080 visitantes.

Analizando los porcentajes determinados por El Parque nacional Galápagos en lo que respecta al número ingresos, debemos considerar que en su gran mayoría los visitantes realizar modalidades de turismo navegable, es decir no generan plusvalía a las actividades de ecoturismo en puertos poblados, denominados tours combinados, en la cual hay una actividad con base local que permite una economía sustentable óptima.

Independientemente al realce e independencia que le pretendemos dar al cantón Isabela a través de este plan de marketing, para generar un turismo con base local en niveles óptimos, tenemos que considerar que Galápagos es un producto unificado como un solo destino y en su gran mayoría lo venden en paquetes con visitas a varias islas a través de diferentes itinerarios; sin embargo lo que buscamos es que todo el mercado meta de las provincia de Galápagos al menos en un 80 % tenga incluido en sus visitas la isla Isabela, en por lo menos un día para que puedan dinamizar la economía local.

## 2.1.10. VENTAJAS COMPETITIVAS

Representantes del gobierno central, gobiernos seccionales, empresarios privados (alojamiento, restaurantes, transporte, artesanía), organismos no gubernamentales y comunidad local de las Islas San Cristóbal, Santa Cruz e Isabela definieron las ventajas competitivas del turismo sostenible de Galápagos para el buen vivir local.

- Productos y servicios de mayor calidad
- Energías alternativas
- Buenos servicios básicos
- Implementación de buenas prácticas ambientales en establecimientos y operaciones turísticas
- Turismo con base local sostenible y responsabilidad ambiental empresarial
- Comunidad capacitada en temas eco turísticos con respeto a la naturaleza
- Personal capacitado localmente progresivamente
- Comunidad con conciencia ambiental
- Nuevo modelo de turismo sostenible: Turismo sostenible y selectivo.
- Mayor integración y coordinación en los aspectos de conservación
- Planificación con un sistema de monitoreo y evaluación.
- Normas claras para la inversión
- Cumplimiento del marco legal existente

En un mercado tan cambiante como el actual el reto de orientar la política sectorial con un horizonte a los años venideros a través de una planificación participativa y efectiva que contribuya a la dinamización económica de la actividad turística y sus encadenamientos con otros sectores productivos a partir de un acuerdo nacional para el desarrollo turístico sostenible, que logre armonizar en todas las formas de turismo las dimensiones: social, económica y ambiental desde una perspectiva de equidad presente y futura.

Este reto se complementa con un sistema de gobernanza formado por las reglas y procedimientos formales e informales que configuran un marco institucional en el cual colaboran los diversos actores involucrados en la actividad turística.

## **CAPÍTULO III**

### **ESTUDIO DE MERCADO**

#### **3.1 ANÁLISIS EXTERNO**

##### **3.1.1 MICROAMBIENTE**

###### **3.1.1.1. TAMAÑO DE LA MUESTRA**

#### **PROYECCIÓN DE POBLACIÓN Y TURISTAS DE GALÁPAGOS: 2000-2010**

A diferencia del fenómeno de migración, el crecimiento natural de las islas en su población está considerado de nivel bajo. En las islas Galápagos sólo el 2,5% de su territorio es considerado habitable, esto es un espacio de tierra de 200 km<sup>2</sup>. Sin embargo, la presión demográfica, está cobrando factura, lo que ocasiona poco a poco, el deterioro en la calidad de la vivienda y, lo que es más grave aún, la expansión hacia espacios considerados de uso ambiental y áreas protegidas.

En el año 2010, 173,296 visitantes fue la cifra que se describe en los datos sobre aspecto turístico, La tasa anual de crecimiento del número de visitantes entre el 2000 y el 2009 es del 14% anual; de continuar con ese ritmo, más de 500.000 turistas llegarían a las islas en los próximos 10 años. El impacto de estos altos niveles de llegada de turistas a las islas, sin un plan conjunto de las entidades responsables de la conservación, provoca presión a la reserva marina y terrestre.

**Tabla de Proyección de Habitantes 2001 – 2010**

<b>AÑO</b>	<b>TOTAL</b>
2001	18640
2007	30000
2010	35628

Fuente: INEC, VI Censo Nacional de Población y V de vivienda.2001

La mayor categoría de actividad que realiza la población corresponde al comercio con un porcentaje del 20,6%, luego le sigue en importancia el turismo que es el segundo rubro en rama de actividad con un 17,1%. De igual forma, destaca los Empleados Privados con un 14,5%, seguido de la pesca artesanal que tiene 12,5%, y que en Galápagos han tenido un peso representativo cuando se trata de procesos que inciden significativamente en las actividades de las islas.

Por la naturaleza de los mercados altamente competitivos y cambiantes del turismo, los operadores minoritarios podrían estar desfavorecidos frente a operadores internacionales y nacionales que están mejor equipados para acceder a dichas cadenas productivas de mayor escala.

### **Población por actividad Económica**

<b>AREAS</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>PORCENTAJE</b>
AGRICULTURA	11	2%
PESCA	67	12,50%
CAZA	0	0%
TURISMO	92	17,10%
COMERCIO	111	20,60%
EMPLEO PUBLICO	27	5%
EMPLEO PRIVADO	43	8%
TRANSPORTE SERVICIOS PROFESIONALES	78	14,50%
SERVICIOS COMUNALES	2	0,40%
OTROS	7	1,30%
NINGUNO	34	6,30%
	66	12,30%

### **UNIVERSO Y UNIDAD DE ANÁLISIS**

El universo, objeto de la investigación para el estudio de muestreo del plan, son todos los sectores del área urbana y rural de la provincia de Galápagos según el último censo de población año 2009. La unidad de análisis o unidad de observación es la actividad económica.

## MARCO MUESTRAL

El marco de muestreo para el Plan, fue construido en base a la actualización realizada por el censo de población y vivienda 2009. Está constituido por el listado completo y actualizado de actividad económica y población por sector censal.

La decisión sobre el tamaño de la muestra para el Plan, no puede basarse sólo en la teoría muestral, debido a que los errores de muestreo son en efecto una función que disminuye cuando el tamaño de la muestra aumenta, pero una encuesta es también extremadamente vulnerable a diversas clases de errores no muestrales, que contrariamente a los errores muestrales tienden a crecer cuando el tamaño de muestra aumenta.

Los errores no muestrales pueden solamente ser controlados con medidas meticulosas de control de calidad (tales como la selección de actividad, determinada por el encuestador), que llegan a ser difíciles o aún imposibles de poner en práctica durante el levantamiento. Para la determinación del tamaño muestral, se debe tomar en cuenta reducir los errores de muestreo totales ganando el control de la distribución de la muestra a través de los dominios, lo que conduce a asignar la muestra en proporción al tamaño de la población de los dominios. Los dominios de estudio, denominados Dominios de Estimación, son agrupaciones de centros poblados con características similares para los que se pretende obtener estimaciones, es decir las 2.032 seleccionadas

El cálculo del tamaño de la muestra se hizo en base a variables dicotómicas como son gasto diario y actividades de turistas, para el volumen de ingreso de turistas a Parque Nacional Galápagos en 2010. En la variable población, al tener poblaciones pequeñas como es el caso de Isabela Rural se realizaron a todos los habitantes, esto distorsiona un poco el cálculo de los errores muestrales máximos; en el siguiente cuadro se puede ver los errores utilizados en el diseño muestral para la encuesta del Plan de Marketing de Isabela, en Galápagos.

### Cuadro de Margen de Error

DOMINIO	ERROR MUESTRAL MÁXIMO	SIGNIFICANCIA
Isabela Rural	0.04	95%
Isabela Urbano	0,07	95%
Turistas Nacionales	0,04	95%
Turistas Extranjeros	0,07	95%
Turistas Internos	0,07	95%
Cabotaje Inter-islas	0,04	95%

Fuente: INEC - CGREG - Encuesta de Condiciones de Vida Galápagos 2009

La fórmula que se va a utilizar para obtener la muestra es:

$$n = \frac{PQ * N}{(N-1) * E^2 / K^2 + PQ}$$

Donde:

n= MUESTRA

N= UNIVERSO

PQ= CUANTIFICACIÓN

E<sup>2</sup>= MARGEN DE ERROR

K<sup>2</sup>= NIVEL DE CONFIANZA

Esta fórmula se va a utilizar para todas las poblaciones que se les va a realizar la encuesta, ya que es lo más conveniente y acertado para nuestro estudio.

### Muestra de los Habitantes de Puerto Villamil

La población total de Puerto Villamil es de 2032 habitantes.

$$n = \frac{PQ * N}{(N-1) * E^2 / K^2 + PQ}$$

$$n = \frac{0.25 * 2032}{(2032-1) * 0.07^2 / 2^2 + 0.25} = \frac{508}{2031 * 0.0012 + 0.25}$$

508

$$n = \frac{508}{2.6872} = 189$$

2.6872

$$n = 189$$

La muestra del universo respecto a la población es de 189 habitantes, los mismos que serán encuestados en forma aleatoria en la avenida principal de la ciudad, que es la de mayor concurrencia, así como en parques y canchas deportivas.

### **Muestra de los turistas que visitan el Cantón Isabela**

Se tomara en consideración el número de ingreso de turistas otorgado por el municipio y el parque nacional Galápagos en base al número de arribo de las lanchas de cabotaje que ingresan por el muelle y los vuelos diarios de las avionetas al aeropuerto, datos correspondientes al año 2010.

En el 2010 ingresaron a la provincia de Galápagos 173,296 turistas, de los cuales solo 93.639 no se hospedaron en embarcaciones de tour navegable, y de estos solo el 15 % equivalente a 14.046 turistas visitaron el Cantón Isabela.

PQ \*N

$$n = \frac{PQ * N}{(N-1) * E^2 / K^2 + PQ}$$

$$(N-1) * E^2 / K^2 + PQ$$

$$0.25 * 14046$$

$$3511,5$$

$$n = \frac{0.25 * 14046}{(14046-1) * 0.07^2 / 2^2 + 0.25} = \frac{3511,5}{14045 * 0.001225 + 0.25}$$

$$(14046-1) * 0.07^2 / 2^2 + 0.25$$

$$14045 * 0.001225 + 0.25$$

$$n = \frac{3511,5}{17,455} = 201$$

$$n = 201$$

El tamaño de la muestra será de 201 turistas, los cuales serán encuestados aleatoriamente, en las zonas de más afluencia turística en Puerto Villamil, como son: el muelle donde arriban los pasajeros y en algunos de los hoteles más representativos.

### **Muestra de los Prestadores de Servicios de Puerto Villamil**

Los proveedores de Puerto Villamil son de 62, clasificados de la siguiente manera:

<b>Tipo de Proveedor</b>	<b>Valor</b>	<b>%</b>
Agencias de viaje	8	13
Hostal	4	6,5
Cabañas	2	3
Pensiones	22	35,5
Comidas y Bebidas	21	34
Transporte Turístico Marítimo	4	6,5
Transporte Aéreo	1	1,5

$$n = \frac{PQ * N}{(N-1) * E^2 / K^2 + PQ}$$

$$n = \frac{0.25 * 62}{(62-1) * 0.07^2 / 2^2 + 0.25} = \frac{15.5}{61 * 0.001225 + 0.25}$$

$$n = \frac{15.5}{0.324} = 48$$

$$n = 48$$

El tamaño de la muestra es de 48 prestadores de servicios, de los cuales se dividirán de la siguiente manera.

Tipo de Proveedor	%	Valor
Agencias de viaje	13	6
Hostal	6,5	3
Cabañas	3	1
Pensiones	35,5	17
Comidas y Bebidas	34	17
Transporte Turístico Marítimo	6,5	3
Transporte Aéreo	1,5	1

Tomando en consideración este último detalle, este será el número de proveedores los que se van a encuestar y a elegir en forma aleatoria, en la zona de más afluencia turística que es en el centro de Puerto Villamil.

### 3.1.1.2 ENTREVISTAS Y ENCUESTAS

#### ENTREVISTA DIRIGIDA A LAS AUTORIDADES UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DEL ECUADOR

1. ¿Es el turismo la principal actividad económica del cantón?
2. ¿Cuál es la necesidad básica de la población?
3. ¿Qué pasa con la inversión privada?
4. ¿Cuáles son los beneficios directos que el turismo genera a la comunidad?
5. ¿Existe repartición equitativa de los beneficios que deja el turismo para todos los sectores involucrados?
6. ¿Hace cuanto tiempo empezaron los procesos de Descentralización de los municipios?
7. ¿Qué resultados ha tenido la Descentralización?
8. ¿Posee políticas de Desarrollo Turístico?
9. ¿Cuáles son los proyectos vigentes para el turismo?
10. ¿Donde se concentra la oferta turística?
11. ¿Qué les interesa más de la demanda turística?
12. ¿Les interesa todos los mercados turísticos y segmentos?
13. ¿Considera usted que estos atractivos son considerados como únicos del Ecuador?
14. ¿Que estrategias de promoción considera imprescindibles para posicionar al cantón Isabela como un destino turístico?
15. ¿Como se está manejando la comercialización, marketing del cantón?
16. ¿Como manejan los comentarios, pedidos, quejas de los usuarios vía on-line?
17. ¿Se han entablado relaciones con otros municipios para realizar acciones conjuntas en esta materia?
18. ¿Cuál ha sido su principal labor en el cargo que se desempeña respecto al turismo?
19. ¿Cuál es su principal reto en este cargo?

**CUESTIONARIO PARA HABITANTES DE LA CIUDAD DE PUERTO VILLAMIL**  
**UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DEL ECUADOR**

El objetivo de este cuestionario es determinar el grado de conocimiento que tienen los habitantes de esta ciudad sobre el desarrollo turístico y la influencia que ejerce la misma en la comunidad.

1) ¿Cuál es su ocupación?

.....  
.....

2) ¿Cuál es su lugar de trabajo?

.....  
.....

3) ¿Cuál es su nivel de instrucción?

Primaria.....Secundaria..... Superior.....

4) ¿Cuál es la mayor fuente de ingreso del cantón?

Pesca..... Agricultura.....

Turismo..... Ganadería.....

Otros.....

5) ¿Cuál es el principal problema social de la ciudad?

Inseguridad.....

Falta de empleo.....

Carencia de servicios básicos.....

Otros (identifique).....

6) ¿Qué sector ha recibido mayor apoyo por parte del municipio?

Industrial.....

De servicios.....

Agropecuario.....

Ninguno.....

- 7) ¿Conoce los atractivos turísticos del cantón?  
 Muy pocos..... Algunos..... La mayoría.....
- 8) ¿Usted sale a todos los eventos y fiestas que se realizan en el cantón?  
 Rara vez..... Varias veces..... Siempre.....
- 9) ¿Considera que el cantón Isabela es un potencial turístico?  
 Si..... No.....
- 10) ¿Conoce Ud. sobre alguna campaña de promoción turística desarrollada por el municipio del cantón Isabela?  
 Si..... No.....  
 Cual.....
- 11) ¿Qué sector se preocupa más por promocionar más al cantón?  
 Empresa pública.....  
 Empresa privada.....
- 12) ¿Cree Ud. que el turismo ha ayudado al desarrollo económico del cantón?  
 Si..... No.....
- 13) Puede mencionar alguna medida para proteger el patrimonio natural y cultural?  
 .....  
 .....
- 14) ¿Estaría Ud. interesado/a en participar en actividad turística?  
 Si..... No.....
- 15)Cuál sería la actividad en la que estaría interesado/a en participar?  
 Alimentación.....  
 Alojamiento.....  
 Transporte.....  
 Otros.....

16) ¿Cómo calificaría los siguientes servicios?

<b>Servicio</b>	<b>Malo</b>	<b>Bueno</b>	<b>Excelente</b>
Señalética			
Vialidad			
Atención al cliente			
Seguridad			
Luz			
Teléfono			
Alcantarillado			
Transporte			
Promoción			
Participación colectiva			

**CUESTIONARIO PARA LOS TURISTAS QUE VISITAN PUERTO VILLAMIL**  
**UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DEL ECUADOR**

El objetivo de este cuestionario es para determinar la necesidad y percepción del turismo que poseen los turistas respecto a la ciudad que están visitando.

Edad:.....

Género: M..... F.....

Procedencia.....

1) ¿Cuántas veces ha visitado puerto Villamil?

Una vez.....

Dos veces.....

Más de dos veces.....

2) ¿Qué le motivo a visitar la ciudad?

Turismo.....

Diversión.....

Negocios.....

Otros.....

3) ¿Cuánto es el tiempo de permanencia en puerto Villamil?

.....  
.....

4) ¿Con cuantas personas viaja?

Solo.....

Dos personas.....

Más de dos personas.....

5) ¿Cuál es el tipo de alojamiento que tendrá en puerto Villamil?

Familiares.....

Amigos.....

Hoteles.....

6) ¿Cuál es el presupuesto de gasto diario en puerto Villamil?

Menos de 20 dólares.....

De 20 a 40.....

Más de 40 dólares.....

7) ¿Cómo se entero de la existencia de puerto Villamil?

Web.....

Televisión.....

Material escrito.....

Familiar-amigos.....

Otros (identifique).....

8) ¿Cómo calificaría los servicios que ofrece el puerto?

<b>Servicio</b>	<b>Malo</b>	<b>Bueno</b>	<b>Excelente</b>
Alojamiento			
Alimentación			
Transporte			
Servicios básicos			

- 9) ¿Cómo calificaría los precios de los servicios en puerto Villamil?  
 Altos..... Bajos..... Justos.....
- 10) ¿Están satisfechas sus necesidades de movilización y transporte a los sitios de interés?  
 Si..... No.....  
 Explique porque.....
- 11) ¿Qué factor cree que debería mejorar inmediatamente en la atención al cliente?  
 .....  
 .....
- 12) ¿La señalización en la ciudad es?  
 Suficiente.....  
 Insuficiente.....  
 Deficiente.....
- 13) ¿Se siente seguro y confiado al transitar por puerto Villamil y sus sitios de interés?  
 Si.....No..... Explique porque.....
- 14) ¿Qué otra ciudad o cantón de Galápagos va a visitar?  
 .....  
 .....
- 15) ¿Estaría dispuesto a regresar a puerto Villamil?  
 Si..... No.....
- 16) ¿Qué es lo mejor que comentaría de puerto Villamil?  
 Su riqueza natural.....  
 Su riqueza cultural.....  
 Servicio al cliente.....  
 Otros (especifique).....

17) ¿Ha recibido en puerto Villamil algún material promocional del lugar?

Si.....

No.....

18) ¿Cuáles son los meses que UD. prefiere viajar a puerto Villamil, Galápagos?

.....  
.....

### **CUESTIONARIO PARA LOS PRESTADORES DE SERVICIOS UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DEL ECUADOR**

El objetivo de este cuestionario es para conocer el manejo e importancia que ejerce el turismo dentro de la ciudad y su economía.

1) ¿Qué actividad realiza su empresa?

Alimentación.....

Alojamiento.....

Transporte.....

Agencia de viajes.....

2) ¿Cuanto tiempo lleva en el mercado?

Menos de 1 año.....

De 1 a 5 años.....

De 6 a 10 años.....

Más de 10 años.....

3) ¿Qué fue lo que le motivo a estar en la actividad turística?

Rentabilidad económica.....

Tranquilidad.....

Facilidad.....

Motivación personal.....

Otros (especifique).....

- 4) ¿Qué tipo de incentivo recibió para emprender el negocio?  
 Personal..... Familiares y amigos.....  
 Gobierno y/o municipio..... Comunidad.....  
 otros (especifique).....
- 5) ¿Qué clase de turistas visitan el sector?  
 Nacionales (identifique la procedencia).....  
 Extranjeros (identifique la procedencia).....
- 6) ¿Qué nivel económico presentan sus clientes?  
 Alto..... Medio..... Bajo.....
- 7) ¿Cuál es su principal mercado?  
 Niños..... Jóvenes.....  
 Jóvenes..... Ancianos.....
- 8) ¿Cuál es la capacidad instalada para la demanda turística?  
 Menos de 20 personas..... De 21 a 40 personas.....  
 De 41 a 60 persona..... Más de 61 personas.....
- 9) ¿Cuál es el promedio de ocupación o rotación diaria de su negocio?  
 .....%
- 10) ¿Cuál es la temporada de mayor afluencia turística?  
 .....  
 .....
- 11) ¿Cuál es la temporada de menor afluencia turística?  
 .....  
 .....
- 12) ¿Cuál es el nivel de instrucción del personal que Ud. dispone?  
 Primario..... Secundario..... Superior.....
- 13) ¿Los guías turísticos trabajan con licencia certificada?  
 Si..... No.....

14) ¿Dispone de estrategias de trabajo para fomentar el turismo?

Si..... No.....

15) ¿Qué aspectos cambiaría de acuerdo como se está llevando a cabo el turismo en el puerto?

.....  
.....

16) ¿Cree que están en la capacidad de competir a nivel nacional e internacional con los productos turísticos?

Si..... No.....

Explique porque.....

17) ¿Se debe trabajar en forma conjunta con los servidores turísticos?

Si..... No.....

Como.....

18) ¿Qué canal utiliza para promocionar su negocio?

Prensa escrita..... Radio..... Internet.....

Televisión..... Material impreso..... Videos y/o cds.....

Ninguno.....

### **3.1.1.3 INFORME DE LA ENTREVISTA AL SEÑOR ALCALDE BOLIVAR TUPIZA**

La entrevista realizada al señor Bolívar Tupiza fue realmente exitosa ya que permitió tener una visión más detallada de la situación turística y de otros aspectos importantes del cantón.

Como primer punto la entrevista se centro en aspectos relevantes del turismo y las necesidades básicas que envuelve a este sector, como trabaja y que beneficios acarrea.

Se menciona que “el turismo es la principal actividad económica del cantón, así como también lo es la pesca, que son las dos actividades más importantes y por ende generadores de empleo. A pesar de la carencia de servicios básicos presentes en el cantón desde hace mucho tiempo hasta la actualidad no ha sido

un impedimento para fomentar la inversión privada en el sector, como de alojamiento, restaurantes y transportación, que se empezó casi hace unos 20 años atrás y que cada vez reciben más afluencia turística en especial de extranjeros.

Los servicios básicos si bien no han sido un impedimento para el desarrollo turístico si han sido un problema y han dificultado y retrasado dicho desarrollo para el cantón, las necesidades básicas del lugar son alcantarillado, agua, manejo de desechos, ya que no han tenido ningún gobernante o autoridad que maneje el dinero como una inversión para la infraestructura y bases para el sector.

Los beneficios directos que el turismo ha generado a la comunidad son muchos en realidad, pero el principal es el crecimiento económico, que ha permitido a la población tener su empleo e ingresos mejorando la calidad de vida de sus habitantes, a parte ha permitido la promoción turística del cantón, que ya no se conoce únicamente como Galápagos y era aprovechado por la gran empresa a través de sus cruceros desmereciendo el turismo con base local; ahora están plenamente identificados los destinos como provincia y su división política, promoviendo una repartición equitativa de los beneficios que deja el turismo para todos los sectores involucrados”.

Al hablar de la descentralización se pudo esclarecer las mejoras en base a este tema ya que ha permitido que haya más ingresos para la municipalidad, la cual acompañado de autoridades competentes está permitiendo la inversión en lo que respecta a la infraestructura y servicios básicos, la cual permitirá el progreso del cantón y del país en forma económica e imagen a nivel nacional e internacional.

“Existen grandes avances en los que respecta a este tema, como lo es el cobro de la licencia anual de funcionamiento que lo hace directamente la municipalidad, así como la creación del ITUR y adicionalmente el cobro de tasa de consorcio de municipalidades al turista.

Dentro de la políticas de desarrollo turístico que maneja el Cantón, es el plan de desarrollo elaborado en el año 2006 con vigencia hasta el 2011, en la actualidad el departamento de Turismo de la municipalidad se encuentra realizando la formulación de un nuevo plan, adicionalmente al de manejo del Parque Nacional Galápagos, ya que el cantón se encuentra dentro de este.

Uno de los principales proyectos vigentes para esta administración es la implementación del agua potable que ya se encuentra en marcha y se encuentra en un 70 % de la obra, y el manejo eficiente de desecho y residuos con planta de reciclaje de botellas plásticas, esto se da como pilar fundamental para el desarrollo turístico del cantón y poseer mayor competitividad en el mercado, y que cada vez es más exigente.

Nunca se ha manejado un plan de Marketing turístico por lo que sus estudios o parámetros no van enfocados a cierto tipo de mercado, lo que importa es que haya influencia de turistas sin importar la edad, genero, condición económica, o el tipo de actividad que realice, lo que no se quiere y se trata de evitar es que no

hayan los denominados “mochileros”, lo cual significaría una imagen no adecuada para el cantón, ya que de sus atractivos se espera o se estima la afluencia de turistas preparados, que gasten o consuman en el lugar, mas no que vayan en cruceros y visiten los sitios turísticos y no realicen ninguna actividad de turismo con base local en los sitios poblados como Isabela, lo cual no generaría ingresos para la población.

Enfocados en los atractivos , el cantón posee el 60% de la flora y fauna de todo el archipiélago, convirtiéndolo en un sitio estratégico para realizar excursiones con base local sin necesidad de tomar grandes cruceros los cuales tienen un costo altísimo para el turista, en base a estos aspectos, se debería promocionar como una estrategia sus recursos naturales y culturales históricos, además lógicamente del sol y playa , ventajas que posee ya que es el único cantón que posee playas de arena blanquecina con largas extensiones y que este cerca a la población y lógicamente contar con hoteles de varias categorías frente al mar.

El departamento de planificación es el encargado de realizar el marketing en muchos lugares del país como Pichincha, el Oriente, Guayas, etc.; el mismo que participa en la FITE, BITE, y CEMEXPO en el año. Para su promoción el cantón cuenta con una página web, la cual al momento se está reestructurando, y posteriormente cada mes realizara una actualización, y respecto al manejo de comentarios y pedidos se encarga departamento dependiendo al que va dirigido, se le da paso a su investigación y debido seguimiento”.

Cabe recalcar, que esta municipalidad se encuentra entablando relaciones con las otras municipalidades de la provincia para realizar acciones conjuntas de promoción; pero la principal acción es trabajar con la comunidad y dar un manejo especial al turismo ya que esta es considerada para ser el mayor impulsor del desarrollo del cantón”.

#### **3.1.1.4. TABULACIÓN E INTERPRETACION DE DATOS OBTENIDOS DE CLIENTES**

### **CUESTIONARIO APLICADO A LOS HABITANTES DE LA CIUDAD DE PUERTO VILLAMIL.**

#### **UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DEL ECUADOR**

A los habitantes de la ciudad de Puerto Villamil se les aplico una encuesta basada en cuestionarios ya establecidos, y de acuerdo al número que se obtuvo en la formula de la muestra poblacional que se realizo, y presenta un numero de 189 habitantes.

### 1) ¿CUAL ES SU OCUPACIÓN?

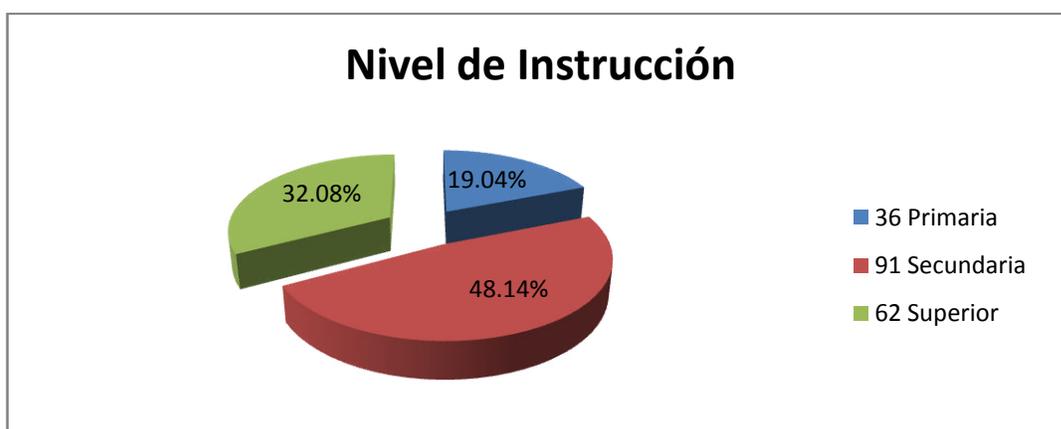
En los resultados se pudo obtener que 31 personal son estudiantes, 46 son profesionales, 23 personas son comerciantes, 63 personas son trabajadores, 26 pescadores. Índices que nos indican que la mayor parte de encuestados trabajan en entidades públicas y privadas o desean llegar a serlo.

### 2) ¿CUAL ES SU LUGAR DE TRABAJO?

Los resultados muestran que 36 no trabajan, 68 personas trabajan en el sector público, 44 personas trabajan para el sector privado y 41 personas laboran en forma independiente o autónoma, cabe recalcar que muchos de estos negocios son relacionados con el sector turístico, y muchas de las personas laboran en faena de pesca.

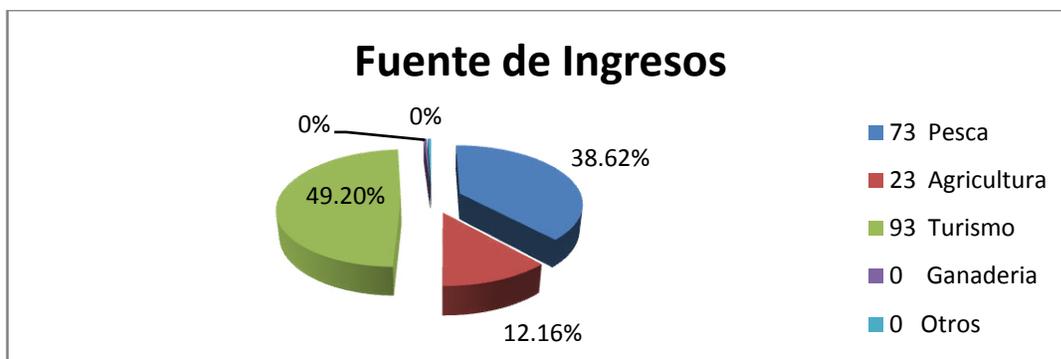
### 3) ¿CUAL ES SU NIVEL DE INSTRUCCIÓN?

Los datos muestran que la mayoría de la población entrevistada tiene un nivel de educación secundaria, es decir solo terminaron el nivel secundario, así como también se debe notar que todos los entrevistados por lo menos tienen un grado de educación primaria.



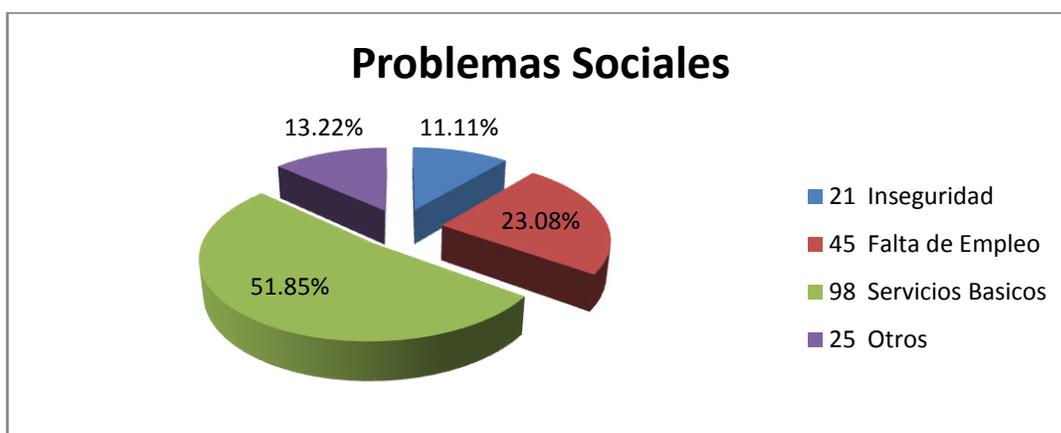
### 4) ¿CUAL ES LA MAYOR FUENTE DE INGRESO DEL CANTÓN?

Los resultados muestran que la principal fuente de ingreso al cantón es el Turismo, seguido con una diferencia razonable de la Pesca, mientras que los dos últimos ítems no mostraron ningún porcentaje, el mismo que indica que la población esta consiente del grado de importancia que ejerce el turismo en el cantón.



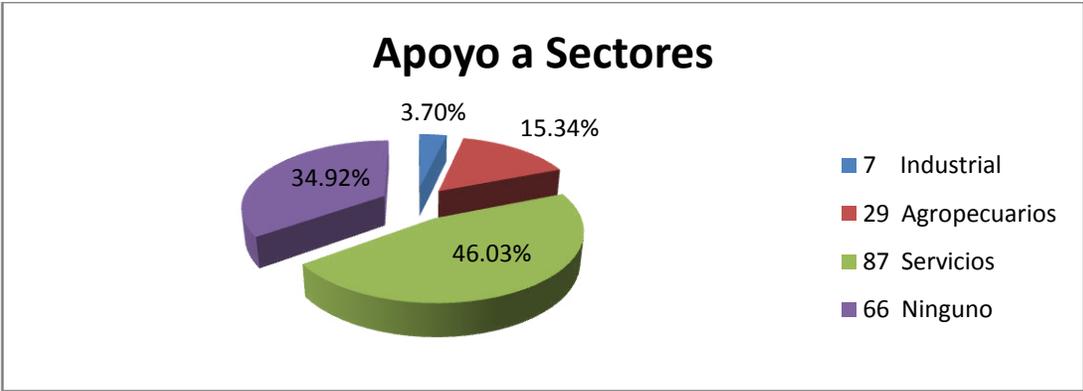
#### 5) ¿CUAL ES EL PRINCIPAL PROBLEMA SOCIAL DE LA CIUDAD?

En los resultados se puede observar que la mayoría de la población entrevistada responde que el más grave problema social que existe en la ciudad es la Carencia de Servicios Básicos, inconveniente que en la mayoría de las provincia pequeñas sufrimos desde hace muchos años atrás, y entre los otros problemas tenemos la falta de empleo ya que este no está bien determinado.



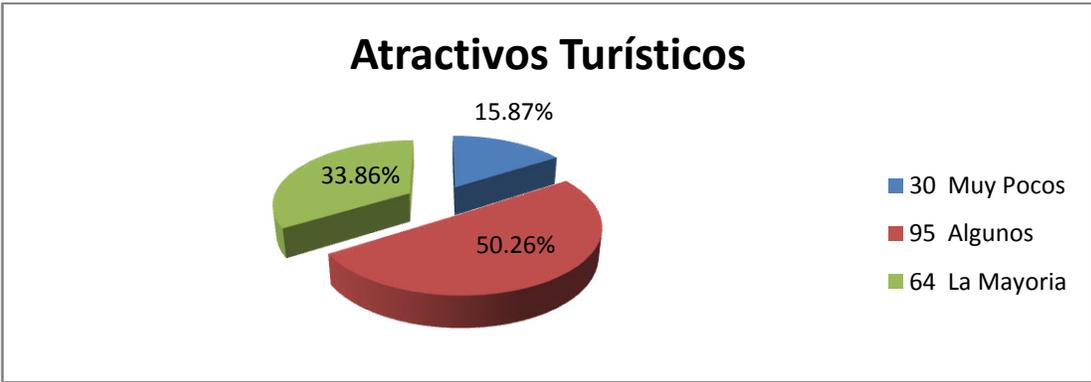
#### 6) ¿QUE SECTOR HA SECIBIDO MAYOR APOYO POR PARTE DEL MUNICIPIO?

Los datos muestran que la mayoría de la población entrevistada piensa que el municipio brinda su apoyo al sector de servicios, sin embargo cabe destacar el alto porcentaje de la población que está seguro que esta entidad no brinda ninguna ayuda a ningún sector, lo que implica el grado de desconfianza de la labor municipal.



7) ¿CONOCE LOS ATRACTIVOS TURÍSTICOS DEL CANTÓN?

En los resultados se puede observar que la mayoría de la población entrevistada conoce algunos de los atractivos turísticos que posee el cantón, es decir que se tienen una afluencia turística interna positiva.



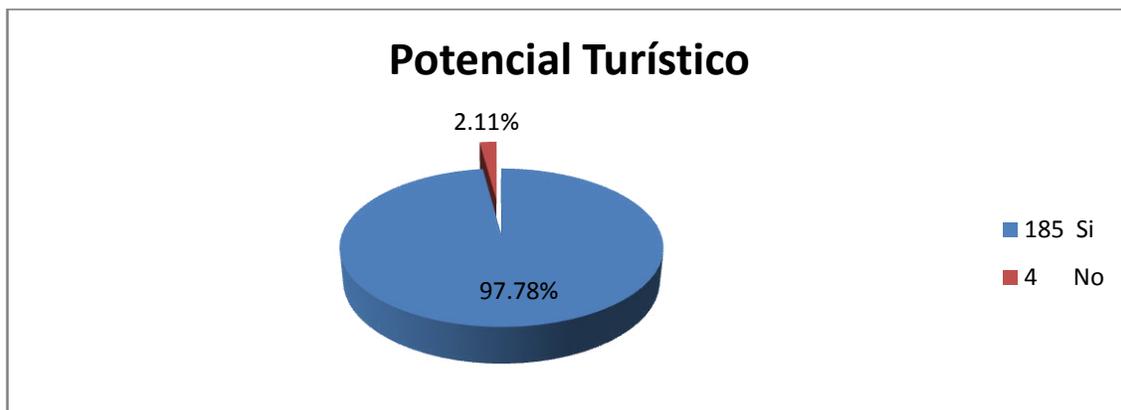
8) ¿USTED SALE A TODOS LOS EVENTOS Y FIESTAS QUE SE REALIZA EN EL CANTÓN?

Se puede notar por los resultados obtenidos que la población siempre dedica tiempo y sale a disfrutar de los eventos y festividades realizadas dentro del cantón.



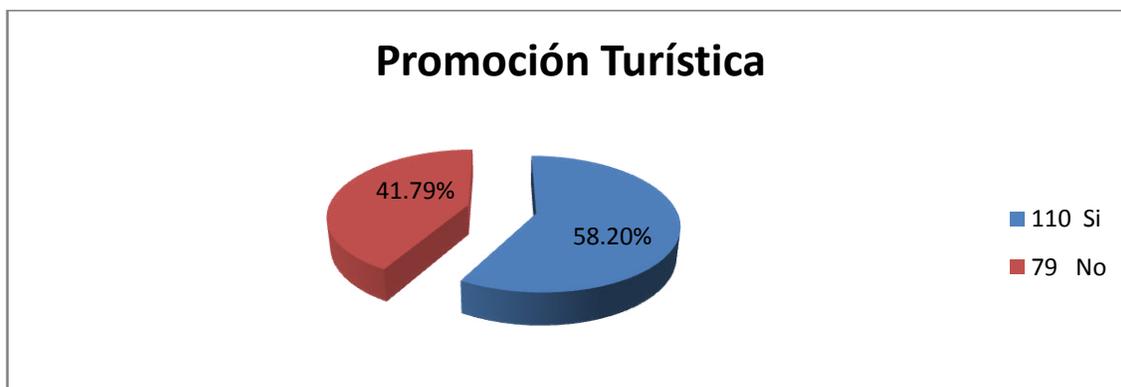
9) ¿CONSIDERA QUE EL CANTÓN ISABELA ES UN POTENCIAL TURÍSTICO?

