



UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DEL ECUADOR
EXTENSIÓN GALÁPAGOS
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y
ECONÓMICAS

TRABAJO PARA LA TITULACIÓN PREVIO A LA OBTENCION
DEL TITULO DE INGENIERÍA COMERCIAL

PLAN DE MARKETING PARA EL CENTRO DE
INTERPRETACION NATURAL Y CULTURAL DE BELLAVISTA

AUTORA
MARIA ELENA QUINCHIGUANGO MALDONADO

SANTA CRUZ, NOVIEMBRE 2018

DECLARACION DE RESPONSABILIDAD

Yo, **María Elena Quinchiguango Maldonado**, declaro bajo juramento, que el trabajo denominado **Plan de Marketing para el Centro de Interpretación Natural y Cultural de Bellavista**, es de mi autoría; que no ha sido presentado anteriormente para ningún grado o calificación profesional y que se ha consultado la bibliografía detallada. Cedo mis derechos de propiedad intelectual a la Universidad Internacional del Ecuador, para que sea publicado y divulgado en internet, según lo establecido en la Ley de Propiedad Intelectual, reglamento y leyes.

Santa Cruz, noviembre 2018



María Elena Quinchiguango Maldonado

C.I.: 2000096368

CERTIFICACIÓN

Yo, **Jadira Jhomara Larrea Saltos, MBA.**, certifico que el trabajo denominado **Plan de Marketing para el Centro de Interpretación Natural y Cultural de Bellavista**, realizado por la estudiante **María Elena Quinchiguango Maldonado**, es la responsable exclusiva tanto de su originalidad y autenticidad, como de su contenido.

Santa Cruz, Noviembre 2018.



Jadira Jhomara Larrea Saltos, MBA.

Firma de la directora de la tesis

DEDICATORIA

Este proyecto es dedicado en primero lugar a Dios, a mis padres, hermanas y hermanos por ser mi pilar fundamental, por la confianza depositada y por el apoyo incondicional para alcanzar esta meta maravillosa en mi formación académica.

A mis amistades más cercanas que han visto mi lucha y constancia completa, en especial a mi compañero Héctor por haber formado parte del círculo más hermoso de ser mi mejor amigo y apoyo constante.

ELENA

“El objeto de la educación es formar seres aptos para gobernarse a sí mismos, y no para ser gobernados por los demás” Herbert Spencer

AGRADECIMIENTO

Quiero dar las gracias infinitas a mi Padre Celestial por haberme brindado la sabiduría y el entendimiento necesario durante mi formación académica y mi vida, por mantener firme hacia mis sueños y decisiones.

A mi mami Rosa Elena Maldonado y mi papi José Quinchiguango por ser mis mejores mentores en incentivar a estudiar y permitir ver al estudio como la riqueza más grande y la mejor herencia de la vida.

A mis hermanas y hermanos por sus buenas vibras, consejos, y deseos que permitieron lograr este sueño.

Y como no agradecer a cada uno de los profesores que formaron parte de la Universidad Internacional del Ecuador extensión Galápagos, gracias a sus conocimientos impartidos en las aulas permitieron hoy por hoy llegar a esta meta propuesta.

A la universidad Internacional del Ecuador por la apertura de formar nuevos profesionales en la carrera.

A todos, gracias.

ELENA

TABLA DE CONTENIDO

1. TEMA.....	1
2. DIAGNÓSTICO Y PROBLEMA	1
2.1. Descripción de la situación actual del área de intervención del proyecto	1
2.2. Identificación, descripción y diagnóstico del problema	9
2.2.1. Identificación.....	9
2.2.2. Descripción y diagnóstico del problema	9
2.3. Marco normativo.....	12
2.4. Línea de base del proyecto.....	16
2.4.1. Entorno demográfico.....	18
2.4.2. Entorno socio cultural	18
2.4.3. Entorno ambiental	18
2.4.4. Entorno político legal	19
2.4.5. Entorno Económico.....	19
2.4.6. Entorno Tecnológico	19
2.5. Análisis de Oferta y Demanda	20
2.5.1. Análisis de oferta.....	20
2.5.2. Análisis de demanda.....	22
2.6. Identificación y caracterización de la población objetivo.....	25
2.7. Cálculo del universo y de la muestra de investigación	26
2.8. Cálculo para determinar el tamaño de muestra de los pobladores de la zona de estudio	26
2.9. Cálculo para determinar el tamaño de muestra de los visitantes	27
2.10. Diseño de las encuestas.....	29

2.10.1. Encuestas para los pobladores	29
2.10.2. Encuestas para los turistas / visitantes.....	31
3. OBJETIVOS DEL PROYECTO.....	33
3.1. Objetivo General.....	33
3.2. Objetivos específicos	33
3.3. Indicadores de resultados	33
3.3.1. Perfil del visitante	50
3.4. Matriz de marco lógico	51
4. JUSTIFICACION.....	54
5. MARCO REFERENCIAL	55
5.1. Marco teórico	55
5.2. Marco conceptual.....	56
6. METODOLOGIA.....	57
6.1. Tipo de estudio.....	57
6.2. Metodología de la investigación	57
6.3. Técnicas de recolección de datos.....	58
7. VIABILIDAD Y PLAN DE SOSTENIBILIDAD.....	58
7.1. Viabilidad técnica	58
7.2. Especificaciones técnicas.....	59
7.3. Infraestructura	61
7.4. Diagrama de recorrido del Centro de interpretación Natural y Cultural de Bellavista.....	62
7.5. Viabilidad económica y financiera	63
7.5.1. Viabilidad económica.....	63
7.5.2. Viabilidad financiera	63

7.5.3. Metodologías utilizadas para el cálculo de la inversión total, costos de operación y mantenimiento, ingresos y beneficios	63
7.5.4. Flujos financieros y económicos	68
7.5.5. Indicadores financieros y/o económicos (TIR, VAN, otros)	68
7.6. Análisis de Sostenibilidad.....	69
7.6.1. Sostenibilidad ambiental	69
7.6.2. Sostenibilidad social.....	70
7.6.3. Sostenibilidad técnica-operativa- Propuesta de plan de marketing.....	70
7.6.3.1. Definición y diseño de producto.....	70
7.6.3.2. Descripción comercial basada en estrategia de marketing mix	76
8. PRESUPUESTO DEL PLAN DE MARKETING.....	87
9. ESTRATEGIA DE EJECUCION	92
9.1. Estructura operativa	92
9.2. Arreglos institucionales y modalidad de ejecución	93
9.3. CRONOGRAMA VALORADO POR COMPONENTE Y ACTIVIDADES	95
10. ESTRATEGIA DE SEGUIMIENTO Y EVALUACION	97
10.1. Monitoreo de la ejecución.....	97
10.2. Evaluación de resultados e impactos	98
11. CONCLUSIONES	99
12. RECOMENDACIONES	100
13. BIBLIOGRAFIA	101
14. ANEXOS.....	103

INDICE DE TABLAS

Tabla 2.- Análisis de FODA para C.I. Bellavista	7
Tabla 3.- Información del Centro de Interpretación Ambiental Charles Darwin.....	16
Tabla 4.- Información del Centro de Interpretación “Van Straelen”	17
Tabla 5.- Información del Centro de Interpretación ambiental “Gianny Arismendi”....	18
Tabla 6.- Ofertas en el Cantón Santa Cruz	20
Tabla 7. Beneficiarios del proyecto C.I. Bellavista.....	24
Tabla 8.- Datos para cálculo de la muestra para la comunidad	26
Tabla 9.- Datos para cálculo de la muestra de visitantes.....	27
Tabla 10.- Tabulación de datos generales, Género.....	35
Tabla 11.- Tabulación de resultados Pregunta 1.....	36
Tabla 12.- Tabulación de resultados Pregunta 2.....	37
Tabla 13. Tabulación de resultados Pregunta 3.....	38
Tabla 14.- Tabulación de resultados Pregunta 4.....	39
Tabla 15.- Tabulación de resultados Pregunta 5.....	40
Tabla 16.- Tabulación de resultados Pregunta 6.....	41
Tabla 17.- Tabulación de resultados Pregunta 7.....	42
Tabla 18.- Tabulación de resultados Pregunta 8.....	43
Tabla 19.- Rubros de gastos en inversión de activos para el Centro de Interpretación..	64
Tabla 20.- Depreciaciones de activos fijos	65
Tabla 21.- Detalle de rubros de Costos de operación del Centro de Interpretación	67
Tabla 22.- Análisis PESTEL para propuesta C.I. Bellavista	71
Tabla 23.- Plan presupuestario de medios para promoción.....	83
Tabla 24.- Presupuesto Plan de Marketing.....	88
Tabla 25.- Presupuesto referencial de la construcción Centro de Interpretación	89

Tabla 27.- Cronograma valorado para ejecución de plan de marketing	95
Tabla 28.- Cronograma de valoración de obra por rubros mensuales	96

INDICE DE GRAFICOS

Gráfico 2.- Foto túneles de lava en Bellavista	3
Gráfico 3.- Foto Media luna vista matutina y vespertina	3
Gráfico 4.- Vista de Cerro Puntudo en la zona rural.	4
Gráfico 5.- Vista panorámica de Cerro Croker.....	4
Gráfico 6.- Vista panorámica de Playa Garrapatero.....	5
Gráfico 7.- Monitoreo de llegadas a Galápagos año 2015	23
Gráfico 8.- Representación gráfica de datos generales, Genero	35
Gráfico 9.- Representación gráfica Pregunta 1.....	36
Gráfico 10.- Representación gráfica Pregunta 2.....	37
Gráfico 11.- Representación gráfica Pregunta 3.....	38
Gráfico 12.- Representación gráfica Pregunta 4.....	39
Gráfico 13.- Representación gráfica Pregunta 5.....	40
Gráfico 14.- Representación gráfica Pregunta 6.....	41
Gráfico 15.- Representación gráfica Pregunta 7.....	42
Gráfico 16.- Representación gráfica Pregunta 8.....	43
Gráfico 17.- Tabulación representativa de genero encuestado.....	44
Gráfico 18.- Tabulación representativa de rango de edad de los encuestados	44
Gráfico 19.-Tabulación representativa denominación de visitantes.....	45
Gráfico 20.-Tabulación representativa de alternativa de hospedaje.....	46
Gráfico 21.-Tabulación representativa motivo de visita a Galápagos.....	47
Gráfico 22.-Tabulación representativa tarifa de ingreso al C.I.	47

Gráfico 23.-Tabulación representativa de tarifa fija para el ingreso al C.I.	48
Gráfico 24.-Tabulación representativa de precio estimado que cancelarían por ingresar al C.I.	49
Gráfico 25.- Representación interno del C.I.	61
Gráfico 26.- Diagrama de recorrido Centro de interpretación.....	62
Gráfico 27.- Diseño del Formulario para reservas confirmadas en el C.I.	78
Gráfico 28.- Letrero de Bienvenida para el C.I.	81
Gráfico 29.- Letrero de Bienvenida para presentaciones en ferias/eventos	82
Gráfico 30.- Letrero de información sobre Punto de Visita en Bellavista	83

INDICE DE ANEXOS

Anexo 1. Visitas al GAD parroquial de Visita para entrevistas	103
Anexo 2.- Levantamiento de información en la comunidad y de establecimientos que prestan bienes y servicios en Bellavista	103
Anexo 3. Consultas e investigaciones para el desarrollo del proyecto.....	104
Anexo 4. Análisis de información recopilada	104
Anexo 5. Insumos y materiales utilizados	105
Anexo 6. Lugar donde se va a realizar la construcción del Centro de interpretación ..	105
Anexo 7. Foto lateral del lugar de construcción.....	106
Anexo 8. Visita a Jefa política de Bellavista, Mgs. Lorena Flores.....	106
Anexo 9. Trabajo en equipo con Ing. Daniela Brito, secretaria de la Junta Parroquial.	107
Anexo 10. Sala de reuniones de la Junta Parroquial	107
Anexo 11. Planos del Centro de Interpretación natural y cultural de Bellavista.....	108
Anexo 12.- Reunión para presentación final de proyecto borrador con Lic. Belén Cepeda	

1. TEMA

Plan de marketing para el Centro de Interpretación Cultural y Natural de Bellavista.

2. DIAGNÓSTICO Y PROBLEMA

2.1. Descripción de la situación actual del área de intervención del proyecto

De acuerdo al Censo Poblacional realizado en la Parroquia de Bellavista existen 2425 habitantes, el cual representa el 15,75% de la población total de la Isla Santa Cruz¹ (INEC, 2010), su principal fuente de recurso económico es la actividad agrícola y turismo rural. Gracias a la afluencia turística recurrente ha permitido que las islas Galápagos sean reconocidas a nivel internacional, por tal razón ha dado pie a que la principal actividad económica en la actualidad sea el turismo por poseer una flora y fauna única que deslumbra extraordinariamente y hace embellecedor al lugar.

A esto también se suma la necesidad de una estrategia de comunicación y el desarrollo de una educación ambiental responsable para acercar al visitante a los valores naturales y culturales de la zona que visitan.

➤ Datos geográficos

La Isla de Santa Cruz está en el centro del Archipiélago sus límites son: Norte: Seymour, Baltra, Sur: Floreana, Este: Santa Fe y San Cristóbal, Oeste: Isabela.

➤ Ubicación

La Parroquia de Bellavista se encuentra ubicada a 5Km de Puerto Ayora y 14Km de Santa Rosa.

➤ División Política

Los recintos que componen a la Parroquia Bellavista son: Bellavista, El Cascajo, El Camote, Guayabillos, y Miramar.

¹ La Isla Santa Cruz cuenta con 15393 habitantes según Censo realizado en el año 2010.

➤ **Clima**

La Parroquia de Bellavista cuenta con un Clima variado, que empieza desde el mes de mayo, con lluvias frías acompañada de una temperatura de 12°C, y culmina en el en el mes de octubre; a partir del mes de noviembre se eleva la temperatura a 28°C y se mantiene hasta el mes de abril, esta época se caracteriza por el calor. Se encuentra a 400mt sobre el nivel del mar. (Galápagos, 2012).

➤ **Centros Educativos**

Cuenta con dos escuelas fiscales y una privada, una en Bellavista llamada Caupolicán Marín, la otra en el Cascajo llamada Julio Puebla Castellano y la escuela Tomás de Berlanga (privada) ubicada en Miramar. (Galápagos, 2012)

➤ **Sectores productivos**

La población de Bellavista tiene como fuente de economía la agricultura, la ganadería y granjas avícolas. La producción generada por este sector de la población de la isla Santa Cruz, es entregada a la empresa turística y a la población santacruceña.

En el Centro de la parroquia se encuentra el parque San Antonio de Padua, destinado a la recreación de los lugareños y de quienes deciden visitar y degustar de la comida que ofrecen los anfitriones.

Actualmente el turismo forma parte de un sector productivo que busca repotenciar cada día para surgir en el mercado.

➤ **Atractivos turísticos**

Los túneles, son de naturaleza de flujos o ríos subterráneos por donde corrió la lava hace muchos años, la distancia del primer túnel es de 320mt de largo y del segundo túnel 50mt. Estos túneles se encuentran ubicados a 500mt de la población de Bellavista vía al Cascajo y se encuentran dentro de la propiedad del señor Antonio Gallardo.

Gráfico 1.- Foto túneles de lava en Bellavista



Elaborado por: Elena Quinchiguango

Media luna, se encuentra a 3km de la parte norte de la Población de Bellavista, tiene una formación natural como lo indica su nombre, su altura es aproximadamente de 20mt, sirve de anidación para los Petreles Hawaianos o Patas pegadas, hacia el lado sur del cerro se puede observar una flora única y endémica del lugar llamada Miconia Robinsoniana la cual está enmarcada como zona de Miconia, también conocida por los colonos como Cacautillo.

Gráfico 2.- Foto Media luna vista matutina y vespertina



Elaborado por: Elena Quinchiguango

Cerro Puntudo, se encuentra más adelante a 1 km $\frac{1}{2}$, tiene una formación cónica invertida que sirve de mirador donde se aprecia una hermosa vista de las islas, posee una gran variedad de helechos y otras especies.

Gráfico 3.- Vista de Cerro Puntudo en la zona rural.



Elaborado por: Elena Quinchiguango

Cerro Croker, está ubicado sobre el lado derecho del cerro Puntudo, a 500 metros, posee una vista muy amplia de 360°, es el sitio más alto de la Isla ya que alcanza una altura de 800 metros sobre el nivel del mar, en este lugar, están ubicadas las antenas de CNT y Telecomunicaciones, a sus faldas sur existe un vestigio de una pequeña boca de cráter que en tiempo de invierno recoge una cierta cantidad de agua dulce formando una laguna que al rebosar provoca diferentes encañadas en la Población. (Galápagos, 2012)

Gráfico 4.- Vista panorámica de Cerro Croker



Elaborado por: Elena Quinchiguango

Playa el Garrapatero, se encuentra ubicado a 10 km. vía el Cascajo de la población de Bellavista, cuenta con unas de las playas más hermosas de la Isla cuyo paisaje se caracteriza por un bosque de árboles de manzanillo que sirven de refugio temporal para los turistas. A pocos metros se puede apreciar una laguna con variedades de aves como son: flamencos, Patillos, Teros reales, Palmados y semipalmados.

Gráfico 5.- Vista panorámica de Playa Garrapatero



Elaborado por: Elena Quinchiguango

➤ **Atracciones turísticas**

En la parroquia de Bellavista, zona rural también encontramos atracciones turísticas que se encuentran fuera del perímetro del Parque Nacional, las cuales son visitadas por la comunidad local, visitantes nacionales y extranjeros.

Por cuanto los atractivos turísticos de esta zona se han convertido es un lugar de interés para los que visitan, normalmente por su valor de la belleza que ofrece como; su flora y fauna, ocio, aventura y diversión.

Es por ello que las atracciones se han convertido en elementos cruciales en la motivación del turista al viajar, lo cual ha generado la afluencia de turistas a un lugar forjando actividad económica conexa ya sea hotelería, gastronomía, agencias receptoras, comercios locales, entre otros y a la vez como desarrollo de infraestructura para el acceso y disfrute del atractivo turístico (aeropuertos, rutas, señalización, etc.).

Dentro de la división entre los límites del Parque Nacional encontramos atractivos de interés para ocio y diversión tales como; El columpio Mágico (Highland View Galápagos), El Trapiche, Finca Altair, Rancho Manzanillo, Rancho Mariposa, Complejo Deportivo el Pajarito, y Quinta Margarita.

➤ **Análisis Interno y externo**

Para tener un punto de vista universal de lo que ofrecerá el Centro de Interpretación de Bellavista, ha sido necesario analizar cada uno de los factores que la determinara. Se utilizara un método usual, y eficaz, conocido como Análisis FODA, el cual nos permitirá diseñar el análisis interno y externo, dividido en cuatro secciones distintas para su análisis respectivo como; debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades.

Tabla 1.- Análisis de FODA para C.I. Bellavista

Fortalezas	Debilidades
1. El centro será un motor para el desarrollo económico y promocional de la zona rural. 2. Vincular nuevas redes de comunicación. 3. Diseño de un programa interpretativo de educación ambiental. 4. Localización estratégica con instalaciones nuevas que brindan un servicio exclusivo.	1. La demanda del alto costo de mantenimiento y operatividad del Centro. 2. Falta de coordinación de las actividades del programa interpretativo entre el sector público y privado. 3. Obstáculos por temas legales para el cobro de una tasa de ingreso al centro. 4. Complejidad en la administración por cambio de los miembros de la Junta Parroquial.
Amenazas	Oportunidades
1. Disminución en la afluencia turística hacia las Islas Galápagos por la crisis mundial. 2. Mantenimiento inapropiado a los equipos, accesorios e infraestructura del Centro que puede variar la experiencia de visita. 3. Mala utilización de los equipos por parte de los visitantes. 4. Falta de interés por parte de los usuarios.	1. Diseñar e implementar una estrategia evolutiva de interpretación ambiental para que el visitante sea parte integrante de la problemática ambiental y de los esfuerzos de conservación de las mismas. 2. Ser una oferta complementaria, que permita revalorizar el sector. 3. Variedad de oferta de los sitios de turismo y atractivos en la zona rural de Bellavista. 4. Aumento del consumo local de los productos y servicios.

Elaborado por: Elena Quinchiguango

Del análisis realizado en breve síntesis al proyecto a vincularse para la comunidad, es que el Centro de Interpretación Natural y Cultural de Bellavista, forman parte de un estudio particular ya que al momento de delimitar herramientas de marketing y gestión, se recuerda que la finalidad de dicho proyecto no es en la búsqueda de un beneficio económico sino para el desarrollo social, conservación, concientización y promoción del sector.

Razón por la cual el programa interpretativo, la muestra audiovisual permanente, la exposición temporal en las 5 estaciones por medio de las pantallas LED, la operatividad, cuidado y mantenimiento especial al centro demandara un problema en los costos de todos estos, debido a que los ingresos del presupuesto institucional del GAD parroquial de Bellavista puedan ser insuficientes para cubrir cada uno de los gastos de su operatividad y funcionamiento.

Por cuanto es necesario que este Centro deba apoyarse del presupuesto de donaciones voluntarias de los visitantes locales, nacional y extranjeros a través de un buzón de aportes voluntarios en la salida de la instalación al final.

Como un aporte más al emprendimiento es fundamental que quien se encuentre al frente de este programa interpretativo ambiental y/o sistema tenga preparación en administración, marketing, gestión cultural-educativa para poder administrar con más eficacia el sitio.

2.2. Identificación, descripción y diagnóstico del problema

2.2.1. Identificación

A diario somos testigos y receptores de cuantos turistas y/o visitantes que realizan sus travesías por cuenta propia no realizan con frecuencia visitas a la zona rural por falta de difusión, información en web, de señalización ética, promoción y falta de ofertas por cuanto ha venido teniendo deficiencia en la visita de los sitios turísticos de la parroquia de Bellavista.

Por ello se sumó la propuesta de la creación de un Centro de Interpretación Natural y Cultural en Bellavista como iniciativa principal del Gobierno Autónomo Descentralizado parroquial de Bellavista, a través de esta dinámica se busca generar reactivación económica en el sector y a los sectores adyacentes al turismo, la cual significara mayor rentabilidad para los emprendedores que mantienen sus sitios de visita dentro del perímetro privado de la zona rural, gracias a la difusión correcta de información, el informante de la estación del programa de interpretación ambiental aprovechara la atención de los visitantes para recordarles la responsabilidad que todos tienen en la conservación, cuidado del patrimonio, la difusión y promoción correspondiente para el enlace con las próximas rutas a tomar como visita a los lugares.

2.2.2. Descripción y diagnóstico del problema

De acuerdo al informe anual 2017 ²emitido por la Dirección del Parque Nacional Galápagos y el observatorio de turismo de Galápagos, se registró el ingreso de 241800 turistas a las islas Galápagos, de los cuales el 69% eran de origen extranjero y un 31% turistas nacionales, respecto a la puerta de entrada el 77% de los arribos fueron por el aeropuerto de Baltra y el 23% por San Cristóbal, es imprescindible considerar los meses

² Informe con resultados del procesamiento del tributo de ingreso y otros registrados de las áreas protegidas de Galápagos (DPNG;, 2018)

marzo, julio, agosto y diciembre son los meses de mayor afluencia turística en Galápagos, y septiembre es el mes de menos afluencia en los arribos turísticos.

