



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

TEMA:

**“Propuesta de un Plan Estratégico para Reestructurar el
Sector Hotelero a través del Turismo Comunitario en las Islas
Galápagos”**

AUTORA:

CRUZ RIVAS BETY DEL ROCÍO

**Trabajo de titulación previo a la obtención del título de
Ingeniera Comercial**

TUTORA:

Ing. Yanina Bajaan Villagómez, Ph.D. (c)

Guayaquil, Ecuador

15 de marzo del 2019



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

CERTIFICACIÓN

Certificamos que el presente trabajo de titulación, fue realizado en su totalidad por **CRUZ RIVAS BETY DEL ROCÍO** como requerimiento para la obtención del título de **Ingeniera Comercial**

Guayaquil, 15 de marzo del 2019

TUTORA

f. _____
Ing. Yanina Bajaña Villagómez, Ph.D.

DIRECTORA DE LA CARRERA

f. _____
Ing. Georgina Balladares Calderón, Mgs.



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Yo, **CRUZ RIVAS BETY DEL ROCÍO**

DECLARO QUE:

El Trabajo de Titulación, **“Propuesta de un Plan Estratégico para Reestructurar el Sector Hotelero a través del Turismo Comunitario en las Islas Galápagos”**, previo a la obtención del título de **Ingeniera Comercial**, ha sido desarrollado respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan en el documento, cuyas fuentes se incorporan en las referencias o bibliografías. Consecuentemente este trabajo es de mi total autoría.

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance del Trabajo de Titulación referido.

Guayaquil, 15 de marzo del 2019

LA AUTORA

f. _____
Cruz Rivas Bety Del Rocío



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
AUTORIZACIÓN

Yo, **Cruz Rivas Bety Del Rocío**

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil a la **publicación** en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación, **“Propuesta de un Plan Estratégico para Reestructurar el Sector Hotelero a través del Turismo Comunitario en las Islas Galápagos”**, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

Guayaquil, 15 de marzo del 2019

LA AUTORA:

f. _____
Cruz Rivas Bety Del Rocío

REPORTE URKUND

Conex: Yanina Bajana - Outlook X Inicio - URKUND X D48564887 - 0228 Cruz Rivas del Rocio X D48567028

Aplicaciones Conex: Yanina Baja...

URKUND

Documento [0228 Cruz Rivas del Rocio \(D48564887\)](#)

Presentado 2019-03-01 10:23 (-05:00)

Presentado por [yabajana@normal.com](#)

Recibido [yanina.bajana.urg@analisis.orkund.com](#)

4% de estas 78 paginas, se componen de texto presente en 10 fuentes.

Ing. Yanina Bajana Villagómez, Ph.D. (c)

PROFESOR TUTOR-REVISOR PROYECTO DE GRADUACIÓN

Cruz Rivas Bety del Rocio
AUTORA PROYECTO DE GRADUACIÓN



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN

f. _____

Eco. Lucía Magdalena Pico Versoza, MGS.

DECANO O DIRECTOR DE CARRERA

f. _____

Ing. Paola Alexandra Traverso Holguín

COORDINADOR DEL ÁREA O DOCENTE DE LA CARRERA

f. _____

Ing. Erick Paul Murillo Delgado

OPONENTE

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por su infinita misericordia de darme la oportunidad de estar viva y con salud para culminar mis estudios universitarios, a mis padres Luis Cruz (+) y Bernilda Rivas por su apoyo absoluto, paciencia y amor con lo cual me estimularon a cristalizar este objetivo.

A la Universidad Católica Santiago de Guayaquil y todo el cuerpo de Docentes, Tutores y Personas Especiales que me ayudaron con sus consejos y enseñanzas a superar los obstáculos durante estos años de estudio.

f. _____
Cruz Rivas Bety Del Rocío

DEDICATORIA

Esta tesis va dedicada con infinito amor a mis hijos Yker, Matías (+) y Wendy los cuales son el motor de mi existencia y de mi lucha diaria por alcanzar mayores y mejores metas en mi vida.

A mi hermana Magdalena por estar a mi lado en los buenos y malos momentos, brindándome su apoyo incondicional y sosteniéndome para que no decaiga en este objetivo de culminar mis estudios.

Quiero hacer énfasis en dedicarle este trabajo a mi hijo Matías (+) y a mi padre Luis (+), porque tengo la plena seguridad que con este logro alcanzado ellos estarán felices viéndome y guiándome desde el cielo.

f. _____
Cruz Rivas Bety Del Rocío

ÍNDICE

Capítulo I Marco Introdutorio	Página
1.1 Antecedentes	4
1.2 Planteamiento del Problema	6
1.3 Justificación de la Investigación	10
1.4 Objetivos	11
1.5 Propositiones	11
1.6 Delimitaciones	11
Capítulo II Marco de la Investigación	
2.1 Marco Teórico	13
2.1.1 Sector Hotelero	13
2.1.1.1 Características del Sector Hotelero	13
2.1.2 Turismo Comunitario	20
2.1.2.1 Eje del Desarrollo Comunitario	22
2.1.2.2 Planes del Desarrollo Comunitario	23
2.1.2.3 Modelos de Planes Desarrollo Comunitario	23
2.1.3 Turismo Comunitario en el Ecuador	25
2.1.3.1 Análisis de Oferta y Demanda del Turismo Comunitario	28
2.1.4 Turismo Comunitario en Galápagos	31
2.2 Marco Conceptual	34
2.3 Marco Referencial	36
2.3.1 Sistema de Gobernanza de Turismo en Ecuador	37
2.3.2 Perspectiva del Turismo	38
2.4 Marco Legal	39
2.5 Impactos Económicos Socioculturales y Ambientales	43
2.5.1 Impactos Económicos	43
2.5.2 Impactos Sociales Positivos Negativos	44
2.5.3 Impactos Ambientales Positivos Negativos	44
Capítulo III Marco Metodológico	
3.1 Enfoque de la Investigación	45
3.1.1 Enfoque Cuantitativo	46
3.1.2 Enfoque Cualitativo	46
3.1.3 Enfoque Mixto	46
3.2 Tipos de Investigación	47
3.2.1 Investigación Exploratoria	47
3.2.2 Investigación Descriptiva	47
3.2.3 Investigación Correlacional	48
3.2.4 Investigación de Campo	48
3.3 Métodos de la Investigación	49
3.3.1 Método Lógico Deductivo	48

3.3.2 Método Lógico Inductivo	49
3.3.3 Método Delphi	50
3.4 Fuentes de la Información	52
3.4.1 Tipos de la Investigación	52
3.5 Técnicas de la Investigación	53
3.5.1 Encuesta	54
3.5.2 Entrevista	54
3.6 Población y Muestra	55
3.6.1 Tamaño de la Muestra	56

Capítulo IV Análisis de Datos

4.1 Encuesta realizada a los Turistas	58
4.2 Encuesta realizada a los Operadores de Turismo	69
4.3 Interpretación de los resultados del Diagnostico	76

Capítulo V La Propuesta

5.1 Análisis Situacional del Entorno	78
5.1.1 Microambiente	79
5.1.1.1 Demográfico	79
5.2 Análisis Modelo PEST	85
5.2.1 Análisis Político	85
5.2.1.1 Análisis de Incidencias en las Islas Galápagos	86
5.2.1.2 Régimen Especial de Galápagos	87
5.2.2 Análisis Económico	87
5.2.2.1 Tributos Generados por el Turismo en Galápagos	88
5.2.3 Análisis Social	89
5.2.4 Análisis Tecnológico	95
5.3 Análisis Matriz FODA	97
5.4 Matrices Evaluación de Factores Internos y Externos	99
5.4.1 Análisis Matriz Evaluación Factores Internos MEFI	99
5.4.2 Análisis Matriz Evaluación Factores Externos MEFE	100
5.5 Análisis de Matriz Perfil Competitivo	101
5.6 Propuesta de Plan Estratégico	102
5.6.1 Ubicación	102
5.6.2 Mercado Potencial de Plan Estratégico	103
5.6.3 Segmento de Mercado Estratégico	103
5.6.4 Misión Plan Estratégico	104
5.6.5 Visión Plan Estratégico	104
5.6.6 Planificación Estratégica FO-FA-DO-DA	104
5.6.7 Planeación del Marketing Estratégica Mix	106
5.6.7.1 Producto	106
5.6.7.2 Precio	109
5.6.7.3 Plaza / Distribución	111

5.6.7.4 Promoción / Publicidad	112
5.6.8 Propuesta del Plan Estratégico Turismo Comunitario	115
5.6.8.1 Variables del Desarrollo del Plan Estratégico	115
5.6.8.1.1 Ofertas Turísticas Objetivos Específicos	115
5.6.8.1.2 Demanda Turísticas	116
5.6.8.1.3 Información y Comunicación Turística	118
5.6.9 Plan Operativo	119
Conclusiones	122
Recomendaciones	124

INDICE DE TABLAS

1	<i>Tipos de Turismo en el Ecuador</i>	29
2	<i>Servicios Turísticos en el Ecuador</i>	30
3	<i>Muestra Seleccionada para realizar la Encuesta</i>	57
4	<i>Estacionalidad de Arribos Turísticos Top 10</i>	81
5	<i>Posición del Turismo Exportaciones Principales 2017</i>	87
6	<i>Ingreso Turistas al PNG durante el año 2008</i>	88
7	<i>Precios de las Aéreas Protegidas</i>	89
8	<i>Cobertura y Alcantarillado</i>	93
9	<i>Consumo de Diésel por Isla</i>	94
10	<i>Matriz Evaluación Factores Internos</i>	99
11	<i>Matriz Evaluación Factores Externos</i>	100
12	<i>Matriz Perfil Competitivo</i>	101
13	<i>Planificación Estratégica FO-FA-O-DA</i>	104
14	<i>Precios Comparativos de Hospedaje</i>	109
15	<i>Paquetes Ofrecidos por Operadores Turísticos</i>	111
16	<i>Valores de Paquetes Turístico en Crucero</i>	112
17	<i>Presupuesto Actividades 2019 - 2021</i>	121

INDICE DE IMAGENES

1	<i>Modelo de Desarrollo Sustentable</i>	23
2	<i>Modelo de Planificación de Empresas Turísticas</i>	24
3	<i>Sistema Turístico</i>	37
4	<i>Género de turistas Encuestados</i>	59
5	<i>Promedio de Edad de los Turistas</i>	60
6	<i>Procedencia de los Turistas</i>	61
7	<i>Origen de los Turistas</i>	62
8	<i>Promedio de Gastos por Turistas</i>	63
9	<i>Tipos de Atractivos que prefiere el Turista</i>	64
10	<i>Frecuencia de Vacaciones del Turista</i>	65
11	<i>Las Islas Galápagos como Destino Turístico</i>	66
12	<i>Concepto sobre Hospedaje de Turismo Comunitario</i>	67
13	<i>Intención de Hospedaje</i>	68
14	<i>Conocimiento de los Operadores Turísticos</i>	69
15	<i>Impulso del Estado al Turismo Comunitario</i>	70
16	<i>Percepción sobre la Capacitación en las Comunas</i>	71
17	<i>Percepción Servicios Brindados sobre Turismo Clásico</i>	72
18	<i>Variables a considerar en el Turismo Comunitario</i>	73

19	<i>Percepción de los Turistas sobre Turismo Comunitario</i>	74
20	<i>Tiempo que Vacaciones los Turistas</i>	75
21	<i>Arribos Según Procedencia de Turistas 2017</i>	80
22	<i>Análisis Turísticos por País y Posición Mercado 2017</i>	80
23	<i>Edades Promedios de los turistas en Galápagos</i>	82
24	<i>Islas Santa Cruz</i>	83
25	<i>Isla San Cristóbal</i>	84
26	<i>Isla Isabela</i>	85
27	<i>Ubicación de las Islas Galápagos</i>	102
28	<i>Instalaciones de Hospedaje Comunitario</i>	110

RESUMEN

La presente tesis se elaboró con el objetivo de desarrollar una “Propuesta de un Plan Estratégico para Reestructurar el Sector Hotelero a través del Turismo Comunitario en las Islas Galápagos”. Este proyecto de tesis contempla varias aristas dentro de un Plan Estratégico de Marketing cuya finalidad es de establecer un objetivo general y varios específicos, con los cuales trata de aperturar nuevos segmentos de mercados de turistas, permitiendo tener mejores posibilidades de ingresos para las comunidades que viven del turismo en las Islas. Dentro del proyecto se estableció un Marco Teórico Referencial sobre conceptos de Turismo Comunitario, Economía Sostenible, Matriz Productiva Turística, Desarrollo Turístico, además de establecer Marco Metodológico de Carácter Analítico y Deductivo utilizando técnicas como la entrevista y encuestas con muestras aleatorias a operadores turísticos, turistas potenciales, y personas de la comunidad.

Una vez establecida y recopilada la información, se procedió a realizar algunas Matrices para procurar tener diagnósticos claros y objetivos como Matriz de Factores Internos, Matriz de Factores Externos, Matriz FODA, Matriz PEST, lo cual tiene como objetivo establecer variables concretas sobre el entorno que se mueve el Sector Turístico Comunitario de Galápagos, para luego plantear en el Plan Estratégico de Mercadeo las variables de Precio, Producto, Logística, Comunicación Publicitaria y a través de estas variables implementar la Misión y la Visión de la Propuesta, que concluya con recomendaciones viables en este proyecto de investigación.

Esto se puntualizó en las conclusiones y recomendaciones que se realizaron al final del proyecto, en las cuales se deja claramente observar que siguiendo el plan estructural se puede alcanzar los objetivos planteados.

Palabras Claves: Turismo Comunitario, Economía Sostenible, Matriz Productiva Turística, Desarrollo Turístico, Capacitación Comunitaria, Divisas Turísticas, Operadores Turísticos, Mercado Potencial, Análisis del Sector.

ABSTRACT

The present thesis was elaborated with the objective of developing a "Proposal of a Strategic Plan to Restructure the Hotel Sector through Community Tourism in the Galapagos Islands". This thesis project contemplates several aspects within a Strategic Marketing Plan whose purpose is to establish a general objective and several specific ones, with which it tries to open new segments of tourist markets, allowing to have better income possibilities for the communities that live of tourism in the Islands. Within the project a Referential Theoretical Framework was established on concepts of Community Tourism, Sustainable Economy, Tourist Productive Matrix, Tourism Development, besides establishing Methodological Framework of Analytical and Deductive Character using techniques such as interviews and random sample surveys to tour operators, tourists potentials, and people from the community.

Once the information was established and collected, some Matrices were carried out to try to have clear and objective diagnoses such as the Internal Factors Matrix, External Factors Matrix, SWOT Matrix, PEST Matrix, which aims to establish concrete variables about the environment that the Community Tourism Sector of the Galapagos moves, to then raise in the Strategic Marketing Plan the variables of Price, Product, Logistics, Advertising Communication and through these variables implement the Mission and the Vision of the Proposal, which concludes with viable recommendations in this research project.

This was pointed out in the conclusions and recommendations that were made at the end of the project, in which it is clearly noted that following the structural plan can achieve the objectives set.

Key words: Community Tourism, Sustainable Economy, Productive Tourism Matrix, Tourism Development, Community Training, Tourism Currencies, Tour Operators, Potential Market, Sector Analysis.

INTRODUCCIÓN

Ecuador está dividido en tres regiones continentales Costa, Sierra, Oriente y la Región Insular de Galápagos, lo cual le permite al país tener una biodiversidad en la fauna y la flora de las más ricas del universo, la Región Insular de Galápagos constituye para el país y para el mundo uno de los más bellos parques naturales de diferentes especies preservados en el universo.

Las Islas Galápagos se encuentran situadas a 972 kilómetros del Ecuador continental, teniendo una superficie terrestre de 7.882 km². Está conformado por trece islas grandes con una superficie mayor a 10 km², seis islas medianas con una superficie de 1 km² a 10 km² y otros 215 islotes de tamaño pequeño, además de promontorios rocosos de pocos metros cuadrados, distribuidos alrededor de la línea del Ecuador terrestre, que conjuntamente con el Archipiélago Malayo, son los únicos archipiélagos del planeta que tienen tierras tanto en el hemisferio norte como en el hemisferio sur. Entre las Islas principales se encuentran (San Cristóbal donde se encuentra la capital Puerto Baquerizo Moreno, y el aeropuerto; Santa Cruz; Isabela y Floreana) en estas Islas principales hay una población aproximada 37 mil habitantes.

Las islas Galápagos fueron descubiertas por casualidad el 10 de marzo de 1535, cuando el barco del obispo de Panamá Fray Tomás de Berlanga se desvió de su destino a Perú, donde cumpliría un encargo del rey español Carlos V para arbitrar en una disputa entre Francisco Pizarro y sus subordinados tras la conquista del imperio incaico. En octubre de 1831 José de Villamil envió una comisión exploradora al archipiélago de las Galápagos con el fin de averiguar sobre la existencia de orchilla, planta utilizada en tinturar los tejidos y que se exportaba a México. El 14 de noviembre se constituyó la "Sociedad Colonizadora del Archipiélago de las Galápagos" y denunció como terrenos baldíos a la isla Charles, después denominada Floreana.

El 20 de enero de 1832 salió una expedición a las Galápagos al mando del Coronel Ignacio Hernández y Ecuador las anexó el 12 de febrero de 1832

bajo el gobierno del General Juan José Flores, bautizándolas como archipiélago de Colón.

Las Islas Galápagos fueron el punto de partida donde el científico Charles Darwin realizó sus estudios sobre la teoría de la evolución por selección natural, esto se debió a las numerosas especies de flora y fauna que existen en las Islas, por lo cual tomó la denominación de Islas Encantadas.

El Archipiélago de Galápagos es uno de las fuentes de mayor atractivo turístico en el país, en los últimos años este sector ha tenido un crecimiento vertiginoso llegando a convertirse en una fuente generadora de divisas, convirtiéndose en uno de los sectores productivos de mayor dinamismo de desarrollo económico sostenido. En cuanto al turismo interno, el viceministro subrogante se mostró satisfecho por su crecimiento, pues dijo que en cada feriado se movilizan alrededor de 1,5 millones de personas a diferentes destinos del país. Egas destacó que el turismo representa en la actualidad el 5,9% del Producto Interno Bruto (PIB), cuya actividad aporta al país con el 5% de empleos plenos. www.eltelegrafo.com.ec

Actualmente las divisas que se generan en el sector del turismo pueden llegar a superar a sectores tradicionales en el Ecuador como la agroindustria, alimentarios o automotriz, el sector turístico en el Ecuador ha llegado a alcanzar el 6.5% de empleo y subempleo de la población activa y económica del país, el crecimiento del sector turístico se da con el desarrollo paralelo de destinos, uno de los de mayor auge de turistas nacionales y extranjeros es Galápagos.

CAPITULO I MARCO INTRODUCTORIO

1.1 Antecedentes

Las Islas del Archipiélago Galápagos fueron declaradas por la Unesco como patrimonio de la Humanidad en 1978, su flora y fauna son únicas en el mundo, las especies existentes en las Islas son un atractivo turístico que atrae anualmente cerca de 241.800 turistas de los cuales el 69% son de origen extranjero (167 mil turistas), 31% son turistas nacionales (75 mil turistas), teniendo un crecimiento del 12% sobre el año 2016. Las cifras son proporcionales desde el 2014 (Mora, 2015).

Desde 1980 las Islas Galápagos han tenido un crecimiento vertiginoso en la llegada de turistas nacionales y extranjeros, esto se debió a que desde ese año se abrieron vuelos comerciales que llegaban desde el continente, acortándose sustancialmente los tiempo de viajes que realizaban los turistas que en su gran mayoría llegaban en barcos. Esto dio como resultado que el turismo en altamar (crucero) fuese el modo que se instauró para realizar el hospedaje de los turistas que visitaban la Isla, alcanzando entre un 80 y 90% este estilo de hacer hotelería (Mora, 2015).

El turismo en el Ecuador ha sido polo de desarrollo en otros sectores colaterales (construcción, tecnología, microempresas relacionadas a este sector como servicios de limpieza, restaurantes). Galápagos ha sido uno de los puntales para el sector turístico, las islas han tenido varias aristas de desarrollo y de diversificación en el sector turístico y hoy el Ecuador es considerado entre los principales destinos turísticos de Ecoaventuras, Ecoturismo, Turismo Comunitario además del turismo clásico.

El Archipiélago de Galápagos, cuenta con 45 sitios autorizados para ejercer turismo por lo que receipta un alto porcentaje de turistas nacionales y extranjeros, el crecimiento en este sector es del 6% durante el año 2015, se calcula que para el año 2020 la cantidad de visitantes podría superar los 500 mil turistas que visiten la isla, por este motivo sus habitantes consideran esta actividad como la fuente de ingreso económico más importante para toda la

provincia, generando que otras fuentes de ingreso como la agroindustria, ganadería, se vean directa o indirectamente beneficiados por la industria del turismo.

En la décima novena edición de los premios “**World’s Best Awards 2014**” de la revista de viajes **Travel&Leisure**, las Islas Galápagos fueron consideradas como el mejor destino turístico en la categoría “Mejores Islas” en América Central y del Sur. Este premio fue realizado en base a una encuesta generada por la revista a sus lectores, los cuales la ubican como las mejores Islas en Sudamérica y dentro del top diez de las mejores Islas del Mundo.

Lo importante de este proyecto es poder explotar adecuadamente la riqueza turística del sector para beneficio de las comunidades asentadas en las Islas vinculando a la sociedad de Galápagos con el turismo comunitario y generando una rentabilidad de importancia en este sector.

Uno de los mayores beneficios que el turismo aporta a la isla es el dinero. Los visitantes aportan una gran cantidad de dinero a la economía Islas Galápagos. Las Islas ahora generan más que US\$143 millones al año a través del turismo. Además, más de dos mil personas están empleadas en la industria del turismo.

Muchos operadores de turismo y los turistas también contribuyen directamente a las Islas, donando a proyectos de conservación en todo Galápagos. Las tarifas de entrada al Parque Nacional (US \$ 100 por adulto y US \$ 50 para los niños en el 2014). Este impuesto apoya a una variedad de organizaciones de todo el archipiélago.

En los últimos diez años el negocio del sector hotelero en Galápagos tuvo un cambio sustancial, esto se debe a que gran parte del origen de los turistas ha ido cambiando, en la actualidad ha crecido mucho la visita de turistas de toda América Latina y del turista Ecuatoriano que hoy ve a las Islas Galápagos como un destino asequible, en gran medida esto se debe a que aerolíneas comerciales (LATAM) realiza permanentemente promociones agresivas en valores de vuelos y paquetes de alojamiento en tierra, muchos de ellos en hotelería familiar o comunitarios.

El turismo basado en tierra está creciendo en forma sostenida, en los últimos dos años se ha disparado en un casi 31% sobre los años anteriores, esto se

debe a que hay mayores y mejores alternativas de hospedaje en cuanto se refiere a precios y servicios, uno de los mayores factores en el decrecimiento en el turismo de crucero es debido a su limitada capacidad de alojamiento además de sus altos valores. En la medida que el turismo se está centrando en hospedajes en tierra el sector hotelero comunitario toma más fuerza y se ancla como un beneficio económico para los residentes locales, viéndose beneficiado el turista con precios razonables al alcance de todos.

Según el censo del Ministerio de Turismo en el año 2014 se encuentran registrados 111 hoteles de un total de 438 identificados, esto representa una capacidad de 8 mil pasajeros por noche, el crecimiento en este sector ha sido dramático puesto que en el 2010 se tenían identificados solo 100 hoteles en el sector turístico, sin embargo la mayoría de los hoteles con grandes estructuras tiene tasas de ocupación bajas que van desde el 25% al 35%, a diferencia del sector comunitario que cada día crece más.

Este sector que se desarrolla se lo ve como emprendimientos de turismo comunitario, los cuales pueden llegar a constituirse como una herramienta muy importante para incrementar el nivel de vida en estas comunidades las cuales tienen un gran potencial turístico. Además que se puede generar un mayor control sobre el impacto ecológico y social asociado con la sobreutilización de recursos, contaminación ambiental, consumo de energía, disrupción de los ecosistemas, influjo de la población, inequidad económica y alteraciones de las interacciones en la comunidad.

1.2 Planteamiento del Problema

Uno de los mayores problemas que se suscitan actualmente en Galápagos es que la cantidad de turistas que están visitando las Islas no se concientizan en el interés ecológico de preservar las Islas en el estado más natural, puesto que llega desde el típico jubilado americano, el Europeo ambientalista hasta el típico mochilero.

Gran parte de los turistas que llegan a las Islas establecen su estadía entre tres y cinco días, muchos de ellos llegan con el deseo inmenso de conocer de forma relámpago este destino turístico por una sola vez, es decir no generan una fidelidad y difícilmente repiten la visita, esto ha traído como consecuencia otro problema que incide en que la circulación de dinero en

Galápagos sea menor generando un aumento de oferta en cuanto a servicios de regular o mala calidad (restaurantes, hospedaje, servicio de transporte, etc.) no regulados por el Ministerio de Turismo.

Las regulaciones y restricciones que se han generado en Galápagos han sido impuestos desde el estado, en el 2009, Galápagos fue declarado patrimonio en riesgo por la Unesco. Logró salir de la lista gracias a una serie de promesas de acción –no acciones concretas– del Gobierno. Hubo un *lobby* fuerte para decir ‘vamos a hacer esto para evitar los riesgos que se han detectado’ refiriéndose al crecimiento descontrolado del turismo y de la población. Eso se ha cumplido en parte por ejemplo en temas de controles migratorios. Las prohibiciones siguen siendo las mismas pero ahora hay mayor control. En el tema turístico se planteó desarrollar un modelo de ecoturismo.

Las Islas Galápagos al ser declaradas Patrimonio Universal son reguladas por el Ministerio de Turismo el cual en los últimos años ha trabajado en el tema de la conservación de su Parque Natural esto ha dado lugar que se busque un modelo sostenido que tenga en consideración tres aspectos fundamentales:

- a) Beneficios justos para la comunidad local.
- b) La preservación del entorno.
- c) La corresponsabilidad del turista que exija un nivel de satisfacción alto.

Estos puntos tratan de establecer un modelo que permitan mantener el atractivo turístico natural a través de la previsión y el buen manejo de los actores en este proceso.

El Ministerio de Turismo ha generado acciones de promoción aisladas con enfoques de carácter operativo y restrictivo antes que estratégico. Es necesario determinar mayores acciones que puedan impactar en el Turismo Nacional e Internacional mejorando la oferta turística y sobre todo fortaleciendo la imagen de Galápagos como destino turístico, entre las cuales se puede enumerar:

- 1) Las estrategias turísticas de promoción han sido limitadas y la gran mayoría que se han realizado se lo ha hecho de una manera empírica o las autoridades de turno en forma emergente para realizar una u

otra actividad, es decir no se han planteado estrategias integrales de promoción basadas en una correcta información que permita estimar resultados oportunos, esto se ha dado por el divorcio entre las entidades del sector turístico en Galápagos (Ecuador, 2011).

- 2)** Se ha podido observar una falta de continuidad de ejecución de estrategias de promoción planteadas a largo plazo, a esto se le debe sumar que la coordinación que existen entre las diferentes unidades que conforman el Ministerio es limitada, inapropiada, generando problemas en el momento de plantear actividades para atender necesidades del sector turístico.
- 3)** Se puede observar que en cuanto a productos y mercados turísticos, el Ecuador y especialmente en las Islas Galápagos no se ha definido las características turísticas necesarias que especifiquen una categoría o nivel que indique eficientemente las bondades que brinda este destino turístico, sería importante establecer el mercado objetivo que se ajuste al modelo que se requiere para darles beneficios a las comunidades involucrándolos en las políticas de conservación ecológica que requiere el Archipiélago de Galápagos.
- 4)** Uno de los mayores inconvenientes dentro de este sector es la falta de calidad en los servicios que se ofrece, el turista nacional y extranjero es tentado por servicios informales que dejan mucho que desear, perjudicando a todo el sector.
- 5)** El nivel de posicionamiento de Galápagos como destino turístico es alto pero lamentablemente no tiene fidelidad de retorno, puesto que es muy difícil que un turista extranjero que visite las Islas vuelva a repetir el viaje. (Ecuador, 2011).

Galápagos tiene necesidades en la demanda turística, de alguna manera las Islas se han ido adaptando a sus visitantes cuando debería ser lo contrario. Una vez planteado los problemas existentes es importante trabajar en las correcciones para que los turistas se adaptan al destino y que esto no sea a la inversa, este es un modelo que trata de cambiar la lógica del mercado procurando que la demanda turística se acomode a lo que realmente le interesa a la Isla en lugar de hacer una oferta abierta en forma universal. Para esto habría que trabajar con turistas que valoren un hospedaje de

mayor temporalidad, al cual se le ofrezca un servicio de calidad, a un precio justo y que además la comunidad se involucre en tratar de concientizar a este mercado de turistas.

Lo importante es crear filtros logrando identificar turistas que quieres atraer y desarrollar resaltando atributos que te diferencien del resto de la oferta, uno de los mayores problemas que ha tenido las Islas es que al tratarse de introducir en el turismo internacional como un destino más ha dado lugar que lleguen turistas con el perfil notado anteriormente y que hagan solo un **check list** (yo estuve aquí), perdiendo los atributos que siempre caracterizaron al turista de Galápagos.

Todos los estamentos públicos y privados (municipios, ministerios, hoteles, cámaras de turismo e industrias) inmersos dentro del sector han elaborado planteamientos específicos y han firmado acuerdos con hojas de rutas que ha establecido estándares mínimos para establecer servicios.

Uno de los mayores problemas constituidos en las Islas de Galápagos es el aumento de la competencia entre los hoteles ha significado que ahora es más barato para alojarse en las islas (en comparación con alojar en un barco). Cuando los turistas se quedan en las islas, esto ayuda que el dinero va directamente a la comunidad local. Sin embargo, el creciente número de turistas que eligen hoteles en vez de barcos ha significado que hay una preocupación creciente por la cantidad de basura que se está creando como resultado.

A medida que más y más personas visitan Galápagos, los inversionistas nacionales e internacionales podían mirar para construir hoteles con el fin de obtener una parte de la industria del turismo lucrativo. Mientras que las áreas del Parque Nacional están protegidos del desarrollo de este tipo, el área alrededor de estas áreas se ha desarrollado rápidamente con más y más edificios están construyendo. Puerto Ayora, en particular, ha visto un crecimiento rápido en el número de hoteles, restaurantes, tiendas de artesanías y edificios.

A diferencia de la parte alta de la Isla Santa Cruz lugar en el que viven libremente las tortugas gigantes de galápagos, varias familias de agricultores, pescadores y artesanos se han organizado para ofrecer una alternativa diferente para conocer la Isla: hospedan a los turistas en sus

casas, perfectamente adecuadas para recibirlos y les ofrecen alimentos cultivados orgánicamente en sus granjas y un anfitrión de la comunidad acompaña a los turistas conocer todos los atractivos turísticos de la Isla. El turista tiene la oportunidad única de conocer las islas desde la perspectiva de quienes habitan en ellas y que son los más interesados en cuidarlas y conservarlas.

Este es un modelo de negocio que cada vez coge mayor auge debido a que soluciona una determinada demanda de turistas que quieren sentirse dentro de la comunidad y sentirse parte integral de las Islas, este sector hotelero turístico llamado también hoteles familiares o comunitarios cada día crecen con mayor fuerza en el sector.