Los datos abarcan que el cantón Isabela según su población es un gran potencial turístico ya que presenta muchos atractivos que se pueden consolidar, y resaltar del resto de la provincia.



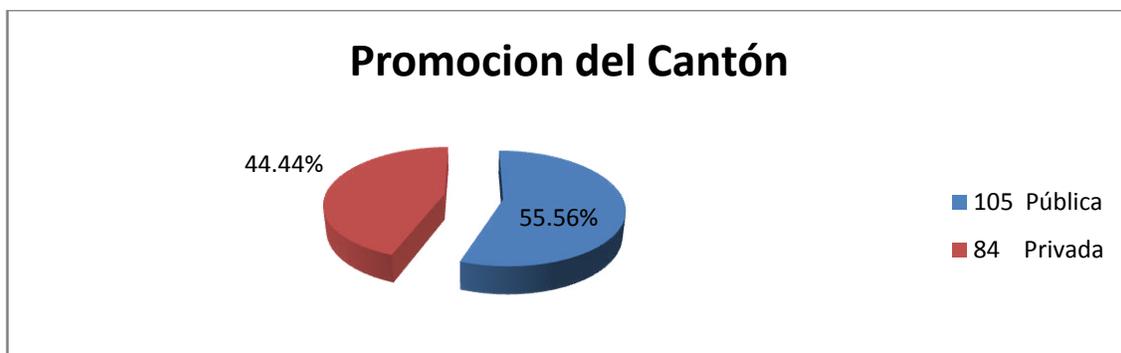
10) ¿CONOCE UD SOBRE ALGUNA CAMPAÑA DE PROMOCIÓN TURÍSTICA?

Según los datos obtenidos la mayoría de la población encuesta conoce acerca de la Promoción Turística a cargo del municipio, y la más destacada e indiscutible es acerca del senderismo en el volcán sierra Negra.



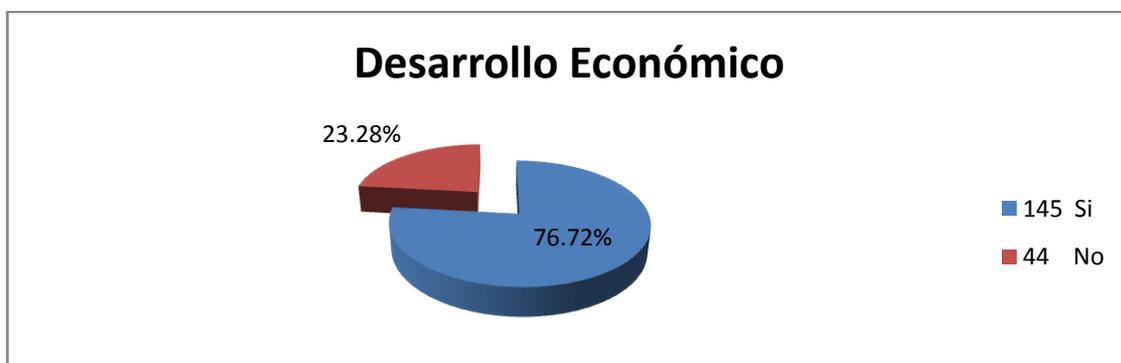
11) ¿QUE SECTOR SE PREOCUPA MAS POR PROMOCACIONAR AL CANTON?

Se puede notar por los resultados obtenidos en las encuestas que la población esta consiente que el Sector Publico, es el ente que más se encarga de promocionar el cantón turísticamente, mas no podemos dejar a un lado al sector privado.



12) ¿CREE UD QUE EL TURISMO HA AYUDADO AL DESARROLLO ECONÓMICO DEL CANTÓN?

En los resultados se puede observar que en su gran mayoría de la población entrevistada sabe que el turismo ha sido el ente impulsador de Desarrollo Económico del Cantón, sin dejar a un lado a otro sector que ha trascendido como la pesca artesanal de varios tipos de productos marinos.

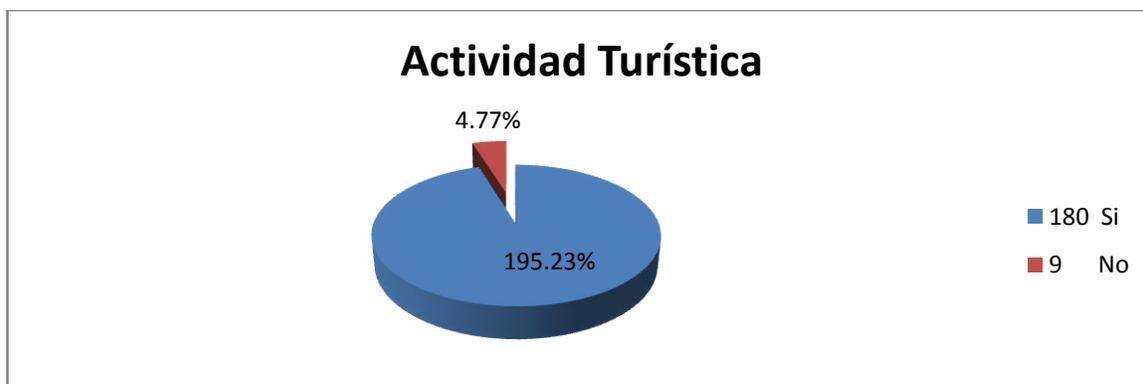


13) ¿PUEDE MENCIONAR ALGUNA MEDIDA PARA PROTEGER EL PATRIMONIO NATURAL Y CULTURAL?

Los datos muestran que la mayoría de la gente entrevistada está de acuerdo en castigar y sancionar a todas las personas que intentan cometer algún delito en contra del patrimonio cantonal y lógicamente provincial del Parque Nacional Galápagos, utilizando leyes más drásticas; y también han mencionado en tomar medidas respecto a la basura y su manejo.

14) ¿USTED ESTARIA INTERESADO/A EN PARTICIPAR EN LA ACTIVIDAD TURÍSTICA?

Se puede notar por los resultados que la mayoría de la población entrevistada está interesada en participar en las actividades turísticas, factor importante para iniciar cualquier proyecto ya que la gente está dispuesta en cooperar y ser parte del desarrollo turístico.



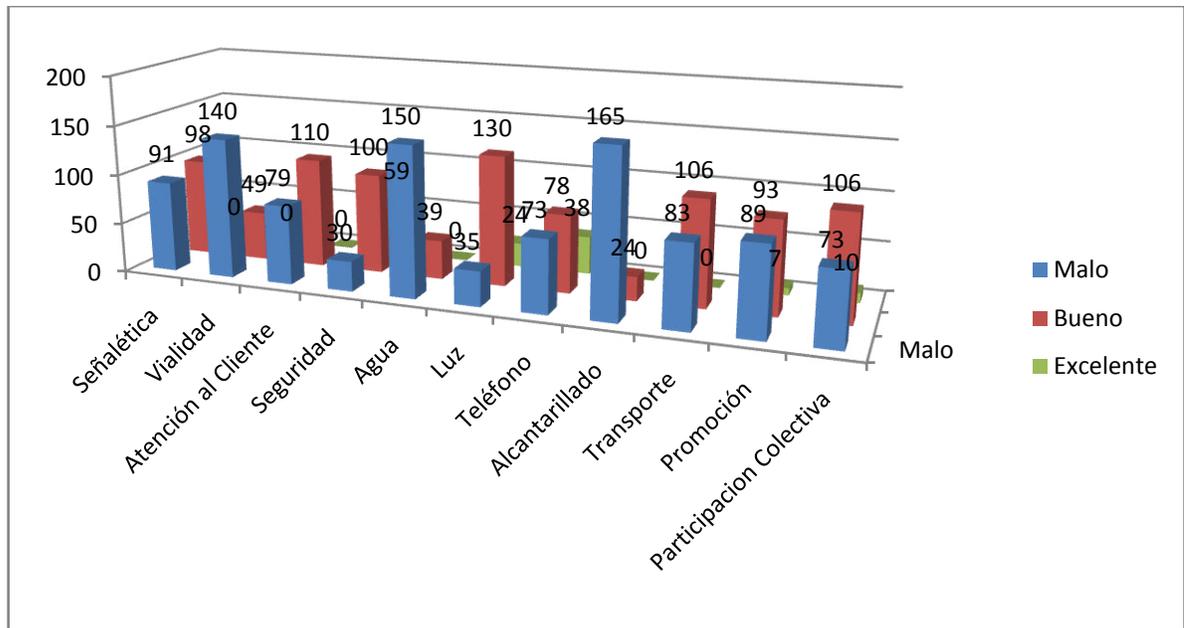
15) ¿CUAL SERIA LA ACTIVIDAD EN EL QUE ESTARIA INTERESADO/A EN PARTICIPAR?

En los resultados se puede observar que la mayoría de los encuestados quisieran formar parte del mundo hotelero en el cantón, destacando que otra gran mayoría quisiera formar parte de la transportación marítima inter islas.



16) ¿COMO CALIFICARIA LOS SIGUIENTES SERVICIOS?

De acuerdo a los datos obtenidos se puede observar cómo califica la población a los diversos servicios que reciben dentro del cantón, así que muestran los siguientes resultados: En cuanto a la señalética tiene una calificación de bueno con un 51.85%; vialidad tiene una calificación de malo con un 74.07%; en cuanto a la atención a cliente presenta una calificación de bueno con un 58.20%; seguridad tiene una calificación de bueno con un 52.91%; el agua tiene una calificación de malo con un 79.36%; la luz tiene una calificación de buena con un 68.78%; teléfono tiene una calificación de bueno con un 41.26%; el alcantarillado presenta una calificación de malo con un porcentaje del 87.30%; El transporte tiene una calificación de bueno con un 56.08%; Promoción tiene una calificación de bueno con un 49.20%; y por último la participación colectiva muestra una calificación de bueno con 56.08%. Valores que nos indican que la población sabe que los servicios recibidos en su mayoría son buenos y malos, solo algunos pocos servicios los cuales cuenta en el cantón han sido evaluados como excelentes, factores que muestran que se deben mejorar en todos los servicios que brindan a la población.



## CUESTIONARIO PARA LOS TURISTAS QUE VISITAN LA CIUDAD DE PUERTO VILLAMIL

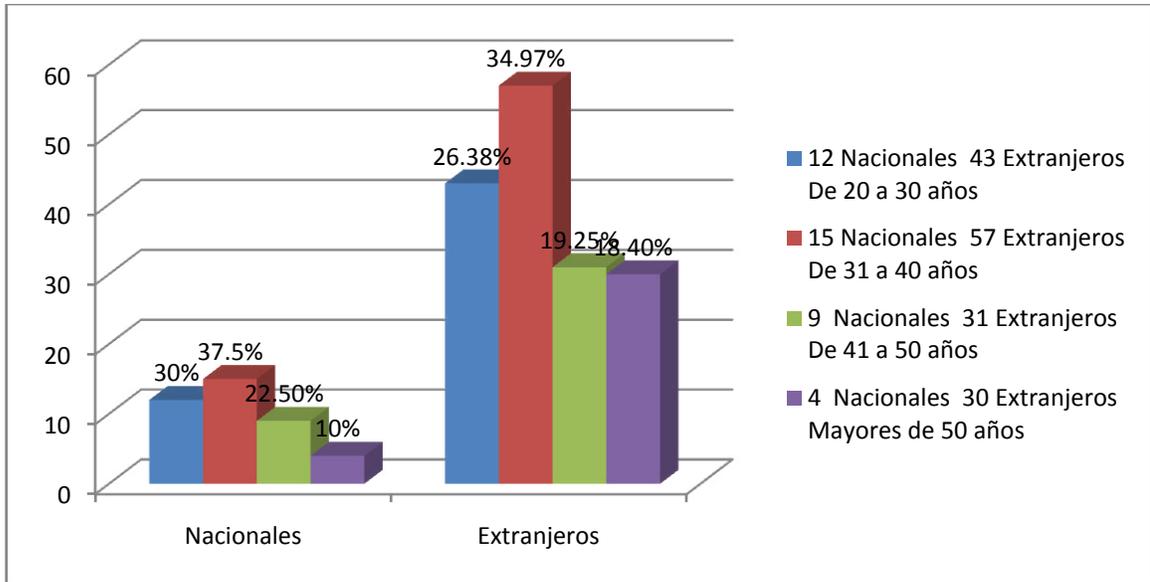
### UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DEL ECUADOR

A los turistas que visitaron la ciudad de puerto Villamil se les aplicó una encuesta basada en cuestionarios ya establecidos, y de acuerdo al número que se obtuvo en la fórmula de la muestra poblacional que se debe realizar a 201 turistas, los mismos que fueron escogidos en forma aleatoria sin tomar en cuenta su nacionalidad, si son nacionales o extranjeros, ya que la muestra realizada no determinó alguna nacionalidad. Se obtuvieron 40 encuestas a turistas nacionales y 161 encuestas a turistas extranjeros.

Las encuestas lanzaron los siguientes resultados:

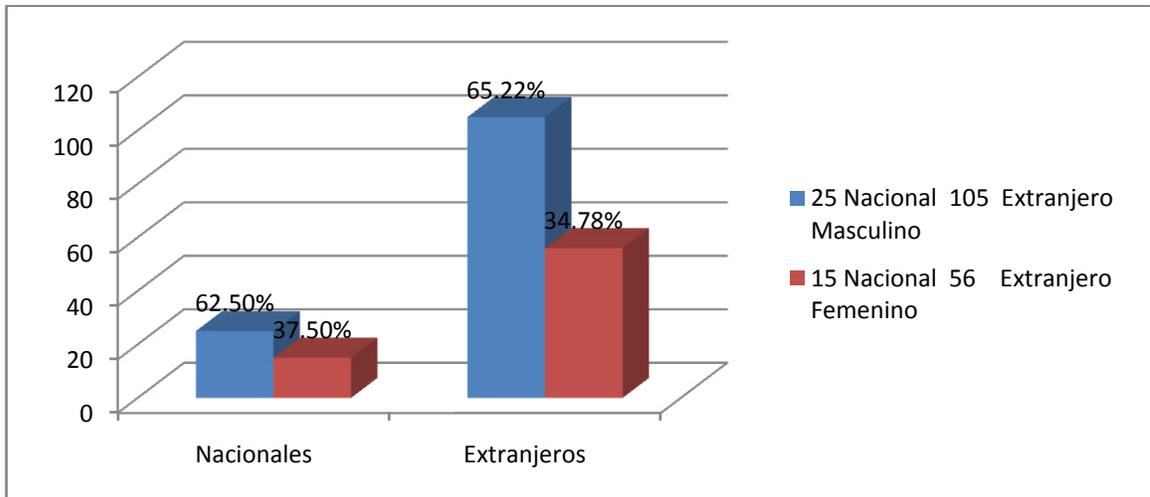
#### EDAD

En los resultados se puede observar que en Puerto Villamil existen tanto turistas nacionales como extranjeros, predominando la existencia de turistas internacionales, tomando en cuenta los niveles más altos que van en una edad entre los 31 y 40 años para visitantes nacionales y extranjero, de la misma manera seguido por turistas que van en una edad entre 20 y 30 años, por lo tanto podemos ver que la ciudad presenta una demanda turística de jóvenes y adultos.



## GÉNERO

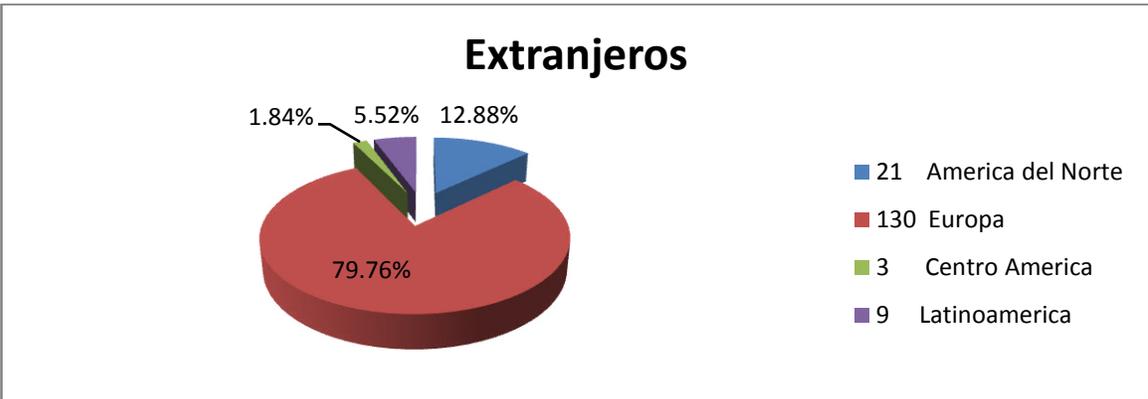
Las encuestas muestran que en su gran mayoría tanto turistas nacionales como extranjeros que visitan la ciudad de Puerto Villamil son de género masculino, que representan más del 50% de los turistas entrevistados.



## PROCEDENCIA

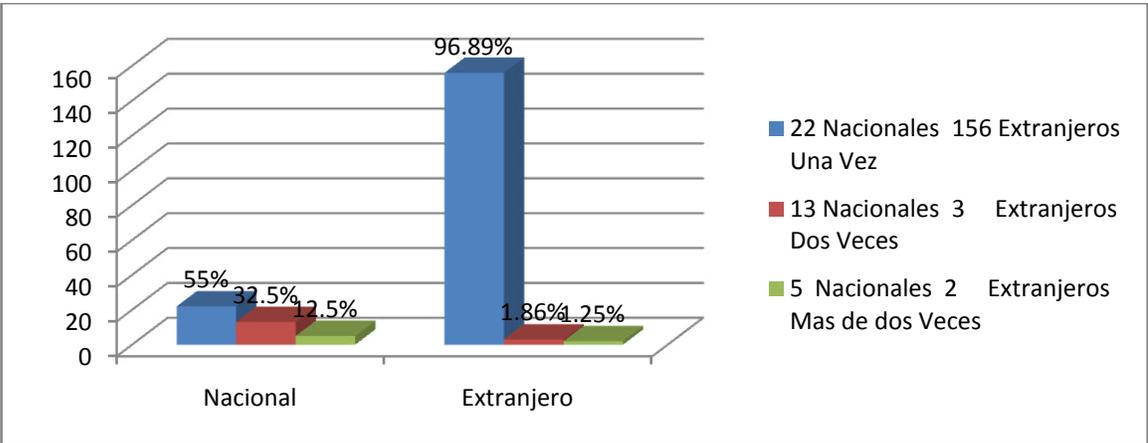
Dentro de los turistas nacionales en mayor mercado proviene de la provincia de Pichincha con una mínima diferencia de la provincia de Guayas.

El principal mercado dentro de los turistas extranjeros se encuentra en Europa en países como Alemania, Holanda, Inglaterra, Bélgica, seguido de América del Norte, luego Latinoamérica de países como Argentina y Chile y por último con una gran minoría esta Centroamérica de países provenientes de Costa Rica y México.



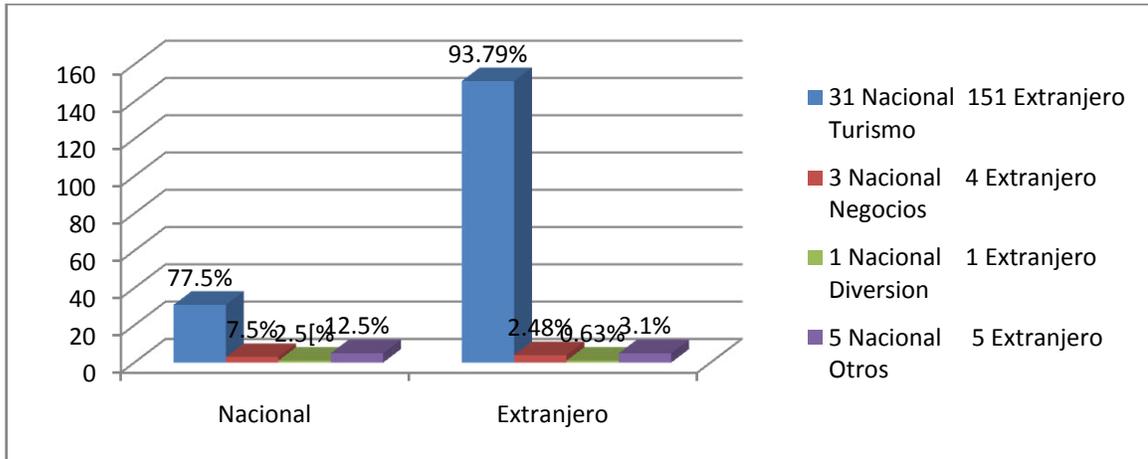
1) ¿CUANTAS VECES HA VISITADO USTED PUERTO VILLAMIL?

En los resultados se puede observar que más del 95% de los turistas extranjeros visitan la ciudad de Puerto Villamil por primera vez, mientras que los turistas nacionales solo el 55% visitan la ciudad por primera vez, lo que quiere decir que Puerto Villamil presenta mayor afluencia turística internacional.



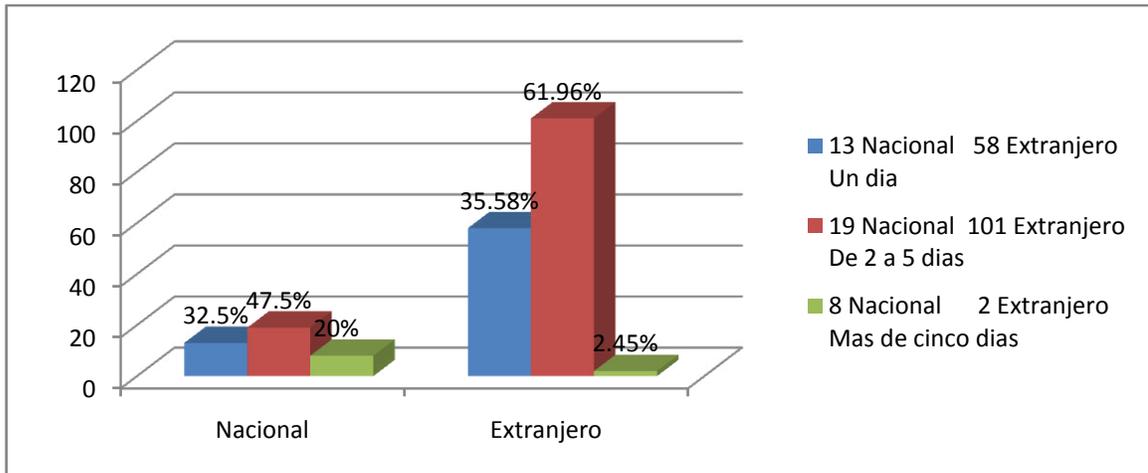
## 2) ¿QUE LE MOTIVO A VISITAR LA CIUDAD?

Los datos indican que el principal motivo de visita a la ciudad de Puerto Villamil tanto para los turistas extranjeros con más del 90% como para los turistas nacionales con 75% es el turismo, mientras que en otros motivos se presenta los estudios.



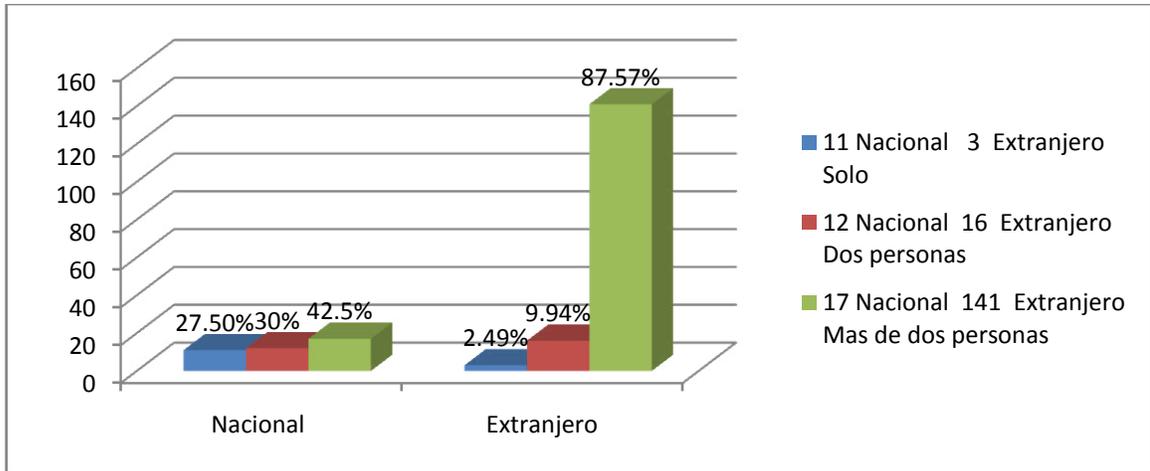
## 3) ¿CUANTO ES EL TIEMPO DE PERMANENCIA EN LA CIUDAD DE PUERTO VILLAMIL?

Se puede observar que el tiempo de permanencia en la ciudad de Puerto Villamil es de dos a cinco días tanto para turistas nacionales como para extranjeros.



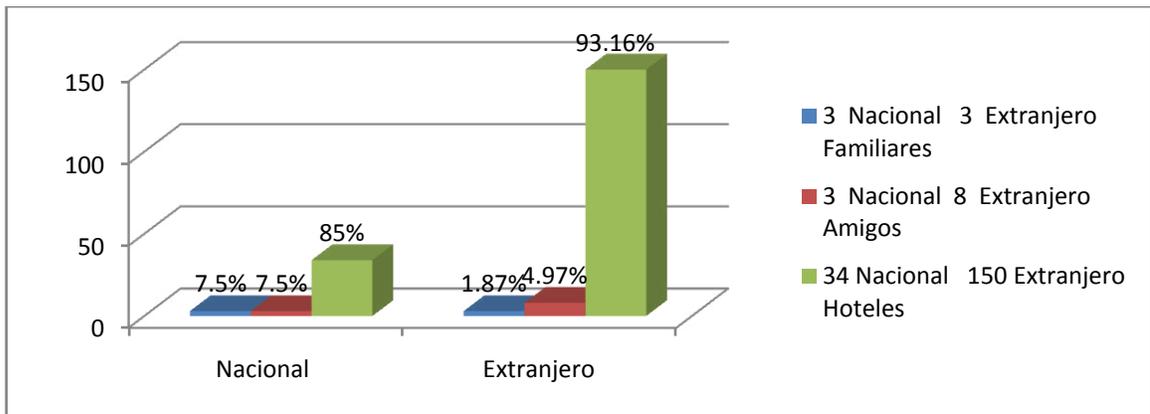
## 4) ¿CON CUANTAS PERSONAS VIAJA?

La mayoría de los visitantes nacionales e internacionales viajan con más de dos personas a la ciudad de Puerto Villamil, factor importante ya que al multiplicar el número de turistas por el promedio de gasto diario mostrarán un indicador del ingreso promedio a la ciudad, gracias a la actividad turística.



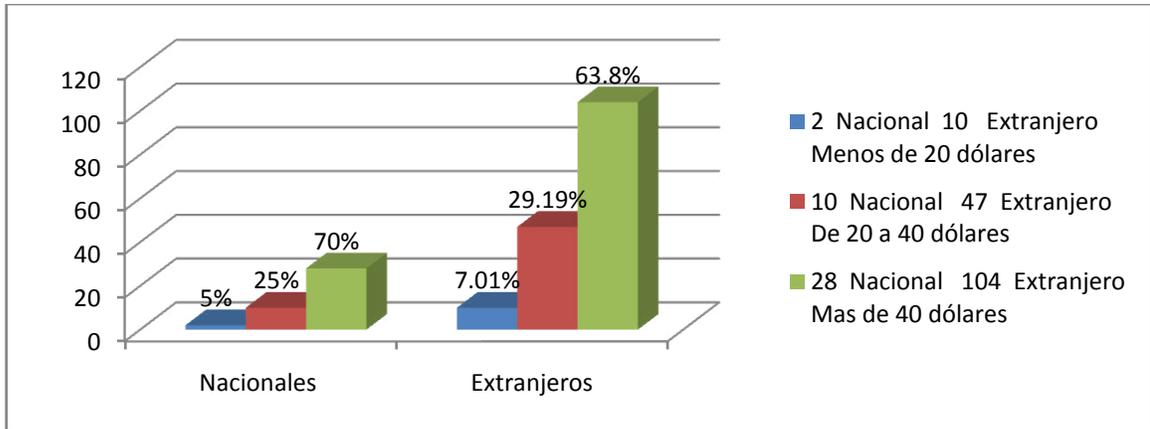
5) ¿CUAL ES EL TIPO DE ALOJAMIENTO QUE TENDRA EN LA CIUDAD PUERTO VILLAMIL?

Los resultados muestran que la mayoría de los turistas nacionales y extranjeros van a hospedarse en Hostales, pensiones y cabañas que ofrece la ciudad.



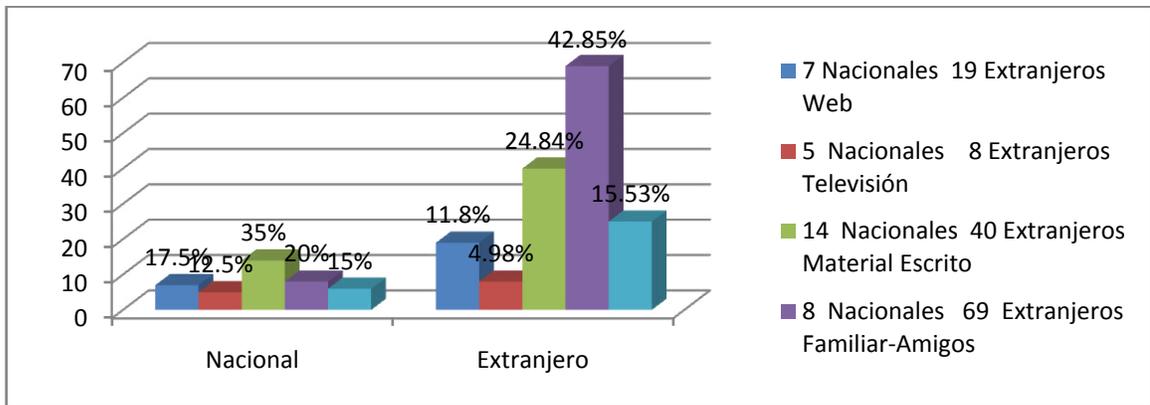
6) ¿CUAL ES EL PRESUPUESTO PROMEDIO DE GASTO DIARIO EN LA CIUDAD DE PUERTO VILLAMIL?

La mayoría de los turistas nacionales y extranjeros presentan un gasto promedio diario de más de 40 dólares diarios, elemento importante que permite mostrar el grado de solvencia que tienen los turistas y lo que están dispuestos a pagar por los servicios recibidos.



### 7) ¿COMO SE ENTERO DE LA EXISTENCIA DE LA CIUDAD DE PUERTO VILLAMIL?

La difusión del Cantón Isabela, según los turistas ecuatorianos en su mayoría se lo hace a través de material escrito, mientras que los extranjeros saben de la existencia de la ciudad de Puerto Villamil Isabela, por medio de familiares y amigos, o que indica las buenas experiencias recibidas de los turistas que han visitado Puerto Villamil con anterioridad.

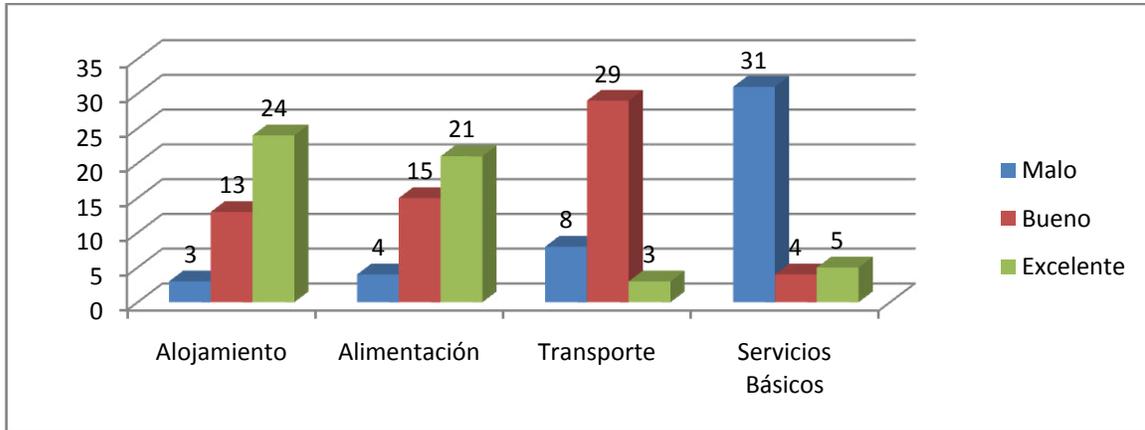


### 8) ¿COMO CALIFICARIA LOS SERVICIOS QUE OFRECE LA CIUDAD?

#### Nacionales:

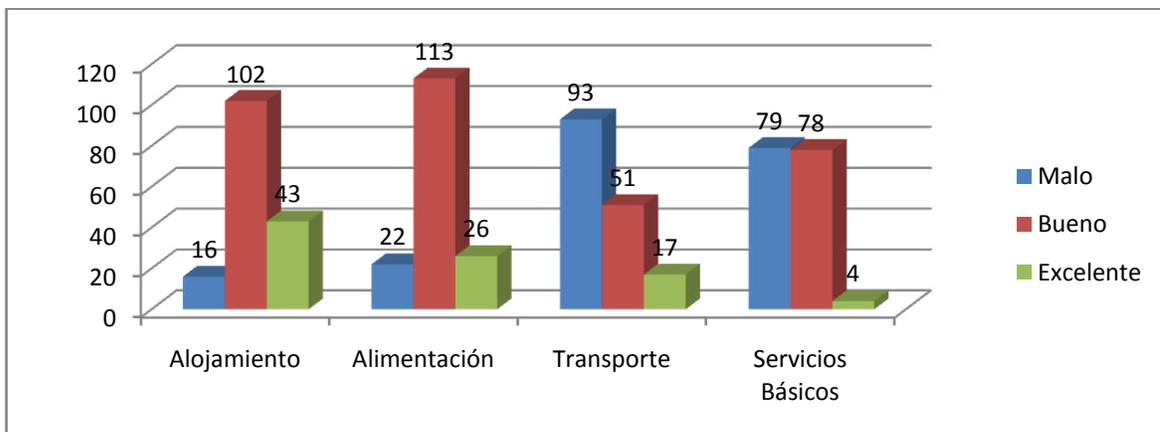
Según los datos se pueden identificar la calificación de los turistas nacionales hacia los diversos servicios que ofrece la ciudad de Puerto Villamil, así como se presentan los siguientes resultados: El Alojamiento tiene una calificación de excelente con un 60%; la Alimentación tiene una calificación de excelente con un 52.50%; el Transporte tiene una calificación de bueno con un 72.50%; y en cuanto a los servicios básicos presenta una calificación de Malo con el 77.50% valor más alto en comparación con los otros, los mismo valores que indican que la

infraestructura turística dentro del turismo interno se mueve en una calificación de excelente y bueno, a excepción de los servicios básicos que presenta el mayor porcentaje y es equivalente a malo, lo que se debería mejorar inmediatamente para que todo marche a buen ritmo.



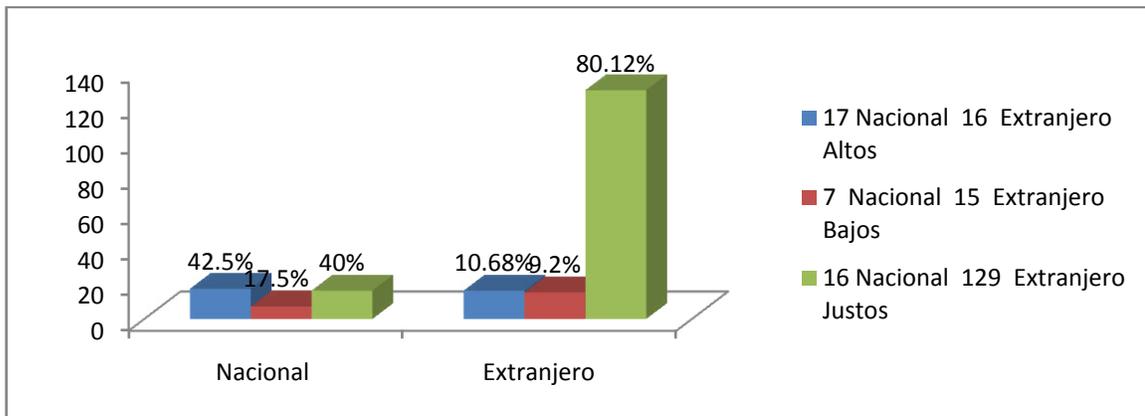
### Extranjeros:

De acuerdo a los datos obtenidos se puede determinar la manera de calificar por parte de los turistas extranjeros hacia los diversos servicios que ofrece la ciudad de Puerto Villamil, y la forma de calificar es la siguiente: El alojamiento presenta una calificación de Bueno con el 62.58%; la Alimentación tiene una calificación de bueno con un 69.33%; el Transporte presenta una calificación de Malo con un 58.28% y los servicios básicos tienen una calificación de Malo con el 49.69%; valores que muestran que los servicios que ofrecen la ciudad dentro del turismo internacional se mueven con una calificación de bueno y malo, lo que nos permite identificar en lo que se debe mejorar inmediatamente para cumplir inmediatamente las necesidades de los turistas que visitan Puerto Villamil.



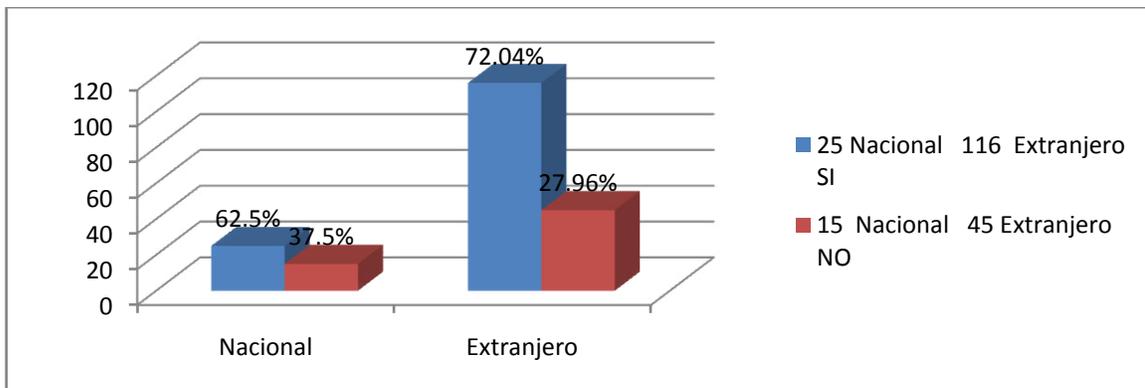
9) ¿COMO CALIFICARÍA LOS PRECIOS DE LOS SERVICIOS EN PUERTO VILLAMIL?

Los turistas nacionales con un 42.50% a través de los resultados obtenidos piensan que los precios son altos, mientras que para los turistas extranjeros piensan que los precios son justos con un 80.12%.