Según el Observatorio de Turismo de Galápagos del año 2015, menciona que el 68% elige el alojamiento en tierra, mientras el 32% es abordó en hoteles flotantes y la duración de los viajes tiene como mediana 5 días y como promedio hasta 7 días, el 53% son de género femenino y el 47% de género masculino. (Observatorio de turismo de Galápagos, 2015)

Los sitios de visita cercanos a Santa Cruz han tenido su mayor acogida en un 91% de su población total ³ donde solo el 9% ha visitado los sitios turísticos en la zona rural como la Playa del Garrapatero y los Gemelos, pero no existe información exacta que revele el número de visitas en sitios privados.- Bajo esta perspectiva al no tener un control de registro en los lugares de visitas en zonas privadas es inexacta la información, muchos de los propietarios que manejan estos sitios de interés turístico en zonas privadas para ellos han sido poco primordial llevar con frecuencia el registro de visitantes de manera sistematizada.⁴

Por la falta de un programa de interpretación ambiental acompañado y liderado ha existido deficiencia en dar a conocer acerca del lugar, no se está dando alcance a la visita de los sitios turísticos que se encuentran claramente en las rutas como; el Cascajo, Camote, Media Luna y Ruta Guayabillas, donde las paradas en esta parroquia son solamente esporádicamente o estación fija obligatoria para realizar compras de alguna bebida o golosina mientras transitan a la Playa el Garrapatero, hacia Los Gemelos o al Aeropuerto de Baltra.

Con esto se recalca que las cuatro rutas (Cascajo, Camote, Media Luna y Reciento Guayabillos) de las cuales plantea el proyecto tiene carencia de visitantes, existen

³ Según informe anual cerca de 360 mil personas fueron manejadas en sitios de visita cercanos a centros poblados en la isla Santa Cruz. (DPNG;, 2018)

⁴ (Loyola, 2018)

agencias que realizan su enganche desde un inicio solo con ciertos puntos de visita y olvidan genera mayor alcance al resto, por tanto al existir una déficit de visitas los emprendedores han descartado realizar nuevas inversiones y mejoras a sus emprendimientos.

Tanto ha conllevado a que los parroquianos sigan en actividades tradicionales como ganadería y agricultura, para aun mantener la economía activa en el sector, pese a que en la actualidad el turismo rural se ha ido expandiendo a diario.

Sin embargo, como obviar los pensamientos distintivos de emprendedores inmersos en este sector que buscan a diario la forma para explotar sus tierras en reestructurar y acoplar como sitios de visita como sus nuevos emprendimientos a la vista de la afluencia turística aunque no se maneje un sistema de visitas sistematizadas para las zonas privadas fuera del perímetro de la DPNG⁵.

Por cuanto ha sido necesario la creación de un Centro de Interpretación como parte de la Regeneración del Parque San Antonio de Bellavista, este Centro contara con su análisis respectivo y un plan de marketing para poder promover, promocionar y compartir el diseño de un programa de interpretación ambiental que brinde información oportuna y veraz de los atractivos turísticos donde puedan visitar la comunidad local y los turistas.

Es imprescindible señalar que el Centro de Interpretación forma parte de la cartera de obras de ampliación y remodelación del parque central turístico de Bellavista, el cual se encuentra en proceso de ejecución y cuenta con un modelo de plan arquitectónico de ingeniería y de interpretación de todo el parque de San Antonio de Padua, el cual comienza con el Centro de Interpretación natural y cultural, la misma regeneración total del parque de Bellavista contara con renovada canchas de vóley, una cancha sintética de mini futbol, área de juegos infantiles , maquinas biosaludables y jardín botánico.

⁵ Dirección del Parque Nacional Galápagos

2.3. Marco normativo

El proyecto de un plan de Marketing para en el programa de interpretación ambiental del Centro de Interpretación cultural y natural de Bellavista es esencial y único porque a través de ello se busca investigar, estudiar y plasmar para satisfacer las necesidades de los parroquianos y de los visitantes por medio de una promoción estratégica.

La ejecución de este tipo de plan de marketing fomentará las mejoras y nuevas aperturas a nuevas puertas de inversión con una reactivación de la economía extraordinariamente con pro de mejoras.

Por tanto se considera los siguientes aspectos legales que determinan la puesta en marcha y el impulso de la actividad:

CONSTITUCIÓN DE LA REPÚBLICA DEL ECUADOR

El Art. 14.- “Se reconoce el derecho de la población a vivir en un ambiente sano y ecológicamente equilibrado, que garantice la sostenibilidad y el buen vivir, *sumak kawsay*”

Según su Art. 66.- Se reconoce y garantizará a las personas: En su literal (2) El derecho a una vida digna, que asegure la salud, alimentación y nutrición, agua potable, vivienda, saneamiento ambiental, educación, trabajo, empleo, descanso y ocio, cultura física, vestido, seguridad social y otros servicios sociales necesarios.

Según el Numeral 6 del Art. 83 de la Carta Constitucional determina como deber y responsabilidad de los ecuatorianos y ecuatorianas el respetar los derechos de la naturaleza, preservar un ambiente sano y utilizar los recursos de modo racional, sustentable y sostenible.⁶

⁶ (Ley de Turismo, 2014)

El Art. 264 numeral 8 de la Constitución de la República, establece como competencia exclusiva de los gobiernos autónomos descentralizados el preservar, mantener y difundir el patrimonio arquitectónico, cultural y natural del cantón y construir los espacios públicos para estos fines.

Art. 275.- El régimen de desarrollo es el conjunto organizado, sostenible y dinámico de los sistemas económicos, políticos, socio-culturales y ambientales, que garantizan la realización del buen vivir, del sumak kawsay (...) El buen vivir requerirá que las personas, comunidades, pueblos y nacionalidades gocen efectivamente de sus derechos, y ejerzan responsabilidades en el marco de la interculturalidad, del respeto a sus diversidades, y de la convivencia armónica con la naturaleza.

Art. 395.- La Constitución reconoce los siguientes principios ambientales: en su literal (1) El Estado garantizará un modelo sustentable de desarrollo, ambientalmente equilibrado y respetuoso de la diversidad cultural, que conserve la biodiversidad y la capacidad de regeneración natural de los ecosistemas, y asegure la satisfacción de las necesidades de las generaciones presentes y futuras.

LEY ORGÁNICA DE RÉGIMEN ESPECIAL DE LA PROVINCIA DE GALÁPAGOS

Art. 61.- Turismo sostenible. El turismo en la provincia de Galápagos se basará en el fortalecimiento de la cadena de valor local y la protección del usuario de servicios turísticos, así como en los principios de sostenibilidad, límites ambientales, conservación, seguridad y calidad de los servicios turísticos. Se desarrollará a través de los modelos de turismo de naturaleza, ecoturismo, de aventura y otras modalidades que sean compatibles con la conservación de los ecosistemas de conformidad con el Reglamento de esta Ley y demás normativa aplicable.

Disposición General Novena.- Los residentes de la provincia de Galápagos tienen derecho a realizar actividades recreativas y deportes acuáticos no motorizados tales como: surf, vela, buceo, remo y pesca recreativa orillera; entre otras, en las bahías en donde se asientan los puertos poblados y las áreas determinadas en el plan de manejo expedido por la Autoridad Ambiental Nacional a través de la unidad administrativa desconcentrada a cargo de las Áreas Naturales Protegidas de Galápagos, sujetas a regulación y normas de seguridad, que contribuyan a mejorar la salud, formación y desarrollo integral de las personas, propiciando el uso de las áreas naturales protegidas por parte de los residentes, con criterio de sostenibilidad y priorizando la educación, la interpretación ambiental y la recreación.

LEY DE TURISMO

Para ello para complementar, en el **Artículo 3**, literal d), se señala como principio de la actividad turística: *“La conservación permanente de los recursos naturales y culturales del país”*

Según el Art. 4 de la Ley del Turismo, La política estatal con relación al sector del turismo, debe cumplir lo siguiente, de acuerdo al literal 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.

Por encontrarse los sitios de turismo, atracciones turísticas y recursos dentro y fuera del límite del área protegida del Parque Nacional Galápagos se hace referencia considerar los siguientes artículos como base legal para su consideración;

CÓDIGO ORGÁNICO DE ORGANIZACIÓN TERRITORIAL, AUTONOMÍA Y DESCENTRALIZACIÓN (COOTAD)

Según el Art. 64 del COOTAD, Funciones.-Son funciones del gobierno autónomo descentralizado parroquial rural, de acuerdo al literal g) Fomentar la inversión y el desarrollo económico especialmente de la economía popular y solidaria, en sectores como la agricultura, ganadería, artesanía y turismo, entre otros, en coordinación con los demás gobiernos autónomos descentralizados;

A demás es deber del Gobierno Parroquial de, Vigilar la ejecución de obras y la calidad de los servicios públicos y propiciar la organización de la ciudadanía en la parroquia de acuerdo al literal f).⁷

Artículo 145 de la COOTAD.- Ejercicio de la competencia de infraestructura física, equipamientos y espacios públicos de la parroquia rural.- A los gobiernos autónomos descentralizados parroquiales rurales les corresponde, concurrentemente y en coordinación con los gobiernos autónomos descentralizados provinciales y municipales, según corresponda, planificar, construir y mantener la infraestructura física, los equipamientos y espacios públicos de alcance parroquial, contenidos en los planes de desarrollo y acorde con sus presupuestos participativos anuales. Para lo cual podrán contar con la concurrencia y apoyo de los gobiernos autónomos descentralizados provinciales y municipales.

Basado en las normas expuestas con anterioridad el Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial de Bellavista, es el ente Estatal en crear un espacio como el Centro de Interpretación Natural y Cultural en Bellavista para la difusión y promoción de la cultura, la historia, los atractivos turísticos, atracciones turísticas y recursos dentro de la Parroquia y sus alrededores para lo cual se ha planteado como una vía de desarrollo social en la construcción del Centro de Interpretación, por medio de ello hacer el enganche con los

⁷ (Código Orgánico de Organización Territorial, 2012)

tours navegables, tours diarios y aquellos que hacen su visita libre por sus propios medios, los mismos que permanecen y ocupan los alojamientos de Santa Cruz.

2.4. Línea de base del proyecto

En la actualidad este proyecto es nuevo para la zona rural, por tanto nace de la perspectiva inicial existente de otros Centros de Interpretación en la zona urbana como del Parque Nacional Galápagos, ubicado en la avenida Charles Darwin s/n, el cual expone de gran manera la biodiversidad de las islas Galápagos, tanto que permite repotenciar el turismo a diario brindando la información oportuna al visitante que viene a las Islas a disfrutar su estadía en este maravillosos lugar.

En este Centro de interpretación denominado Charles Darwin, se puede visualizar el recorrido del Solitario George, visita a las fotografías de la localidad, costumbres, origen e historia, así como se puede observar las distintas especies de tortugas terrestres en su hábitat natural.

Tabla 2.- Información del Centro de Interpretación Ambiental Charles Darwin

Nombre del Centro	Ubicación	Actividades
Centro de Interpretación ambiental “Charles Darwin”	Situado dentro del terreno del Parque Nacional, cerca del perfil costanero de Puerto Ayora.	Recorrido, visita, fotografía, y educación ambiental por el centro de visitantes, centro de exposición, centro de crianza, corrales de tortugas, corrales de iguanas terrestres.

Elaborado por: Elena Quinchiguango

Y el segundo Centro que se resalta en la zona urbana de Puerto Ayora es el Centro de Interpretación “Van Straelen”, administrado por la Fundación Charles Darwin, es uno de los sitios visitados por turistas en las Islas Galápagos.- El Centro de Interpretación Van

Straelen forma parte de la visita a la Estación Científica y es un espacio donde se presenta distintas exhibiciones sobre Galápagos desde su construcción.

El nombre de este sitio se lo dio en honor al reconocido conservacionista belga Víctor Van Straelen, primer Presidente de la Fundación Charles Darwin desde 1959 hasta su muerte en 1964, año en el que la ECCD fue inaugurada en las Islas Galápagos.

Gracias al apoyo de la Fundación Save Our Seas, al trabajo del equipo de Outreach y equipo de Biología Marina en la Estación Científica, cuenta con una nueva exhibición que presenta información relevante sobre la importancia de la conservación de los tiburones para los ecosistemas marinos y para la comunidad.- Cuenta con información de datos sobre tiburones prehistóricos, rol ecológico, anatomía y sentidos, estudios científicos realizados en conjunto con la Dirección del Parque Nacional Galápagos (DPNG) y colaboradores, entre otros temas.

Es un centro interpretativo donde se puede observar vídeos y materiales didácticos sobre la formación geológica y arribo de las especies a las islas.

La entrada es totalmente gratuita atención al público: 06:00 hasta 19:00 de lunes a domingo todos los días del año. (Darwin, 2018).

Tabla 3.- Información del Centro de Interpretación “Van Straelen”

Nombre del Centro	Ubicación	Actividades
Centro de Interpretación “Van Straelen”	Situado en la av. Charles Darwin cerca del perfil costanero.	Recorrido sobre los stand sobre formación geológica y especies, fotografía, audiovisuales, materiales didácticos.

Elaborado por: Elena Quinchiguango

Como tercera referencia como línea base existe el Centro de Interpretación de San Cristóbal denominado “Gianny Arismendi”, el cual es administrado por el Parque Nacional Galápagos de la Dirección Técnica de San Cristóbal, es un edificio

emblemático, fue el primer trabajo de Cooperación Española en Galápagos, construido en 1994.

Es un sitio de visita oficial y lugar de paso de la gran mayoría de turistas que llegan a puerto, se ha convertido en sede de actividades comunitarias y talleres institucionales. En su interior se muestra la historia natural y humana de Galápagos a través de un recorrido (Cristóbal, 2016).

Tabla 4.- Información del Centro de Interpretación ambiental “Gianny Arismendi”.

Nombre del Centro	Ubicación	Actividades
Centro de Interpretación ambiental “Gianny Arismendi”.	Situado en un terreno alto, a las afueras de Puerto Baquerizo Moreno.	Visitas interpretativas, educativas, fotografía, filmación.

Elaborado por: Elena Quinchiguango

2.4.1. Entorno demográfico

La Parroquia de Bellavista cuenta con 2425 habitantes que se encuentra en crecimiento, en el rango de edad media de 15 a 64 años de edad.

2.4.2. Entorno socio cultural

La población de Bellavista tiene como su fuente de economía constante como la ganadería, la agricultura, granjas agrícolas, sin embargo hoy en día su principal fuente de recurso económico se ha convertido el Turismo.⁸

2.4.3. Entorno ambiental

Las áreas limítrofes entre el Parque Nacional Galápagos y las parroquias han sido identificadas como zona de transición, las cuales se han constituido fuentes de conflictos

⁸ (CENSO IPCG;, 2016)

ambientales por la dispersión y crecimiento de especies invasivas, o por la presencia de actividades no autorizadas que agravan este problema.

2.4.4. Entorno político legal

Dentro de este contexto la Dirección del Parque Nacional Galápagos tiene definido los sitios de visita existentes dentro de su perímetro los mismos que constituyen Sitios de visita públicos.

Pero al mismo tiempo existen sitios de visitas que se han constituido como negocios privados fuera de los límites de la DPNG⁹.

2.4.5. Entorno Económico

El desarrollo para una correcta ejecución del proyecto se enlaza con el progreso progresivo de las carreteras de primer orden como son; Puerto Ayora – Canal Itabaca, cruza por toda la extensión de la parroquia, así como conectan a los caminos de segundo orden Guayabillos – Occidente (pavimentado), El Cascajo – Garrapatero (pavimentado), Media Luna, y El Camote se encuentra en gestión para la accesibilidad de una carretera pavimentada. (Cepeda, 2018)

2.4.6. Entorno Tecnológico

El acelerado avance de la tecnología permite posicionar ofertas nuevas en el mercado que emanen ofertas turísticas en el mundo, de manera ágil, masiva y con bajo costo.

Dado lo expuesto es considerable reconocer que en la Parroquia de Bellavista será el primer Centro de interpretación natural y cultural con un programa diseñado de participación ambiental con el objetivo de difundir información correcta, promocionar y en la generación del desarrollo de una economía más competente para la parroquia, permitiendo la reactivación de la economía.

⁹ Dirección Parque Nacional Galápagos

2.5. Análisis de Oferta y Demanda

En el desarrollo de marketing es transcendental tener un conocimiento extenso acerca de la oferta existente para poder recomendar o trazar mejores posturas comerciales y promocionales, teniendo en cuenta que los competidores descriptos e identificados sean más grandes o más pequeños; debido a que estos intervendrán en las decisiones de la entidad una vez que el Centro de interpretación sea inaugurada y comience a ofrecer sus servicios al público en general, por cuanto es necesario conocer los aspectos que los convierte en exitoso y al mismo tiempo los deslices que podrían registrar al término de su ejecución para poder aprender de aquellas situaciones y sugerir sus mejoras para que no se continúen dando.

2.5.1. Análisis de oferta

Actualmente en la Provincia de Galápagos, Cantón Santa Cruz se puede evidenciar tres Centros que exponen museología a la comunidad y a los turistas visitantes con acceso gratuito.

Tabla 5.- Ofertas en el Cantón Santa Cruz

Nombre del Centro	Entidad responsable	Actividades
Centro de Interpretación ambiental “Charles Darwin”	Parque Nacional Galápagos	Recorrido, visita, fotografía, educación ambiental por el centro de visitantes, centro de exposición, centro de crianza, corrales de tortugas, corrales de iguanas terrestres.
Centro de Interpretación “Van Straelen”	Fundación Charles Darwin	Recorrido sobre los stand sobre formación geológica y especies, fotografía, audiovisuales, materiales didácticos.
Museo Jica	Empresa Eléctrica de Galápagos	Recorrido sobre el uso responsable y concientización de fuente de energía renovable.

Elaborado por: Elena Quinchiguango

Consecuentemente a lo expuesto en lo anterior se puede determinar a la vez que, la oferta actual para este proyecto turístico se encuentra en competencia directa por existir otros centros que ofrecer un servicio similar o igual de mayor calidad y exposición museológica de mayor escala, sin embargo a través de este nuevo Centro en la zona rural se busca incorporar un programa de interpretación sistematizada, promoción y posicionamiento en el mercado, con visitas programadas por medio de las agencias turísticas a la parte alta de la isla Santa Cruz, incrementar el posicionamiento en el mundo y la correcta comercialización formal.

Al mismo tiempo existe la competencia indirecta tales como; las opciones de ocio, patrimonio y naturaleza, su razón es porque se empata a la línea de buscar satisfacer las mismas necesidades por medio de productos sustitutos pero de forma diferente.

En referencia encontramos a las Islas Galápagos que por su propia flora, fauna, realce y atributos han logrado ser un destino turístico de alta importancia, el mismo ha ingresado al mercado con mucha facilidad y sin la utilización máxima de estrategias de marketing ya que las Islas Galápagos ha venido siendo reconocidas con el pasar de los tiempos y los visitantes han logrado llegar hasta este destino sin mayor esfuerzo.

Razón por la cual, la competencia indirecta para este Centro de Interpretación Natural y Cultural de Bellavista se convierten todas la demás opciones recreativas y de ocio que ofrece la parroquia de Bellavista y la parroquia de Puerto Ayora, por tener un mismo tipo de clientes **“visitantes nacionales y extranjeros”**, los cuales buscan satisfacer las mismas necesidades de recreación, aunque no sustituye en su totalidad ni reemplaza la valoración interpretativa que desea ofrecer el Centro a sus futuros visitantes.

2.5.2. Análisis de demanda

La población considerada para el análisis de la demanda se tomara de acuerdo al informe del Observatorio de Turismo de Galápagos conforme al Monitoreo de llegadas turísticas a Galápagos año 2015.

Para tener un panorama general de la demanda del destino, se ha calculado la Tasa Anual de Crecimiento Compuesto (TACC), este ejercicio ha permitido comparar el crecimiento en un periodo del 2007 al 2016, resultando que Galápagos ha crecido turísticamente a un ritmo del 3,00%.

Continuando con el análisis para esta investigación se tomara como supuesto a los visitantes nacionales y extranjeros que arribaron a la Provincia de Galápagos a través del aeropuerto Seymour de la Isla de Baltra.

Por medio del informe anual, se obtiene que en el año 2015 llegaron a las islas un total de 224.755 visitantes, de los cuales 70.451 esto es el 31% correspondieron a nacionales y el 69%, es decir, 154.304 a visitantes extranjeros.

De acuerdo a un mismo informe de visitantes del periodo 2011-2012 acerca del perfil psicográfico de los visitantes que arribaron a las islas, se destaca que los visitantes al pensar en Galápagos lo primero que se les viene a la mente es flora y fauna con un 38,5% y Tortugas con un 24,6%; más adelante otras frecuencias analizadas.

Mientras que del “Boletín Galápagos 2015” elaborado por el Ministerio de Turismo del Ecuador, se desglosa el promedio de gasto por visitante (al 2012) es de USD \$2.206 y en mediana USD \$1.200 dólares de los Estados Unidos de América. (Jarrin, 2017).

Demanda a nivel de provincia

A medida como se ha venido desarrollando este apartado se imprescindible considerar que se comienza de lo macro a lo micro para el análisis de la intervención de este proyecto.

A continuación se presenta un detalle de la llegada de visitantes a la provincia de Galápagos año 2015.

Gráfico 6.- Monitoreo de llegadas a Galápagos año 2015



Fuente: Observatorio de Turismo de Galápagos

Elaborado por: Elena Quinchiguango

De los cuales se menciona en el gráfico n° 7, el 53% son del género femenino y el 47% masculino.

Las aerolíneas más utilizadas por los visitantes que frecuentan venir a las islas hasta el cierre del año 2015 fueron las aerolíneas Avianca y LAN las cuales tuvieron mayor acogida para el ingreso de visitantes a las islas, esto según el registro histórico del Observatorio de Turismo de Galápagos.

Pues bien mediante lo indicado en el apartado anterior del total de arribos a las islas el 77% arribaron por Baltra con referencia al 23% que arribaron en la Isla San Cristóbal.

Por otra parte, de estos 173.487 visitantes (77%) que en el año 2015 ingresaron a Galápagos por la isla Baltra, se obtiene de la plataforma del Observatorio de Turismo, que el 31% de estos visitantes eligió embarcarse en un crucero navegable; en contraste al 69% que decidió elegir los centros poblados de la isla Santa Cruz para hospedarse.

Demanda a nivel de isla

Se toma en cuenta a los visitantes que su puerta de ingreso es por medio del Aeropuerto Seymour de la Isla Baltra, considerando así que de los 173.487 el 53% son mujeres y el 47% son masculinos.

Analizado el perfil demográfico del visitante que llega a la isla Santa Cruz, sus preferencias de consumo de la experiencia (a bordo/ hospedaje en tierra) y conociendo el gasto promedio por visitante; se menciona a continuación el detalle del perfil de visitantes de los cinco principales países rankeados como los emisores de visitantes a Galápagos; pero segmentando sólo aquellos que entraron por la isla Baltra.

El turista ecuatoriano es el que más se destaca con sus preferencias de un turismo desde los centros poblados; seguido los estadounidenses en segundo lugar, se resalta que los adultos mayores en un 55% por tanto muchas de las veces prefieren hacer turismo en las islas a través de un crucero navegable, al igual que los de Reino Unido; una preferencia de acomodación similar a la de los ecuatorianos, se evidencia en los alemanes al elegir el 77% de ellos alojamientos en tierra; y de manera equitativa los visitantes originarios de Canadá optan por partes iguales tanto hospedarse en tierra como a bordo de un crucero.

Tabla 6. Beneficiarios del proyecto C.I. Bellavista

Detalle beneficiarios/visitantes	
Cantón San Cruz	173.487 visitantes
Provincia Galápagos	224.755 visitantes

Elaborado por: Elena Quinchiguango

2.6. Identificación y caracterización de la población objetivo

La ejecución del proyecto consiste en mejorar la actividad turística de Bellavista mediante la implementación de un plan de Marketing para el Centro de Interpretación, por cuanto también es importante el desarrollo el cual permita describir detalladamente los elementos a requerirse para una correcta difusión y promoción del Centro en la prestación de sus servicios a la comunidad, al turismo nacional y extranjero, por ello se estudiara las estrategias para llegar a los futuros demandantes, permitiendo analizar las oportunidades y obstáculos esperados o inesperados.

Por cuanto a lo largo del proceso se buscara vincular la estrategia de marketing para inclusive integrar e incentivar la visita a los atractivos turísticos existentes en la zona de Bellavista, y los servicios adyacentes al sector turísticos.