1.3 Justificación de la Investigación

Lo más importante de esta investigación, es poder establecer en forma clara que la promoción de este destino turístico debe de estar conformada por entidades estatales del sector como el Ministerio de Turismo, Municipios de la Isla, Sector Turístico Privado y todos los actores que eleven la inadecuada y bajo promoción turística. Lo importante es establecer un cronograma de trabajo para que los proyectos planteados por todos los entes descritos se realicen en forma coordinada generando beneficios de profesionalización y capacitación para todos los actores del sector turísticos en las Islas.

El trabajo de esta tesis es puntualizar los procesos de un Plan Estratégico que beneficien a las Islas como un destino turístico para todos y que la posea dentro del mapa internacional de turismo, para esto debe puntualizarse lo siguiente:

- Establecer una promoción turística más ampliada sobre las Islas.
- Posesionar los productos turísticos existentes de Galápagos fortaleciendo su imagen.
- Generar una oferta y demanda competitiva frente a otros destinos turísticos.
- Abrir una comunicación clara y objetiva sobre los atractivos turísticos de este destino.

1.4 Objetivos

Objetivo General

Desarrollar una propuesta para reestructurar el sector hotelero a través del turismo comunitario en las Islas Galápagos, basado en la conservación del entorno natural generando una oferta turística que satisfaga a los visitantes y estableciendo una fuente de ingresos económicos sustentable para las comunidades de las Islas.

Objetivos Específicos

- a) Examinar conceptos de la actividad turística comunitaria para la construcción del Marco Teórico, desarrollando una base de estos fundamentos a través de la investigación primaria y secundaria sobre la propuesta.
- b) Establecer la situación del turismo comunitario de las Islas Galápagos en la actualidad, generando información sobre la demanda potencial a través de las diferentes herramientas de investigación científica como las encuestas, entrevistas, etc.
- c) Desarrollar una propuesta estratégica de marketing que fortalezca la oferta turística en el sector hotelero comunitario de Galápagos, respetando el entorno natural de las Islas.

1.5 Proposiciones

El desarrollo de la propuesta de un Plan Estratégico de Marketing para mejorar la reestructuración del sector hotelero en las Islas Galápagos contribuirá y fortalecerá la oferta turística de este destino turístico, mejorando y sustentando la economía de las comunidades de las Islas.

1.6 Delimitación de la Investigación

El desarrollo de esta propuesta tiene como objetivo establecer un diagnóstico real del sector hotelero turístico familiar o comunitario en las Islas Galápagos, para lo cual se establecerá un proceso de análisis de datos estadísticos actualizados y sistematizados en las entidades Públicas y Privadas del sector, además de realizar una metodología de investigación

científica de campo. La idea principal es establecer propuestas y alternativas nuevas que fundamenten una mejor oferta turística.

Todo este trabajo a realizarse se concentrará en las cuatro Islas principales de Galápagos (Santa Cruz, San Cristóbal, Isabela y Floreana) de las cuales se visitarán las entidades públicas Gobernación, Municipio, Secretaría de Turismo entre otras, además en el sector privado se generará información del sector hotelero registrado en el Ministerio de Turismo, hoteles familiares o comunitarios, restaurantes, medios de transportación de turismo (lanchas y cruceros), entre otros. La información que se pueda obtener de los operadores turísticos deberá ser revisada.

CAPÍTULO II MARCO DE INTRODUCCIÓN

2.1 Marco Teórico

2.1.1 Sector Hotelero

El turismo tiene características económicas, además de sus aspectos culturales y de ocio. Conformar una actividad que en muchos lugares ha alcanzado una importancia capital, incidiendo positivamente en el bienestar y autoestima de los ciudadanos de las localidades donde se desarrolla.

El turista acude a visitar un lugar motivado por sus atractivos culturales, sus cualidades naturales, y las actividades de ocio que allí se puedan llevar a cabo.

Para ello el viajero necesita poder llegar cómodamente a su destino, lo que supone disponer de infraestructuras para el viaje, carreteras, puertos, aeropuertos, etc. Llegado al sitio, el viajero necesita poder alojarse con un mínimo de confort, seguridad, en un entorno amable y capaz de atender eficazmente sus necesidades de servicios.

Para esto se desarrollaron los hoteles y otras formas de alojamiento a disposición de los viajeros en tránsito, o con más larga permanencia. Con el tiempo, se han ido creando otras fórmulas de alojamiento: apartamentos, campings, bungalows, albergues, etc. Todas las modalidades representan inversiones importantes y necesitan estar atendidas profesionalmente.

Todas estas infraestructuras también implican un beneficio tanto para los viajeros foráneos, como para los nacionales. Las nuevas infraestructuras quedan para beneficio de todos (Ramírez, 2010).

2.1.1.1 Características del Sector Hotelero

Los hoteles aparecieron progresivamente en el mundo, a lo largo de las rutas que seguían los viajeros. Estos viajeros, en sus traslados, necesitaban lugares donde descansar, resguardarse, y conseguir información local. Esto lo podemos definir hoy como las tres bases en que se justifica la existencia de un establecimiento de alojamiento turístico. Esto puede ser bajo la forma de hotel, apartamentos, o alguna de las tantas denominaciones y variedades

en las que se ha ido transformando y especializando la oferta de alojamiento para los viajeros (Ramírez, 2010).

- **Confort.** Poder disponer de servicios cómodos, por lo menos del nivel del que el viajero suele disfrutar en su residencia habitual.
- **Cobijo.** Percibir la sensación de seguridad en las horas de descanso, nadie va a perturbar el sueño del viajero. Si alguien lo intentara, se dispone de protección y recursos de auxilio. (wikipedia, 2018).
- **Comunicación.** El establecimiento dispone de información veraz y oportuna que permita orientar el viaje de la mejor manera, ofreciendo datos y recursos contrastados en la experiencia local.

Estos tres aspectos son elementales en cualquier alojamiento turístico. Pero no todos son iguales, existen muchas tipologías que permiten especializar el servicio según las demandas de cada viajero.

Clasificación por categorías.

En muchos países, se ha implantado la costumbre de categorizar los establecimientos de alojamiento por número de estrellas, lo que debe indicar la amplitud de los servicios que cada nivel ofrece.

- **Clasificación por letra**

A (muy sofisticado, diseño y servicio de muy alta calidad) hasta la E (Normal), y por Clases (de la cuarta a la primera)

- **Clasificación por ubicación**

No es lo mismo un hotel al lado de la playa, que uno al pie de unas pistas de ski, o al lado de un campo de golf. Cada uno atiende a viajeros con diferentes necesidades, y por ello debe incluir servicios especializados.

- **Clasificación por tipos de clientes**

Este tipo de segmento representa una parte importante en la demanda hotelera incluye a las personas representantes de empresas, industrias o gobierno. (wikipedia, 2018).

- **Clasificación por estrellas**

1 estrella (Normal):

2 estrellas (Bueno)

3 estrellas (Muy bueno): es de costo medio, amplios espacios en la habitación, mobiliario completo, teléfono y baño.

4 estrellas (Excelente, diseño y servicio de alta calidad).

5 estrellas (trabaja las 24 horas, muy sofisticado, diseño y servicio de muy alta calidad)

- **Hoteles Apartamento o Apartahoteles**

Un apartotel es un edificio diseñado para poseer tanto apartamentos como habitaciones para huéspedes o unidades de renta, bajo la supervisión de sus residentes, y que posee un vestíbulo interior por el cual tienen que pasar todos los huéspedes para poder acceder a sus apartamentos, habitaciones o unidades. (wikipedia, 2018).

- **Hoteles Casino**

Un hotel casino es un establecimiento que consiste en un casino con alojamiento temporal proporcionado en un hotel local. Los clientes reciben los beneficios tanto de las instalaciones de juego como del alojamiento.

- **Hoteles Deportivos**

Se caracterizan por su orientación a la práctica de determinados deportes ya sea en sus instalaciones o en sus alrededores. Ejemplos de estos hoteles son los dedicados al submarinismo o el surf junto al mar, los dedicados a la pesca junto a vías fluviales y los complejos de golf entre otros (wikipedia, 2018).

- **Hoteles Vacacionales**

Son hoteles que se han diseñado para disfrutarlos en cualquier época del año situados en primera línea de mar. Existen aquellos con habitaciones amplias y cómodas, piscinas, instalaciones deportivas, programas de animación para personas de todas las edades y una gastronomía donde se pueden encontrar diferentes platos de cocina internacional.

- **Hotel de Paso**

Se llama hotel de paso al establecimiento que renta sus cuartos, generalmente, sin necesariamente esperar que sus clientes se alojen más que unas cuantas horas, especialmente por ser favorecido para encuentros sexuales. El término, es empleado sin importar la arquitectura del lugar, pues éste puede ser un edificio hotel histórico o un motel acondicionado para el tránsito con automóviles y estacionamiento.

- **Hotel de Montaña**

Hotel situado en la montaña. Mantienen calidad hotelera de alojamiento, gastronómica y de entretención, especialmente en centros de esquí para temporadas de nieve. Un ejemplo de estos son Valle Nevado, Farellones, La Parva, Termas de Chillán y próximamente en agosto de 2011 abre sus puertas *Puma Lodge by Noi Hotels* en la región de *O'Higgins* en Chile y aunque no sea un centro de esquí, el Hotel Humboldt ubicado en el cerro Ávila a una altitud de 2105 msnm (Caracas, Venezuela) es un hotel de 5 estrellas, actualmente cerrado. (wikipedia, 2018).

- **Hotel Rústico**

Situados en terrenos rústicos o rurales. Suelen ser edificaciones tradicionales rehabilitadas y en ocasiones incluyen o están próximas a explotaciones agropecuarias.

- **Motel de Carretera**

Se llama hotel de paso al establecimiento que renta sus cuartos, generalmente, sin necesariamente esperar que sus clientes se alojen más que unas cuantas horas, especialmente por ser favorecido para encuentros sexuales. El término, es empleado sin importar la arquitectura del lugar, pues éste puede ser un edificio hotel histórico o un motel acondicionado para el tránsito con automóviles y estacionamiento.

- **Albergues Turísticos**

Establecimiento que atiende al turismo durante estancias que suelen ser entre varios días y varias semanas. Suelen ser económicos y entre ellos cabe destacar los albergues juveniles. Estos frecuentemente alquilan camas en un dormitorio y comparten baño, cocina y sala de estar aunque muchos disponen también de habitaciones privadas (wikipedia, 2018).

- **Posadas.**

Una posada es un establecimiento para viajeros que proporciona servicios de restaurante y alojamiento. Algunas son muy antiguas.

- **Hoteles de naturaleza**

Están situados cerca de zonas naturales de interés como parques naturales, reservas y áreas protegidas. Las estancias suelen ser de muchos días. El turismo ecológico es una de las actividades que está

creciendo por las variedades que la naturaleza y las costumbres que los habitantes nos brindan, como la naturaleza, que es la única y verdadera fuente de descanso y paz, por lo tanto, se debe ser muy responsables para no causar daño a la naturaleza ni a los nativos de la región. Debido a su rápido crecimiento ha contribuido al desarrollo de la actividad turística. (wikipedia, 2018).

- **Hoteles familiares**

Son establecimientos de tamaño pequeño que se caracterizan por una gestión familiar para viajeros que proporciona servicios de restaurante y alojamiento (Canals, 2010).

Como ya se había apuntado anteriormente, las actividades realizadas en los establecimientos hoteleros son de naturaleza heterogénea. La empresa hotelera está caracterizada por un conjunto de prestaciones de servicios claramente diferenciados que están principalmente dedicados a las actividades de alojamiento y restauración que participan individualmente en la rentabilidad de la empresa.

Los servicios de hotelería pueden fijarse, en general, dentro del marco siguiente: empresas dedicadas, de modo profesional o habitual al alojamiento de las personas con, o sin, otros servicios de carácter complementario.

A su vez, estas actividades "se diferencian de las actividades de otras organizaciones industriales y comerciales por la distinta naturaleza de los servicios y negocios que ejercen, puesto que existe una actividad principal, "la venta del alojamiento" o de las habitaciones, distinta a las otras actividades, las cuales varían según el tamaño físico del hotel, los clientes del mismo, los servicios ofrecidos, la temporada, etc."

Esta naturaleza distinta contribuye a configurar un conjunto de características específicas para este sector. El conocimiento de esas características puede considerarse un paso obligado para el éxito en el desarrollo y la implantación de un modelo de gestión que se adapte a las peculiaridades que envuelven a la organización y a su proceso productivo.

En base a las características particulares que (Colomina, 1993). Expone para las empresas de servicios en general, así como en los trabajos de Mestres, (Alhasan, 2013).

Es destacable, entre otras, las siguientes características básicas del servicio que prestan los establecimientos hoteleros, teniendo en cuenta que su principal producto es el alojamiento del cliente:

1. En primer lugar, se debe concretar que el producto que ofrece consiste en la prestación de un servicio no inventariable una vez ha sido finalizado, aunque sí lo pueda ser en algún momento de su proceso de fabricación. Así pues, una vez obtenido no se puede inventariar para la venta posterior. Es evidente que la mayoría de los servicios tiene una caducidad inmediata o instantánea. Esta dificultad o incluso imposibilidad de almacenar el producto o el servicio obliga al hotel a preocuparse por conseguir colocar toda la producción diariamente, puesto que lo que no se vende puede considerarse una pérdida.
2. El servicio no puede ser trasladado al cliente. Debe ser éste quien se desplace al lugar de la prestación del servicio para que pueda venderse. La empresa debe centrar parte de su atención al cliente y adaptar el servicio que ofrece a las circunstancias que condicionan su entorno. Es decir, el servicio o producto “se consume en el lugar de producción. En el hotel la prestación de sus servicios tiene una unidad de tiempo y de espacio que no puede ser objeto de almacenamiento” como ya hemos apuntado anteriormente.
3. Además, existe una imposibilidad de aumentar la producción (las habitaciones), es decir, si se produce un incremento en la demanda de alojamiento, el hotel no podrá satisfacerla a corto plazo. Es decir, existe una cierta rigidez en este sentido que imposibilita una adaptación rápida a posibles necesidades del hotel.
4. No obstante, los hoteles deben ofrecer una diversidad de servicios importante para captar a los clientes a la vez que deben ser lo suficientemente flexibles como para adaptarse o ajustarse a una variedad amplia de situaciones más o menos previsibles o las diferentes necesidades de cada cliente como, por ejemplo, lavandería, plancha, gimnasio, teléfono, cambio de divisas, etc.
5. Además, cabe apuntar otra característica relacionada con el servicio hotelero como es la heterogeneidad de los productos o servicios que

ofrece. En algunos hoteles puede perfectamente pedirse un café, jugarse un partido de tenis, alojarse una noche, utilizar el servicio de mueble-bar, disfrutar de una sesión de masajes, etc.

6. El carácter intangible o inmaterial de la mayoría de los servicios hoteleros, es decir, no se pueden coger o tocar representa un inconveniente a tener en cuenta en dos sentidos diferentes:
 - El producto se identifica con el servicio mismo que se presta en cada momento. Existe simultaneidad entre el momento de la obtención o “fabricación” del servicio y su consumo por parte del cliente. Por ello, es muy importante el contacto que se produce entre el productor o prestador del servicio y el consumidor. Es decir, el trato que el conjunto de los recursos humanos del hotel mantiene con los clientes es un punto clave y decisivo. De él depende a menudo la percepción de calidad y satisfacción que estos clientes se formen de la estancia en el hotel. De ahí la importancia que tienen los recursos humanos en este tipo de establecimientos
 - Al mismo tiempo, esta intangibilidad dificulta “la diferenciación de los servicios, de manera que se han de buscar aspectos materiales (palpables, tangibles) que el cliente pueda relacionar con el servicio ofrecido
7. En cuanto a la estructura y comportamiento de los costes de los establecimientos hoteleros puede remarcarse que “los costes fijos (salarios, gastos de publicidad, amortización de edificios, instalaciones y muebles entre otros) son muy altos en comparación con los costes variables. Se consideran costes fijos aquéllos que no varían a corto plazo ante los cambios en la tasa de ocupación del hotel.
8. El servicio que se presta en el hotel consigue que entre los diferentes individuos que forman la organización así como sus distintos estamentos jerárquicos se produzcan contactos continuos.
9. Algunos servicios no principales que se prestan en el hotel generan una venta indirecta y, por tanto, unos ingresos adicionales.

10. La permanencia en las operaciones durante las 24 horas sin interrupción afecta directamente al volumen de la plantilla. La atención continuada al público comporta una planificación del personal que trabaja en la empresa con el objeto de que sea suficiente en todo momento para cubrir todas las necesidades (Moral, 2012).

2.1.2 Turismo Comunitario

Según Savia (2012, p.24) mencionó:

Sobre el Turismo Comunitario se han desarrollado una serie de conceptos que puntualizan los objetivos de esta actividad y la naturaleza en que se mueve el sector: este sector ha comenzado a crecer dentro de un segmento socialmente responsable del entorno natural, sin embargo para una gran parte es poco conocido términos como “Turismo Justo, Turismo Rural Comunitario, Turismo Responsable y Turismo Solidario” todos estos conceptos son vistos como una oportunidad dentro de las economías sociales y de ayuda al medio ambiente, estas actividades turísticas del sector podrán ser desarrolladas por una población ávida de sustentar sus necesidades.

Lo importante del turismo comunitario es que la comunidad local puede tener el control y ser participe sobre los beneficios que se desarrollan, pudiendo establecer una repartición lógica de los mismos.

El turismo comunitario es un tipo de turismo que se caracteriza en que una porción considerable del control y los beneficios están en manos de miembros de comunidades locales.

Estas nuevas alternativas dentro del sector turístico surgen de las propias necesidades de las comunidades en el Ecuador, nacen en los núcleos rurales (indígenas, campesinos, cholos, negros y mestizos) que buscan nuevas actividades económicas que ayuden a satisfacer la vida cotidiana de estas sociedades sumergidas en muchas necesidades.

El sector turístico está dentro de los rubros que crecen a mayor velocidad, se sustenta a sus raíces de patrimonios culturales, sociales, naturales. Sin embargo este crecimiento al no estar debidamente regulado ha traído como consecuencia una falta total de ordenamiento que ha puesto en peligro

muchos de estos patrimonios, a su vez ha generado fuertes alteraciones al modo de vida de las mismas comunidades.

Todos estos problemas comienzan a incidir en el tipo de servicio que las comunidades ofertan a los turistas y ponen en tela de duda estos proyectos comunitarios.

Los patrimonios que tienen las comunidades en cuanto a lo cultural, social, natural les establecen características de identidad a estos pueblos, son regularmente conservados por sus generaciones ancestrales.

Los patrimonios de estos pueblos son fuente directa entre estas comunidades y el sector del turismo, lo importante es que cada cual respete los espacios de vinculación y que además se beneficien entre sí, como la generación de empleo, generación de economías sostenibles, conservación de patrimonios, crecimiento en infraestructura pública, entre otros.

El Turismo Comunitario considera los patrimonios como la parte más importante de la corresponsabilidad entre este sector y sus visitantes, es necesario un modelo de turismo que se base en la optimización del patrimonio como valor agregado generando beneficios para estas comunidades. En la actualidad lo que se trata es de invertir los polos de un modelo de consumismo por un modelo de desarrollo social de estas localidades.

Políticamente hay una confrontación con los modelos de inversión privado que tienden a pretender que desaparezcan todo lo que se llama organizaciones comunitarias, esto se da por los intereses que generan esta actividad económica que cada día crece más

El Turismo Comunitario se establece como una clase de turismo alternativo que es de carácter vivencial y les da la posibilidad a los visitantes de visualizar en forma personal las costumbres y tradiciones de un determinado pueblo.

Las diferencias con otro tipo de turismo es que los beneficios generados se reinvierten en las propias comunidades en programas sociales.

Ideas Básicas Del Concepto De Turismo Comunitario:

- a) Se trata de una Actividad Económica, puesto que mueve los elementos de la Producción y el intercambio de bienes y servicios para la satisfacción de las *Necesidades* del turista
- b) Sus prestadores son y deben ser miembros de una Comunidad. Los agentes concretos que prestan los servicios a los/as visitantes, son las personas que forman parte de una comunidad.
- c) Se ofrece como producto turístico principal la convivencia en la comunidad. El turista convive con los miembros de la comunidad, en razón de que el atractivo radica en su participación en forma activa en las costumbres y hábitos de la vida comunitaria, disfrutando su Etnografía y su Patrimonio Natural y Cultural (Wikipedia, 2018).

2.1.2.1 Eje del Desarrollo del Turismo Comunitario

El turismo comunitario se establece sobre ciertos pilares o ejes las cuales son básicas para su desarrollo:

1. **Organización:** todas las comunidades que participan en estos emprendimientos deben de tener estructuras debidamente adecuadas y organizadas.
2. **Cultura:** este patrimonio es básico y trata de rescatar las tradiciones ancestrales heredadas por estas comunidades.
3. **Ambiente:** la conservación ecológica y del medio ambiente es fundamental en el sector comunitario para ofrecer sus productos, esto debe ser prioridad dentro del manejo de las comunidades y los servicios que ofrecen.
4. **Economía:** este rubro es observado como el motor fundamental del modelo, las comunidades apuestan a estos emprendimientos de turismo comunitario como una fuente de generación de recursos sostenible.

2.1.2.2 Planes de Desarrollo de Turismo Comunitario

Los procesos de desarrollo comunitario dentro de territorios definidos esperan diseño y modelos que beneficien a la comunidad. Estos modelos deben de ser instrumentos de gestión que ayuden a aportar en el ámbito social, cultural, económico de todos los actores involucrados.

Según Carvajal (2008) manifiesta que la construcción de la sociedad debe ser articulada en todos los ámbitos que ayuden al desarrollo de la misma.

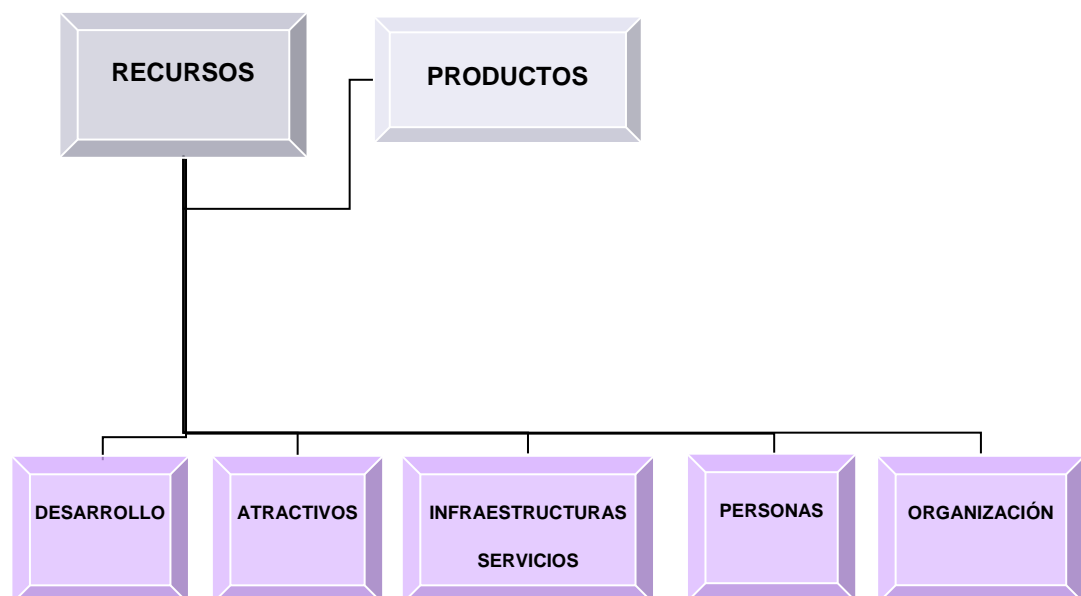
El Plan Estratégico debe ser utilizado como un proceso de cambio para mejorar a todos los sectores en los cuales se está trabajando, sobre todo cuando se establecen bienes comunes en las comunidades, lo importante será la unión y el desarrollo integral.

2.1.2.3 Modelos de Planes de Desarrollo Turísticos Comunitario

- **Modelo de Planificación para el progreso sustentable comunitario**

La economía sustentable comunitaria debe de estar planificada con variables trabajadas a largo plazo, girando sobre las personas o comunidades que realizan este trabajo, los cuales deben de brindar servicios de calidad atrayendo a los visitantes o turistas a este entorno.

Figura 1. Modelo de Desarrollo Sustentable

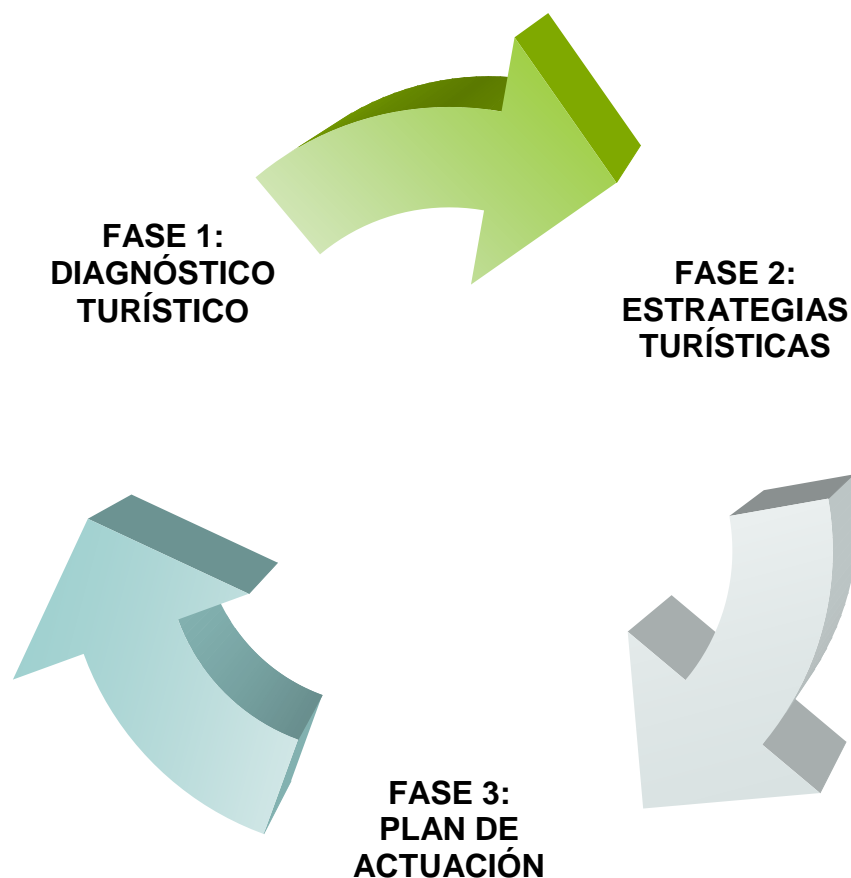


Nota: Tomado de Ecoturismo, 2008

- **Modelo De Planificación Para Empresas Comunitarias**

Las Empresas Comunitarias deben de desarrollar una Planeación Estratégica que vaya de la mano con la buena administración y que permita un crecimiento con Consistencia Estratégica, es decir que todas las acciones procesadas sean coherente y que se enmarquen dentro de una misma dirección para desarrollar estos mercados y sus respectivos entornos. Se puede observar este tipo de modelos en tres fases tal como lo muestra la siguiente figura:

Figura 2. Modelo de Planificación de Empresas Comunitarias Turísticas



Nota: Núñez, 2009.

El Diagnóstico Turístico: después de realizar la investigación y la evaluación sobre toda la información que se ha recopilado dentro del proceso, se puede tener la capacidad de visualizar en forma clara y objetiva la situación del entorno de una manera que permita decidir acertadamente dentro del proceso de desarrollo en el sector turístico.

Estrategias Turísticas: la sumatoria de tácticas realizadas en el sector en forma gradual y en conjunto darán como resultado la consecución de objetivos planteados en este sector turístico, lo más importante será determinar el modelo que predominara o el tipo de negocio que beneficie a todo el entorno.

2.1.3 Turismo Comunitario en el Ecuador

El turismo en Ecuador es la tercera actividad económica en importancia tras la extracción de petróleo y la producción de plátano, atrayendo a unos 700 mil visitantes al año. La extraordinaria biodiversidad y riqueza cultural de este pequeño país sudamericano son los catalizadores del sector turístico. Sin embargo, el desarrollo del turismo convencional es muy reciente (Solís, 2007). En este contexto, las comunidades indígenas y rurales empezaron lentamente, durante las últimas décadas del siglo XX, a plantearse su participación en la actividad turística, desarrollando una propuesta propia: el turismo comunitario (Solís, 2007). En la actualidad unas 60 comunidades indígenas y campesinas ofertan turismo comunitario (TC), estimándose que esas actividades benefician directa e indirectamente a unas 15.000 personas. El TC en Ecuador presenta una historia intensa en vicisitudes, dificultades y éxitos, abordada desde diferentes perspectivas e intereses, tanto de forma general como en referencia a experiencias comunitarias concretas (Cabanillas, 2003; Colvin, 1994; Drumm, 1998; Estrella, 2007; Gould, 1999; Jeffreys, 1998; Solís, 2007; Wesche, 1996; Wood, 1998; Wunder 1996, 2000). Las operaciones de turismo comunitario en Ecuador surgieron de forma espontánea desde los años 80 estrechamente vinculadas al ecoturismo, y sólo desde al año 2000 se plantea la necesidad de reconocerlas oficialmente (legalizarlas), tanto para su regulación como para acallar las voces críticas que las denunciaban como competencia desleal (Estrella, 2007). Estas críticas se basan tanto en una defensa corporativa de

las operaciones privadas como en un reclamo por discriminación: al enmarcarse dentro de las comunidades, las actividades turísticas gozan de un régimen de exención fiscal análogo al de la agricultura y ganadería comunitarias. En el surgimiento del TC se vieron implicados diferentes agentes externos relacionados con el ecoturismo (agencias de cooperación, ONG's), por eso no es de extrañar que el TC fuera formalizado por primera vez al incluirse en 2001 en el Reglamento de Ecoturismo y Sostenibilidad. Finalmente el TC adquiere plena forma legal en la Ley de Turismo modificada en el año 2002 donde se reconoce al sector de turismo comunitario como una fuente de ingreso para las comunidades y establece una federación (FEPTCE) como órgano rector del sector comunitario dentro del Ecuador, durante este tiempo de inicio se han dado algunos conflictos internos que han tenido que ser regulados entre el Ministerio de Turismo y la FEPTCE creándose un registro de centros turísticos comunitarios en el año 2006. Los reglamentos detallados dentro de estos registros señalan claramente los tipos de mandatos que las comunidades deben de cumplir para prestar estos servicios turísticos, el organismo reconocido por el Ministerio de Turismo es FEPTCE el cual regula la actividad de turismo comunitario, en la actualidad se han sumado algunas otras entidades para sumar y concretar mayores y mejores actividades turísticas comunitarias como el Centro de Información y Comercialización del turismo Comunitario en Ecuador (CITURCE), lo cual ha ayudado desde a elaborar una guía y un manual de calidad que sirva de guía para el sector, ampliando el concepto del desarrollo local y su consolidación como economía sostenible.

Para las asociaciones y organizaciones indígenas y campesinas, y para las comunidades, esta idea naciente se convierte en el Ecuador un medio de reivindicación y autogestión sobre sus territorios y recursos, que sirve para reclamar un lugar en el Estado y en el Mercado, a modo de tactical tourism (Gould, 1999). "... nosotros tuvimos muchas amenazas como pueblos indígenas. Justamente en esos años tuvimos la amenaza de empresas petroleras, marmoleras, madereras y había turismo manejado por las gentes de fuera. Los comuneros jóvenes establecieron esperanzas de que con esto vendrían fuentes de trabajo, en contraposición de los comuneros de mayor

edad que veían en estas empresas una amenaza directa para la conservación del medio ambiente y la naturaleza.