10) ¿ESTAN SATISFECHAS SUS NECESIDADES DE MOVILIZACIÓN Y TRANSPORTE A LOS SITIOS DE INTERES EN LA CIUDAD?

Para los turistas nacionales como internacionales, si están satisfechas las necesidades de movilización y transporte hacia los sitios en la ciudad de Puerto Villamil con un 62.50% y con un 72.04% respectivamente, cabe recalcar que el motivo de la insatisfacción de la mayoría de turistas es la incomodidad e inseguridad para trasladarse de un lugar a otro, lo que debería mejorar inmediatamente.

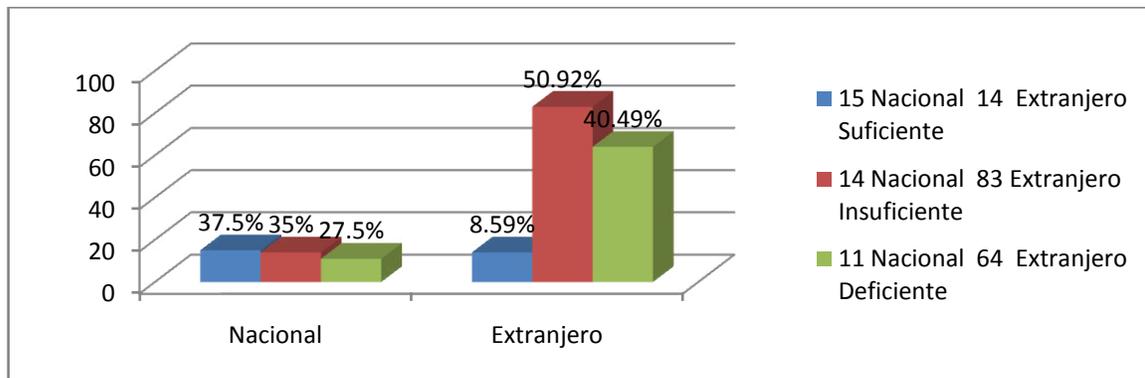


11) ¿QUE FACTOR CREE QUE DEBERIA MEJORAR INMEDIATAMENTE EN LA ATENCION AL CLIENTE EN LA CIUDAD DE PUERTO VILLAMIL?

La mayoría de los turistas nacionales respondieron que se debería mejorar inmediatamente en el trato y genio de las personas que atienden los diferentes establecimientos turísticos, mientras que los turistas internacionales hicieron mención a que se debe brindar facilidades de pago y principalmente disponer de personal capacitado por lo menos en idioma ingles.

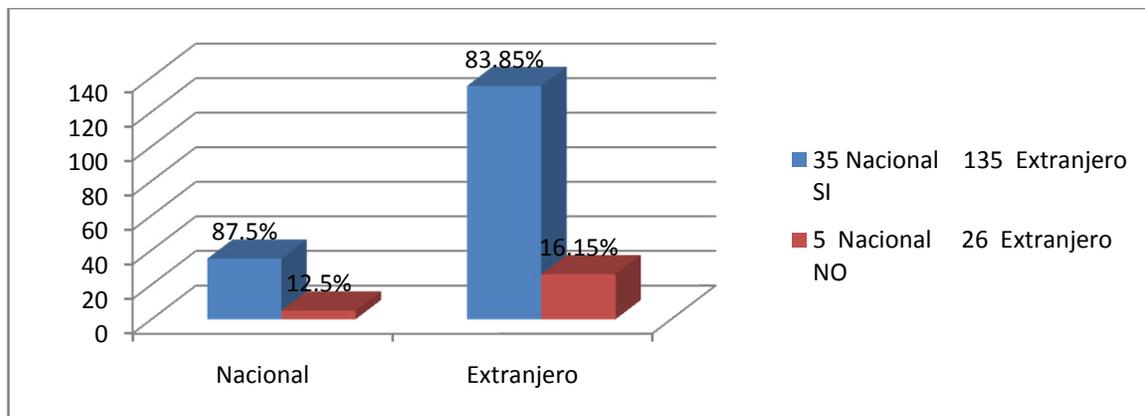
12) ¿LA SEÑALIZACIÓN EN LA CIUDAD DE PUERTO VILLAMIL?

Al mencionar la señalización en la ciudad de Puerto Villamil los turistas nacionales mencionaron que son suficientes los que ya se encuentran establecidos, mientras que para los turistas extranjeros es insuficiente la señalización que presenta la ciudad.



13) SE SIENTE SEGURO Y CONFIADO AL TRANSITAR EN PUERTO VILLAMIL Y SUS SITIOS DE INTERES?

La mayoría de turistas nacionales y extranjeros respondieron que se sienten seguros y confiados de transitar en la ciudad y sus atractivos, sin embargo cabe recalcar que muchos de los turistas hicieron énfasis en la falta de presencia policial.

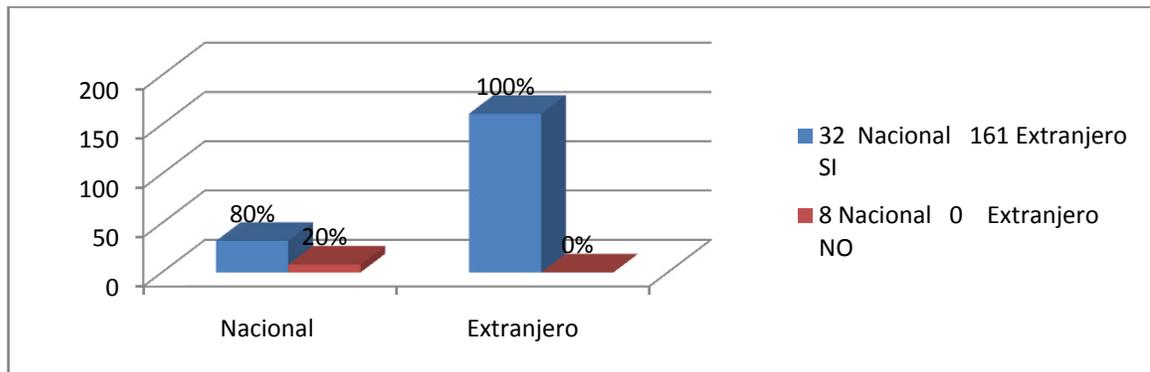


#### 14) ¿QUE OTRA CIUDAD O CANTÓN DE GALÁPAGOS VA AVISTAR?

Dentro de los datos obtenidos para los turistas nacionales respondieron que después de Puerto Villamil iban a visitar los otros dos cantones que conforman la Provincia de Galápagos con un 42.50% y una minoría se regresara a la ciudad de origen, mientras que para los extranjeros va a visitar el resto de islas por medio de Cruceros.

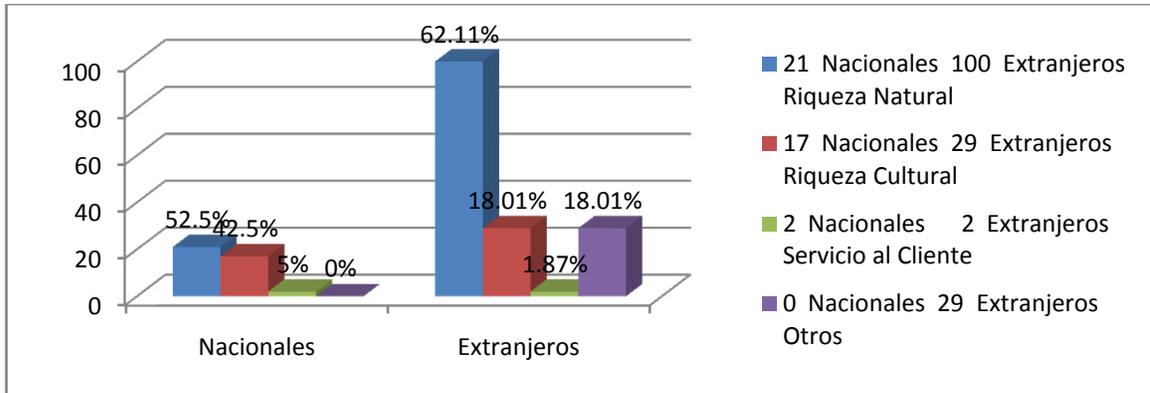
#### 15) ¿ESTARIA DISPUESTO A REGRESAR A LA CIUDAD OTRA VEZ?

La mayoría de los turistas nacionales y la totalidad de los turistas extranjeros desean volver a la ciudad de Puerto Villamil específicamente, factor importante que muestra la calidad de servicio que brinda la ciudad y la imagen que llevan los turistas de Puerto Villamil.



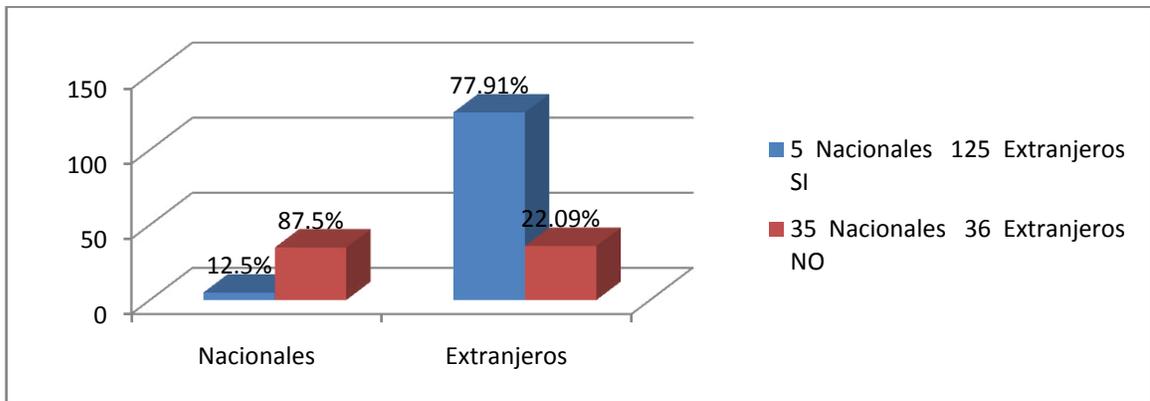
#### 16) ¿QUÉ ES LO MEJOR QUE COMENTARIA DE LA CIUDAD?

Tanto para los turistas nacionales como los internacionales según los resultados obtenidos indican que el mayor atractivo turístico de la ciudad es su riqueza natural y que su maravilla sería comentada junto con la experiencia que este conlleva a todas las personas de su alrededor.



17) ¿HA RECIBIDO USTED EN PUERTO VILLAMIL ALGÚN MATERIAL PROMOCIONAL DE LA CIUDAD DE PUERTO VILLAMIL?

La mayoría de turistas nacionales no han recibido ningún material promocional de la ciudad de Puerto Villamil, mientras que los turistas extranjeros con más del 75%, si han recibido , ya que ellos acuden a los diversos lugares correspondientes a solicitarlo, lo que muestran el grado de interés y preocupación por enriquecer su conocimiento respecto al lugar de visita.



18) ¿CUALES SON LOS MESES QUE PREFIERE VIAJAR A PUERTO VILLAMIL?

En los resultados se puede observar que la mayoría de los turistas nacionales prefieren visitar la ciudad de Puerto Villamil en los meses de Mayo, Junio y Julio, mientras que para los turistas extranjeros sus meses preferidos de visita a la ciudad son los meses de Julio, Agosto y Septiembre, lo que indica que para los meses de Julio y Agosto será la mayor afluencia turística para Puerto Villamil.

### **3.1.1.4.1. SEGMENTACIÓN DE MERCADO**

#### **ANTECEDENTES DE SEGMENTACION DE MERCADO DE GALAPAGOS**

Actualmente, el turismo en Galápagos se ha convertido en una de las actividades Económicas más importantes, brindando oportunidades para el fomento de la educación, recreación e interpretación ambiental. A pesar de ello, existen todavía importantes asuntos que inciden en una distribución poco equitativa de los beneficios derivados de esta actividad en la comunidad local.

El turismo de Galápagos se ha desarrollado mediante una adopción de una orientación de mercado libre y solidario a través de la oferta del tour navegable, en donde los turistas permanecen durante varios días a bordo de embarcaciones que ofrecen diversos servicios, este producto, es un producto que se encuentra ya posicionado en el mercado de Galápagos y con una segmentación de mercado específica. Durante los últimos años, se ha visto también la necesidad de crear nuevos productos.

Igualque oferta complementaria con base en tierra. Se ha ido incrementando la oferta de servicios sin embargo estos no muestran una tendencia clara hacia la sostenibilidad, por la falta de segmentación de nuevos mercados en los cuales se puede incursionar.

La provincia de Galápagos alberga aproximadamente 20.000 habitantes, distribuidos en las cuatro islas pobladas del archipiélago, estas son Santa Cruz, San Cristóbal, Isabela y Floreana. De la superficie terrestre total el 96.7% es Parque Nacional, el 3.3% es zona colonizada formada por áreas urbanas y rurales, siendo la totalidad de la isla Baltra una base militar. Además como parte de este ecosistema tenemos a la Reserva Marina de Galápagos, que es la segunda más grande del mundo. La población crece a un 5.9% anual, este crecimiento principalmente es resultado de la migración a las islas, hoy en día motivado por necesidades económicas y de empleo, en el contexto de una profunda crisis económica que atraviesa la economía nacional. Galápagos es un sistema ecológico y humano que se caracteriza por ser extremadamente frágil, cualquier alteración natural o inducida genera impactos significativos que pueden alterar a la región en su conjunto, por lo que una de sus mayores presiones son la introducción de especies exóticas invasoras, originada por la movilización de diferentes productos desde el continente y entre islas. Se considera adoptar el mismo mercado que tiene Galápagos como producto para que no sobrepasen el volumen de ingreso de turistas autorizado por el parque nacional Galápagos, el cual para el 2010 fue de 173,296 turistas.

Las naves con capacidad de hasta 12 pasajeros, que antes representaban el 82% de la flota y que estaban preponderantemente en manos de colonos, ahora significan sólo el 24,7% y su capacidad de transporte pasó del 54% al 11,4%. La participación de los operadores locales disminuyó al 49,4% en la flota y al 32,5% en la capacidad de alojamiento. La intensificación de las inversiones provocó una acelerada absorción de los cupos que estaban en manos de residentes.

Los planes de negocios turísticos basados en un buen entendimiento de mercados, recursos humanos e inversiones, la generación de oferta complementaria para integrarlos en los nuevos productos, la identificación y segmentación efectiva de la demanda para promover el turismo con base local. La demanda de turismo especializado es confiable y de prestigio en relación al buceo en Galápagos, por un manejo adecuado por parte del Parque Nacional Galápagos. Las alianzas estrategias con los operadores que ya están posicionados en el mercado, tanto para temas de promoción, como para que los turistas que llegan a las embarcaciones de turismo, pueden extender su visita y quedarse días adicionales en tierra.

Esta propuesta constituye un instrumento para producir integración, identificando Oportunidades y fortalezas, que permiten establecer vínculos de colaboración y Cooperación, evitando la competencia. Permite la articulación entre lo global y lo local, y no significa renunciar a los valores culturales, su propia diversidad y diferencias. Para ello, Se adopta perfiles recogidos por la visión de futuro de cada isla descrita tanto en el Plan de Competitividad Turística del Ecuador-Cluster Galápagos, como en el Plan de Desarrollo Estratégico de los Gobiernos Municipales para el desarrollo eco turístico con participación local, que define la identidad de cada cantón según sus características especiales

**San Cristóbal:** Capital cultural, ecológica y de aventura en mar y tierra.

**Isabela:** Ecoturismo puro y especializado.

**Santa Cruz:** Polo del desarrollo eco turístico regional, tierra de encuentros para la Ciencia, las culturas y los deportes de naturaleza especializada.

En este modelo, cada isla habitada con su respectivo Consejo Cantonal de Turismo, se especializa y evita competir con las demás, esforzándose en buscar integralidades y en actuar como un cluster eco turístico que funciona a modo de red, dentro de la cual el turismo tradicional (crucero navegable) y el turismo con participación local, se consolidan, cooperan y se refuerzan uno al otro al desempeñar roles distintos pero complementarios.

	<b>TURISTAS NACIONALES</b>	<b>TURISTAS EXTRANJEROS</b>
<b>MOTIVO DE VIAJE</b>		
<b>TURISMO</b>		
NATURAL	X	X
CULTURAL	X	
DEPORTIVO		
NEGOCIOS		
DIVERSIÓN		
OTROS		X
<b>GEOGRÁFICO</b>		
	GUAYAS	EUROPA
	PICHINCHA	AMERICA DEL NORTE
	AZUAY	ASIA
	MANABI	LATINOAMERICA
		CENTRO AMERICA
<b>DEMOGRÁFICO</b>		
EDAD	18 – 50	20 – 50
GÉNERO	MASCULINO Y FEMENINO	MASCULINO Y FEMENINO
<b>PSICOGRÁFICO</b>		
<b>CLASE SOCIAL</b>		
ALTA		
MEDIA	X	X
BAJA		
<b>CONDUCTUAL</b>		
<b>TIPO DE USUARIO</b>		
EX - USUARIO		
USUARIO PRIMERIZO	X	X
USUARIO POTENCIAL		
<b>FORMA DE INFORMACIÓN</b>		
PROMOCIÓN		
PRENSA		
MATERIAL IMPRESO	X	
POR OTRAS PERSONAS		X
INTERNET		
<b>PROMEDIO GASTO DIARIO</b>		
MENOS DE 20		
20 A 40	X	
MAS DE 40		X
<b>TIPOS DE SERVICIO</b>		
ALOJAMIENTO	HOTELES, HOSTALES	HOTELES, HOSTALES
TRANSPORTE	AEREO, MARITIMO	AEREO, MARÍTIMO
ALIMENTACIÓN	REST. DE 2 CATEGORIA	REST. DE 2 CATEGORIA
<b>FORMA DE VISITA</b>		
SOLO		

	<b>TURISTAS NACIONALES</b>	<b>TURISTAS EXTRANJEROS</b>
<b>DOS PERSONAS</b>		
<b>MAS DE DOS PERSONAS</b>	X	X
<b>FORMAS DE VIAJE</b>		
<b>PERSONAL</b>		X
<b>PAQUETE TURÍSTICO</b>	X	X
<b>DIAS DE ESTADIA</b>		
<b>1 DÍA</b>		
<b>DE 2 A 5 DIAS</b>	X	X
<b>MÁS DE 5 DIAS</b>		
<b>ACTITUD DEL ATRACTIVO</b>		
<b>EXCENTE</b>	X	X
<b>BUENO</b>		
<b>MALO</b>		

En base a la información obtenida por la encuesta se puede determinar un cuadro para la segmentación de mercado el cual nos permite identificar cuáles son los tipos de razonamientos de viaje del turista por medio del cual se puede observar que un alto rango de viajeros nacionales e internacionales, visitan el cantón con una edad promedio de entre 20 a 50 años, con preferencia a realizar actividades de tipo natural y cultural, así como prefieren hospedarse y utilizar servicios de categoría superior en hoteles y hostales; Prefieren viajar en paquetes turísticos por mayor seguridad, en su gran mayoría acompañados y tienen un gasto promedio de entre 20 a 40 dólares diarios. En base a esta información podemos determinar que el rango de calificación del producto turístico Isabela, es aceptable y excelente.

#### **3.1.1.4.1.1. ESTIMACIÓN DE LA DEMANDA Y OFERTA TURÍSTICA**

##### **3.1.1.4.1.1.1. DEMANDA HISTÓRICA, ACTUAL Y FUTURA**

La demanda turística se puede definir como un conjunto de bienes o servicios (alimentación, hospedaje, recreación, etc.), que los turistas están dispuestos a adquirir en un determinado sitio turístico, a través de los deseos. La demanda está determinada por factores como calidad, comodidad, precio, seguridad, beneficio, renta personal, preferencias individuales de cada persona que obtiene al recibir el bien o servicio.

La demanda histórica de turistas nacionales y extranjeros, que visitan la ciudad de Puerto Villamil en los últimos cuatro años se encuentra detallada de la siguiente manera:

AÑOS	NÚMERO DE TURISTAS NACIONALES	NÚMERO DE TURISTAS EXTRANJEROS	TOTAL DE TURISTAS	VARIACIÓN %
2007	7.712	16.568	24.280	
2008	8.021	17.993	26.014	6.66%
2009	8.515	16.008	24.523	5.73%

Para la demanda actual de la ciudad de Puerto Villamil se hizo referencia tomando 15 % equivalente a los datos manejados de ingreso al Parque Nacional Galápagos de turistas.

AÑOS	NÚMERO DE TURISTAS NACIONALES	NÚMERO DE TURISTAS EXTRANJEROS	TOTAL DE TURISTAS	VARIACIÓN %
2010	9.237	16.759	25.996	5.66%

La demanda futura es de vital importancia dentro de un plan de marketing ya que de esta manera nos garantiza establecer estrategias coherentes que cubran y satisfagan las necesidades y deseos tanto de los clientes actuales como de los futuros del cantón.

Para realizar dicha proyección se utilizara el método de regresiones o mínimos cuadrados.

### Función Lineal: $Y' = a + bx$

$$a = \frac{[\sum_{i=1}^n Xi^2] [\sum_{i=1}^n Yi] - [\sum_{i=1}^n XiYi] [\sum_{i=1}^n Xi]}{n[\sum_{i=1}^n Xi^2] - [\sum_{i=1}^n Xi]^2}$$

$$b = \frac{n[\sum_{i=1}^n XiYi] - [\sum_{i=1}^n Xi] [\sum_{i=1}^n Yi]}{n[\sum_{i=1}^n Xi^2] - [\sum_{i=1}^n Xi]^2}$$

$$b = \frac{[\sum_{i=1}^n Yi]}{n}$$

X	AÑOS	TURISTAS Y	X <sup>2</sup>	XY	Y' = a+bx	(Y - y') <sup>2</sup>	(Y - y) <sup>2</sup>
1	2009	24.523	1	24.523	24.523	492.495	492.495
2	2010	25.996	4	51.992	25.996	498.845	498.845
3	2011	50.519	5	76.515	50.519	991.430	991.430

$$(50.519) - (1473) (3)$$

$$50.519 - 4.419$$

$$a = \frac{\dots}{2}$$

$$a = \frac{\dots}{2}$$

$$a = 23.050$$

2

2

$$(2) (76.515) - (3) (50.519)$$

$$153.030 - 15.1557$$

$$b = \frac{\dots}{2(5) - 9}$$

$$b = \frac{\dots}{1}$$

$$b = 1.473$$

$$2(5) - 9$$

1

$$50.519$$

$$y = \frac{\dots}{2}$$

$$y = 25.260$$

2

$$2008 = 23.050 + (1.473) (1) = 21.577$$

$$2009 = 23.050 + (1.473) (2) = 25.996$$

$$2010 = 23.050 + (1.473) (3) = 27.469$$

$$2011 = 23.050 + (1.473) (4) = 28.942$$

En el siguiente cuadro muestra la proyección realizada, de la demanda turística que se estima tener para el año 2011.

DEMANA TURÍSTICA	
AÑO	PROYECCIÓN
2011	28.942

### 3.1.1.4.1.1.2. OFERTA HISTÓRICA, ACTUAL Y FUTURA

Para determinar la oferta existe en el cantón de Puerto Villamil, se tomo datos del Catastro del Ministerio de Turismo con relación a los prestadores de servicios de alojamiento, por su capacidad instalada en el año.

La oferta histórica que ha tenido la ciudad de Puerto Villamil en los últimos años se encuentra detallada de la siguiente manera:

<b>AÑOS</b>	<b>TOTAL ALOJAMIENTO</b>	<b>NÚMERO DE PLAZAS</b>	<b>OCUPACIÓN PROMEDIO</b>	<b>OCUPACIÓN ANUAL</b>
2007	18	650	38%	29.640
2008	18	750	40%	36.000
2009	20	892	46%	49.235
2010	28	887	46%	49.235

A continuación se realizara la oferta actual de Puerto Villamil.

<b>Alojamiento/ Establecimiento</b>	<b>Categoría</b>	<b>Unidad</b>	<b>Nº de Habitaciones</b>		<b>Nº de Plazas</b>		<b>% Promedio Ocupación</b>	
							<b>T.Baja</b>	<b>T. Alta</b>
<b>HOSTAL</b>		4		64		143		
San Vicente	Primera		17		35		27%	72%
Iguana Crossing	Primera		13		26		32%	85%
Casa de Marita	Primera		19		40		36%	80%
Insular	Primera		15		42		13%	69%
<b>PENSIÓN</b>		22		211		702		
Isla del Descanso	Primera		11		22			
Albamarle	Primera		9		27		42%	82%
La Laguna	Primera		7		17		22%	65%
Caleta Iguana	Primera		8		20			
The Wooden House	Primera		12		32		28%	85%
Sandrita	Primera		7		15			
Casa Sol	Primera		11		24			
Villamil	Primera		12		33			
Volcano	Primera		10		33		13%	59%
Brisas del Mar	Segunda		8		28			
Casita de la Playa	Segunda		12		25			
Coral Blanco	Segunda		9		27		19%	63%
Los Flamenco	Segunda		11		28			
Galápagos	Segunda		12		30			
Las Gardenias	Segunda		6		14			
The Dolphin House	Segunda		10		24		15%	71%
Sula Sula	Segunda		7		18			
Sierra Negra	Segunda		10		35		15%	75%
Posada el Caminante	Segunda		7		21			
La Jungla	Segunda		11		29			
Cerro Azul	Tercera		12		31			
Cormorant	Tercera		9		26			
<b>CABAÑAS</b>		2		14		42		
Cabañas de Rubén	Segunda		8		24			
Tero Real	Segunda		6		18			
<b>TOTAL</b>		26		289		887	20,01%	75,00%

En la oferta futura se realizo bajo el método de regresiones o mínimos cuadrados el mismo que permite obtener los datos a futuro sobre la oferta, es decir, este se proyectara la oferta turística para el año 2011.

**Función Lineal:  $Y' = a + bx$**

$$a = \frac{[\sum_{i=1}^n Xi^2] [\sum_{i=1}^n Yi] - [\sum_{i=1}^n XiYi] [\sum_{i=1}^n Xi]}{n[\sum_{i=1}^n Xi^2] - [\sum_{i=1}^n Xi]^2}$$

$$b = \frac{n[\sum_{i=1}^n XiYi] - [\sum_{i=1}^n Xi] [\sum_{i=1}^n Yi]}{n[\sum_{i=1}^n Xi^2] - [\sum_{i=1}^n Xi]^2}$$

$$b = \frac{[\sum_{i=1}^n Yi]}{n}$$

X	AÑOS	NÚMERO DE PLAZAS Y	X <sup>2</sup>	XY	Y' = a + bx	(Y' - y) <sup>2</sup>	(Y - Y') <sup>2</sup>
1	2009	892	1	892	887	956	956
2	2010	887	4	1774	892	965	965
3	2011	1779	5	2666	1779	1921	1921

$$a = \frac{(1779) - (5)(3)}{2} \quad a = \frac{1779 - 15}{2} \quad a = 882$$

$$b = \frac{(2)(2666) - (3)(1779)}{2(5) - 9} \quad b = \frac{5332 - 5337}{1} \quad b = 5$$

$$y = \frac{1779}{2} \quad y = 890$$

$$\begin{aligned}
 2008 &= 882 + 5(1) = 887 & 2009 &= 882 + 5(2) = 892 \\
 2010 &= 882 + 5(3) = 897 & 2011 &= 882 + 5(4) = 902
 \end{aligned}$$

En el siguiente cuadro se muestra la proyección realizada, de la oferta turística que se estima tener para el año 2011:

OFERTA TURÍSTICA	
AÑO	PROYECCIÓN
2011	902

### 3.1.1.4.1.1.3. BALANCE OFERTA Y DEMANDA

Al realizar el estudio de mercado se pudo analizar dos puntos muy importantes como son demanda actual y la oferta, que son los datos importantes para el balance correspondiente en el cual se tomo la información obtenida en la demanda actual y de la oferta de plazas multiplicando por un promedio de ocupación anual.

AÑOS	OFERTA	DEMANDA	BALANCE	RESULTADO
2011	51.424,8	28.942	22.482,8	SUPERAVIT

Como se puede observar en el cuadro anterior la elaboración de un Plan de Marketing Turístico para el Cantón Isabela es completamente viable ya que existe gran número de plazas hoteleras para abastecer a la cantidad de turistas que acuden al sector, este factor es muy eficaz para utilizarlo como una ventaja competitiva, puesto que al promocionar al Cantón van a acudir los turistas y quedaran satisfechos con la oferta que se les ofrece.

### 3.1.1.4.2. COMPETENCIA

#### 3.1.1.4.2.1. COMPETENCIA DIRECTA

Dentro de la competencia directa de Puerto Villamil (ISABELA), se encuentra el cantón Santa Cruz, dentro de la Provincia de Galápagos, esto es debido a que estos dos sectores presentan características similares de flora y fauna. El mismo que es muy difícil ponerse a competir con estas características reconocidas a nivel

mundial. Sin embargo se tomara en este competir aspectos adyacentes como son los niveles de a infraestructura y servicios, sin embargo para estar en un buen nivel de competitividad no solo se debe satisfacer las necesidades y los deseos de los clientes ni solo al mercado objetivo; Si no que también se deben adaptar estrategias de otras empresas que atienden a los mismos mercados para de esta manera conseguir una ventaja estratégica mediante el posicionamiento del producto considerando el tamaño en el sector en relación a sus competidores.

### **3.1.1.4.2.1.1. CANTÓN SANTA CRUZ**

#### **Antecedentes Geográficos**

Las Islas Galápagos, ubicado a casi 1.000 Km, de distancia de la costa continental ecuatoriana, está conformada por 13 islas grande, 17 pequeñas y 47 islotes rocosos y más de 1000 rocas islotes, que cubren una extensión de 8000 km<sup>2</sup>. El 97% de la superficie terrestre del archipiélago de Galápagos forma el Parque Nacional y solamente 3 % restante está destinado a uso y usufructo de los asentamientos humanos. Ese 3% está ubicado en cuatro islas (Floreana, Isabela, San Cristóbal y Santa Cruz), Además de Baltra, que es base militar.

Una de las islas más representativas de esta provincia en la de Santa Cruz debido a su infraestructura y ubicación centralizada para la realización de tours.

La isla Santa Cruz o Indefatigable llamada por los cosarios y piratas que arribaban a esta isla y les preveía de abundante alimento, está localizada en la mitad del archipiélago y tiene una superficie de 98.555 hectáreas. Desde la costa se puede disfrutar de hermosas playas y bahías con tortugas y aves marinas.

Viajando a través de siete diferentes zonas de vegetación y territorios de tortugas gigantes se puede llegar a Cerro Crocker a 2.834 pies de altitud, y disfrutar de una grandiosa vista de la isla.

#### **Clima**

Hay dos climas distintos marcados en estaciones. La estación seca y de garúa de junio a diciembre. “Hay nubes cubriendo la mayoría del día con vientos del sur soplando. Las temperaturas varían entre los 18 y 20º C. La estación caliente y lluviosa es desde enero a mayo. Un viento sopla desde el norte. Los días son muy soleados con cortas y fuertes precipitaciones.

Las temperaturas varían entre los 24 y 29º C. El promedio anual de precipitaciones en la costa está entre los 0 a 300mm por año. Mientras en la parte alta es entre los 300 y 1700 Mm”.<sup>23</sup>

<sup>23</sup> HAMANN, Ole. Plant communities; Plant ecology; Galapagos Islands, US, 1981

## **Economía**

La agricultura es limitada e insipiente ya que no abátese a la población local. El gobierno nacional a través de los organismos receptivos controla las actividades pesqueras, que realizan pesquerías artesanales, siendo las más representativas la pesca de bacalao y atún, que en su mayoría son para el consumo local. El turismo es el principal impulso y generador de la economía en Santa Cruz y en toda la provincia.

## **Población**

Está compuesta en su mayoría por colonos que han llegado de diferentes lugares del país, a partir de 1996 la llegada de migrantes provenientes de varios rincones del Ecuador y por promotores de turismo que se han convertido en población flotante.

## **Antecedentes Históricos.**

Santa Cruz fue colonizada a finales de 1920 por un grupo de noruegos, su sueño de enlatar pescado no fue consumado y algunos de ellos se radicaron en la parte alta y cambiaron su actividad de la pesca a la agricultura para vivir.

## **Recursos turísticos Naturales de Santa Cruz**

- Playa Punta Estrada
- Las Grietas
- Playa de la Estación Científica Charles Darwin
- El Garrapatero
- Laguna de las Ninfas
- Centro de Crianza de Tortugas Gigantes e Iguanas Terrestres
- Tortuga Bay
- Canal de las Tintoreras
- Túneles de Lava
- Cráteres Gemelos
- Reserva de Tortugas Gigantes El Chato
- Cerro Puntudo

- Cerro Media Luna
- Cerro Crocker
- Bachas Chicas
- Playa Escondida
- La Lobería
- Canal del Amor
- Seymour Norte
- Playa de los Alemanes
- Cerro Gallina

### **Recursos Turísticos Culturales de Santa Cruz**

- Finca de los Noruegos
- Estación Científica Charles Darwin
- Centro de Interpretación
- Bella Vista
- Santa Rosa

### **Artesanías**

Hay un gran número de recuerdos (objetos de decoración, ropa, accesorios y esculturas) con ilustraciones de los más emblemáticos habitantes de Galápagos, como las Tortugas o las iguanas. La compra y venta de productos elaborados con restos de animales o plantas (corales o carapachos de tortuga) es ilegal.

### **Gastronomía**

Galápagos consta con excelentes frutos del mar, de los cuales los más abundantes son el atún y la albacora que presiden la cocina de los restaurantes de especialidades, en especial en Santa Cruz. Además de contar con gran variedad marina, posee ganado vacuno y cabrino permitiendo un amplio menú como; entradas (ceviche de pescado, buñuelos de bacalao, ensalada de atún con papas, langosta al vapor); sopas (sopa marinera, caldo de bacalao, arroz con langosta, escabeche de albacora).

## **Deportes de Aventura**

Es las visitas turísticas a Santa Cruz como complemento se realizan actividades de aventura. En los sitios asignados, se puede realizar buceo superficial, de profundidad, kayak, caminatas, ciclismo de montaña, surf entre muchos otros. Cabe recalcar que posee operadores responsables experimentados en el área, cuentan con equipo de última generación para la realización de las actividades.

## **Clientes**

Galápagos es considerado como destino turístico a nivel internacional, por lo tanto el principal mercado son los extranjeros, que en su mayor número provienen de Estados Unidos, Europa y Asia.

La estadía y los servicios son altos comparados con el Ecuador Continental, sin embargo sus precios son económicos al comparar con el exterior, de ahí que predominan más turistas extranjeros que nacionales, aunque gracias al apoyo de la empresa privada se está logrando fomentar el turismo con base local, el cual permite realizar actividades en la islas sin necesidad de tomar grandes cruceros que son demasiado costosos para el presupuesto nacional.

Por primera vez, “en el año 2006 donde ingresaron alrededor de 145,229 turistas, el PNG como autoridad que registra el ingreso de personas a Galápagos, ha logrado diferenciar el destino de su permanencia, en los siguientes campos:

- a) 67.871 visitantes ingresaron a Galápagos y realizaron actividades turísticas, “a bordo”, en tours organizados (embarcaciones que cuentan con patente de operación turística otorgada por el PNG), en sitios de visita terrestre y marinos.
- b) 54.932 visitantes ingresaron a Galápagos y utilizaron servicios indeterminados, calificados por la autoridad como otros (se desconoce si visitan o no sitios turísticos de las áreas naturales y los servicios que utilizaron para esos fines).
- c) 21.844 visitantes ingresaron a Galápagos y utilizaron servicios y alojamiento turístico, se desconoce si visitaron sitios de áreas protegidas.
- d) 592 visitantes ingresaron a Galápagos y permanecieron como huéspedes en casas de familia (se desconoce si visitaron sitios de áreas protegidas)”.<sup>24</sup>

<sup>24</sup>Parque Nacional Galápagos, Dirección de Control Migratorio, Informe 2006-2010

## **Precios**

Los precios son diferenciados tanto para nacionales como para extranjeros en todos los servicios turísticos (hotel, restaurantes, ticket aéreo, cruceros e ingreso al PNG), en cuanto a alimentación, artesanías, tienen un alza del 60% comparado con el Ecuador continental, existe servicios de hospedaje que incluyen paseo en yate y hotel, no se incluye ticket aéreo, bebidas y comidas extras ni propinas.

## **Prestadores de Servicios**

Santa Cruz cuenta con una variedad de servicios en cuanto a alojamiento, restaurantes, agencias de viaje, sitios de entretenimiento y transporte turístico.

La capacidad hotelera en su mayoría es de muy buena categoría, pero también existen de segunda y tercera categoría, distribuidos entre hoteles, hostales, pensiones, suites y lodges.

Existen alrededor de 45 agencias de viajes operadoras, registrados en la cámara de turismo.

Así como también hay alrededor de 40 restaurantes con instalaciones muy buenas, existen también lugares de bebidas y entretenimiento con un número aproximado de 15 áreas, cabe recalcar que existe una ordenanza municipal que menciona acerca de la contaminación auditiva.

Las experiencias de hacer un crucero por las Islas dependen del tipo de embarcación que se acoja: un bote pequeño, un yate a motor, o barcos con capacidad para 90 pasajeros o más, se realizan tours de 3 hasta 14 noches, el ambiente es informal y los itinerarios son planificados, pudiéndose realizar dos visitas o más en un mismo día.

## **Canales de distribución**

Los principales intermediarios son agencias de viajes dentro y fuera del país, que promocionan a Galápagos como destino turístico, debido a que es considerado como una de las 7 maravillas naturales.

## **Ventajas Competitivas**

- Se encuentra dentro del Parque Nacional Galápagos, que fue el primero en crearse
- Es el principal cantón con mayor afluencia de turistas a nivel provincial.
- La Región posee mucha historia y cultura.

- Posee excelente infraestructura turística
- Posee uno de los principales aeropuertos de la provincia, el primer eco-aeropuerto amigable con el ambiente.
- Tiene un reconocimiento turístico a nivel nacional e internacional.
- Cuenta con un muelle de aguas profundas y uno de pasajeros exclusivamente.
- Hay facilidad de comunicaciones en cuanto a televisión, telefonía fija, celular, emisoras e Internet.
- Crecimiento en la oferta de embarcaciones.
- En el Cantón se encuentran las sedes provinciales de organismos y entidades públicas como el CG, PNG, estación Científica Charle Darwin.

### **Desventajas**

- El aeropuerto se encuentra demasiado lejos de la población.
- Déficit permanente en la provisión de servicios básicos como alcantarillado y agua potable.
- Escases de productos por la demora en la llegada de los mismos.
- Alto porcentaje de crecimiento poblacional en proporción a los metros cuadrados determinados para la habitabilidad.
- Falta de coordinación entre instituciones.
- No existe mecanismos de retroalimentación que permita la mejor utilización y aprovechamiento de la información.
- Amenaza de especies introducidas
- Falta de Recursos hídricos
- Falta de realización de programas de capacitación para los principales actores en el desarrollo turístico.
- El deterioro estético y ambiental de los recursos de la isla conllevan a la posible amenaza del ecosistema natural.
- Deficiente control de tránsito en el área urbana.
- Falta de señalización urbana.