La población objeto de estudio para este proyecto serán todos los visitantes nacionales y extranjeros que registran su ingreso a través del aeropuerto Seymour de la isla Baltra, suponiendo que todos llegaran o se conectaran con la isla Santa Cruz; y una vez en la cabecera cantonal de la isla, toman sus distintos itinerarios creando luego el vínculo en visitar el Centro de Interpretación Natural y Cultural de Bellavista.

Se ha tomado en consideración dicho segmento para estudio fundamentándose que los visitantes nacionales y extranjeros se convertirán y serán los principales consumidores del Centro de Interpretación Natural y Cultural, el cual tendrá el acceso gratuito con el objetivo de cumplir en informar, promocionar, difundir y crear una educación ambiental sobre el manejo de áreas protegidas y aquellas que se encuentran en sectores de zona privadas.- Por cuanto los visitantes se convertirán en los dinamizadores de la economía de Bellavista.

2.7. Cálculo del universo y de la muestra de investigación

Para determinar la cantidad de encuestas a ser aplicadas se utilizara el método del muestreo para la población de Bellavista y para el número de turistas que ingresan anualmente al cantón Santa Cruz.

Para establecer el tamaño de la muestra se utilizada la siguiente formular;

$$n = \frac{Z^2 * P * Q * N}{(e^2(N - 1) + Z^2 * P * Q)}$$

Donde;

Z = Nivel de confianza

P = Probabilidad a favor

Q = Probabilidad de fracaso

N = universo

e = Margen de error (máximo error permisible por unidad del 0.06).

n = Tamaño de la muestra

2.8. Cálculo para determinar el tamaño de muestra de los pobladores de la zona de estudio

Tabla 7.- Datos para cálculo de la muestra para la comunidad

Detalle		Equivalente
Nivel de confianza deseado (80%)	Z	1,28
Probabilidad	P	0,50
Probabilidad de fracaso	Q	0,50
Tamaño de población	N	2425
Error estimado	e	0,07

Elaborado por: Elena Quinchiguango

Fórmula de cálculo para el tamaño de la muestra

$$n = \frac{Z^2 * P * Q * N}{(e^2(N - 1) + Z^2 * P * Q)}$$

$$n = \frac{(1,28)^2 * (0,50) * (0,50) * (2425)}{(0,07)^2(2425 - 1) + (1,28)^2 * (0,50) * (0,50)}$$

$$n = \frac{(1,6384)(0,50)(0,50)(2425)}{(0,0049)(2424) + (1,6384)(0,50)(0,50)}$$

$$n = \frac{993,28}{(11,8776) + (0,4096)}$$

$$n = \frac{993,28}{(12,2872)}$$

$$n = 80,83859626$$

$$n = 81$$

Una vez desarrollado la fórmula de la muestra se determina el número de encuestas a realizar será de 81 en la parroquia de Bellavista para para analizar y conocer el interés de los habitantes y sector comercial adyacente a la Actividad turística de Bellavista, con la finalidad de conocer sobre el manejo y desarrollo en la actualidad.

2.9. Cálculo para determinar el tamaño de muestra de los visitantes

Para este cálculo se utilizó las estadísticas de arribos a la Provincia de Galápagos en especial al cantón Santa Cruz de visitantes que hacen su ingreso a través del aeropuerto Seymour de la Isla Baltra, información proporcionada a través del Observatorio de Turismo de Galápagos correspondiente al año 2017.

Tabla 8.- Datos para cálculo de la muestra de visitantes

Detalle		Equivalente
Nivel de confianza deseado (80%)	Z	1,28
Probabilidad	P	0,50
Probabilidad de fracaso	Q	0,50
Tamaño de población	N	187286
Error estimado	e	0,07

Elaborado por: Elena Quinchiguango

Fórmula de cálculo para el tamaño de la muestra de turistas/visitantes

$$n = \frac{Z^2 * P * Q * N}{(e^2(N - 1) + Z^2 * P * Q)}$$

$$n = \frac{(1,28)^2 * (0,50) * (0,50) * (187286)}{(0,07)^2(187286 - 1) + (1,28)^2 * (0,50) * (0,50)}$$

$$n = \frac{(1,6384)(0,50)(0,50)(187286)}{(0,0049)(187285) + (1,6384)(0,50)(0,50)}$$

$$n = \frac{76712,3456}{(917,6965) + (0,4096)}$$

$$n = \frac{76712,3456}{(918,1061)}$$

$$n = 83,5549$$

$$n = 83$$

2.10. Diseño de las encuestas

2.10.1. Encuestas para los pobladores

ENCUESTA A COMUNIDAD Y SECTOR COMERCIO ADYACENTE AL

TURISMO

Objetivo: En conjunto con la Universidad Internacional del Ecuador sede Santa Cruz y el Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial de Bellavista, tiene el agrado de invitarle a usted a responder la siguiente encuesta para analizar y conocer el mercado existente en cuanto a la Actividad turística de Bellavista, su promoción y difusión de información.

Género: M ☐ F ☐

- 1) ¿De acuerdo a su perspectiva considera usted que es importante cuidar los sitios de visita existentes en Bellavista?

Nada	☐	Poco	☐	Mucho	☐
------	--------------------------	------	--------------------------	-------	--------------------------

- 2) ¿Cómo considera que es el acceso a los sitios de visita en la Parroquia de Bellavista?

Malo	☐	Regular	☐	Bueno	☐
------	--------------------------	---------	--------------------------	-------	--------------------------

- 3) ¿Cómo considera usted la organización de los habitantes de la Parroquia de Bellavista para ofertar los sitios de visita?

Malo	☐	Regular	☐	Bueno	☐
------	--------------------------	---------	--------------------------	-------	--------------------------

- 4) ¿Cree usted que visitar los sitios de visita en Bellavista ayude a generar fuentes de trabajo para los habitantes del sector?

Si	☐	No	☐
----	--------------------------	----	--------------------------

- 5) ¿Cree usted, que es importante la implementación de una ruta turística para los sitios existentes en Bellavista?

Si	☐	No	☐
----	--------------------------	----	--------------------------

- 6) ¿Si se implementase una ruta turística, cree usted que es importante o necesario tener un espacio que brinde información en Bellavista (Centro de Interpretación en Bellavista) como primera estación para conocer las alternativas de turismo del sector rural?

Si	☐	No	☐
----	--------------------------	----	--------------------------

- 7) ¿Cree usted que ofertar los sitios de visita en Bellavista ayude a mejorar el turismo en la parroquia de Bellavista?

Si	☐	No	☐
----	--------------------------	----	--------------------------

- 8) ¿Cómo aportaría usted para que se incremente la visita a los lugares de visita en Bellavista?

Comunicando a familiares, amigos	☐
Paseos organizados establecimientos educativos	☐
Medios tecnológicos (redes sociales)	☐

2.10.2. Encuestas para los turistas / visitantes

ENCUESTA A TURISTAS NACIONALES Y EXTRANJEROS

Queremos construir un centro de interpretación en la parroquia de Bellavista para ofertar, difundir, promocionar y desarrollar una educación ambiental.

Queremos saber si los visitantes de Galápagos están interesados en visitar un nuevo atractivo. ¿Nos podría ayudar con una encuesta de 3 minutos por favor?

Toda la información tomada en esta encuesta es confidencial y anónima, cualquier inquietud puede interrumpir la encuesta en cualquier momento.

Género: M ☐ F ☐

Tipo de turista: Nacional ☐ Extranjero ☐

Edad:.....

1. Durante su estadía en las islas Galápagos se hospeda en:

Crucero a bordo	☐	Hotel en tierra	☐
-----------------	--------------------------	-----------------	--------------------------

2. ¿Cuáles son los motivos de su visita y estadía en Galápagos?

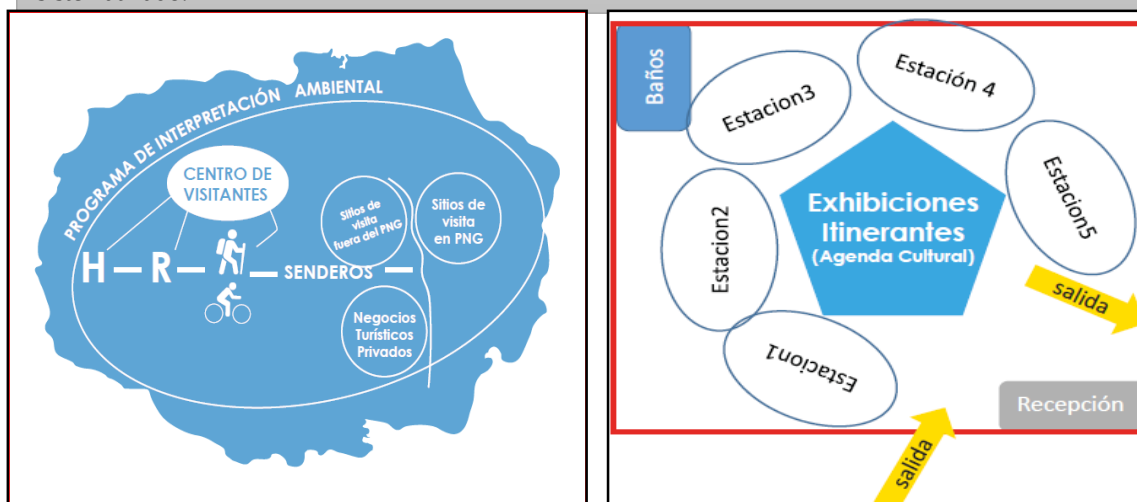
Descanso o placer	☐	Visita a familiares	☐
Diversión	☐	Otros	☐

El GAD parroquial de Bellavista, (zona rural) tiene el proyecto turístico de construir un centro de interpretación natural y cultural para difundir, promocionar y desarrollar la educación ambiental con ello explicar desde la descripción del arribo natural de especies a las islas Galápagos, las corrientes marinas y clima, arribo de la población humana desde el Ecuador continental a Bellavista, y Adaptación de la población humana a la conservación ambiental.

Debido al costo de mantenimiento que podría incurrir a lo largo del tiempo se piensa en construir un sitio con una baja tarifa simbólica para los visitantes.

Queremos saber si estaría interesado en una visita pagada a este nuevo centro de interpretación que contendrá un programa de interpretación ambiental, se muestra a continuación:

Oferta turística flexible y organizada que incluye Servicios turísticos, actividades turísticas y visitas a atractivos naturales dentro y junto al PNG, enlazados dentro de un programa de interpretación ambiental sistematizado.



Tomando en cuenta este grafico ¿Pagaría una tarifa por entrar a este circuito?

☐

Sí, me gustaría una visita pagada a este nuevo centro de interpretación

☐

No, no me gustaría una visita pagada a este nuevo centro de interpretación

.....

¿Estaría dispuesto a pagar un valor de \$4.00 por entrar a este nuevo centro de interpretación

Si

☐

No

☐

¿Cuál sería el valor máximo que estaría dispuesto a pagar por entrar a este circuito?

US\$.....

3. OBJETIVOS DEL PROYECTO

3.1. Objetivo General

Elaborar el Plan de marketing para el Centro de Interpretación Natural y Cultural de la cabecera parroquial de Bellavista, fundamentado en las variables del marketing mix para posicionarlo en el mercado.

3.2. Objetivos específicos

- Diagnosticar la situación actual de la parroquia de Bellavista.
- Identificar el mercado potencial para el Centro de Interpretación Natural y Cultural de Bellavista.
- Establecer la experiencia del mercado para consumir los productos y servicios que proveerá el Centro de Interpretación Natural y Cultural de Bellavista.
- Conocer la viabilidad financiera del Centro.
- Implementar y diseñar las estrategias de marketing para alcanzar el mercado meta determinado en base al análisis del mercado.

3.3. Indicadores de resultados

Luego de realizar el estudio de mercado¹⁰ en la parroquia de Bellavista inmersa para el desarrollo de este proyecto, se muestra que a través de la respectiva encuesta y opiniones de la creación y ejecución responsable de un Centro de Interpretación Natural y Cultural en Bellavista lograra satisfacer un nivel alto a visitantes que optan realiza turismo sin intervención de paquetes turísticos, debido a que regularmente ha existido con mayor

¹⁰ Salida de campo realizado en Parroquia de Bellavista, durante el 18 al 24 de junio de 2018.

precisión la falta de información, pésima difusión y promoción en cuanto al turismo del sector. (Panata, 2018)

Por medio del Centro de interpretación se consiguiera difundir el preservar, la conservación de las áreas protegidas y sus especies endémicas y nativas, mostrar al mundo el proceso de involucración a favor de la naturaleza como conciencia ambiental referentes a; 4R, energía alternativa, uso y consumo responsable del agua, recuperación y conservación del paisaje natural de la isla, por medio del programa de interpretación ambiental.

También busca garantizar mayor cobertura en difusión de información a los turistas o visitantes internacionales, nacionales y/o locales que realizan turismo sin intervención de agencias o tours de viajes.

Para obtener los indicadores correspondientes se encuestó a 81 personas trayendo consigo a un breve diálogo y apertura a la recepción de opiniones de la comunidad local que presta sus servicios y bienes en la zona con respecto al proyecto a ejecutarse.

A continuación se muestra los siguientes resultados con su detalle correspondiente:

ENCUESTAS TABULADAS DE LA OPINION DE LA COMUNIDAD

Datos generales

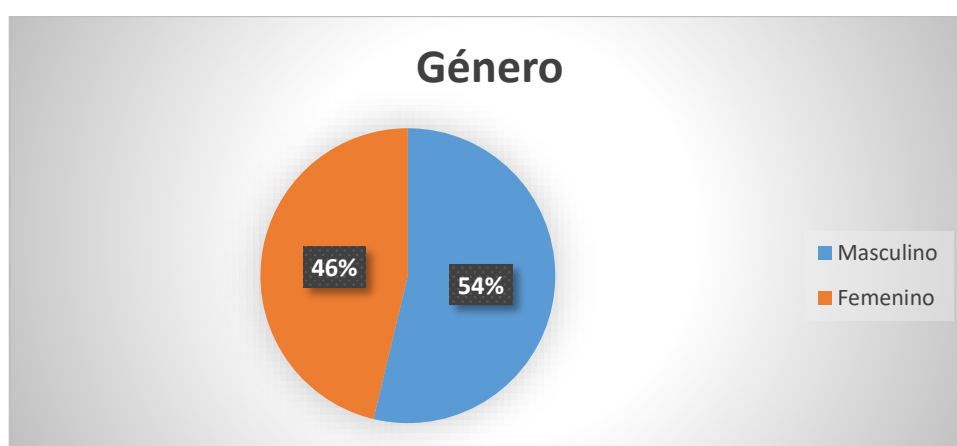
Genero:

Tabla 9.- Tabulación de datos generales, Género

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Masculino	44	54%
Femenino	37	46%
TOTAL	81	100%

Elaborado por: Elena Quinchiguango

Gráfico 7.- Representación gráfica de datos generales, Genero



Elaborado por: Elena Quinchiguango

Análisis e interpretación

Del total de 81 personas encuestas de la Parroquia de Bellavista 44 personas son del género masculino los cuales equivale al 54% y 37 personas son del género femenino equivalentes al 46% de la muestra objetivo.

Por tanto basados en la realidad del territorio la población económicamente activa tiene mayor relevancia con el género masculino los mismos que forman parte para una reactivación económica del sector.

1) ¿De acuerdo a su perspectiva considera usted que es importante cuidar los sitios de visita existentes en Bellavista?

Tabla 10.- Tabulación de resultados Pregunta 1

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Nada	3	4%
Poco	6	7%
Mucho	72	89%
TOTAL	81	100%

Elaborado por: Elena Quinchiguango

Gráfico 8.- Representación gráfica Pregunta 1



Elaborado por: Elena Quinchiguango

Análisis e interpretación

En base al estudio de mercado realizado es notorio que el 89% de los encuestados se radica en la mente que es de mucha importancia el preservar y cuidar los sitios turísticos de Bellavista, no obstante un 7% creen que como no son ellos los dueños no es obligación cuidarlos por tanto creen que los propietarios son los únicos beneficiarios del lugar y ellos deberían realizar su cuidado respectivo y por ultimo un 4% menciona no ser parte interviniente.

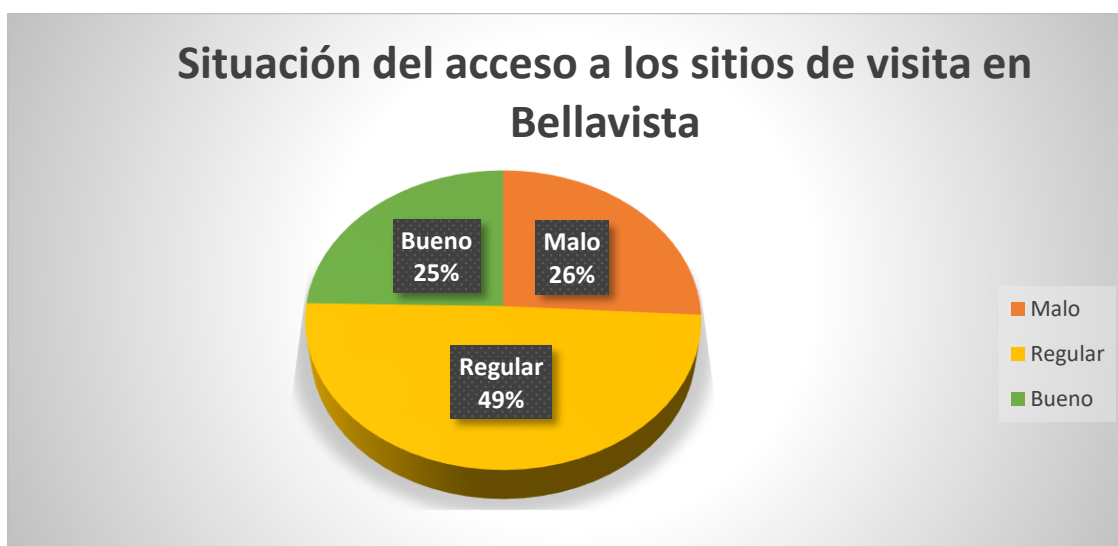
2) ¿Cómo considera que es el acceso a los sitios de visita en la Parroquia de Bellavista?

Tabla 11.- Tabulación de resultados Pregunta 2

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Malo	21	26%
Regular	40	49%
Bueno	20	25%
TOTAL	81	100%

Elaborado por: Elena Quinchiguango

Gráfico 9.- Representación gráfica Pregunta 2



Elaborado por: Elena Quinchiguango

Análisis e interpretación

De acuerdo al estudio de mercado, se observa que el 49% consideran que el acceso a los sitios de visita se encuentran en estado regular, un 26% opina que es malo por falta de información y señalética respectiva ya que muchos de los turistas y visitantes lo que hacen es preguntar en tiendas más cercanas para solicitar información, así poder acceder a los sitios de turismo en Bellavista, no obstante un 25% menciona que su acceso es bueno al momento por el tema de que existe pavimentado en las rutas. – Por tanto podemos darnos

cuenta que el acceso a los sitios no están en óptimas condiciones, sin embargo, esto no quiere decir que no sea posible llegar a cada uno de estos lugares.

3) ¿Cómo considera usted la organización de los habitantes de la Parroquia de Bellavista para ofertar los sitios de visita?

Tabla 12. Tabulación de resultados Pregunta 3

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Malo	17	21%
Regular	35	43%
Bueno	29	36%
TOTAL	81	100%

Elaborado por: Elena Quinchiguango

Gráfico 10.- Representación gráfica Pregunta 3



Elaborado por: Elena Quinchiguango

Análisis e interpretación

Después de haber realizado las encuestas se puede observar que el 43% corresponde a una organización regular de la comunidad, un 36% responde que es bueno y mientras tanto un 21% lo considera como malo debido a que es imposible llegar a acuerdos mutuos porque cada quien busca acaparar para su lado y ver un beneficio único olvidando que el beneficio debe ser en general para la comunidad y para las futuras generaciones del sector.

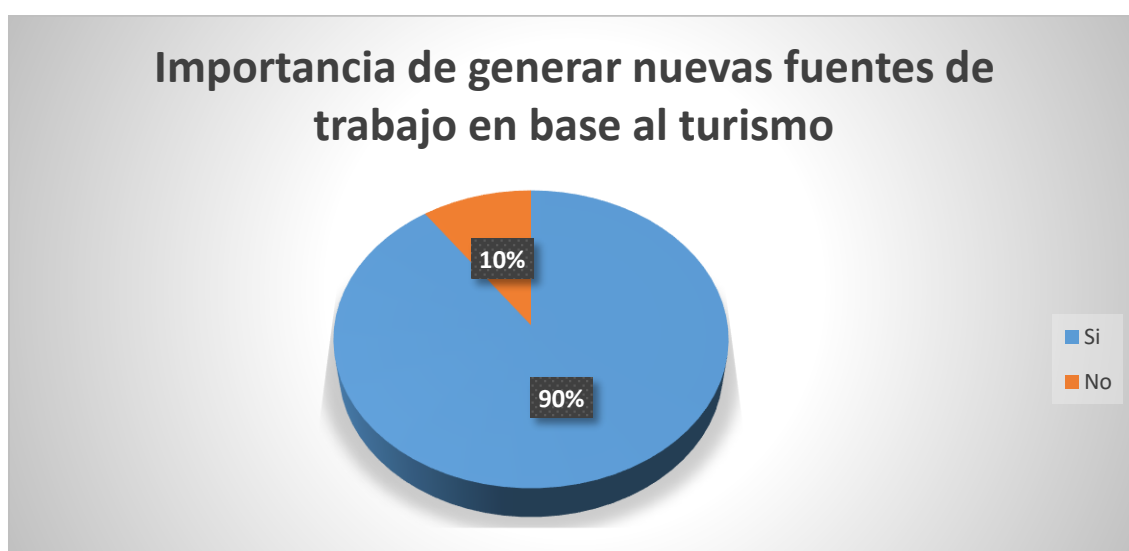
4) ¿Cree usted que visitar los lugares turísticos en Bellavista ayude a generar fuentes de trabajo para los habitantes del sector?

Tabla 13.- Tabulación de resultados Pregunta 4

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Si	73	90%
No	8	10%
TOTAL	81	100%

Elaborado por: Elena Quinchiguango

Gráfico 11.- Representación gráfica Pregunta 4



Elaborado por: Elena Quinchiguango

Análisis e interpretación

Del 100% de los encuestados, el 91% responde que visitar los sitios turístico en Bellavista obviamente va a generar fuentes de trabajos por las mejoras y futuros emprendimientos que se puedan dar a lo largo del desarrollo del turismo en el sector, mientras tanto el 9% se acoge que no trae ventaja pocas personas han elegido que visitar estos lugares no generaría trabajo pese a que se convertirán en beneficiarios directos e indirectos.

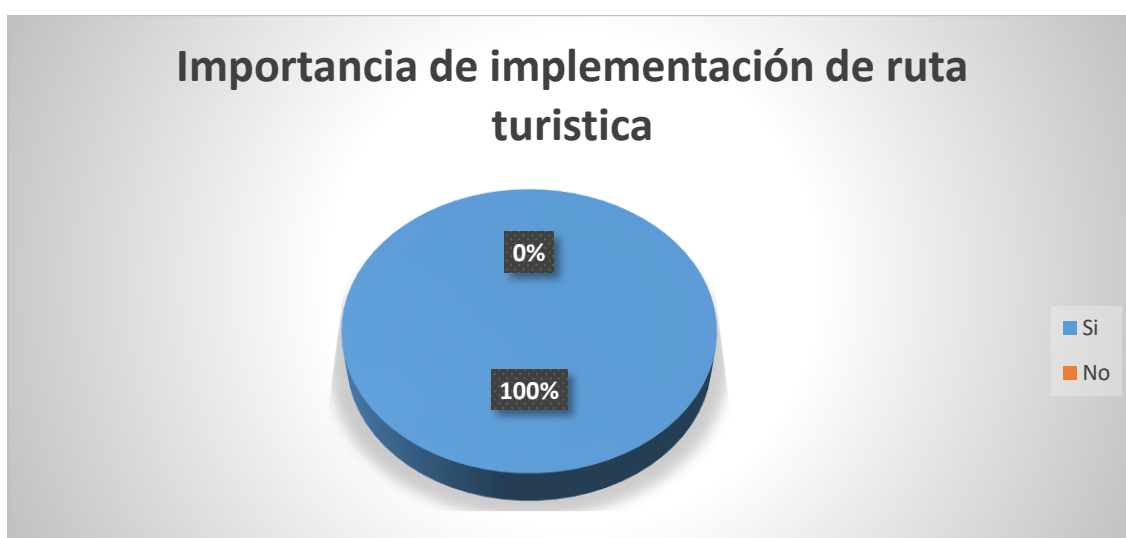
5) ¿Cree usted, que es importante la implementación de una ruta turística para los sitios existentes en Bellavista?