E iba haber otras intervenciones externas como la drogadicción, el alcoholismo, la prostitución. Y se debía decidir qué hacer. Poner una alternativa que traiga posibilidades de trabajo en el cual se involucren todos los actores, pero que por otra parte no rompa lo comunitario de nuestra gente nativa. Y los dirigentes (...) dijeron: hay que buscar una alternativa. Y en varias reuniones se decidió que el turismo era esa posibilidad. Que podía ser una alternativa.

El mecanismo de realizar turismo comunitario no se da en forma individual, sino más bien con el aporte de una comunidad, lo cual debe generar beneficios para todos sus integrantes, por lo tanto en forma conjunta podrán cristalizar objetivos tangibles que se logren a través de fondos que pueden ser comunitarios o a través de aportaciones de cada uno de sus integrantes no solo en forma económica, sino más bien en trabajos colectivos como las mingas que sirvan como base de la organización y sean referentes y soportes para generar mantenimiento en infraestructuras turísticas utilizadas por la comunidad, asimismo las rotaciones y el acceso (individual o por familias) a las oportunidades del negocio turístico se establecen como líneas preferentes de organización. No obstante, no se puede pensar que en el TC 'toda la comunidad' participa directamente en las actividades turísticas, sino más bien que la participación en las actividades turísticas está regulada comunitariamente. La participación de una comunidad en el TC es decidida en asamblea y desde aquí se organiza en torno a las personas que quieren involucrarse en él, contribuyendo económicamente al conjunto de la comunidad y sometiéndose a las regulaciones establecidas. Desde ese momento el TC es una más de las varias actividades que se llevan a cabo en la comunidad a partir de los recursos que esta posee y gestiona. El análisis socioeconómico que se desarrolla dentro de estas comunidades que sirven para amortizaciones, inversiones, rentabilidades de la propia comunidad hay que tratar de darle un marco conceptual que permitan una reciprocidad entre todos los integrantes del sector, lo más importante será establecer los puntos positivos en los procesos y políticas de desarrollo en el sector procurando proteger la emigración y la protección ambiental.

Todo lo expuesto hasta ahora hace del turismo comunitario en Ecuador un inmejorable laboratorio para el estudio de CBT, tanto por la concreción socio-político administrativa de las comunidades como el potencial de las experiencias de CBT y el nivel de formalización, regulación y organización de las mismas (Ruiz, 2008).

A partir del año 2000 el sector de turismo comunitario se viene desarrollando en el Ecuador en forma consistente y sostenida, muchas de las comunidades han visto una oportunidad como medio de que sus habitantes tengan ingresos sustentables que alcance a cubrir necesidades básicas, además de generar intercambios culturales y sociales con los visitantes. Todos estos conceptos fundamentalmente se basan en la participación de los pobladores y la autogestión de los mismos que ven en este sector turístico un complemento para el turismo clásico, en realidad son sectores que se pueden analizar de diferentes ópticas.

2.1.3.1 Análisis De Oferta Y Demanda Del Turismo en el Ecuador

En el Ecuador la oferta y la demanda en el sector turístico es alta, sin embargo se definen especialmente por tres rubros elementales:

- **Recursos turísticos:** son los atractivos puntuales que tienen los destinos turísticos los mismos que pueden ser de orden naturales, culturales, sociales, esto tendrá mucho que ver con el lugar geográfico de dicho destino
- **Infraestructuras:** se establecen como servicios básicos que requiere la actividad para satisfacción de los turistas, estos servicios pueden ser de carácter público y privado.
- **Empresas turísticas:** también llamados prestadores de servicios, aquí se clasifican hoteles, restaurantes, medios de transportación y todos los entes públicos y privados que ejercen esta actividad de turismo.

Hay servicios complementarios como bares, teatros, instalaciones deportivas que ayudan a complementar los anteriores descritos, sin embargo la generación económica tiene mayor impacto en hoteles, medios de transportes y lugares de diversión.

Los programas establecidos por el Ministerio de Turismo a futuro (PLANDETUR 2020) son ejecutados por esta entidad tratando de establecer una clasificación de estructuras y destinos turísticos en el Ecuador.

Tabla 1. Tipos De Turismo en el Ecuador

Circuitos Generales	Circuitos Generales	Ecoturismo y Turismo de Naturaleza	Parques nacionales Reservas y bosques privados Ríos, lagos, lagunas y cascadas Observación de flora y fauna
Sol y Playa	Sol y Playa	Turismo de deportes y aventura	Deportes terrestres Deportes fluviales Deportes aéreos Deportes acuáticos
Turismo Comunitario	Turismo Comunitario	Turismo de Salud	Tematismo Medicina ancestral Spa's
Turismo Cultural	Patrimonios naturales y culturales Mercados y artesanías	Agroturismo	Haciendas, fincas y plantaciones
	Gastronomía Shamanismo Fiestas populares Turismo religioso Cave, científico, académico, voluntario y educativo Haciendas Históricas	Turismo de convenciones y Congresos	Reuniones, incentivos, conferencias, exposiciones y ferias
Parques Temáticos	Parques temáticos	Turismo de Cruceros	Cruceros

Nota: Plandetur, 2020.

El Ministerio de Turismo, Municipios Locales y Empresas Privadas han unido esfuerzos para establecer un programa promocional de productos y servicios turísticos en determinados destino del Ecuador, en el cual se establece los lugares de diversión dentro del sector turístico, esto con el ánimo de atraer turistas jóvenes.

1. a partir del año 2008 incluye a discotecas, salas de baile y peñas.
2. a partir del año 2008 centro de convenciones, sala de recepciones, y banquetes considerando anteriormente en la actividad de recreación
3. a partir del año 2008 se incluye en la actividad recreación

Tabla 2. Servicios Turísticos en Ecuador

Actividad	Clase/Tipo	Periodo 2007	Periodo 2008	Periodo 2009	Periodo 2010	periodo 2011	Periodo 2012	Periodo 2013
Alojamiento	Alojamiento hotelero	3.213	3.390	3.615	3.730	4.057	4.554	4.677
Servicio Alimentos y Bebidas		3.000	10.200	11.020	11.017	12.496	11.761	14.057
Transportación	Transporte terrestre	230	194	184	201	171	211	211
	Transporte fluvial	107	105	105	103	106	91	104
	Transporte aéreo	79	80	76	79	76	60	63
Operación	Agencias de viajes operadoras	507	547	566	608	663	661	734
Intermediación	Agencia de Viajes internacionales	757	794	737	788	799	779	830
	Salas de recepciones y banquetes		102	101	117	134	175	188
	Centros de convenciones				5	4	7	9
	Organizadores de eventos				4	5	9	7
Casino, salas de juego, hipódromos, parques de atracciones.			182	189	197	192	141	194
Recreación		609						
Otros		67						
Total		9.326	15.594	16.592	16.849	18.703	18.449	21.074

Nota: Turismo, 2013.

2.1.4 Turismo Comunitario en Galápagos

El concepto está asociado con la definición de desarrollo sustentable, el mismo que fue definido en el Reporte (Brundtland, 1987). El elemento básico a ser considerado en el TS (Turismo sustentable) es el balance que debe existir entre los tres pilares de la sustentabilidad. Así el desarrollo del turismo sustentable debe ser ecológicamente amigable, viable económicamente y socialmente equitativo con la finalidad de producir un efecto sinérgico (Nicholas *et al.*, 2009). Para la Organización Mundial del Turismo, TS es un componente más del desarrollo sustentable en general (UNWTO, 2002). TS es visto como una alternativa sustentable especialmente en áreas naturales,

frente a otras actividades como agricultura intensiva, ganadería, minería y extracción de petróleo (Wood, 2007). Además, en los últimos años ha habido un incremento de la conciencia global en cuanto a los impactos ambientales, económicos y socio-culturales generados por la actividad turística. Sin embargo los logros en la implementación todavía son limitados (Bramwell & Lane, 2012). Muchos críticos cuestionan el término "balance" y el uso del término "turismo sustentable" en general. Incluso Weaver & Oppermann (2000) sugieren que el mismo puede ser mal utilizado por aquellos actores que persiguen ciertos intereses políticos y en el que el enfoque principal casi siempre es el crecimiento económico (Hunter, 2002; Higham, 2007; Hall, 2012). Situaciones donde el desarrollo del turismo resulta tanto en la creación de bienestar económico y social así como en la conservación ambiental son relativamente raras (Fennell, 1999; Honey, 2008). Algunos de los problemas detectados son fuga de las ganancias del turismo de la economía local, trabajos mal pagados asociados con bajos salarios y malas condiciones laborales, incremento de migración, incremento de precios y la dominación de empresas normalmente foráneas y multinacionales. Dichas condiciones no solo que limitan la participación de las comunidades locales si no que crean conflictos entre los locales y los trabajadores temporales (migrantes) así como ponen al límite la provisión de servicios básicos y además la explotación del medio ambiente y la comunidad local en los destinos hospederos (Honey, 2008; Tosun, 2000; Jafari, 2000; Sharpley, 2010). En este contexto, los residentes son normalmente excluidos (Moscardo, 2011; Stronza & Gordillo, 2008; Kim *et al.*, 2013). (Muñoz Barriga, 2015).

Las diversas modalidades pueden complementarse entre sí. Por ejemplo un ecotour puede ser manejado por comunidades indígenas locales en un parque nacional en la Amazonía. En este ejemplo específico turismo comunitario y ecoturismo son las principales modalidades sin dejar de lado el turismo de aventura y el aviturismo. El ecoturismo es una de las formas más difundidas de turismo de naturaleza, que tiene como requisito fundamental el desarrollo de la actividad en áreas naturales prístinas a la vez que promueve el desarrollo socio-económico de las comunidades locales (Higham, 2007) Así como con el TS el debate en cuanto a su conceptualización teórica e

implementación práctica está todavía en ciernes (Diamantis, 1999) con una amplia variedad de características que el ecoturismo debería tener desde una posición ambiental más activa hasta una posición más convencional (Orams, 1995) Los principales principios hacen referencia a la conservación y protección del medio ambiente y la mejora del bienestar de las comunidades locales así como la satisfacción de los ecoturistas (Durham, 2008). Incluso, se enfatiza en la minimización de los impactos ambientales y socioculturales, contribución a la conservación y a proyectos locales, así como educación y conciencia ambiental por parte de los viajeros (Honey, 2008; Higham, 2007; Durham, 2008). La interpretación y educación ambiental es un elemento clave de la experiencia ecoturísticas (Ham & Weiler, 2002). Nuevamente los casos genuinos de ecoturismo son lamentablemente difíciles de alcanzar (Honey, 2008; Higham 2007).

En el caso particular del Ecuador, hay algunos ejemplos que podrían clasificarse como operaciones ecoturísticas. Incluso los primeros tours ofrecidos en las Islas Galápagos se citan frecuentemente como el sitio donde el ecoturismo nació (Honey, 2008:101) La operación empezó en los 60s y estaba caracterizada por un buen manejo del parque nacional, investigación científica permanente, guías bien entrenados y una empresa turística justa y bien regulada (Honey, 2008:101). Estas características garantizaron hasta los 80s la conservación de la vida silvestre en Galápagos. Lamentablemente con el incremento del número de turistas, migrantes y las especies exóticas, la etiqueta de destino ecoturístico desapareció hasta la fecha, considerándose actualmente al turismo como una de las amenazas más importantes para la conservación de la biodiversidad en el archipiélago. Los sistemas sociales y ecológicos están involucrados en el manejo del turismo en áreas protegidas, lo cual resulta dinámico y complejo (Poudel, 2011). Además, la implementación requiere de instituciones (Ej. Estructuras y mecanismos sociales de cooperación que gobiernan el comportamiento de los individuos) que sean capaces de conectar los diferentes niveles de organización social y política (Schliep & Stoll-Kleemann, 2010). Finalmente, hay una amplia variedad de actores potenciales asociados a las áreas protegidas y al sistema turístico como guardaparques, tour operadores y la comunidad local entre otros. El manejo adecuado del turismo en áreas

protegidas puede ser una tarea difícil sobre todo en países subdesarrollados, donde existe un alto nivel de centralización, corrupción y marginalización de las comunidades locales (Moscardo & Yüksel et al.)

A nivel local, los gobiernos usualmente tienen recursos limitados para poder responder a las responsabilidades ligadas al manejo del turismo (Yüksel et al., 2005). A esto hay que añadir falta de capacidad para desarrollar nuevos roles dentro del turismo, lo cual puede conducir al declive de la calidad de los servicios en general (Yüksel et al., 2005). La educación y capacitación de los residentes locales, la necesidad de elevar las capacidades de los actores y el involucramiento de los locales en los beneficios económicos derivados del turismo ocurre con frecuencia únicamente en la teoría (Tosun & Aas et al.).

La consolidación está caracterizada por la dependencia de la economía local en el número de turistas y en el apoyo reducido de la comunidad local. En la fase de estancamiento, la degradación ambiental, social y económica alcanza su máximo nivel. El destino tiene que repensar sus estrategias para evitar el decline y apuntar al rejuvenecimiento del mismo (Butler, 1980).

El modelo puede ser adaptado tomando en cuenta las particularidades para cada destino. Es útil para evaluar diversos aspectos tales como la degradación ambiental, la generación de beneficios económicos en las comunidades hospederas y la percepción de los residentes (Diedrich & García- Buades, 2009; Cole, 2012). Diversos autores ((Moscardo, Kim et al., & Tosun)

En el presente trabajo el principal objetivo fue evaluar y analizar la situación actual del manejo del turismo y su contribución a la conservación de la biodiversidad y al bienestar las comunidades locales. Además también se examinó la percepción de actores clave en cuanto a las ventajas/desventajas (económicos y socio-culturales) del turismo en la Reserva de Biósfera Galápagos.

2.2 Marco Conceptual

- **Turismo**

Los conceptos vertidos por Walter Hunziker sobre el turismo establecen que son fenómenos de desplazamiento que realizan los seres humanos entre un

punto geográfico y otro, regularmente lo realizan con permanencias muy cortas y que son originados por diversas causas.

- a) Desplazamiento,
- b) Estancia temporal,
- c) El viajero, (d) el lugar de estancia
- e) Las relaciones surgidas entre todos estos elementos.

Posteriormente, (Burkart y Medlik, 2010) definieron nuevamente el concepto de turismo de la siguiente manera: son fenómenos de movimientos de personas hacia lugares que requieren visitar por efecto de trabajo, descanso, ocio estos desplazamientos son temporales

(Wall, 2012) realizaron una definición similar a la anterior: estos movimientos de gente son de periodos menores a un año, por lo regular buscan actividades para satisfacer su estancia en ese lugar.

Se han generado nuevas definiciones conceptuales sobre el turismo, la Organización Mundial de Turismo la define como actividades que realizan un conjunto de personas y que se mueven de un lugar a otro, desplazándose en periodos cortos que pueden ir de 24 horas a un mes, esta definición es un poco amplia y se flexibiliza con ciertos elementos que en este concepto se señala: motivos de viaje; periodo mínimo; periodo máximo, lugar de entorno.

- **Atractivos Turísticos**

Son el conjunto de lugares que generan una demanda de visita, los cuales pueden ser vistos como sitios naturales o culturales que sobresalen por su jerarquía o belleza dentro del entorno, lo cual posibilita un desarrollo de demanda turística.

- **Oferta Turística**

La gama de elementos que en su conjunto conforman sitios de interés para el visitante puede generar un producto turístico que con buena promoción sea atractivo a un grupo de consumidores ávidos de conocer estos sitios, estas ofertas son comercializadas por los operadores turísticos que deberán determinar los precios adecuados para sus segmentos de mercado, lo más importante es darle a conocer al posible visitante una oferta de calidad con tiempo adecuado a lo que requiere el cliente potencial.

- **Producto Turístico**

El autor (González, 2010) manifiesta que el producto turístico, es el conjunto de bienes y servicios demandado por el turista, siendo estos tangibles e intangibles; los mismos que se encuentran relacionados con los recursos turísticos, la infraestructura, planta turística y superestructura, que se ofrecen con el propósito de satisfacer los deseos o expectativas del turista como también productos compuestos que son analizados mediante los componentes básicos que lo integran siendo atractivos, de facilidades y acceso. Considerando la explicación de dicho autor, se puede decir que el producto turístico es el conjunto de factores que configuran el atractivo turístico, logrando con recurso una nueva alternativa e implementación de una necesidad, requerida por el turista.

- **Recursos Culturales**

Las actividades que realizan dentro de una sociedad vinculando su historia y su evolución son fiel reflejo de su identidad, además se debe sumar los recursos naturales que existen en su entorno geográfico, esto debe ser cuidado con suma importancia ya que los hace único y representan un patrimonio que puede ser comercializado como producto turístico de calidad.

- **Recursos Naturales**

El medio ambiente (aire, clima, flora, fauna, belleza natural, entre otros) son las áreas que dispone un entorno para ser considerado un producto turístico de calidad, este recurso natural debe de estar al servicio de los visitantes o turistas, además debe ser complementado por el entorno natural de sus habitantes.

2.3 Marco Referencial

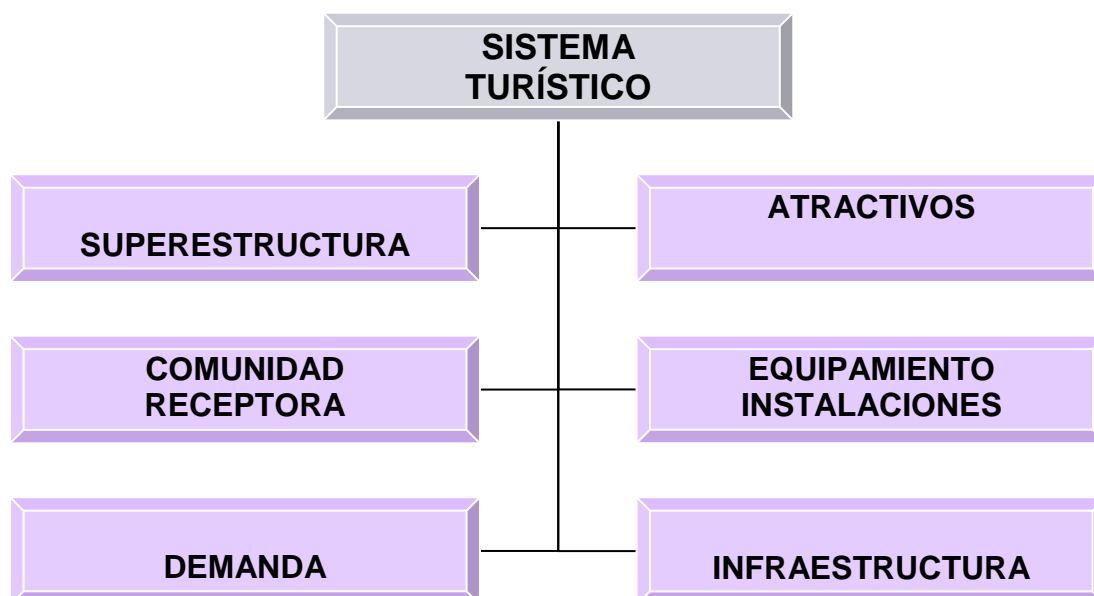
Una de las innovaciones modernas de los mercados, es la creación de productos que satisfacen una necesidad específica. En la industria turística, se habla de un producto turístico aquello que tiene la única misión de satisfacer las experiencias del cliente. (Boullón, 1998). Definen al producto turístico como: “una combinación de todos los servicios y bienes que buscan o compran los viajeros mientras preparan y completan su viaje”.

Partiendo de este concepto, podemos observar que la motivación del viaje es el principal insumo para determinar una oferta turística, la misma que no

está relacionada con el mero hecho de trasladarse por una necesidad sino más bien por un deseo. Esto es denominado motivaciones, las mismas que pueden ser: negocios, salud, ocio, etc. y de la cual se derivan sub actividades que se relacionan con el entorno al que se visita. Siguiendo a los autores mencionados, es muy importante determinar los elementos que determinan el mercado y establecer la fundamentación para la elección de un destino turístico. En este caso tenemos:

- a. Las expectativas: Lo que se constituye en una pieza clave para la satisfacción por cuanto todo nace de un deseo y que al cumplirse, se convierte en una acertada elección.
- b. La composición del producto: Lo que se estructura en una serie de componentes que trabajen mancomunadamente para que el visitante pueda llevar esa expectativa a niveles de experiencias.

Figura 3. Sistema Turístico



Nota: Sergio Molina, 2000.

(Ricaurte Quijano, 2009). Sugiere que la técnica para el desarrollo de un diagnóstico turístico debe basarse en la realidad del entorno y es por eso que se debe realizar una descripción, evaluación y posterior análisis del entorno. En este sentido es importante completar estos tres pasos para determinar efectivamente el estado de la Planta Turística que permita un

normal desarrollo de la actividad. Molina *et al* hace referencia a un “sistema turístico” el mismo que está conformado por una serie de instancias e instituciones que al unirse conforman el producto turístico.

2.3.1 Sistema de Gobernanza de Turismo en el Ecuador

Según el Plandetur 2020, el cual es un documento elaborado en base a una consultoría internacional con la finalidad de establecer un plan de desarrollo turístico, en un tiempo determinado; el Sistema de Gobernanza para el Desarrollo Sostenible son aquellas que incluyen capacidades de gobiernos seccionales, las mismas que adoptan políticas reales y acertadas al entorno en donde se desarrollan y que permiten llevar a cabo un proceso de toma de decisiones en relación a un desarrollo sostenible. En este sentido, instituir normas y políticas con actores principales, permitirán el proceso de desarrollo de estructuras y que se presentan como el camino más efectivo hacia la sostenibilidad. En los procesos de cambio se ha visto como la necesidad de auto organizarse lidera este desarrollo que apunta a la elaboración de variables que permitan diagnosticar un escenario concreto y qué medidas tomar para evitar el desgaste y desperdicio de los recursos. En este sistema de gobernanza, existe el Ministerio de Turismo, ente de gobierno que se encarga de normar la actividad turística en el Ecuador. A continuación un extracto de PLANDETUR con la reseña histórica del Ministerio.

2.3.2 Perspectiva Del Turismo

La perspectiva del turismo ha ido evolucionando de acuerdo a los elementos que se han ido incorporando, a través del tiempo se lo ha comenzado a estudiar bajo diferentes disciplinas y se han establecido debates sobre la real dimensión y su definición universal.

La escuela Berlinesa en 1942 fueron los primeros en generar una definición más clara de las existentes sobre el turismo, las cuales se basaban fundamentalmente sobre cuatro puntos:

- a) Desplazamiento,
- b) Estancia temporal,
- c) El viajero
- d) el lugar de estancia

(Burkart, 2015). Definio el concepto de turismo “ es el fenomeno que genera los desplazamientos de las personas de un lugar a otro por actividades de trabajo o descanso, en ellas se realizan actividades emprendidas en esos destinos son cortos y temporales.

2.4 Marco Legal

- **LEY DE TURISMO**

Esta ley se oficializo el 27 de diciembre del 2002 y su última modificación fue realizada el 29 de diciembre del 2014. Donde el Congreso Nacional promulga la ley especial del desarrollo turístico en el registro oficial.

El decreto ejecutivo 1424 publicado en el registro oficial 309 declara el desarrollo del turismo como política prioritaria de estado y expide la siguiente ley de turismo:

- **CAPITULO I GENERALIDADES**

El capítulo 1 establece las generalidades que determinan los Marcos Legales que promocionan las diferentes entidades estatales que tienen a cargo la promoción y el desarrollo del sector turístico. Además establece todos los derechos y obligaciones que tienen cada uno de los prestadores de este servicio.

Dentro de estas generalidades establece el concepto de las actividades orientadas hacia este sector y clasifican los actores que están autorizados a ejercer esta actividad.

El artículo 3 establece los principios de la actividad y señala claramente que la iniciativa privada esta considerada como un factor fundamental en el sector, la cual debe se protegida por la ayuda y participación de los Gobiernos seccionales creando infraestructuras y redes de servicios básicos para promocionar los servicios ante los turistas.

Dentro de este artículo se prioriza que las comunidades indígenas, campesinas y afro del Ecuador mantengan sus tradiciones y preserven su identidad protegiendo sus áreas y ecosistemas.

Dentro del capítulo que establece estas generalidades, está el reconocimiento de la autogestión de las comunidades con ayuda del estado promocionando productos turísticos competitivos al alcance de todos, garantizando los recursos naturales, históricos, culturales y arqueológicos de la nación.

Las entidades estatales deberán hacer uso de la promoción y capacitación de su personal para promover el turismo interno y externo en forma legal y coordinada.

CAPITULO II

DE LAS ACTIVIDADES TURISTICAS Y DE QUIENES LAS EJERCEN

A través de este capítulo el estado establece quienes pueden ejercer las funciones en el sector turístico ya sean estas de caracteres naturales o jurídicos. Regula el tipo de prestaciones y actividades.

Además señala el tipo de servicio que estos entes prestaran al sector turístico como: alojamiento, transportación, operación, intermediación, y servicios de alimentos y bebidas.

Además estipulara y regulara los contratos de viaje que se realicen por concepto de turismo entre las partes, esto se tomó como jurisprudencia a partir del 31 de julio 2001.

En el artículo 8 de este capítulo se establece que todas las personas naturales o jurídicas requieren de una licencia anual de funcionamiento que regulen su actividad y el tipo de servicio que ofertan, los mismo que deben de tener servicios de calidad sujetadas a normas técnicas.

Este artículo sirve para certificar que todo aquel que preste servicio de turismo debe de estar acreditado con una licencia que le permita identificarse plenamente.

El Ministerio de Turismo o los municipios y consejos provinciales en el artículo 10 establecen que estas entidades tienen la facultad de conceder las licencias o permisos de turismo para el funcionamiento de estos establecimientos.

Estos permisos regulan la posibilidad de: beneficios tributarios, publicidad por categoría, pruebas en el libro de reclamaciones, información oficial, licencias únicas de funcionamiento, entre otros beneficios.

CAPITULO III

DEL CONSEJO CONSULTIVO DE TURISMO

En este capítulo se crea un Consejo Consultivo de Turismo el cual tiene la facultad de asesorar al Ministerio de Turismo en temas relacionados con la actividad.

El consejo consultivo de turismo se constituirá con siete miembros de diferentes entidades gubernamentales del turismo, todas sus resoluciones deberán someterse a votación y entraran en vigencia una vez que la mayoría de sus vocales presenten sus mociones.

Los miembros del consejo consultivo se establecerán mediante votación en el colegio electoral el cual es regulado por La Federación Nacional de Cámaras de Turismo. Esta entidad será regulada directamente por el Ministerio de Turismo y su secretario será escogido por el ministro encargado de una terna presentada.

CAPITULO IV

DEL MINISTERIO DE TURISMO

El Ministerio de Turismo es la cartera designada para regular, promover y ejecutar todas las actividades del sector, su funcionario de mayores jerarquías es el ministro quien es representante del Presidente de la Republica, en el recae las atribuciones asignadas:

Elaborar las políticas que regirán en todo el territorio nacional cuya principal dirección se sustentan en la promoción nacional e internacional de la actividad turística del País.

El Ministerio de Turismo deberá de crear una cartera de sitios de interés turístico para promoverlos como sitios de visitas vacacionales y de tránsito turístico, ejecutando proyectos y programas complementarios con el Sector Privado incluyendo las comunidades del sector. Además de tener a cargo las siguientes actividades: regular y promover la inversión en el sector, elaborar y ejecutar todos los planes promocionales del sector turístico, calificar y regular los proyectos en el sector, asignar recursos financieros y establecer regulaciones para que esos recursos sean bien canalizados en proyectos que promuevan y promocionen el turismo en el país.

CAPITULO V DE LAS CATEGORIAS

La cartera de turismo en este capítulo establece las categorías y sus actividades para cada uno de las personas naturales y jurídicas que dan servicio en este sector, todos ellos deberán de someterse a normas internacionales y de acuerdo a eso se establecerán las especificaciones de cada categoría.

En esta categorización el Ministerio de Turismo deberá ser objetivo para clasificar cada actividad vinculada al turismo.

CAPITULO VI AREAS TURISTICAS PROTEGIDAS

Este capítulo señala en forma clara los artículos que tienen competencia en la protección de áreas turísticas protegidas, estableciendo a las Islas Galápagos como una de las reservas naturales más grandes del Ecuador, por lo cual trata de limitar y regular los movimientos migratorios en este sector, es necesario que se entienda cada uno de los artículos descritos en este capítulo.

El Ministerio de Turismo deberá coordinar con el Ministerio de Ambiente todas las promociones y proyectos que se ejecuten en las áreas naturales protegidas. Deberá establecer regulaciones que protejan estas áreas y controlen el flujo de turistas que visitan estos destinos, lo importante es que cada punto regulado sea ejecutado promoviendo el bienestar de esta zona, para lo cual el Ministerio de Ambiente tendrá injerencia directa en estos programas.

En el caso de Galápagos por ser parque natural más grande del país, cuya biodiversidad de flora y fauna debe ser extremadamente cuidada el Ministerio de Turismo en conjunto con el Ministerio de Medio Ambiente han generado una ley de régimen especial:

Régimen Especial para la Conservación y Desarrollo Sustentable de la Provincia de Galápagos y el Estatuto Administrativo del Parque Nacional Galápagos.

A través de este régimen especial se señalan que las áreas turísticas protegidas se determinaran por decreto, las cuales tendrán limitaciones en su uso de suelo y de bienes. En estas áreas quedan excluidas todas aquellas que afecten al turismo en seguridad, higiene, salud y preservación ambiental.

Es potestad de la Presidencia de la Republica señalar proyectos turísticos a realizarse en estas áreas protegidas, los mismos que se pueden realizar en centros turísticos ya existentes o reservas turísticas.

El Estado Ecuatoriano en la ley de turismo y la constitución política de la republica establece la inversión nacional y extranjera como prioritaria y la garantiza, tratando de promocionar las actividades turísticas, estableciendo

que los extranjeros que quieran invertir en el sector turístico del país, gozaran de los mismos derechos y obligaciones.

DISPOSICIONES FINALES

Los artículos 61, 62, 63 han sido reformados y publicados en el registro oficial del 25 de agosto de 1971. En estos establecen que el Ministerio de Trabajo y Recursos Humanos serán responsables sobre el cumplimiento del trabajo que cumplen los trabajadores en los diferentes establecimientos (hoteles, bares, restaurantes, otros), para lo cual coordinaran con el Ministerio de Turismo y sus delegados para que toda la fuerza laboral en este sector se sometan al fiel cumplimiento de las leyes de trabajo sin perjuicio a los actores del sector, estableciendo que los dos Ministerios respetaran lo dispuesto en esta publicación.

2.5 Impactos Económicos, Socioculturales Y Ambientales del Turismo Sostenible

La actividad turística genera impactos positivos o negativos sobre un destino, región, sitio, país donde se desarrolla. El gran desafío que tenemos es como evitar o minimizar los impactos negativos y maximizar los impactos positivos. Los impactos pueden ser analizados desde distintas dimensiones.

2.5.1 Impactos Económicos

Generación de divisas por prestación. Por lo general ocurre inflación en la de servicios. Economía local en productos y Generación de rentas al Estado y servicios básicos. Municipios por concepto de impuestos. Turismo emisor salida de divisas, no Turismo receptor entrada de flujos siempre existe una balanza comercial económicos. Positiva. Generación de inversiones privadas y no siempre los recursos generados por ende generación de empleo y son reinvertidos, salida de divisas a mejoramiento de la calidad de vida desde un punto de vista económico. Sus países de origen y los empleos de menor categoría son para la gente Inversiones públicas para dar local. Facilidades para el desarrollo de actividades turísticas (carreteras, en países en vías de desarrollo la comunicación, alcantarillado otros). Inversión pública requiere de financiamiento externo es decir endeudamiento (lorenz, 2012).