### 3.1.1.4.2.2. MATRIZ DE PERFIL COMPETITIVO

FACTORES CLAVE DE ÉXITO	IMPORTANCIA	IMPORTANCIA PONDERADA	MUNICIPIO DE ISABELA		MUNICIPIO DE SANTA CRUZ	
			CALIF.	PRODUC.	CALIF.	PRODUC.
ATRATIVOS	10	0,1	9	0,09	10	0,1
INFRAESTRUCTURA TURÍSTICA	9	0,09	5	0,05	8	0,08
DIFERENCIACIÓN DE PRODUCTOS	8	0,08	6	0,06	7	0,07
ESTRATEGIAS DE MARKETING	8	0,08	4	0,04	7	0,07
TRANSPORTE	7	0,07	3	0,03	6	0,06
INFRAESTRUCTURA BASICA	7	0,07	2	0,02	5	0,05
IMAGEN	6	0,06	2	0,02	5	0,05
SEGURIDAD	5	0,05	2	0,02	4	0,04
CENTROS FINANCIEROS	5	0,05	0	0	4	0,04
CENTROS DE SALUD	4	0,04	0	0	3	0,03
CONTROL DE ESPECIES INTRODUCIDAS	4	0,04	1	0,01	2	0,02
PLAN DE MANEJO AMBIENTAL	3	0,03	1	0,01	2	0,02
ZONIFICACIÓN DE LAS ZONAS	3	0,03	1	0,01	2	0,02
CAPACIDAD DE CARGA TURÍSTICA	3	0,03	0	0	1	0,01
MANEJO DE RECURSOS	3	0,03	1	0,01	1	0,01
CUMPLIMIENTO DE MARCO JURIDICO	3	0,03	1	0,01	2	0,02
PROGRAMAS DE CAPACITACIÓN	2	0,02	0	0	1	0,01
LEALTAD DE LOS CONSUMIDORES	2	0,02	1	0,01	2	0,02
CALIDAD DE LOS SERVICIOS	2	0,02	1	0,01	1	0,01
LUGARES DE ENTRETENIMIENTO	1	0,01	0	0	1	0,01
PRECIOS	1	0,01	1	0,01	1	0,01
FACILIDAD DE ACCESO	1	0,01	0	0	0	0
UBICACIÓN	1	0,01	0	0	0	0
RECONOCIMIENTO NACIONAL	1	0,01	1	0,01	1	0,01
RECONOCIMIENTO INTERNACIONAL	1	0,01	0	0	1	0,01
<b>TOTAL</b>	<b>100</b>	<b>1</b>	<b>42</b>	<b>0,42</b>	<b>77</b>	<b>0,77</b>

### 3.1.1.4.3. PRESTADORES DE SERVICIOS

#### CUESTIONARIO APLICADO A LOS PRESTADORES DE SERVICIOS TURÍSTICOS

##### UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DEL ECUADOR

A los proveedores turísticos existentes en la ciudad de Puerto Villamil entre los cuales podemos mencionar: hoteles, restaurantes, agencia de viajes y transporte turístico, se les aplico una encuesta basada en cuestionarios ya establecidos y de acuerdo al número que se obtuvo en la formula de muestra poblacional que se realizo, indico que se debe realizar 48 encuestas a prestadores de servicios.

Las encuestas mostraron los siguientes resultados:

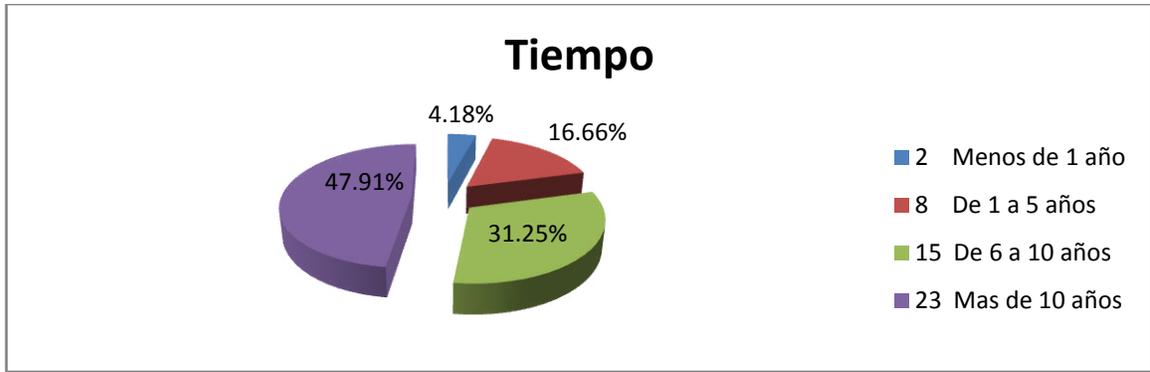
#### 1) ¿QUE ACTIVIDAD REALIZA SU EMPRESA?

En los resultados se pueden observar que la mayoría de los encuestados trabajan para la industria hotelera, cabe recalcar que en la ciudad de Puerto Villamil no existen sitios de distracción y entretenimiento como bares o discotecas ya que algunos restaurant`s fungen como tales después de cierta hora de la noche.



#### 2) ¿CUANTO TIEMPO LLEVA EN EL MERCADO?

Los resultados muestran que más del 50% de los establecimientos turísticos de la ciudad llevan en el mercado más de 10 años, lo que indica que ya tienen experiencia, mientras que 2 establecimientos son realmente nuevos y 8 establecimientos están atravesando los cinco años, que es el nivel promedio de los establecimientos nuevos



### 3) ¿QUE FUE LO QUE LE MOTIVO A ESTAR EN LA ACTIVIDAD TURÍSTICA?

Los datos que indican que el principal motivo que tuvieron los establecimientos turísticos para entrar a la actividad turística fue la rentabilidad económica, mientras que en otros motivos se menciona la inversión, lo que implica que las personas creen en la rentabilidad económica que conlleva el turismo.



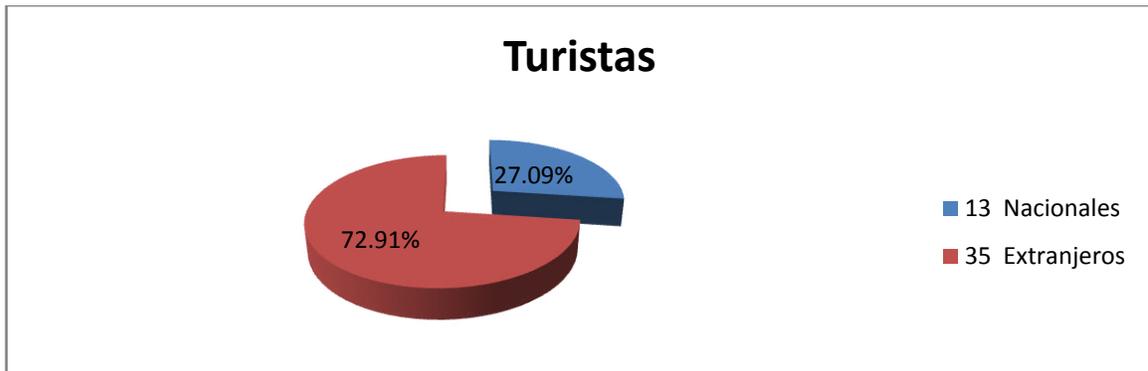
### 4) ¿QUE TIPO DE INCENTIVO RECIBIO PARA EMPRENDER EL NEGOCIO?

La mayoría de los prestadores de servicios hizo mención al tipo personal de incentivos para aprender su negocio mencionando el desarrollo de la actividad turística que ha tenido Puerto Villamil en los últimos 20 años, lo que muestra un factor de credibilidad para las actividades turísticas.



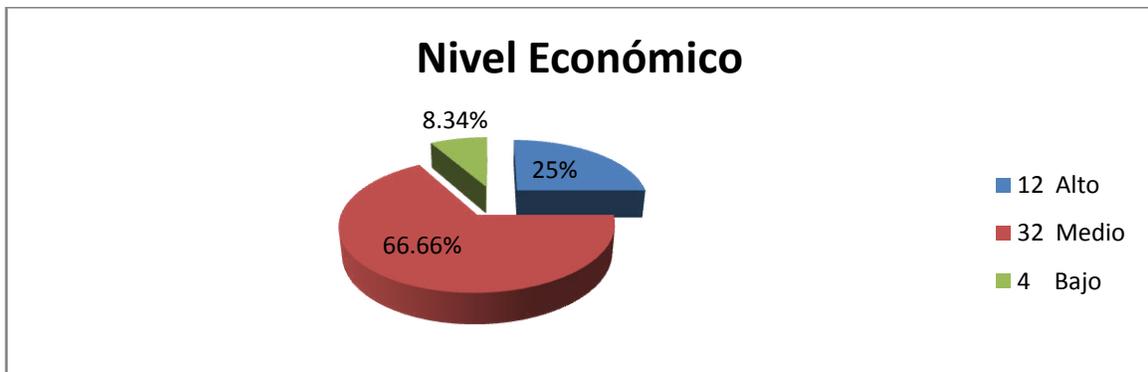
#### 5) ¿QUE CLASE DE TURISTAS VISITAN EL SECTOR?

Los datos muestran que la mayor parte de turistas que acuden a los establecimientos turísticos en Puerto Villamil son extranjeros, muchos hacen mención a que estos turistas son provenientes de Europa destacándose Holanda e Inglaterra.



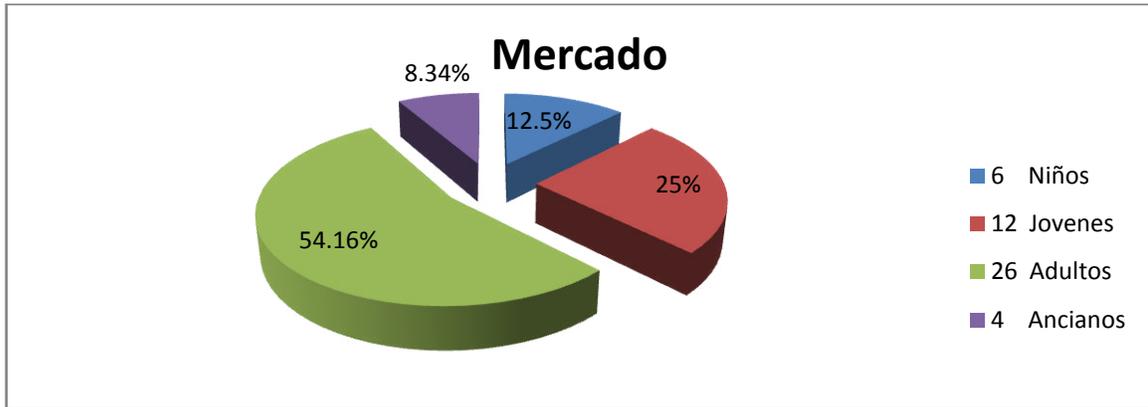
#### 6) ¿QUE NIVEL ECONÓMICO PRESENTAN SUS CLIENTES?

En los resultados se puede observar que la mayoría de los clientes tienen los prestadores de servicios presentan un nivel económico medio, lo que da la pauta para determinar una de las características al mercado al cual se debe dirigir.



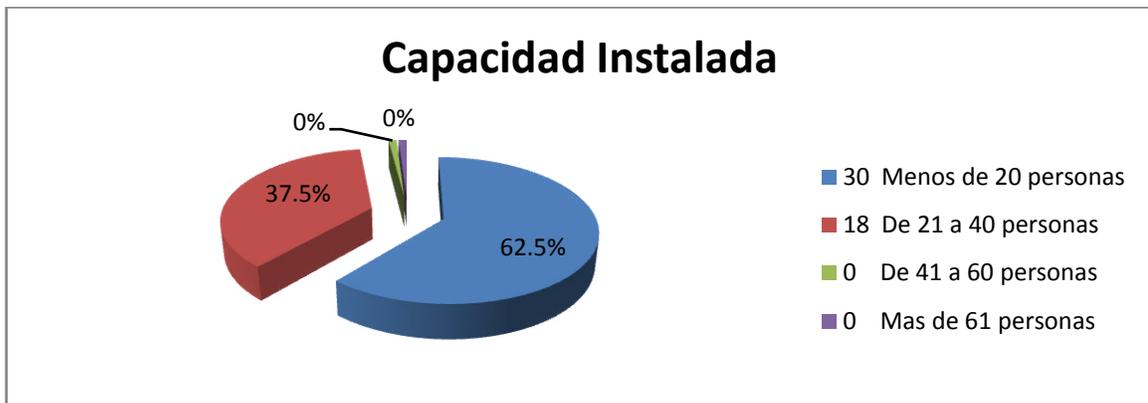
### 7) ¿CUAL ES SU PRINCIPAL MERCADO?

Con un gran porcentaje de 54.16% muestran los prestadores de servicios que su principal mercado son los adultos, seguido de los jóvenes con un 25%, otra característica importante que marca el detalle es que existen un volumen considerable de niños de entre 11 a 13 años realizando su viaje de fin de ciclo.



### 8) ¿CUAL ES LA CAPACIDAD INSTALADA PARA LA DEMANDA TURÍSTICA?

Se puede observar que en Puerto Villamil por sus características del lugar y ordenanzas municipales en pro de la conservación no existen capacidades individuales de instalación turística superiores a 40 pasajeros.



### 9) ¿CUAL ES EL PROMEDIO DE OCUPACIÓN O ROTACION DIARIA DE SU NEGOCIO?

Se puede dar cuenta a través de los resultados obtenidos que Puerto Villamil presenta un alto número de ocupación diaria de los establecimientos turísticos, debido a que un 49.09%, rota diariamente en los diferentes prestadores de servicios, cabe destacar que este dato no se puede utilizar para determinar la afluencia turística exacta ya que los establecimientos turísticos pueden acudir la misma población y varias veces.

10) ¿CUAL ES LA TEMPORADA DE MAYOR AFLUENCIA TURISTICA?

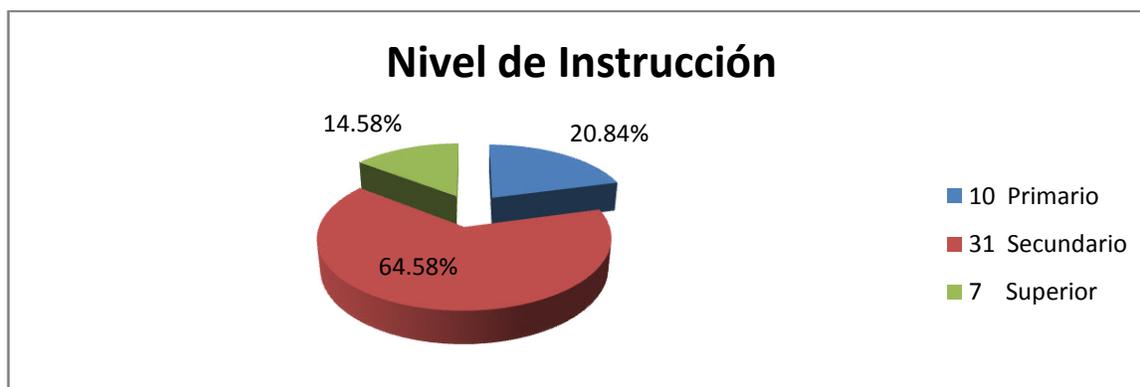
Los proveedores saben que en los meses de febrero, junio, julio y agosto reciben la mayor cantidad de turistas del año, ya que en estos meses Puerto Villamil, goza de un clima espectacular, apto para la observación de animales en estado natural ya que algunas especies comienzan a anidar.

11) ¿CUAL ES LA TEMPORADA DE MENOR AFLUENCIA TURÍSTICA?

Los datos indican que los meses de menor afluencia turística son enero y octubre.

12) ¿CUAL ES EL NIVEL DE INSTRUCCIÓN DEL PERSONAL QUE DISPONE?

Se puede observar que la mayoría de los establecimientos turísticos disponen de personal con un nivel de instrucción secundario, seguido por individuos que presentan un nivel de instrucción primario, dato que nos muestra que el personal tiene educación y que la actividad turística es generadora de fuentes de empleo.



13) ¿LOS GUIAS TURÍSTICOS TRABAJAN CON LICENCIA CERTIFICADA?

Las respuestas indican que la mayoría de los prestadores de servicios trabajan con guías que certificados y calificados por el Parque Nacional Galápagos requisito fundamental para operar, lo que implica una característica positiva para los clientes.



14) ¿DISPONE DE ESTRATEGIA DE TRABAJO PARA FOMENTAR EL TURISMO?

La mayoría de los proveedores disponen de estrategias de trabajo para fomentar el turismo, muchos de ellos respondieron a la calidad del servicio y a la imagen que ello brinda del establecimiento hacia los turistas respecto a la limpieza, tranquilidad y buen trato.

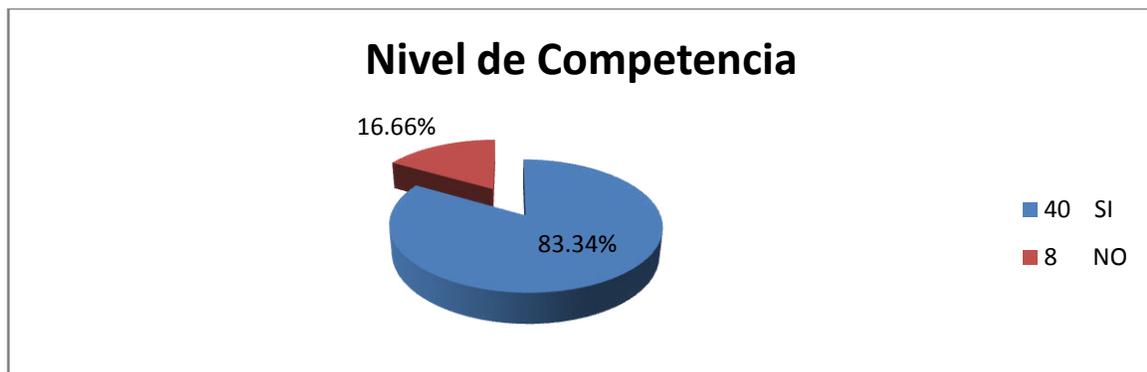


15) ¿QUE ASPECTOS CAMBIARIA DE ACUERDO COMO SE ESTA LLEVANDO A CABO EL TURISMO EN LA CIUDAD?

En los resultados se puede determinar que la mayoría de los prestadores de servicios encuestados respondieron que se deben descentralizar los diversos actores que intervienen en la actividad turística, ya que solo se preocupan por impulsar la conservación del parque mas no en mejorar los servicios para la atención a los turistas.

16) ¿CREE QUE PUERTO VILLAMIL ESTA EN LA CAPACIDAD DE COMPETIR A NIVEL NACIONAL E INTERNACIONAL CON LOS PRODUCTOS TURÍSTICOS?

Más del 50% de los prestadores de servicios respondieron que Puerto Villamil sí se encuentra en la capacidad de competir individualmente a nivel nacional e internacional con los productos turísticos que dispone ya que la riqueza natural es única e incomparable, mientras que una minoría respondió que todavía no están en la capacidad de competir ya que la población no posee servicios básicos de buena calidad.



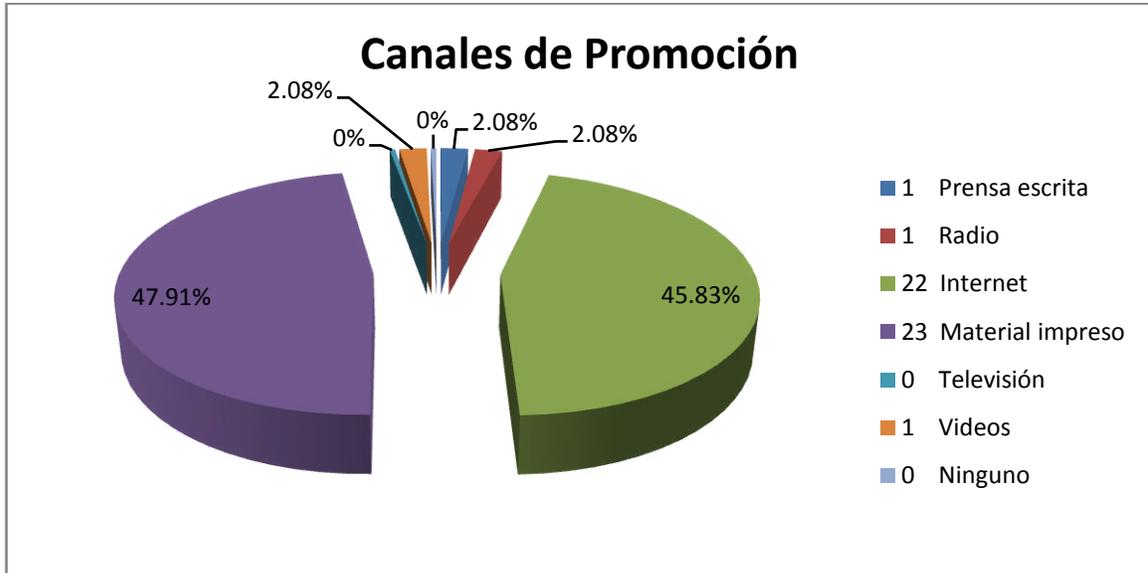
17) ¿SE DEBE TRABAJAR EN FORMA CONJUNTA CON LOS SERVIDORES TURÍSTICOS?

En los resultados se puede observar que la mayoría de los encuestados piensan que sí se debe trabajar en forma conjunta con los diversos servidores turísticos, ya que sería una estrategia para impulsar el desarrollo turístico.



### 18) ¿QUE CANAL UTILIZA PARA PROMOCIONAR SU NEGOCIO?

Los datos muestran que la mayoría de prestadores de servicios utilizan un material impreso para promocionar su negocio, lo que indica que por diversos motivos no invierten mucho por promocionar sus negocios ni a nivel nacional ni internacional



#### 3.1.1.4.3.1. MATRICES DE EVALUACIÓN DE LOS PRESTADORES DE SERVICIOS

El cantón Isabela puerto Villamil, cuenta con un número significativo de prestadores de servicios respecto a: alojamiento, alimentos y bebidas y transporte turístico, que son factores indispensables para que se desarrolle un turismo en forma satisfactoria.

Para lo cual se han desarrollado matrices de calificación a los prestadores de servicios con los que se puede trabajar para brindar un servicio de calidad, en la cual se ha tomado en consideración diferentes características que permiten determinar la calidad del servicio de los proveedores.

## CARACTERÍSTICAS:

C1 = PRECIO

C2 = SERVICIOS

C3 = INFRAESTRUCTURA

C4 = PERSONAL

C5 = UBICACIÓN

C6 = CATEGORIA

C7 = IMAGEN

C8 = EXPERIENCIA

C9= DEMANDA DIARIA

C10 = SEGURIDAD

## CALIFICACIÓN:

NO CUMPLE = 1

CUMPLE PARCIALMENTE = 3

SI CUMPLE = 6

<b>MATRIZ DE TRANSPORTE TURÍSTICO</b>											
<b>PRESTADORES DE SERVICIOS</b>	<b>C1</b>	<b>C2</b>	<b>C3</b>	<b>C4</b>	<b>C5</b>	<b>C6</b>	<b>C7</b>	<b>C8</b>	<b>C9</b>	<b>C10</b>	<b>TOTAL</b>
<b>EMBARCACIONES</b>											
<b>Nortada</b>	6	6	3	3	6	6	6	6	6	6	<b>54</b>
<b>Aeroservicios C.A.</b>	6	3	3	3	6	6	3	6	6	6	<b>48</b>
<b>Islas Plazas</b>	6	6	3	3	6	6	6	6	3	6	<b>51</b>
<b>Fragata</b>	6	3	6	6	6	6	6	3	6	6	<b>54</b>
<b>Elizabeth II</b>	6	6	3	6	6	6	6	6	6	6	<b>57</b>

<b>MATRIZ DE ALOJAMIENTO</b>											
<b>PRESTADORES DE SERVICIOS</b>	<b>C1</b>	<b>C2</b>	<b>C3</b>	<b>C4</b>	<b>C5</b>	<b>C6</b>	<b>C7</b>	<b>C8</b>	<b>C9</b>	<b>C10</b>	<b>TOTAL</b>
<b>HOSTALES</b>											
<b>Casa de Marita</b>	3	6	6	6	6	6	3	6	6	3	<b>51</b>
<b>Insular</b>	3	6	6	6	6	3	6	6	6	3	<b>51</b>
<b>Iguana Crossing</b>	6	3	6	6	6	3	6	6	3	6	<b>51</b>
<b>San Vicente</b>	6	3	6	6	6	3	6	6	3	6	<b>51</b>
<b>PENSIONES</b>											
<b>Isla del Descanso</b>	6	6	6	6	3	6	6	6	6	6	<b>57</b>
<b>Albemarle</b>	6	6	6	6	3	6	6	6	6	6	<b>57</b>
<b>La Laguna</b>	6	6	6	6	3	6	6	6	6	6	<b>57</b>
<b>Caleta Iguana</b>	6	6	6	6	3	6	6	6	6	6	<b>57</b>
<b>The Wooden House</b>	6	6	3	6	3	3	6	6	6	6	<b>51</b>
<b>Sandrita</b>	6	6	6	6	3	3	6	6	6	6	<b>54</b>
<b>Casa Sol</b>	6	6	6	6	3	3	3	3	3	6	<b>45</b>
<b>Villamil</b>	6	6	6	3	6	3	6	6	3	3	<b>48</b>
<b>Volcano</b>	6	6	3	6	6	3	3	6	6	3	<b>48</b>
<b>Casita de la Playa</b>	6	6	3	6	3	3	3	6	3	6	<b>45</b>
<b>Coral Blanco</b>	6	6	3	6	3	3	6	6	3	6	<b>48</b>
<b>Los Flamenco</b>	6	6	6	6	6	3	6	6	6	6	<b>57</b>
<b>Galápagos</b>	6	6	6	3	3	3	3	6	6	6	<b>48</b>
<b>Las Gardenias</b>	6	6	6	6	3	3	6	6	6	6	<b>54</b>
<b>The Dolphin House</b>	6	6	6	6	6	3	6	3	6	6	<b>54</b>
<b>Sula Sula</b>	6	6	3	6	6	3	6	3	6	6	<b>51</b>
<b>Sierra Negra</b>	6	6	3	3	6	3	6	3	6	6	<b>48</b>
<b>Posada el Caminante</b>	6	6	6	6	6	3	6	6	6	6	<b>57</b>
<b>La Jungla</b>	6	6	6	6	6	3	3	6	6	6	<b>54</b>
<b>Cerro Azul</b>	6	6	6	3	6	3	3	6	3	6	<b>48</b>
<b>Cormorant</b>	6	6	6	6	3	3	3	6	6	3	<b>48</b>
<b>Brisas del Mar</b>	6	6	6	6	6	3	3	3	3	6	<b>48</b>
<b>CABAÑAS</b>											
<b>Cabañas de Rubén</b>	6	6	6	3	6	6	3	3	3	3	<b>45</b>
<b>Tero Real</b>	6	6	6	3	6	6	6	3	1	3	<b>46</b>

<b>MATRIZ DE ALIMENTACIÓN</b>											
<b>PRESTADORES DE SERVICIOS</b>	<b>C1</b>	<b>C2</b>	<b>C3</b>	<b>C4</b>	<b>C5</b>	<b>C6</b>	<b>C7</b>	<b>C8</b>	<b>C9</b>	<b>C10</b>	<b>TOTAL</b>
<b>RESTAURANTES</b>											
<b>El Toque del Sabor</b>	6	3	6	6	6	1	3	6	6	6	<b>49</b>
<b>Coco Bar</b>	6	6	3	6	6	1	6	6	6	3	<b>49</b>
<b>Las gaviotas</b>	6	6	6	3	6	1	6	6	6	3	<b>49</b>
<b>La Choza</b>	6	6	6	6	6	1	6	6	6	3	<b>52</b>
<b>Arenitas</b>	6	3	6	3	6	1	6	3	6	6	<b>46</b>
<b>Costa Azul</b>	6	6	6	3	6	1	6	6	6	6	<b>52</b>
<b>El Encanto de la Pepa</b>	6	6	6	6	6	1	3	6	6	6	<b>52</b>
<b>El Éxito Criollo</b>	6	6	6	3	6	1	6	6	6	6	<b>52</b>
<b>Islote</b>	6	3	6	3	6	1	6	6	6	6	<b>49</b>
<b>El Tropical</b>	6	3	6	3	6	1	3	3	6	6	<b>43</b>
<b>Secretos</b>	6	6	6	3	6	1	6	3	6	6	<b>49</b>
<b>Sea Lion</b>	6	6	6	3	6	1	6	6	6	6	<b>52</b>
<b>Bar de Beto</b>	6	3	3	6	6	1	3	3	6	6	<b>43</b>
<b>Carabalí</b>	6	6	6	3	6	1	3	6	6	6	<b>49</b>
<b>Kelita</b>	6	6	6	6	6	1	6	3	6	6	<b>52</b>
<b>Las Delicias del Cholito</b>	6	6	6	6	6	1	3	3	6	6	<b>49</b>
<b>Tres Hermanos</b>	6	3	6	3	6	1	6	6	6	6	<b>49</b>
<b>Yolita</b>	6	3	6	3	6	1	3	6	6	6	<b>46</b>
<b>Aloha Betsy</b>	6	3	6	6	6	1	3	6	6	6	<b>49</b>
<b>Iguana</b>	6	3	3	6	6	1	6	6	6	6	<b>49</b>
<b>El Oasis</b>	6	6	6	6	6	1	6	3	6	6	<b>52</b>

Los resultados que se obtuvieron a través de las matrices de los diversos prestadores de servicios de acuerdo a sus calificaciones, se han seleccionado los que presentaron mayores niveles de puntuación. Los mismos que han sido escogidos para trabajar dentro del plan de marketing y se encuentran resultados de color rosa.

#### **3.1.1.4.4. INTERMEDIARIOS**

En total existen 8 agencias de viajes en el cantón, de las cuales las 8 son operadores. Cabe mencionar que existen intermediarios que venden o promocionan a Puerto Villamil, debido a que por su importancia es comercializada dentro del territorio ecuatoriano, por medio de las diferentes agencias viajes como son mayoristas, minoristas, operadores y duales.

- **AGENCIAS DE VIAJES MAYORISTAS.-** Son aquellas que organizan, elaboran y ofrecen toda clase de servicios y viajes combinados para su venta a los minoristas. Las mayoristas no pueden ofrecerlos directamente al consumidor, por lo tanto son los minoristas quienes las ofrecen.
- **AGENCIAS DE VIAJES MINORISTAS O INTERNACIONALES.-** Estas agencias comercializan el producto de los mayoristas vendiéndolo directamente al usuario turístico, o bien proyectan, elaboran, organizan, y/o venden toda clase de servicios y viajes combinados directamente al usuario, no pudiendo ofrecer ni comercializar sus productos a otras agencias.
- **AGENCIAS DE VIAJES OPERADORAS.-** Son encargadas de elaborar, organizar y vender paquetes turísticos de acuerdo a las necesidades de los clientes
- **AGENCIAS DE VIAJES DUALES.-** Son aquellas que pueden realizar simultáneamente las actividades de los dos primeros grupos antes mencionados, ya sea llevando una actividad mayorista o minorista, es decir puede llevar ambas funciones: la organización y venta de servicios y paquetes a otras agencias, así como también la organización venta de servicios y paquetes al usuario o consumidor.

Los operadores turísticos de la ciudad de Puerto Villamil dependen básicamente de dos vías para sus ventas: de los “walk in” o turistas ya en destino que acuden a los operadores en busca de un servicio específico y de los paquetes turísticos vendidos a las agencias.

<b>OPERACIONES CON MAYOR DEMANDA</b>
Salidas hacia el volcán Sierra Negra
Observación a Laguna de las Tintorerías
Visita al Muro de las Lagrimas
Cabalgas y caminatas por senderos exuberantes
Deportes extremos
Visita al centro de crianza

### **3.1.2. MACROAMBIENTE**

#### **3.1.2.1. FACTORES DEMOGRÁFICOS**

En el Ecuador la movilidad humana en su primera ola ha sido interna, es decir según información del instituto Ecuatoriano de estadísticas en el año 1985 la zona rural era del 75% mientras que en el 2010 es del 29 %. Respecto a la movilidad externa internacional, tenemos varias olas, la primera es en la época de los 80 en donde se dio un gran proceso migratorio hacia EEUU, Venezuela. A partir de la crisis del año 1998 – 2000, en donde se inicio un gran proceso de salida de ecuatorianos, especialmente a España, se estima que la cuarta parte de la población del Ecuador está fuera del País.

Usualmente se ha evaluado el desempeño de los gobiernos a través del estudio del comportamiento del crecimiento del PIB o a través del ingreso y consumo de los ciudadanos. No obstante, el ingreso o el consumo son medios para conseguir el fin que es el desarrollo humano entendido como expansión de las capacidades y funcionamientos de los individuos y de la sociedad.

A continuación se mostraran datos significativos de la población ecuatoriana, tomados del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC).

#### **Indicadores Demográficos**

- Población 2010: 14.306.876 habitante
- Población Urbana – Rural 2010: Urbana: 65.71%  
Rural: 34.29%
- Distribución pro sexo 2010: Masculino: 6.830.674  
Femenino: 6.879.560
- Tasa de crecimiento anual 2010: 2.2%
- Densidad Poblacional: 47,7 Hab/Km<sup>2</sup>
- Natalidad: 21.54 nacimientos/1,000 población (2009 est.)
- Mortalidad: 4.21 muertes/1,00 población (2009 est.)
- Fecundidad: 2,59 hijos nacidos/mujer (2009est.)

- Esperanza de Vida: Hombres 73.94 años – Mujeres 79.84años (2009 est.)
- Alfabetismo: 91,0% (población sobre los 15 años, est. 2009)
- Educación: Pre-primaria, Primaria, Secundaria, Superior
- Composición étnica: Indígena 25,0% - Mestizo 65,0% - Blanco 7,0% - Negro 3,0%

### **Población Económicamente Activa:**

Ecuador tiene una población Económicamente Activa (PEA) de 5,4 millones de personas, o un 44.2% del total de Habitantes.

El país adopto el dólar estadounidense como su moneda oficial en el 2000, lo que mejoro su situación económica, pero no en los niveles necesarios para dobligar al desempleo o mejorar las condiciones generales de su mercado laboral. El desempleo se disparo a 8,66% de la PEA, este indicador es el más alto registrado en el país desde septiembre del 2007, donde las autoridades cambiaron de metodología.

### **Gastos Consumo:**

<b>Grupos de Gasto</b>	<b>Estructura de Gasto (100%)</b>
Alimentos y bebidas no alcohólicas	19.4
Bebidas alcohólicas, tabaco y estupefaciente	0.5
Prendas de vestir y calzado	8.6
Alojamiento, agua, electricidad, gas	19
Muebles y Enceres	5.9
Salud	4.9
Transporte	10
Comunicaciones	2.8
Recreación y Cultura	5.7
Educación	4.4
Hoteles y Restaurantes	10.6
Bienes y Servicios Directos	8.2

### **3.1.2.2. FACTORES SOCIALES**

En el Ecuador de nuestros tiempos hay clases, capas y sectores sociales bastante definidos. Unos que se ubican como clases dominantes y explotadoras, por el gran poder económico y político que concentran y, otros que se ubican como clases dominadas y explotadas, que sufren los efectos de la dependencia, de la injusta distribución de la riqueza y de los gobiernos al servicio de los grupos oligárquicos y pro-imperialistas.

El análisis concreto de una sociedad históricamente determinada demuestra la coexistencia de varios modos de producción, en donde, uno de ellos es el predominante. Esto se denomina formación económico-social o caracterización de la sociedad. De esta situación se desprende el análisis de clases sociales, naturaleza y contradicciones.

Respecto de la formación económico-social del Ecuador de hoy, se lo define como capitalista, dependiente del imperialismo. La incorporación de nuestro país al capitalismo se produjo en circunstancias de sometimiento a la dominación imperialista, factor que determina su carácter dependiente, deformado y atrasado, más aun, si se toma en cuenta que en varias empresas hay la presencia del capital extranjero tanto en condición de préstamos como de inversiones, Sin embargo, el crecimiento de la industria generaliza las relaciones de producción capital-trabajo asalariado.

Dentro de la división internacional del trabajo, los monopolios imperialistas asignan a nuestro país las tareas de proveer materia prima y desarrollar la industria ligera, sobre todo de bienes de consumo, mientras, por otro lado, impiden la promoción de la industria pesada. Por ende, se trata de una débil y atrasada industria local que no puede resistir los efectos de la competencia en el mercado internacional y los procesos de desnacionalización de la economía que promueven el neoliberalismo y la globalización. A ello obedece que muchas empresas industriales, sobre todo las medianas y pequeñas, quiebren en medio de una confrontación con la gran empresa capitalista.

También destaca que, gracias a las transformaciones y crecimiento industrial operados durante las últimas décadas, las típicas haciendas feudales han cambiado su naturaleza para convertirse en grandes o medianas empresas agroindustriales, en las líneas que demandan los monopolios imperialistas.

De esta pugna de interés y poderes surge lo que se denomina como: Cuestión Social o Problema Social, en la cual existen diferencias, oposiciones, rivalidades, conflictos y choques de caracteres económico, político y hasta cultural.

Entre los principales problemas que ha tenido el Ecuador se podrá decir que son:

Los malos gobiernos, que por la mezquindad y ambición de ser ricos y más ricos, dan como resultado: el desempleo, la delincuencia, la prostitución, las violaciones, los asaltos, los asesinatos, el alcoholismo y la pobreza. Siendo la pobreza una

circunstancia económica en la que una persona carece de los ingresos suficientes para acceder a los niveles mínimos de atención médica, alimentos, vivienda, ropa y educación.

La falta de oportunidades educativas es otra fuente de pobreza, ya que una formación insuficiente conlleva menos oportunidades de empleo. Gran parte de la pobreza en el Ecuador se debe a un bajo nivel de desarrollo económico, pero el posible avance de la conciencia social e incluso del desarrollo científico se encuentra en el proceso del conocimiento de la realidad, del positivismo, del bienestar del indio, el cholo, el afroamericano, ser más país con mayor libertad, justicia y más solidaridad social, tendríamos una mejor manera de vida.

### **3.1.2.3. FACTORES NATURALES**

El Ecuador está considerado como uno de los 17 países donde está concentrada la biodiversidad del planeta, su ubicación geográfica, la presencia de la cordillera de los Andes y la influencia de las corrientes marinas determinan que el Ecuador disponga de climas tan variados en sus cuatro regiones que ha dado lugar nacimiento de miles de especies de flora y fauna tan diversos en medio de extensos territorios naturales. De las 12 zonas claves de la biodiversidad a nivel internacional, identificadas por el naturalista Norman Myers, tres se encuentran en el Ecuador Continental. Hay 46 ecosistemas que integran paramos, bosques, valles y el Océano Pacífico.