Tabla 14.- Tabulación de resultados Pregunta 5

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Si	81	100%
No	0	0%
TOTAL	81	100%

Elaborado por: Elena Quinchiguango

Gráfico 12.- Representación gráfica Pregunta 5



Elaborado por: Elena Quinchiguango

Análisis e interpretación

Según la encuesta realizada el 100% de los encuestados responden que la creación de una ruta turística ayudaría a mejorar o facilitar la ubicación de cada uno de los sitios turísticos en Bellavista, porque el desconocimiento ha impedido buscar estrategias para incrementar el turismo y crear un turismo organizado que beneficio al sector anfitrión, no obstante de acuerdo a la opinión también se desemboca que los Gobiernos correspondientes deben

poner interés en desarrollar planes y estrategias para facilitar su promoción porque ha existido mucho descuido en el tema.

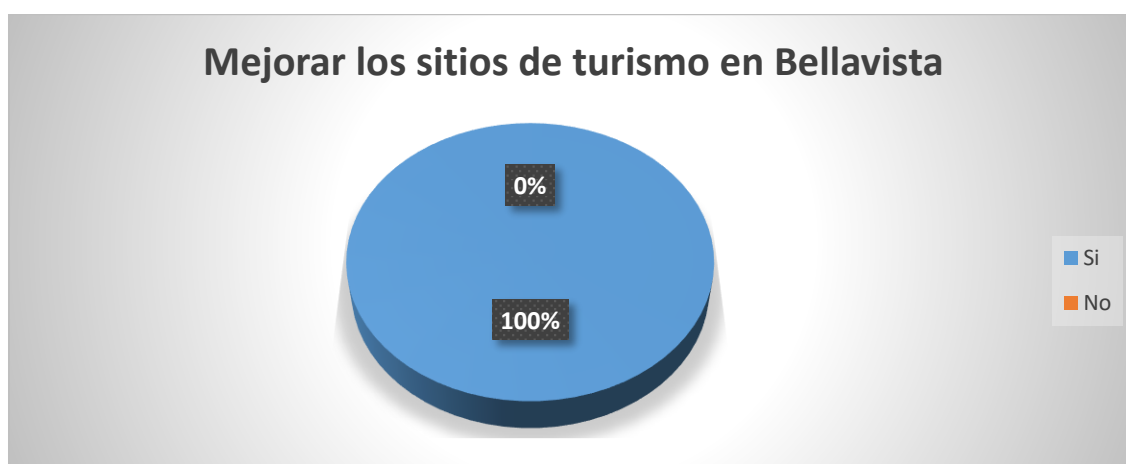
6) ¿Si se implementase una ruta turística, cree usted que es importante o necesario tener un espacio que brinde información en Bellavista (Centro de Interpretación en Bellavista) como primera estación para conocer las alternativas de turismo del sector rural?

Tabla 15.- Tabulación de resultados Pregunta 6

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Si	81	100%
No	0	0%
TOTAL	81	100%

Elaborado por: Elena Quinchiguango

Gráfico 13.- Representación gráfica Pregunta 6



Elaborado por: Elena Quinchiguango

Análisis e interpretación

El 100% de los encuestados responde a la importancia de tener una estación que brinde información en Bellavista, la cual permitirá el desarrollo de la ruta turística con el fin de difundir información relevante del sector y promocionar las riquezas del lugar, atrayendo mayor números de visitas y aumentando la economía de la parroquia en conjunto de la mano con el aporte de propia comunidad y el GAD parroquial de Bellavista.

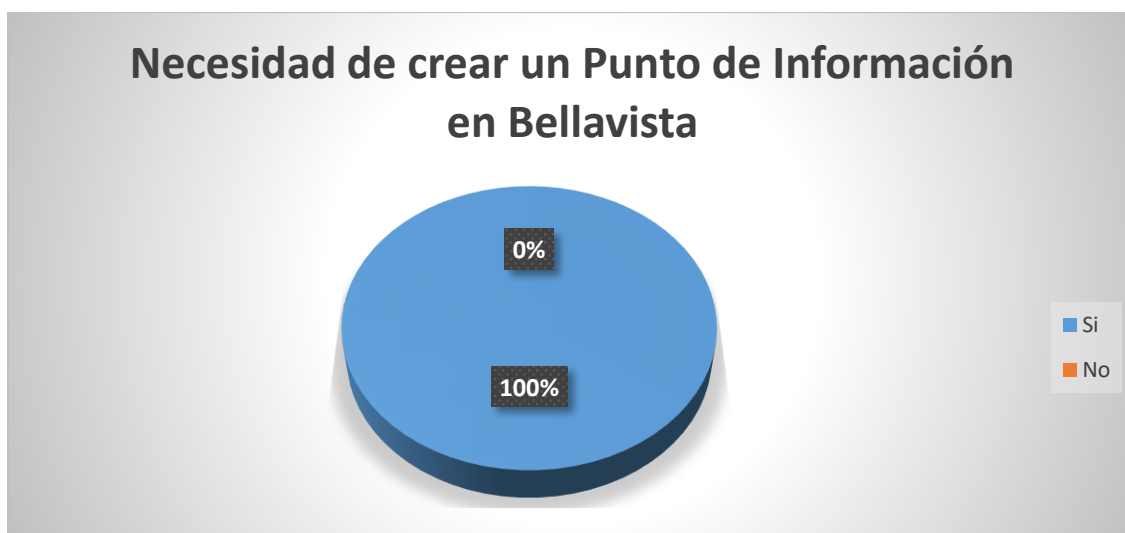
7) ¿Cree usted que ofertar los sitios de visita en Bellavista ayude a mejorar el turismo en la parroquia de Bellavista?

Tabla 16.- Tabulación de resultados Pregunta 7

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Si	81	100%
No	0	0%
TOTAL	81	100%

Elaborado por: Elena Quinchiguango

Gráfico 14.- Representación gráfica Pregunta 7



Elaborado por: Elena Quinchiguango

Análisis e interpretación

Según la encuesta realizada el 100% de los encuestados responden con positivismo ya que al decir si, están diciendo que ofertar los sitios turísticos ayuda a mejorar el turismo, tanto se reconoce en la actualidad el turismo como uno de los factores más importantes que existe, por ello los dueños de los establecimientos adyacentes al turismo piensan que esto traerá al futuro el mejoramiento del sector, y es así que se puede dar paso a que se establezcan rutas para visitar estos lugares.

8) ¿Cómo aportaría usted para que se incremente la visita a los lugares de visita en Bellavista?

Tabla 17.- Tabulación de resultados Pregunta 8

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Comunicando a familiares amigos	18	22%
Paseos organizados	21	26%
Medios tecnológicos (redes sociales)	42	52%
TOTAL	81	100%

Elaborado por: Elena Quinchiguango

Gráfico 15.- Representación gráfica Pregunta 8



Elaborado por: Elena Quinchiguango

Análisis e interpretación

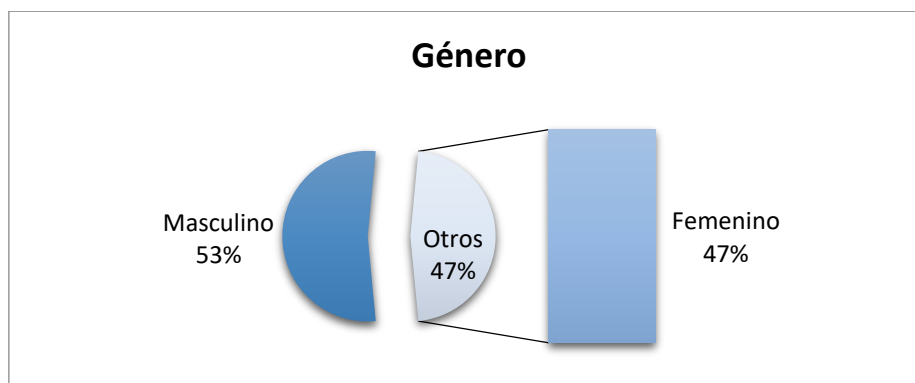
En base a lo encuestado el 52% escogieron que su aporte por la parroquia con la finalidad de ver mejoras utilizaran redes sociales, ya que estos son los recursos más utilizados en la actualidad y por el mismo avance tecnológico existente, un 26% establece que su aporte sería por medio de paseos organizados y un 22% escogieron realizar la difusión, comunicando a familiares y amigos para incentivar la visita.

ENCUESTAS TABULADAS ESTUDIO DE MERCADO A TURISTAS

Datos generales

➤ **Genero**

Gráfico 16.- Tabulación representativa de genero encuestado



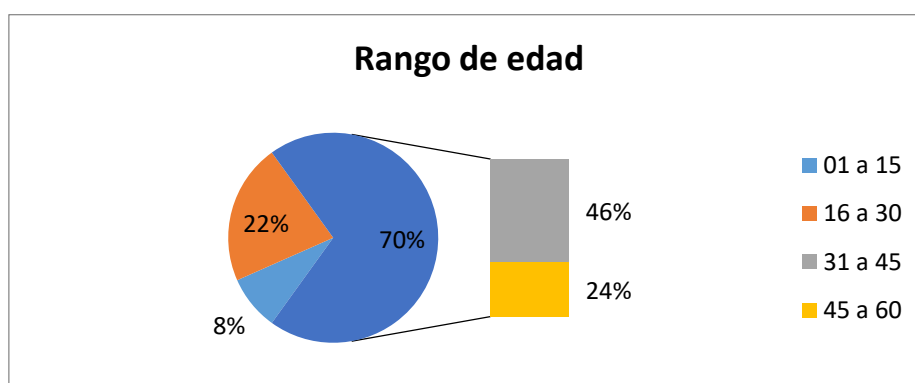
Elaborado por: Elena Quinchiguango

Análisis e interpretación

De los 83 turistas encuestados un 53% son del género masculino (44 hombres) y el 47% pertenecen al género femenino (39 mujeres), donde se evidencia que los hombres son quienes realizan sus viajes en mayor escala que las mujeres.

➤ **Rango de edad**

Gráfico 17.- Tabulación representativa de rango de edad de los encuestados



Elaborado por: Elena Quinchiguango

Análisis e interpretación

Del total de encuestado un 8% corresponde al rango de edad de 1 a 15 años, el 22% son aquellos de la edad de 16 a 30 años, el 58% es el rango de edad de 31 a 45 años y como

último un 46% representa a la edad de 45 a 60 años que realizan visitas turísticas a la isla Santa Cruz.

Por medio de esta encuestas y la tabulación respectiva podemos determinar que el rango con mayor frecuencia visitan las islas son aquellos que se encuentran entra la edad de los 31 a 45 años.

➤ Tipo de visitantes en la isla Santa Cruz

Gráfico 18.-Tabulación representativa denominación de visitantes



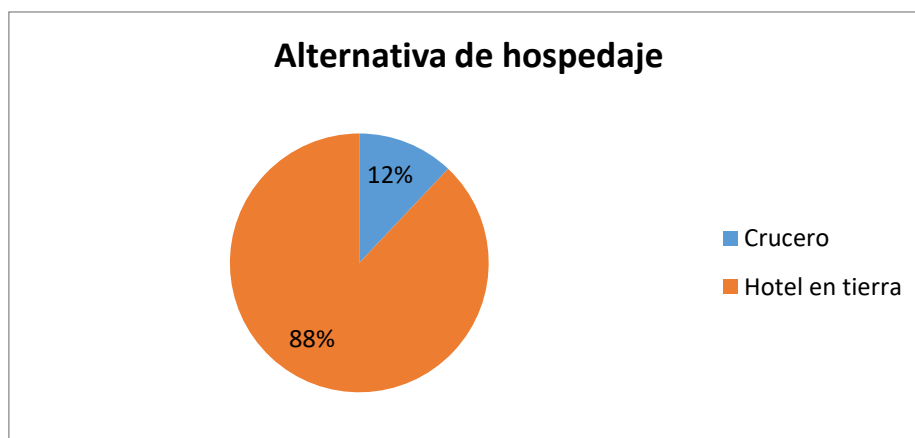
Elaborado por: Elena Quinchiguango

Análisis e interpretación

Del número total de encuestados un 76% son nacionales (63 personas) y el 24% son extranjeros (20 personas), por cuanto podemos determinar que mayor comunicación se tiene con los turistas nacionales que con los extranjeros, esto debido a que la mayor parte de turistas extranjeros se encuentran con sus guías especializados y se dificulta acceder a realizar con facilidad una encuestas ya que ellos tiene su tiempo completamente programado para cada actividad.

5. Durante su estadía en las islas Galápagos se hospeda en:

Gráfico 19.-Tabulación representativa de alternativa de hospedaje



Elaborado por: Elena Quinchiguango

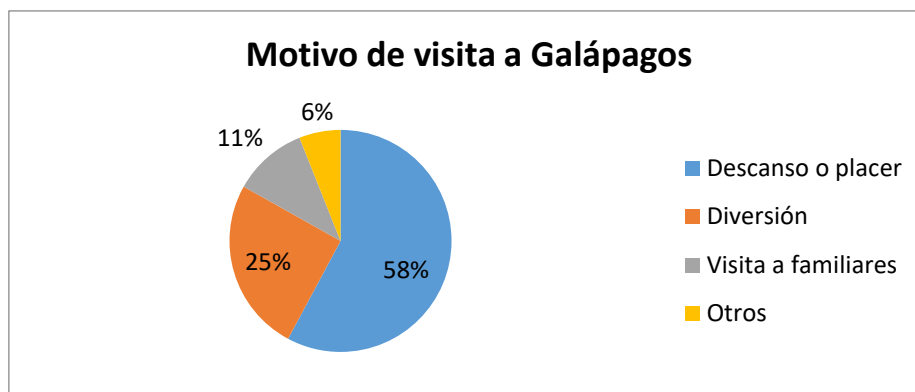
Análisis e interpretación:

De acuerdo al análisis realizado en base a la encuesta podemos evidenciar que unas 73 personas mencionaron que su estadía en la isla lo realizan en hospedajes en tierra lo que representa un 88% y 10 personas respondieron que eligen cruceros lo que significa un 12% de los encuestados.

En la cual se evidencia que el 88% de los turistas que visitan la Isla prefieren elegir su alojamiento en hospedajes en tierra.- De tal forma se ratifica la oferta estaría alojada en centros de alojamiento de la isla Santa Cruz.

2. ¿Cuáles son los motivos de su visita y estadía en Galápagos?

Gráfico 20.-Tabulación representativa motivo de visita a Galápagos



Elaborado por: Elena Quinchiguango

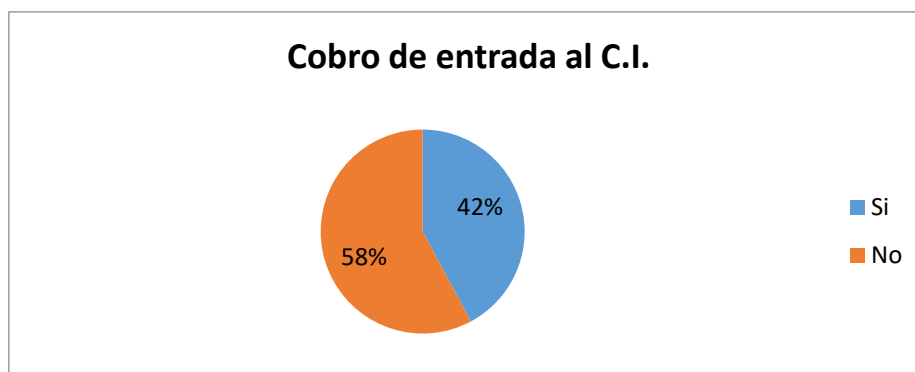
Análisis e interpretación:

Según los encuestados 48 personas lo realizan por descanso y/o placer al momento de elegir viajar a Galápagos lo que representa un 58%, no obstante 21 personas prefiere viajar por diversión lo cual significa un 25%, un 11% lo hacen por visitas a familiares de los cuales respondieron 9 personas y un 6% por otros motivos como por trabajo.

Por cuanto en base a la encuesta podemos evidenciar que el perfil de los turistas es por diversión y placer, por tanto es un segmento el cual se debería aprovechar para que el proyecto a ejecutarse llene sus expectativas en su vista.

3. ¿Pagaría una tarifa por entrar al centro de Interpretación?

Gráfico 21.-Tabulación representativa tarifa de ingreso al C.I.



Elaborado por: Elena Quinchiguango

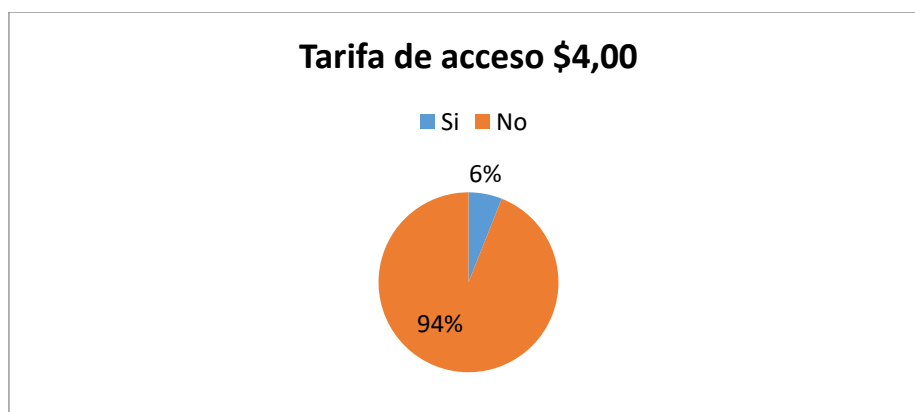
Análisis e interpretación:

De los 83 turistas encuestados responden 35 personas que si pagarían por entrar a un centro de interpretación siempre y cuando se les ofrezca calidad, que lo que se exponga debe de llegar a los visitantes y hacerles entender la realidad cultural y/o patrimonial del lugar por el que están pasando, y no hacerles ver simples imágenes u objetos para admirar esto tiene su representación porcentual del 42% de aceptación en pagar un valor por el ingreso.

No obstante, 48 personas responden que no pagarían porque lo que se expone mediante la explicación de la gráfica de la encuesta no supera su expectativas para que genere costo alguno en cancelar por su ingreso, adicional dan sus razones de no pagar un valor más por su ingreso porque asumen que cuando ingresaron a la isla en el aeropuerto realizaron el pago por ingreso al parque nacional y eso ya es suficiente como aporte, por tanto un 58% ratifica que debería ser un acceso gratis al centro de interpretación nuevo que se quiere realizar en la zona así como los otros centros que existen en la Provincia de Galápagos.

4. ¿Estaría dispuesto a pagar un valor de \$4,00 por entrar a este nuevo centro de interpretación?

Gráfico 22.-Tabulación representativa de tarifa fija para el ingreso al C.I.



Elaborado por: Elena Quinchiguango

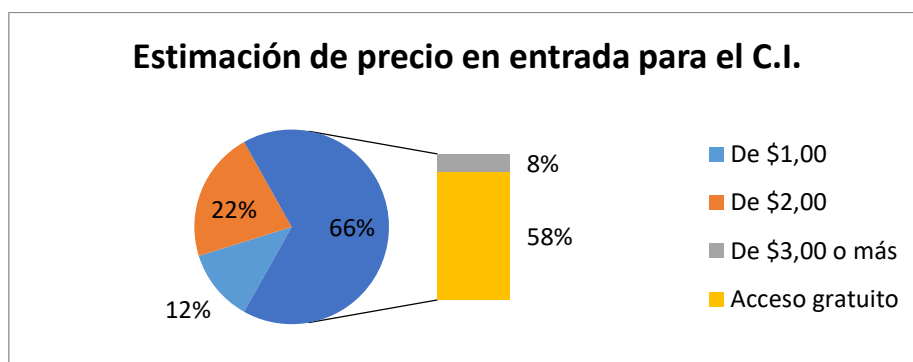
Análisis e interpretación:

El precio establecido de acuerdo a esta pregunta se desencadena por la suma de la inversión total de la infraestructura y sus gastos administrativos que se generarían en su próxima ejecución dividido para el número de visitantes.

Por cuanto se estableció un precio referencial para conocer la perspectiva de los visitantes donde el 94% de los encuestados ratifican no estar de acuerdo con el precio de los \$4,00 dólares por el acceso al centro.

5. ¿Cuál sería el valor máximo que estaría dispuesto a pagar por entrar a este circuito?

Gráfico 23.- Tabulación representativa de precio estimado que cancelarían por ingresar al C.I.



Elaborado por: Elena Quinchiguango

Análisis e interpretación:

Del 100% de los encuestados mencionan que, pagarían un \$1,00 por su acceso el cual representa el 12%, estarían dispuesto a pagar \$2,00 el 22% de los encuestados, estarían en su alcance a pagar \$3,00 un 8%, mientras que un 58% menciona que el acceso a este nuevo centro de interpretación debe ser de acceso gratuito como los demás centros existentes en la localidad.

Por cuanto de desencadena que el acceso a este centro de interpretación debe ser considerado como acceso gratuito para su respectiva acogida de los demandantes.

3.3.1. Perfil del visitante

Según los resultados obtenidos en la investigación de campo el perfil del consumidor estaría definido de la siguiente manera:

- Edad: Entre 31 a 45 años
- Procedencia: Nacionales, especialmente de la Región Sierra y extranjeros.
- Motivación: Diversión y descanso placer en su estadía en las islas Galápagos.

3.4. Matriz de marco lógico

Resumen narrativo de objetivos	Indicadores verificables Objetivamente	Medios de verificación	Supuestos
FIN: Elaborar el Plan de marketing para el Centro de Interpretación Natural y Cultural de la cabecera parroquial de Bellavista.	Cumplimiento de los objetivos generales y específicos mencionados.	Informe final del proyecto, mismo que indicara las actividades realizadas durante el proceso de la elaboración.	Desinterés del proyecto a fin en la consideración de las estrategias del marketing mix.
PROPOSITO: Contribuir en la promoción, difusión y mejoramiento de la actividad dedicada al turismo en la parroquia de Bellavista.	Tasa de crecimiento de visita a los sitios turísticos de Bellavista al 2019.	Índice de competitividad Turística de la zona rural versus zona urbana	Ampliar las necesidades y tendencias del mercado en cuanto al servicio en los sitios de visita en Bellavista.
COMPONENTES: 1. Diagnosticar la situación actual de la parroquia de Bellavista.	Porcentaje de información obtenida por la entidad, y utilizada para el análisis del proyecto.	Encuestas	Plan de marketing irrealizable
2. Identificar el mercado potencial para el Centro de Interpretación Natural y Cultural de Bellavista.	Informe anuales del arribo de turistas nacionales y extranjeros.	Informe de avance del proyecto	Aceptación nula al nuevo centro de Interpretación y falta de interés de los visitantes.
3. Establecer la experiencia del mercado para consumir los productos y servicios que proveerá el Centro de Interpretación Natural y Cultural de Bellavista.	Informe sistematizado del registro de visitantes y su nivel de interés recibido por el Centro.	Informe de avance del proyecto en ejecución.	No lograr en alcanzar satisfacer cada una de las necesidades del cliente.
4. Conocer la viabilidad financiera del Centro.	Porcentaje de viabilidad económica de la ejecución del proyecto.	Análisis económico e informe de avance del proyecto	Proyecto no viable.