2.5.2 Impactos Sociales Positivos Negativos

Generación de empleo la expansión del turismo puede facilitar construcciones para la provocar desplazamiento de actividad turística serán utilizadas culturas locales. Por parte de la población local. Discriminación en fuentes de Demanda de empleos calificados empleo, preferencia a extranjeros. Implicará mayor inversión en la formación para generación de pérdida de la cultura y tradiciones empleo local. Sobre explotación de recursos intercambio cultural culturales y naturales Valoración de la cultura local. Cambios drásticos en la vida de la Inversión en sitios de interés gente local. Ambiental y cultural para su crecimiento de problemas preservación y uso. Sanitarios, salud, violencia y otros. Recuperación de la industria artesanal (lorenz, 2012).

2.5.3 Impactos Ambientales Positivos Negativos

Mayor conciencia ambiental. Exceso de demanda y saturación de destinos y sitios naturales de interés de áreas naturales y su interés mundial. Conservación. Destrucción de áreas naturales Lucha contra la contaminación. Impacto paisajístico por malas y demanda por parte de los turistas excesivas construcciones por falta de un medio ambiente de calidad de control. Apoyo a programas de Generación de basura. Conservación, investigación. Contaminación del aire, agua y difusión de la importancia a nivel suelo. Mundial de conservar áreas naturales, como Galápagos, afectación de sitios naturales de Patagonia, Amazonía, anidación, reproducción o de alta Machupichu entre otros. Concentración de biodiversidad (lorenz, 2012).

CAPITULO III MARCO METODOLÓGICO

En el desarrollo de este capítulo se establecerán las premisas Metodológicas a utilizarse dentro de esta investigación y se observaran las variables, las cuales serán evaluadas estadísticamente a través de las encuestas realizadas a la muestra escogida.

Dentro del Marco Metodológico es importante establecer un diseño que permita observar en forma clara las etapas que se irán dando dentro de la investigación en términos generales.

3.1 Enfoque de la Investigación

A través del tiempo se han originado diferentes corrientes de pensamientos que han ido desde el Empirismo, Materialismo Dialéctico, Positivismo, Fenomenología, y Estructuralismo, las cuales dieron como resultado distintos ángulos y visiones en la búsqueda del conocimiento, estas corrientes son el nacimiento de los Enfoques Cuantitativos y Cualitativos en la investigación. La idea de estos Enfoques será poder visualizar que pueden formar parte de un mismo estudio al cual se denomina Enfoque Integrado Multimodal, ambos enfoques utilizados en forma conjunta enriquecen esta investigación, puesto que no se excluyen ni se sustituyen, lo importante es poder tener una idea clara del fenómeno social y económico que están viviendo en la actualidad los pobladores de las Islas Galápagos y sostener fórmulas que permitan mejorar esta realidad.

En términos generales, los dos enfoques (cuantitativo y cualitativo) utilizan cinco fases similares y relacionadas entre sí (Hernández Sampieri, 2006).

- a) Llevan a cabo observación y evaluación de fenómenos.
- b) Establecen suposiciones o ideas como consecuencia de la observación y evaluación realizadas.
- c) Prueban y demuestran el grado en que las suposiciones o ideas tienen fundamento.
- d) Revisan tales suposiciones o ideas sobre la base de las pruebas o del análisis.
- e) Proponen nuevas observaciones y evaluaciones para esclarecer, modificar, cimentar y/o fundamentar las suposiciones e ideas; o incluso para generar otras.

3.1.1 Enfoque Cuantitativo: Este enfoque trata de utilizar la recolección de datos y su análisis para dar contestación a ciertas preguntas en la investigación y así poder probar algunas hipótesis que han estado previamente establecidas, se basan en la mediación numérica y el uso de estadísticas, frecuentemente tratan de establecer el comportamiento de la muestra con patrones de exactitud. A través de este enfoque numérico estadístico se trata de establecer cuanto puede aportar esta Propuesta de Reestructurar el Sector Hotelero Comunitario de las Islas Galápagos, fortaleciendo y contribuyendo una economía sostenible.

3.1.2 Enfoque Cualitativo: Este enfoque trata de utilizar métodos de recolección de datos sin una medición numérica, estableciendo como premisa fundamental las descripciones y observaciones, normalmente suele ser flexible en el proceso de la investigación que es de donde surgen en forma regular las preguntas y las hipótesis dentro del proceso y los eventos, las repuestas se dan en función de la interpretación y su propósito es el de reconstruir la realidad como la observan los actores del sistema social. El enfoque cualitativo, por lo común, se utiliza primero para descubrir y refinar preguntas de investigación. A veces, pero no necesariamente, se prueban hipótesis (Grinnell, 1997).

3.1.3 Enfoque Mixto: Este enfoque se da bajo una combinación de los Enfoques Cuantitativo y Cualitativo. El resultado de este enfoque trata de resolver incógnitas que se plantearon en la hipótesis del desarrollo de la investigación, mediante este enfoque se trata de descifrar algunas variantes observadas en la investigación de campo y que son sostenidas en investigación bibliográficas.

Habiendo realizado un análisis sobre los conceptos de enfoque que se pueden utilizar en la investigación del tema, se establece que el que más se ajusta para obtener la información adecuada se trabajará con un Enfoque Mixto, con el cual se podrá obtener datos estadísticos con exactitud además de darle un valor de interpretación a las observaciones que hacen los actores sociales dentro de las comunidades de las Islas Galápagos,

haciendo una mezcla de lo Cuantitativo y Cualitativo se podrá obtener un resultado con mayor proyección.

3.2 Tipos De Investigación

Las investigaciones pueden ser clasificadas por el tiempo (**Dimensión Cronológica**) es decir se puede observar un fenómeno a través de la **Historia**, de la **Descripción** real de las cosas que se están suscitando, o a través de la forma **Experimental** que son las cosas que podrían suceder.

3.2.1 Investigación Exploratoria: La finalidad de realizar una investigación de carácter exploratoria es examinar el desarrollo de un tema que no ha sido estudiado con profundidad y del cual no se tiene mayor información, a través de este proceso de investigación se de observar la realidad en que se encuentra el sector del turismo comunitario en Galápagos, sobre todo se explora el vínculo social, económico, cultural del entorno en que vive esta sociedad y las expectativas que tiene para su desarrollo.

3.2.2 Investigación Descriptiva: estos estudios tienen como finalidad ir desarrollando una imagen real de los fenómenos que están siendo investigados, los cuales tienen ciertas características propias, la importancia que tiene esta investigación es que miden ciertas variables importantes en los grupos o comunidades que están siendo analizados, esas variables son estudiadas en forma independiente y es posible que se trabaje la misma medición para analizar una o más aristas de la investigación, los resultados podrían ser predecibles.

Mediante este tipo de investigación, se ha tratado de establecer el perfil y la característica de la situación específica en que se desenvuelve el entorno del sector turístico sin generar mayor juicio de valor y de mucha objetividad.

“Desarrollo de propuesta” La propuesta desarrollada es directamente una variable independiente que trata de ajustarse a un proceso controlado que será responsabilidad de las comunidades de las Islas Galápagos, las cuales serán las encargadas de planificar, ejecutar, controlar los resultados que se obtengan del desarrollo de esta propuesta impulsada por sus propios habitantes

3.2.3 Investigación Correlacional: a través de esta investigación se trata de observar el grado de relación que tienen dos o más variables entre sí y cómo interactúan dentro de un mismo contexto. El concepto de variables correlación se da cuando una de ellas experimenta cambios y la segunda variable experimenta algún cambio y esto permite anticipar sus comportamientos. Los estudios correlacionales son denominados también estudios explicativos parciales, ya que evalúan el grado de relación sin que necesariamente busquen dar una explicación en forma clara de la causa y su forma de relacionarse.

Por tanto estos estudios explicativos pretenden entregar el sentido de comprensión o entendimiento sobre un fenómeno en particular, apuntando siempre a las causas de eventos físicos o sociales. Se trata de responder preguntas como: ¿Por qué ocurre? ¿En qué condiciones ocurre? Estos estudios son mayormente estructurados y se debe tener un mayor control de la manipulación de las variables.

3.2.4 Investigación de Campo: este tipo de investigación señala el lugar donde se desarrolla el proceso, lo importante será que las condiciones establecidas sean favorables para que se haga una observación objetiva, (observaciones en una sociedad, encuestas a un determinado número de personas, condiciones naturales como la lluvia la temperatura, etc.) como se observa debe ser un estudio objetivo y natural.

Este tipo de investigación se ajusta a recopilar información a través de encuestas de carácter Cuantitativas, las cuales se desarrollan con márgenes de error del 5% y resultados probabilísticos del 95% de aceptación, la finalidad es despejar incógnitas con información estadística.

3.3 Métodos de la Investigación

Dentro del proceso de investigación se pueden señalar dos tipos de clases: el Método Lógico y el Método Empírico, el primero de ellos estará basado en función de análisis y síntesis de lo investigado, mientras que el Empírico se basará en el conocimiento del objeto a investigar a través de su experiencia y la observación directa sumada a la experimentación

3.3.1 Método Lógico Deductivo

Mediante este método se trata de establecer principios que han sido descubiertos en casos particulares y que se dan a partir de una serie de juicios enlazados como:

- a) Consiste en encontrar principios desconocidos a partir de principios conocidos, es decir que un principio o una ley podría reducirse a otra más general que lo incluya.
- b) Este método trata de establecer consecuencias desconocidas sobre principios conocidos, parte de axiomas y definiciones.

Este método también permite observar como los factores particulares se entrelazan con los factores generales generando los llamados factores explícitos, así de la teoría general de un fenómeno o situación se llegan a correlacionar en fenómenos y situaciones particulares.

En esta propuesta, lo que se trata de establecer es lo importante que las comunidades de las Islas Galápagos se involucren para poder ofrecer un servicio de calidad de hospedaje comunitario a los turistas nacionales y extranjeros, generando el desarrollo de una economía sostenida para esta comunidad a través de una Planificación Estratégica que asegure la gestión. Dentro de este proceso de Método Deductivo se trata de ir de lo general a lo específico, estipulando reglas y controles condicionados que direccionan a conclusiones finales partiendo de supuestos.

A través de este proceso se establece que los servidores turísticos comunitarios deberán de formar alianzas estratégicas con los operadores para poder desarrollar el sector de hospedaje comunitario, asegurando el objetivo y el éxito (Bernal, 2006).

3.3.2 Método Lógico Inductivo

Este método se basa en el razonamiento y parte de la premisa de casos particulares llevándola a conocimientos generales, a través de este método se puede llegar a establecer hipótesis sobre situaciones a investigarse, además de establecer cierta investigación de tipo de leyes científicas. Este método puede tener dos tipos de inducciones: completa o incompleta.

Inducción Completa: para poder establecer una conclusión se deben conocer todos los elementos que forman el objeto de investigación, solo así podremos conocer con exactitud.

Inducción Incompleta: dentro de este método los elementos a investigarse difícilmente pueden ser numerados o estudiados en su totalidad, por lo tanto se tendrá que recurrir a muestras representativas que permitan hacer generalizaciones.

Si se observa el método inductivo, este tiene un análisis ordenado lógico del problema a investigar, normalmente se da a través del razonamiento, intuición, argumentación, sobre las premisas que se observan como verdaderas y ante las cuales se tratan de establecer conclusiones y soluciones a las hipótesis que se han planteado.

En este trabajo el método inductivo trata de establecer en forma particular cuales han sido las causas que imposibilitan el desarrollo del sector hotelero comunitario en las Islas Galápagos, teniendo como premisa que en este sector ha habido desorganización en los prestadores de servicios turísticos, además de la ineficiencia de servicios de calidad y falta de apoyo de las entidades del estado.

3.3.3 El Método Delphi

El método Delphi, consiste en la utilización sistemática del juicio intuitivo de un grupo de expertos para obtener un consenso de opiniones informadas (Valdés, 1999), (Moráguez, 2001). Resulta imprescindible que estas opiniones no se encuentren permeadas o influenciadas por criterios de algunos expertos.

Este método resulta más efectivo si se garantizan: el anonimato, la retroalimentación controlada y la respuesta estadística de grupo. (Gestiopolis, 2017).

Dentro de este método se puede puntualizar lo siguiente: Se puede evaluar una variable conocida y a través de ella se puede establecer formas de comportamiento.

- Si el sistema o sus elementos no han sido estudiados de antemano o no son conocidos por el objeto de estudio, se debe estipular la muestra al sistema o modelo a aplicar.

Este autor considera, al igual de Zayas (1998), Campistrous (1998), Valdés (1999), Moráguez (2001), que las ventajas del método están dadas en que:

- Permite la formación de un criterio con mayor grado de objetividad.
- El consenso logrado sobre la base de los criterios es muy confiable.
- La tarea de decisiones, sobre la base de los criterios de expertos, obtenido por éste tiene altas probabilidades de ser eficiente.
- Permite valorar alternativas de decisión.
- Evita conflictos entre expertos al ser anónimo, (lo que constituye un requisito imprescindible para garantizar el éxito del método) y crea un clima favorable a la creatividad.

El experto se siente involucrado plenamente en la solución del problema y facilita su implantación. De ello es importante el principio de voluntariedad del experto en participar en la investigación.

Garantiza libertad de opiniones (por ser anónimo y confidencial). Ningún experto debe conocer que a su igual se le está solicitando opiniones.

Sus desventajas más significativas están dadas en que:

Es muy laborioso y demanda tiempo su aplicación, debido a que se requiere como mínimo de dos vueltas para obtener el consenso necesario.

- Es costoso en comparación con otros, ya que requiere del empleo de: tiempo de los expertos, hojas, impresoras, teléfono, correo
- Precisa de buenas comunicaciones para economizar tiempo de búsqueda y recepción de respuestas.
- Debe ser llevado a cabo por un grupo de análisis: los expertos como tales.
- Se emiten criterios subjetivos, por lo que el proceso puede estar cargado de subjetividad, sometido a influencias externas.

De aquí la necesidad de aplicar varias vueltas, buscar técnicas variadas de análisis para obtener un consenso y pruebas estadísticas para determinar su grado de confiabilidad y pertinencia (gestiopolis, 2017).

3.4 Fuentes de Información

Los diferentes tipos de documentos que son sustentos para una investigación, son denominados Fuentes los cuales tienen como finalidad generar conocimiento sobre el tema a investigarse.

La información se va estableciendo a través de una serie de fuentes disponibles sobre el tema definido lo cual genera hipótesis, teorías.

Las fuentes de investigación se pueden clasificar de acuerdo al tipo de documento a observarse:

- **Primarias:** (entrevistas, noticias, documentos originales, etc.)
- **Secundarias:** (enciclopedias, revisión de resúmenes, bibliografías, etc).

3.4.1 Tipos De Investigación

1) Fuentes primarias

Las fuentes primarias son aquellas utilizadas para tener acceso de forma directa a la información.

Son todas aquellas que incluyen información de primera mano, original y sin abreviaciones. Aquí se incluyen, en general, producción documental de alta calidad, **para este trabajo se estableció contacto con líderes de opinión de la sociedad de las Islas Galápagos, exalcaldes, exconcejales y dirigentes comunitarios de los cantones más importantes de la Provincia que han estado inmersos en el desarrollo social y económico en los últimos diez años.**

Características

- Son tan fiables y precisas como las fuentes secundarias.
- Su contenido se basa en la evidencia directa o testimonio sobre el tema tratado.
- Son redactadas por una persona directamente involucrada con el tema de investigación. Por lo tanto, estas fuentes tratan el tema desde el interior de un evento particular.

2) Fuentes secundarias

Las fuentes secundarias son aquellas que se componen de información sintetizada o reelaborada.

Son las fuentes de investigación diseñadas para hacer las veces de instrumentos de consulta rápida. Presentan la información de manera organizada y objetiva, por lo cual se convierten en excelentes fuentes de consulta.

Entre las fuentes secundarias más destacadas se encuentran las enciclopedias, los diccionarios especializados, los directorios, los repertorios bibliográficos y las estadísticas, entre otros, esta tesis ha sido sustentada con información fidedigna y concluyente de revistas especializadas en el Sector Turístico de Galápagos, además de informes técnicos emitidos por diversas instituciones (Plan Estratégico Institucional 2015 – 2018; Agencia De Regulación y Control de la Bioseguridad Cuarentena para Galápagos; Informe Dirección del Parque Nacional Galápagos; Página oficial del Observatorio de Turismo de Galápagos; Ministerio de Turismo)

Características de las fuentes secundarias

- Analizan e interpretan información dada por las fuentes primarias.
- Se derivan de la generalización de un tema.
- Analizan, sintetizan, interpretan y evalúan la información para realizar compendios de la misma.

3.5 Técnicas de la Investigación

Todo proceso de investigación debe de establecer una estructura cronológica para organizarla, debe de constar de los siguientes pasos:

- Ordenar las etapas de la investigación.
- Aportar instrumentos para manejar la información.
- Llevar un control de los datos.
- Orientar la obtención de conocimientos

Esta tesis se fundamentara en la técnica documental (revistas, libros especializados, documentales, toda información relevante que aclare o vierta conceptos sobre el sector hotelero comunitario de Galápagos).

Técnica de campo con la cual se desarrolla información a través de la observación y el contacto directo como el objeto a investigarse (entrevistas, encuestas, test, fichaje cuestionario, etc es decir todas las personas operadores de servicio, autoridades seccionales y gubernamentales, líderes comunitarios, que puedan dar su punto de vista objetivo y testimonio en búsqueda de la verdad de la investigado en el sector hotelero comunitario Galápagos).

3.5.1 Encuesta

En síntesis, la definición de encuesta enfoca a la misma como un método que consiste en obtener información de las personas encuestadas mediante el uso de cuestionarios diseñados en forma previa.

Complementando ésta definición, cabe mencionar que según el autor Malhotra, el método de encuesta es un cuestionario estructurado que se da a una muestra de la población y está diseñado para obtener información específica de los entrevistados.

Thompson, I. (2010). Definición de encuesta. Línea] Disponible en: <http://www.promonegocios.net/mercadotecnia/encuestasdefinicion.html> (17-11-2011).

Mediante esta técnica, la propuesta trata de generar información de los encuestados, estableciendo las variables de la información obtenida de este instrumento como: sexo, edad, ingresos, procedencia, ocupación o actividad, motivos de visita, transporte, calificación de los servicio, vías de acceso, entre otros.

3.5.2 Entrevista

La entrevista puede tener una finalidad periodística y desarrollarse para establecer una comunicación indirecta entre el entrevistado y su público. En este sentido, la entrevista puede registrarse con un grabador para ser reproducida en radio o como archivo de audio, grabarse con filmadora para captarla en vídeo o transcribirse en un texto.

En las ciencias sociales, se valen de la entrevista para acercarse a un determinado pueblo y conocer sus costumbres y demás temas relacionados con su cultura, lo cual proporciona datos fundamentales para desarrollar teorías relacionadas con la vida de dicha sociedad, sus conductas, deseos, creencias, etc. Para hacerlo, los científicos suelen mimetizarse con el grupo, viviendo con ellos y aprendiendo a partir de la experiencia en comunidad los datos que necesitan para estudiar a dicho pueblo (Gestión, 2016).

Para poder establecer conceptos sobre el sector hotelero comunitario en las Islas Galápagos se realizaron entrevistas con autoridades seccionales, líderes de opinión en el área del sector hotelero y líderes comunitarios, esto

se lo realizo con preguntas estructuradas dentro de la entrevista, la cual tenia como finalidad obtener informacion en temas como:

- ✓ ¿Cuál es la percepción personal, sobre el sector hotelero comunitario en las Islas Galápagos?
- ✓ ¿Si consideran que las actividades del sector turístico han tenido apoyo de las entidades del estado?
- ✓ ¿Si piensan que a través del desarrollo de una propuesta de Planificación Estratégica, se puede ayudar a reestructurar el sector hotelero comunitario en las Islas Galápagos?
- ✓ ¿Si se considera que el desarrollo de este sector puede ser un ingreso económico sustentable para las comunidades de las Islas?

Para efecto de realizar estas entrevistas se trabaja con entidades como los Gad's Municipales, Gad's Parroquiales, Ejecutivos de la Dirección del PNG y funcionarios del Consejo Nacional de Galápagos.

3.6 Población y Muestra

La diferencia existente entre un censo de la población total y una muestra de éste, es que la información que se recoge a través de las encuestas es proporcionada por una parte o porción de la población de interés, la cual normalmente debe de ser representativo del grupo en su totalidad (Universo), a esto es lo que se denomina "Muestra" y para obtener esta información se lo hace a través del denominado "Muestreo".

En esta tesis se tratara de establecer los conceptos básicos de Población, Muestra, Muestreo sobre la información que se requiere obtener, tratando de ser lo más objetivo posible en cuanto a su tamaño, lo importante será analizarla en su totalidad sin generar mayores costos elevados pero con información veraz y concluyente.

- **Población:** es el Universo total constituido por personas, registros, fechas, sobre las cuales se desea conocer u obtener información sobre una determinada investigación. En cuanto a esta tesis en sí, se revisara información sobre a artículos de prensa, editoriales, películas, videos, novelas, series de televisión, programas radiales y por supuesto personas a encuestar.

Para el caso de esta investigación se ha dividido la población en turistas nacionales y extranjeros tomando una población de 238 turistas; prestadores de servicios de turismo tomando como población 102 prestadores de los cuales se saca una muestra representativa para ser encuestada.

- **Muestra:** es una parte de este universo de la cual se tratara de sacar la mayor cantidad de información, para establecer esta muestra en la tesis se determinara a través de procedimientos con fórmulas buscando la mayor cantidad de componentes del universo total, la cual deberá de ser la más representativa.
- **Muestreo:** Según Stanton, Etzel y Walker, la idea fundamental del muestreo es que un pequeño número de elementos —una muestra—, si se seleccionó en la forma apropiada de un número mayor de esos elementos —un universo—, tendrá las mismas características y aproximadamente en la misma proporción que el número mayor. (Por tanto) para obtener datos confiables con este método se requiere la técnica correcta para seleccionar la muestra.

3.6.1 Tamaño de la Muestra

En el desarrollo de la tesis lo importante es establecer el número de turistas, operadores de servicios turísticos, autoridades del sector turístico en Galápagos a encuestar y entrevistar para obtener la información que requiere la tesis. Las variables que se tomaran en cuenta son:

- a) Los recursos disponibles con que se cuenta.
- b) El análisis que se requiere hacer en esta investigación.

Es importante observar que a mayor tamaño se escoja la muestra, menor será el error de la misma.

En esta investigación se consideró la Muestra a través de fórmulas estadísticas observando algunos puntos como: Margen de Error el cual deberá estar entre $\pm 5\%$, es decir tiene un mínimo grado de error; Confiabilidad estableciendo cuando más del 65/70 % de las personas encuestadas de un dato de generalización y Probabilidad es que dentro de la población cualquier elemento pueda ser escogido con la misma posibilidad para integrarse a la muestra que se elaboró.

Para generar el número de turistas, prestadores de servicios y autoridades del sector de Galápagos a encuestar, se seleccionó una muestra de la población de las diversas asociaciones que tienen incidencia en el sector turístico de Galápagos.

Tabla 3. Muestra Seleccionada para Realizar las Encuestas

ORGANIZACIÓN	POBLACIÓN
AUTORIDADES SECTOR TURISTICO GALÁPAGOS	4
TURISTAS NACIONALES / EXTRANJEROS	238
PRESTADORES DE SERVICIOS TURISTICOS NACIONALES	102
TOTAL	344

Nota: Investigación de Campo.

- Para establecer la encuesta de turistas se escogió 147 visitantes, los cuales fueron tomados aleatoriamente de un grupo de 238 visitantes que ingresaron al PNG en la semana del 10 al 16 de diciembre del 2018, es necesario indicar que los mismos se tomaron sin considerar su nacionalidad.

TURISTAS.

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

$$n = \frac{1.96^2(0.5)(0.5)238}{0.05^2(238-1) + 1.96^2(0.5)(0.5)}$$

$$\frac{228.572}{1.5529} = 147.19 \sim 147$$

- El número de prestadores de servicios turísticos escogidos para realizar la encuesta fue de 76 operadores de servicios turísticos, de un total de 102 agencias de viajes a nivel nacional inscritas en las Cámaras de Turismo del Ecuador.

SERVIDORES TURÍSTICOS

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

$$= \frac{1.96^2 (0.5)(0.5) 102}{0.05^2 (102 - 1) + 1.96^2 (0.5)(0.5)}$$

$$\frac{92.055}{1.2129} = 75.89 \sim 76$$

CAPÍTULO IV ANÁLISIS DE DATOS

4.1 Encuesta realizada a los Turistas

Dentro de este trabajo se utilizó la encuesta como herramienta para obtener información de los turistas nacionales y extranjeros que visitaron Galápagos, la muestra escogida a encuestar será de 147 turistas, a los cuales se les envió el cuestionario de preguntas vía correo electrónico.

La encuesta trata de obtener información que va de datos generales a datos específicos sobre lo investigado.

1. ¿Género de turistas encuestados?

Turistas Hombres	61%	90
Turistas Mujeres	39%	57
Total de Turistas	100%	147

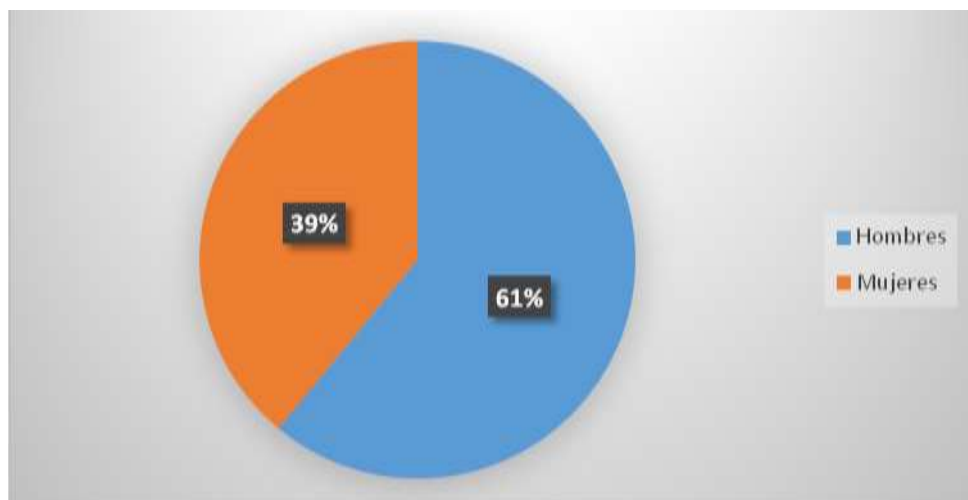


Figura 4. Género Turistas Encuestados

En el figura N° 4 se puede observar que el 61% de los turistas encuestados (90 son hombres) y el 39% de turistas son (57 mujeres)

2. ¿Promedio de edad de los turistas?

20 - 30 años	12%	18 turistas
31 - 40 años	17%	25 “
41 - 50 años	26%	38 “
51 - 60 años	31%	44 “
61 - 70 años	14%	22 “
Total	100%	147 turistas

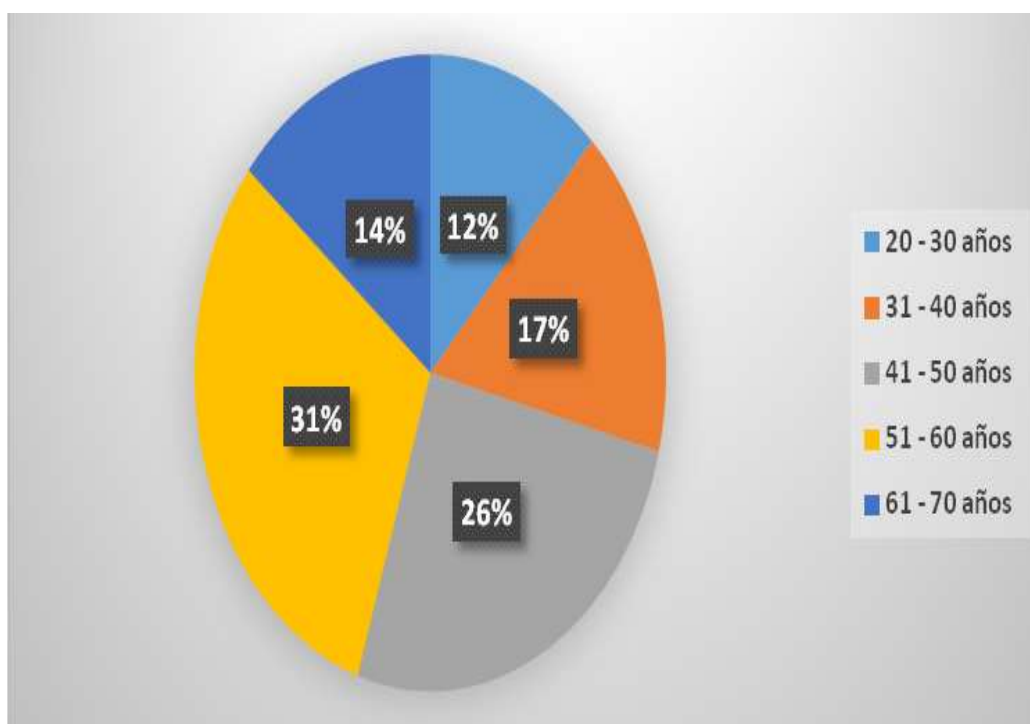


Figura 5. Promedio de Edad de los Encuestados

En la figura N° 5 se observa claramente que los turistas se segmentan en los jóvenes que van desde los mochileros hasta los turistas de la tercera edad que son los jubilados, la mayor concentración de turistas que viajan están dentro de los 41 a 60 años es decir turistas maduros que requieren servicios confortables, que tienen responsabilidad con el medio ambiente.

3. ¿Procedencia de los turistas encuestados?

Extranjeros	66%	97 turistas
Nacionales	34%	50 “
Total	100%	147 turistas

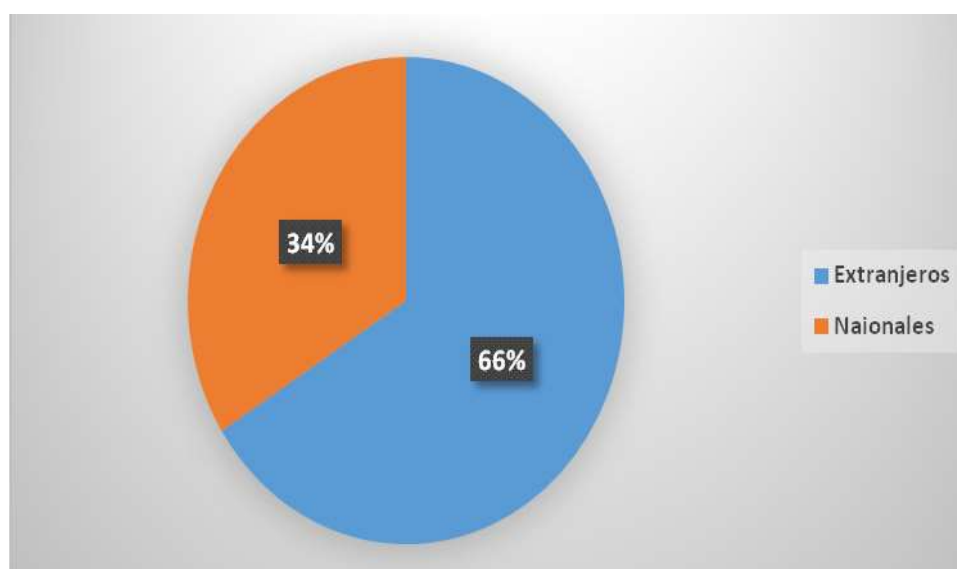


Figura 6. Procedencia de los Turistas

Una vez realizada la encuesta, se obtuvo información que los turistas que visitan las Islas Galápagos en su gran mayoría son extranjeros que los Ecuatorianos prefieren otros destinos turísticos en el extranjero para vacacionar.