El Ecuador tiene un 10% de todas las especies de plantas que hay en la tierra. En la zona noroccidental se calculan unas 10.000 especies, en la Amazonia alrededor de 8.200, solamente en especies de orquídeas se han identificado 2.725, en Galápagos hay especies nativas con un alto grado de vegetación endémica y más de 25.000 especies de árboles en todo el territorio ecuatoriano.

Así mismo el Ecuador cuenta con el 8% de las especies animales y con el 18% de las aves del Planeta. Tiene cerca del 15% total de las especies endémicas de pájaros en el mundo, que viven en las montañas, en la costa y en la región amazónica, principalmente las especies de insectos sobrepasan el millón y las mariposas llegan a 4.500 entre otras.

El país cuenta con aproximadamente 11.5 millones de hectáreas cubiertas de bosques, que representan el 42% del área total del País. El 80% de los bosques se encuentran en la región amazónica, e 13% en el litoral, y el 7% en la serranía, el 37% de los bosques están declarados como reservas Naturales Protegidas, que equivale al 18% del territorio Nacional. De esta manera el País cuenta con 10 parques nacionales y 14 reservas naturales protegidas por el Estado y existen parques naturales de responsabilidad privada.

A inicios de los años noventa, el Gobierno de Ecuador otorgo 670.000 hectáreas en la región amazónica a las comunidades indígenas.

El turismo constituye una esperanza cierta de reactivación económica y de empleo para nuestro desarrollo y bienestar. Curiosamente, uno de los factores que favorece la aparición del turismo en una zona, el paisaje, suele mostrarse especialmente frágil con su desarrollo. Ya se ha visto como la llegada de turistas tiende a cambiar el uso de los recursos naturales, pero más allá de ello, muchas veces tiende a sobreexplotarlos.

Ya que el turismo de masas se ha mostrado especialmente violento con el medio ambiente, urbanización de zonas naturales o no integrada en el paisaje, contaminación del agua por los residuos líquidos, destrucción de monumentos históricos, contaminación del aire por el uso de vehículos y calefacción, cambios en el paisaje para favorecer actividades de ocio como el golf o el esquí, etc. Estos procesos son más incisivos en los países del Sur, donde las normativas medioambientales suelen ser más laxas.

Pero no solo el turismo de masas incide sobre el medio ambiente, las estimaciones de la tasa de deforestación varían considerablemente en el país, dependiendo de la fuente, pero se estima que la tasa anual de deforestación varía entre 140.000 y 200.000 hectáreas al año, lo que sitúa al país en una de las tasas más altas de deforestación en América Latina.

Los problemas más críticos relacionados con el manejo de los recursos son: El manejo anti técnico de las cuencas hidrográficas; la no conservación de los recursos hídricos y del suelo; el deterioro del bosque húmedo; la no conservación y manejo de la diversidad biológica, el incremento poblacional y principalmente los fenómenos de la deforestación, erosión y sedimentación.

### **Avances en la Política y Legislación Ambiental**

A nivel internacional las políticas y legislación ambiental se basan en tres etapas:

**Primera.-** De 1976 a 1992, se establecieron criterios antropocentrista, sanitaria, recursista (Declaración de Estocolmo)

**Segunda.-** De 1992 a 1999, la declaración de derecho a un ambiente sano y ecológicamente equilibrado, marco institucional para la gestión (Declaración de la Cumbre de Río/Políticas Básicas Ambientales/Constitución, Ley de Gestión Ambiental)

**Tercera.-** En 1999, el desarrollo reglamentario, descentralización, implementación de declaraciones y nuevos conflictos (SUMA, convenios, ordenanzas, reglamentos). Estrategia para el desarrollo forestal sustentable. Principales instrumentos: PAMSAR, CITES, Declaración de Río, CDB, Cambio climático, Protocolo de Kyoto, Decisión 391, Convenio 169 de OIT; Protocolo de Cartagena, entre otros.

A nivel nacional se hicieron grandes mandatos o lineamientos contenidos en la constitución (leyes, estrategias, planes y reglamentos), siendo las políticas básicas más importantes:

- Políticas Ambientales del Ecuador(1994)
- Institucionalidad Ambiental, creación del Ministerio de Medio Ambiente MAE (1996)
- La estrategia Ambiental para el Desarrollo sostenible del Ecuador (1999)
- La estrategia para el Desarrollo Forestal Sustentable del Ecuador (2000)
- La Política y Estrategia Nacional de Biodiversidad (2001)
- La estrategia para el Desarrollo de los Bosques y las Áreas Protegidas del Ecuador
- La ley Forestal y de conservación de Área Naturales y Vida Silvestre.
- La ley Especial para la Provincia de Galápagos

Las disposiciones constitucionales vigentes promueven la conservación y utilización sustentable de los recursos naturales con la acción de las poblaciones involucradas y de conformidad con los convenios y tratados internacionales.

## Esquema de la Legislación Ambiental Actual

LEGISLACIÓN GENERAL	LEGISLACIÓN SECTORIAL		
	Calidad Ambiental	Recursos Naturales	Biodiversidad
Constitución Política de la República  Ley de Gestión Ambiental  Código Civil  Código Penal  Texto unificado de la Legislación Ambiental Secundaria (TULAL)	Código de la salud	Ley de Aguas	Ley Forestal y de Áreas Naturales y Vida Silvestre
	Ley de Prevención y Control de la Contaminación Ambiental	Ley de Desarrollo Agrario	Ley Orgánica y de Régimen Especial de Galápagos
	Ley de Régimen Municipal	Ley de Hidrocarburos	Ley que Proteja la biodiversidad en el Ecuador
	Libro VI de la Calidad Ambiental (TULAS)	Ley de Minería	Libro IV TULAS
Ley de Pesca y Desarrollo Pesquero			
Ley Forestal y de Áreas Naturales y Vida Silvestre			
Libro III y V(TULAS)			

Fuente: Manolo Morales, CEDENMA (Coordinadora Ecuatoriana para la Defensa de la Naturaleza y el Medio Ambiente)

### 3.1.2.4. FACTORES ECONÓMICOS

El crecimiento económico es una de las metas de toda sociedad y el mismo implica un crecimiento notable de los ingresos, y de la forma de vida de todos los ecuatorianos.

Existen muchas maneras para medir el crecimiento de una sociedad, se podría tomar como ejes de medición, la inversión, las tasas de interés, el nivel de consumo, las políticas gubernamentales, o las políticas de fomento al ahorro; todas estas variables son herramientas que se utilizan para medir este crecimiento.

Y este crecimiento requiere de una medición para establecer que tan lejos o que tan cerca estamos del desarrollo. Es una regla general en materia económica el cálculo de la economía de un país se mide de acuerdo al crecimiento anual del Producto Interno Bruto (PIB).

## **Entorno Económico Nacional**

### **Inflación**

En cuanto a la inflación anual, el INEC muestra un valor de 9.13%. Las Causas de la inflación en el Ecuador para el 2010 son: Choques exógenos, subida de precios internacionales, crisis mundial de producción de alimentos, inundaciones, mercados monopólicos y oligopolios, especulación, rigidez de la oferta de alimentos, suficiente disponibilidad de circulante en la demanda, expectativa, indexación.

En noviembre del 2010, los rubros recreación y cultura (0.055%), así como bienes y servicios diversos (0.045%), en la tercera posición se encuentra la categoría de bebidas alcohólicas, tabacos (0.027), la canasta familiar básica alcanza una cifra de USD 506.79, el ingreso mínimo mensual se mantiene en 33.34

### **Evaluación del Sector Real**

#### **PIB**

En el segundo trimestre del 2010, la tasa de crecimiento de la economía se ubica en 2.4%, superior en 1.52 puntos porcentuales al registro del trimestre anterior, y mostrando las categorías con mejor desempeño son: construcción y suministros de electricidad y agua.

Según las últimas estimaciones del BCE, la tasa real de crecimiento del Producto Interno Bruto (PIB) en 2010 de 6.20%.

#### **Empleo**

“Una característica importante del empleo es que los trabajadores obtengan una remuneración la cual les permita vivir en mejores condiciones, durante noviembre de 2010, la tasa de desempleo alcanza un nivel de 7.9%, Guayaquil mantiene el mayor índice, con un valor de 9.5%, 0.4 puntos porcentuales inferior al nivel alcanzado en octubre (9.9%). Machala se ubica en la segunda posición con 9.1%, mostrando un crecimiento de 1.3 puntos porcentuales con respecto al mes anterior. En tercer lugar, se tiene a Quito con 6.5%, 1.8 puntos porcentuales más bajo que el mes anterior. De su parte, la ciudades serranas de Cuenca y Ambato registran los menores indicadores 4.7% y 5.3%, respectivamente”.<sup>25</sup>

<sup>25</sup> BANCO CENTRAL DEL ECUADOR, Cifras económicas del Ecuador, 2010

## Economía Turística.

El turismo constituye una fuente importante de ingresos de la economía del Ecuador y una fuente generadora de empleo, por lo que es un factor distribuidor de la riqueza. El turismo es considerado como una de las herramientas más importantes para combatir la pobreza.

Si empezamos por desarrollar el turismo interno estamos dinamizando la economía. Ecuador es un país para recorrerlo y así lo han comprendido los ecuatorianos que en el último año movilizaron 1.200 millones de dólares en transporte, alojamiento, alimentación, que son los rubros más importantes de la actividad turística.

El turismo interno representa el 53% de la demanda total del turismo. Solamente en el último feriado de carnaval los turistas movilizaron 150 millones de dólares.

El incremento de la actividad turística en el Ecuador significara mayor inversión de capitales privados nacionales y extranjeros, aumento de ingresos por impuestos y tasas, ampliación de la infraestructura turística de servicios como alojamiento, transporte, alimentación, etc. Y la creación de empleo permanente.

Para que el turismo se convierta en una actividad sostenida, El estado debe tener información actualizada, para ello es fundamental que el Ministerio de Turismo vuelva a contar con la CUENTA SATELITE DE TURISMO, por medio de la cual se conoce la importancia de su aporte al crecimiento del país, permite tener una idea del aporte al crecimiento del país, permite tener una idea del aporte de la actividad turística al PIB, su importancia en el consumo, en la inversión de capital, en el empleo y en la balanza de pagos.

El Plan de Marketing Internacional está vigente y la Marca País ha definido al Ecuador para promoverlo internacionalmente como la vida en estado puro y Ecuador Ama la Vida.

## Estadísticas Monetarias

2009							
TRIMESTRES	INGRESOS		TOTAL DE INGRESOS DE DIVISAS (a)	EGRESOS		TOTAL DE EGRESOS DE DIVISAS (b)	SALDO (a - b)
	VIAJES	TRANSP.		VIAJES	TRANSP.		
I TRIMESTRE	135.6	0.6	136.2	123.8	54.0	177.8	-41,6
II TRIMESTRE	156.1	0.7	156.8	127.1	59.6	186.7	-29,9
SUBTOTAL	291.1	1.3	293.0	250.9	113.6	364.5	-71,5
III TRIMESTRE	168.7	0.7	169.4	125.9	59.6	185.5	-16,1
IV TRIMESTRE	163.0	0.7	163.7	127.2	55.9	183.1	-19,4
TOTAL	623.4	2.7	626.1	504.0	229.1	733.1	-107,0

2010							
TRIMESTRES	INGRESOS		TOTAL DE INGRESOS DE DIVISAS (a)	EGRESOS		TOTAL DE EGRESOS DE DIVISAS (b)	SALDO (a - b)
	VIAJES	TRANSP.		VIAJES	TRANSP.		
I TRIMESTRE	165.5	0.8	166.2	133.0	98	231.0	-64,8
II TRIMESTRE	187.4	0.8	188.2	136.6	109.3	245.9	-57,7
SUBTOTAL	352.8	1.6	354.4	269.6	207.3	476.9	-122,5
III TRIMESTRE							
IV TRIMESTRE							
TOTAL							

En base a la información proporcionada por el Banco Central del Ecuador podemos determinar que definitivamente el turismo representa un factor importante de producción y generación de divisas al producto interno bruto del País.

### **Turismo Interno**

Turismo interno es el conformado por los flujos de turistas que residen en el país y viajan en el interior de su territorio. En el caso ecuatoriano la demanda potencial de turismo interior está constituida en su casi totalidad por la población urbana.

Es complicado llevar un registro en cuanto al número y monto de gasto de turismo interior, sin embargo, expertos en el sector consideran que el turismo interior es el que sustenta la actividad turística en el Ecuador, puesto que más de la mitad del consumo turístico total es realizado por residentes que se movilizan a través del territorio nacional,. Los rubros más importantes de gasto son: servicios de alimentación, compra de bienes y servicios de transporte, entre otros. El gasto por concepto de hospedaje es marginal comparado a los citados, puesto que, la información estadística señala que la mayoría de este tipo de turistas se alojan en casa hostales. De acuerdo a estimaciones del Ministerio 2009, el turismo interior genera aproximadamente USD 180 millones, de los cuales 49% se originan en los feriados y 51% en fines de semana. Sin embargo, dada la reticencia del turista en general a declarar el volumen real de su gusto, se puede considerar que esta cifra es todavía mayor. Este tipo de información se la obtiene a través de encuestas.

### **Presupuesto para el Turismo**

Para el año 2010 en el presupuesto General del Estado para el turismo 7,5 millones de dólares.

### **Incidencia del turismo en la Economía**

En el ámbito económico el turismo permite la redistribución de la riqueza; porque mediante el flujo del dinero es posible que gane la sociedad, que es generalmente la que menos recursos económicos posee y que invierta el turista que es el que comúnmente puede invertir.

#### **3.1.2.5. FACTORES TECNOLÓGICOS**

El Foro Económico Mundial ha elaborado el Ranking Mundial de Desarrollo Tecnológico midiendo “el entorno de los países en sus negocios, infraestructura, políticas y regulaciones, necesarios para desarrollar y asimilar tecnologías” así como “la disposición de sus gobiernos, negocios e individuos” con el mismo propósito.

El estudio abarca a 127 países y corresponde al periodo 2009 – 2010, que lleva por subtítulo “Fomentando la Innovación mediante la Preparación en la Red”, ha sido financiado por Cisco Systems, y se ha realizado en 127 países y los diez primeros lugares son:

Dinamarca, Suecia, Suiza, Estados Unidos, Singapur, Finlandia, Países Bajos, Islandia, Corea y Noruega. Ecuador está en el puesto 107 del desarrollo tecnológico mundial.

#### **Actividad Turística**

El Ministerio de Turismo lidera las acciones encaminadas a la conformación de la Comisión Interinstitucional de Estadísticas de Turismo para fortalecer el Sistema de Estadísticas de Turismo que a su vez respaldará la formulación de la política pública y la gestión de las empresas turísticas del Ecuador.

De esta manera, se propone diseñar estrategias para la consolidación del sistema de Estadísticas del Ecuador y la actualización e institucionalización de la Cuenta Satélite de Turismo, el análisis de la contribución del sector Turismo al Producto Interno Bruto, PIB, nacional, el cumplimiento de compromisos internacionales definidos en la Comunidad Andina para la elaboración de cuentas regionales de turismo y así, generar políticas de integración regional.

#### **3.1.2.6. FACTORES CULTURALES**

El ser humano siempre ha hecho cultura, siempre ha sido un ser turista de trascendencia cultural. En este continuo aprendizaje también su interés ha sido redescubrir el legado de sus ancestros, siempre ha estado haciendo cultura; por

eso es inevitable la relación: ser humano – naturaleza – cultura en el estudio del turismo.

Esta interesante actividad se desarrolla en un escenario mágico y fantástico llamado Tierra, en donde el ser humano deja sus huellas, es decir hace cultura.

Es la industria de los sueños, a través de la cual se difunde, promociona y vende confianza, cortesía, honestidad, originalidad, credibilidad, autenticidad, verdad, realidad, legitimidad, propiedad y los valores más altos de la naturaleza, culturas y seres humanos.

### **Ecuador Cultural**

Definir las raíces culturales del Ecuador, Es tratar de encontrar la identidad de un pueblo. Por cierto esta responde a u proceso dinámico que se da a lo largo del tiempo y por influencia de diversos factores. Para llegar a lo que somos, primero se tuvo que definir un espacio geográfico cuyas características son las primeras que pesan en nuestra condición humana y en nuestra conducta como personas y como sociedad.

El primer factor a tomar en cuenta, entonces, es el territorio donde hemos crecido como sociedad ecuatoriana, un territorio habitado desde aproximadamente unos 10.000 años antes de Cristo. Los primeros habitantes tuvieron que desarrollar una capacidad de adaptación constante, ya que, lo primero que tuvieron a mano fue una naturaleza muy prodiga pero también agresiva. Por un lado la costa, con un trópico exuberante donde era fácil cultivar la tierra con suficiente agua, aunque al mismo tiempo se haya tenido que afrontar las típicas enfermedades tropicales de fácil transmisión.

Por otro lado una región montañosa con variedad de climas y microclimas tan aptos para la supervivencia pero al mismo tiempo afectado del intenso y explosivo volcanismo y asentada en una verdadera red de fallas geológicas.

Fue en estas dos regiones donde el hombre ecuatoriano desarrollo toda su forma de ser porque en la selva oriental y en la regio insular de Galápagos ha estado más de migrante.

Los pequeños conglomerados amazónicos bastante apartado de la evolución social como para tener influencia en la gran nación ecuatoriana. Así entonces si queremos definir nuestras raíces culturales más vale ceñirnos a los centros poblados de sierra y costa.

En términos generales nuestra idiosincrasia, es la de un pueblo pacífico y laborioso, pero muy poco planificador y previsor. Si la tierra siempre fue buena, el clima fue mucho mejor.

No hemos tenido cuatro estaciones, sino más bien dos que nunca fueron contrastantes, las temperaturas jamás llegaron a extremos insufribles y se permitió sobrevivir con relativa facilidad dándonos tiempo para actividades artísticas que complementaron siempre más bien desaprensiva e improvisadora.

Las mezclas de pueblos aborígenes con la raza española acentuó esta tendencia con un latinismo que nos ha hecho acreedores de un carácter explosivo, bullanguero y desordenado.

Esta rápida descripción sugiere o muestra facetas a primera vista negativas en el comportamiento social pero también dan fe de un espíritu cálido, muy creativo y aventurero que en determinado momento ha sido el motor de nuestra historia.

## **CAPÍTULO IV**

### **FACTORES POLÍTICOS**

#### **4.1. SITUACIÓN POLÍTICA ACTUAL**

Ecuador es un país independiente desde 1830, fecha en que se separó de la Gran Colombia. Ecuador es una república basada en una democracia representativa constitucionalmente establecida. Rige la constitución de 1979, reformada en 1984, 1998 y finalmente en el 2008, como ley suprema de Estado, determina la división de este en cinco ramas. De las cinco funciones del Estado, se conservan los tres poderes tradicionales establecidos en constituciones anteriores: la función legislativa, asignada a la Asamblea Nacional; la función ejecutiva, liderada por el Presidente de la República; y la función judicial encabezada por la Corte Nacional de Justicia.

Sin embargo se establecen dos nuevos poderes del Estado: la función electoral, administrada por el Consejo Nacional Electoral y el Tribunal Contencioso Electoral; y la función de transparencia y control social, representada por el Consejo de Participación Ciudadana y Control Social. La Constitución de 2008 es una de las más extensas del mundo y la más larga de las cartas magnas que se han adoptado en el territorio ecuatoriano. Posee 444 artículos agrupados en los diferentes capítulos que componen los 9 títulos de la constitución.

El desarrollo turístico en el Ecuador ha tenido que enfrentar la inestabilidad política del país con los cambios institucionales que se han realizado y desde el 2003 con el cambio frecuente en el liderazgo dentro de la cartera de Estado; estos hechos han reducido las posibilidades de operatividad de las normativas vigentes y proceder a la aprobación de reglamentos ejecutivos de las leyes ya promulgadas.

El plan de gobierno actual formula una política turística a nivel nacional, que contempla la planificación, la difusión de la información especializada, norma y regula las actividades turísticas, promueve la inversión, mediante incentivos tributarios, impulsa proyectos que promocionan el turismo a nivel nacional e internacional, con la participación de la empresa privada, medios de comunicación, gobiernos locales, provinciales, ciudadanía en general.

Donde la misión del Estado a través del Ministerio de Turismo es orientar el fomento de la competitividad de la actividad turística, mediante procesos participativos y concertados, descentralizados, posicionando al turismo como eje estratégico de desarrollo económico, social y ambiental del Ecuador.

El rol del Estado en este gobierno, como dice la Ley de Turismo será de facilitador y sobre todo reglador, dando paso al sector privado para que asuma varios segmentos de la actividad. Donde también se impulsara el modelo de Descentralización del Turismo que ha permitido que el Ministerio de Turismo transfiera a más de 70 municipios varias competencias de la actividad turística, en el marco del proceso de descentralización del Estado, que busca fortalecer la gestión de los gobiernos seccionales.

## **4.2. SITUACIÓN DE GOBERNANZA TURÍSTICA**

El concepto de gobernanza aplicado al turismo engloba un conjunto de elementos que permiten que el sistema funcione de forma adecuada. Incluye las capacidades institucionales, políticas, organizativas y de gestión que son necesarias para llevar a cabo un proceso de toma de decisiones acertado para el desarrollo del turismo sostenible en el turismo sostenible en el Ecuador.

De ahí que los elementos que se consideran para abordar la gobernanza turística son los siguientes: Institucionalidad Pública, Organización Social Privada y Comunitaria, Marco Legal y Coordinación Estratégica.

### **4.2.1. MINISTERIO DE TURISMO DEL ECUADOR**

Visión actual que orienta las acciones del Ministerio de Turismo como institución rectora del Turismo en el Ecuador es: “Ser reconocido como líder en el desarrollo Turístico sostenible en la región andina y consolidar el éxito de la actividad turística en el Ecuador a través de un modelo de gestión pública descentralizado, efectivo y eficiente”.

La institucionalidad del turismo, supone realizar también un repaso de las funciones que la ley le asigna al Ministerio de Turismo, y que son:

1. Preparar las normas técnicas y de calidad por actividad que regirán en todo el territorio nacional;
2. Elaborar las políticas y el marco referencial dentro del cual obligatoriamente se realizara la promoción internacional del país;
3. Planificar la actividad turística del país;
4. Elaborar el inventario de áreas o sitios de interés turístico y mantener actualizada la información;
5. Nombrar y remover a los funcionarios y empleados de la institución;
6. Presidir el Consejo Consultivo de Turismo;

7. Promover y fomentar todo tipo de turismo, especialmente receptivo y social y la ejecución de proyectos, programas y prestación de servicios complementarios con organizaciones, entidades e instituciones públicas y privadas incluyendo comunidades indígenas y campesinas en sus respectivas localidades;
8. Orientar, promover y apoyar la inversión nacional y extranjera en la actividad turística, de conformidad con las normas pertinentes;
9. Elaborar los planes de promoción turística nacional e internacional;
10. Calificar los proyectos turísticos;
11. Dictar los instructivos necesarios para la marcha administrativa y financiera del Ministerio de Turismo ; y
12. Las demás establecidas en la Constitución, esta Ley y las que le asignen los Reglamentos.

El Ministerio de Turismo como Rector de la Política Turística del Ecuador enfrenta grandes retos y desafíos, pues debe fortalecer su actuación, para hacer que el sistema turístico funcione de forma adecuada para un correcto desarrollo sostenible

#### **4.2.1.1. MARCO JURÍDICO LEGAL**

La descentralización del turismo en el Ecuador se ampara en la Constitución Política y en instrumentos legales que están vigentes en diversos municipios que recibieron las competencias de turismo:

- El Artículo 226 de la Constitución establece la posibilidad de la descentralización de las competencias de Estado “.Cuando la entidad seccional se demuestre capacitada para hacerlo...”
- La Ley de Descentralización y la Participación Social fundamenta esta opción de transferencia del poder a las instancias de gobierno respectivas. El Decreto Ejecutivo 1581 la reglamenta.
- La Ley de Régimen Municipal determina al desarrollo turístico cantonal, como función primordial del Municipio.
- La Ley actual de Turismo dispone la participación de los gobiernos cantonales y provinciales para impulsar y desarrollar el desarrollo turístico, dentro del marco de la descentralización.
- El Decreto ejecutivo 1424 establece las Políticas de Estado para el desarrollo de la actividad turística.

El Ministerio de Turismo, cuenta con la Ley de Turismo, aprobada el 27 de Diciembre del 2002 y el reglamento que sustenta su acción, un fondo de promoción, un Plan de Marketing Internacional, la Marca País y un Plan de Competitividad que se inicio en 1998.

Los empresarios privados del turismo, cámaras, operadores, etc. Alcaldes y Prefectos, han intervenido activamente en potenciar el turismo como una fuente de riqueza nacional.

#### **4.2.1.2. PLAN DE TOUR 2020**

Representantes del Gobierno Central, gobiernos seccionales, empresarios privados (alojamiento, restaurantes, transporte, artesanía), organismos no gubernamentales y comunidad, definieron los elementos clave para el desarrollo estratégico del turismo sostenible del Ecuador hacia el año 2020. El PLANDETUR 2020 es parte del Plan Nacional de Desarrollo Social y Productivo del Ecuador y contribuye a un cambio de época a través de:

- a) Reforma Política
- b) Transformación Económico – Productiva.
- c) La transformación social y el desarrollo humano
- d) Integración latinoamericana

Así el turismo sostenible se constituye en un elemento fundamental en la agenda política del país con el ocio como un derecho y una forma de gestión en el contexto de un nuevo modelo de desarrollo

**EL PLANDETUR** plantea el reto de orientar la política sectorial con un horizonte al 2020 a través de una planificación participativa y efectiva que contribuya a la dinamización económica de la actividad turística y sus encadenamientos con otros sectores productivos a partir de un acuerdo nacional para el desarrollo turístico sostenible, que logre armonizar en todas las formas de turismo las dimensiones: social, económica y ambiental desde una perspectiva de equidad presente y futura.

El proceso de consulta del **PLANDETUR 2020** se enriquece con la activa participación de los actores directamente relacionados con el turismo quienes ofrecieron sus insumos para delinear un diagnostico de la realidad del turismo en su región, la generación de elementos clave para la visión del Turismo en Ecuador al 2020, la priorización de los problemas, soluciones, programas y proyectos que permitan definir de manera integral y consistente el futuro del Turismo sostenible en el Ecuador. Para consolidar el Plan, que se prevé, estará listo a finales de

agosto próximo, el PLANDETUR 2020 trabaja con un esquema de análisis con tres elementos fundamentales que son: la sostenibilidad, la competitividad y el fortalecimiento institucional en torno a cuatro ejes transversales:

- 1) “Objetivos de Desarrollo del milenio,
- 2) Desarrollo de la oferta turística,
- 3) Marketing y promoción,
- 4) Gobernanza.

La visión compartida de los actores clave busca lograr un modelo de gestión del turismo sostenible a escala mundial, con reglas claras para articular los esfuerzos de manejo sostenible y el desarrollo de las poblaciones locales reconociendo que el Archipiélago de Galápagos es uno solo.

Este modelo de gestión sostenible se basa en un turismo selectivo con un manejo técnico y sostenible del patrimonio natural, con organizaciones despolitizadas que logran ejecutar esfuerzos de manera integral, controlada y sostenible integrando aspectos: económico, social, ambiental, la oferta y demanda turística, sobre la base del desarrollo de capacidades locales y gobernanza del turismo.

Los elementos que se presentan a continuación son las características de esta visión compartida que guía e inspira a las acciones del Turismo sostenible al año 2020 en el marco de la ejecución con responsabilidad compartida del PLANDETUR 2020: Economía, Sociedad, Ambiente, Oferta Turística, Demanda Turística, Desarrollo de Capacidades Locales y Gobernanza”.<sup>26</sup>

#### **4.2.1.3. CUENTA SATÉLITE DE TURISMO**

##### **Antecedentes**

El Ministerio de Turismo a través de la Unidad Ejecutora del Proyecto Cuenta Satélite de Turismo del Ecuador y con financiamiento del Banco Interamericano de Desarrollo (BID), desarrollo en el periodo 2001 – 2003 el proyecto cuenta satélite de turismo, cuyo objetivo principal fue precisamente “Elaborar la Cuenta Satélite del Turismo (CST)”, que es un sistema de información macroeconómica que permite identificar y dimensionar la importancia del sector turístico en la economía ecuatoriana, para lo cual fue necesario sentar las bases para crear un Sistema de Estadísticas de Turismo para el país, cuyos insumos contribuye a la elaboración de la CST, entre otros.

<sup>26</sup>MINISTERIO DE TURISMO DEL ECUADOR, PLANDETOUR 2020, Edición Diciembre 2009.

Los resultados derivados de dos ejercicios exploratorios de Cuenta Satélite de Turismo del Ecuador se encuentran disponibles en sures corrientes y constantes, para las series 1993 – 2001 mientras para el periodo 2000 – 2003 en dólares corrientes y constantes.

El proyecto se sustenta en el gasto y consumo de los visitantes, para los cual se desarrollaron investigaciones de turismo receptor, emisor e interno, con énfasis en variables de gasto y su estructura, variable socio económicas y testicas objetivas, cuyos resultado del periodo julio 2002 – junio 2003 se encuentran disponible en el Ministerio de Turismo, al igual que las metodologías utilizadas y los criterios de organismo internacionales que brindaron asistencia técnica.

En lo relacionado a la demanda de turismo receptor y emisor, se dispone de resultados únicamente del segmento aéreo.

Para el periodo noviembre y diciembre de 2006 y enero de 2007, el Ministerio de Turismo luego de un concurso suscribió un contrato con la Universidad Técnica Particular de Loja, para el diseño de la investigación, levantamiento de información, procesamiento y análisis de las variables de turismo receptor y emisor segmentos aéreo y terrestre, cuyos resultados serán dados a conocer próximamente.

### **Objetivos**

Fortalecer y actualizar el Sistema de Estadísticas de Turismo del Ecuador acorde a las necesidades del sector y en articulación al Sistema Estadístico Nacional; así como actualizar las tablas e indicadores da la Cuenta Satélite de Turismo, bajo el marco técnico, conceptual y metodológico de Organismos Internacionales competentes en el tema, e integrarlo al Sistema de Cuantías Nacionales que desarrolla el Banco Central del Ecuador, con el que debe guardar estricta coherencia.

Se han definido esquemas de trabajo y analizado las estrategias para realizar el diagnostico que sustente la definición de estrategias, demandas, metas, indicadores, fuentes generadoras de datos, periodicidad e institución que oferta la información; después de ello, se establecerán las bases para conformar la comisión de Inter institucional de Estadística de Turismo.

### **Financiamiento**

Con recursos fiscales para el año 2010 se destinaron USD 100.000

## **Resultados Obtenidos**

Se dispone de estadísticas de turismo receptor y emisor segmento aéreo y terrestre para el periodo noviembre y diciembre del 2009 y enero de 2010 Existen Indicadores Turísticos para el periodo 2009 – 2010 Se cuenta con el Boletín de Estadísticas Turísticas serie 2006 – 2010.

## **Alianzas Estrategias**

Este proyecto está orientado a responder a la demanda de estadísticas del sector turístico, por lo que se requiere la participación de entidades vinculadas a la actividad tales como: Ministerio de Turismo, Relaciones Exteriores, Trabajo y Empleo, Medio Ambiente, Agricultura, Ganadería y Pesca; de la Secretaria Nacional de Planificación y Desarrollo, SENPLADES; del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, INEC; SRI del Banco Central; de la Comisión Nacional de Competitividad, CNPc; de la Dirección Nacional de Aviación Civil, DGAC; de la Asociación de Municipalidades de Ecuador, AME; la Dirección Nacional de Migración, de la Federación Nacional de Cámaras de Turismo, FENACAPTUR y de la Oficina Técnica de Cooperación, AECI de Ecuador.

## **Funcionamiento**

La cuenta satélite prevé una clasificación de los productos turísticos en tres categorías: productos y bienes de servicios característicos (hotelería, restaurantes y transporte de pasajeros), actividades de recreación, culturales y otras, para asegurar abarcar el mayor número de sectores relacionados con la actividad turística.

El análisis, conformado por diez tablas y que se realizara con una frecuencia anual, permitirá observar en qué áreas consumen más los ecuatorianos, que productos prefieren, los bienes y servicios que se producen en el país, el número de empleos que genera el sector, la inversión que se hace en Turismo. También se conocerán, con mayor detalle, el gasto de la administración pública en el rubro y una serie de indicadores no monetarios.

### **4.3. LEY DE TURISMO DEL ECUADOR**

#### **Capítulos I.- Generalidades**

Objeto de determinar el Marco Legal al Sector Turístico, Concepto de Turismo, Principios de la actividad Turísticas; Objetivos de la Política Estatal con relación al Sector del Turismo, (Art 1.- Art4)

## **Capítulo II.- De las Actividades Turísticas y de Quienes las Ejercen**

Quienes y que actividades turísticas se desarrollan; Los actos y contratos para las actividades sujetas a un cuerpo Legal; Personas jurídicas y sus fines; Requerimientos del ejercicio de actividades turísticas; El Registro de Turismo; Obligación de la Cartera de Estado con los establecimientos turísticos; Obligación de los empresarios temporales; Derecho de las comunidades locales organizadas para prestar servicios turísticos, (Art1 – Art 12)

## **Capítulo III.- Del Consejo Consultivo de Turismo**

Fines de su creación; Miembros del Consejo consultivo de Turismo, (Art 13 – Art 14)

## **Capítulo IV.- Del Ministerio de Turismo**

Que es el Ministerio de Turismo y sus atribuciones; Competencia Privativa del Ministerio de Turismo; Coordinación del MINTUR con otras instituciones del Sector Publico; Tercerización del Ministerio de Turismo con ciertos servicios, (Art 15 – Art 18)

## **Capitulo V.- De las Categorías**

Categorización de las actividades turísticas por parte del MINTUR, (Art 19)

## **Capítulo VI,- Áreas Turísticas Protegidas**

Competencias del Ministerios de Turismo y del Ambiente de las actividades turísticas en áreas naturales protegidas; Decreto Ejecutivo de Áreas Turísticas Protegidas y sus imitaciones; La Designación del Área Turística Protegida; Decreto Ejecutivo de área de reserva turística; Quienes pueden operar turísticamente en áreas naturales del Estado y Prohibiciones. El Estado garantiza la inversión nacional y extranjera en cualquiera de la actividades turísticas, (Art 20 – Art. 25)

## **Capítulo VII.- De los Incentivos y Beneficios en General**

Incentivos que gozaran las personas con proyectos turísticos aprobados por Ministerio de Turismo; Beneficios para personas Naturales, sociedades o empresas turísticas que cuenten con proyectos calificados por el Ministerio de Turismo; Los gastos por conceptos de campañas de publicidad y mercadeo relacionado con actividades de Turismo se reembolsaran al exterior debidamente sustentados; Derecho a la Restricción del IVA a los turistas extranjeros por servicios turísticos contratados así como sus requisitos y procedimientos; Crédito tributario a los servicios de turismo receptivo facturados; Fines del Registro de establecimientos de turismo que se acojan a los incentivos tributarios ante el Ministerio de Turismo; Incentivos por parte de los Municipios y gobiernos provinciales para inversiones en servicios de turismo; Obligación del MINTUR hacia los beneficios y quienes no podrán acogerse a los beneficios de inversiones

turísticas; Restricción de de los bienes importados bajo el amparo de inversiones de turismo, (Art 26 – Art 37)

### **Capítulo VIII.- De los Comités de Turismo**

Facultades de los comités de Turismo aprobados por el Ministerio de Turismo y otras entidades, (Art 38)

### **Capitulo IX.- Patrimonio Autónomo**

Constitución del fondo de Promoción Turística del Ecuador, Ingresos que cuenta el Fondo de Promoción Turística; Exoneraciones del Patrimonio Autónomo para sus importaciones, (art 39 – Art 41)

### **Capitulo X.- Protección al Consumidor de Servicios Turísticos**

Ministerio de Turismo responsable de la defensa de los derechos del usuario de Servicios Turísticos; Prohibición de todo discrimen a personas por cualquier servicio turístico; Responsabilidad del empresario que venda o preste servicios turísticos; Casos donde habrá lugar al resarcimiento de daños y perjuicios; Lugares donde los usuarios de servicios de turismo podrán reclamar sus derechos y presentar sus quejar; Donde acudir en caso de no resolverse los conflictos mediante la acción directa del Centro de Protección al Turista; Resolución al determinarse violación si fuere el operador; Acciones Legales si existiere infracción penal por parte de los empresarios turísticos; Garantía y protección para las empresas turísticas; Instrumentos para el efectivo control de la actividad turística, (Art 42 - Art 52)

### **Capitulo XI.- De los Delitos contra la Seguridad Pública**

Regulaciones al ser agregadas al Código Penal, denominada “De ciertos delitos promovidos o ejecutados por medio de actividades turísticas”; “Delitos contra la Libertad Individual”, “Las Lesiones” y el “Abandono de Personas”, “Atentado contra el Pudor, de la violación y del estupro”, (Art 53); Disposiciones Generales (Art 54 – Art 60); Disposiciones Finales (Art 61 – Art 63).

## **4.4. POLÍTICAS DE ESTADO**

El turismo ha sido reconocido como prioridad nacional con el establecimiento de las Políticas de Estado para el Sector en la Estrategia de Desarrollo del País (Decreto N°. 1424 de Abril del 2001). Esta voluntad política se refleja en la declaración de la actual administración que ha presentado el Turismo como una de las fuerzas motrices dentro de los cinco ejes fundamentales de desarrollo económico y social para el país, clave en la reactivación productiva y fomento de

la competitividad nacional como parte de las carteras de Estado de Frente Económico del País.

Ya que los efectos positivos de la actividad turística dejan empleo, microempresa, sostenibilidad y desarrollo humano en su conjunto.

La Política Estatal con relación al sector turismo, debe cumplir los siguientes objetivos:

- a) Reconocer que la actividad turística corresponde a la iniciativa privada y comunitaria o de autogestión, y al Estado en cuanto debe Potencializar las actividades mediante el fomento y promoción de un producto turístico competitivo;
- b) Garantizar el uso racional de los recursos naturales, históricos, culturales y arqueológicos de la nación;
- c) Proteger al turista y fomentar la conciencia turística;
- d) Propiciar la coordinación de los diferentes estamentos del Gobierno Nacional , y de los gobiernos locales para la consecución de los objetivos turísticos;
- e) Promover la capacitación técnica y profesional de quienes ejercen legalmente la actividad turística;
- f) Promover internacionalmente al país y sus atractivos en conjunto con otros organismos del sector público y con el sector privado; y.
- g) Fomentar e incentivar el turismo interno.

#### **4.5. EL TURISMO Y SU INCIDENCIA AMBIENTAL**

El Planeta Tierra y los turistas son seres vivos con una sola motivación: convivencia pacífica.

## **Ecoturismo**

El Ecoturismo ha sido conceptualizado en el mercado “como una forma de turismo basado en la naturaleza”, pero también ha sido estudiado y definido como una herramienta para alcanzar el desarrollo sostenible por numerosas ONGs, expertos en desarrollo y académicos desde 1990. El término “ecoturismo” se refiere por un lado a un concepto que tiene un determinado conjunto de principios y por otro lado a un segmento de mercado específico dentro de la industria turística. (Wood, 2002; OMT/PNUMA, 2002).