5. Implementar y diseñar las estrategias de marketing para alcanzar el mercado meta determinado en base al análisis del mercado.	Análisis FODA del nuevo Centro de Interpretación en Bellavista	Informe de avance del proyecto en ejecución.	Proyecto rechazable por falta de recursos de financiamiento.
ACTIVIDADES: > Objetivo 1 1. Estar al tanto sobre el proyecto en intervención; antecedentes, razón de estudio, y ubicación del mismo.	Numero de aspecto descritos acerca del proyecto	Informe de avance del proyecto en ejecución.	Recolección de información incompleta
2. Planificar reuniones con los actores beneficiarios del proyecto.	Numero de reuniones asistidas.	Recolección de información, estudio de mercado, apoyo de la entidad a ser beneficiada.	Intercambio de ideas para correcciones del proyecto borrador.
ACTIVIDAD: > Objetivo 2 2. Estudiar los entornos social, económico, demográfico, tecnológico, para conocer el comportamiento de la oferta y demanda.	Número de componentes identificados y analizados	Informe de avance del proyecto en ejecución.	La problemática de la comunidad es en requerir mayor inversión.
ACTIVIDADES: > Objetivo 3 1.- Realizar el estudio de mercado a la comunidad que presta los servicios y bienes.	Formato de encuestas y numero de encuestas realizadas	Encuestas tabuladas de la comunidad	Falta de interés de la comunidad
2.- Realizar el estudio de mercado a los visitantes para conocer el perfil del futuro consumidor del Centro.	Formato de encuestas y numero de encuestas realizadas	Encuestas tabuladas de los visitantes	Falta de interés de los turistas por un pobre presentación museológica.
ACTIVIDADES: > Objetivo 4 1. Analizar los factores internos y externos (FODA)	Numero de aspectos identificados del proyecto	Informe de avance del proyecto en ejecución.	Los aspectos considerados en el apartado.

2. Elaboración del presupuesto a requerir para la ejecución del plan de marketing	Detalle de recursos a ser utilizado	Formato de presupuesto referencial para plan de marketing.	Utilización de información real para el análisis del costo.
ACTIVIDAD: > Objetivo 5 1.- Organizar a la comunidad para la difusión y promoción de los sitios de visita en Bellavista.	Acta de compromiso para su respectiva difusión.	Registro de asistencia los invitados a la socialización.	Establecer reglas de conservación y cuidado del sitio.
2. Elaborar señalética dentro y fuera del Centro para fácil acceso a los lugares.	Numero de señaléticas	Proformas y Facturas	Transferencia de Recursos a tiempo
3. Diseño y elaboración de logotipos	Numero de diseños	Proformas y Facturas	Transferencia de Recursos a tiempo
4. Contratación de una coordinadora de publicidad e imagen	Documento de proceso de contratación	Proformas y Facturas	Transferencia de Recursos a tiempo
5. Implementar estrategias	Numero de estrategias consideradas para el proyecto	Proformas y Facturas	Transferencia de Recursos a tiempo

4. JUSTIFICACION

El acelerado crecimiento de la parroquia de Bellavista en los últimos tiempos ha generado grandes retos para la visión de planificación por parte de los niveles de decisión política, por cuanto el proyecto turismo de Bellavista está ligado al proyecto de la Regeneración del parque central turístico y recreativo de Bellavista, el cual se ha trabajado con técnicos en la rama.

Esta idea nace luego de la socialización realizada con la población en una Asamblea ciudadana del año 2016, donde los técnicos especializados explicaron la necesidad de construir el Centro de Interpretación con la finalidad de fortalecer el crecimiento turístico, el cual se convertiría en el punto de partida de los planes desarrollados por los técnicos del GADPR de Bellavista para el fomento del turismo rural, por lo que con la construcción del Centro de Interpretación también se plantea constituir al parque como un sitio de visita permanente de los turista que llegan a la isla, con lo cual se pretende activar la economía de la Parroquia en su conjunto.

El turismo interno que se realiza en Bellavista es un aspecto importante en la economía de la parroquia, lo que ha motivado el incremento de restaurantes y otros servicios que en su gran mayoría son clientes locales, nacionales y extranjeros.

Toda esta afluencia de visitantes, un gran porcentaje hacen uso de la infraestructura existente en el parque Central, por lo el Gad parroquial viendo estas necesidades busco la

manera de mejorar e incrementar la infraestructura y equipamiento para dar opciones de actividades para las diferentes edades de los usuarios del parque.

Por ello, al mismo tiempo se busca la forma de dinamizar la visita de los sitios turísticos ubicados en Bellavista, por tal razón, se ejecutara la creación de un plan de marketing para el proyecto de turismo del Centro de Interpretación Cultural y Natural de Bellavista para promover el turismo local y hacia los nuevos emprendedores puedan comenzar la mejora continua de sus sitios de visitas, con el cual puedan obtener rentabilidad en sus negocios y surjan nuevas fuentes de empleos para los habitantes permanentes del contorno.

El diseño de un plan de marketing para este proyecto turístico del Centro de Interpretación Cultural y Natural de Bellavista ofrecerá para mejorar la situación actual, proporcionando mejorar la promoción y difusión del recurso existente hacia los visitantes y permitiendo un mayor control de sus procedimientos en cuanto a la hospitalidad y atención al visitante. Este plan de marketing permitirá ser a futuro un ejemplo claro para próximos proyecto que buscan fomentar el desarrollo turismo y social de una comunidad como Bellavista.

5. MARCO REFERENCIAL

5.1. Marco teórico

Se realiza investigaciones de conceptos, opiniones y comentarios de autores Philip Kotler *"el marketing es un proceso social y administrativo mediante el cual grupos e individuos obtienen lo que necesitan y desean a través de generar, ofrecer e intercambiar productos de valor con sus semejantes"*

Pero según William Stanton: *"Se considera marketing al conjunto de técnicas utilizadas para la comercialización y distribución de un producto entre los diferentes consumidores"*.

Son estos conceptos que nos permite aplicar a esta sección como referencial para el estudio enmarcada a la realidad de la investigación de este proyecto.

5.2. Marco conceptual

Por medio de las investigaciones realizadas para el desarrollo de este proyecto de titulación han concedido puntualizar los conceptos básicos para sostener este plan de marketing que será implementado en el Centro de Interpretación Natural y Cultural de Bellavista.

Por ende como habitantes y residentes de la Provincia de Galápagos en primordial reconocer el lugar y la Ley Especial que rige en nuestro territorio antes de ejecutar cualquier proyecto, más aun cuando el proyecto se lo rige para el desarrollo social de una población con la única finalidad de reactivación económica.

Centro de interpretación: Es un lugar donde se realiza exhibición con una mezcla de tipo museográfico, lo cual brinda intelectualidad y emocionalmente permite al turista se sienta orgulloso de encontrarse con un patrimonio cultural o natural que brinda interés de cuidado y conservación.

Plan: Es un documento plasmado de forma detallada de lo que se desea realizar con el fin de sacar adelante un emprendimiento, donde se describe cómo se va operar y los puntos importantes de su desarrollo durante un periodo determinado.

Turismo: Hace referencia a la actividad recreativa que consiste en viajar o recorrer un lugar o país por sentir placer.

Ley Orgánica del Régimen Especial de Galápagos: Es una Ley existente únicamente dentro de la provincia de Galápagos que rige control para la conservación y desarrollo

sustentable con respecto a asentamientos humanos y sus actividades, ya sea con la única finalidad de cuidar hasta la Reserva Marina de Galápagos

Parque Nacional Galápagos: Es un Parque Fundado en 1959, abarca el área terrestre de las Islas Galápagos y la reserva marina, las cuales son administradas Por la Dirección del Parque Nacional Galápagos, según la LOREG.

Ruta: Es un camino determinado que se debe utilizar al momento de utilizar el circuito de visitas al Centro de Interpretación.

Descentralización: Es el traspaso de competencias y servicios de la Administración central a corporaciones locales o regionales, en el que se debe por medio de la descentralización ejecutar los procesos y tramites de forma agilizada.

6. METODOLOGIA

6.1. Tipo de estudio

El tipo de estudio utilizado en esta investigación para el Centro de Interpretación Natural y cultural de Bellavista es explicativo.

En este apartado del desarrollo del proyecto se optó por tomar las opiniones explicativas de los malestares que aquejan al lugar y por qué razones Bellavista aún no ha podido tener una reactivación económica estable.

6.2. Metodología de la investigación

La metodología de investigación utilizada en este apartado del desarrollo del proyecto es de observación, se analizaron cada uno de los factores internos y externos con la finalidad de deliberar conclusiones arraigadas a la realidad de la zona rural de Bellavista.

6.3. Técnicas de recolección de datos

La técnica de recolección de información fue por medio de las encuestas a la comunidad y luego a turistas nacionales e internacionales que visitan Bellavista durante sus estadías en la isla Santa Cruz.

7. VIABILIDAD Y PLAN DE SOSTENIBILIDAD

7.1. Viabilidad técnica

El aspecto primordial del Centro de Interpretación en Bellavista, se lo determino por medio de un estudio de mercado realizado con anticipación para conocer si lo que se va a plasmar en documentos sustenta una viabilidad con beneficio social. Esta instauración permite la activación de economía en la zona rural, involucra a los beneficiarios directos, indirectos y adyacentes al turismo, por tanto sustenta la viabilidad de este proyecto a ejecutar.

Se analiza los rubros y la estrategia a implementar con el cual permitirá el desarrollo estable del mismo dentro de la zona anfitriona.

Por tanto para poner en marcha el Centro en Bellavista debe contar con instalación, mobiliarios, equipos tecnológicos, y personal.

Instalación-Infraestructura: Contara con un área de $140 m^2$, donde se incorporara un área de bodega para el tema de Archivo, sala principal de exhibición de las 5 estaciones, baños de mujeres y de hombres dentro de la infraestructura.

Mobiliarios: Para brindar una cómoda y cordial atención al público se deberá contar con lo siguiente;

- ✓ 1 Archivador vertical de cedrela
- ✓ 1 Silla giratoria con brazo modelo profesional
- ✓ 1 Escritorio de cedrela en l con dos soportes de apoyo

- ✓ Aire acondicionado 36000 btu.

Equipos tecnológicos:

- ✓ 1 Teléfono inalámbrico marca Panasonic
- ✓ U.P.S
- ✓ Laptop marca DELL COREi3
- ✓ Impresora Epson L4150 a color de tinta continúa.
- ✓ 1 Mouse inalámbrico Genius

Personal requerido: Por ser un proyecto inicial se comenzara con 1 persona para brindar atención al público, laborara las 8 horas diarias de lunes a domingo en el horario de 07h00 am ha 12h00 y de las 14h00 a 17h00.

7.2. Especificaciones técnicas**a) Estudio y diseños**

La delimitación del área de estudio hace referencia al primer acercamiento desarrollado en torno a la regeneración del parque central turístico y recreativo de Bellavista, la delimitación del área va en concordancia con la subutilización de espacios los cuales requieren de un mejoramiento a cada una de las áreas.

Para la delimitación geográfica se considera los siguientes parámetros: Concentración de actividades de esparcimiento, Concentración de atractivos turísticos cercanos, y Características políticas y geográficas del área.

b) Detalle de los planos del Centro de Interpretación natural y cultural de Bellavista.

Dentro de este proyecto de infraestructura se demuestra las dimensiones que serán utilizadas en la construcción del centro de interpretación para una de las áreas con las que contara el mismo.

c) Rubro de materiales a utilizarse en la construcción de la infraestructura

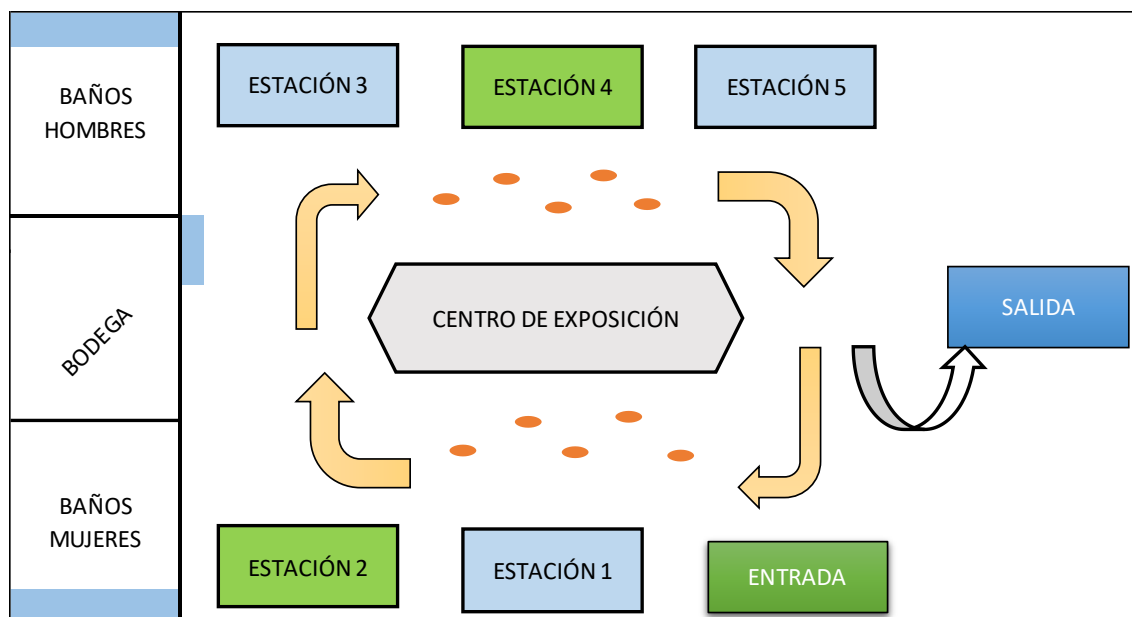
Al ser un Centro de interpretación nuevo para la zona rural se utilizó una serie de productos, de acuerdo como tiene su detalle dentro del presupuesto para la construcción del Centro, se considera la utilización de materiales que cumplan con las especificaciones técnicas para una buena obra que mantenga su resistencia a largo plazo.

d) Cronograma de ejecución del proyecto de construcción

A lo largo del proyecto al ser un tipo de compra denominada obra pública a través del lanzamiento a concurso por medio del Sistema Oficial de Contratación Pública se debe dar cumplimiento con el plazo de entrega por parte del contratista el mismo que se encuentra en el documento de los términos de referencia.

7.3. Infraestructura

Gráfico 24.- Representación interno del C.I.

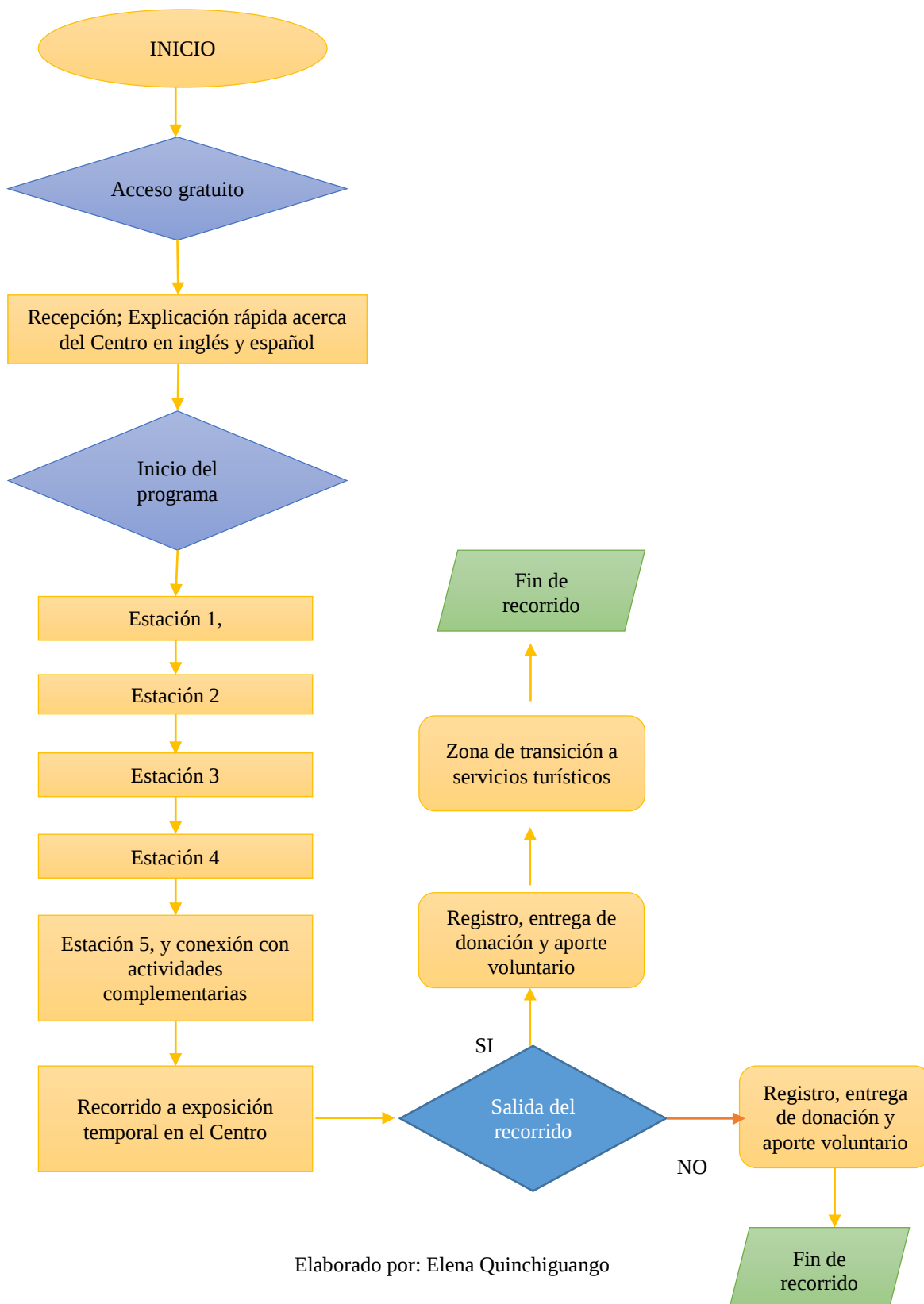


Elaborado por: Elena Quinchiguango

Fuente: GAD parroquial Bellavista

7.4. Diagrama de recorrido del Centro de interpretación Natural y Cultural de Bellavista.

Gráfico 25.- Diagrama de recorrido Centro de interpretación



7.5. Viabilidad económica y financiera

7.5.1. Viabilidad económica

Para constituir la inversión de este proyecto se realizó un presupuesto de los implementos que se necesitaran para la ejecución del proyecto.- Dentro de esto se considerara la valorización de la mano de obra, construcción y la infraestructura por tanto se puede identificar los rubros y valores que se registran en activos fijos, gastos administrativos, gastos del personal, publicidad a contratar para su difusión.

En cuanto a la compra de lo mobiliarios y equipos tecnológicos se realiza en base a las características requeridas las mismas que serán cotizadas por distintos proveedores.

El gasto administrativo en cuanto a sueldos y salarios del personal a contratar será de acuerdo a la tabla salarial del sector público, aplicando la Ley de Galápagos y sus beneficios de Ley como funcionario público.

7.5.2. Viabilidad financiera

En el desarrollo de este apartado en base al estudio de mercado realizado durante esta investigación, este proyecto se lo ha denominado como un proyecto que busca generar un beneficio a la comunidad de Bellavista y sus visitantes por cuanto se convierte en un proyecto de desarrollo social, por sus características no van a generar ingresos o beneficios de tipo monetario.- Sin embargo generara bienestar en los beneficiarios directos e indirecto el proyecto, por tanto no es susceptible a un análisis económico.

7.5.3. Metodologías utilizadas para el cálculo de la inversión total, costos de operación y mantenimiento, ingresos y beneficios

Para establecer la inversión se realizó un detalle de los insumos a utilizarse con respecto para al marketing mix del Centro de interpretación incorporando los materiales a utilizarse en su construcción e infraestructura.- Por cuanto se ha realizado un análisis

técnico- Financiero de los activos, gastos administrativos, y gastos de personal.- Para la adquisición de los accesorios, muebles y salarios estarán de acuerdo a los lineamientos de la Provincia de Galápagos en base la Ley Especial que rige en el sector.

7.5.3.1. Inversión

La inversión estimada en activos fijos es de US\$ 190.580,00

Se detalla a continuación como respaldo en los rubros a gastarse para la ejecución administrativa del Centro de Interpretación.

Tabla 18.- Rubros de gastos en inversión de activos para el Centro de Interpretación

ACTIVOS FIJOS	DESCRIPCIÓN.	CANT.	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
MAQUINARIA Y EQUIPOS	Televisores LEV 55 pulgadas	5	1382.40	6912.00
MUEBLES Y ENSERES	Archivador vertical de cedrela	1	380.00	380.00
	Silla giratoria con brazo modelo profesional	1	224.50	224.50
	Escritorio con 3 cajones dos soportes de apoyo	1	750.00	750.00
EQUIPO DE COMPUTACIÓN	U.P.S	1	120.00	120.00
	Laptop marca DELL COREi3	1	650.00	650.00
	Mouse inalámbrico Genius	1	30.00	30.00
	Impresora Epson L4150 a color de tinta continua	1	354.00	354.00
EQUIPO DE OFICINA	Aire acondicionado de 36000 btu	1	2600.54	2600.54
	Tachos de basura 40 libras de color azul, verde y negro	3	20.00	60.00
	Teléfono inalámbrico	1	80.00	80.00
ELEMENTOS DE SEGURIDAD	Extintor	1	120.00	120.00
	Alarma de incendio	2	50.00	100.00
	Lámparas de emergencia	6	65.94	395.64
INFRAESTRUCTURA	Construcción y materiales	1	173950.68	173950.68
OTROS EQUIPOS Y ACCESORIOS	Secadora eléctrica de manos	2	71.88	143.76
	Dispensador de jabón líquido	2	41.88	83.76
	Porta papel rollo grande	2	41.88	83.76
	Inodoro incluido grifería PRESMA TIC	3	290.03	870.09
	Lavamanos empotrado grifería PRESMA TIC	4	194.03	776.12
	Urinario grifería PRESMA TIC	2	218.03	436.06
	Bomba de agua 3/4+tanque presión +acce	1	1458.73	1458.73
TOTAL DE ACTIVOS FIJOS				\$190,580.00

Elaborado por: Elena Quinchiguango

Tabla 19.- Depreciaciones de activos fijos

[illegible]

Alarma de incendio	\$ 100,00	0,2	5	20,00	20,00	20,00	20,00	20,00	20,00	20,00	20,00	20,00	20,00
Lámparas de emergencia	\$ 395,64	0,2	5	79,13	79,13	79,13	79,13	79,13	79,13	79,13	79,13	79,13	79,13
SUBTOTAL	\$ 615,64			123,13	123,13	123,13	123,13	123,13	123,13	123,13	123,13	123,13	123,13
OTROS													
Secadora eléctrica de manos	\$ 143,76	0,1	10	14,38	14,38	14,38	14,38	14,38	14,38	14,38	14,38	14,38	14,38
Dispensador de jabón líquido	\$ 83,76	0,1	10	8,38	8,38	8,38	8,38	8,38	8,38	8,38	8,38	8,38	8,38
Porta papel rollo grande	\$ 83,76	0,1	10	8,38	8,38	8,38	8,38	8,38	8,38	8,38	8,38	8,38	8,38
Inodoro incluido grifería PRESATIC	\$ 870,09	0,1	10	87,01	87,01	87,01	87,01	87,01	87,01	87,01	87,01	87,01	87,01
Lavamanos empotrado grifería PRESATIC	\$ 776,12	0,1	10	77,61	77,61	77,61	77,61	77,61	77,61	77,61	77,61	77,61	77,61
Urinario grifería PRESATIC	\$ 436,06	0,1	10	43,61	43,61	43,61	43,61	43,61	43,61	43,61	43,61	43,61	43,61
Bomba de agua 3/4+tanque presión +acce	\$ 1.458,73	0,1	10	145,87	145,87	145,87	145,87	145,87	145,87	145,87	145,87	145,87	145,87
SUBTOTAL	\$ 3.852,28			385,23	385,23	385,23	385,23	385,23	385,23	385,23	385,23	385,23	385,23

\$190.579,64

TOTAL DEPRECIACION DE ACTIVOS FIJOS				10946,90	10946,90	10946,90	10946,90	10946,90	10946,90	10946,90	10946,90	10946,90	10946,90
DEPRECIACIÓN INICIAL				0	10946,90	21893,80	32840,69	43787,59	54734,49	65681,39	76628,29	87575,19	98522,08
DEPRECIACIÓN ACUMULADA				10946,90	21893,80	43787,59	76628,29	120415,88	175150,37	240831,76	317460,05	405035,23	503557,32
AMORTIZACIÓN				5473,45	5473,45	5473,45	5473,45	5473,45	5473,45	5473,45	5473,45	5473,45	5473,45

Elaborado por: Elena Quinchiguango

7.5.3.2. Costos de operación y mantenimiento

Para la ejecución del proyecto los costos de operación estarán establecidos para pagos de sueldos, servicios básicos, uniformes y capacitaciones, considerando todo esto de forma mensual, para lo cual se ha presupuestado un valor de US\$5386,31.