4. ¿Origen de los turistas encuestados?

Nacionales	9%	13 turistas
América del Sur	14%	21 “
América del Norte	37%	54 “
Europa	28%	41 “
Asia	12%	18 “
Total	100%	147 turistas

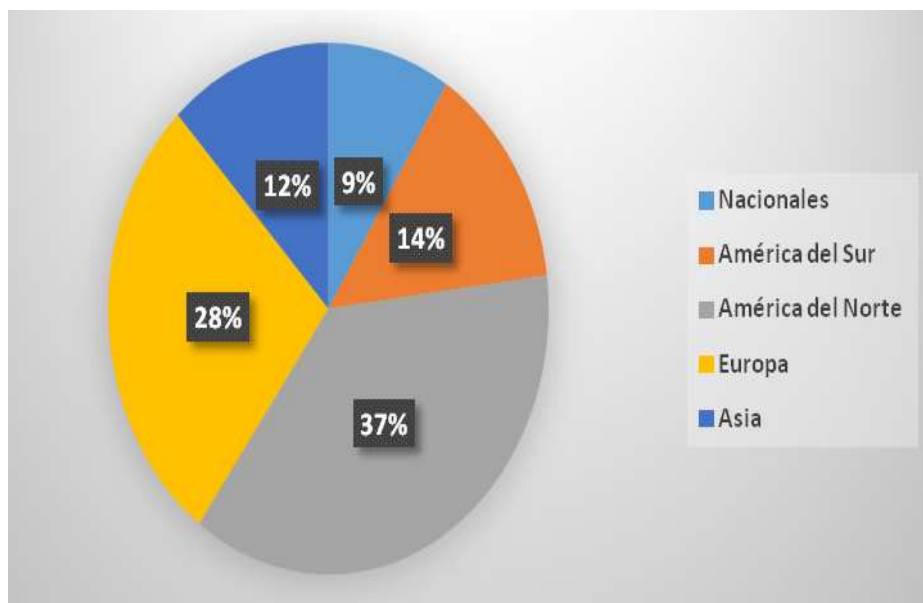


Figura 7. Origen de los Turistas

A través de esta información la encuesta arroja que la procedencia de turistas que llegan a Galápagos está concentrada en ciudadanos Norteamericanos y Europeos, aquí se encuentra casi el 60% de las visitas que recibe las Galápagos sin embargo el crecimiento de viajeros de América del sur especialmente de Colombia y Perú está en crecimiento y cada vez llegan más a conocer las Islas, así los visitantes del Continente Asiático especialmente de China y Japón, los turistas nacionales son los de menor llegada hacia esta parte del Continente ya que como vimos en la información anterior prefieren otros destinos.

5. ¿Nivel de gastos de los turistas?

\$500 – 1000 dólares	4%	6 turistas
\$1001 – 2000	11%	16 “
\$2001 – 3000	27%	39 “
\$3001 – 4000	29%	43 “
\$4001 – 5000	21%	31 “
Más de \$5000 dólares	8%	12 “
Total	100%	147 turistas

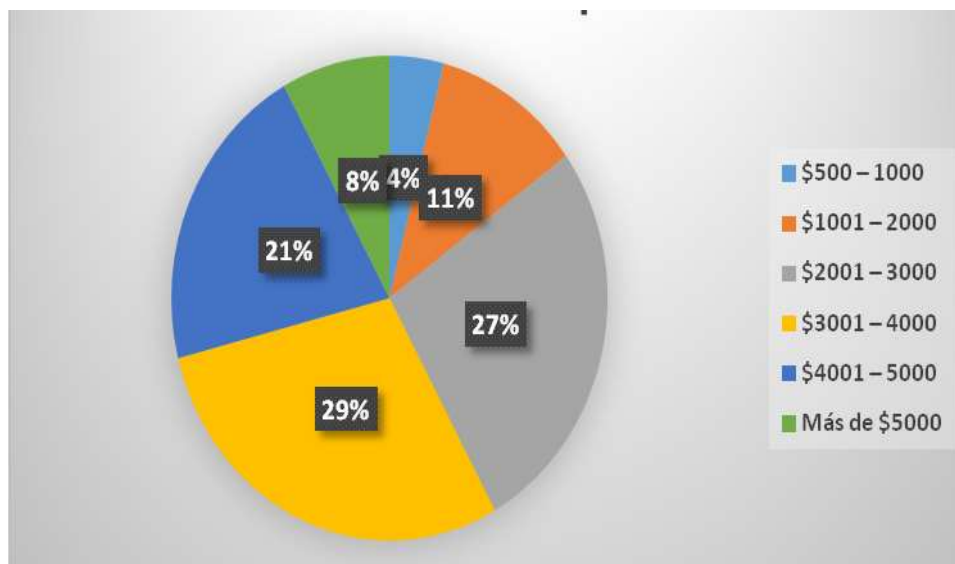


Figura 8. Promedio de Gastos por Turistas

La información obtenida permite observar cual es el tipo de turistas que visita Galápagos, ya que debido a sus ingresos podrá buscar alternativas de alojamiento que se ajusten a sus bolsillos, a este proyecto le interesa el visitante que tiene posibilidad de gastar buscando un buen servicio al precio justo, ya que como se observa en el grafico los turistas que en promedio ganan de \$2000 a \$5000 dólares son la gran mayoría, por lo tanto se puede percibir que hay la posibilidad de que parte de ese dinero se quede en las Islas favoreciendo al turismo comunitario.

6. ¿Qué atractivos turísticos son los que más le interesa en Galápagos?

Ecoturismo (Flora y Fauna)	53%	78 turistas
Turismo Aventura (Senderismo Buceo)	22%	32 “
Turismo Gastronómico	8%	12 “
Turismo de Descanso	11%	16 “
Turismo Vida Nocturna	6%	9 “
Total	100%	147 turistas

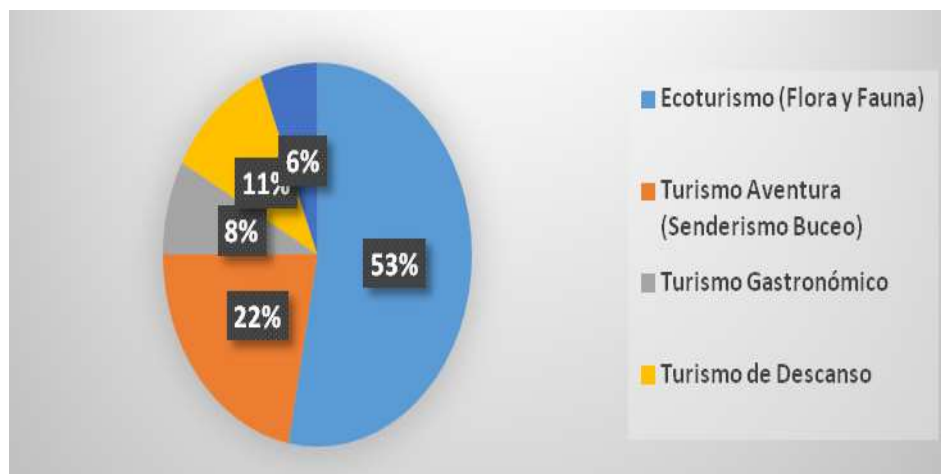


Figura 9. Tipos de Atractivos que Prefiere el Turista

El turista que visita las Islas está plenamente identificado con su atractivo principal que es la observación del Ecoturismo, las islas son conocidas mundialmente por su riqueza de flora y fauna y más del 53% de turistas que llega a este destino lo hacen con grandes expectativas de observar especies de animales únicos en el mundo, otro grupo de turista especialmente más jóvenes además de observar el ecoturismo va en busca de deportes de aventura 22% sobre todo el buceo, snorkel para poder ver la riqueza que hay en la fauna marina, el turismo de diversión o vida nocturna 6% es el de menor relevancia ya que el visitante de las Islas Galápagos va en busca de otras expectativas, es por esto que el turismo comunitario tiene altas oportunidades de crecimiento, a esto se le debe sumar el turismo gastronómico y de descanso que son favorables para este proyecto.

7. ¿Con que frecuencia usted toma vacaciones?

1 vez al año	56%	82 turistas
2 – 3 veces al año	29%	43 “
4 – 5 veces al año	11%	16 “
Más de 6 veces	4%	6 “
Total	100%	147 turistas

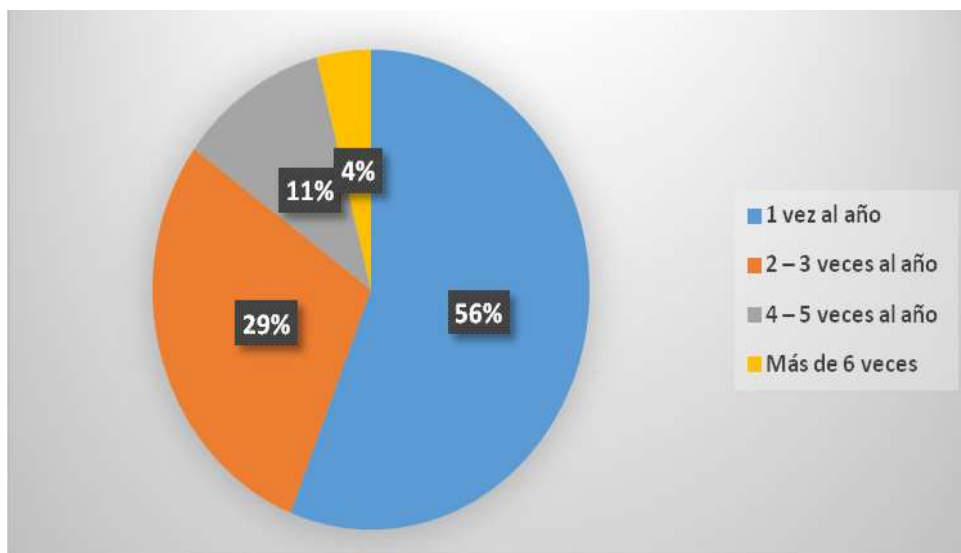


Figura 10. Frecuencia de Vacaciones del Turista

En la Figura N°10 se puede observar la frecuencia con la que los turistas toman vacaciones, claramente se puede visualizar que más de la mitad de los turistas encuestados 56% contestaron una vez al año, a esto habría que sumarle los que salen 2 – 3 veces al año de vacaciones 29%, en estas dos respuestas esta la mayor cantidad de turistas. Esto permite que el proyecto sea viable puesto que hay la posibilidad que el turista regrese a las Islas Galápagos tanto en cuanto encuentre hospedaje de buen servicio a precio justo, que es lo que trata de proyectar esta propuesta.

8. ¿Le gustaría vacacionar en las Islas Galápagos como su próximo destino turístico?

Si me gustaría	79%	116 turistas
No me gustaría	8%	12 “
No sabe si le gustaría	13%	19 “
Total	100%	147 turistas

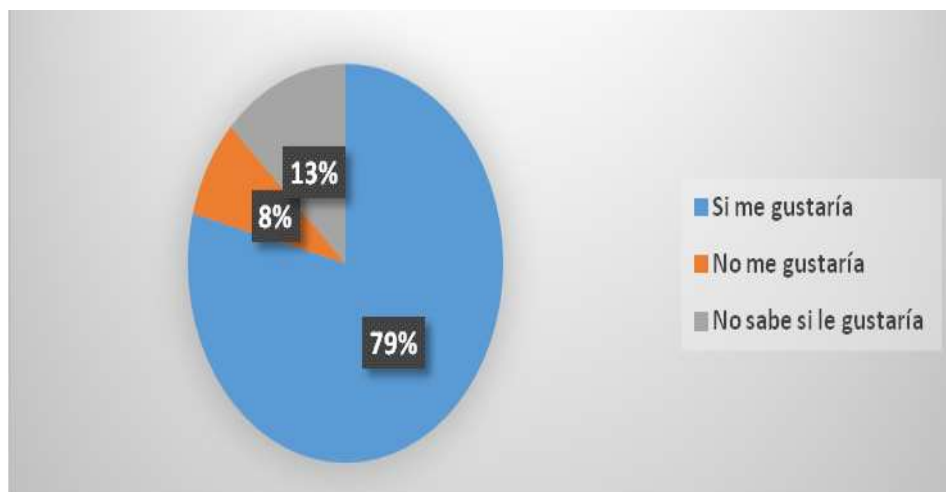


Figura 11. Las Islas Galápagos como Destino Turístico

Midiendo el resultado obtenido de este gráfico se puede apreciar de que los turistas están muy receptivos a escoger a las Islas Galápagos como su próximo destino turístico 79%, lo cual brinda un mercado potencial existente al cual hay que trabajarlo ofreciendo alternativas nuevas y viables que satisfagan las necesidades de estos turistas, muy poca gente 8% se cerró a la posibilidad de visitar las Islas, los turistas que respondieron que no saben si les gustaría visitar Galápagos requerían de mayor información de ese destino turístico lo cual hace proveer que también se podría trabajar en ese segmento de respuesta.

9. ¿Conoce usted conceptos sobre hospedaje de turismo comunitario?

Conoce	84%	123 turistas
Desconoce	16%	24 “
Total	100%	147 turistas

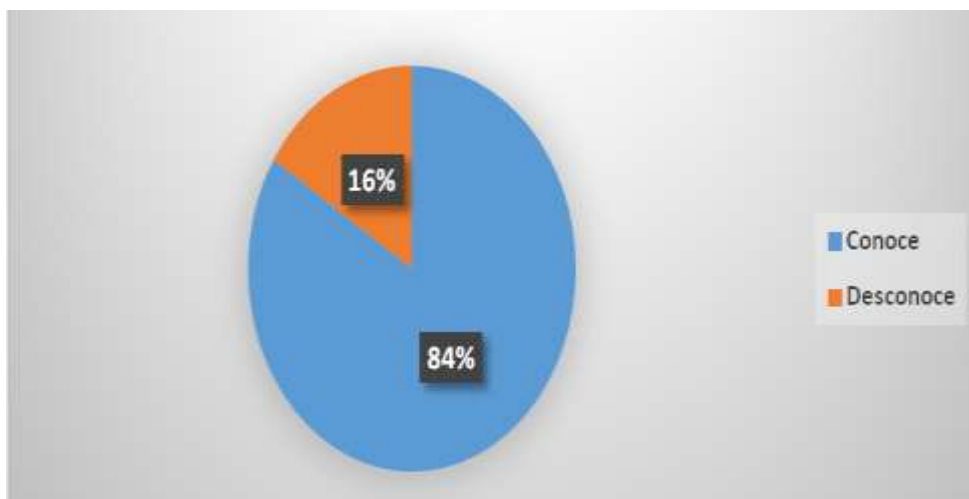


Figura 12. Concepto sobre Hospedaje de Turismo Comunitario

Los turistas consultados conocen cuales son los conceptos del hospedaje de turismo comunitario y aunque no tienen conocimiento profundo han podido tener una idea clara de este fenómeno nuevo en el sector turístico, los turista comprenden que es parte de interrelacionarse con las personas de la comunidad que ofrecen este servicio, sobre todo para el turista extranjero ve en esta posibilidad una ventana abierta a conocer parte de su cultura, costumbre, gastronomía mucho más de cerca.

10. ¿Le interesaría escoger las Islas Galápagos como destino turístico y hospedarse en hoteles que realizan turismo comunitario donde le brindarían atención personalizada, buena alimentación, habitaciones confortables a precios justos y cómodos?

Le interesa	67%	98 turistas
No le interesa	24%	35 “
No sabe si le interesa	9%	14 “
Total	100%	147 turistas

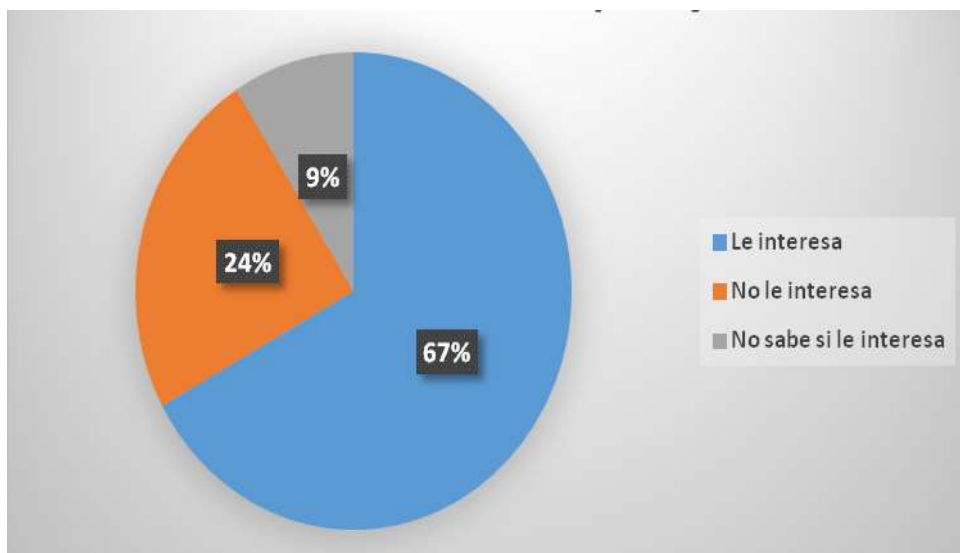


Figura 13. Intención de Hospedaje

En este grafico se obtiene una respuesta contundente 67% de que casi todos los turistas esperan tener servicio de calidad a precios razonables, un alto porcentaje confirmo que si el hospedaje tiene confort y atención personalizada le gustaría hacer turismo comunitario, hay otro grupo 24% que prefieren instalaciones de hoteles clásicos y esto se debe a que no creen que en este segmento se cumpla con todo lo que se promete, lo mismo sucede con los turistas que no saben si les interesaría 9% puesto que requiere mayor y mejor información.

4.2 Encuesta realizada a los Operadores De Turismo

1. ¿Conocen los operadores de turismo el concepto de lo que es hospedaje de turismo comunitario?

Conocen	71%	73 operadores
No conocen	21%	21 “
No están seguros	8%	8 “
Total	100%	102 operadores

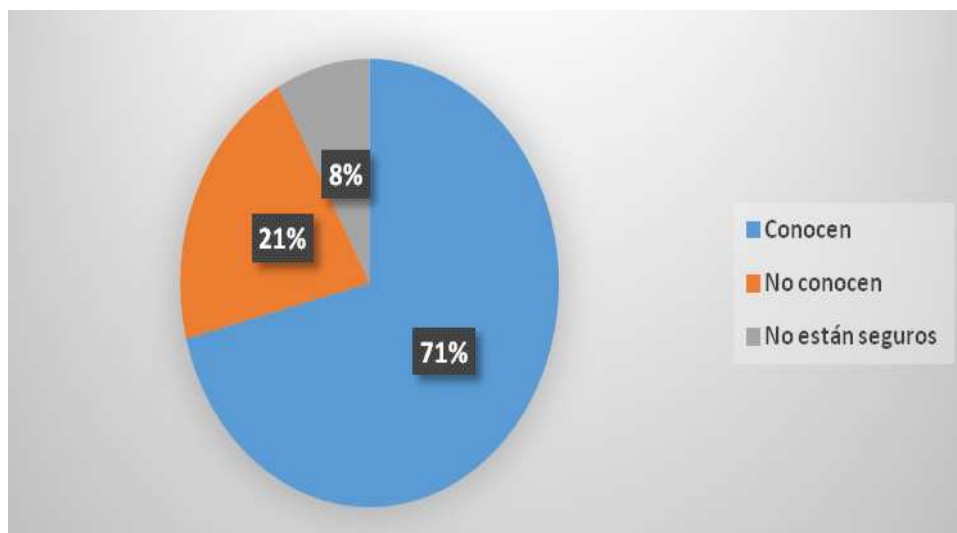


Figura 14. Conocimiento de los Operadores Turísticos

Los operadores de turismo, sobre todo los nacionales tienen claro la premisa sobre el concepto de hospedaje de turismo comunitario, ya que este es un proceso que se ha venido trabajando desde hace veinte años atrás aproximadamente, sin embargo hay operadores turísticos que no conocen los conceptos básicos o no están familiarizados de lo que trata este sector. Es importante trabajar de la mano con los operadores turísticos y agencias de viajes, puesto que con mayor claridad tengan la información estos operadores puedan ofrecer

2. ¿Conoce usted si el proceso de turismo comunitario ha sido impulsado por las entidades estatales en Ecuador?

Si	58%	59 operadores
No	37%	38 “
No están seguros	5%	5 “
Total	100%	102 operadores

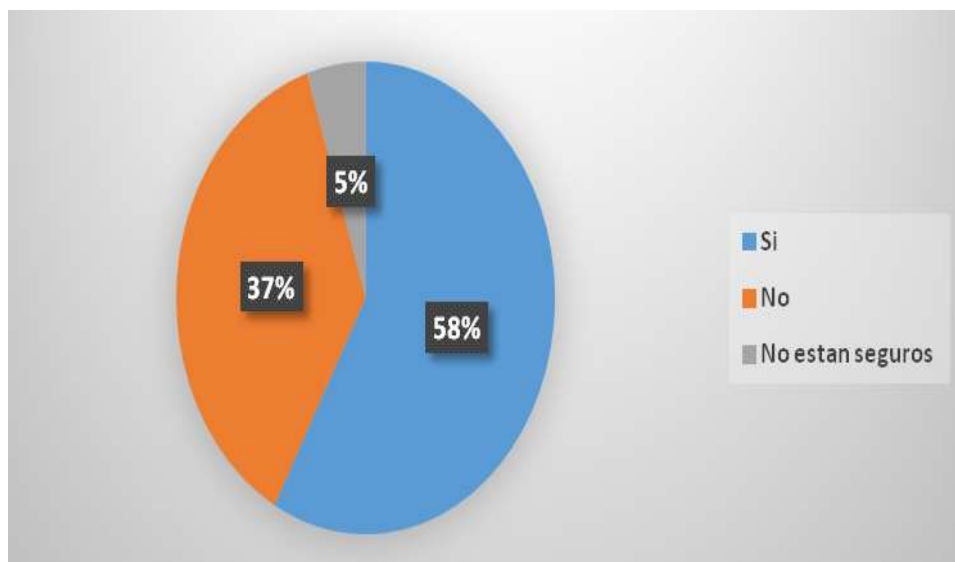


Figura 15. Impulso del Estado al Turismo Comunitario

Los operadores turísticos creen que el estado Ecuatoriano a través de la nueva matriz productiva donde se señala al turismo como una prioridad en el ingreso de fuentes de divisa han trabajado en estos últimos diez años, sin embargo falta mucho por hacer para que las comunidades lo vean como una fuente económica sostenible sobre todo en la capacitación de estas comunidades, si se observa el cuadro entre los operadores que contestan no y los que no están seguros suman un 42% del total.

3. ¿Conocen ustedes si dentro de las comunidades se realizan entrenamientos o capacitación brindados por parte del Estado Ecuatoriano a este segmento de turismo que ya está operando o que quiere incursionar en el mismo?

Conocen	64%	65 operadores
Desconocen	26%	27 “
No saben	10%	10 “
Total	100%	102 operadores

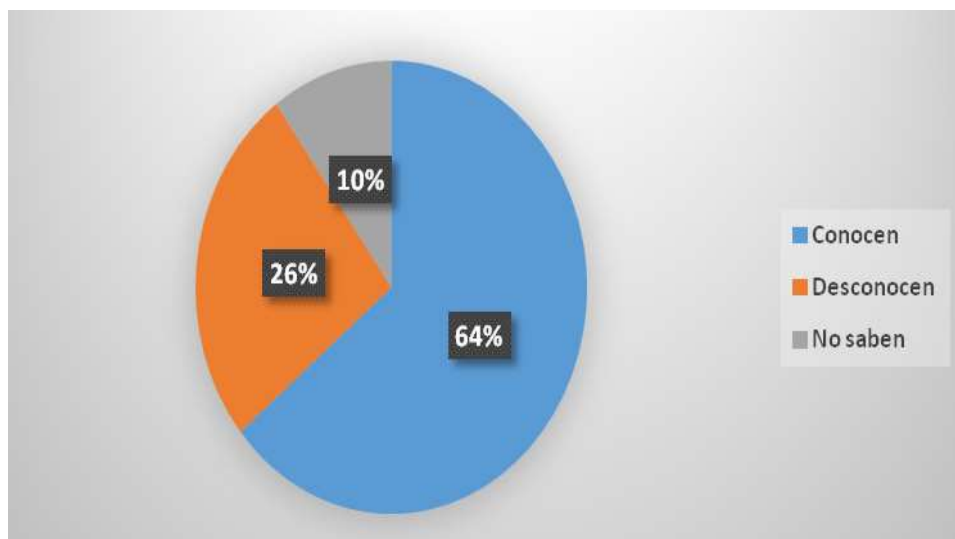


Figura 16. Percepción sobre la Capacitación en las Comunas sobre el Turismo Comunitario

Una de las mayores falencias que tiene este sector es la falta de capacitación que tienen los comuneros que están realizando esta actividad, el estado ha impulsado varias actividades de capacitación, no han sido regulares, constantes, y parejos en todo el territorio Ecuatoriano.

Los operadores conocen que el Estado está invirtiendo en este sector, pero creen que lo hace dándole prioridad al turismo clásico.

4. ¿Cómo percibe ustedes los servicios brindados por el turismo clásico en las Islas Galápagos?

Excelente	10%	10 operadores
Muy Buena	24%	25 “
Buena	45%	46 “
Regular	16%	16 “
Mala	5%	5 “
Total	100%	102 operadores

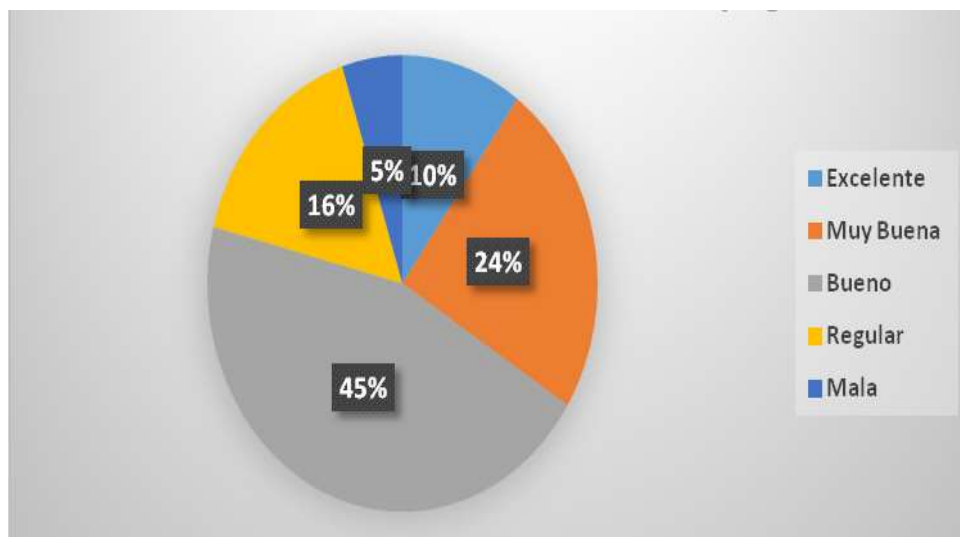


Figura 17. Percepción de Servicios Brindados por el Turismo Clásico en las Islas Galápagos

El turismo clásico instaurado en las Islas Galápagos tiene una buena percepción por parte de los operadores turísticos, sin embargo hay gran parte de ellos que se quejan que los valores que cobran por este servicio son excesivos, es ahí donde nace la posibilidad de una reestructuración en este nuevo sector, por hoy las personas dedicadas a brindar el Hospedaje Comunitario en las Islas trata de brindar el mejor servicio posible acercándose mucho al turista.

5. ¿Qué alternativas son las más importantes para los Cuál de las variables consideran los operadores de turismo comunitario que debe ser lo más importante para que los turistas converjan en esos destinos?

Servicios Básicos	42%	43 operadores
Precio	30%	31 “
Seguridad	18%	18 “
Atención Personalizada	10%	10 “
Total	100%	102 operadores

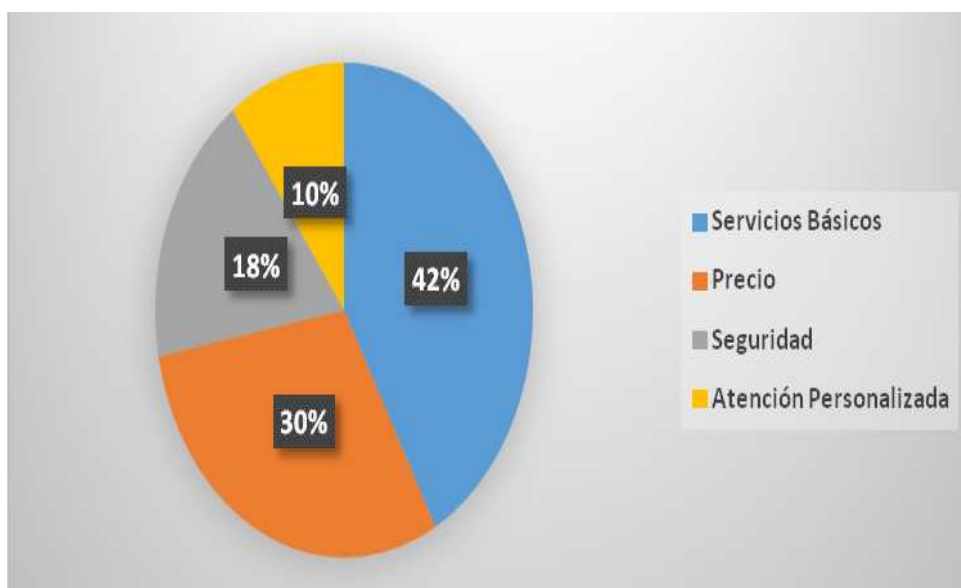


Figura 18. Variables a considerar en el Turismo Comunitario

Estos operadores creen que el servicio 42% está relacionado con el precio 30%, de hecho si se suma a estos dos puntos anteriores la atención personalizada habría más del 80% en que los operadores hacen hincapié en el turista que hacen turismo en las Islas Galápagos es especial por tanto está dispuesto a pagar por tener servicios de confort personalizados.

6. ¿Cuáles son los grupos de turistas que mejor reciben el concepto que brindan los operadores de turismo comunitario?