En general las presiones que se ejercen sobre el medio natural son una seria amenaza para el desarrollo de las diferentes modalidades de turismo de naturaleza, en especial del Ecoturismo.

Durante la elaboración de la “Política y Estrategia Nacional de Biodiversidad del Ecuador 2001 – 2010” (Ministerio del Ambiente 2001) se indican los siguientes aspectos como: a) Los principales factores de la pérdida de biodiversidad:

- Alteración, fragmentación y destrucción de hábitats y ecosistemas
- La sobreexplotación de la fauna y flora silvestres y de recursos pesqueros
- La introducción de especies exóticas
- La contaminación
- Los factores socioeconómicos

## **EI SNAP**

El país cuenta con 36 áreas protegidas que forman parte del Sistema Nacional de Áreas Protegidas. Sin embargo, no todas ellas son aptas para el desarrollo del turismo, sea por su lejanía o por la falta de infraestructura y equipamiento para visitantes. La inexistencia de infraestructura y equipamiento para visitantes. La inexistencia de infraestructura ha sido reconocida en diferentes foros y por varias instituciones como un limitante para el desarrollo de esta actividad. En este campo existe una gran oportunidad para actuar. Esta colaboración y agenda conjunta entre estas dos carteras de Estado, puede ir desde la colocación de infraestructura básica (Señalización, baterías sanitarias, puestas de información, senderos interpretativos) hasta infraestructura más sofisticada como miradores, centros de visitantes, etc. El efecto que esta infraestructura, adecuadamente diseñada, ubicada y manejada tendrá en la población local será enorme.

## **Políticas Generales**

- a) “El ecoturismo contribuye a la conservación y manejo sostenible de los recursos naturales y particularmente de las áreas protegidas aprovechándoles como un recurso eco turístico estratégico.
- b) El ecoturismo reconoce y potencia la cosmovisión de las comunidades locales y contribuir al desarrollo de la economía local. En este sentido, se debe propiciar la reinversión de los ingresos turísticos en las distintas localidades.
- c) El ecoturismo, utiliza instrumentos tales como: i) la zonificación de los recurso turísticos; ii) la formulación de planes; iii) y el desarrollo de herramientas técnico administrativas de gestión.
- d) Es indispensable la coordinación interinstitucional y la concertación con los distintos actores”.<sup>27</sup>
- e) La estrategia de marketing y de productos turísticos destacan que lo natural y lo cultural constituyen la principal fortaleza del país para el turismo en general, diversidad de recursos, en un pequeño espacio, debe ser el eje de la política de mercadeo.
- f) El fondo de Promoción Turística debe establecer propuestas específicas en función del ecoturismo.
- g) Se debe aplicar la norma técnica sobre turismo y de manera específica sobre el ecoturismo

## **Objetivos Generales**

- a) “Incrementar el número de turistas nacionales e internacionales en las operaciones del ecoturismo y sus formas asociadas.
- b) Procurar que el turismo de naturaleza se constituya en una política prioritaria del estado y que el Ministerio de Turismo y los gobiernos seccionales desarrollen capacidad de gestión para crear un marco político adecuado para la implementación de la estrategia.
- c) Desarrollar un sistema de coordinación entre los distintos actores involucrados y promover la concertación sobre políticas.

<sup>27</sup>MINISTERIO DE MEDIO AMBIENTE, Sistema Nacional de Áreas Protegidas para la conservación de la biodiversidad en el Ecuador Continental, 2006

- d) Contribuir a la construcción de la imagen y la identidad nacional como un país con enormes recursos naturales – culturales y un importante destino para el ecoturismo y sus formas asociadas.
- e) Contribuir a la conservación y manejo sostenible de los recursos naturales, particularmente de las áreas protegidas, aprovechándolas como un recurso eco turístico estratégico.
- f) Diversificar los productos para el ecoturismo y sus formas asociadas, aprovechando la conectividad de los distintos recursos turísticos en las distintas regiones del país.
- g) Identificar medidas que faciliten la viabilidad e implementación de la estrategia”.<sup>28</sup>

#### **4.6. EL TURISMO Y SU INCIDENCIA SOCIAL**

Desde el punto de vista social; el turismo es una actividad humana eminentemente de tipo social en la que interactúan los seres humanos (Turistas y anfitriones). Ambos participan a través del turismo en busca de diversos objetivos personales pero quizás uno solo general: satisfacer sus necesidades requerimientos que son variados e innumerables.

##### **4.6.1. PROMOCIÓN TURÍSTICA**

Una herramienta fundamental para lograr captar un mayor interés por parte de los flujos de turistas internacionales para que visiten un país es la promoción turística, son varios los medios a través de los cuales se la realiza, pero principalmente son dos: participación en ferias internacionales de turismo y publicidad a través de los medios de comunicación: televisión, periódicos y revistas.

En el caso ecuatoriano, uno de los principales factores por los cuales el país no se ha dado a conocer suficientemente como destino turístico en su escasa promoción en el exterior.

Comparado con países en la región que tienen atractivos turísticos similares al Ecuador, y que por lo tanto son competidores en esta actividad, los recursos que invierte aproximadamente USD 30 millones al año para promocionarse a nivel mundial.

<sup>28</sup>MINISTERIO DE MEDIO AMBIENTE, Sistema Nacional de Áreas Protegidas para la conservación de la biodiversidad en el Ecuador Continental, 2006.

El FMPT opera con un fideicomiso mercantil con la finalidad de que ejecute una serie de proyectos que permitan dar a conocer al país en el extranjero. Además de lo asignado a través del Presupuesto General, este fondo obtiene recursos del cobro de cinco dólares cada pasaje aéreo emitido y del cobro también de la tasa del uno por mil a las egresas turísticas. Cabe resaltar también, la participación del Ecuador en varios eventos promocionales hasta finales del año 2010, en Berlín, TMLA, en Guayaquil, Feria Internacional de Turismo, en España, ANATO en Bogotá y WTM en Inglaterra, así como en Workshops en los estados Unidos.

#### **4.7. PROBLEMAS POLÍTICOS QUE AFECTAN AL TURISMO ECUATORIANO**

La falta de voceros de la industria Turística de Ecuador, está sumiendo en una silenciosa desesperación a muchos empresarios y está quebrando a las empresas en el más absoluto anonimato, generando mayor desempleo y evidentemente influirá en la desaceleración de la economía Ecuatoriana.

- Alto Costo del Gas.- Mientras en la frontera Colombiana el paso del gas hacia el norte sigue enriqueciendo a los contrabandistas, la prohibición del uso del gas en el Sector Turístico ha quebrado a muchos balnearios o Spas que incluían sauna y turco y las distorsiones de este subsidio esta afectando terriblemente al Sector Turístico formal que paga impuestos y beneficiando al informal que los elude y se beneficia de un subsidio irracional y politizado que debería eliminarse para evitar que los ecuatorianos subsidiemos el gas a peruanos y colombianos.
- Víveres con precios muy altos.- La elevación general de los víveres es un alto costo que enfrenta la Industria Turística y mas la hotelera. La inflación no atropella. Si se sube los precios el país como destino se encarece y pierde competitividad. Si no subimos los altos costos se traducen en despido de personal.
- Trabajo por horas.- Se debe determinar a través de la Asamblea Nacional y el Ministerio de Relaciones laborales, tipos de contratos para poder realizar contratación de elementos para el funcionamiento de la operación como son los guías, de Hecho se tiene que considerar la inclusión de personal calificado en el turismo para que un consenso e inclusión de terminologías aptas para la relación laboral.
- Paso Libre.- La aprobación a través de un decreto del ejecutivo a promovido el ingreso indiscriminado de personas de Otros países entre los más representativos, Colombianos, Cubanos, y medio Oriente, esto ha disparado la delincuencia, pero especialmente los asaltos y secuestros que requieren un delincuente muchos más calificado. ;

Merman puestos de trabajo a los locales y producen informalidad, y a la hora de justificar la carencia de buen servicio promueve descrédito a nivel nacional e internacional como imagen País.

- La Carencia de industria Turística de Voceros, de Representantes, de Lideres, está hundiendo el turismo que se supone es “Política Nacional” de este Gobierno, pero que se ve acciones claras ni siquiera para proteger al sector, mucho menos para beneficiarlo.
- Miedo de los inversionistas.- El mayor temor por parte de los empresarios extranjeros es el cambio de políticas y leyes continentemente, ya que cada gobierno nuevo trate de imponer sus ideales, por lo tanto esto perjudica la estabilidad económica.

## **CAPITULO V**

### **SINTESIS DEL ANÁLISIS SITUACIONAL DEL CANTÓN ISABELA**

#### **5.1. ANÁLISIS FODA DEL CANTON ISABELA**

Para el diseño de un efectivo Plan de Marketing es importante realizar un análisis de la situación actual del Cantón Isabela, Puerto Villamil, en el cual se verifique su ambiente tanto interno como externo, identificando sus fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas.

##### **5.1.1. ANÁLISIS DE LAS FORTALEZAS**

###### **Alternativas Turísticas**

- Se encuentra dentro del Archipiélago de Galápagos
- Variedad de Recursos naturales como playas e imponentes paisajes
- Existe la presencia de diversos ecosistemas y hábitat
- Alta Biodiversidad Marina y Terrestre
- Posee alternativas culturales, arqueológicas, en museos de sitio.
- Sitio Ideal para la práctica de deportes, con mucha diversión y lugares de recreación.
- Cercanía de los atractivos turísticos a la población.

###### **Seguridad y Atención Emergente**

- Presencia de instituciones encargadas de la seguridad y atención emergente al turista
- Existen pocas denuncias de robos y atracos a turistas nacionales y extranjeros.
- La totalidad de los sitios de interés turístico son considerados seguros, o de baja incidencia delincriminal.
- Existe un programa de control de playas.

### **Prestación de Servicios Turísticos**

- La Cámara Cantonal de Turismo agrupa a los prestadores de servicios turísticos.
- Amplia y variada infraestructura y oferta de servicios turísticos.
- Existe una buena cantidad de operadoras turísticas, y guías naturalistas y especializados.
- La infraestructura turística, por lo general está acorde con el entorno ambiental.

### **Educación y Comportamiento Ciudadano**

- Municipio, Ministerio de Ambiente, Consejo de Gobierno, varias ONGs, y otras instituciones, promueven y ejecutan actividades culturales y educativas.
- Puerto Villamil tiene una rica historia cultural
- El turista en general aprecia al ciudadano local, por ser alegre y sincero.

### **Promoción, Difusión e Información**

- Centro de información turística en Puerto Villamil, ubicado en el PNG.
- Algunas ONGs y establecimientos elaboran material de difusión ambiental y turística.
- Se cuenta con un canal de televisión y una emisora radial.
- Municipio y cámara cantonal de turismo, está realizando actividades para su promoción.
- Se cuenta con una amplia información de Puerto Villamil y PNG, a través de Internet.
- Municipio y PNG manejan planes y proyectos para su desarrollo

### **Infraestructura y Servicios Públicos**

- Transporte público intercantonal que llega a todos los sectores turísticos de Puerto Villamil.

- Telefonía móvil en buen estado
- Puerto Villamil e Isabela, son considerados puertos seguros, donde pueden acoderar pequeños, medianos y grandes navíos.

## **5.1.2. ANÁLISIS DE LAS OPORTUNIDADES**

### **Alternativas turísticas**

- El interés de los turistas internacionales por visitar nuevas áreas naturales o lugares en buen estado de conservación natural de Galápagos.
- Existe la cooperación internacional de organismos que apoyan la conservación.
- La tendencia turística juvenil extranjera, demuestra su preferencia por sitios cálidos, donde existan balnearios seguros y en buen estado de conservación.
- Existe el interés externo de poner en marcha proyectos para aprovechar la ampliación de la oferta turística en Galápagos.

### **Seguridad y Atención Emergente**

- Presencia de personal de la marina del Ecuador permanente y cuarte de policía especializado en servicio turístico.
- Capacitación del personal de Guarda parques y entidades de gobierno para salvaguardas la integridad de los turistas

### **Prestación de Servicios Turísticos**

- Inversión externa se interesa como Potencial turístico a las Islas Galápagos
- El Estado Ecuatoriano declaro como prioridad nacional al Turismo
- Apoyo potencial del Consejo de Gobierno, Bolsa de Turismo para mejorar la infraestructura y ofertas de servicios.

## **Educación y Comportamiento Ciudadano**

- Una buena parte de los turistas nacionales y extranjeros, aprecian y se interesan por productos turísticos relacionados con elementos culturales propios.
- El potencial cultural de las islas Galápagos, brinda oportunidades para el intercambio cultural, entre instituciones locales e internacionales.
- Convenios de cooperación y capacitación internacional para fomentar el turismo.

## **Promoción, Difusión e Información**

- Existen revistas y programas televisivos especializados en turismo internacional, quienes están interesados en la biodiversidad del archipiélago.
- Durante todo el año se llevan a cabo ferias y eventos a nivel internacional especializados, para la promoción de destinos y productos turísticos.
- El Ecuador se encuentra ejecutando un plan de promoción turística a nivel internacional.
- La tecnología del Internet permite promocionar los atractivos a un costo relativamente bajo.

## **Infraestructura y Servicios Públicos**

- Turismo internacional podrá llegar fácilmente a las Islas Vía aérea, debido a las frecuencias diarias de las aerolíneas.
- Inversiones Turísticas con financiamiento externo.

### **5.1.3. ANÁLISIS DE LAS DEBILIDADES**

#### **Alternativas Turísticas**

- Disponibilidad de muchos atractivos, pero se carece de productos turísticos desarrollados.

- Se promocionan pocos sitios turísticos, ( Sierra Negra, Tintoreras, Humedales)
- Falta de desarrollo de nuevos sitios de visita por parte del Parque Nacional Galápagos.
- No existe un adecuado mantenimiento de la playa del pueblo, ya que no existen restricciones en su uso.
- Persiste el problema de la destrucción de algunos remanentes de mangle para la construcción privada de viviendas y hostales.

### **Seguridad y Atención Emergente**

- No hay una adecuada cobertura de entes de seguridad en los sitios de interés turísticos.
- Reducido número de personal policial y uniformado para un macro control.
- No existen puestos de auxilio: mecánico, albergues, evacuación.
- No existen las condiciones necesarias para atender una emergencia médica.

### **Prestación de Servicios Turísticos**

- No existe un embarcadero adecuado para las actividades de operación turística marítima de Tour diario.
- No tenemos lugares adecuados para reuniones o convenciones importantes.
- Se carece de guías locales bilingües naturalistas.
- Existe un inadecuado marco regulatorio para el funcionamiento de prestadores turísticos.
- No existen facilidades para el uso de tarjetas de crédito y travelers check
- No existe un Banco nacional para poder realizar cualquier tipo de transferencia, depósito o inversión.
- No existe un flujo permanente de turistas

## **Educación y Comportamiento Ciudadano**

- La educación en el cantón, se la considera como una de las más deficientes a nivel regional. Existe un alto rango de deficiencia en la enseñanza
- Persiste una conducta inapropiada para el manejo de basura, y el ruido.
- Poco personal profesional trabajando en la actividad turística.

## **Promoción, Difusión e Información.**

- Deficiencia logística para la difusión de información
- No existe mapa turístico, ni guías escritas especializadas del Cantón.
- No existe organización en la información que se transmite por Internet.
- No existe una coordinada, solidaria y justa información sobre la oferta de prestación de servicios turísticos.

## **Infraestructuras y Servicios Públicos**

- No existen vías de acceso apropiados a algunos sitios turísticos.
- No existen o es deficiente la infraestructura turística básica (alcantarillado, agua potable, teléfono, baños y duchas de uso público, basureros, etc.)
- No existe suficiente señalización vial y turística en las carreteras y vías de acceso.
- Deficiente estación, o terminal aérea acorde con la imagen turística del Cantón.

### **5.1.4. ANÁLISIS DE LAS AMENAZAS**

#### **Alternativas Turísticas**

- Galápagos debido a la dolarización es un destino costoso en relación a sus competidores.

- Aumento de la marginalidad a causa de la pobreza
- La mala imagen de los turistas debido a la degradación de los recursos.
- Conflictos por intereses, con poder político y económico, incompatibles con las actividades de conservación y turismo ambiental.

### **Seguridad y Atención Emergente**

- La situación económica es inestable
- Auge delictivo en la provincia y en el País.
- Posibles fenómenos naturales pueden provocar serios daños al Ecuador.

### **Prestación de Servicios Turísticos**

- Competencia de países vecinos que ofrecen similares o mejores prestaciones de servicios turísticos.
- Cobros exagerados de los prestadores con un mal servicio turístico.
- La dependencia del sector en el turismo en el extranjero permite el desarrollo del mismo.

### **Educación y Comportamiento Ciudadano**

- Imitación de conductas externas inapropiadas
- Fuga de cerebros del Cantón provocado por la falta de una buena educación superior

### **Promoción, Difusión e Información**

- Competencia agresiva en la promoción externa
- Descuido informativo de medios de comunicación nacional

## Infraestructura y Servicios Públicos

- La calidad en las facilidades de transportación y acceso que brindan otros países provocan elevar el nivel de exigencia de los turistas extranjeros.
- Normativa turística adecuada para un correcto manejo de los atractivos turísticos de la competencia.

### 5.2. MATRICES DE EVALUACION (EFE), (EFI)

Las matrices de evaluación se utilizan para resumir y evaluar la información obtenida en el análisis FODA, para lo cual se ha asignado un valor a cada factor de tal manera que se pueda definir si el Cantón responde ante las exigencias existentes y en qué grado de oportunidades, amenazas, fortalezas y debilidades se encuentra.

Para la matriz se ha dado en siguiente puntaje a cada factor:

4 = Excelente; 4 = Muy Bueno; 3 = Bueno; 2 = Regular; 1 = Mal

#### 5.2.1. MATRICES DE EVALUACION DE FACTORES EXTERNOS (EFE)

FACTORES EXTERNOS CLAVES	IMPORT.	PESO	CALIFIC.	TOTAL PONDERADO
<b>OPORTUNIDADES</b>				
La tasa de endemismos es muy alta por la gran cantidad de barreras geográficas que han favorecido la aparición de especies de distribución restringida.	5	0.04	4	0.15
Debido a la gran variedad de ambientes altitudinales y ecológicos en las diversas regiones del Ecuador, la flora es extremadamente diversa y rica.	5	0.04	5	0.19
Ecuador es uno de los 17 países con mayor biodiversidad en el mundo.	5	0.05	5	0.19
Ecuador ofrece una gran variedad de actividades que permite una interacción directa con el visitante.	4	0.03	2	0.06
Su reserva natural constituye el 18% del total de especies de aves que existen en el mundo.	5	0.04	4	0.15

FACTORES EXTERNOS CLAVES	IMPORT.	PESO	CALIFIC.	TOTAL PONDERADO
<b>O P O R T U N I D A D E S</b>				
En el Ecuador existen zonas con áreas biogeografías consideradas de las más ricas en América y en el Mundo.	5	0.04	4	0.15
El Ecuador está dividido en 5 zonas muy marcadas: Las islas Galápagos, la Costa, el Bosque Nublado, la Serranía y la Selva Amazónica	4	0.04	4	0.12
El 18% del territorio nacional ecuatoriano, es área protegida del cual el 50% de turistas que ingresan al país visitan estas áreas.	5	0.05	5	0.19
El interés por el Ecuador detectado en el trade turístico internacional, y muy especialmente en algunos países europeos y en el Mercosur.	3	0.03	3	0.07
La relación calidad/precio, los hoteles de nivel alto y la restauración local son los aspectos del sector turísticos que satisfacen más al turista actual.	3	0.03	4	0.09
Se ha suscrito un convenio de Cooperación para generar políticas de conservación de las áreas protegidas del país, así como capacitación de recursos humanos y desarrollo de la conciencia ciudadana sobre conservación.	3	0.02	3	0.07
La imagen que Ecuador proyectada a los turistas, en la mayoría de los casos, tiene que ver con sus recursos naturales, su tradición cultural y sus playas.	4	0.04	4	0.12

FACTORES EXTERNOS CLAVES	IMPORT.	PESO	CALIFIC.	TOTAL PONDERADO
<b>O P O R T U N I D A D E S</b>				
La promoción y especialización se realiza principalmente a través de contactos con operadores mayoristas, agencias, y mediante la participación en las principales ferias Internacionales.	3	0.03	3	0.07
La multiculturalidad vive en el Ecuador ya que su vida cotidiana son el resultado de una convivencia de gentes y pueblos, donde sus tradiciones se interrelacionan con la modernidad	4	0.04	4	0.12
El crecimiento del turismo internacional de forma desmesurada	1	0.01	1	0.01
El fuerte incremento del "turismo especializado", como observadores de Pájaros, gran aventura, deportes, turismo cultural, etc. Segmentos, o "nichos de mercado", que crecen muy por encima del turismo general de recreación.	2	0.02	1	0.02
La mayor parte de empresas ecuatorianas y del resto del mundo Utilizan medios predominantes para su promoción como el internet, lo que permitiría establecer alianzas.	2	0.01	1	0.01
El Ecuador turístico es una realidad, que existe como resultado de un Proceso de gestión que ha transformado el patrimonio y los atractivos culturales y naturales del país en una serie de productos turísticos.	3	0.03	4	0.09
La introducción de la Cuenta Satélite del Turismo de Ecuador Permite concretar algunos de los indicadores más significativos del turismo en la economía del país.	2	0.03	1	0.02

FACTORES EXTERNOS CLAVES	IMPORT.	PESO	CALIFIC.	TOTAL PONDERADO
<b>AMENAZAS</b>				
La agresividad promocional de otros países de Latinoamérica especialmente de Costa Rica, Perú, México, Brasil.	5	0.04	5	0.19
La fácil situación de Colombia que Genera una imagen negativa y afecta a la imagen conjunta de los países andinos.	5	0.04	4	0.19
Inestabilidad política	5	0.05	3	0.11
Existen otros países con mejor imagen turística.	5	0.03	3	0.11
Problemas específicos de servicios públicos y turísticos	4	0.04	4	0.12
Los horarios aéreos están muy definidos por razones de negocio y poco en función de las vacacionales	4	0.02	2	0.06
La señalización general es deficiente.	4	0.05	4	0.12
La dolarización, como encarecimiento relativo de los precios turísticos, especialmente con los mercados vecinos.	4	0.03	3	0.09
El acceso marítimo es todavía muy limitado	3	0.03	2	0.05
Dentro del turismo comunitario el Ecuador no tiene política nacional para el desarrollo sustentable de las regiones que sea viable políticamente y que se base en la construcción de una fuerza regional.	3	0.02	4	0.09

FACTORES EXTERNOS CLAVES	IMPORT.	PESO	CALIFIC.	TOTAL PONDERADO
<b>AMENAZAS</b>				
El desconocimiento y la falta de promoción como temas principales.	3	0.04	5	0.11
El tema de la oferta de eventos confirma una nula difusión en Ecuador.	3	0.03	2	0.05
Incremento de la delincuencia atemoriza al ingreso de turistas	2	0.02	4	0.06
La baja calidad y mantenimiento	2	0.02	1	0.02
A nivel general hay déficits importantes en la información turística.	1	0.01	3	0.02
<b>TOTAL</b>	<b>121</b>	<b>1</b>	<b>112</b>	<b>3.38</b>

Se pudo determinar, de acuerdo a los resultados de la matriz EFE, que el cantón está en todas las condiciones de aprovechar las oportunidades y de vencer las amenazas, ya el valor obtenido está sobre el valor promedio.

## 5.2.2. MATRICES DE EVALUACION DE FACTORES INTERNOS (EFI)

FACTORES INTERNOS CLAVES	IMPORT.	PESO	CALIFIC.	TOTAL PONDERADO
<b>FORTALEZAS</b>				
La mezcla de su naturaleza en lo que deja encantado a los turistas	3	0.02	5	0.11
Posee varios atractivos turísticos	4	0.03	5	0.15
Sitio importante para la observación de pingüinos tropicales.	3	0.02	3	0.07
Alta biodiversidad marina y terrestre	5	0.04	4	0.15
Dispone de actividades tradicionales	2	0.02	1	0.02
Variedad de deportes.	1	0.01	1	0.01
La comida es variada, se ofrecen platos gourmet y nacionales.	2	0.02	1	0.02
El cantón se caracteriza por la poca actividad nocturna, siendo ideal como lugar de descanso.	2	0.02	1	0.02

FACTORES INTERNOS CLAVES	IMPORT.	PESO	CALIFIC.	TOTAL PONDERADO
<b>FORTALEZAS</b>				
Los recursos turísticos como el clima, el legado histórico y la existencia de playas permiten una oportunidad de oferta a potenciar.	3	0.02	3	0.07
Es característico contar con especies de flora y fauna variadas y abundantes.	5	0.04	4	0.15
La mayoría de sitios de interés turísticos son considerados seguros de baja incidencia delincriminal.	4	0.03	5	0.15
Hay una fuerte demanda de promoción, difusión e información y el deseo de aumentar el conocimiento y los contactos con los operadores existentes en el cantón.	3	0.02	4	0.09
La gente es alegre, generosa, y hospitalaria.	3	0.02	1	0.02
La existencia de centros de interpretación	4	0.03	3	0.09
Variedad Climática	3	0.03	2	0.05
Legado histórico (muro de las lagrimas)	4	0.03	3	0.09
Acceso y compra de servicios turísticos a través de agencia de viaje	4	0.03	2	0.06
La mayoría de playas son limpias, tranquilas, y seguras como balneario; algunas son ideales para la práctica de deportes náuticos.	5	0.04	3	0.11
Buen potencial para realizar recorridos a pie, a caballo, y en bicicleta.	4	0.03	3	0.09
Existe una buena cantidad de operadores turísticos y guías naturalistas y especializados.	3	0.02	3	0.07
Mejora de la imagen, y potencial turístico del cantón, lo que atrae la inversión local.	3	0.02	2	0.05

FACTORES INTERNOS CLAVES	IMPORT.	PESO	CALIFIC.	TOTAL PONDERADO
<b>FORTALEZAS</b>				
La infraestructura turística por lo general está acorde con el entorno ambiental.	4	0.03	2	0.06
Aun se considera a Puerto Villamil como un destino turístico económicamente accesible.	3	0.02	4	0.09
Municipalidad, Ministerio del Ambiente, Consejo de Gobierno, Varias ONGs, y otras instituciones, promueven y ejecutan actividades culturales y educativas.	4	0.03	3	0.09
Se dispone de un centro de información turística, ubicado en el Centro de interpretación del PNG.	4	0.03	2	0.06
El Municipio elabora propuesta de ordenamiento del área urbana.	2	0.02	1	0.02
<b>DEBILIDADES</b>				
Falta de promoción y mercadeo como destino turístico.	5	0.04	3	0.11
Falta de infraestructura básica	4	0.03	5	0.15
Falta de cultura turística.	4	0.03	3	0.09
Carencia de capacitación y educación, a los prestadores de servicios y comunidad.	3	0.02	2	0.05
Escasez de seguridad policial	2	0.02	2	0.04
El precio pagado no justifica la Calidad del servicio recibido.	2	0.02	1	0.02
Déficit en la señalización turística.	2	0.02	2	0.04
No se aplican eficientemente los Planes de manejo y desarrollo elaborados.	3	0.02	1	0.02
No existen lugares de compras de artesanías y souvenirs.	1	0.01	2	0.02

FACTORES INTERNOS CLAVES	IMPORT.	PE SO	CALIFIC.	TOTAL PONDERADO
<b>DEBILIDADES.</b>				
No existe un claro ordenamiento del uso del suelo para las 3 principales actividades productivas del cantón: Pesca, Turismo, Agricultura	4	0.03	2	0.06
Falta de limpieza y manejo de desechos sólidos.	1	0.01	3	0.02
Carente ordenamiento territorial.	2	0.02	1	0.02
Invasiones y crecimiento acelerado de los centros poblados del cantón, sin planificación y con déficit de infraestructura básica, afecta y deteriora los sitios de interés turísticos sobre todo en la parte alta.	5	0.04	2	0.08
Falta de limpieza y manejo de desechos biodegradables.	1	0.04	3	0.08
Se carece de productos turísticos desarrollados.	2	0.02	3	0.05
Insuficiencia de recursos económicos para fomento de proyectos turísticos.	2	0.02	3	0.05
Dinero que se genera por la venta de tickets de ingreso al PNG, no se reinvierte en el mismo de manera adecuada.	1	0.01	4	0.04
<b>TOTAL</b>	<b>130</b>	<b>1</b>	<b>110</b>	<b>2.90</b>

De acuerdo al análisis de la matriz EFI se puede establecer que el cantón es fuerte internamente, ya que su puntaje es alto en comparación al promedio.

Debido a que se encuentra dentro del Parque Nacional Galápagos, el Cantón Isabela posee grandes ventajas de fomento, promoción turística así como diversidad biológica y atraktividad turística, en torno a su distribución geográfica.

## **CAPITULO VI**

### **PROPUESTA MERCADOLÓGICA**

#### **6.1. PROPUESTA ESTRATÉGICA**

Los procesos de desarrollo son muy dinámicos, y los grupos con quienes se trabaja son muy diferentes, por lo tanto todo aporte de los actores directos e indirectos involucrados en el sector, serán bienvenidos para que contribuyan al desarrollo cantonal. Considerado como una herramienta de trabajo, que sirva de guía para el Desarrollo Sostenido y Sustentable de la Actividad Turística en el Cantón.

Las autoridades, dirigentes y representantes de instituciones y organizaciones públicas y privadas, así como otros actores independientes u organizados, que tienen injerencia directa o indirecta en la actividad turística; quienes responsablemente, y anteponiendo el bien común, estén preocupados e interesados porque Puerto Villamil se desarrolle en forma planificada, serán partícipes en la ejecución del plan.

#### **MISIÓN**

Propiciar un marco dinámico y competitivo, con amplio respaldo social, institucional y empresarial, para la consolidación y permanente reposicionamiento del Cantón como destino turístico; con el fin de organizar, promover y dirigir un desarrollo sostenible y competitivo de la actividad turística del lugar mediante procesos integrados, concertados y descentralizados, impulsando el desarrollo económico y social, generando empleo digno que mejore la calidad de vida de la población y garantizando la valoración y conservación del patrimonio local natural y cultural.

#### **VISIÓN**

Puerto Villamil en seis años será un cantón claramente posicionado en el mercado turístico nacional e internacional y se promocionara con alta calidad y de manera sostenible, convirtiéndose en uno de los cinco destinos turísticos más visitados por los ecuatorianos y uno de los ocho destinos más visitados de Latinoamérica, así como resaltar la características innatas del archipiélago de Galápagos; Y se convertirá en el primer Cantón Turístico Eco sustentable de la provincia de Galápagos, y uno de los destinos naturales más importantes del mundo, en el cual, el sector turístico será la segunda fuente de ingresos económico del cantón y primera del país.

## OBJETIVOS EMPRESARIALES

### Objetivo General

Diseñar las estrategias de Gestión para impulsar el desarrollo sostenible del turismo para el destino cantonal Puerto Villamil, con miras en fomentar la conservación de los recursos naturales y culturales que posee el lugar, consecuentes con las expectativas y actividades de los actores involucrados y consolidando el liderazgo del Gobierno Local y de la Cámara Cantonal de Turismo.

### Objetivos Específicos

- Gestionar la conservación del patrimonio turístico, bajo el marco jurídico nacional y local, la autogestión y el desarrollo sostenible del turismo.
- Planificar el desarrollo físico del Cantón, mediante la implementación de planes de construcción, mantenimiento, aseo, embellecimiento y reglamentación del uso de caminos, calles, parques, plazas y demás espacios públicos;
- Establecer parámetros de análisis de la demanda potencial para direccionar la elaboración del Plan Estratégico de Turismo, y para fundamentar la ejecución de las conversiones en la dotación de infraestructuras, facilidades y desarrollo de productos turísticos.
- Planificar el desarrollo cantonal mediante mesas de concertación con los distintos actores políticos, sociales y técnicos del Consejo de Gobierno y Municipalidad.
- Contribuir al fomento de la actividad económica mediante programas de apoyo a microempresas, pequeña industria e industrias en actividades de artesanías, producción agrícola, ganadería, etc.
- Actualizar el inventario turístico de la zona de estudio, que incluya los atractivos y sitios de interés, las facilidades e infraestructura existentes, como instrumento para establecer el potencial de desarrollo turístico y las opciones de intervención;
- Determinar las acciones y definir los programas y proyectos que respalden el desarrollo turístico sostenible del destino Puerto Villamil – (Isabela), impulsando mecanismos de diseño de imagen, promoción y difusión de la oferta turística presente y proyectada, que propicien el acceso al mercado en condiciones de competitividad.
- Alcanzar una imagen de responsabilidad ambiental y practicar la protección del ambiente en las empresas del sector turístico.

## VALORES CORPORATIVOS

- 1) **BUENA FE.-** La buena fe incorpora el valor ético de la confianza, del respeto por el otro y de credibilidad hacia los particulares y los funcionarios de la alcaldía en todas sus actuaciones.
- 2) **RESPECTO A LA DIGNIDAD HUMANA.-** Es el reconocimiento de los servidores públicos de la alcaldía que buscan un fin en sí mismos exigiendo un comportamiento ético, para cada una de las actuaciones frente al tratamiento que se debe dar a sus compañeros y demás personas, con el fin de no menoscabar sus derechos y libertades.
- 3) **SOLIDARIDAD.-** Se fundamenta en el trabajo en equipo, en la unidad de propósitos y fines, en la evolución institucional que radica en cabeza de los servidores públicos que integran un mismo fin y en el avanzar siendo ejemplares en proyectos y convivencia a nivel corporativo, en procura de alcanzar metas y objetivos encomendados;
- 4) **EQUIDAD Y JUSTICIA.-** Entendida como la igualdad por cuanto todos los ciudadanos de Puerto Villamil poseen iguales derechos y deberes, sin discriminar a ningún servidor y particular en general por su raza, sexo, religión, costumbres y cultura;
- 5) **TRANSPARENCIA.-** Base fundamental para el desarrollo, claro, oportuno, eficaz y eficiente de los funcionarios de la entidad, con el fin de conocer y llevar a cabo las funciones encomendadas permitiendo la excelente gestión y un resultado positivo.
- 6) **COMPETITIVIDAD.-** Para estar al margen de los otros y proyectarse a través de; actualización tecnológica y técnica potenciando nuestras ventajas competitivas; Educación corporativa como medio de fortalecimiento institucional.
- 7) **RESPONSABILIDAD.-** De brindar un trabajo con calidad total, manteniendo por alto la identidad nacional y cantonal, respetando el territorio, sus recursos naturales y culturales.

## POLÍTICAS

- a) El gobierno Municipal de Puerto Villamil, del Cantón Isabela, liderando los planes de desarrollo;
- b) Sistema jurídico actualizado, de acuerdo con los indicadores de desarrollo y del crecimiento de la población;
- c) Orientación a satisfacer las reales necesidades de los ciudadanos;

- d) Investigación y ejecución de planes que potencien el desarrollo cultural de Puerto Villamil Isabela;
- e) Optimización de los recursos municipales en relación directa con los requerimientos de la población;
- f) Coordinación para impulsar las acciones para la promoción turística del cantón tanto;
- g) Elaboración del plan de inversiones y obras publicas turísticas;
- h) Inclusión en los programas de estudio en todos los niveles de la enseñanza pública y privada de contenidos transversales de formación turística.

## **6.2. OBJETIVOS DE MARKETING**

El esfuerzo del marketing deberá concentrarse principalmente en el turista que llega a la provincia de Galápagos y de aquellos que se hospedara en establecimientos turísticos del Cantón Isabela, que genera ingresos en diferentes servicios que ofrece el cantón, el mismo que se deberá reforzar estas acciones con otras complementarias, dirigidas a los segmentos que no realizan gasto en alojamiento pero que utilizan los demás servicios.

### **6.2.1. OBJETIVO GENERAL**

Fomentar el desarrollo y promoción turística del Cantón Isabela, mediante la Utilización de sus recursos naturales y culturales existentes, además de los servicios turísticos para el posicionamiento del cantón como principal destino turístico del archipiélago de Galápagos, con el fin de demostrar la calidad de las diversas actividades turísticas.

### **6.2.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

- Crear una imagen turística de Puerto Villamil, con su respectivo mensaje y marca del Cantón que permita la rápida identificación y posicionamiento en la mente de todos los turistas.
- Definir las estrategias que conduzcan a una administración y promoción adecuada de los atractivos turísticos.

- Desarrollar el Mix de Marketing del cantón como destino turístico, para definir la plaza, precio, promoción y producto con su respectivo presupuesto.
- Promover el potencial turístico del Cantón Isabela, creando un producto estrella diferenciado como producto estrella.
- Atraer a un mayor número de visitantes a los lugares turísticos del Cantón.
- Promocionar al cantón como principal destino turístico mediante la adecuada utilización de los medio de comunicación.

### **6.3. ESTRATEGIAS DE POSICIONAMIENTO**

Considerando los diferentes factores endógenos y exógenos descritos en el análisis FODA que afectan al cantón, para lograr el posicionamiento deseado se establecen las siguientes estrategias:

#### **1) DIFERENCIACION BASADO EN LA UBICACIÓN**

La ubicación del Cantón Isabela es un sitio estratégico preferencial ya que permite conectar a los diferentes cantones de la provincia y puede servir como punto de partida para las visitas a todo el Parque Nacional Galápagos.

#### **2) DIFERENCIACIÓN EN EL SERVICIO**

Para lograr la diferenciación en el servicio se debe mejorar la calidad de los servicios que se ofrecen dentro del Cantón ya sean alojamiento, alimentación, y entretenimiento, ya que son de vital apoyo para el desarrollo de la actividad turística, sin descuidar la calidad de la atención personal al cliente, para que mediante la promoción posicionar a Isabela como un atractivo con servicios de calidad. Es por esto que la calidad del servicio al cliente se hace cada día más importante para los pequeños y grandes negocios del cantón.

### **3) DIFERENCIACIÓN EN LA IMAGEN**

Creación de una nueva imagen para el cantón, con la elaboración de una marca, que será la garantía para el posicionamiento, que acompañada de un mensaje sencillo y claro permitirá ser la memoria acumulada en la mente del turista; dicha imagen se dará a conocer mediante la promoción a través de los diferentes medios de comunicación, lo que contribuirá finalmente en posicionar al cantón como un destino turístico importante dentro de la oferta nacional e internacional, considerando la imagen como el activo más importante para generar conocimiento, prestigio, negocio y fidelidad.

#### **6.4. ESTRATEGIAS DE MIX DE MARKETING**

El éxito del Mix de Marketing no necesariamente depende de los volúmenes o la cantidad de recursos económicos que se invierta en ella, si no de la calidad y alcance de la misma.

En este sentido, la promoción turística del cantón debe realizarse en forma organizada, optimizando los recursos humanos y logísticos existentes, y sobre todo garantizando la veracidad de la información que se brinda, y que el destinatario sea el más adecuado.

##### **6.4.1. ESTRATEGIA DE PRODUCTO**

###### **6.4.1.1. CREACIÓN DE UNA IMAGEN PARA EL CANTÓN ISABELA**

La creación de una marca destino para el Cantón Isabela será sencillo, representativo y de fácil asimilación de los turistas, para el inmediato posicionamiento en la mente del consumidor y permita así consolidar la imagen de Isabela como principal cantón turístico. Ya que la marca destino se le considera como el activo más importante para generar reconocimiento, prestigio, negocio y fidelización.