Sin embargo se realiza un cálculo anual donde podemos evidenciar el costo anual para su operación el Centro de Interpretación necesitara alrededor de los \$57.815,72 anual.

Tabla 20.- Detalle de rubros de Costos de operación del Centro de Interpretación

MATERIALES	DESCRIPCIÓN.	CANT.	VALOR UNITARIO	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
GASTOS DE PERSONAL	Uniformes de trabajo	1	420,00	420,00	420,00
	Capitaciones anuales	1	200,00	200,00	200,00
SERVICIOS BÁSICOS	Agua	1	25,00	25,00	300,00
	Luz	1	250,00	250,00	3000,00
	Teléfono	1	25,00	25,00	300,00
	Internet	1	394,00	394,00	4728,00
SUELDOS Y SALARIOS	Responsable del área (SP3)	1	1774,80	1774,80	21297,60
	Técnico en manejo de visitantes (SP3)	1	1470,60	1470,60	17647,20
GASTO DE PROMOCIÓN	Diseño de producto	5	74,67	373,33	4480,00
	Estrategia de promoción	1	453,58	453,58	5442,92
TOTAL COSTOS DE OPERACIÓN				\$5.386,31	\$57.815,72

Elaborado por: Elena Quinchiguango

7.5.3.3. Ingresos

Al ser un proyecto de desarrollo social no tendrá un precio por el ingreso al lugar, simplemente se llevara un registro del número de visitantes de manera sistematizada para tener un reporte mensual de visitantes al Centro de Interpretación.

Sin embargo, al hablar de ingreso para este centro se ha visto necesario considerar una medida de sostenibilidad de recursos a través de la Creación e instalación de un buzón de

donaciones, los mismos que servirán para cubrir gastos de mantenimiento y otros referentes al centro de interpretación a mediano y largo plazo.

7.5.3.4. Beneficios valorados

A través de la una buena ejecución de un plan de marketing del Centro de Interpretación natural y cultural en Bellavista permitirá;

- Plazas de trabajo para la población
- Permitirá la activación económica del sector
- Accederá a crear nuevos emprendimiento con miras al futuro de la población.

7.5.4. Flujos financieros y económicos

El flujo financiero y económico se define como la circulación de efectivo que muestra las entradas y salidas de capital el cual se convierte en el fruto de su actividad económica.

Pero para este proyecto no se realizara el análisis y desarrollo de los flujos financieros y económicos al ser una actividad sin fines de lucro y pertenecer a un proyecto sin ingreso de cobro de tarifas por el acceso, por cuanto es una actividad de desarrollo social.

Las cuentas intervinientes que se pueden identificar han sido las cuentas de inversión y gastos expuestos en la sección anterior.

7.5.5. Indicadores financieros y/o económicos (TIR, VAN, otros)

De acuerdo a las encuestas realizadas a los turistas nacionales y extranjeros quienes son el objetivo propuesto se pudo identificar que los visitantes no están interesados en pagar por el ingreso al lugar por cuanto este proyecto no genera movimiento de ingresos y no es susceptible para análisis de este apartado.

Sin embargo, al término de esta investigación también se expone que si fuese el caso de cobrar una tarifa por su ingreso al Centro de Interpretación al momento de realizar los cálculos respectivos no generaría rentabilidad ya que al realizar el cálculo del valor actual

neto (V.A.N) tenemos como resultado un VAN nulo lo que significaría que la rentabilidad del proyecto es la misma que colocar los fondos en el invertidos en el mercado con un interés equivalente a la tasa de descuento utilizada.

De la misma forma se puede evidenciar que la tasa de rentabilidad (T.I.R), permite ver la realidad que como proyecto de inversión con retorno del capital es preferible no invertir. Por cuanto este proyecto como se ha dicho desde un inicio es preferible mantenerse como proyecto de desarrollo social ya que Bellavista al ser una parroquia pequeña, va contar con un centro de interpretación con limitadas estaciones de exposición y tiende a que el precio por ingreso al lugar no supere de los \$2,00 de acuerdo al estudio de mercado, pero cabe recordar que del 100% de los que fueron encuestados un 58% habían contestado y mencionado que el acceso debe ser gratuito, el mismo hecho ha dado a que este proyecto sea mejor considerado como proyecto de desarrollo social para la zona rural de Bellavista.

7.6. Análisis de Sostenibilidad

El análisis de la sostenibilidad está determinado de acuerdo a la mesurada utilización de los recursos, materiales, y equipos informáticos.

7.6.1. Sostenibilidad ambiental

El proyecto no genera un impacto directo contra el ambiente, las actividades que van a desarrollarse se enmarcaran dentro de los tipos de proyectos que no afectan el medio ambiente en gran magnitud.

Adicional el proyecto busca también considerar y concientizar el manejo de los desechos sólidos y su clasificación correcta, donde al momento de visitar un lugar se deba botar la basura en su tacho correspondiente, así como el uso de las energías y recursos renovables de manera concientizada.

7.6.2. Sostenibilidad social

El proyecto aplicará la inclusión económica y social de la población de Bellavista mediante la generación de oportunidades mejorando la situación económica actual de la población, fomentando el desarrollo endógeno, la generación de empleo de calidad, promoviendo la organización, asociatividad en la que se brinde una difusión y promoción con eficacia, calidez y calidad.

A través de la mejora y oferta de los servicios se logrará mejorar la reactivación economía para de esta manera reflejar un mejor nivel de vida de las familias, por otro lado, con la incorporación y mejora de servicios existentes se demandará la contratación de mano de obra.

Con la ejecución del proyecto se garantiza a la vez una difusión, promoción y correcta información al visitante, fomentando a largo tiempo empleo nuevo, mejorado y contribuyendo a mejorar la calidad de vida de la población.

7.6.3. Sostenibilidad técnica-operativa- Propuesta de plan de marketing

7.6.3.1. Definición y diseño de producto

Luego de la investigación realizada en nuestro mercado objetivo por medio de las encuestas en cuanto a las preferencias, necesidades, disponibilidad de gasto, características de los visitantes y capacidad de pago se profundiza en la ejecución de un diseño y desarrollo del producto que a largo plazo busque satisfacer las necesidades, deseos y preferencias de acuerdo a lo que requieren los visitantes.

Por cuanto para mencionar el diseño del producto se tiene en cuenta las características físicas y ubicación del Centro de Interpretación Natural y Cultural de Bellavista, razón

por la cual es esencial el desarrollo y análisis de la situación actual y elementos externos que pueden afectar en el desempeño de la entidad administradora en el Centro, por eso se hace la utilización de una herramienta de Análisis denominado PESTEL.

Tabla 21.- Análisis PESTEL para propuesta C.I. Bellavista

Políticos	Económicos
*Facilidad de creación de nuevos emprendimientos *Políticas de austeridad en cuanto al gasto público	*Cambios en economía internacional. *Disminución de la afluencia turística *Capacidad de pago y control del promedio de gasto por parte de los visitantes.
Socio- Cultural	Tecnológicos
*Variabilidad de gustos y preferencias de los visitantes y/o turistas. *Los hábitos y conductas de las personas ¿Qué oportunidad me ofrece la visita de interpretación educativa? *Cambios en la distribución de los ingresos en otros intereses.	*El desarrollo y uso de la tecnología cambiante aplicadas al turismo. *Creación de marcas y patentes exclusivas para el Centro Interpretación Bellavista. *Implementación de software móviles para fácil acceso (AP's)
Legales	Ecológicos
*Obtención de permisos para el desarrollo de la actividad *Legislación laboral LOSEP y Legislación sobre salud y seguridad laboral *Acuerdos para recepción de donativos internacionales	*Leyes de protección medioambiental especial para la Región Insular. *Regulación sobre el manejo de residuos y reciclaje *Consumo responsable de energía y agua.

Elaborado por: Elena Quinchiguango

El Centro de Interpretación Natural y Cultural de Bellavista es una construcción de 140 metros cuadrados, con acceso a WIFI gratuito, con una duración del programa de 15 minutos, capacidad máxima de grupo de 16 pax donde mientras 8 personas ingresan al

Centro los 8 restante reciben el programa de interpretación sobre el Jardín Botánico, dentro del Centro se encuentran 5 estaciones de exposición audiovisual sobre el relato de la historia del poblamiento humano de la isla Santa Cruz, centrándose en la formación de Bellavista y de la relación entre humano y naturaleza, a través de una muestra audiovisual permanente y exposiciones temporales sobre; fotográficas, de arte, de objetos, entre otros y a la salida del recorrido se concibe una zona de transición a servicios turísticos donde se recibe información sobre los sitios de visita y servicios turísticos, el cual servirá como transición para la siguiente actividad programada por el turista.

A continuación se realiza una breve descripción y detalle del producto a ofrecerse en cada estación:

- **Estación 1:** Se expone las temáticas sobre el origen de los pobladores, cruzando el océano en busca de un destino, las experiencias del viaje en barco, las corrientes marinas y la llegada a Puerto Ayora.

Contexto	Dispersión de especies desde Sudamérica.
Audiovisual	Relato de los Pioneros sobre su vida en el Ecuador continental.

- **Estación 2:** Se detallan temáticas sobre Hacia la tierra prometida, buscando un camino para llegar a la zona alta de la isla, contacto con las familias ya establecidas, alojamiento temporal, las primeras viviendas, el manglar como ecosistema que vincula tierra y mar, bosque seco de Galápagos.

Contexto	Explicación gráfica de la zona de convergencia intertropical.
Audiovisual	Anécdotas del viaje de los pioneros desde Guayaquil a Puerto Ayora, relatado por ellos.

- **Estación 3:** En busca del agua para la vida, el clima de galápagos, la garua, como elemento determinante en la vida, explorando el territorio para abastecerse de agua para el consumo humano, el bosque nublado, estrategias para administrar el agua, acentuados en el bosque de transición.

Contexto	Gráfica de línea del tiempo donde converge la llegada de los pioneros con la creación del PNG y la Estación Científica Charles Darwin.
Audiovisual	La llegada de los Pioneros a Puerto Ayora y su traslado a Bellavista.

- **Estación 4:** Se presenta en esta exposición temáticas sobre transformando el suelo, interviniendo en el bosque de transición, la desaparición de la vegetación de la zona húmeda, nuevas semillas y el impacto con las especies nativas.

Contexto	Gráfica de los ecosistemas de Galápagos para ubicar la localización en donde se asentaron los Pioneros.
Audiovisual	Relato de cómo se establecieron los pioneros en su nuevo hogar.

- **Estación 5:** Esta es la última estación donde se mostrara sobre el Cuidando de la cuna de la evolución.

Contexto	Gráfica de la evolución en las tortugas gigantes.
Audiovisual	Relato de como los Pioneros desarrollaron la parroquia cuidando la naturaleza y emprendiendo negocios sustentables.

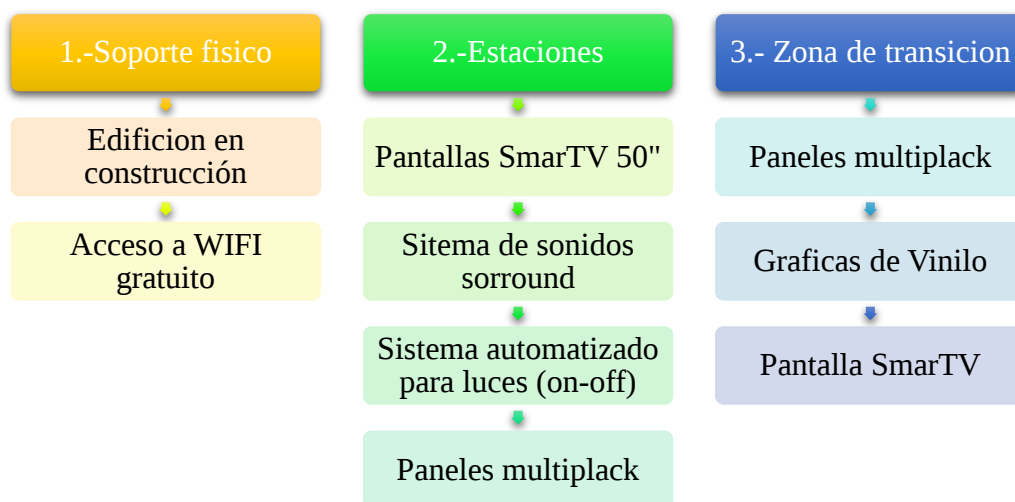
- **Zona de transición a servicios turísticos:** Es el punto donde se muestra el mapa de Bellavista donde se convierte en una conexión con los servicios turísticos, actividades y atractivos naturales ofertados en Bellavista, al mismo tiempo es un punto de información que recibe el turista o visitante por medio de una pantalla táctil para localizar fácilmente los sitios turísticos de la zona.

Contexto	Gráfica del Mapa de Bellavista con los atractivos, servicios y actividades turísticas.
-----------------	--

Todas las estaciones expuestas y descritas sobre cada una de sus temáticas a presentarse han sido diseñadas por una experta en Licenciatura de Publicidad quien tiene experiencia relacionada para el desarrollo de marketing con la única finalidad de proyectar y conducir al visitante a que sintonice, se meta de lleno en el entorno natural y cultural de la Parroquia de Bellavista en conjunto con los elementos de la naturaleza y el mismo hecho profundice la concientización a la conservación, educación ambiental y su respectiva promoción por medio de materiales didácticos y los medios tecnológicos.

Resumen de la utilización de los medios de presentación del contenido del

Programa de Interpretación de Bellavista



Fuente: Lcda. Belén Cepeda -GAD parroquial Bellavista

Planificación de la Producción Audiovisual

Responsables:	
• Lcda. Belen Cepeda • Asistente tecnico	
Coordinación de entrevistas	
• Presidente del GAD parroquial Bellavista	
Selección de locaciones	
• Se realizara conforme los avances de grabacion con los pioneros.	
Calendario de entrevistas	
• Segun la disponibilidad de los pioneros	
Logística	
• Movilidad a cargo del GAD parroquial de Bellavista	
Equipo de rodaje	
• 2 camaras+tripode • 2 luces- 2tripodes+cables de extensión • Micrófonos corbatero	

Fuente: Lcda. Belén Cepeda -GAD parroquial Bellavista

Público objetivo:

En el desarrollo de este párrafo se considera las siguientes preguntas claves que responden a nuestro público objetivo, ¿A quién está dirigido este producto?; Este producto se encuentra dirigido para hombres y mujeres (turistas) de entre los 31 a 45 años por ser turistas con capacidad de pago de acuerdo al estudio de mercado realizado.

¿Cuál es su perfil demográfico y psicográfico?

Esta experiencia se dirige al género masculino y femenino en especial a los ecuatorianos que son de mayor transición en alojamientos terrestres, continuando con los extranjeros

con familias o hijos de nivel de ingresos medio. En concordancia al psicográfico se lo determina que a través de las encuestas realizadas la disponibilidad y la capacidad de gasto del visitante solo el 22% está dispuesto a realizar una cancelación de hasta \$2.00 por su ingreso mientras que el restante demanda que su ingreso sea gratuito.

Y como ultima interrogante ¿Qué es lo que le estamos ofreciendo al visitante con nuestro producto?; cabe notar que en la actualidad la manera como se ha pensado manejar el circuito del Centro de Interpretación Natural y Cultural de Bellavista tiene una práctica súper básica y no pasa de ser un simple recorrido con visualización de pantallas LED en su contorno, donde solo se puede visualizar documentales testimoniales del arribo, establecimiento y desarrollo de los Pioneros de Bellavista para perpetuar la contribución del poblamiento humano en la isla Santa Cruz a la conservación ambiental y el desarrollo sustentable, y las exposiciones temporales lo cual se convierte un recorrido súper básico y poco interesante para el consumidor del producto ya que los visitantes prefieren ver la naturaleza y fauna en su estado natural que ver pantallas dentro de un lugar cerrado.

Una vez que se termine la construcción y se inaugure el nuevo centro se espera que el GAD parroquial de Bellavista implemente las estrategias de marketing diseñadas para crear experiencias únicas y fabulosas para el turistas.

7.6.3.2. Descripción comercial basada en estrategia de marketing mix

El plan de marketing es una herramienta básica utilizada para explotar la oportunidad del negocio y las ventajas competitivas propias del emprendimiento, con la finalidad de alcanzar los objetivos marcados. (Muñiz, 2016)

Los principales elementos que se plante dentro de la propuesta del plan de marketing son los que se muestran a continuación:

Estrategia del Producto:

De manera general, el Centro de interpretación natural y cultural de Bellavista se encuentra en su etapa de ejecución, no tiene de manera clara una propuesta de valor para ser comunicada, al ser un proyecto nuevo para la zona se encuentra en su etapa inicial.

Sin embargo, se define a sí mismo como un espacio donde se difundirá programas de conservación de las áreas protegidas y no protegidas, sus especies endémicas y nativas; mostrara el proceso de poblamiento de Galápagos desarrollándose bajo un comportamiento de conciencia ambiental lo cual se refiere a: 4R, Energía alternativa, uso responsable del agua, recuperación del paisaje natural.

Por cuanto se plantea que es fundamental lo siguiente;

- Fomentar la participación de los visitantes por medio del cual puedan recibir un incentivo, aplicado al final del recorrido un balcón de preguntas y respuestas.
- Exponer una variabilidad de producto en el interior del Centro de Interpretación.
- Arreglar el Centro de acuerdo a la temática de cada estación.
- Crear un buzón de sugerencias para el visitante como una medida para el control de calidad del servicio y producto que se ofrece.
- Exhibir dentro del centro artesanías elaboradas por manos Galapagueñas
- Establecer convenios con gremios y artesanos locales para dar a conocer los productos que Bellavista ofrece al igual que lo que oferta Puerto Ayora.
- Cambio de productos en la exhibición y actualización de audiovisuales en cada estación.

Cabe recalcar que este producto también puede ser solicitado mediante reservas programadas on line a través de su portal institucional o mediante un contacto directo telefónico donde se plantea utilizar **estrategias de conociendo al cliente**, en el cual por

medio de la reserva directa poder conocer a los visitantes acerca de los gustos, preferencial a fin de ofrecer un trato personalizado.

Para quienes realicen reservas on line se enviara un correo electrónico con un formulario el cual debe ser llenado para poder conocer más sobre su personalidad, preferencia y así poder sorprenderlos con su visita al centro.

Dicho formulario servirá también para obtener seguidores en redes sociales, en la cual puedan ver opiniones y experiencias de los demás turistas que ya han visitado el lugar, el mismo que servirá para dar referencia a los próximos visitantes con la finalidad que puedan tomar su decisión de visita al centro de forma segura.

Gráfico 26.- Diseño del Formulario para reservas confirmadas en el C.I.

FORMULARIO	
Gracias por haber escogido visitar el Centro de interpretación Natural y Cultural de Bellavista como agradecimiento queremos obsequiar una degustación gratuita de un producto local a su elección que podrás escogerlo al llenar las opciones de abajo. Además te invitamos a llenar el siguiente formulario que nos permitirá conocer mejor y hacer de su visita una experiencia inolvidable y única. Recuerda que para nosotros Usted es especial.....!!	
OBSEQUIO POR VISITA	
Un vaso de cerveza artesanal	☐
Una tacita de café Galapagueño	☐
Degustación de Mermelada artesanal	☐
Nombres: _____ Genero: _____ Edad _____ Profesión: _____	
Viajas con:	Pareja ☐ Amigos ☐ Familia ☐ Solo ☐
Como se considera:	Divertido/a ☐ Romántico/a ☐ Serio/a ☐
Síguenos en nuestras redes Sociales como GAD parroquial Bellavista- Galápagos	
  	

Elaborado por: Elena Quinchiguango

Estrategia para incrementar la cartera de productos; Se analiza también que para atraer a los visitantes nacionales y extranjeros es fundamental que en la parte designada para exhibiciones temporales ofrecer artesanías elaboradas en la localidad, donde por medio de convenios con gremios y asociaciones locales intervengan artesanos y personas que se dedican al fomento de la económica como un aporte social para la reactivación de la economía. Donde se pueda combinar de acuerdo al plan anual de Exhibiciones en el Centro de Interpretación natural y cultural de Bellavista, y productos elaborados tales como; cerveza artesanal, degustación de mermeladas artesanales y el café propio de la Isla Galápagos.

Estrategia de Precio:

- Al ser un proyecto de desarrollo social no se establecerá precios, la entrada será gratuita, sin embargo se espera a futuro recibir donaciones y aportes voluntarios de ONG'S y visitantes para que generen ingresos para el correspondiente mantenimiento y correctivo del centro.

Estrategia de Promoción:

Para promocionar la visita al Centro de interpretación Natural y Cultural de Bellavista se debe establecer un plan de promoción, el cual ayude a la difusión de los servicios y experiencias que se ofertará en dicho lugar, de tal manera que se logre llegar con el mensaje de conservación a muchos más visitantes y comunidad local.

Se debe seguir acciones en distintas líneas, tanto como: campañas a nivel nacional e internacional.

➤ **Publicidad**

La difusión que ofertará el centro y las diferentes actividades que se realicen serán anunciadas en el medio publicitario institucional. Se buscara liderar el diseño de campañas a nivel de la región dirigida al público objetivo final.

Es importante considerar que no se utilizará trípticos ni volantes ya que por el medio en el cual vividos se busca siempre la concientización ambiental y la reducción de papel.

Adicional se ha visto fundamental considerar la publicidad por medio de Google dwords, debido a que los turistas buscan información de actividades y destinos por medio del internet en la herramienta de Google por eso se busca hacer campaña de red de búsqueda donde permita al turistas sin reservas llegar hasta el punto referencial del Centro, se utilizara el idioma inglés y español con palabras claves como; Centro de Interpretación Bellavista, viajar Galápagos, Centros de diversión Galápagos.

➤ **Despertar interés**

El Centro de Interpretación Natural y Cultural de Bellavista para despertar interés debe buscar en centrar muchos esfuerzos para captar el interés de los turistas y/o visitantes ofreciéndoles aficiones tales como; música en vivo dentro del Centro en la parte central donde se tiene apartado para las exhibiciones temporales especialmente para cuando se tenga programada grupo de visitantes con reservas programadas ofrecerles este afición.

Se proyecta realizar una vez a la semana actividades de fomento cultural por medio del cual se invite a grupos, asociaciones, gremios locales, y hacer de esto un estilo de Feria en Bellavista con invitados de la localidad.

➤ **Letrero**

Diseñar un letrero con los logotipos de la institución donde sea como presentación del lugar para ofrecer una buena referencia de presentación hacia los visitantes.

Gráfico 27.- Letrero de Bienvenida para el C.I



Elaborado por: Elena Quinchiguango

➤ Banner

Un roll up full color e impresión en lona con lo más destacado de las rutas en Bellavista, y se propone su ubicación en el exterior del Centro de interpretación y de igual manera por sus características de portátil, sería utilizado en las diferentes casas abiertas, ferias o eventos que se puedan dar en torno a los centros interpretativos que existen en el cantón y los sitios de turismo que se puedan promocionar.