Familias	43%	44 operadores
Grupo de Trabajo	19%	19 “
Grupo de Amigos	12%	12 “
Parejas	20%	21 “
Personas Solas	6%	6
Total	100%	102 operadores

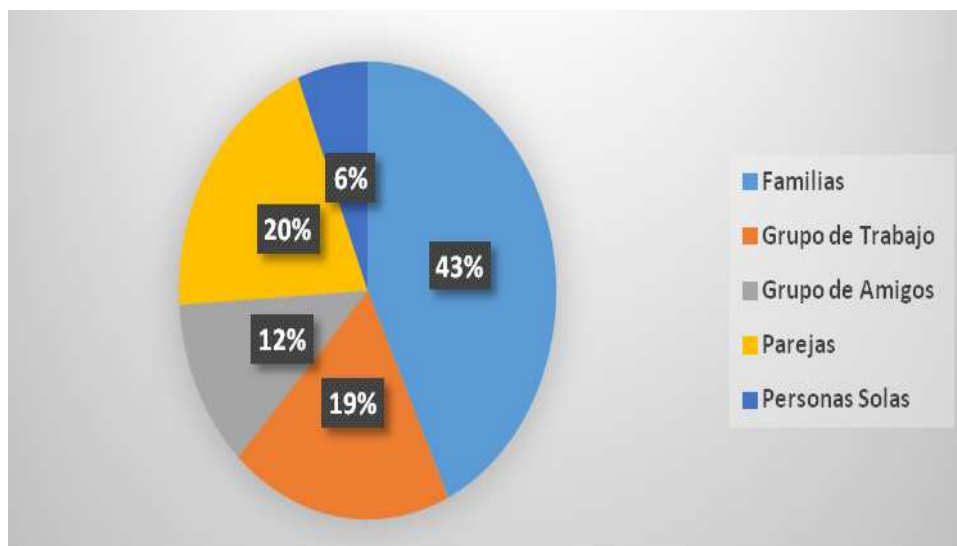


Figura 19. Percepción de los Turistas sobre Turismo Comunitario

Esta figura refleja que los grupos que tienen mayor incidencia en el turismo comunitario son los familiares esto es entendible ya que las familias desean vacacionar en estos destinos turísticos ajustándose a un presupuesto que puedan manejar, el hospedaje de turismo comunitario posiblemente es el que más se encuentra al alcance de estos, los grupos de trabajo y amigos también tienen una alta incidencia en este sector.

7. ¿Cuál es el promedio de tiempo que pernoctan los turistas en los lugares donde se realizan turismo comunitario?

1 – 3 días	67%	68 operadores
1 – 7 días	14%	15 “
Hasta 15 días	10%	10 “
Hasta 1 mes	9%	9 “
Total	100%	102 operadores

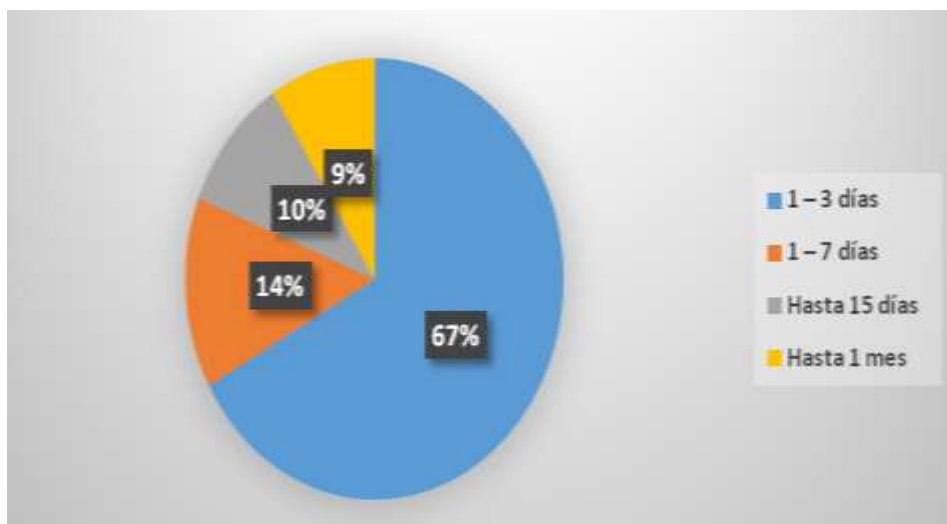


Figura 20. Tiempo que Vacacionan los Turistas realizando Turismo Comunitario

La información obtenida de parte de los operadores turísticos en cuanto a la cantidad de días que se quedan los turistas contratando hospedaje hace proveer que este sector tiene altas posibilidades de desarrollo y crecimiento, todo el que llega a las Islas Galápagos pernocta más de tres o cuatro días, esto es lógico por el costo de pasajes aéreos que es la fuente más directa de desembarco de turistas, los turistas responden en forma positiva a los operadores de servicio que ofertan hospedajes comunitario dentro de su portafolio.

4.3 Interpretación de los Resultados del Diagnóstico

Para la recolección de datos se establecieron dos tipos de encuesta a realizarse:

La primera encuesta, se dirigió a los turistas Nacionales y Extranjeros que han tenido la posibilidad de visitar Galápagos o que tiene la intencionalidad de visitar este destino turístico, la información recolectada ha sido variada y arroja el siguiente análisis:

- a) Las Islas son visitadas en su gran porcentaje por turistas extranjeros, los ecuatorianos prefieren hacer turismo local por sus costos y cuando se trata de invertir mayores recursos prefieren destinos turísticos en el extranjero como Estados Unidos Panamá, España entre otros.
- b) Los norteamericanos y europeos sobre todo en la etapa de ubicación son los que llegan a las Islas con mayor frecuencia, sin embargo

turistas de Sudamérica sobre todo de Colombia han comenzado a llegar a este destino turístico.

- c)** El turista que visita Galápagos llega con grandes expectativas de hacer ecoturismo, la idea de que encontraran en ese lugar especies de fauna y flora únicas hace que el tipo de visitantes sea diferente a otros destinos turísticos sin embargo los deportes de aventura en los visitantes más jóvenes cada día tienen mayor atractivo.
- d)** El turista que escoge Galápagos como su destino vacacional tiene un flujo de dinero que egresa entre dos mil y tres mil dólares, mucho de este dinero ayuda a sostener la economía de las Islas es por eso que las comunidades de la Isla ven en forma atractiva el crecimiento de este sector.
- e)** Los visitantes ven en Galápagos un destino turístico para vacacionar, dependerá mucho del incentivo que haga el operador de servicio turístico para que tome la decisión de visitar y conocer las Islas, sin embargo a los visitantes que se les pregunto que si esta era una buena opción casi en su totalidad contestaron que les gustaría conocer y vacacionar en ese punto geográfico del Ecuador.

La segunda parte de la encuesta fue desarrollada para los operadores de servicio turístico, lo que se intenta al obtener información es saber cuan informados y relacionados están con el turismo comunitario, se encontraron algunas conclusiones:

- a)** Este sector es conocido por la gran mayoría de operadores de servicio turístico, sin embargo no todos tienen el deseo de ofertar este servicio dentro de su paquete de producto, esto se debe a que el costo de hospedaje, alimentación, paseo es menor al que se factura en turismo clásico.
- b)** Los operadores de servicio ven en el hospedaje de turismo comunitario una alternativa que se está desarrollando y creciendo, sin embargo tiene cierta resistencia a promocionar.
- c)** La percepción que tienen los operadores es que el estado ha invertido recursos a este sector de turismo, lo que no ha habido una óptima canalización en capacitar a las comunidades esto se ha dado más por iniciativa personal dentro de las comunidades.

CAPÍTULO V LA PROPUESTA

5.1 Análisis Situacional del Entorno

El sector turístico creciente en Galápagos busca nuevas formas de turismo con intereses especiales y concretos dando paso a las denominadas corrientes (turismo ecológico, turismo comunitario, turismo rural, turismo de aventura) los cuales se han desarrollado en zonas que presentan recursos naturales muy interesantes para estos grupos los cuales buscan aprovechar los atractivos y paradisíacos paisajes naturales además del observamiento de la flora y la fauna de este destino turístico. El crecimiento en estos mercados turísticos mundial ha generado 420. Mil millones de dólares en ingresos en el año 2015 según la OMT (Organización Mundial de Turismo), se observa un crecimiento anual superior al 11% en los últimos cinco años. Dentro de todos los subsectores del turismo el de mayor demanda en el mundo es el turismo de intereses especiales que moviliza más de 60 millones de personas alrededor del mundo y crece a un ritmo del 26% anual (Ballesteros, 2007).

Estos nuevos estilos de desarrollos turísticos han dado lugar que muchos países gestionen programas de conservación de vida silvestre generando ingresos en estas comunidades las cuales no se habrían visto beneficiado con actividades productivas normales.

Analizando este entorno se puede observar que las Islas Galápagos tienen una gran oportunidad para gestionar una economía basada en un turismo sustentable que brinde beneficios dentro de las comunidades en forma justa y equitativa además de que se concientice a las futuras generaciones para que estos recursos naturales sean conservados además de ser vistos como motor de las economías locales, este entorno en las Islas Galápagos pueden ser observados de forma Micro revisando agentes que pueden afectar la capacidad de atender a los turistas, comuneros y su medio ambiente o Macro revisando los agentes externos de la localidad que afectarán la parte demográfica, económica, políticas y legales.

A través de la tasa de ingresos de visitantes, la Dirección del PNG financia actividades de conservación y manejo del área protegida, además coordinada proyectos de desarrollo sostenibles ejecutados por los Gobiernos

Autónomos Descentralizados Municipales que existen en cada uno de los cantones de la Provincia. La DPNG es el organismo encargado de repartir todos los ingresos por conceptos de tributos generados por las visitas de turistas al PNG.

En el año 2016 según reporte de la DPNG los fondos cobrados (\$21.728.507) por este concepto fueron entregados de la siguiente manera:

- 50% entregado al Parque Nacional Galápagos (\$10.754.253)
- 25 % entregado a Gad's Municipales (\$5.432.127)
- 20% entregado a Consejo de Gobierno de Galápagos (\$4.341.702)
- 5% entregado a Gad's Parroquiales (\$1.086.425)

El turismo comunitario de Galápagos es una actividad tan importante que le da la posibilidad de mejorar la economía en su nivel de vida a estas comunidades, sin embargo dependen de los prestadores de servicios o agencias turísticas nacionales y extranjeros las cuales califican la cadena de valor del sector turístico en un macroentorno más amplio que se lo observara más adelante en la matriz FODA planteando Fortalezas y Oportunidades así como Debilidades y Amenazas de este sector.

5.1.1 Microambiente

5.1.1.1 Demográfico: es importante establecer estadísticas donde se comprenda un análisis demográfico sobre los turistas que visitan las Islas Galápagos (nacionalidad, edad, puerto de ingreso, meses de llegada, servicios de hospedaje que utilizan, entre otros).

- **Arribos Turísticos:** las Islas Galápagos recibieron en el año 2017 una cantidad de 241 mil turistas, de los cuales el 69% son extranjeros (167 mil turistas); los turistas nacionales alcanzaron un 31% de arribos representando la cantidad de (75 mil turistas), según la Dirección Nacional del Parque de Galápagos y Ministerio de Turismo esta tendencia se ha mantenido sobre los últimos 3 y 4 años.

Los puertos de entrada hacia Galápagos establecen que el 77% de los arribos se originaron por el aeropuerto de Baltra frente al 23% que se originó por el aeropuerto de San Cristóbal (Monge, 2016).

Figura 21. Arribos según Procedencia de Turistas año 2017



Nota: Ministerio de Turismo, 2018

- **Origen de turistas:** según las fuentes Parque Nacional de Galápagos y el Ministerio de Turismo Estados Unidos el país que trae la mayor cantidad de turistas a la Isla con el 42% de arribos (101.220 turistas de USA); siguiéndolo el Reino Unido con el 7% que representan (16.870 turistas); Alemania con el 6% (14.460 turistas); Canadá con el 5% (12.050 turistas) y por último Australia con el 4% (10640 turistas).

Figura 22. Arribos turísticos por país y porción de mercado año 2017



Nota: tomado de Galápagos.gob.ec

Es importante señalar que el mercado local de turistas ha venido creciendo, el año 2017 tuvo un crecimiento importante alcanzando el 31% de arribo que

visitan las Islas de diferentes puntos del país. Ese porcentaje represento (74.710 turistas nacionales). Sin embargo hay que anotar que países como Países Bajos, Suiza, España y Dinamarca, han disminuido la llegada de turistas por diferentes motivos y hay otros países que comienza a crecer en cuanto a la llegada de turistas a la Isla como Francia, Chile, Colombia, Brasil y Japón.

- **Estacionalidad de las llegadas:** Marzo, julio, agosto y diciembre son los meses de mayor afluencia de turistas a Galápagos. Septiembre es el mes de menor afluencia en los arribos turísticos. La estacionalidad de los viajes varía dependiendo de los países emisores. En el caso de países emisores en América, aquellos en el hemisferio norte, como Estados Unidos o Canadá, concentran sus viajes a Galápagos en marzo, julio y agosto, mientras que para los países de América del hemisferio sur, como Argentina y Chile concentran sus viajes en a inicios del año. En Europa, Reino Unido concentra los viajes a mediados del año, Alemania entre agosto, octubre y noviembre, Francia entre julio y agosto y Suiza en julio. (Galápagos, 2017).

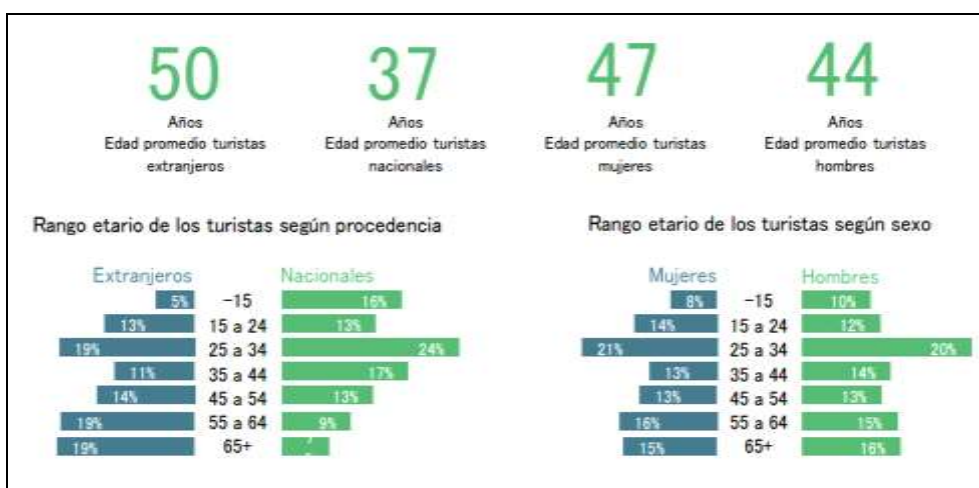
Tabla 4. Estacionalidad de los arribos turísticos TOP 10 países emisores a Galápagos

Origen de Arribos Turísticos	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Ecuador		x	x				x	x				
Estados Unidos			x	x		x	x					x
Reino Unido				x	x	x	x			x	x	
Canadá	x	x	x	x	x					x	x	
Alemania								x		x	x	
Australia				x	x				x	x		
Argentina	x						x					
Francia							x	x			x	
Suiza				x			x					
Chile	x	x					x					

Nota: Galápagos, 2017.

- Edad de los turistas a Galápagos:** La edad promedio de los turistas a Galápagos es de 46 años. El país con visitantes más jóvenes es el Ecuador (promedio 37 años). Los extranjeros superan la edad promedio de los nacionales por 13 años (50 años en promedio). Las turistas mujeres son en promedio 3 años mayores a los turistas hombres, con 47 y 44 años respectivamente. En rangos de edad, de los visitantes extranjeros poseen mayor concentración en turistas con edades superiores a 55 años, mientras que los nacionales en edades inferiores a 34 años. (Galápagos, 2017)

Figura 23. Edades promedio de los turistas a Galápagos



Nota: tomado de Galápagos.gob.ec

- Utilización de tipo de Hospedaje:** de acuerdo a la información obtenida el 48% de los turistas utilizan el servicio de hospedaje a bordo de cruceros es alta mar, es de señalar que estas embarcaciones cuentan con todos los servicios básicos requeridos por los turistas, el 36% de los turistas utilizan el servicio de hospedaje de hotelería tradicional y el 16% restante se establecen en hospedaje comunitarios que son servicios ofrecidos por familias de la comunidad, permitiendo que los turistas pernocten con ellos y compartan tradiciones culturales, familiares y sociales. (Galápagos, 2017)

- **Composición Demográfica de las Islas:** Galápagos se encuentra a 972 km del Perfil Costanero Ecuatoriano, está constituido por un archipiélago conformado por 13 Islas grandes, las cuales tienen superficies mayores a 10 km²; 6 Islas medianas y 215 Islotos, este Archipiélago tiene la particularidad de estar sobre la Línea Ecuatorial y parte de sus Islas están ubicadas en el Hemisferio Norte y Hemisferio Sur.
- **Sitios De Visitas Cercanos: Santa Cruz** en el año 2017, cerca de 360 mil personas fueron manejadas en sitios de visita cercanos a centros poblados en la isla Santa Cruz. El sitio con más visitantes es Bahía Tortuga con 139 mil visitantes, la mayoría extranjeros (45%), seguido del Centro de Crianza Fausto Llerena con cerca de 120 mil turistas, la mayoría (47%) extranjeros y las Grietas con 81 mil turistas, la mayoría nacionales (44%). (Galápagos, 2017)

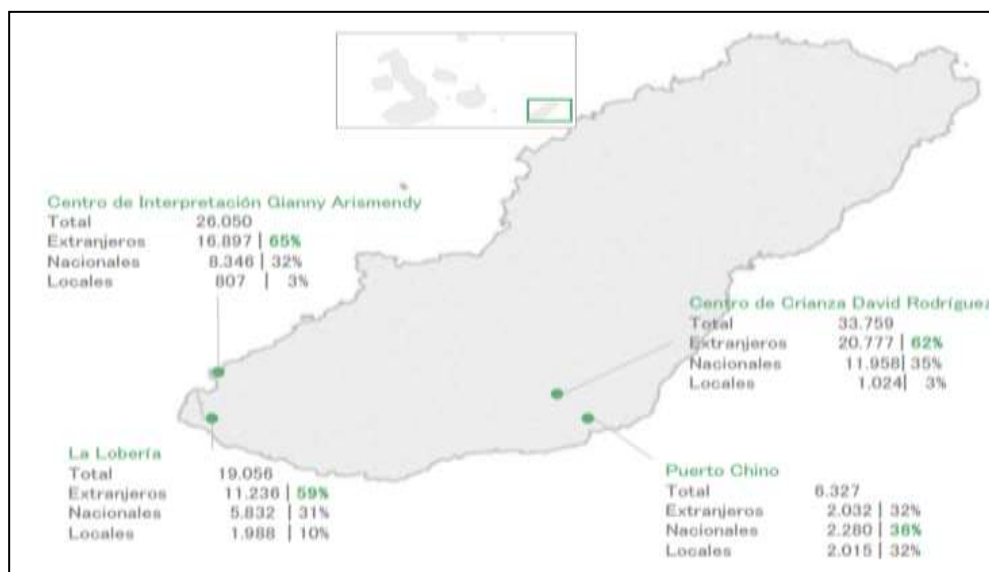
Figura 24. Isla Santa Cruz



Nota: tomado de Galápagos.gob.ec

- **Sitios de visita cercanos: San Cristóbal** en el año 2017, más de 85 mil personas fueron manejadas en los sitios de visita cercanos a centros poblados en la isla San Cristóbal. El sitio con más visitantes es el Centro de crianza David Rodríguez con cerca de 34 mil visitas, la mayoría (62%) extranjeros, seguidos del Centro de Interpretación Gianni Arismendy con 26 mil visitantes, la mayoría (65%) extranjeros.

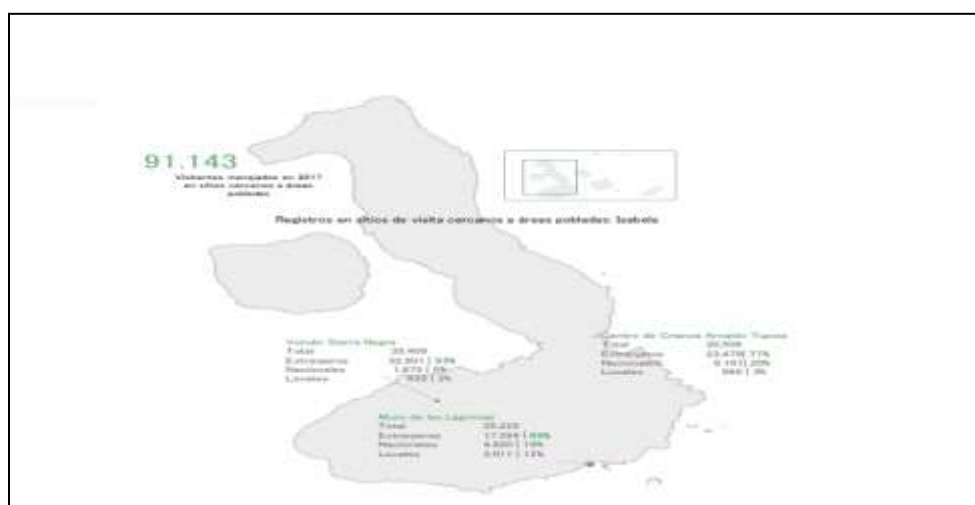
Figura 25. Isla San Cristóbal



Nota: tomado de Galápagos.gob.ec

- **Sitios de visita cercanos: Isabela** en el año 2017, más de 91 mil personas fueron manejadas en los sitios de visita cercanos a los centros poblados en la isla Isabela. El sitio con más visitantes es el Volcán Sierra Negra con más de 35 mil visitas, la mayoría (93%) extranjeros, seguido del Centro Arnaldo Tupiza con alrededor de 31 mil visitas, la mayoría (77%) extranjeros y el Muro de las Lágrimas con 25 mil visitantes, la mayoría (69%) extranjeros.

Figura 26. Isla Isabela



Nota: tomado de Galápagos.gob.ec

5.2 Análisis del Modelo PEST (Político, Económico, Social, Tecnológico).

5.2.1 Análisis Político.

Luego de que Juan José Flores en su presidencia anexara las islas Galápagos a Ecuador Continental y de que en 1973 se constituyera como una provincia más del País, su riqueza natural de fauna y flora hizo que el 97% de su territorio fuera declarado Parque nacional, quedando solamente en 3% de territorio para los 30 mil habitantes que en la actualidad viven en estas islas.

Las entidades Gubernamentales no han sido suficientemente eficientes para poder establecer reglas claras que permitan a sus comunidades tener una mejor realidad económica y social. El consejo de Gobierno de régimen especial de Galápagos sustituyó al Ingala y al Consejo Provincial, esto se dio a partir del año 2008 luego de la aprobación de la nueva constitución, sin embargo el cambio de nombre de estas entidades no trajo consigo los cambios profundos que se requerían, ya que los grupos de poder tienen una estructura de intereses que van más allá de líneas ideológicas y políticas, por este motivo se ha buscado la posibilidad de autoridades externas, encontrando otro problema que estas no conozcan la realidad de las Islas.

En Galápagos se ha generado la división territorial donde el 97% Insular y 100% marino lo maneja el Parque Nacional de Galápagos a través de la fundación Charles Darwin que es donde llega la ayuda y cooperación internacional la cual en la actualidad necesita aplicar las leyes y reformar la Ley Orgánica de Régimen Especial de Galápagos (LOREG), la cual está en trámite para el segundo debate en la asamblea, el otro 3% de la zona urbana es regulado por el Consejo de Gobierno, es necesario establecer un puente de comunicación para precisar una sola autoridad de territorio. Todo esto se encuentra referenciado en el Plan de Manejo de las Áreas Protegidas de Galápagos para el Buen Vivir, el cual trata de establecer parámetros claros entre las entidades responsables de la conservación de la naturaleza y biodiversidad de las Islas y el manejo social, económico y cultural de sus pobladores.

Galápagos está señalada en su división política como una de las 24 provincias del Ecuador, en esta incluye tres cantones con igual número de parroquias urbanas y cinco parroquias rurales: Santa Cruz, con su parroquia urbana Puerto Ayora y sus dos parroquias rurales Bellavista y Santa Rosa; San Cristóbal, con su parroquia urbana Puerto Baquerizo Moreno y sus dos parroquias rurales El Progreso y Santa María (isla Floreana); e Isabela, con su parroquia urbana Puerto Villamil y con la parroquia rural Tomás de Berlanga. La capital provincial es Puerto Baquerizo Moreno, ubicada en la isla San Cristóbal, del cantón del mismo nombre. Toda esta zona urbana está siendo manejada por el consejo de Gobierno el cual es el ente rector de organizar las actividades que se realizan en las islas y canalizar los recursos que el estado entrega para que se coordinen con las demás entidades de Gobierno.

5.2.1.1 Análisis de Instrumentos de Planificación Existentes con Incidencia en la Provincia de Galápagos.

El Plan Nacional de Desarrollo (Plan del Buen Vivir) establecido entre el 2013 y 2017, establece en sus artículos principales que el deber primordial del estado es planificar el desarrollo nacional, erradicar la pobreza, promover el desarrollo sustentable y la redistribución equitativa de los recursos y la riqueza, para acceder al Buen Vivir y proteger el patrimonio natural y cultural del país (Constitución del República: 2008). Así también, en el Artículo 280 se estipula que el Plan Nacional de Desarrollo es el instrumento al que se sujetarán las políticas, programas y proyectos públicos, la programación y ejecución del presupuesto del Estado, y la inversión y la asignación de los recursos públicos. Para ello es necesario coordinar las competencias exclusivas entre el Estado central y los gobiernos autónomos descentralizados. Su observancia será de carácter obligatorio para el sector público e indicativo para los demás sectores. En otras palabras, la planificación del país se sustenta en lo propuesto en el Plan Nacional del Buen Vivir (PNBV), que tiene rango de Ley de acuerdo a lo establecido en la Constitución; por ello su cumplimiento es mandatorio.

5.2.1.2 Planificación Regional para el Régimen Especial de Galápagos.

La administración del Régimen Especial de Galápagos solo es posible si existe una fuerte vinculación institucional hacia la planificación. La Constitución de la República y el PNBV señalan la construcción del nuevo pacto social a través de la recuperación del estado cuyas facultades permiten planificar, generar rectoría, fortalecer las competencias de regulación y otorgar las herramientas más eficientes para ejercer control. Por lo tanto, queda proscrita la corporativización en los órganos de legislación, planificación, regulación y control. Conforme al PNBV 2013-2017 y acerca del pacto social, se reconocen al menos cinco funciones clave para el ordenamiento y planificación del territorio: (gobiernogalapagos, 2015).

1. Un estado constitucional de derechos y de justicia.
2. Una profunda transformacional institucional.
3. Sistema económico y régimen de acumulación social y solidario.
4. Equidad territorial.
5. Soberanías (en plural).

5.2.2 Análisis Económico

Según fuentes oficiales del Ministerio de Turismo de Enero a Marzo del 2018 los ingresos por concepto de turismo alcanzaron 584 millones, lo cual generó un crecimiento del 46.3% comparados entre Enero a Marzo del 2017. Esta cartera de estado indicó que dentro del primer semestre del 2018 ingresaron 1.170.000 turistas extranjeros.

Tabla 5. Posición del turismo entre las exportaciones principales 2017

Rubros de Exportaciones	Valor USD FOB en millones	Exportaciones Totales en %
Petroleras		
Crudo	13.016,02	51%
No Petroleras		
Banano y Plátano	2.607,58	10%
Camarón	2.571,81	10%
Turismo	1.487,20	6%
Otros elab. productos del mar	1.296,19	5%
Flores Naturales	798,44	3%
Otras exportaciones	3.955,03	15%

Nota: Ministerio de Turismo del Ecuador.

5.2.2.1 Análisis Económico de los Tributos Generados por el Turismo en Galápagos.

La recaudación que se realiza en base a los tributos señalados en la Ley de Régimen Especial de Galápagos ha sido distribuida sin considerar ninguna entidad especializada en el sector de turismo como la Cámara Provincial o Cantonales de la actividad turística. En el periodo del año 2017 se recaudaron aproximadamente 12 millones de dólares en tributos especiales. Sería importante establecer qué porcentaje de estos ingresos se canalizan a la implementación del Turismo Comunitario Sustentable, realmente no existe información ni estadísticas.

Tabla 6. Recaudación y Distribución de los Tributos Generados por el Ingreso de Turistas al PNG durante el 2008

Instituciones Beneficiarias Del Tributo	DISTRIBUCIÓN %	TOTAL/ VALOR
	PORCENTAJES	12.028.838,00
Parque Nacional Galápagos	40%	4.811.535,20
Municipalidades	25%	3.007.209,50
Consejo Provincial	10%	1.202.883,80
Reserva Marina	5%	601.441,90
Ingala	10%	1.202.883,80
Sistema de Inspección y Cuarentena	5%	601.441,90
Armada Nacional	5%	601.441,90
TOTAL	100%	12.028.838,00

Nota: tomado, Parque Nacional Galápagos.

En la tabla N° 6 se puede observar la distribución porcentual que se realizó en cada una de las entidades que existían hasta el año 2008, a raíz del cambio donde se sustituyó a Ingala (Instituto Nacional Galápagos) por el Consejo Provincial de Galápagos no se ha generado información del reparto de tributos generados por el ingreso de turistas al Parque Nacional, dejando en clara evidencia un pronunciado distanciamiento entre los Directivos del Parque Nacional y Consejo Provincial de Galápagos, los cuales están en un conflicto de intereses por manejo de los recursos económicos en el territorio de las Islas. Los ingresos que genera el sector turístico de Galápagos se derivan en actividades recreativas y turísticas que se realizan en las áreas protegidas:

- (a) el pago de una tasa de ingreso o entrada
- (b) el pago de permisos, licencias o patentes de operación turística

(c) los recursos producidos por las concesiones de servicios o permisos para ciertas actividades.

Un alto porcentaje de los ingresos generados son canalizados para sustentar los fondos que se requieren en las actividades de conservación en las áreas protegidas y también para generar actividades de desarrollo humano en áreas específicas, ya que las áreas protegidas de flora, fauna terrestre y marítima requieren recursos económicos para conservar esta biodiversidad. Las comunidades locales reciben una porción de estos tributos para mejorar servicios básicos y emprender proyectos que beneficien a la comunidad como educación, deporte, salud y servicios que vayan directamente en beneficios del turismo.

- **NOTA:** Los turistas nacionales o extranjeros menores de 2 años se encuentran exentos del pago de este tributo.

Tabla 7. Precios de la tasa de entrada a las áreas protegidas

Turistas extranjeros no residentes en el Ecuador mayores de 12 años	US \$100
Turistas extranjeros no residentes en el Ecuador menores de 12 años	US \$50
Turistas extranjeros no residentes en el Ecuador, mayores de 12 años, nacionales de uno de los países pertenecientes a la Comunidad Andina de Naciones o al Mercosur	US \$50
Turistas extranjeros no residentes en el Ecuador menores de 12 años, nacionales de uno de los países pertenecientes a la Comunidad Andina de Naciones o al Mercosur	US \$25
Turistas nacionales o extranjeros residentes en el Ecuador, mayores de 12 años	US \$6
Turistas nacionales o extranjeros residentes en el Ecuador, menores de 12 años	US \$3
Turistas, estudiantes extranjeros no residentes en el Ecuador que se encuentren matriculados en instituciones educativas nacionales	US \$25

Nota: tomado, Parque Nacional Galápagos.

5.2.3 Análisis Social

Para poder analizar el factor social que incide en las Islas Galápagos habría que dividir este factor en dos partes, las fuerzas externas que afectan la capacidad de promover el turismo sustentable que genere una economía que dinamice beneficio a las comunidades y las fuerzas internas que afectan directamente a la capacidad de atender a los turistas por parte de los

comuneros de la Isla, estas fuerzas internas se ven reflejadas en proyectos de emprendimiento de salud, educación, medio ambiente, deporte y todo servicio de beneficio a la comunidad y al turismo.