La imagen propuesta como marca está orientada en dos direcciones: proponer un estilo definido a nuestra marca, que vaya de acuerdo con el target; y tener una estética y un equilibrio en cada diseño que va a ser utilizado para toda la promoción del destino.

**La imagen propuesta es la siguiente, el mensaje se incluirá en la imagen:**



Para la construcción de la imagen se tomo en cuenta tres aspectos importantes: la locación, el atractivo turístico y la ubicación.

- Se utilizara estilizaciones de fotografías e ilustraciones.
- La composición que se usara es simple, con oxigenación, para que no se produzca un peso visual, teniendo en cuenta los parámetros de nuestro target.
- La cromática de cada arte, está compuesta de colores cálidos con sus diferentes tonalidades y transparencias que dan una sensación de frescura y relajación.

Está compuesta de la estilización del perfil del cantón Isabela que posee la apariencia de un caballito de mar, de igual manera la presencia del sol, como elemento esencial de Puerto Villamil.

Posee una ondulación la cual representa la frescura y calidez del ambiente turístico.

Así como también posee un slogan, el cual simboliza la biodiversidad del sector y la importancia para el mundo, y por ende reforzar a la imagen con el mensaje dado.

La cromática de la imagen se encuentra en PANTONE, está representado como un elemento esencial del arte, ya que es lo que le da la fuerza y pregnancia al target al momento de visualizarlo.

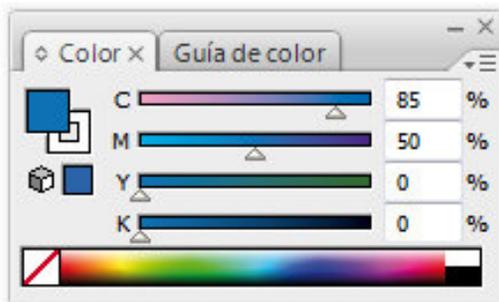
**La cromática es la siguiente:**

El uso adecuado del color es esencial para el uso del logotipo, los colores corporativos son el Amarillo, azul, y verde.

- **EL SOL AMARILLO:** Que significa el sol con un turismo de relax y playa.
- **LA ISLA EN COLOR AZUL:** Significa el mar, la gran afluencia de biodiversidad ecológica.
- **LA LINEA VERDE:** por la línea ecuatorial, que pasa por el Parque Nacional Galápagos

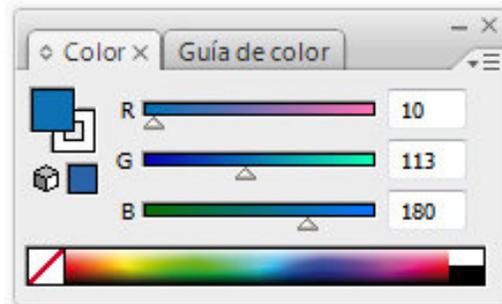
**AZUL**

**CMYK**



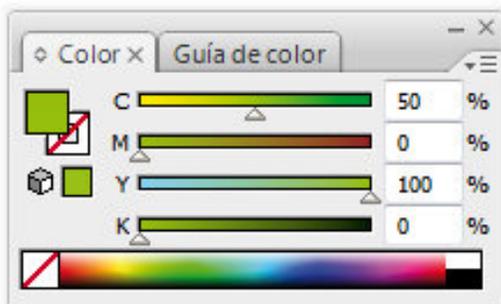
**AZUL**

**RGB**



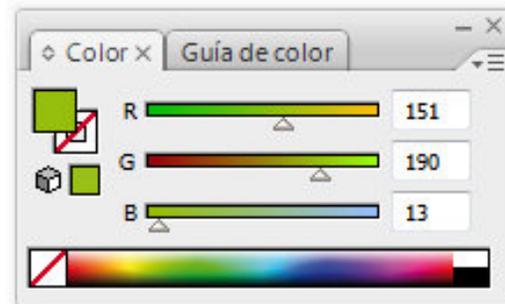
**VERDE**

**CMYK**

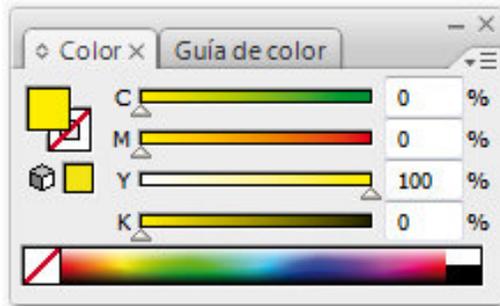


**VERDE**

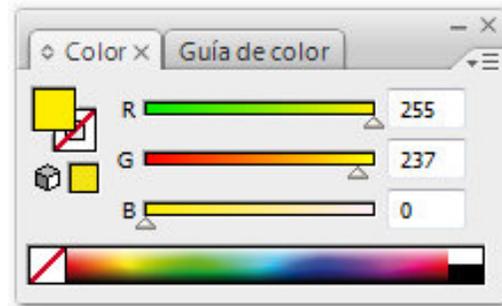
**RGB**



**AMARILLO  
CMYK**



**AMARILLO  
RGB**



Posee tres tipos de tipografías:

- 1) Bickham script Pro de 50.98 pt (ISABELA)

*A. B. C. D. E. F. G. H. I. J. K. L. M. M. N. O. P. Q. R. S. T. U. V. W. X. Y. Z*

*a. b. c. d. e. f. g. h. i. j. k. l. m. m. n. o. p. q. r. s. t. u. u. v. w. x. y. z*

*1. 2. 3. 4. 5. 6. 7. 8. 9. 0. &. /. (.)*

- 2) Impact de 11,45 pt (GALAPAGOS)

**A, B, C, D, E, F, G, H, I, J, K, L, M, M, N, O, P, Q, R, S, T, U, V, W, X, Y, Z**

**a, b, c, d, e, f, g, h, i, j, k, l, m, m, n, o, p, q, r, s, t, u, v, w, x, y, z**

**1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 0, &, /, (.)**

- 3) Impact de 11,45 pt (CUNA DE LA EVOLUCION)

**A, B, C, D, E, F, G, H, I, J, K, L, M, M, N, O, P, Q, R, S, T, U, V, W, X, Y, Z**

**a, b, c, d, e, f, g, h, i, j, k, l, m, m, n, o, p, q, r, s, t, u, v, w, x, y, z**

**1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 0, &, /, (.)**

El tratamiento del logotipo en base a sombras, positivo, negativo y escala de grises para determinar la tonalidad más aceptable.

### POSITIVO



### NEGATIVO



## ESCALADE GRISES



### 6.4.1.2. FORTALECIMIENTO DEL PRODUCTO ESTRELLA

El turismo de caminatas y cabalgatas vivenciales al volcán Sierra Negra, es una actividad turística muy importante para el Cantón Isabela, reconocido como “La Tierra de Fuego” Conocido por su actividad continua de volcanes. Constituye uno de los potenciales económicos más significativos. Han contribuido para su incremento factores como: mayor afluencia de turistas tanto nacional como internacionales, interés por grupos ecologistas, ONGs y prestigiosos científicos de todo el mundo.

Muy pocas actividades o productos de exportación tienen la real capacidad para movilizar ingentes cantidades de recurso y distribuidos en una forma tan amplia como el turismo. Por ello, empresa privada y Estado deben asumir un gran compromiso para fomentar el turismo.

Este compromiso debe concentrarse en la asignación de recursos públicos para la promoción externa del país, mediante estrategias conjuntas en un mercado altamente competitivo, solo una promoción eficaz será el motor que impulse la generación de infraestructura y excelentes servicios que el cantón y por ende el país, requiere para buscar ser un destino turístico más buscado.

Isabela siempre ha estado empeñada en la formación y concientización tanto de guías, como de todos los actores que interactúan directa o indirectamente con el turista; así como la expedición de ordenanzas municipales y leyes que aseguren un desarrollo sostenible de esta actividad y la preservación de estos maravillosos “Santuarios de historia natural y sorprendentes animales”

**Importancia.-** La observación de animales en estado natural de animales durante los recorridos en las diferentes rutas hacia los volcanes se ha convertido en una actividad eco turística más importantes en todo el archipiélago en estos últimos años ya que no requiere de permisos ni patentes otorgados por el PNG para su actividad, gestionando un mejor desempeño en su desarrollo.

**Ventajas.-** Las visitas a los volcanes en estado activo han permitido a multiplicación de empresas y organizaciones turísticas, creando muchas modalidades de turismo encadenado y desarrollando aspectos de interés cultural material e inmaterial a naturaleza aventura, ecológica, y descanso que excepcionalmente brinda el cantón.

Isabela, con su producto estrella “senderismo en los Volcanes”, además del resto de sus atractivos naturales, culturales y arqueológicos, tiene en el turismo una real alternativa para su futuro.

#### 6.4.1.3. PORTAFOLIO DE PRODUCTOS DEL CANTÓN ISABELA.

Los estudios realizados sobre el producto turístico de Isabela muestran, tanto el análisis de su valor potencial como el grado de aprovechamiento actual que integren toda su diversidad e incorpore el valor añadido para estar en capacidad de ofertar tanto a nivel nacional y como internacional, cuya base para la elaboración del portafolio de productos es el Plan Integral de Marketing Turístico (PIMTE).

SOL Y PLAYA	
TIPO	ATRACTIVO
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Islas</li> <li>• Islotes</li> <li>• Playas</li> <li>• Playitas</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Posa de las Diablas</li> <li>• Playa de los Perros</li> <li>• Punta San Cristóbal</li> <li>• Punta moreno</li> <li>• Bahía Elizabeth</li> </ul>

El mercado de recreación, en su línea de productos de sol y playa, es el de mayor volumen a nivel mundial. Así, la OMT lo evalúa en unos 350 millones de turistas. Por ello se han seleccionado como prioritarios en esta actuación promocional donde la naturaleza verde se junta con playas vírgenes, que junto con otros recursos de la región insular permiten la interacción, relajación, tomar el sol y la realización de diversas actividades recreativas.

<b>ECOTURISMO</b>	
<b>TIPO</b>	<b>ATRACTIVO</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bosque Nublado</li> <li>• Bosque Húmedo</li> <li>• Bosque Seco</li> <li>• Senderos</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Serra Negra</li> <li>• Volcán Chico</li> <li>• Cerro Ballena</li> <li>• Tintorerías</li> <li>• Concha de Perla</li> </ul>

Sin duda la orientación al mercado del ecoturismo tiene que ser uno de los puntos fundamentales, ya que sobre el mismo se sustenta una parte muy importante del posicionamiento decidido, ya sea por los aspectos míticos o por ser patrimonio natural de la humanidad, acompañado de su flora y fauna. Sobre todo si se desea posicionar como Primer Cantón Eco. Sustentable Del Ecuador.

<b>GRAN AVENTURA Y DEPORTIVO</b>	
<b>TIPO</b>	<b>ATRACTIVO</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pesca Deportiva</li> <li>• Excursiones</li> <li>• Camping</li> <li>• Buceo</li> <li>• Snorkeling</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Quinta Playa</li> <li>• Bahía Elizabeth</li> <li>• Cartago</li> <li>• Bratter</li> <li>• Poza de la Diablas</li> </ul>

En el mercado de turismo deportivo se ha establecido, de acuerdo con criterios internacionales de dos tipos: Gran aventura, deportes al aire libre donde la fuerza motriz básica es el hombre; y Deportivo, donde se combina los elementos naturales como equipamientos y cierta dosis de riesgo.

<b>COMUNITARIO</b>	
<b>TIPO</b>	<b>ATRACTIVO</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Comuna</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Puerto Villamil</li> <li>• Thomas de Berlanga</li> </ul>

Dentro de lo que se denomina el turismo rural se incluyen dos tipos de actividades: Aquellas en la que turista busca compartir otra actividad diferente a la suya cotidiana, y otras en las que lo que busca es conocer aspectos específicos de la vida fuera de las grandes urbes. Que guarda la oferta de recursos: Históricos, arquitectónicos, artísticos y étnico de la zona a visitar e Isabela lo ofrece.

<b>CULTURAL Y RELIGIOSO</b>	
<b>TIPO</b>	<b>ATRACTIVO</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Museos</li> <li>• Miradores</li> <li>• Museos Arqueológicos</li> <li>• Artesanías</li> <li>• Comunidades</li> <li>• Fiestas Festivales</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Puerto Villamil</li> <li>• Muro de las Lagrimas</li> <li>• Centro de interpretación</li> </ul>

El Turismo Cultural es hoy según la OMT, un mercado de 70 millones de turistas/año un fuerte crecimiento. Está caracterizado por una motivación específica de conocimiento y profundización en el patrimonio histórico y en otras culturas diferentes a la propia. Es realizado por un turista de un nivel cultural alto, joven o de edades maduras, que suelen combinar el viaje con la visita también a atractivos naturales. Un aspecto muy importante de este colectivo es que genera un nivel de gasto bastante superior a otros tipos de turismo de recreación, ya que busca artesanía, gastronomía, asistir a eventos populares, etc.

<b>GATRONOMICO</b>	
<b>TIPO</b>	<b>ATRACTIVO</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pepino de mar</li> <li>• Langosta</li> <li>• Pesca artesanal</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Puerto Villamil</li> <li>• Thomas de Berlanga</li> </ul>

El producto gastronómico si bien forma parte del aspecto cultural se lo ha elaborado por separado ya que la importancia de su difusión radica por lo afrodisiaco y extravagante, por su forma de preparación relacionada con elementos orientales, siendo un atractivo turístico de mucha relevancia para todos los visitantes.

<b>OBSERVACION DE AVES</b>	
<b>TIPO</b>	<b>ATRACTIVO</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Senderos</li> <li>• Rutas</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Volcán Sierra Negra</li> <li>• Volcán Chico</li> <li>• Cerro Ballena</li> <li>• Cuatro Hermanos</li> </ul>

Este mercado, perfectamente identificado por ser una actividad específica, se concreta en una actividad que se ofrece principalmente a un nicho específico de mercado, lo que constituye un hecho diferencial de esta importante oferta especializada.

<b>OBSERVACION DE MAMIFEROS MARINOS</b>	
<b>TIPO</b>	<b>ATRACTIVO</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Observación de tiburón ballena</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Darwin</li> <li>• Wolf</li> <li>• Islotes Marielas</li> <li>• Playa Concha de Perla</li> </ul>

Es un mercado especializado o nicho de mercado que debe hacer una actuación de marketing focalizada que garantice de forma rápida el retorno a las actuaciones de promoción.

#### **6.4.1.4. PLANES DE ACCION DEL CANTON ISABELA**

##### **6.4.1.4.1. REHABILITACION DE PESCA ARTESANAL Y VIVENCIAL**

La incorporación de recursos subutilizados, para la revitalización de la tradición artesanal, en la pesca, ya que en este sector sigue siendo la principal actividad económica, no solamente por la diversidad de especies de peces existentes que se capturan y por variedad de artes de pesca utilizadas, si no porque estos factores permiten el ejercicio de esta actividad durante todo el año.

**Planes de Acción.-** Lo que se propone, es el de proveer todas las facilidades y medios para la reactivación de la pesca artesanal como: mecanismo de crédito, altos niveles de asistencia técnica y capacitación, agregación de valor, comercialización equitativa y justa distribución de ganancias; Establecer un límite de de millas de distancia para pesca sin alterar la posas naturales de crianza de especies para su desarrollo; Restricciones sobre pesca de alguna especie de peligro de extinción, ampliación de las vedas; Derechos de pesca de los isabeleños; Regulaciones de Licencia de Pesca deportiva por parte de la municipalidad en conjunto con la Dirección del Parque Nacional Galápagos.

**Importancia.-** La pesca artesanal guarda una muy fuerte relación con la cultural local, ya que es una actividad que se viene realizando desde hace más o menos cinco mil años que ha dado relieve a los conocimientos y prácticas de las culturas ancestrales asentadas en el Ecuador continental y Galápagos.

**Ventajas.-** Llegaran a tener oportunidades de ahorro y reinversión productiva con mejores condicione de vida y bienestar para sus familias y permitirá atraer el interés de los turistas por estas prácticas ancestrales.

##### **6.4.1.4.2. MANTENIMIENTO Y LIMPIEZA PERMANENTE DE LOS SITIOS TURÍSTICOS.**

**Importancia.-** La imagen que da el destino turístico a los visitantes a lo largo de su estadía es de suma importancia para el posicionamiento del sector, Por lo que

**Planes de Acción.-** Es de suma importancia tener ciertos aspectos en consideración para el mantenimiento y limpieza como: la siembra y mantenimiento de plantas, preferentemente nativas, acordes con el entorno y el uso del lugar; asistencia permanente técnica ambiental a las empresas del sector; ubicación de recolectores de basura con diferente clasificación de materiales de desecho ya que sea material orgánico, perecibles y no perecibles; limpieza de las principales calles de Puerto Villamil a cargo de personal municipal contratado por la municipalidad; planes de manejo de las áreas naturales y ecosistemas representativos del sector; declarar como ordenanza una minga cantonal trimestral en toda la población. Todo esto lleva a la educación y concientización de todos los visitantes del lugar hacia la conservación de la biodiversidad existente en el Cantón.

**Ventajas.-** El mantener una ciudad limpia y libre de basura, permite crear una imagen directa y concreta a todo aquel que visita el cantón de tal manera que será una ventaja para el cantón posicionarse en la mente del turista.

#### **6.4.1.4.3. ORDENAMIENTO Y REGULARIZACION DE LAS ACTIVIDADES TURÍSTICAS**

Para lograr un desarrollo turístico sustentable y sostenible, desde el principio se debe establecer un marco legal apropiado, que regule y ampare al sector.

**Importancia.-** El desarrollo de este marco legal, debe realizarse en consenso con los diferentes actores involucrados en la aplicación de los mismos, de tal forma que se evita la tradicional elaboración e imposición de leyes y ordenanzas, realizadas en forma unilateral, que por lo general no son acatadas por todos como está sucediendo en la actualidad el Puerto Villamil, y que son motivo de permanente conflicto.

**Planes de Acción.-** Por lo que se debe empezar por la difusión y aplicación del marco legal nacional para el sector turístico y por otra parte la elaboración del marco legal normativo de la actividad turística a nivel local. Ordenanzas y regulaciones como: El cobro de licencia única de funcionamiento de los establecimientos turísticos; ordenamiento y adecuación de las playas y bahías; Regulación del ruido; Regulación de los establecimientos turísticos, en base a la normativa nacional; Regulación de la propaganda vial urbana y rural; Regulación de edificaciones de uso turístico; Protección ambiental urbana y rural; Reunión anual de todos los representantes turísticos, para discutir de las diferentes temáticas que engloban al sector, todo este bien permitirá llevar una eficiente base de datos de los servidores turísticos del cantón.

**Ventajas.-** Las ordenanzas deberán ser acatadas en forma obligatoria y sancionadas en forma directa con la suspensión laboral de los factores, por el incumplimiento de estas normativas, lo que permitirá tener un beneficio justo para todos los servidores turísticos y por ende la repartición equitativa de esos beneficios.

#### **6.4.1.4.4. MOVILIZACIÓN Y CALIDAD DE LOS TRANSPORTES**

Isabela no cuenta con una buena infraestructura de servicios de transportación, que satisfaga la demanda del mercado turístico, por lo que se requiere de forma inmediata la ejecución de planes de acción.

**Importancia.-** Puerto Villamil, como municipio turístico, debe garantizar a los turistas y visitantes interesados en venir, que contarán con facilidades de transportación para llegar al cantón, y de movilización a los diferentes sitios de interés turísticos; así como contarán como una buena calidad en el servicio.

**Planes de acción.-** Se pretende realizar lo siguiente: Rehabilitación, Mantenimiento y señalización básica de vías y acceso a los sitios de interés turísticos; Diseño y Estudios para la construcción de un muelle de pasajeros como y seguro ; Gestión ante las operadoras turísticas, para que brinden un servicio de transportación permanente; Gestión ante las cooperativas y los propietarios de las lanchas de cabotaje inter islas, para que mejoren sus embarcaciones y la seguridad del pasajero; Gestión ante las dirección de marina mercante para que permita la legalización de embarcaciones que se encuentran trabajando ilegalmente; Capacitación de los capitanes y tripulación en temas de relaciones humanas, e información turística; Rehabilitación de el aeropuerto para permitir el acceso a aeronaves de mayor diámetro, e implementación de nuevas frecuencia diarias para las empresas aeronáuticas que operan en la Provincia. Todo esto enmarcara la buena calidad de un buen servicio de transportación como humano.

**Ventajas.-** Los turistas gozaran de un buen servicio sin sufrir atropellos y golpes ocasionados por las incomodidades de la lanchas de cabotaje, por lo que garantizara el regreso inmediato de todos los visitantes y así aprovechar al máximo el tiempo, lo que generara mayores ingresos para todos los habitantes.

#### 6.4.1.4.5. NIVEL DE CALIDAD DE LA PRESTACIÓN DE SERVICIOS TURÍSTICOS

El municipio del cantón Isabela, Puerto Villamil y la cámara de turismo cantonal y provincial deben realizar seminarios, cursos y talleres para brindar un servicio con calidad.

**Importancia.-** La calidad turística comienza en la profesionalidad por parte de los agentes implicados. Paralelamente, se debe cualificar lo que significa ajustar el servicio ofrecido al precio oportuno para la satisfacción de la calidad percibida,

**Planes de Acción.-** y esa debe ser una tarea prioritaria y permanente, a través de la capacitación al sector en temas de: Marketing, Administración, Relaciones Humanas, servicios, etc.; Formación de Guías e informadores turísticos bilingües (urbanos y Rurales); Gestión para la creación de escuelas de idiomas; Control de los precios, y estímulo a los empresarios turísticos que mantiene precios accesibles; Diseño y puesta en funcionamiento de un sistema de reclamaciones del turista; que permitirán a todos los visitantes sentirse satisfechos de los servicios turísticos recibidos, Cursos de Idiomas para los involucrados en forma gratuita.

**Ventajas.-** Los servidores turísticos inscribirán a todos sus miembros para una adecuada capacitación y participación activamente de los involucrados, lo que garantizara una formación con calidad a cada uno de sus participantes en brindar una atención con claridad.

#### 6.4.1.4.6. SEGURIDAD DE TURISTAS Y DEL SECTOR

La seguridad turística se debe fomentar con el objetivo definido de velar por la seguridad e integridad de los turistas y de población.

**Importancia.-** La seguridad de turistas y visitantes, y del cantón en general, debe ser una prioridad y un esfuerzo compartido por la ciudadanía y sus instalaciones.

**Planes de Acción.-** Se debe trabajar para lograr mínimos índices de asaltos y atracos a los turistas, para lo cual se debe iniciar con un programa que optimice y refuerce los recursos existentes, y garantice la sostenibilidad del mismo. Las actividades que se plantean para garantizar la suficiente seguridad de los turistas y del sector son: Creación y regulación del Comité de Seguridad Cantonal; Creación de un centro de atención inmediata de recepción de denuncias y atención a las víctimas; Creación y fortalecimiento de la Policía Turística, Brigadas Barriales, Brigadas rurales; Operativos de control de prestación de servicios

otorgados en los diferentes establecimientos donde se realicen las actividades turísticas de manera permanente.

**Ventajas.-** Los que serían factores determinantes para la protección de la vida, de la integridad física, psicológica, y económica de los visitantes, prestadores de servicios y miembros de las comunidades receptoras, lo que representa una Seguridad turística garantizada.

#### **6.4.1.4.7. CONCIENCIA CIUDADANA FAVORABLE AL TURISMO**

**Importancia.-** Para lograr que Puerto Villamil sea un verdadero Cantón Turístico, su gente debe apropiarse del Tema, sentir que esta actividad lo beneficia (aunque no esté involucrado directamente en ella), disfrutar de los beneficios y oportunidades que ofrece el sector, y trabajar por su desarrollo.

**Planes de Acción.-** Esto se logra con procesos educativos sostenidos, permanentes y de largo plazo, que se inician con una apropiada educación básica, que se constituyen en la base del futuro ciudadano; y continua con el perfeccionamiento de sus aptitudes, hasta lograr una actitud favorable, todo unido a un constante conocimiento de su entorno y realidad, que hace al ciudadano sentir afecto a la tierra y los recursos en donde se vive y trabaja. El plan contempla por tanto, animar a las instituciones y organizaciones, a que se diseñen procesos educativos sostenidos, acordes con el entorno natural y social, y que evite el uso y abuso de las denominadas “campañas informativas”, cuyo costo es generalmente alto, y su efectividad limitada, por ser esporádicos y de corto plazo.

**Ventajas.-** Las actividades planteadas involucran todos los ciudadanos en proyectos que garanticen procesos sostenidos de educación y concienciación ciudadana encaminados a: Cuidar y proteger la naturaleza, mejorar su participación y organización, fortalecer los valores y la identidad, mejorar su comunicación con personas extranjeras, actuar y denunciar los hechos delictivos y de corrupción, cumplir con sus obligaciones eficientemente, aprender a intervenir y no malgastar el dinero, vivir dignamente.

#### **6.4.1.4.8. ACTUALIZACIÓN DEL INVENTARIO TURÍSTICO**

Conocer los datos turísticos que maneja el Cantón Isabela, respecto a las actividades turísticas es de vital importancia para tener los datos estadísticos que genera la actividad turística para el cantón.

**Importancia.-** La actualización del inventario turístico permitirá realizar la evaluación potencia de los recursos turísticos, a través del cual se lograra también el análisis de la demanda en función al tipo de alojamiento utilizado, presupuesto de gasto de diario, nivel económico del visitante, por lo que conllevara a tener un perfil general del turista potencial, acompañado de la necesidad de fortalecimiento en la oferta empresarial y al mismo tiempo se implementaran los mecanismo y medios para mantener a los turistas que se encuentran totalmente atraídos por el cantón, así como también permitirá tener un registro personal de los visitantes y el porcentaje de turistas que llegan al sector, lo cual contribuirá a monitorear y cuantificar el crecimiento de la actividad turística cantonal.

**Planes de Acción.-** En Julio del 2006 se llevo a cabo la última actualización de los atractivos turísticos, no obstante como planteado en la importancia de la actualización del inventario turístico, se tomara también datos nuevos y básicos que podrán generar información relevante del perfil del turista y sus necesidades, los mismo que traerán consigo estadísticas vitales para el mejoramiento e implementación de diferentes elementos y factores para viabilizar la actividad turística dentro del cantón.

Para la cual se sugiere la actualización del inventario turístico a través de un análisis de la oferta y demanda turística del sector.

**Ventajas.-** Permitirá cuantificar los beneficios y perjuicios que genera la activada turística del cantón, por lo tanto se verán fortalezas y debilidades a reafirmar, cambiar o eliminar para encaminar de mejor manera la actividad turística.

#### **6.4.1.5. SEÑALIZACIÓN TURÍSTICA**

La señalización es sumamente importante para complementar la infraestructura turística, ya que todo destino turístico necesita de una buena señalización para su desarrollo y la fácil ubicación de sus visitantes.

**Planes de Acción.-** Se propone la ubicación de vallas turísticas en los límites cantonales de acuerdo a las normas establecidas por el Ministerio de Turismo del Ecuador en el Manual Corporativo de Señalización turística, las mismas que constaran de lo siguiente:

- Lados:** Frontal y Espaldar
- Estructura:** Dos lados con 3 cuerpos: superior, medio e inferior
- Tipografía:** ITC Avant Garde Gothic

## Descripción del Lado Frontal

**Parte superior.-** en la parte superior se dividirá en dos cuerpos, derecho e izquierdo en el cual se ubicara la frase elegida “Bienvenido” y en ingles “Welcome” con tipo de letra ITC Avant Garde Gothic, con una fuente blanca y la nueva imagen turística propuesta del cantón, ubicadas en forma respectiva.

**Parte media.-** en la parte media se decidió no colocarle nada, para que la imagen sea observada en plenitud.

**Parte inferior.-** en la parte inferior se ubicaran dos elementos, el primero se coloca desde el lado derecho hasta el izquierdo de la valla, este será las mismas ondulaciones de la imagen turística antes escogido y posterior se colocara en el lado centro izquierdo ira la imagen turística del Ecuador aprobado y autorizado por el MINTUR, segundo el escudo de la municipalidad de Puerto Villamil con la respectiva autorización y aprobación de la municipalidad y por ultimo ira la marca turística del Ministerio de Turismo proporcionado y autorizado por dicho ministerio

**Por lo tanto la valla propuesta es:**



## Descripción del Lado Espaldar

**Parte superior.-** en la parte superior derecho se ubicara la frase elegida “Esperamos tu regreso” con el tipo de letra ITC Avant Garde Gothic, con un tipo de fuente azul y en la parte izquierda se ubicara la nueva imagen turística del cantón.

**Parte Media.-** en la parte media no constara ni se agregara ninguna imagen o letra, para que la fotografía utilizada en toda la valla se observe e ilustre al visitante en forma directa

**Parte inferior.-** en la parte inferior se ubicaran dos elementos, el primero se coloca desde el lado derecho hasta el izquierdo de la valla, este será las mismas ondulaciones de la imagen turística antes escogido y posterior se colocara en el lado centro izquierdo ira la imagen turística del Ecuador aprobado y autorizado por el MINTUR, segundo el escudo de la municipalidad de Puerto Villamil con la respectiva autorización y aprobación de la municipalidad y por ultimo ira la marca turística del Ministerio de Turismo proporcionado y autorizado por dicho ministerio

**Por lo tanto la valla propuesta es:**



## **Las vallas se colocaran en:**

- En el muelle de la llegada de pasajeros donde arriban todos los barcos
- En el aeropuerto de Isabela en la entrada de los counters.
- En el parque principal donde se encuentra la municipalidad y la sede del consejo de gobierno
- En la ruta y trayecto de la vía hacia el pueblo de Puerto Villamil y viceversa

Mediante gestión del departamento de Turismo de la municipalidad y con previa autorización de la Dirección del Parque Nacional Galápagos se realizara nueva señalética descriptiva ubicacional de los atractivos turísticos que se encuentran dentro del cantón, que tengan una nueva visión para agrado del pasajero, así tenemos:

### **Descripción:**

**Material:** madera resistente a las inclemencias del tiempo, envejecida, de color natural, lacado y curado. Para la cubierta teja de arcilla roja que sirva de techo para el letrero. Sobre la base de madera para las letras pintura esmalte anticorrosiva blanca, para los logotipos color azul, amarillo y verde.

**Parte superior.-** En la parte superior derecha se ubicara el nombre del atractivo en letras blancas, y en la parte izquierda se ubicara la nueva imagen turística del cantón Isabela.

**Parte Media.-** en la parte media se ubicara una pequeña descripción del atractivo que incluirá, ubicación del atractivo, tipo de acceso y una característica principal relevante.

**Parte inferior.-** en la parte inferior se ubicaran un elemento, de imagen dibujada en detalle del sitio al que corresponde a full color para identificar el atractivo, para que el visitantes pueda disfrutar de un preámbulo en imagen antes de ingresar al atractivo.

Por lo tanto los distintos rótulos de la propuesta son:

### PLAYA CONCHA DE PERLA



### VOLCAN SIERRA NEGRA



### MURO DE LAS LÁGRIMAS



#### 6.4.1.6. SISTEMA DE INTELIGENCIA DE MERCADOS

**Importancia.-** La implementación de un sistema de inteligencia de mercados permitirá poseer una base de datos e información turística eficaz y verídica de la actividad turística en el sector y en el país.

**Planes de Acción.-** Establecer una base de información que este apoyada en estudios periódicos y consistente para proveer información turística de forma regular, que abarque a los turistas, la competencia y el entorno; así como también desarrollar una capacidad de análisis para interpretar los resultados de las investigaciones.

Desde el punto de vista técnico, los responsables de la administración turística, empresas e instituciones turísticas necesitan contar con información precisa, ordenada, comparable y continúa sobre el turismo a la hora de diseñar y desarrollar sus planes y programas de actuación.

**Ventajas.-** Las áreas de investigación en turismo pueden cuantificar los siguientes aspectos:

- **Impacto Económico**, a través del gasto turístico recogido a través de cuestionarios por parte de la entidad promotora (generalmente publica) o por consultores, y que es de medio costo,
- **Impacto Social**, a través de cuestionarios a residentes aplicados por parte de la entidad promotora (generalmente publica) o por consultores, y que es de bajo costo.
- **Estudio de imagen**, a través de catálogos y noticias; cuestionarios a clientes, por parte de consultores y que es de medio costo.
- **Tipología del Turista nacional y extranjero:** entradas de visitantes, según tipología, por meses, vía de entrada, y destino principal; viajeros alojados en establecimientos hoteleros, comportamiento turístico; alojamiento utilizado; forma de organización de la estancia; motivos de viaje; actividades realizadas, grado de satisfacción, visitas anteriores al destino, gasto medio. Este estudio se realiza ya sea mediante la aplicación de cuestionarios en la calle o en hoteles por parte de consultores, y que es de costo medio.
- **Eficacia de la campaña publicitaria**, a través de cuestionarios en la calle o dinámicas de grupo a turistas, por parte de consultores, y que es de costo medio-bajo.
- **Análisis de la Competencia**, a través de estudios de casos, recortes de prensa, por parte de los consultores; y que es de costo bajo.

## **6.4.2. ESTRATEGIAS DE DISTRIBUCIÓN**

Lo que busca es una distribución masiva a través de todas las entidades que puedan contribuir en fomentar y dar a conocer todos los atractivos y servicios turísticos que el Cantón ofrece.

### **• VINCULACION DEL TURISMO CON EL SECTOR EDUCATIVO**

Se ha incluido como una innovación importante, un proyecto que vincula al sector educativo con el turismo, pero no solo del marco teórico, sino que se le dará un enfoque pragmático al involucrar activamente a las escuela y colegios del cantón, donde la iniciativa se centra en que desde muy jóvenes conozcan y le den la importancia de conservar, saber y respetar todos los recursos naturales y culturales que envuelven a este preciado lugar, donde la educación del sector educativo debe ser objetivo y aportar a la investigación, trabajo de campo y formación en términos de Operación del Turismo. Para de esta manera sentar las bases para una colaboración estrecha del sector educativo con la actividad turística y al mismo tiempo concientizar en dos vertientes: tanto en el ámbito productivo como factor generador de empleo y desarrollo económico; y así como también en el ámbito participativo aprovechando la formación de los recursos humanos desde sus bases como el principal eje de desarrollo turístico en el cantón.

### **• VENTA DIRECTA AL PERSONAL**

Establecer una comunicación con la población a través de diferentes medios, como correo electrónico directo, tele marketing, para brindar información en forma directa a los turistas. A través de la utilización de una base de datos obtenida en los directorios telefónicos, para realizar tele marketing, 4 veces al año, por medio de la cual se puede brindar información a diferentes segmentos de la población, resaltando las características y bellezas de los lugares turísticos del Cantón Isabela.

También se realizaran convenios con las empresas de telefonía móvil, utilizando su base de datos, y así hacer llegar a través del correo directo, información sobre los lugares turísticos, tres veces al año haciendo uso de un brouchure que contengan fotografías y ubicaciones de dichos lugares.

Remitir información de promociones, eventos especiales, tradiciones, ferias y otros, a través de correo electrónico durante todo el año, a Gerentes o propietarios de las empresas que forman parte de las distintas Cámaras de Turismo del Ecuador.

## • ALIANZAS ESTRATEGICAS

La Dirección de Turismo del Gobierno Municipal, con la descentralización, se debe encontrar liderando y trabajando mancomunadamente haciendo alianzas estratégicas con el Ministerio de Turismo, Consejo de Gobierno, y Parque Nacional Galápagos y otros organismos públicos locales, de la Provincia, del País y del Exterior, quienes ayudaran a fortalecer los objetivos de conservar los recursos naturales y culturales, fomentar la participación e involucramiento de todos los sectores para mejorar las condiciones básicas del sector así como también la infraestructura, capacitaciones a la población respecto a la importancia de la actividad turística y sus beneficios, fomentar la promoción del cantón como destino turístico independiente con mayor relevancia, tomando este como el principal eje para la reorganización de dicha actividad, sin dejar a un lado las alianzas con las agencias de viajes que operan en las principales ciudades como Quito, Guayaquil y Cuenca siendo las agencias los distribuidores de ventas de los paquetes y servicios turísticos que el cantón puede ofertar lo que permitirá obtener mayor demanda de visitantes al sector, lo que lograra el posicionamiento del Cantón Isabela como un destino Nacional e internacional.

### 6.4.3. ESTRATEGIAS DE PRECIOS

No se puede establecer una estrategia de precio debido a que cada prestador de servicios establece una tarifa de acuerdo a sus necesidades, es decir como analiza el producto ofertado y el mercado.

La Provincia de Galápagos es un destino caro por aspectos de legislación, ya que ingreso per cápita es mayor en un 75% al del Ecuador continental; dando a lugar el incremento de valor en alojamiento, alimentación, y servicios en general.

Se consideraran varias formas de determinación de un precio adecuado para la oferta turística como destino a promover y lograr que exista un incremento mesurado de turistas, y no exceda su capacidad y límite de carga aceptable.

### 6.4.4. ESTRATEGIAS DE PROMOCIÓN

En toda la estrategia de promoción la participación de la comunidad y entidades gubernamentales han sido relevantes y decisivas, se dieron logros en cuanto a la capacidad de gestión de los activos turísticos del cantón, determinar y organizar la oferta turística del Cantón Isabela. Hay indicios de que la estrategia general de la provincia de Galápagos puede funcionar para el cantón y si se sigue aplicando con constancia. Sin embargo en evaluaciones preliminares, estudios recientes, se ratifican que las estrategias de desarrollo y promoción deben ser estrictamente generadas para cada cantón en específico, si se quiere tener éxito en aquellas

destinadas a mejorar el volumen de ingreso de turísticas a Isabela. Revalorizar las estrategias existentes, al centrarse en el turismo histórico y natural, con base local, es el punto de partida, el cual permitirá generar una dimensión más amplia del comportamiento del mercado turístico meta que contribuirá a la económica local

### • **ACTUALIZACIÓN DE LA PÁGINA WEB**

La pagina web del municipio de Puerto Villamil, posee información incompleta no tiene muchos links que no permite el acceso a sus visitantes. Por lo que se propone debe estar en permanente actualización y en atención al público. La revisión del diseño actual empatándolo con la nueva identidad corporativa en lo que respecta al grafismo y sus contenidos, con la selección de productos establecida como prioridad.

Deberá tener además las siguientes características: Imágenes espectaculares del destino, de su gente y de actividades. Ambientación musical. Información general del destino y su gente: Geografía, historia, oferta turística en la web. Ser fácil de cargar, que se pueda visualizar desde cualquier computador sin problemas. Promocionar una retroalimentación con los usuarios. Propuesta de al menos 3 itinerarios sugeridos, mínimo de estancia para recorrer el destino. Atención de dudas y reclamaciones. Sistema de encuestas; Páginas de estadísticas con contador. Soporte bilingüe en los idiomas seleccionados como prioritarios (español e Ingles).