Gráfico 28.- Letrero de Bienvenida para presentaciones en ferias/eventos



Elaborado por: Elena Quinchiguango

Gráfico 29.- Letrero de información sobre Punto de Visita en Bellavista

Elaborado por: Elena Quinchiguango

También para tener mayor acogida en fines de semanas donde existe mayor afluencia de la gente local se considera lo siguiente;

- ≡ Realizar demostraciones de ferias con productos que ofertan en Bellavista.
- ≡ Campañas por correos
- ≡ Ofrecer un cupón al visitante como reforzamiento de la marca institucional para que a través de ello reciba una promoción por tiempo limitado de un descuento equivalente al 5% o 10% en productos o servicios en la zona rural.

Tabla 22.- Plan presupuestario de medios para promoción

Medios	Cant.	Costo unitario	Costo total	Duración
Letrero de bienvenida	1	\$ 1.500,00	\$1.500,00	1 año
Letrero de madera con información	2	\$ 1.500,00	\$3.000,00	1 año
Banner full color del Centro de Interpretación	1	\$ 85,00	\$ 85,00	1 año

TOTAL=> \$3.585,00

Elaborado por: Elena Quinchiguango

➤ **Plan de relaciones publicas**

Establecer alianzas con agencias de turismo y operadoras, instituciones que se encuentran involucradas en la conservación, educación y el fomento de las actividades turísticas-recreativas del visitante, como el Ministerio de Turismo, el Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Santa Cruz, y Fundación Científica Charles Darwin, las mismas que constituyen parte del público consumidor y promotor de los servicios y experiencias que se ofertará.

Por cuanto que se plantea trabajar de la mano con el Ministerio de Turismo como órgano rector de la planificación turística a nivel nacional para que apoye a agregar todos los recursos y/o productos experienciales a una oferta global, articulada, y hacia una realidad social para así lograr la proyección promocional sólida, responsable y con alcance a mediano y largo plazo.

➤ **Merchandising**

Cada una de la estaciones del Centro, la sala de exhibición, jardín botánico, senderos, equipos y audios que posea siempre se mantendrán impecables y en perfecto estado de operación, esto permitirá a los visitantes poder apreciar de mejor forma el mensaje que se quiere transmitir a través de su diseño de interpretación ambiental.

La persona que atenderá el lugar deberá estar correctamente uniformado, prestos a brindar una buena atención y con una buena imagen hacia el visitante local, nacional e internacional.

➤ **Estrategia para responder al cliente futuro**

Se busca crear modelos de reservas no tradicionales sino que vaya de acuerdo al frenético ritmo del desarrollo tecnológico donde se utilice lo siguiente:

*Crear reservas virtuales (on line), ya que por medio de esta estrategia el cliente que se encuentra lejos de la localidad pueda realizar su reserva de visita al Centro.

*Continuar con la incursión en el mundo de la publicidad interactiva para encontrarse en las mentes de los consumidores de forma potencial.

*Crear ofertas de tiempo limitado en la visita, por ejemplo el tener que ofrecer obsequios de productos locales o de degustación sean gratuitos y en otros meses tener que cobrar por el mismo producto.

*Crear un block de comentarios de clientes, incluir en la web un apartado con comentarios de los visitantes pasados que ya visitaron ya que estos mismos comentarios serán valorados por los futuros visitantes y este mismo hecho servirá como un empujón para la visita.

Estrategia de distribución (Plaza):

Dada la situación con respecto al servicio que brindara el Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial de Bellavista a través de su Centro de interpretación, se define utilizar un canal de distribución directo como indirecto, ya sea con el visitante o sin tour organizado así como para el visitante que acude bajo la figura de grupos organizados, por tanto al mantenerse la entrada gratuita se plantea lo siguiente:

- Crear dentro de la página web institucional, una sección preferencial para el centro donde se detalle información acerca de los eventos, reserva del lugar y actividades que se pueden realizar.
- Difundir y promocionar el centro, sus servicios, actividades y demás a través de envío de correos electrónicos, redes sociales, visitas a las operadoras de turismo, gremios de hoteleros, asociaciones de guías, y efectuar convenios con el Ministerio de Turismo.
- Ubicar infografía acerca de lo que se quiere promover en Bellavista.
- Actualizar el punto de ubicación del Centro.

Estrategia de comercialización y comunicación:

Estrategia de comercialización

De acuerdo a lo que ofrecerá el centro de interpretación, el canal de comercialización será el directo, por medio del internet para los visitantes extranjeros y operadora turísticas.

La estrategia de comercialización, será selectiva, optando por aquellos operadores turísticos y/o cruceros navegables que en sus itinerarios incluyan la visita al Centro de Interpretación Natural y Cultura de Bellavista o aquellos que se encuentran vinculados con productos referenciales al turismo cultural-educativo-ambiental, y que cuenten con

experiencia en estos productos, con el objetivo de unificar esfuerzo en empresas especializadas en estas temáticas.

Estrategia de comunicación

Gracias a los avances tecnológicos y su revolución del internet han servido y han formado parte de la comunicación y más aun con el desarrollo de los medios sociales han permitido ir cambiando las formas de pensar, actuar, decidir como turista, consumir y analizar las limitantes de cada sector de visita.

El Centro de interpretación y sus rutas de visita no pueden ignorar el tomar como base la comunicación, por tanto como estrategia se busca incluir el marketing digital para compartir artículos, imágenes atractivas, y presentaciones que estén relacionados todos ellos con la temática del Centro de interpretación Natural y Cultural de Bellavista, a través de su página institucional de su sección preferencial.

Con ellos esperando llegar con el mensaje a todos los rincones del mundo, para estimular y motivar el consumo o uso del Centro.

8. PRESUPUESTO DEL PLAN DE MARKETING

El financiamiento para la ejecución del plan de marketing se realizara al 100% con recursos propios pertenecientes al Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial de Bellavista, los mismos que se planificaran de acuerdo en el año en curso para poder considerar en el POA para el año 2019 para la respectiva ejecución del tema promocional. Por cuanto para utilizar dicho fondo se deberá sustentar de acuerdo al proyecto que se desea ejecutar, el mismo será necesario antes de su desembolso realizar la respectiva certificación presupuestaria por medio del cual se verificara siempre la disponibilidad monetaria para realizar los siguientes gastos:

Tabla 23.- Presupuesto Plan de Marketing

DISEÑO DEL PRODUCTO EXPERIENCIAL			
CANT.	DESCRIPCIÓN	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
5	Estilo, diseño de programa de Interpretación Ambiental para Preproducción, producción y post producción de documentales para cada estación.	\$ 896,00	\$ 4.480,00
SUBTOTAL			\$ 4.480,00
ESTRATEGIA DE PROMOCIÓN			
CANT.	DESCRIPCIÓN	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
1	Letrero de bienvenida tipo cenefa con logos institucionales.	\$ 1.500,00	\$ 1.500,00
2	Letrero de madera panel interpretativo.	\$ 1.500,00	\$ 3.000,00
1	Banner full color del Centro de Interpretación	\$ 85,00	\$ 85,00
1	Adquisición de dominio web y hosting institucional.	\$ 558,88	\$ 558,88
3	Soporte para actualización de página web.	\$ 99,68	\$ 299,04
SUBTOTAL			\$ 5.442,92
TOTAL			\$ 9.922,92

Elaborado por: Elena Quinchiguango

Adicional se adjunta el presupuesto referencial correspondiente a la mano de obra directa e indirecta y los materiales a utilizarse durante la Construcción del Centro de Interpretación el cual solo corresponde la adquisición de bienes y accesorios netamente para la construcción del Centro, los cuales suman US\$ \$173,950.68

Tabla 24.- Presupuesto referencial de la construcción Centro de Interpretación

Nº.	RUBRO	UNIDAD	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
A	MOVIMIENTO EN TIERRA				
1	Replanteo y nivelación	M2	235.62	\$1.99	\$468.88
2	Derrocamiento de construcción existente y desalojo	U	1	\$1,485.83	\$1,485.83
3	Excavación manual y desalojo	M3	30.17	\$24.10	\$727.10
4	Relleno hidratado y compactado	M3	47.12	\$25.92	\$1,221.35
B	ESTRUTURA EN GENERAL				
5	Replanteo H.S. F'C=180 KG/CM2 (M3)	M3	0.82	\$312.20	\$256.00
6	Plintos de hormigón armado	M3	2.86	\$461.58	\$1,320.12
7	Riostra de hormigón	M3	2.24	\$470.34	\$1,053.56
8	Columnas de hormigón	M3	5.26	\$547.14	\$2,877.96
9	Vigas de hormigón	M3	3.71	\$547.14	\$2,029.89
10	Dinteles de hormigón	M3	38.7	\$37.49	\$1,450.86
11	Acero de refuerzo	KG	1752.65	\$3.51	\$6,151.80
12	Acero estructural	KG	3523.55	\$6.01	\$21,176.54
C	ALBAÑILERIA				
13	Muros de piedra	M3	13.43	\$282.17	\$3,789.54
14	Paredes de bloques de 10 cm	M2	56.48	\$28.40	\$1,604.03
15	Paredes de ladrillo visto cara lisa 09X15X30	M2	123.24	\$58.83	\$7,250.21
16	Enlucido interior	M2	112.96	\$19.47	\$2,199.33
17	Contrapiso de hormigón simple e= 8 cms	M2	185.3	\$28.55	\$5,290.32
18	Masillado de piso	M2	185.3	\$11.62	\$2,153.19
19	Bordillo de hormigón simple para vereda	M	30	\$28.38	\$851.40
D	REVESTIMIENTO DE PISOS Y PAREDES				
20	Porcelanato en piso antideslizante de 60X60	M2	145.3	\$54.99	\$7,990.05
21	Adoquín de arcilla de color en piso de vereda	M2	40	\$51.03	\$2,041.20
22	Cerámica de pared baño hombres	M2	30.92	\$44.70	\$1,382.12
23	Cerámica de pared baño mujeres	M2	30.92	\$44.70	\$1,382.12
24	Empaste interior	M2	58.65	\$5.54	\$324.92


 Continúa

E	PINTURA				
25	Pintura interior	M2	58.65	\$4.05	\$237.53
F	PUERTAS DE VIDRIO TEMPLADO				
26	Puertas de vidrio templado	M2	17	\$480.00	\$8,160.00
G	CARPINTERIA DE MADERA				
27	Puertas de cedrela 0,90 cm. Inc. Cerradura	U	3	\$396.00	\$1,188.00
H	VENTANAS DE ALUMINIO Y VIDRIO				
28	Ventanas de aluminio y vidrio color madera	M2	22.9	\$168.00	\$3,847.20
I	CUBIERTA DE TEJA TIPO TOLEDO A COLOR TERRACOTA DE 4MM				
29	Cubierta de teja Toledo color terracota de 0,40 mm	M2	249.08	\$32.07	\$7,988.00
30	Planchas de aglomerado de 15MM una sola cara laminada color madera sobre estructura de cubierta	M2	249.08	\$31.05	\$7,733.93
31	Canalón decorativo incluye bajantes recolector de agua lluvias	M2	65	\$21.38	\$1,389.70
J	DIVISIONES INTERNOS DE BAÑOS PANELERIA METALICA				
32	Divisiones interiores de baños perfilera aluminio con malanine	M2	14.73	\$201.69	\$2,970.89
K	INSTALACIONES ELECTRICAS				
33	Puntos de luz	PUNTOS	29	\$55.71	\$1,615.59
34	Luminaria LED 49,5W 60X60	U	12	\$96.53	\$1,158.36
35	Luminaria LED 17 W 33X33	U	6	\$51.54	\$309.24
36	Aplique de pared exterior	U	11	\$23.37	\$257.07
37	Puntos de tomacorriente 110 v	PUNTOS	24	\$54.51	\$1,308.24
38	Punto de tomacorriente 220 v	PUNTOS	3	\$90.44	\$271.32
39	Panel distribución 12-24 inc. Breakers	U	1	\$458.11	\$458.11
40	Acometida eléctrica	U	30	\$21.17	\$635.10
L	INSTALACIONES HIDRO SANITARIAS				
41	Punto de agua 1/2"	U	10	\$44.60	\$446.00
42	Acometida de agua de 3/4"	U	20	\$10.80	\$216.00
43	Punto de desagüe 4"	PUNTOS	3	\$42.57	\$127.71
44	Punto de desagüe 2"	PUNTOS	7	\$40.65	\$284.55
45	Matriz desagüe 4"	M	15	\$14.53	\$217.95
46	Matriz de 2"	M	15	\$12.01	\$180.15
TOTAL CENTRO DE INTERPRETACION Y BAÑOS =>					\$117,478.97


 Continua

O	SISTEMA ELECTRICO EXTERIOR				
47	PANEL DE DISTRIBUCION 1F-24 ESP con sistema de Contacto controlado para iluminación	U	1	\$1,152.00	\$1,152.00
48	Cajas de Hormigo Armado 30X30X30	U	3	\$216.00	\$648.00
49	PUNTO DE ALUMBRADO 240V Ø 3/4" PVC	U	36	\$199.62	\$7,186.32
50	PUNTO DE ALUMBRADO 120V Ø 1/2" PVC,	U	83	\$122.91	\$10,201.53
51	PUNTO DE TOMACORRIENTE 120V Ø 1/2" PVC	U	19	\$156.24	\$2,968.56
52	PUNTO DE TOMACORRIENTE 220V Ø 3/4"	U	1	\$200.23	\$200.23
53	Poste Hornamental de 4mts y Lampara	U	29	\$780.01	\$22,620.29
54	Luminaria tipo reflector de jardinería	U	34	\$121.80	\$4,141.21
55	Luminaria empotrable de Piso LED	U	38	\$148.21	\$5,631.95
56	Luminaria para Pérgola	U	7	\$145.01	\$1,015.07
57	Instalación Tomacorriente	U	16	\$44.16	\$706.56
TOTAL CENTRO DE INTERPRETACION DEL SISTEMA ELECTRICO EXTERIOR =>					\$56,471.71
TOTAL OBRA DE CONSTRUCCION DE CENTRO DE INTERPRETACION=>					\$173,950.68

Elaborado por: Elena Quinchiguango

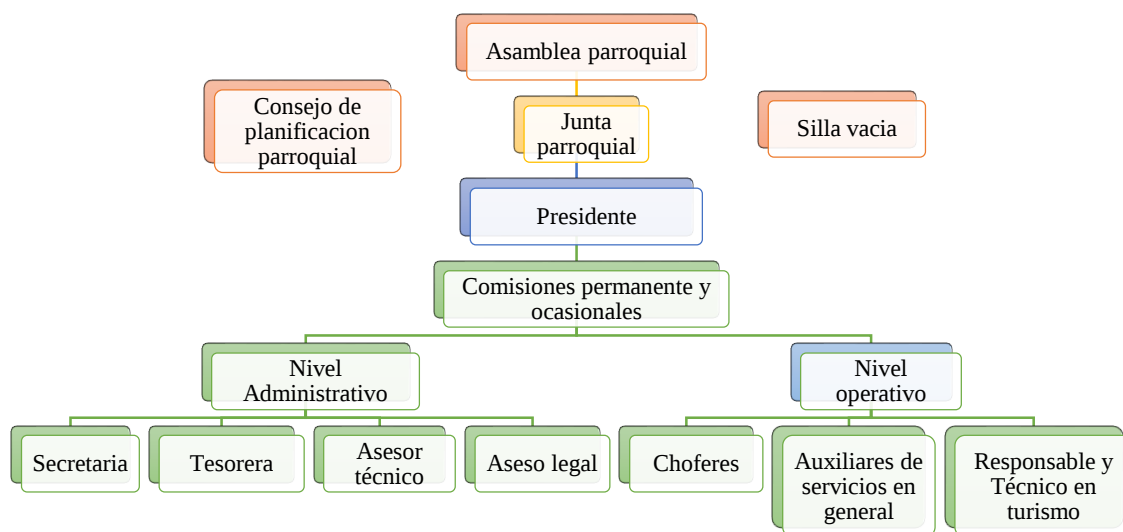
9. ESTRATEGIA DE EJECUCION

9.1. Estructura operativa

Luego de la revisión en físico y digital del Reglamento Orgánico Funcional del Gobierno Parroquial Rural de Bellavista, aprobado el 07 de febrero de 2017, se considera realizar una nueva actualización en su estructura orgánica y funciones.

En el siguiente grafico se demuestra la estructura a utilizar:

Gráfico 30.- Organigrama GAD parroquial de Bellavista



Elaborado por: Elena Quinchiguango

En el grafico anterior expuesto se puede apreciar que dentro del Nivel Operativo se ha considerado añadir dos nuevos puestos denominados; **Responsable del manejo de visitantes y Técnico en manejo de visitantes.**

Para el funcionario que va prestar sus servicios en el Centro de Interpretación Natural y Cultural de Bellavista, será quien brindara atención a los usuarios visitantes, quien deberá impartir información relevante relacionados a los sitios de interés turístico.- En caso de no tener mucha demanda el funcionario podrá acogerse a realizar otra actividad que se encuentra bajo la autorización de la máxima autoridad denominadora.

Por cuanto es necesario trabajar en una nueva actualización del Reglamento Orgánico Funcional del Gobierno Parroquial Rural de Bellavista en base al **Art 9**, sobre la **Estructura orgánica**, ya que al implementarse un nuevo servicio turístico por parte del GAD parroquial para la comunidad es notable seleccionar y contratar dos nuevos operarios para la institución, con ello creando un nuevo artículo que sustente las funciones del **Responsable del manejo de visitantes** y del **Técnico en manejo de visitantes** dentro de la sección NIVEL ADMINISTRATIVO Y OPERATIVO, y por último se buscara la disponibilidad existente en el distributivo de remuneraciones o la partida presupuestaria para solventar los egresos que ello ocasione en base al **art 42. De la disponibilidad** como lo menciona su reglamento vigente.

El proyecto de Creación y ejecución del Centro de Interpretación en Bellavista contara con una estructura operativa compuesta dentro del Nivel operativo y equipos técnicos para la gestión de la oferta turística en Bellavista.

9.2. Arreglos institucionales y modalidad de ejecución

Es primordial indicar que, para la correcta ejecución del proyecto al inicio de este trabajo de investigación se realizó la firma de una carta de compromiso entre la UIDE sede Galápagos con el GAD parroquial de Bellavista con la finalidad de desarrollar el Programa de Fortalecimiento Técnico en elaboración y aplicación de proyectos.

Por cuanto para el desarrollo de este proyecto también ha sido crucial considerar los siguientes parámetros con respecto a los arreglos institucionales que debe optar para una óptima ejecución:

Tabla 25. Arreglos Institucionales y modalidades de ejecución

INSTITUCIÓN	EJECUCION
Ministerio de Turismo (MINTUR)	Es el ente regulador y aprobador para la ejecución de la actividad quien valida el proyecto impacto, da acompañamiento técnico y apoyo coordinado con pro a un desarrollo ordenado y sostenible en materia turista, los cuales se enlaza con el resto de actividades adyacentes al turismo en Bellavista.
Servicios de Rentas Internas (SRI)	En esta entidad aprueba el registro de una actividad comercial lucrativa o sin fines de lucro con la emisión del RUC (Registro Único de Contribuyentes) a través de la cual se efectúan las declaraciones de los impuestos pertinentes. / Incorporación de la nueva actividad.
Proveedores	Son las personas o empresas que otorgan insumos y materiales al Centro de interpretación para su correcto funcionamiento en el lugar a instalarse.
Gobierno Autónomo Descentralizado Municipio de Santa Cruz	Es la entidad que otorga el permiso para poder emprender cualquier tipo de negocio mediante una patente de acuerdo al tipo de comercio que se va realizar dentro de la localidad. -Adicional es el ente regulador del permiso de construcción y remodelación del parque San Antonio, tanto como para la construcción del Centro de interpretación Natural y Cultural en Bellavista.
Cuerpo de Bomberos	Es la entidad respaldada por el Municipio del Cantón para vigilar que la empresa se encuentre en perfectas condiciones de funcionamiento con la finalidad de evitar accidentes e incendios futuros por medio de la verificación y comprobación de la correcta instalación eléctrica.
Empresa Eléctrica de Galápagos (ELEGALAPAGOS S.A.)	Es la entidad que proveerá el servicio eléctrico para el Centro de interpretación, así como para el Parque San Antonio.

Elaborado por: Elena Quinchiguango

Donde podemos determinar desde un principio los actores involucrados en esta reactivación de la economía es el sector de Bellavista, por cuanto se realiza gracias al convenio entre la Universidad Internacional del Ecuador sede Santa Cruz y el Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial de Bellavista teniendo como apoyo para el

desarrollo a la encargada del proyecto turístico del Centro de Interpretación Cultura y Natural de Bellavista, Lic. Belén Cepeda con pro a favor de la comunidad.

9.3. Cronograma valorado por componente y actividades

Tabla 26.- Cronograma valorado para ejecución de plan de marketing

RUBROS	MES 1	MES 2	MES 3	MES 4	MES 5
Estilo, diseño de programa de Interpretación Ambiental para Preproducción, producción y post producción de documentales para cada estación.		\$1.493,33	\$1.493,33	\$1.493,33	\$0,00
Letrero de bienvenida tipo cenefa con logos institucionales					\$1.500,00
Letrero de madera panel interpretativo					\$3.000,00
Banner full color del Centro de Interpretación					\$85,00
Adquisición de dominio web y hosting institucional					\$558,88
Soporte para actualización de página web					\$299,04
INVERSION MENSUAL	\$0,00	\$1.493,33	\$1.493,33	\$1.493,33	\$5.442,92
AVANCE PARCIAL EN %	0,00%	15,05%	15,05%	15,05%	54,85%
INVERSION ACUMULADA	\$0,00	\$1.493,33	\$2.986,67	\$4.480,00	\$9.922,92
AVANCE ACUMULADO EN %	0,00%	15,05%	30,10%	45,15%	100,00%

Elaborado por: Elena Quinchiguango

Adicional, en este apartado se añade el gasto mensual y la ejecución de la obra en construcción del Centro y su cronograma referencial de la obra, la inversión mensual y el avance parcial en porcentaje para conocer con detalle cuales rubros debe ir cumplimiento durante la ejecución de la obra.

Tabla 27.- Cronograma de valoración de obra por rubros mensuales

RUBRO	DETALLE	MES 1 (30 DIAS)	MES 2 (60 DIAS)	MES 3 (90 DIAS)	MES 4 (120 DIAS)	MES 5 (150 DIAS)
INSTALACIONES ELECTRICAS	Puntos de luz		\$1.615,59			
	Luminaria LED 49,5W 60X60				\$1.158,36	
	Luminaria LED 17 W 33X33				\$309,24	
	Aplicador de pared exterior				\$257,07	
	Puntos de tomacorriente 110 v		\$1.308,24			
	Punto de tomacorriente 220 v		\$271,32			
	Panel distribución 12-24 inc. Breakers		\$458,11			
	Acometida eléctrica				\$635,10	
	Lámparas de emergencia				\$395,64	
INSTALACIONES HIDRO SANITARIAS	Punto de agua 1/2"		\$446,00			
	Acometida de agua de 3/4"			\$216,00		
	Punto de desagüe 4"		\$127,71			
	Punto de desagüe 2"		\$284,55			
	Matriz desagüe 4"		\$217,95			
	Matriz de 2"		\$180,15			
	Bomba de agua 3/4+tanque presión +acce				\$1.458,73	
PIEZAS SANITARIAS	Inodoro incluido grifería PRESMA TIC					\$870,09
	Lavamanos empotrado grifería PRESMA TIC					\$776,12
	Urinario grifería PRESMA TIC					\$436,06
ACCESORIOS DE BAÑOS Y EQUIPAMIENTO	Secadora eléctrica de manos					\$143,76
	Dispensador de jabón líquido					\$83,76
	Porta papel rollo grande					\$83,76
	Televisiónes lev 55 pulgadas					\$6.912,00
	Aire acondicionado de 36000 btu					\$2.600,54
SISTEMA ELECTRICO EXTERIOR	PANEL DE DISTRIBUCION 1F-24 ESP con sistema de Contacto controlado para iluminación			\$1.152,00		
	Cajas de Hormigo Armado 30X30X30			\$648,00		
	PUNTO DE ALUMBRADO 240V Ø 3/4" PVC			\$7.186,32		
	PUNTO DE ALUMBRADO 120V Ø 1/2" PVC,			\$10.201,53		
	PUNTO DE TOMACORRIENTE 120V Ø 1/2" PVC			\$2.968,56		
	PUNTO DE TOMACORRIENTE 220V Ø 3/4"			\$200,23		
	Poste Hormamental de 4mts y Lámpara			\$22.620,29		
	Luminaria tipo reflector de jardinería				\$4.141,21	
	Luminaria empotrable de Piso LED				\$5.631,95	
	Luminaria para Pergola					\$1.015,07
	Instalación Tomacorriente					\$706,56
INVERSION MENSUAL		\$10.054,96	\$24.486,28	\$84.340,20	\$31.180,98	\$37.648,72
AVANCE PARCIAL EN %		5,36%	13,04%	44,93%	16,61%	20,06%
INVERSION ACUMULADA		\$10.054,96	\$34.541,24	\$118.881,45	\$150.062,43	\$187.711,14
AVANCE ACUMULADO EN %		5,36%	18,40%	63,33%	79,94%	100,00%

Elaborado por: Elena Quinchiguango

10. ESTRATEGIA DE SEGUIMIENTO Y EVALUACION

10.1. Monitoreo de la ejecución

Se elaborará una matriz de planificación mensual, la cual será aplicada durante toda la implementación del proyecto. La información recopilada del número de visitas en el lugar mensualmente será sistematizada para la elaboración de los informes mensuales y el análisis respectivo de la cantidad de acogida por el Centro de Interpretación Natural y Cultural de Bellavista como proyecto turismo.