Galápagos tuvo un crecimiento muy lento hasta la década de 1980 a partir de la llegada de los vuelos comerciales alcanzo una población de aproximadamente 25 mil personas según datos de INEC 2010 registrado en el último censo, esto se debió a la migración de ecuatorianos de otras provincias que vieron en las Islas la posibilidad de desarrollo alcanzando el 63% de la población total, el 2% de sus residentes son extranjeros que se han radicado ahí, 35% son comuneros nativos de las Islas Galápagos, sin embargo se calcula que al año 2018 la población llegaría a superar los 10 mil habitantes, según lo reporta Plan Estratégico Institucional 2015 – 2018 Agencia de Regulación y Control de La Bioseguridad Y Cuarentena para Galápagos

La sociedad de Galápagos ha sido trastocada con características étnicas y culturales de otras sociedades regionales del Ecuador continental que se han mezclado con los patrones culturales de los nativos de la isla, dando lugar a un abanico de patrones conductuales de sus habitantes. En este entorno se han generado algunos patrones culturales que sobresalen en la vida de los comuneros de la Isla, entre los más importantes podremos enumerar: la transportación en bicicleta, el cuidado de la biodiversidad de la flora y fauna, la convivencia para la sostenibilidad económica de la Isla, la participación d la ciudadanía para la gobernabilidad.

Esto se evidencia en forma clara donde la sociedad de Galápagos basa su sostenibilidad en:

- Los ciudadanos han adoptado varios códigos de convivencia social, como el uso de la bicicleta para la movilización, la clasificación de los residuos en la fuente (localmente llamado reciclaje), etc.
- La población local guarda respeto y cuida la naturaleza, ya que aprendió a convivir con ella. La motivación es que le da satisfacción y además es generadora de ingresos económicos.
- La participación ciudadana como parte fundamental de los procesos de construcción del ordenamiento jurídico, manejo y gobernabilidad para las islas Galápagos

Todo lo anteriormente revisado ha sido un largo proceso social y cultural que ha venido a través del tiempo evolucionando y fortaleciendo su propia identidad que trata de promover un desarrollo económico con equidad y sostenible de las comunidades, sin trasgredir la naturaleza de las Islas ni su biodiversidad, para apuntalar lo referido las entidades gubernamentales tratan de educar a su población a través de talleres que tienen como objetivo a corto y mediano plazo, una base social con códigos de “Buen Vivir en Galápagos” estos proyectos tienen como finalidad diseñar un estilo de vida y cultura del habitante de la Isla.

Sin embargo también se debe de enumerar algunos problemas que están latentes en la parte social de Galápagos:

- **Vialidad:** Uno de los mayores problemas sociales en Galápagos es la falta de una buena viabilidad en la Isla, solo los tres cantones principales tienen unas cuantas vías asfaltadas en sus tramos principales, las zonas urbanas en su gran mayoría son lastradas y el resto adoquinadas, además existen vías clasificadas como de segundo y tercer orden, existen caminos vecinales en los sectores rurales de las Islas. Los problemas en vialidad son constantes, ya que hay muchas obras que no fueron construidas con especificaciones técnicas que garanticen la durabilidad a través del tiempo, además los contratistas de las obras se ven con el limitante de que no existe el suficiente material para abastecerse y operar, en San Cristóbal existen tres minas que es donde se saca el material requerido para estas obras viales, además los equipos pesados siempre están parados por falta de repuestos.
- **Agua Potable:** El agua potable es uno de los factores de mayor relevancia dentro de los servicios básicos en Galápagos, el monitoreo de la calidad del agua en la isla está a cargo de la Dirección del Parque Nacional de Galápagos (DPNG) y está bajo la coordinación de la Agencia Internacional de Japón (JICA) desde el año 2005 en la isla Santa Cruz y a partir del 2007 en la isla San Cristóbal e Isabela, tiene como finalidad monitorear el agua utilizada por los pobladores de la Isla para consumo humano y uso doméstico.

Estos controles son necesarios para el buen manejo de este recurso, lo cual es esencial para el desarrollo humano de la población, además de conservar los ecosistemas naturales en forma íntegra. A través de estos monitoreos se trata de establecer los niveles de contaminación que podrían existir, para evitar esto se tomó como fundamento la Norma Técnica de Calidad Ambiental y de Descarga de Efluentes del Recurso Agua 2003, norma elaborada bajo el amparo de la Ley de Gestión Ambiental para la Prevención y Control de Contaminación Ambiental, la cual regula las actividades que pudieran ser fuentes de contaminación al recurso agua y rige actualmente en Ecuador. Aquí se establece parámetros claros sobre la cantidad de aceites y grasas, coliformes fecales, detergentes, mercurio, plomo, potencial hidrógeno entre otros. En la Isla Santa Cruz donde se extrae el agua para la población de Puerto Ayora (Grieta la CAMISETA) y de la parroquia Bellavista (Pozo Profundo), están libres de contaminación.

En la Isla San Cristóbal el estudio citado señala que no hay problemas de cobertura del suministro de agua en Puerto Baquerizo Moreno, ya que el 100% del área urbana está servida por la red de distribución y la parte peri urbana es abastecida por tanqueros. En la Isla Isabela el agua para consumo humano se obtiene del subsuelo a través de grietas. Se caracteriza por ser dulce en la superficie, por ser originaria de las lluvias que penetran y descargan al mar; a pocos metros de profundidad es salobre; y en lo profundo es salada. La comparación directa de parámetros de calidad de agua entre las tres islas no es posible, debido a que solo San Cristóbal posee agua dulce que proviene de la parte alta de la isla (lluvia) para el consumo humano y uso doméstico, mientras que Isabela y Santa Cruz poseen agua salobre, la cual se la obtiene de las grietas subterráneas que se encuentran en determinados sitios de las islas.

Alcantarillado: La red de alcantarillado en las Islas Galápagos fue construida hace más de 25 años, para una población de aproximadamente 15 mil personas, en la actualidad se ha duplicado la cantidad de habitantes, la existencia de la planta de tratamiento para aguas negras deja mucho que desear y existe una demanda insatisfecha lo cual pone en grave conflicto la conservación ecológica y de biodiversidad.

Tabla 8. Cobertura Alcantarillado

MUNICIPIO	COBERTURA	CALIDAD	TARIFA MENSUAL
Santa Cruz	3,6 % + soluciones individuales	Contaminado en alto grado	
Isabela	40,6 % + soluciones individuales	Contaminado en alto grado	
San Cristóbal	78,0 % + soluciones individuales	Contaminado en alto grado	Residencial 1.0 Comercial 2.0

Nota: tomado, GAD´S de Galápagos

Galápagos recibe generación y trasmisión eléctrica por parte de ELECGALAPAGOS esta entidad tiene como responsabilidad suministrar energía para las islas. Tiene 18 generadores de los cuales 13 están operando en forma normal, el abastecimiento de energía eléctrica en las islas se da en forma regular, sin embargo muchos de los sectores privados (hoteles, restaurantes, etc) poseen generadores eléctricos, así como también entidades públicas como Petrocomercial, la Armada, la FAE.

Todos los años la demanda de energía se incrementa, dando como resultado que el consumo de combustible de diésel para la generación eléctrica valla en aumento, actualmente se sobrepasa el millón de galones de diésel utilizados, esto trae consigo inconvenientes ya que el sistema no es eficiente, la importación de combustible es una carga para la economía, es contaminante para el medio ambiente además de depender de su abastecimiento desde el Ecuador Continental, esto trae posibilidades de accidentes y derrames de combustible puesto que las unidades de transportación les falta modernizarse.

ELECGALAPAGOS ha entrado a una campaña de optimización de energía eléctrica, tratando de educar al usuario de este servicio para el buen uso del mismo.

Tabla 9. Consumo de Diesel por Isla

INDICADORES DE GESTIÓN						
Nombre	CONSUMO DE COMBUSTIBLE POR ISLA					Indicador N° 02
Definición breve	Consumo de combustible (Galones)					
Unidad de medida	Galones					
Formula	Total de galones de diésel y piñón					
Periodicidad	Mensual					
Fuente de los Datos	Dirección Técnica					
Observaciones						
Mes / Galones	San Cristóbal Diésel	Santa cruz diésel	Isabela diésel	Floreana diésel	Floreana Piñon	Total
May - 2017	92.547	182.417	39.741	1.885	-	316.591
Jun-2017	51.485	140.342	34.226	1.778	-	257.531
Jul-2017	77.674	147.821	32.078	1.921	-	259.494
Ago-2017	72.396	125.516	31.442	915	1.040	231.309
Sep-2017	65.146	110.296	28.877	642	1.263	206.225
Oct-2017	69.975	128.006	30.763	953	1.068	230.765
Nov-2017	53.149	122.612	30.492	961	1.028	251.281
Dic-2017	76.747	152.614	33.295	1.167	950	307.844
Ene-2018	88.571	193.498	38.741	2.220	-	323.031
Feb-2018	92.730	195.011	39.493	2.431	-	329.665
Mar-2018	98.967	222.171	33.284	2.796	-	657.218
Abr-2018	100.631	201.836	41.099	2.186	-	345.752
Variación %	1,68%	-9,15%	23,48%	-21,82%		-3,21%

Nota: tomado, www.elecgalapagos.com.ec

Salud: Otro de los graves problemas de las Islas Galápagos es la deficiente atención en el área de salud, comienza por la falta de infraestructura y falta de médicos especializados, además de la casi nula activación de programas de promoción preventiva de salud, insuficientes acciones de autogestión que descentralicen la atención de pacientes en hospitales públicos saturados. Por este motivo se ha visto en la necesidad de abrir la atención en dispensarios públicos como: Dispensarios del IESS, Direcciones Provinciales de Salud, Dispensarios de la Zona Naval. La red hospitalaria más importante de Galápagos se ubica en la isla de Santa Cruz, las demás islas como San Cristóbal, Isabela, Floreana tienen unos pocos médicos generales, los cuales no dan abasto a la población. Entre las enfermedades más comunes que tienen los habitantes de las islas encontramos: quemaduras solares, mareos por movimiento, ataques al corazón y deshidratación.

Educación: Para que los procesos de sostenibilidad de Galápagos generen beneficios, la educación debe ser considerada como parte fundamental de la población de la isla, en el año 2007 la UNESCO estableció que Galápagos estaría dentro de la lista de patrimonio de la humanidad en peligro, e identificó doce áreas estratégicas que requerían atención urgente, una de

sus principales acciones estarían destinadas a la educación puesto que el informe final observaba la ausencia de una “estrategia global para desarrollar la capacidad de los residentes permanentes de Galápagos, de modo que sean mejor preparados para las oportunidades de empleo, que tradicionalmente han estado ocupados por no residentes”. También se observó que “el sistema de educación no ha sido reformado como fue requerido bajo la Ley Especial de Galápagos, y que aún no incorpora elementos de gestión ambiental y conservación de los recursos naturales, retrasando más la necesidad crítica de desarrollar una cultura insular” (UNESCO, 2007).

El Ministerio de Educación afirmó el año anterior que las islas serían atendidas con características particulares estableciendo bachilleratos técnicos que se ajusten a las áreas de demanda del sector. Este tema que ha sido fundamental para los pobladores de las islas, no ha sido tratado con la importancia que amerita, las pocas escuelas y colegios existentes carecen de una serie de servicios, a esto se le suma la falta de un instituto superior o universidad que le dé posibilidades a los bachilleres que se gradúan a seguir una carrera profesional, la única alternativa que tienen es estudiar carreras a distancia o viajando al continente para hacer uso de la política de becas implementados especialmente para Galápagos.

5.2.4 Análisis Tecnológico.

En la actualidad el mundo tecnológico ha sido un puente entre el Ecuador Continental, las Islas Galápagos y el mundo, a través de la tecnología las Islas se han mostrado como un excelente destino turístico. El internet y los dispositivos inteligentes han logrado cambios sustanciales en los turistas que buscan alternativas de consumo en productos turísticos, tal como lo señala Lissette Vélez actual gerenta de Export World & Business International. Los nuevos cambios tecnológicos han dado lugar a que los potenciales turistas puedan acercarse a estos destinos con aplicaciones inimaginables hace algunos años atrás, sobre estas premisas nacen compañías nuevas con distintas aplicaciones como Discover Ecuador & More una “app” esta próxima a debutar en las tiendas de Android e iOS la cual tiene como objetivo ser una ventana al mundo del potencial turístico que tiene el

Ecuador y especialmente Galápagos. Eduardo Mendoza Gerente de la Agencia ECT es otro de los que aprovecha la tecnología para promocionar el turismo en las Islas Galápagos, esta agencia a través del sistema Google Street View desarrollo en su plataforma la posibilidad de recorrer las Islas Galápagos en forma virtual, convirtiendo esto en una carta de presentación a todos los turistas potenciales del mundo. En las diversas tiendas de Android se han podido establecer más de 100 aplicaciones turísticas con títulos y contenidos ecuatorianos los cuales tienen como finalidad que todos los posibles turistas extranjeros tengan una visión sobre el patrimonio cultural y social del Ecuador. Estas aplicaciones pueden ofrecer servicios que van desde calendarios festivos, lugares para visitar como destinos turísticos, mapas informativos, entre otros. Los destinos turísticos de Ecuador están abriéndose paso a través de este tipo de aplicaciones entre el “turismo tecnológico” y su potencial se deberá basar en servicios diferenciados, los operadores turísticos de esta modalidad deberán de ofrecer contenidos personalizados. Uno de los problemas sustanciales para crecer en tecnología en las Islas es la pobre sostenibilidad en el sector energético, en la actualidad se está construyendo el proyecto “Eólico” para generar energía eléctrica en Santa Cruz – Baltra con el cual se pretende reducir el consumo de diésel que se emplea en la generación térmica en estos lugares, el objetivo de la primera fase es dotar de 6.000 MWh/ año. Con esto se reduciría un 25% de consumo de diésel (450 mil galones al año) que se destinan para esta actividad en la central térmica del puerto. (elecgalapagos,2017).

Con el ánimo de que sus pobladores y sobre todo la nueva generación de la Isla entren en contacto con la tecnología, el estado está implementando un nuevo proyecto piloto para abrir una plataforma virtual de enseñanza y aprendizaje en aulas equipadas especialmente con tecnología de punta, para que este entorno tecnológico virtual de enseñanza y aprendizaje esté al alcance de los estudiantes de los colegios de la Isla. En el año 2016 la Corporación Nacional de Telecomunicaciones entregó la segunda fase del proyecto “CDMA 450” aperturando y entregando 5.280 líneas telefónicas CDMA 450, para distribuir las en las zonas rurales, altas y centrales, esto para que la comunicación fluya entre las Islas, el Ecuador y el mundo.

5.3 Análisis Matriz FODA

El análisis de la Matriz FODA servirá para obtener un diagnóstico que permita establecer Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas del sector turístico del Ecuador y especialmente de las Islas Galápagos, esta herramienta de diagnóstico es fundamental para generar una propuesta de un Plan Estratégico que ayude a reestructurar el Sector Hotelero Comunitario en Galápagos, el cual tiene como objetivo el desarrollo económico sustentable para las comunidades de la Isla.

FORTALEZAS	DEBILIDADES
Sector Turístico en Galápagos es generador de ingreso de divisas para el País	Carencia de un Plan Estratégico para mejorar la oferta turística de hospedaje comunitario en las Islas Galápagos
Destino Turístico declarado por la UNESCO como Patrimonio Natural de la Humanidad	Débil infraestructura turística en los lugares que se realizan turismo y hospedaje comunitario, no cumple con normativas para realizar turismo sostenible
Biodiversidad de flora y fauna única en el mundo	Galápagos cuenta con servicios básicos deficientes (agua potable, tratamiento de aguas residuales, energía eléctrica) no alcanzan a satisfacer las exigencias de turistas extranjeros
Ausencia de requerimiento de visado	Incremento en la contaminación por el uso de combustibles (diésel y gasolina) en embarcaciones marítimas, vehículos terrestres, energía eléctrica.
Ganador de reconocimientos Internacionales por prestigiosas revistas como destino turístico (World Travel Awards)	La salud es una de las mayores problemas dentro de Galápagos, este servicio no brinda una buena atención a la población local ni a los turistas
Espectacular clima donde permite al turista visitar este destino durante todo el año	No existe una buena planificación sobre las actividades turísticas que ofrecen las entidades locales, las cuales tienen un control deficiente sobre las mismas
Segmentación variada de los tipos de turismo, (Ecológico, Ecoaventuras, deportes extremos, deportes acuáticos, Gastronómico y Cultural)	Los beneficios económicos generados por la autogestión de los valores por ingreso al PNG no son distribuidos en forma equitativa entre todas las entidades del sector turístico y la población de las Islas.
Conciencia y responsabilidad social, cultural y ambiental por parte de los pobladores de las Islas	Discrepancia política y conflicto de intereses en las entidades a cargo del sector turístico de Galápagos (Parque Nacional Galápagos y el Consejo de Gobierno)
Nuevas aplicaciones tecnológicas de operadores turísticos, que difunden y posicionan al mundo los atractivos turísticos naturales de Galápagos	Falta de control sobre el incremento de turistas que ingresan a las Islas, evadiéndolos muchas veces e ingresando productos no autorizados (alimentos prohibidos, mascotas)
OPORTUNIDADES	AMENAZAS
Cambio de la Matriz Productiva, el turismo es enfocado como el generador de divisas más importante después de los productos de exportación tradicionales (petróleo, banano, camarón)	Crecimiento agudo de problemas sociales dentro de las comunidades de la Isla (Inseguridad, Drogadicción, Prostitución, Salubridad, Contaminación, entre otros) debido a la llegada de grandes afluencias turísticas y habitantes de otras provincias
Soporte financiero otorgado por instituciones internacionales y países amigos (España, Japón, entre otros) para programas de conservación de la biodiversidad en las Islas	Contaminación creciente a la biodiversidad y naturaleza de las Islas Galápagos, generando pérdidas de especies únicas de flora y fauna
Generador de recursos proveniente de la autogestión a través de la tasa de ingreso al PNG, distribuido para proyectos de beneficio a los sistemas de biodiversidad.	Competencia a gran escala entre el sector turístico privado y el sector turístico comunitario, el cual se encuentra en desigualdad de condiciones por el sustento económico
Apoyo estatal a través de campañas publicitarias impulsadas por el Ministerio de Turismo (All You Need Is Ecuador)	El estado por falta de liquidez ha suspendido los financiamientos a largo plazo para emprendimientos de este tipo en el sector turístico
Generar máxima difusión de documentales realizados en el Ecuador por expertos en el sector turístico internacional como Peter Greenber para National Geographic	Aproximadamente el 35% de los turistas que llegan a Galápagos son de Ecuador Continental, la crisis económica que está viviendo el país ha llevado a una contracción en este tipo de gastos afectando directamente al sector turístico
Cálculos de crecimiento de los mercados internacionales de turismo, proyectado entre el 2010 y 2030, alcanzando 58 millones de turistas a un ritmo de crecimiento de 4.6%	La coyuntura de cambios político administrativo que se dan las diferentes entidades del estado a nivel nacional o provincial inciden en el seguimiento de la ejecución de proyecto de beneficios para las Islas
Cooperación y presencia de organizaciones internacionales de investigación, conservación y manejo en naturaleza y biodiversidad, agregando ayuda técnica y financiera a los procesos	Los arribos de carga vía aérea o marítima que se origina de lugares donde no existe control de bioseguridad ponen en grave peligro de contaminación las especies endémicas de las Islas. Más aún si son procedentes de otros países donde no se ha hecho inspección y sanitación
Legislación Nacional y Provincial que dan instrumentos legales para fortalecer el accionar de las entidades que rigen el sector turístico en Galápagos.	Barreras burocráticas de tipo legal que impiden iniciar emprendimientos de turismo comunitario
Interés de vinculación entre el sector turístico público y privado para establecer procesos que sean de beneficio para el sector en las Islas Galápagos	Galápagos por su ubicación no es un destino turístico barato, a esto se suma la apreciación del dólar dejando en desventaja frente a otras alternativas del sector turístico internacional

5.4 Análisis de Matrices de Evaluación de Factores Internos y Externos

5.4.1 Análisis Matriz de Evaluación Factores Internos (MEFI)

La Matriz de Evaluación de Factores Internos determina variables internas en la toma de decisiones estableciendo estrategias dentro del aparato de Debilidades y Fortalezas que ayudan en el desarrollo de evaluación y planificación en el ámbito de mercadeo, finanzas, producción, recursos humanos, etc. Esta matriz a pesar de no tener un carácter científico, no deja de ser una herramienta de análisis objetivo cuando se lo hace en forma acertada, todas las variables que se evalúan dentro de la matriz MEFI están sustentadas dentro de los parámetros que arrojan el análisis FODA y sus valores son calificados en función de una evaluación objetiva por mi parte.

Tabla 10. Matriz Evaluación Factor Interno (EFI)

FORTALEZAS	Muy alto	Alto	Medio	Bajo	Muy bajo
Galápagos es generador de ingreso de divisas	5				
declarado por la UNESCO como Patrimonio Natural de la Humanidad	5				
Biodiversidad de flora y fauna única en el mundo		4			
Aplicaciones tecnológicas de operadores turísticos		4			
Segmentación variada de los tipos de turismo			3		
Conciencia y responsabilidad social y cultural			3		
Total	10	8	6		
Gran Total	24/6 = 4 (el valor de la Fortaleza es una variable alta)				

DEBILIDADES	Muy alto	Alto	Medio	Bajo	Muy bajo
Débil infraestructura en turismo comunitario		4			
Incremento en la contaminación por el uso de combustibles			3		
Galápagos cuenta con servicios básicos deficientes		4			
Falta de control sobre el incremento de turistas que ingresan a las Islas		4			
Discrepancia política y conflicto de intereses en entidades publicas			3		
La salud es una de las mayores problemas dentro de Galápagos			3		
Total		12	9		
Gran Total	21/6 = 3.5 (el valor de la Debilidad es una variable media)				

5.4.2 Análisis Matriz de Evaluación Factores Externos (MEFE)

Tabla 11. Matriz Evaluación Factor Externo (EFE)

OPORTUNIDADES	Muy alto	Alto	Medio	Bajo	Muy bajo
Legislación Nacional y Provincial que dan instrumentos legales para fortalecer el accionar de las entidades que rigen el sector turístico en Galápagos.		4			
Soporte financiero otorgado por instituciones internacionales y países amigos	5				
Generador de recursos proveniente de la autogestión		4			
Apoyo estatal a través de campañas publicitarias		4			
Cambio de la Matriz Productiva	5				
Cálculos de crecimiento de los mercados internacionales de turismo, proyectado entre el 2010 y 2030		4			
Cooperación y presencia de organizaciones internacionales de investigación, conservación y manejo en naturaleza y biodiversidad	5				
Total	15		16		
Gran Total	31/7 = 4.4 (el valor de la Oportunidad es una variable alta)				

AMENAZAS	Muy alto	Alto	Medio	Bajo	Muy bajo
Contaminación creciente a la biodiversidad y naturaleza de las Islas Galápagos		4			
Crecimiento agudo de problemas sociales dentro de las comunidades de la Isla			3		
El estado por falta de liquides ha suspendido los financiamientos a largo plazo para emprendimientos			3		
Barreras burocráticas de tipo legal que impiden iniciar emprendimientos de turismo comunitario		4			
la crisis económica que está viviendo el país ha llevado a una contracción en este tipo de gastos afectando directamente al sector turístico			3		
La coyuntura de cambios político administrativo se dan las diferentes entidades del estado inciden directamente en la ejecución de proyectos a largo plazo	5				
Galápagos por su ubicación no es un destino turístico barato, a esto se suma la apreciación del dólar		4			
Total	5	12	9		
Gran Total	26/7 = 3.8 (el valor de la Amenaza es una variable media)				

La Matriz de Evaluación de Factores Externos, permite visualizar el entorno externo y su información dentro de las variables, políticas, ambientales, competitivas, que se encuentran en forma externa. Esta matriz a pesar de no tener un carácter científico, no deja de ser una herramienta de análisis objetivo cuando se lo hace en forma acertada.

5.5 Análisis de Matriz de Perfil Competitivo

Mediante esta matriz se establece en forma analítica a los principales actores que ejercen competencias en el sector turístico de Galápagos, se la trata de utilizar como una herramienta cuyo objetivo es visualizar las principales fortalezas y debilidades en cada una de las variables de la industria hotelera.

Tabla 12. Matriz de Perfil Competitivo

VARIABLES COMPARATIVAS CRÍTICAS	PESO	Hospedaje Turismo Tradicional		Hospedaje Turismo en Embarcaciones		Hospedaje Turismo Comunitario	
		CALIFICACIÓN	PESO PONDERADO	CALIFICACIÓN	PESO PONDERADO	CALIFICACIÓN	PESO PONDERADO
Competitividad de precios	0,3	2	0,6	2	0,6	3	0,9
Calidad de servicios al cliente	0,3	4	1,2	5	1,5	2	0,6
Diversidad de servicios	0,1	3	0,3	4	0,4	1	0,1
Conocimiento de entorno	0,2	1	0,2	1	0,2	2	0,4
Conciencia ambiental	0,1	2	0,2	1	0,1	2	0,2
	1		2,50		2,80		2,20

En la tabla N°12 se puede observar el Perfil Competitivo de los actores que ofrecen servicio de hospedaje en las Islas Galápagos, la hotelería u hospedaje en embarcaciones tienen la mayor puntuación dado que su servicio al cliente y calidad de servicio son óptimos y satisfacen las expectativas de los turistas, a esto debe sumarse que gran parte en los paquetes promocionales que ofrecen los operadores turísticos apuntan a este tipo de hospedaje. La hotelería tradicional a pesar de tener buenos servicios (confort, instalaciones, espacios de diversión, etc) tiene un porcentaje significativo de habitaciones que no son utilizadas, sin embargo por sus infraestructuras logra obtener una alta calificación en las variables críticas comparativas. El hospedaje en Turismo Comunitario, basa sus posibilidades de acción en el conocimiento del entorno de los habitantes que se dedican a esta actividad además de la conciencia ecológica, cultural, social, ambiental de un segmento de turistas que quieren interactuar con los nativos de las Islas para conocer sus tradiciones culturales y sociales,

además el factor precio es una variable diferenciador con los otros tipos de hospedaje, sin embargo el turismo comunitarios sostenible en los últimos diez años ha crecido en popularidad en las Islas, convirtiéndose en un dinamizador de la economía familiar de Galápagos.

5.6 Propuesta de Plan Estratégico

La propuesta de un Plan Estratégico en este trabajo, se basa en la posibilidad de estructurar un mejor marco para realizar hospedaje de turismo comunitario en las Islas Galápagos, estableciendo esta actividad como fuente de economía sostenible dentro de las comunidades de las Islas, el objetivo es que se convierta ingresos que beneficien y cubran las necesidades de esta sociedad.

5.6.1 Ubicación

Figura 27. Ubicación de las Islas Galápagos



Nota: Wikipedia

Las Islas Galápagos se encuentran dentro del Continente Americano (América del Sur) a 972 km de Ecuador Continental, ubicadas en el Océano Pacífico, poseen entre 1°20' de latitud norte y 1°0' de latitud sur, y los 89° y 92° de longitud occidental.

5.6.2 Mercado Potencial del Plan Estratégico

Según fuentes oficiales del INEC (Instituto Nacional de Estadísticas y Censo) estima que para el año 2020 el Ecuador alcanzará una población aproximada de diecisiete millones de habitantes y que toda América del Sur sumaría alrededor de cuatrocientos millones de personas. Esto abre un Mercado Potencial muy interesante de posibles turistas nacionales y extranjeros, el cual puede ser capitalizado por las Islas Galápagos como destino turístico.

5.6.3 Segmento de Mercado del Plan Estratégico

Una vez determinada la información que arroja las investigaciones de campo, se puede establecer que el Segmento de Mercado Objetivo que se requiere captar son turistas nacionales y extranjeros que comprenden edades entre los veinte y setenta años de clase social media, media alta, alta, que buscan destinos turísticos que les puedan ofrecer Ecoturismo, Turismo de Aventura, Turismo Comunitario además de descanso familiar.

La Segmentación de Mercado realizada tiene algunas variables que se han tomado en consideración:

Variable Demográfico: fueron establecidos observando aristas, edad, raza, sexo, tamaño de familia, etc.

Variable Geográfico: se establecieron en función de las áreas geográficas de los turistas que visitan las Islas (Países y Ciudades).

Variable Psicográfico: fueron fundamentales establecer el tipo de turista que se requiere por su nivel socioeconómico, estilo de vida y tipos de personalidad.

Variable Conductual: se examinó el tipo de actitudes y aptitudes que requiere que tengan los turistas segmentados (amantes a la naturaleza, ecológicos, sujetos a las tradiciones culturales y sociales, entre otros).

5.6.4 Misión del Plan Estratégico

Somos un destino turístico en el Ecuador, que ofrece a los visitantes experiencias enriquecedoras, generando servicios turísticos que satisfacen las expectativas de los turistas que visitan las Islas a través del turismo comunitario y sostenible, realizando una actividad económica y social que mejora la calidad de vida de sus pobladores.

5.6.5 Visión del Plan Estratégico

El desarrollo de la Visión dentro del Plan Estratégico, deberá estar basado en el fiel cumplimiento de cada uno de los pasos de este planteamiento en un periodo de 3 a 5 años.

“Para el año 2024 establecer las Islas Galápagos como el primer destino de turismo sostenible de América del Sur, promoviendo y desarrollando el turismo comunitario y rural, proporcionando servicios de alta calidad a los turistas visitantes, en un marco de responsabilidad social, cultural, ambiental, en coordinación con los actores Públicos y Privados del sector turístico, los cuales generaran estabilidad económica para la Región”

5.6.6 Planificación Estratégica FO - FA - DO - DA

La Planificación Estratégica de la matriz FODA, permite a las empresas establecer las variables más importantes en los factores internos (fortalezas y debilidades) y los factores externos (oportunidades y amenazas) que pueden afectar y cambiar el futuro de los procesos de las compañías.

A través de esta planificación se pueden establecer cuatro tipos de estrategias de fuerzas y debilidades; de debilidades y oportunidades; de fuerzas y amenazas; de debilidades y amenazas.