Crear diálogos con usuarios. Calendario de eventos importantes en el año e indicar porque es interesante asistir, así como el énfasis en las actividades programadas. Circuitos turísticos e itinerarios sugeridos para próximos feriados. Mapa que muestre los cantones con sus atractivos correspondientes. Mapa turístico del área. Planos. Orientaciones para enlaces recomendados, como Municipalidades aledañas de Santa Cruz y San Cristóbal. Galería de imágenes. Postales. Noticias y eventos. Blogs de viajes. Enlaces recomendados, para que con transparencia el visitante tenga a su disposición la información solicitada.

### • **MATERIAL PROMOCIONAL**

Para estimular a los visitantes que hayan comprado paquetes turísticos al Cantón Isabela en la compra de servicios individuales dentro de la ciudad se les puede obsequiar un regalo; se pueden vender en centros artesanales, en las agencias de viajes, en los establecimientos de alojamiento o alimentación, y en la municipalidad o ser entregados en diferentes eventos turísticos; para lo cual se ha considerado el siguiente material promocional: gorras, calendarios, camisetas, artesanías y esferográficos. En cada uno del material promocional se colocara la nueva imagen turística del Cantón.

## • BOLSAS TURÍSTICAS

Diseño y producción de bolsas, para la entrega de materiales de promoción que incorporen la marca turística del destino. Además, de la clásica de papel se elaborara un diseño textil directamente relacionado con la artesanía del destino, destinada a obsequio para Vips.

## • COLOCACIÓN DE STANDS INFORMATIVOS

La participación en agencias de viajes, oficinas de información turística, en ferias, workshops, concesiones con descuentos en hoteles de las principales ciudades del país y seminarios turísticos a nivel provincial y nacional son factibles para brindar toda la información necesaria al turista. El diseño y producción de un modelo de stands, vallas, gigantografías y roll ups, estos se deberán crear en base a criterios: imagen a transmitir; y el uso del mismo.

Desde el punto de vista de la imagen los aspectos a considerar son dos. Por un lado, la nueva entidad corporativa y los materiales que la definen y la hacen coherente. Por otra parte, y en lo que hace referencia al uso, hay que considerar los diferentes espacios del mismo: información general del destino, espacios para otros operadores participantes y productos. Desde este punto de vista se sugiere optar por un stand de tipo modular. Inclusive, pensando en su aplicación para pequeñas presentaciones sobre el destino como seminarios, a realizar por los representantes del destino en los diferentes mercados.



## • VIAJES DE FAMILIARIZACIÓN

Los viajes de familiarización pueden ser organizados por la empresa privada a través de la unidad de turismo o por la unidad mismo, estos viajes pueden estar dirigidos por agentes de viajes nacionales o internacionales ofreciéndoles paquetes variados periódicamente con atractivos de la zona.

## • ELABORACIÓN DE UN CD INTERACTIVO

Producción de un CD, para prensa y profesionales del sector turístico, que contenga: una selección o galería fotográfica con derechos limitados de edición, un video incorporando la presencia de personas para mostrar la actividad turística, mapa del sitio que permitirá la fácil ubicación de los visitantes hacia los diferentes atractivos turísticos y por último la zona de descarga que presentara los principales proyectos a cargo de la municipalidad, su organización y trabajo.

## • PARTICIPACIÓN EN FERIAS

Esta propuesta se centra en la oportunidad de dar a conocer en forma directa a las diversas personas que están interesadas en visitar el cantón y establecer contactos con las diferentes operadoras asistentes en las ferias ya que propicia realizar negocios, teniendo en cuenta que en las ferias se debe actuar con una oferta privada del destino que complemente la presentación general y especializada del mismo.

## • CONGRESOS Y EVENTOS

Constituye un tipo de acción de marketing directo. En esta categoría entra la celebración en la localidad de Congresos, Jordanas Técnicas, Exposiciones, etc. Eventos que por sí mismos constituyen una modalidad turística de notable rentabilidad económica y que ejercen además una acción difusora de la imagen y marca del destino en los mercados emisores, y de fomento de visitas al mismo.

## • CAMPAÑAS COOPERADORAS

A corto plazo será necesario definir los criterios en los que se debe de basar la participación de la entidad promotora del destino en las campañas de publicidad que los destinos específicos realicen. Se entiende por publicidad la realización de anuncios pagados en cualquiera de los medios (prensa, revistas, radio, televisión, etc.). El presupuesto se definirá anualmente al formular los planes operacionales por mercados.

- **CAMPAÑAS ESPECÍFICAS**

Se entiende por campañas específicas aquellas que estimulan el turismo focalizado en actividades concretas. Así por ejemplo, conoce tu historia, vive al natural, practica tus deportes favoritos. La financiación de estas campañas podrá contar con la participación de otros agentes tales como las cámaras de turismo, municipios, consejo de gobierno, operadoras, hoteles, entre otros.

- **REPORTAJES**

Son fuente de información que lleva a varios receptores, para lo cual se debe establecer contactos con los productores de programas de los diferentes canales y medios de comunicación para informar y dar a conocer sobre la importancia de fomentar la actividad turística del cantón y sus atractivos turísticos, así lograr que estos medios realicen reportajes del cantón y sus parroquias.

#### **6.4.4.1. PLAN DE MEDIOS**

La elaboración de un plan de medios tiene como objetivo informar al turista a través de medios de comunicación masivos, la existencia de los lugares turísticos del Cantón Isabela, sus atractivos y su gente.

- **PUBLICIDAD PARA EL CANTÓN CON MEDIOS AUDITIVOS Y AUDIOVISUALES**

El principal objetivo de publicitar al cantón es mantener informado al turista a través de medios de comunicación masivos, la existencia de los atractivos turísticos de Isabela, sus atractivos y su gente, a través de spots publicitarios en televisión y cuñas en publicitarias en la radio, con cobertura nacional e internacional.

Lanzamiento de una publicidad agresiva en televisión, donde se propone la creación de un programa turístico dirigido al televidente en la cual se muestren los lugares turísticos del lugar, las vías de acceso y su gente; este se transmitirá una vez el domingo a la una y media de la tarde en el canal 42 de Televisión “Ecuavisa Internacional”, canal nacional con cobertura internacional.

Pautar 4 cuña diarias por 4 veces a la semana los días lunes, miércoles viernes y domingo en los 12 meses del año, en 4 emisoras a nivel nacional como son la radio: Sonorama, Zaracay, La Luna y La Exa, en la cuales se invite a la población a visitar los diferentes lugares turísticos del cantón Isabela, siendo la radio Zaracay y Sonorama con sintonía a nivel internacional.

## • PUBLICIDAD CON EL CANTON CON MEDIOS ESCRITOS

Mediante esta campaña publicitaria se puede posicionar en la mente del consumidor al destino turístico Isabela, creando un interés y deseo por visitar no solo Galápagos en General si no visitar un destino específico.

Se utilizara el medio de comunicación prensa donde se publicaran 3 suplementos al año en el periódico el Comercio con cobertura nacional, los días sábados una vez cada 4 meses; el primero consistirá en información general de los sitios turísticos de Isabela en el mes de febrero, segundo en julio invitando al lector a darle seguimiento a la siguiente publicación, en la cual se describirá individualmente a cada uno de los atractivos, finalizando con la publicación número 3 en el mes de diciembre por ser un periodo vacacional de alto rango de movilización.

Así mismo se publicaran un total de 12 anuncios al año en las principales revistas turísticas a nivel nacional como son: Transport, This is Ecuador y Terra Incógnita, así como también en revistas como Pacificard, Vistazo, Caras, en los cuales se informaran sobre atractivos turísticos naturales e histórico culturales, así como también eventos especiales que se desarrollan en el lugar.

## • PUBLICIDAD PARA EL CANTÓN CON MEDIOS GRÁFICOS

Los medios gráficos tienen como beneficio que son de fácil distribución y sus costos son bajos en relación a los otros medios, para lo cual se ha propuesto los siguientes:

**Trípticos.-** Es un material impreso de tiro y retiro, doblado dos veces, el contenido del mismo tendrá poca información pero precisa que generara la atención del lector en muy poco tiempo: texto con letra clara, imágenes e ilustraciones.

**Afiches.-** Es un medio impreso masivo cuya característica principal es de llamar la atención al observador. Diseño y producción anual de una serie de 4 afiches sobre los productos prioritarios, generales y especializados.

**Gigantografias.-** Es un elemento que por sus dimensiones es mayor que el formato A3.

**Postales.-** Es un medio que se utiliza en la propiedad turística.

**Dípticos.-** Es un material impreso de tiro y retiro, doblado una vez, cuya información será precisa, el mismo que abastecerá de suficientes datos para el poco tiempo que le tome al lector en tener una visión global del destino y el presupuesto es el siguiente:



## Lado dos (Retiro)

# GALÁPAGOS

### DATOS GENERALES

El archipiélago de Galápagos se ubica en el Océano Pacífico a la altura de la línea Ecuatorial que pasa por su montaña más alta, el volcán Wolf, situado al norte de la isla Isabela.

Ubicado a 972 km de la costa de Ecuador. Está conformado por 13 grandes islas volcánicas, 6 islas más pequeñas y 107 rocas e islotes, distribuidas alrededor de la línea del ecuador terrestre.

La Provincia de Galápagos está dividida políticamente en tres cantones, que se corresponden con las islas de: San Cristóbal, con su capital cantonal Puerto Baquerizo Moreno, que es también la capital provincial; Santa Cruz, cuya capital cantonal es Puerto Ayora; e Isabela con Puerto Villamil como capital cantonal. Existen, además, cinco Parroquias rurales: dos en San Cristóbal, dos en Santa Cruz y una en Isabela.



## CANTÓN ISABELA

Cantón más relevante en la provincia, es la más grande del archipiélago ecuatoriano de las Islas Galápagos, que se proyecta hacia el futuro como una de las aéreas naturales más importantes en distribución de especies endémicas por km<sup>2</sup>, relativamente joven pero con una antiquísima historia cultural, con 4588 km<sup>2</sup> de superficie.

Fue llamada así en honor de la Reina Isabel I de Castilla, que patrocinó el viaje de Colón, si bien en inglés se le conoce también como Albemarle, en honor al Duque de Albemarle.

**Población:** 2.200 habitantes.

Punto más alto: volcán Wolf, con 1.707 metros de altitud.

La forma de la isla se debe a la fusión de seis grandes volcanes en una sola masa.

**Flora y Fauna:** 60 % de la población total de Galápagos

**Atractivo Natural:** observación de: pingüinos, cormoranes no voladores, iguanas marinas, piqueros, pelicanos, entre otros.

**Atractivo Geológico:** Seis volcanes, dos de ellos activos.

**Atractivo Histórico:** "El Muro de las Lágrimas" (un muro o pared construida por prisioneros cuando las islas eran un penal o cárcel).

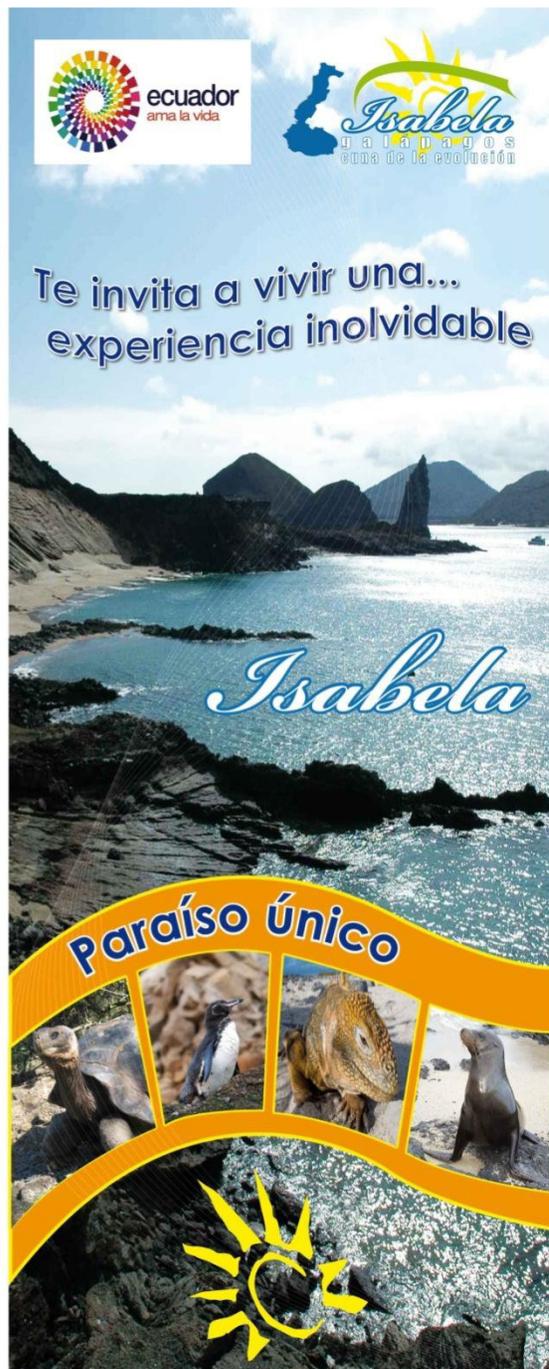
**Flyers.-** Es un material impreso, en una hoja donde se coloca datos o imágenes relevantes para las personas que reciba dicha impresión, el flyer propuesto es el siguiente:



**Brouchure.-** Es un material impreso de tiro y retiro, doblado dos veces, donde se brinde información de los lugares turísticos del Cantón Isabela, mostrando fotografías, tradiciones fechas importantes y actividades que se desarrollen en el sector.

**Stickers.-** Son elementos que poseen pega para ser colocados en donde quiera el comprador. El diseño promocional de los stickers se han elaborado tomando en cuenta las figuras de los principales atractivos turísticos: como el pingüino tropical, tiburón tintorera, la silueta del volcán sierra negra y la silueta de la isla en forma de caballo de mar.

**Vallas Publicitarias Fijas.-** Son publicaciones que se las coloca en diferentes partes estratégicas de la ciudad, las mismas que serán ubicadas en las principales ciudades del país, (distribuidas en Quito, Machala, Guayaquil, Manta, Cuenca, Ambato, Riobamba), informando de los atractivos que posee cada lugar turístico del cantón Isabela.



## CAPÍTULO VII

### PRESUPUESTO DE MEDIOS

#### 7.1. PRESUPUESTO DE MEDIOS ANUAL

En los capítulos anteriores de esta tesis, se ha podido recopilar datos que permiten determinar que no hay ninguna clase de limitaciones para la ejecución de proyectos y que en el Cantón Isabela existe un mercado potencial al cual satisfacer y muchos atractivos que ofrecer. Por lo tanto a través del presupuesto de medios, con un estudio financiero se pronosticará un monto para la ejecución del Plan de Marketing.

MEDIO DE COMUNICACIÓN	CANTIDAD AL MES O PERIODO	CANTIDAD AL AÑO	COSTO UNITARIO	COSTO AL MES O PERIODO	COSTO TOTAL
<b>Medios Audiovisuales y Auditivos</b>					
<b>Televisión</b>					
ECUAVISA INTERNACIONAL Spot publicitario 1 - 10 cuñas diarias	1	6	71,10	71,10	428,60
<b>Radio (cuñas por paquetes)</b>					
RADIO ZONORAMA Cuñas de 1 - 5 emisiones diarias	1	6	175,00	175,00	1050,00
RADIO SARACAY Cuñas de 30 - 10 emisiones diarias	1	6	150,00	150,00	900,00
RADIO LA LUNA Cuñas de 30 - 10 emisiones diarias	1	6	100,00	100,00	600,00
RADIO LA EXA Cuñas de 1 - 10 emisiones diarias	1	6	200,00	200,00	1200,00
<b>Otros</b>					
Cd interactivo	500	12	0,30	150,00	1800,00
Reportajes	2	2	449,64	449,64	899,28

MEDIO DE COMUNICACIÓN	CANTIDAD AL MES O PERIODO	CANTIDAD AL AÑO	COSTO UNITARIO	COSTO AL MES O PERIODO	COSTO TOTAL
<b>Medios Escritos</b>					
REVISTA VISTAZO 1/3 de pág. Full color	1	12	842,00	842,00	10.106,88
REVISTA PACIFICARD 1/4 de pág. Full color	1	12	480,00	480,00	5.760,00
REVISTA CARAS 1/4 de pág. Full color	1	12	100,00	100,00	1.200,00
REVISTA THIS IS ECUADOR escala 1 hasta 10 líneas	1	12	105,00	105,00	1.260,00
REVISTA TIERRA INCOGNITA Modulo 1 (ancho 4.5cm y 5 cm alto)	1	12	84,00	84,00	1.008,00
REVISTA TRANSPORT escala 1 hasta 10 líneas	1	12	75,00	75,00	900,00
EL COMERCIO 1/8 pág. De 12.5 x 7.2 cm. Full color	1	3	86,00	86,00	258,00
<b>Medios Gráficos</b>					
TRIPTICOS Papel cuche de 120 gr, 30x21, full color, tiro y retiro grafiado y doblado	3.000	4	0,400	1200,000	4800,000
DIPTICOS Papel cuche de 120gr., 20x21, full color, tiro y retiro	4.000	6	0,200	800,000	4800,000
GIGANTOGRAFIAS 2 letreros, full color, 3x2 cn	40	5	22,000	880,000	4400,000
POSTALES Papel cuche de 120gr. 10x15 cm, Full color	5.000	4	0,20	1000,000	4.00,00
AFICHES Papel cuche de 120 gr. A3, full color	4.000	3	0,14	560,000	1680,000
FLYERS Papel cuche de 120gr. 21x15 cm, Full color	2.500	3	0,14	350,000	1050,000
STICKERS	5.000	5	0,25	1250,000	6.250,00
VALLAS PUBLICITARIAS	6	1	500	3.000,00	3.000,00
<b>Material Promocional</b>					
Gorras	200	2	3,00	600,00	1200,00
Camisetas	20	2	5,00	1000,00	2000,00
Calendarios	500	1	1,20	600,00	600,00
Artesanías	100	12	1,00	100,00	1200,00
Esfერográficos	1.000	2	0,25	250,00	500,00
Bolsas Turísticas	100	12	2,00	200,00	2400,00
Módulos de Exposición	1.000	2	2,00	2000,00	4000,00

MEDIO DE COMUNICACIÓN	CANTIDAD AL MES O PERIODO	CANTIDAD AL AÑO	COSTO UNITARIO	COSTO AL MES O PERIODO	COSTO TOTAL
<b>Ferias, Congresos, Stands y Eventos informativos</b>					
Elaboración de Stands	7	1	1120,00	7840,00	7840,00
<b>Campañas</b>					
Campañas Cooperadoras	1	6	110,00	110,00	660,00
Campañas Específicas	1	6	140,00	140,00	840,00
<b>Servicios Profesionales</b>					
Diseño de CDs interactivos	1	1	900,00	900,00	900,00
Diseño de Pagina WEB	1	1	500,00	500,00	500,00
Diseño de Material de Medios Gráficos	1	1	800,00	800,00	800,00
<b>TOTAL</b>				<b>27.150,74</b>	<b>80.788,76</b>

### TOTAL PRESUPUESTO DE MEDIOS

MEDIO DE COMUNICACIÓN	COSTO POR MES O PERIODO	COSTO TOTAL
Medios Audiovisuales y Auditivos	1.295,74	6.875,88
Medios Escritos	1.775,00	20.492,88
Medios Gráficos	9.040,00	29.980,00
Material Promocional	4.750,00	11.900,00
Ferias, Congresos, Eventos y Estandos informativos	7.840,00	7.840,00
Campañas	250,00	1.500,00
Servicios Profesionales	2.200,00	2.200,00
<b>TOTAL</b>	<b>27.150,74</b>	<b>80.788,76</b>

**ESTADO DE RESULTADOS PRESUPUESTADO MUNICIPIO DE PUERTO VILLAMIL**

<b>INGRESOS PROPIOS</b>			<b>\$ 511.255,35</b>
<u>IMPUESTOS</u>	-	\$ 92.497,02	
<u>TASAS Y CONTRIBUCIONES</u>	-	\$ 297.194,77	
<u>VENTA DE BIENES Y SERVICIOS</u>	-	\$ 65.674,78	
<u>RENTAS DE INVERSIONES Y MULTAS</u>	-	\$ 55.888,78	
<u>TRANSFERENCIAS Y DONACIONES CORRIENTES</u>	-		\$ 352.750,33
DEL 10% DE TELECOMUNICACIONES	287.735,73		
APORTE FUNDACION IOI	10.384,00		
DEL FODESEC	54.630,60		
PARQUE NACIONAL GALAPAGOS		\$ 585.119,04	\$ 585.119,04
<u>TRANSFERENCIAS Y DONACIONES DE CAPITAL E INVERSION</u>			\$ 1.618.082,31
MINISTERIO DE TURISMO	14.370,00		
IMPUESTO A LA RENTA	171.877,33		
INGALA CONVENIO	40.000,00		
CONSEJO DE GOBIERNO	600.000,00		
PRESTAMO BEDE NO REEMBOLSABLE	128.055,61		
FUNDRA GALAPAGOS	11.000,00		
DE FONDO DE DESCENTRALIZACION	268.004,59		
PRESTAMO BEDE	168.270,90		
<b>DE FINANCIAMIENTO</b>	<b>216.503,88</b>		
<b>TOTAL INGRESOS PRESUPUESTADOS</b>			<b>\$ 3.067.207,03</b>

<b>GASTOS</b>			
<u>GASTOS EN PERSONAL CORRIENTE</u>		\$ 321.936,64	
<u>BIENES Y SERVICIOS DE CONSUMO</u>		\$ 169.450,18	
<u>GASTOS FINANCIEROS</u>		\$ 2.781,05	
<u>OTROS GASTOS CORRIENTES</u>		\$ 1.316,63	
<u>TRANSFERENCIAS Y DONACIONES CORRIENTES</u>		\$ 8.714,40	
<u>GASTO EN PERSONAL INVERSION</u>		\$ 1.007.394,19	
<u>BIENES Y SERVICIOS DE INVERSION</u>		\$ 231.630,68	
<u>OBRAS PUBLICAS</u>		\$ 860.513,39	
<u>TRANSFERENCIA PARA INVERSION</u>		\$ 13.788,05	
<u>BIENES DE LARGA DURACION.</u>		\$ 330.949,32	
<u>AMORTIZACION DEUDA</u>		\$ 37.943,74	
<u>PUBLICIDAD Y MEDIOS</u>		\$ 80.788,76	
<b>TOTAL GASTOS</b>		<b>\$ 3.067.207,03</b>	
<b>TOTAL EGRESOS PRESUPUESTADOS</b>			<b>\$ 3.067.207,03</b>
<b>SUPERAVIT Y DEFICIT PRESUPUESTADO</b>			<b>\$ -</b>

Dentro de este presupuesto tenemos resaltado con rojo el rubro de \$ 216.503,88 dólares, del cual se considera el valor correspondiente a la operación del departamento de marketing, y la propuesta mercadológica del plan de marketing para el cantón.

### PLAN DE FINANCIAMIENTO

<b>INGRESOS</b>		<b>80.788,76</b>
Asignación Presupuestaria	80.788,76	
<b>EGRESOS</b>		<b>80.788,76</b>
Presupuesto de Medios	80.788,76	
<b>SUPERAVIT O DEFICIT PRE SUPUESTARIO</b>		<b>0,00</b>

El Plan de Financiamiento se lo ha presupuestado directamente como una asignación Presupuestaria del Ministerio de Turismo con la Cantidad de \$ 80.788,76 para cubrir los costos del Plan de Marketing.

Sin embargo para poner en marcha este plan se ha considerado que de no existir la partida presupuestaria para el presupuesto de medios se está considerando que los ingresos propios se cubrirán los valores pre asignados.

### PLAN DE FINANCIAMIENTO DE IMPREVISTOS

<b>INGRESOS PROPIOS</b>		<b>511.255,35</b>
Impuestos Municipio de Puerto Villamil	92.497,02	
Tasas y Contribuciones	297.194,77	
Venta de Bienes y Servicios	65.674,78	
Rentas de Inversiones y Multas	55.888,78	
<b>EGRESOS</b>		<b>80.788,76</b>
Presupuesto de Medios	80.788,76	
<b>SUPERAVIT O DEFICIT PRE SUPUESTARIO</b>		<b>430.466,59</b>

El Plan de Financiamiento de Imprevistos se lo ha presupuestado, tomando en consideración lo siguiente: La cantidad de impuestos que percibe la Municipalidad del Cantón Isabela, Puerto Villamil entregara para este Plan, es de \$ 92.497,02 dólares, siendo un valor estimado, ya que en la actualidad esta entidad no tiene un monto fijo para la actividad turística, sin embargo se tomo a consideración el presupuesto entregado para el turismo en el año 2010 que fue de \$ 511.255,35.

Sumando a este valor la cantidad de \$ 297.194,77 dólares recaudados por tasas y contribuciones de la municipalidad, agregando a este monto la cantidad de \$ 65.674,78 dólares, equivalentes a la venta de bienes y servicios de los cuales son dueños el Municipio como las minas de arena y ripio y maquinaria pesada de arriendo, adicionalmente se considerara el valor equivalente a rentas de inversiones y multas, de los pagos de patentes municipales y tasas de turismo anuales

Todos estos valores son un indicativo en relación a los egresos del presupuesto del Plan de Marketing a realizar..

## CAPITULO VIII

### CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

#### 8.1 CONCLUSIONES

Las estrategias de mercadeo son aplicables ya que presentan alternativas que permitirán generar un polo de desarrollo para el sector eco turístico; los cuales deben desarrollarse de forma que cubra las necesidades de los consumidores de los segmentos de mercado seleccionados (Clave, De consolidación y de oportunidad). Los cuales se atenderán en orden de posicionamiento e importancia.

Se tomara en cuenta la política de producto turístico para generar una marca como destino independiente. Mediante la opción de la estrategia paraguas (bajo la cual se cobijan marcas mayores), como es la marca Galápagos patrimonio natural de la humanidad y la cual es identificable claramente en los mercados preferentes. Mediante la determinación de los atributos fundamentales de los productos se genero un diseño apropiado para que sea atractivo al mercado meta y lograr solventar el problema de difusión/promoción del sector tanto nacional como internacional, se iniciara mediante estrategias sencillas y contundentes como uso de la radio y televisión, folletería, publicaciones, eventos, websites.

Los visitantes actuales de Galápagos prefieren a Isabela por su gran numero de atractivos naturales cercanos sin necesidad de realizar largos viajes en barcos. Hay que indicar que Isabela posee el 60% de toda la flora y fauna de Galápagos. Mientras que los visitantes que arriban al cantón por actividades de óseo, sol y playa, encuentran gran cantidad de ellos con hoteles frente al mar y en la playa como una ventaja competitiva. Se determino que el mercado meta puede tranquilamente se atendido por la disponibilidad de oferta actual, siendo una ventaja amplitud en plazas ocupacionales.

La conclusión de los resultados se transmite en dos ideas fundamentales. Por un lado la aplicabilidad de los resultados hacia un modelo estratégico de destino turístico como líneas de acción operativas; y por otro la necesidad de la corresponsabilidad como destino turístico independiente para asumir los compromisos.

Así, la mejora en la actividad turística del Cantón Isabela, pasa por una articulación y la vertebración de la oferta turística existente y futura, mediante la utilización de modelos comunes de desarrollo. Actualmente, esta visión estratégica

no es asumida de manera suficientemente decidida por los agentes implicados en el desarrollo turístico del destino, ya sean públicos y privados.

Dentro del análisis cualitativo se obtuvo que dentro de la infraestructura hotelera falte mejorar sus instalaciones y la capacitación en servicio al cliente. Este es un factor preponderante dentro de los servicios al sector turístico, al tiempo que es relativamente sencillo implementar, mediante capacitaciones otorgadas por la municipalidad y los ministerios del ramo. Dichas capacitaciones se encuentran dentro del presupuesto anual.

La puesta en valor efectiva, es decir productiva, de cada lugar, pasa por redefinir la comprensión de los elementos y agentes dinamizadores del destino turístico. Estas son unas breves aproximaciones a las tendencias que en muchos casos ya se viven en la actualidad, pero que se verán incrementadas y generalizadas en el próximo futuro. La industria turística de Galápagos, que ha de ser considerada como el fenómeno más determinante de el resto de destino a nivel Ecuador, debe ser contemplada como una gran oportunidad para los habitantes y el sector, ya que manejada de una manera adecuada podría tener consecuencias favorables, sin que se conviertan en una amenaza proporcional, permitiéndonos pasar de un turismo meramente promocional a otro moderno auténticamente relacional.

Se deduce que las principales dificultades en la aplicación de estos programas se originaran en la capacidad de transmitir una nueva función, generalmente no asumida por la administración, en la coordinación y concertación de agentes públicos y privados y en la concreción de un marco legal bien definido para la regulación de la actividad turística.

En la actualidad la gestión turística en el Cantón Isabela, Puerto Villamil, está encaminada por cuatro actores que son: La municipalidad de Puerto Villamil, El Consejo de Gobierno, Parque Nacional Galápagos, Cámara de Turismo en representación de la empresa privada, quienes se encuentran trabajando en forma conjunta y permanentemente para el buen desempeño de la actividad turística, responsabilizarse también aun cuando existan actividades en las que no tengan competencia directa; en estos casos, deberán promover, gestionar, motivar y facilitar las herramientas necesarias a quienes tengan responsabilidad directa en el cumplimiento de estas actividades, a sabiendas que las mismas son parte de un proceso de desarrollo que se puede debilitar por la omisión de la una o la otra actividad. Esto significa que debe haber un gran esfuerzo de coordinación y gestión, para poder cumplir a satisfacción con las actividades, y alcanzar los objetivos planteados.

El análisis del sector turístico a momento concluye que si bien Isabela tiene la ventaja de ser la isla más grande y por ende contar con un sin número de atractivos y potenciales turísticos, existen debilidades en cuanto a infraestructura y facilidades para el desarrollo turístico; y es en la desorganización, la débil

institucionalidad y representatividad, el bajo nivel de compromiso, y la poca cultura de trabajo en equipo, en donde puede fracasar el proceso de desarrollo turístico, por lo que es necesario trabajar en estos aspectos de manera permanente.

La mejor opción y la más viable, es crear, regular y fortalecer al Consejo Cantonal de Turismo, como un organismo multisectorial que facilite la coordinación y corresponsabilice a otras instituciones para el efectivo cumplimiento de las actividades planteadas; y que a su vez sirva de instancia consultiva y de vigilancia.

Hay que recordar que el turista que se nos viene encima valorará más lo funcional y las condiciones que respondan a las expectativas de apariencia, que en muchos de los casos tratan de encubrir graves deficiencias en el servicio. Un perfecto funcionamiento y servicio excelente, para eso el desarrollo legislativo nacional tenderá a la máxima protección de las relaciones contractuales del consumidor y la oferta turística.

Esto permitirá sin duda que la ciudadanía a través de sus diversas instituciones, se interese y motive a participar en el desarrollo turístico del Cantón, como una oportunidad o alternativa válida y viable para mejorar sus condiciones de vida.

Si bien el turismo es una actividad productiva, es necesario recalcar, que el desarrollo del mismo debe ser socialmente justo, económicamente rentable, y ambientalmente favorable. Y en este sentido, todas las actividades que se realice y promueva deberán propender a que se cumplan con estos preceptos.

## **8.2 RECOMENDACIONES.**

- El rubro económico que es cobrado por la tesorería del Municipio por ingresos de turistas al cantón, debe ser cobrado por la Unidad de Turismo, para fines turísticos pertinentes.
- Buscar convenios con el Ministerio de Medio Ambiente, a través de la Dirección del Parque Nacional Galápagos, para dar señalización, rotulación y senderización adecuada en los atractivos turísticos naturales los cuales ellos están a cargo, adicionalmente aperturas de nuevos sitios de visita para lograr una mayor capacidad de carga.
- Se reto al señor Alcalde, como el primer personero de la Ilustre Municipalidad del Cantón Isabela, Puerto Villamil, conjuntamente con los señores concejales se creen ordenanzas municipales, que permitan la creación de una nueva estructura organizacional, así como la implementación de personal que le hace mucha falta a todas las entidades del Municipio.

- El Municipio del Cantón, es descentralizado, por lo que mantiene un convenio con el Ministerio de Turismo, que estipula que la Municipalidad debe asignar un presupuesto anual a la Unidad de Turismo, que en la actualidad es insuficiente, por lo que debe ser reconsiderado y ampliado para poder efectuar las actividades turísticas en este Cantón.
- Se debe dar a conocer los objetivos que se desean alcanzar respecto al turismo a la ciudadanía en general, y mantenerla permanentemente informada de los avances en su ejecución. Debe existir desde el principio absoluta apertura, transparencia y honestidad, para lograr la credibilidad y el interés ciudadano.
- Se debe captar la tendencia de los mercados, desarrollando productos especializados y avanzados a partir de los recursos potenciales del sector, adaptándolos a las necesidades de la demanda, comercializándolos según los canales más adecuados y posicionados mediante campañas de comunicación eficaces.
- El tema económico generalmente se constituye en una barrera más psicológica que real para la ejecución de las actividades y la consecución de los objetivos planteados. Se recomienda restar importancia al “cuanto nos cuesta”, y más bien hacer uso de los mecanismos de gestión y coparticipación interinstitucional para reducir los costos. La experiencia indica que con pocos recursos, pero mucha gestión, se logran grandes cosas.
- En medida que se vaya satisfaciendo estas necesidades, y que la ciudadanía es general se vaya apropiando del tema, seremos un verdadero cantón como destino turístico independiente.
- Pese a esta competencia, de pertenecer al archipiélago de Galápagos, la situación actual del cantón merece una profunda reflexión que permita que el turismo sea el sector con futuro, desarrollando la visión real de comprende, desarrollar y mantener un modelo de éxito.

## BIBLIOGRAFÍA

- ◆ ACERENZA, Miguel Ángel, Marketing de Destinos Turísticos, Trillas, México, 2004.
- ◆ ASAMBLEA NACIONAL DEL ECUADOR; VILEMA, Ángel, Proyecto de Ley Orgánica
- ◆ Reformatoria a la Ley Orgánica de Régimen Especial para la Conservación y Desarrollo Sustentable de la Provincia de Galápagos, Noviembre, 2010.
- ◆ Las Regulaciones Migratorias de Galápagos (Manual de Información para el Residente Insular), Consta la Ley de Régimen Especial para la Conservación y Desarrollo Sustentable para la Provincia de Galápagos y el Reglamento General de Aplicación de la Ley de Régimen Especial para la Conservación y Desarrollo Sustentable de la Provincia de Galápagos, Fundación Natura, Presidencia de la República del Ecuador, INGALA, WWF, Quito, Julio del 2002.
- ◆ Plan de Manejo Participativo para las Islas Galápagos, Junta de Manejo Participativo, 2003.
- ◆ Galápagos y el Manejo de la Reserva Marina, Parque Nacional Galápagos-Fundación Charles Darwin, 2003
- ◆ BAENA, Guillermina, Metodología de la investigación, Grupo Patria Cultural, México, 2002.
- ◆ BOULLON, Roberto, Planificación del Espacio Turístico, Trillas, México, Cuarta Edición, 2006.
- ◆ CORPORACION METROPOLITANA DE TURISMO, SNV, Guía para la Reestructuración de Productos Turísticos, Conceptos y Metodología a partir del Inventario Selectivo de Recursos, Abril, 2007
- ◆ KOTLER, Philip,;BOWEN, John; MAKENS, James, Marketing para Turismo, Prentice Hall, Tercera edición, Madrid, 2004
- ◆ LANQUAR, Robert, Marketing Turístico: De lo Global a lo Local, Editorial Ariel, S.A., Barcelona, 2001.

- ◆ MINISTERIO DE TURISMO DEL ECUADOR, PLANDETUR 2020, Edición Diciembre, 2007.
- ◆ MINISTERIO DE TURISMO DEL ECUADOR, Manual Corporativo de Señalización Turística.
- ◆ PROLOCAL, Pautas Metodologías del Programa de Reducción de la Pobreza Local, Quito, 2002.
- ◆ STAPLETON, J, Como Preparar un Plan de Marketing, Editorial Deusto, Bilbao, 1992.
- ◆ PARQUE NACIONAL GALAPAGOS, Anuario, Gestión, Ejes de Acción, Proyectos, Monitoreos, Control y Vigilancia, Santa Cruz, 2010.
- ◆ PARQUE NACIONAL GALAPAGOS, CONSEJO DE GOBIERNO, Informe Galápagos, 2009-2010.
- ◆ FUNDACIÓN CHARLES DARWIN/SERVICIO PARQUE NACIONAL GALÁPAGOS, Danulat E & GJ Edgar. Reserva Marina de Galápagos. Línea Base de la Biodiversidad. Santa Cruz, Galápagos, Ecuador, 2002.
- ◆ FCD, PNG & INGALA,. Informe Galápagos 2006 – 2007, Puerto Ayora, Galápagos, Ecuador.2007.
- ◆ INEC. Encuesta de condiciones de vida Galápagos, Población y Vivienda, 2010.
- ◆ DIRECCIÓN DEL PARQUE NACIONAL GALÁPAGOS, Plan de Manejo del Parque Nacional Galápagos 2006.. Registro Oficial No. 23. 23 de mayo del 2005.
- ◆ INGALA, Plan Regional para la Conservación y Uso Sustentable de la Provincia de Galápagos. Texto Unificado de Legislación Secundaria del Ministerio del Ambiente. 2006.
- ◆ MUNICIPIO DE PUERTO VILLAMIL, Hernán Vilema, Plan Estratégico del Cantón Isabela, 2003.

# **ANEXOS**

# ANEXO 1

## VISTA ÁREA DE PUERTO VILLAMIL



## MAPA DE ATRACTIVOS MÁS RELEVANTES DE ISABELA



## **ANEXO 2**

### **CALLES DE ARENA DE PUERTO VILLAMIL**



### **MUELLE EMBARCADERO PARA EMBARCACIONES DE CABOTAJE**



## PÁGINAS WEB

- [www.bce.fin.ec](http://www.bce.fin.ec), PIB, 2010
- [www.gobiernomunicipaldeisabela.gob.ec](http://www.gobiernomunicipaldeisabela.gob.ec), Atractivos Turísticos,2008
- [www.asambleanacional.gov.ec](http://www.asambleanacional.gov.ec), Comisión de Medio Ambiente, Proyecto de Ley de Galápagos,2010
- [www.inec.gov.ec](http://www.inec.gov.ec), Censó de Población y vivienda, 2010
- [www.mintur.gov.ec](http://www.mintur.gov.ec), Inventario de atractivos turísticos de la provincia de Galápagos, 2008
- [www.mmrree.gov.ec](http://www.mmrree.gov.ec), Plan integral de marketing turístico,2003
- [www.turismo.gob.ec/](http://www.turismo.gob.ec/)
- [www.ecuador.travel/](http://www.ecuador.travel/)
- [www.ingala.gob.ec](http://www.ingala.gob.ec), Planificación estratégica de gobiernos seccionales,2009
- [www.galapagospark.org](http://www.galapagospark.org), Balance de ingreso de turistas al Parque Nacional Galápagos, 2010
- [www.ambiente.gob.ec](http://www.ambiente.gob.ec)
- [www.darwinfoundation.org](http://www.darwinfoundation.org), Informe sobre plantas y animales introducidos, 2006