También en territorio se realizarán reuniones periódicas entre el Coordinador de Proyecto, y el equipo técnico a cargo del proyecto, los beneficiarios del mismo, con el propósito de realizar evaluaciones, retroalimentación y mejoras del caso.

El monitoreo permanente será llevado mediante un programa de visitas a los sitios de visita que será liderado por un equipo técnico proyecto (coordinador de proyecto, y el equipo técnico a cargo del proyecto), en coordinación con el GAD Parroquial de Bellavista.

La coordinadora del convenio se encargará de realizar el seguimiento del proyecto para garantizar la consecución de los resultados del proyecto, entre las responsabilidades de la coordinadora está la presentación de informes mensuales del avance del proyecto ante el GAD parroquial de Bellavista, presentación del informe técnico para la solicitud del respectivo desembolso, presentación de informes finales previo cierre del proyecto.

10.2. Evaluación de resultados e impactos

La evaluación de los resultados e impactos estará a cargo del presidente del Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial de Bellavista en conjunto con sus miembros de la Junta Parroquial, serán las responsables del buen manejo y control económico, así mismo se formara el comité de Gestión de Proyecto quien acompañara durante la ejecución del proyecto con el único objetivo de aplicar las estrategias del marketing mix para el Centro de Interpretación Natural y Cultura ubicado en la parroquia de Bellavista, Cantón Santa Cruz, Provincia de Galápagos, el cual tiene como finalidad reactivar la economía del sector, promover, difundir y promocionar el lugar como un proyecto turismo encaminado a un diseño de interpretación ambiental de tipo de desarrollo social para la comunidad.

11. CONCLUSIONES

A través de esta investigación realizada se pudo identificar las herramientas y métodos del marketing mix más eficientes que se podrían utilizar en el Plan de Marketing para el Centro de interpretación Natural y Cultural de Bellavista con la finalidad de poder tener acogida al centro y cuyas visitas sean siempre demostrando programas interpretativos a los visitantes.

Al término de este estudio de mercado y recolección de información se demuestra que este proyecto tiene viabilidad de desarrollo social sin fines de lucro, donde se identificó que los posibles visitantes serán aquellos que no manejan programas de tours y que son de la región Sierra, sin embargo existe un índice de acogida a los extranjeros siempre y cuando se siga manteniendo el acceso de forma gratuita.

Con respecto a los gastos que pueden causar en este proyecto de investigación se ha implementado crear un buzón de sugerencia y donaciones voluntarias, dichas donaciones recibidas sean para el mantenimiento correctivo y preventivo del lugar.

Si se utiliza las estrategias planteadas, los métodos y medios anteriormente expuesto en esta investigación para el Centro Interpretación Natural y Cultural de Bellavista podría tener resultados positivos ya que al momento al ser un lugar pequeño con limitadas opciones de ocio y entretenimiento puede causar desinterés.

12. RECOMENDACIONES

Al ser un proyecto en ejecución de la zona rural de Bellavista se recomienda realizar reuniones de trabajo con los dirigentes y presidentes de barrios del sector para dar a conocer que es lo que está yendo a ejecutar en la área del parque San Antonio a través de la remodelación que realiza el GAD parroquial de Bellavista.

Esta ejecución de un nuevo proyecto permita unir lazos de hermandad entre los propietarios y dueños de las actividades turísticas y comerciales para que la reactivación económica sea para toda la zona rural de Bellavista.

Quienes se encuentren a cargo de la administración puedan poner en práctica los diseños y estrategias de marketing para ganar visitantes, siendo así con la utilización de medios tecnológicos a través de las redes sociales y mensajes de difusión para alcanzar los objetivos propuestos.

Recordar que este nuevo Centro formara parte de la administración pública con la única finalidad de demostrar las riquezas y fines de conservación ambiental, lo cual ha generado un estudio medido y muy distinto a los proyectos de sostenibilidad económica.- Por ende este proyecto no tiene beneficio económico simplemente se opta por demostrar un desarrollo social para la comunidad, tanto que el Gobierno Ecuatoriano a través de sus partidas certificadas deberán desembolsar para los gastos administrativos y construcción al momento.

Cabe recalcar que será necesario realizar una inversión en museología de mayor interés para que a un futuro tener un rubro de ingreso y solvente los gastos administrativos del Centro de Interpretación.

Se hace hincapié en que la página institucional debe estar frecuentemente actualizada para quienes deseen tener información del lugar sea más accesible con información relevante y precisa.

13. BIBLIOGRAFIA

CENSO IPCG; (2016). Principales resultados censo de población y vivienda Galápagos 2015. Ecuador.

Cepeda, B. (15 de mayo de 2018). Situación actual de Bellavista. (E. Quinchiguango, Entrevistador)

Código Orgánico de Organización Territorial, a. y. (2012). *COOTAD*. Quito.

Constitucion de la Republica del Ecuador. (2008). Constitución de la Republica del Ecuador. Montecristi.

Corral, L. (s.f.). *Definicion de plan de marketing*. Obtenido de Definicion de plan de marketing: <https://www.marketing-xxi.com/el-plan-de-marketing-en-la-empresa-132.htm>

Cristóbal, C. d. (2016). <https://www.ec.viajandox.com/san-cristobal/centro-de-interpretacion-A410>. Obtenido de <https://www.ec.viajandox.com/san-cristobal/centro-de-interpretacion-A410>: <https://www.ec.viajandox.com/san-cristobal/centro-de-interpretacion-A410>

Darwin, F. C. (marzo de 2018). *El Centro de Interpretación Van Straelen*. Obtenido de El Centro de Interpretación Van Straelen: <https://www.darwinfoundation.org/es/articulos-blog/359-el-centro-de-interpretacion-van-straelen-se-prepara-para-una-nueva-exhibicion>

DPNG;. (2018). *Informe anual 2017 de Recaudacion de tributo*. Puerto Ayora.

Escuela de Sociología de la UCV, Caracas, Venezuela. (2011). *Sociologia planificada*. Escuela de Sociología de la UCV, Caracas, Venezuela.

Fleitman, Jack. (2015). Plan de negocios y planeación estratégica empresarial en el siglo XXI. . *GastioPolis*.

- Galápagos, C. d. (2012). *Plan Estratégico Participativo Gobierno Rural Autónomo de Bellavista*. Puerto Ayora.
- INEC. (2010). <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/informacion-censal-cantonal/>.
- Jarrin, S. G. (2017). *Proyecto titulación Plan de Marketing Turístico para el Circuito Fausto LLerena en la Ciuda de Puerto Ayora*. Guayaquil.
- Ley de Turismo. (2014). *Ley de Turismo*. Quito.
- Loyola, E. (31 de mayo de 2018). Registro de visitantes. (E. Quinchiguango, Entrevistador)
- Muñiz, R. (2016). *Marketing en el Siglo XXI, Plan de marketing*. Obtenido de Marketing en el Siglo XXI, Plan de marketing: <https://www.marketing-xxi.com/el-plan-de-marketing-en-la-empresa-132.htm>
- Observatorio de turismo de Galápagos. (2015). *Perfil de visitantes de mercados emisores a Galápagos*. Puerto Ayora.
- Panata, R. (20 de 06 de 2018). Opinión ciudadana acerca del turismo en Bellavista. (E. Quinchiguango, Entrevistador)

14. ANEXOS

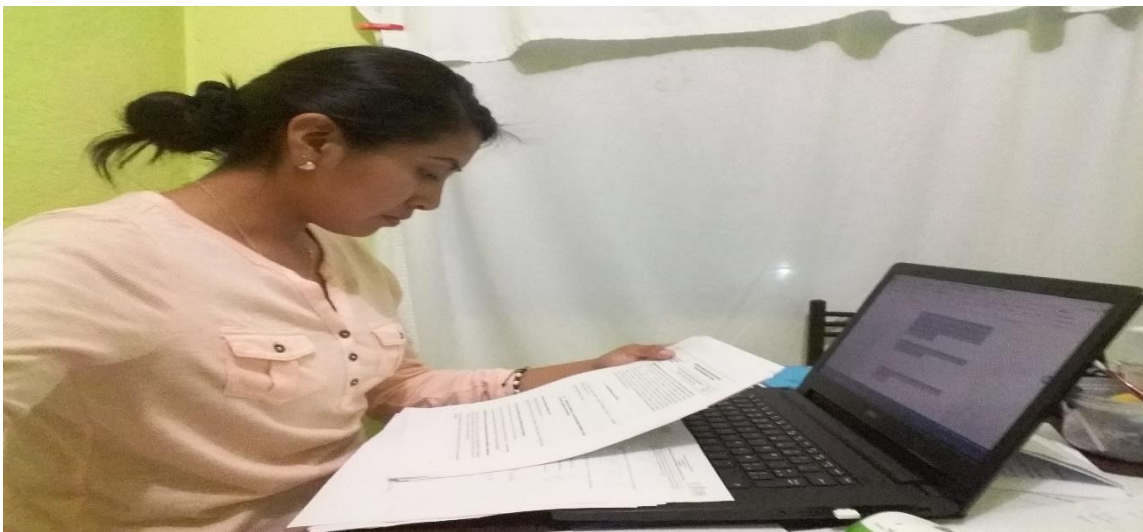
Anexo 1. Visitas al GAD parroquial de Visita para entrevistas



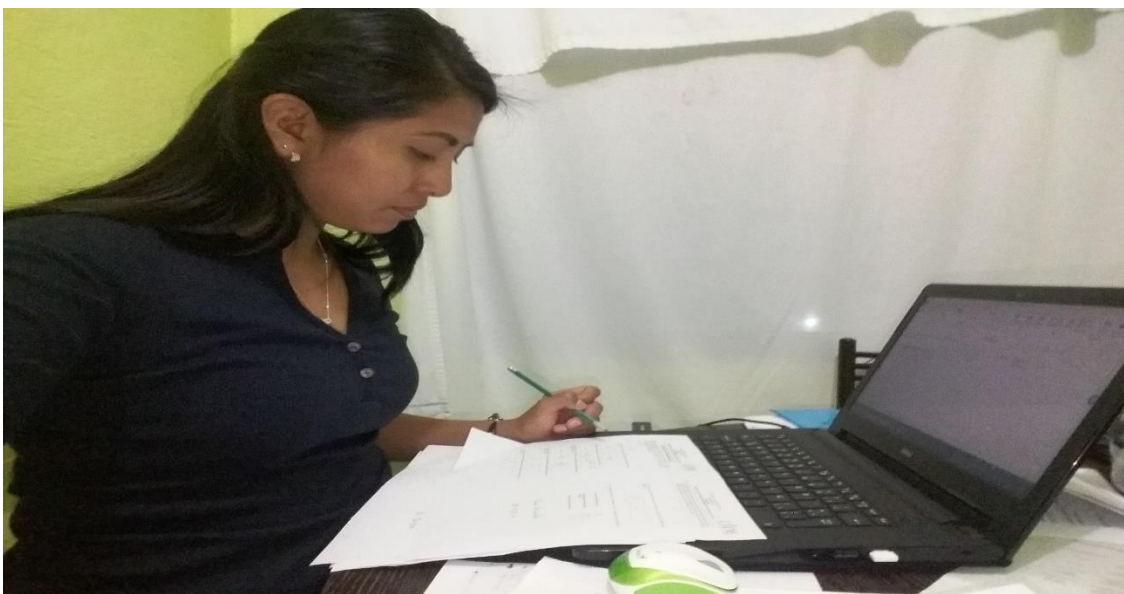
Anexo 2.- Levantamiento de información en la comunidad y de establecimientos que prestan bienes y servicios en Bellavista

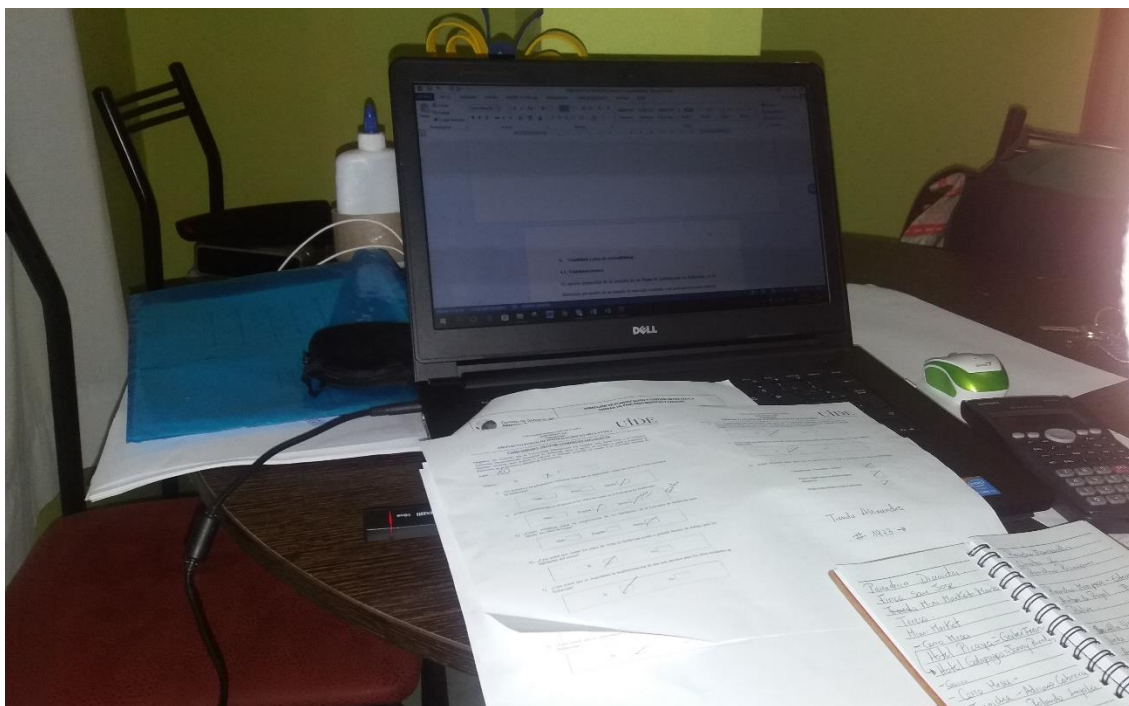


Anexo 3. Consultas e investigaciones para el desarrollo del proyecto



Anexo 4. Análisis de información recopilada



Anexo 5. Insumos y materiales utilizados**Anexo 6. Lugar donde se va a realizar la construcción del Centro de interpretación**

Anexo 7. Foto lateral del lugar de construcción



Anexo 8. Visita a Jefa política de Bellavista, Mgs. Lorena Flores.



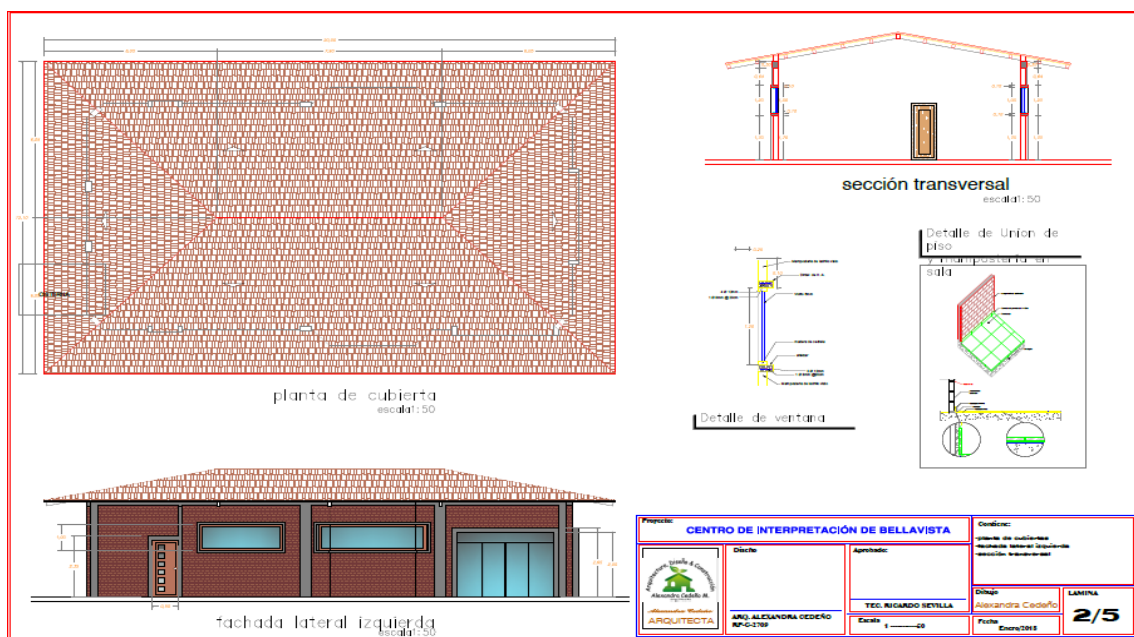
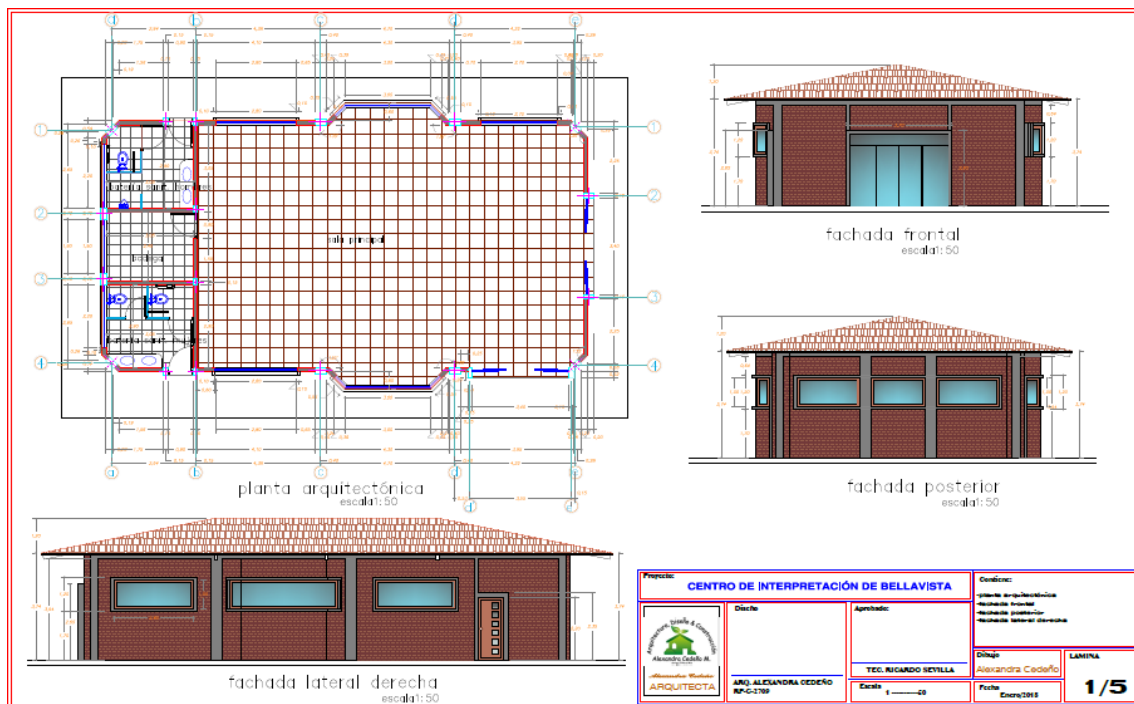
Anexo 9. Trabajo en equipo con Ing. Daniela Brito, secretaria de la Junta Parroquial.

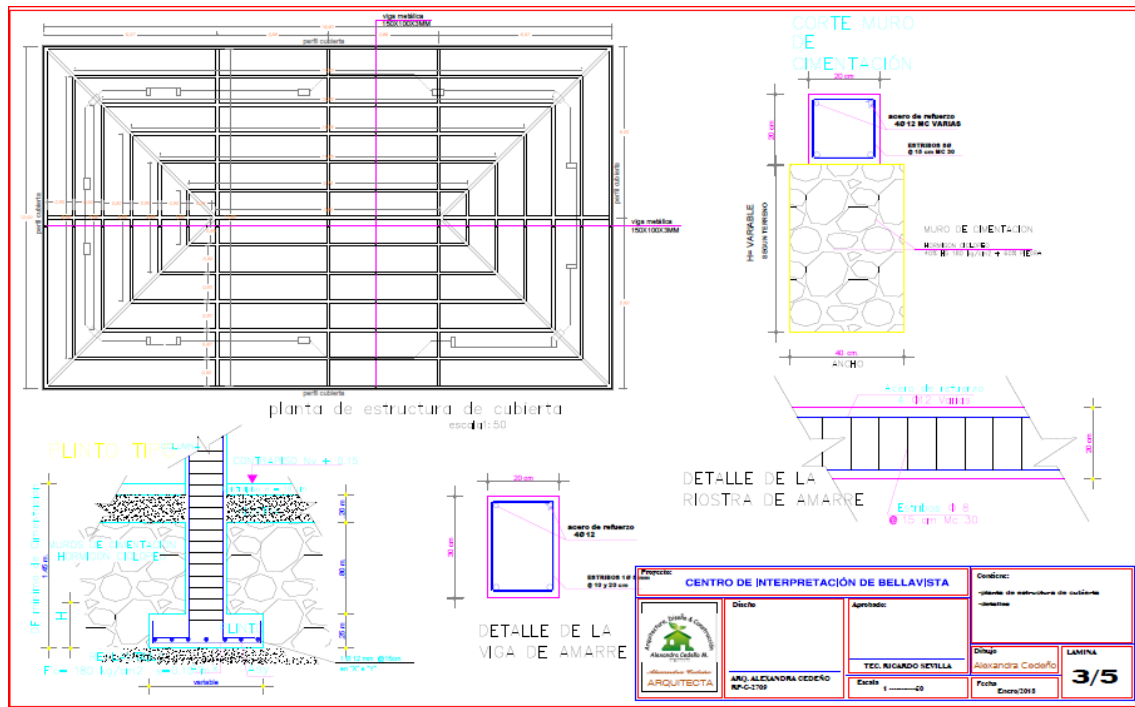


Anexo 10. Sala de reuniones de la Junta Parroquial



Anexo 11. Planos del Centro de Interpretación natural y cultural de Bellavista





Anexo 12.- Reunión para presentación final de proyecto borrador con Lic. Belén Cepeda