Tabla 13. Planificación Estratégica FO - FA - DO - DA

COMBINACION ESTRATEGICA	OPORTUNIDADES	AMENAZAS
FORTALEZAS <ul style="list-style-type: none"> - Galápagos es generador de ingreso de divisas - Patrimonio Natural de la Humanidad - Ganador de reconocimientos Internacionales - Segmentación variada de los tipos de turismo - Conciencia y responsabilidad social, cultural, ambiental - Nuevas app tecnológicas de operadores turísticos 	ESTRATEGIAS FO <ul style="list-style-type: none"> - En los próximos 5 años las Islas Galápagos deberán de posicionarse como uno de los primeros destinos turísticos sostenibles del mundo, estableciéndose en la nueva Matriz Productiva como el primer rubro de generación de divisas no tradicionales. - Galápagos por ser patrimonio de la humanidad, Parque Natural del Mundo único en biodiversidad de flora y fauna deberá de canalizar de buena forma la ayuda internacional que recibe de países amigos - En los próximos cinco años el sector turístico crecerá 4.6% (58 millones de turistas), Galápagos deberá aprovechar los reconocimientos internacionales que indican que las Islas están dentro de los 10 lugares más bellos del planeta. - Los nuevos app tecnológicos que ofrecen los operadores turísticos deben ser altamente difundidos como una ventana al mundo maximizando las campañas publicitarias ((All You Need Is Ecuador) o documentales como los de Peter Greenber para National Geographic 	ESTRATEGIAS FA <ul style="list-style-type: none"> - El estado deberá regular y distribuir los ingresos que genera el turismo en Galápagos, reinvertiendo en servicios básicos y proyectos que hoy están parados como salud, educación, salubridad, seguridad, vialidad entre otros. - Las entidades del sector turístico de Galápagos deben de aprovechar la conciencia social, cultural, ambiental que tienen los pobladores de la Isla y muchos de sus turistas para reducir la contaminación que está siendo objeto la biodiversidad natural de la Isla. - El hospedaje de turismo comunitario debería de ser una oferta que posibilite rebajar los servicios ofertados al turista nacional que es el segundo grupo más importante (32%) en visitar las Islas, este sería una alternativa frente a los costos de turismo en Galápagos que incide directamente con la crisis económica actual en Ecuador - Se deberá generar políticas de estado para el sector turístico de Galápagos independiente de posiciones políticas momentáneas.
DEBILIDADES <ul style="list-style-type: none"> - Carencia de un Plan Estratégico - Débil infraestructura turística - Servicios básicos deficientes - Incremento en la contaminación - No existe una buena planificación - Discrepancia política entre las entidades del Estado - Falta de control sobre el incremento de turistas 	ESTRATEGIAS DO <ul style="list-style-type: none"> - Deberá establecerse un plan estratégico de crecimiento en el hospedaje de turismo comunitario a través de programas de inversión financiera canalizado entre el estado y las comunidades de Galápagos. - El turismo comunitario deberá de fortalecer los servicios básicos existentes a través de la ayuda financiera del estado y de organismos internacionales de países amigos que prestan su ayuda. - Dentro del crecimiento en el sector turístico internacional, hay un segmento de mercado importante dispuesto a realizar visitas a las Islas y conocer el entorno social, cultural, ambiental en que se desarrolla la vida de los habitantes de Galápagos, esto puede ser una gran oportunidad para la economía que generaría el turismo comunitario dentro de las Islas. - El sector turístico público y privado deberá de regular y planificar el control de ingreso de la cantidad de turistas que visitan la Isla, además de las actividades que están ejerciendo estos visitantes, solo así no se degenerara este medio ambiente. - El estado deberá de definir en forma clara quien ejerce el control sobre el sector turístico en las Islas Galápagos (PNG o CG) 	ESTRATEGIAS DA <ul style="list-style-type: none"> - Ante la crisis social y económica que viven los pobladores de las Islas Galápagos, el estado debe intervenir generando reglas claras para superar los problemas sociales que se vienen presentando (inseguridad, salubridad, drogadicción, prostitución, etc) - El recurso humano que implemente todas estas reglas y leyes deberá de ser conocedor de la realidad que vive Galápagos y sus comunidades, para esto deberá de asignarse personal profesional y de primer nivel sin injerencias de corte político. - Los nuevos emprendimientos generados por las comunidades de las Islas deberán ser apoyados por los sectores públicos y privados sin que esto genere controversia o conflictos de intereses para las partes, más bien deben ser vistos como posibilidades de un proceso económico sostenible en desarrollo. - Los ingresos por autogestión generados por PNG deberán de reinvertirse en forma equitativa en proyectos de beneficios para la recuperación de la biodiversidad de las Islas, además de beneficios para las comunidades que habitan en el sector de Galápagos.

5.6.7 Planeación Estratégica del Marketing Mix

Los autores C. K. Prahalad y Stuart L. Hart en su artículo titulado “Negocios en la base de la Pirámide” (2002), plantean cuatro condiciones básicas necesarias, que conllevan a modificaciones en la infraestructura comercial, para capturar a los consumidores de menores recursos. Estas condiciones básicas son: Crear poder de compra (Precio), Dar forma a las aspiraciones (Comunicación o Promoción), Mejorar el acceso (Distribución o Plaza) y Adaptar soluciones a la realidad local (Producto). A su vez como se ha indicado, son comparables con las cuatro P que forman el Marketing Mix (Producto, Precio, Plaza y Promoción) (Verardo, 2011).

¿Cómo hacer Negocios en la Base de la Pirámide? El marketing mix y los sectores de bajos recursos (Doctoral dissertation). www.repositorio.udesa.edu.ar

5.6.7.1 Producto

Las Islas Galápagos deberán basar su oferta turística en el sector de turismo comunitario, con productos y servicios diferenciados de buena calidad, dirigidos a satisfacer un segmento de mercado especial que llega en grupos de familia, amigos, parejas, estudiantes, buscando experiencias que les permitan conocer la realidad social, cultural, ambiental de las Islas y sus pobladores, para esto se deberá trabajar en el mejoramiento de calidad de los atractivos turísticos ya establecidos (destinos turísticos, lugares recreacionales, gastronomía, eventos, hospedaje, entre otros) los mismos que deberán ser ofertados bajo el mismo concepto de turismo comunitario o sostenible.

Los componentes de la oferta de las Islas deberán ser clasificados independientemente (recursos turísticos naturales del PNG y de la Reserva Marina de Galápagos) además de trabajar en algunos proyectos que se encuentran en fase de desarrollo que ayudaran a posesionar los productos turísticos que ofertan las Islas y sus habitantes, para desarrollar la estrategia de Productos se deberá de observar algunas variables:

a) Mejoramiento de Sitios Turísticos de Galápagos.

Las Islas Galápagos, tienen una cantidad importante de sitios turísticos por visitar tanto en el PNG vía terrestre como en las reserva marina, entre los más importantes podemos enumerar los siguientes:

- **Isla Rábida**

Esta isla se caracteriza por el color rojo de su arena volcánica.

- **Isla Sombrero Chino**

Se la denomina así porque su cono volcánico tiene la forma de un sombrero chino.

- **Isla Floreana**

Su arena es de color verde olivo y en sus costas se encuentran los tiburones de arrecife de punta blanca.

- **Isla Fernandina**

Es la más joven del Archipiélago, tiene como característica extensa vegetación que crece sobre su costa volcánica.

- **Isla Isabela**

Su nombre deriva en honor a la Reina Isabel de Castilla, su atractivo principal se encuentra en el muro de las lágrimas.

- **Isla Santa Cruz**

Esta es la segunda Isla más grande y es rica en su variedad de vegetación, especies de animales únicas y hermosas playas. La estación científica Charles Darwin se encuentra ubicada en esta Isla, fue creada en 1964 para la crianza en cautiverio de tortugas gigantes.

- **Isla San Cristóbal**

Es la capital de la Provincia de Galápagos (Puerto Baquerizo Moreno), aquí se encuentran las instituciones públicas y administrativas, como el mejor puerto naviero de las Islas y uno de sus aeropuertos.

- **Isla Bartolomé**

Es un mirador natural llamado (la escalera) que se encuentra sobre un cerro, su cima ubicada sobre los 100 metros de bahía.

b) Gastronomía

Debido a su ubicación geográfica frente al mar, las Islas basan su gastronomía en recetas elaboradas con los frutos del mar (pescado, langosta, langostino, cangrejos, canchalagua el cual es un molusco existente únicamente en Galápagos).

La influencia de la Gastronomía Americana, Alemana, Suiza, Noruega y otras culturas extranjeras han logrado una fusión de sabores únicos, entre los platos más tradicionales y exuberantes que tiene las Islas podemos enumerar: ‘compuesto por bacalao fresco crocante en salsa de mariscos, acompañado de ensalada fresca de la casa y papas fritas. Otro delicioso plato es la **“Langosta Espinosa”** que se puede preparar en diversas forma como al ajillo, grill, en sopa y ceviches. El **“Atún en Salsa”** es uno de los platos más apetecidos por los turistas asiáticos junto con el **“Ceviche De Canchalagua”** el cual es un manjar que se prepara únicamente en las Islas Galápagos.

c) Artesanías

Los artesanos de las Islas Galápagos immortalizan en madera y piedras la fauna de las Islas, los locales de artesanía se encuentran a lo largo de los malecones de la Isla Santa Cruz. De esta actividad depende alrededor de 600 artesanos de las Islas los cuales venden souvenirs a los turistas, sin embargo este gremio se siente preocupado porque La Ley Orgánica de Régimen Especial para la Provincia de Galápagos publicada el 11 de junio del 2015 habilita a las instituciones privadas sin fines de lucro a vender y comercializar artesanías y souvenirs para autofinanciarse proyectos de asistencia social y científica, esto causa temor entre los agremiados de que los turistas no lleguen a los locales comerciales y que todo lo compren en estas entidades, a esto se suma que las embarcaciones turísticas de Galápagos también están prohibidas de vender artesanías, lo cual en la práctica no se ejecuta por no haber los controles respectivos sobre estas embarcaciones. Los artesanos son parte del Frente Peninsular, en Santa Cruz. Para poder desarrollar la variable de Producto en el Marketing Mix lo más importante es canalizar todos los beneficios que Galápagos tiene en sus puntos de destinos de referencia, los turistas deben de estar guiados por personas capacitadas que conozcan el entorno de las Islas y que presten

seguridad en garantizar la satisfacción y expectativa de los visitantes, el hospedaje en turismo comunitario les puede brindar una mayor interacción en el entorno de las Islas.

5.6.7.2 Precio

Dentro del Marketing Mix, el factor precio deberá ir de la mano con la calidad de servicio que se oferta, el “costo beneficio” siempre influirá a la hora de escoger un destino turístico, sin embargo por ser Galápagos un destino turístico especial para un segmento de mercado medio alto y alto, los turistas podrán determinar su deseo de visitar las Islas por otros factores determinados.

Tabla 14. Precios Comparativos de Hospedaje

Hoteles	Categoría	Ubicación	Valores de Hospedaje
Terranova Suites	5 estrellas	Santa Cruz	\$72 x persona
Sun	5 estrellas	Santa Cruz	\$104 x persona
Inboccalupo	5 estrellas	Santa Cruz	\$ 139 x persona
Marriott	5 estrellas	Santa Cruz	\$144 x persona
Camino Real	5 estrellas	Santa Cruz	\$ 126 x persona
Hotel Red Mangrove	4 estrellas	Isabela	\$ 124 x persona
Albemarle	4 estrellas	Isabela	\$ 132 x persona
Hotel Blue Marlin	4 estrellas	San Cristóbal	\$ 50 x persona
Royal Palm Hotel	4 estrellas	Puerto Ayora	\$ 286 x persona
La Gran Tortuga	3 estrellas	Isabela	\$50 x persona
San Vicente	3 estrellas	Isabela	\$ 60 x persona
Gran Hotel Chatham	3 estrellas	San Cristóbal	\$ 45 x persona
North Seymour	2 estrellas	Puerto Ayora	\$ 45 x persona
Castro Galápagos	2 estrellas	Puerto Ayora	\$ 40 x persona
Costa Del Pacífico	2 estrellas	Puerto Ayora	\$ 45 x persona
La Casa De Mi Sub	H Comunitario	Pto Baquerizo	\$ 25 x persona
Cucuve Eco Hostal	H Comunitario	Pto Baquerizo	\$ 20 x persona
Dolphin House	H Comunitario	Pto Baquerizo	\$ 30 x persona
Casa D`Cristhi	H Comunitario	Pto Baquerizo	\$ 25 x persona
Casa de "Darling"	H Comunitario	Pto Baquerizo	\$ 30 x persona

Como se puede observar en la tabla N° 14 se ha realizado un cuadro comparativo de precios, clasificando los hoteles por su respectiva categoría que van desde 5 estrellas que son hoteles con una infraestructura majestuosa (restaurante, discotecas, bar, jacuzzi, piscina, spa, gimnasio) estas infraestructura no le envidian nada a los grandes resorts hasta llegar a los llamados hospedajes de turismo comunitario.

La estrategia de precio estará basada en el buen servicio que deberán brindar estos puntos de turismo comunitario los cuales deberán de

establecer como ventaja diferencial un valor muy inferior al de los grandes hoteles dándoles a cambio confort, familiaridad, conocimiento del entorno y sobre todo haciéndolo sentir al turista como parte de la comunidad de Galápagos sin dejar de brindarle servicios de confort como una buena habitación, agua caliente y fría, servicio de aire acondicionado, servicio de cable y wifi, alimentación sabrosa y sana, sobre todo haciéndolos conocer las Islas en un entorno natural y ecológico. El Precio es uno de los factores que se debe respetar en el desarrollo del turismo comunitario sostenido.

Según Juan Manuel de la Colina en su libro Marketing turístico “La Sociología en sus Escenarios” respalda la teoría de que el dinero desembolsado por un cliente o un usuario debe ser retribuido con el mayor de las satisfacciones que compensen el sacrificio que representa el gasto realizado, el precio termina siendo un instrumento con que se puede actuar con mayor rapidez y flexibilidad que otras variables de marketing dentro de los límites del negocio, así también lo expresa Philip Kotler en su libro la “Planificación Estratégica de Marketing”.

Figura 28. Instalaciones de Hospedaje Comunitario



Nota: Wikipedia

5.6.7.3 Plaza / Distribución

Mediante esta variable dentro del Plan Estratégico de Marketing Mix, se deberá establecer cuál es la forma más idónea de comercializar las Islas Galápagos como destino Turístico Comunitario, para capitalizar todo el mercado potencial objetivo establecido dentro del segmento.



En la imagen de Canales de Distribución se puede observar que el principal canal de venta que comercializa las Islas Galápagos como destino turístico son los operadores de servicios (Agencias de Viajes) que ofertan la demanda a los turistas Nacionales y Extranjeros, a través de paquetes promocionales que van desde los tickets aéreos, hospedaje en hoteles con alimentación incluida, entradas al Parque Nacional Galápagos, además de tours por los lugares más atractivos de las Islas, para efecto de esto se podría revisar los valores correspondientes.

Tabla 15. Valores de Paquetes Promocionales por Operadores Turísticas

PAQUETE	BENEFICIOS	VALORES
Galápagos Sin boletos Hotel + traslados + tours	3 noches / 4 días Transporte terrestre y marítimo 3 noches de alojamiento Desayunos, almuerzos y cenas Kit de viajes Snorkeling Impuestos	Desde \$365
Galápagos Con boletos Boletos + hotel + tours	3 noches / 4 días Boleto aéreo desde Quito o Guayaquil Traslados Alojamiento Desayunos Kit de viajes Impuestos Cortesía Estación Científica Charles Darwin o Grietas o Tortuga Bay Beach	Desde \$ 515
Galápagos todo incluido	3 noches / 4 días Ticket aéreo Quito o Guayaquil – Galápagos – Quito o Guayaquil Transporte terrestre y marítimo Alojamiento Desayunos, almuerzos y cenas Excursiones terrestres y marítimas (según actividades) Asistencia en el aeropuerto Kit de viajes Snorkelling Guías Profesionales Impuestos	Desde \$ 859

Nota: tomado, polimundo.com

En la actualidad las únicas maneras de llegar a las Islas Galápagos son a través de vuelos comerciales aéreos de las siguientes compañías:

- LATAM valor ida y vuelta persona adulta \$ 204
- TAME valor ida y vuelta persona adulta \$ 212
- AVIANCA valor ida y vuelta persona adulta \$ 260.

Además se puede llegar en cruceros, los cuales tienen capacidad de 20 a 100 pasajeros, teniendo los servicios (habitación en cabinas, restaurante, piscina, lugares de diversión) a bordo de estos cruceros sus valores oscilan para un plan de 3 días y 4 noches entre \$1.600 dólares y \$ 2.400 dependiendo el tipo de cabina que se hospede el turista hay cruceros nacionales como Galápagos Cruise y otros cruceros internacionales.

Tabla 16. Valores En Paquete Turísticos de Cruceros

GALÁPAGOS LEGEND					
100 PASSENGERS CAPACITY					
Embarkation Days : Monday & Thursday Year – Round					
CABIN CATEGORY	DECK	NUMBER OF CABINS	3 NIGHTS MON	4 NIGHTS THU	7 NIGHTS MON & THU
Standard Interior	Earth	3	1.662	2.215	3.606
Standard Plus	Sea	7	2.058	2.743	4.465
Junior Suite	Earth	28	2.346	3.128	5.090
Balcony Suite	Sky Moon	16	2.798	3.697	6.054
Legend Balcony Suite	Moon	1	3.900	4.900	7.300

Nota: tomado, viajablog.com

Lo importante dentro esta variable será establecer un contacto directo entre los actores que realicen turismo comunitario y los operadores de servicio que ofertan este destino, es importante que se trabaje coordinadamente y que se estreche vínculos con este canal de distribución, dándole seguridad de un buen servicio a un buen precio.

5.6.7.4 Promoción / Publicidad

Dentro de las variables estratégicas del Marketing Mix, la más débil de todas es la que corresponde a Promoción de Galápagos como Destino Turístico Comunitario ya que por no tener una adecuada comunicación se puede perder un gran segmento de turistas que visitan las Islas y que no se enteran de que existe la posibilidad de realizar Turismo Comunitario.

Esta variable se ha dividido en dos partes, la **Promocional** que tratara de explotar los beneficios que se pueden ofertar a los turistas nacionales y extranjeros y la **Publicitaria** donde se generará toda la información y contenido a través de todos los medios posibles. Dentro de las estrategias promocionales se establecerán objetivos de incrementar el número de

turistas nacionales y extranjeros que escojan el Turismo Comunitario como alternativa de hospedaje en las Islas Galápagos, para lo cual se trabajara en lo siguiente:

- Para grupos que consten de más de 5 personas, el hospedaje del 6to turista no tendría costo, siempre que la estadía sea de más de 4 días y 3 noches
- Para grupos familiares que tengan hijos menores a 12 años la estadía de estos niños será gratuita en paquetes que vayan como mínimo de 3 a 4 días
- Los fines de semana (viernes, sábado, domingo) de temporadas bajas podrán establecerse descuentos del 25% al 50% en hospedaje comunitario.
- Las temporadas altas de visita deberá establecerse programas de diversión coordinados para los turistas que visiten estas instalaciones (Show musical, Karaoke, Peña, Rifas), así como para los niños que lleguen en estos grupos (payasos, juegos, concursos, etc), tratando de que los turistas mayores se puedan divertir sin la preocupación de sus niños.
- El sector que realiza Turismo Comunitario deberá de concretar alianzas estratégicas con marcas comerciales (tarjetas de crédito) que auspicien estos lugares, esto traerá consigo descuentos en consumo cuando los turistas cancelen con una de las tarjetas de crédito auspiciantes, además se podría obsequiar suvenires.
- Los actores que realicen esta actividad Turística Comunitaria deberán de lidiar con los Operadores de Servicios Turísticos, para lo cual se deberá de generar una estructura comercial que permita un puente de comunicación, tratando que las agencias de viajes recomienden dentro de sus ofertas el servicio de Turismo Comunitario al segmento de mercado al cual se requiere llegar, además existen nichos importantes que deberían establecerse como prioridad (grupos de estudiantes en colegios, los cuales están buscando alternativas para realizar paseos escolares de fin de año).

La segunda parte de establecer todas estas Estrategias Promocionales será Publicitarlas y comunicarlas en forma clara y precisa, lo cual deberá de tener como objetivo informar de todos los beneficios existentes en el sector de Turismo Comunitario.

- Como se ha podido observar las aplicaciones (App) y las páginas web constituyen una ventana al mundo exterior para ofertar estos destinos turísticos, por tal motivo es indispensable que se de buen uso a esta herramienta tecnológica masificando la información de lo que es el Turismo Comunitario como una alternativa nueva en el sector.
- Los actores inmersos en esta actividad comunitaria tendrán que aprovechar la mayor cantidad de herramientas tecnológicas gratuitas que conocen (Facebook, Twitter, WhatsApp, Instagram, Google+, Snapchat, Pinterest), para crear grupos afines especiales (ambientalistas, ecológicos, ecoaventura) para esto deberna d contar con un Community Manager que tendrá la responsabilidad de manejar las redes adecuadamente.
- Se deberá trabajar en forma coordinada con sectores y entidades del Ministerio de Turismo y las Cámaras de Turismo del País para promocionar las Islas Galápagos como un destino turístico comunitario y sostenible, para esto se podría sostener campañas publicitarias en publicaciones mensuales en las revistas del Sector Turístico del País, ferias nacionales y extranjeras en el sector, ofertando a los Operadores de Turismo este destino.
- Se imprimirán 10 mil trípticos publicitarios comunicando todos los beneficios ofertados en el sector de Turismo Comunitario, los cuales serán repartidos entre los operadores de servicio turístico y los visitantes que lleguen a Galápagos, tratando de generar expectativas sobre esta oferta.

Será importante que todos los actores dedicados a esta actividad comunitaria manejen una sola estructura de comunicación, lo ideal será establecer una agencia de publicidad contratada para manejar esta campaña.

5.6.8 Propuesta del Plan Estratégico para el desarrollo de Turismo Comunitario en Galápagos

Esta propuesta se requiere darle un enfoque particular y deberá responder a las necesidades y expectativas de la sociedad rural de Galápagos, el desarrollo de esta planificación debe contemplar la integración de todas las Islas de la Provincia de Galápagos, lo cual ayudara a articular y jerarquizar todo el territorio, lo importante en este Plan Estratégico es que primen los criterios de gestión medio ambiental y de sostenibilidad. Por este motivo el presente trabajo tiene como objetivo identificar variables estratégicas claves que ayuden a planificar en forma efectiva los espacios turísticos de las Islas que ayuden a un desarrollo económico y sostenible dentro de las comunidades locales. Las entidades del sector turístico de Galápagos están tratando de desarrollar estos procesos económicos sostenibles a través de proyectos que regulen estas actividades, con ayuda de gestiones promocionales y difusiones de actividades generadas en el sector.

El Ministerio de Turismo se ha puesto como objetivo tres variables:

- La Oferta (Plan Estratégico de Desarrollo del Turismo)
- La Demanda (Plan Integral de Marketing Turístico del Ecuador)
- Gestión de Información y Comunicación para el Sector.

5.6.8.1 Variables del desarrollo del Plan Estratégico

5.6.8.1.1 Ofertas turísticas Objetivos Específicos

La oferta del destino turístico de Galápagos, estará dentro de los objetivos específicos en el proceso de desarrollar turismo comunitario en las Islas, para lo cual deberá observarse las siguientes aristas.

- Los atractivos turísticos de Galápagos, deberán interactuar entre si procurando mejorar su calidad de estos espacios de atracción.
- Los inversionistas actuales del sector turístico deberán de sostener la industria, además deberán de atraer a nuevos inversionistas mediante la sostenibilidad de la balanza del negocio.
- Los sistemas de información tendrán como objetivo ampliar sus coberturas y mejorar su accesibilidad a los mismos.

El cumplimiento de esta planificación estratégica deberá ser controlado en forma continua para llegar a los objetivos planteados en este trabajo.

- Los servicios ofertados deberán mejorar sustancialmente en cantidad y calidad en cada uno de los puntos que se ofrezca servicio de Turismo Comunitario.
- El recurso humano que se dedique a esta actividad, deberá de ser capacitado y entrenado mejorando sus actitudes y sus conocimientos para prestar un adecuado servicio a los turistas visitantes.
- Los inversionistas y emprendedores nuevos, deberán sentir que esta nueva tendencia es una oportunidad de negocio en el sector turístico de Galápagos.
- La información y promoción que se genere en el sector turístico, deberá tener un atractivo de alta calidad para crear expectativas en los posibles turistas nacionales y extranjeros.

El Ministerio de Turismo que es la entidad que regula y promueve los destinos turísticos del Ecuador, deberá de ayudar a ejecutar este Plan Estratégico, para que aproximadamente entre tres y cinco años se establezcan los resultados esperados: Mercado Potencial Turístico, Puntos de Destinos Turísticos Priorizados y Zonas Determinadas como Áreas Protegidas de Conservación Turística.

5.6.8.1.2 Demanda Turística

El Ministerio de Turismo se plantea para el año 2022 algunos objetivos para Galápagos como destino turístico, entre los principales podemos enumerar:

- Incrementar en forma controlada la cantidad de turistas que llegan a las Islas Galápagos.
- Desarrollar nuevos mercados potenciales existentes en el turismo internacional.
- Fortalecer y desarrollar el turismo nacional interno en beneficio de este sector, promocionando sus destinos turísticos.

El Ministerio de Turismo se ha planteado estos objetivos en coordinación con todos los actores del sector turístico en Galápagos, mediante las siguientes estrategias a seguir.

- Promocionar Galápagos diversificando los mercados desde su origen
- Desconcentrar la visita de turistas sobre otros destinos visitados de menor relevancia.

La demanda observada en este sector se da de la proporcionalidad del consumo que tienen los turistas visitantes en bienes y servicios. Las cifras han sido tomadas de la llegada de visitantes registradas en el PNG durante el año 2018. La Cartera de Turismo, para el año 2017, desarrollo y promociono algunas actividades a nivel interno y externo tratando de posesionar el turismo hacia el País. Esto dio como resultado un incremento del 21% en relación a años anteriores, entre los más importantes podemos anotar; 53 eventos internacionales, en 23 países, 53 ciudades; con 376 operadores turísticos ecuatorianos y se realizaron 80 proyectos de promoción, en cinco mercados objetivos, a través de 49 ferias y eventos, otorgando 556 espacios a coexpositores, beneficiando a 92 empresas, con visibilidad ante un público de 970 mil personas. Realización de 15 viajes de familiarización, con la asistencia de 120 operadores extranjeros invitados de 13 países y generación de espacios de negocios el ámbito turístico para 334 empresas ecuatorianas y 17 viajes de prensa que involucraron a 78 medios internacionales de 12 países. Realización de 15 viajes de familiarización, con la asistencia de 120 operadores extranjeros invitados de 13 países y generación de espacios de negocios el ámbito turístico para 334 empresas ecuatorianas y 17 viajes de prensa que involucraron a 78 medios internacionales de 12 países. Esta estrategia de comercialización ha contribuido para que nuestro país sea merecedor de varios premios y reconocimientos en el 2012 (MINTUR, Documento de diagnóstico sectorial, 2014)

- Virtuoso Travel Advisor, calificó a Ecuador así, “Ecuador se prepara para ser el lugar de América Latina al que se debe “Ir hacia allá”.
- Lonely Planet ubicó a Ecuador en el 4to lugar de su lista “Mejor en Viajes” para 2013. Ecuador está precedido por Sri Lanka (Pacífico Sur) que ocupa el primer lugar, Montenegro (Europa del Este) en el segundo y Corea del Sur (Asia) en la tercera posición, lo que ubica a nuestro país como el primer destino a elegir en toda América.
- International Living calificó a Cuenca como el “Paraíso para jubilados retirados” y lo distinguió con el primer lugar en su Índice Anual de Retiro 2012, seguido por México, Panamá, España y Nueva Zelanda.

- USTOA, la Asociación Estadounidense de Operadores Turísticos eligió en enero del 2012 a Ecuador como el tercer nuevo destino más importante del mundo.
- World Travel Awards galardonó a Ecuador como el “Mejor Destino Verde del Mundo”. Este reconocimiento se hizo en la 19na edición de los WTA, que son liderados por el diario estadounidense The Wall Street Journal.
- Diario El País de España El rotativo ibérico publicó en su edición web un resumen de los diez mejores lugares de Lonely Planet para el 2013, en el cual Ecuador figuraba como primer país para descubrir en toda América. El libro Best in Travel divide a los diez más reconocidos en las categorías, Mejores Países, Mejores Regiones y Mejores Ciudades.
- National Geographic En la edición Diciembre 2012 – Enero 2013 de la revista Traveler de National Geographic, su portada declara que Quito es el Mejor Lugar por Descubrir de todo el Mundo en el 2013. Además se hizo un reconocimiento oficial en el evento inaugural de la II Bolsa de Turismo Sostenible del Ecuador.
- World Travel Awards “Mejor destino verde en el mundo”.
- FACEBOOK “Ecuador, Caso de éxito”.
- Travel+Leisure “Galápagos 2012 World Best City and Island by region

5.6.8.1.3 Información y Comunicación Turística

El Ministerio de Turismo en coordinación con las entidades que regulan el sector turístico Galápagos ejecuta programas de difusión promocionando este destino turístico, los objetivos de comunicación planteados son:

- Promocionar los destinos, atractivos y productos turísticos del sector utilizando mejores canales informativos.
- Capitalizar las gestiones turísticas difundiendo documentales, videos, fotografía y aplicaciones tecnológicas que permitan acercar a los turistas.
- Generar información a la ciudadanía que incentive, concientice, sensibilice a todos sus habitantes a una nueva cultura turística donde se cuide los bienes patrimoniales, culturales y ambientales.

5.6.9 Plan Operativo

Dentro del Plan Operativo para reestructurar el Sector Hotelero a través del Turismo Comunitario en las Islas Galápagos, es importante establecer las variables que le darán soporte a este proceso, cada uno de ellos enmarcados en un presupuesto por definirse además de sus respectivos responsables los cuales deberán ejecutar este Plan Operativo en tiempos determinados.

- **Variable 1.**

Constitución Jurídica de Empresas de Turismo Comunitario

Es indispensable trabajar con el Consejo Provincial de Galápagos observando todos los lineamientos que existen en la Ley Régimen Especial para la Conservación y Desarrollo Sustentable de la Provincia de Galápagos para poder constituir empresas de turismo en el Sector Comunitario, esto tendrá que darse bajo la premisa de constituirse como una empresa comunal, la cual tendrá personería jurídica y que tiene carácter sin fines de lucro, serán dirigidas por dirigentes comunales de las Islas en las cuales podrán asociarse todas las personas que habitan en la comunidad, que requieran emprender en una actividad económica sustentable, la cual beneficie a la sociedad y su conjunto. Estas empresas tendrán como responsabilidad velar social y económicamente por los intereses de sus asociados generando para ellos actividades económicas que permitan el desarrollo de sus integrantes en forma individual y de colectivo social que lo desarrolla.

- **Variable 2.**

Mejoramiento de Servicios Turísticos

Esta Variable deberá de ser coordinada entre los actores de estas empresas comunitarias y el Consejo Provincial de Galápagos, Ministerio de Turismo, Ministerio de Obras Públicas y organizaciones sin fines de lucro (ONG) de países amigos. Esta Variable es de las más importantes y difícil de coordinar, de ella dependerá la percepción del turista nacional y extranjero cuando visite las Islas Galápagos y apueste por esta alternativa de Turismo Comunitario, lo importante será readecuar todos los lugares que brinden

esta alternativa o servicio (lugares de hospedaje, restaurantes, espacios naturales, espacios recreativos y de diversión).

- **Variable 3.**

Mejoramiento de Herramientas y Equipos

Para desarrollar estos emprendimientos es indispensable la compra y mejoramiento de equipos de recreación para los turistas nacionales y extranjeros, lo importante será trabajar en forma coordinada con todos los actores que se dedican a esta actividad turística para comprar los equipos necesarios (botes de avistamiento de ballenas, botes de kayak, equipos de parapente, tablas de surf, equipos de buceo, etc), además de adquirir equipos tecnológicos (computadoras, impresoras, equipos de radios) para cada uno de los operadores de turismo comunitario, haciendo sentir al turista el confort de las instalaciones donde se encuentra hospedado.

- **Variable 4.**

Mejoramiento de Estrategias de Promoción y Publicidad

Tendrá como objetivo desarrollar un óptimo sistema de comunicación, tratando de comercializar los servicios turísticos que ofrecen las Islas Galápagos en el sector del Turismo Comunitario, esta variable deberá cerrar el círculo de todas las anteriores descritas ya que no tendría ningún efecto todo lo actuado sino se logra informar adecuadamente los beneficios al segmento de mercado requerido. Es indispensable que la comunicación publicitaria transmita a los operadores de servicio turístico (agencias de viajes) que esta alternativa turística dentro del sector es muy buena y económica, para este efecto la información deberá fluir entre las entidades públicas de turismo (Ministerio de Turismo, Consejo Provincial de Galápagos, Cámaras de Turismo) y entidades del sector privado (Agencias de viajes, Operadores de turismo, entes de servicio comunitario) Sin embargo el desarrollo del Turismo Comunitario deberá de tener una ventaja diferencial sobre el tradicional, que deberá estar basado en el comportamiento, la calidad humana, precios, flexibilidad, y servicios que generan las personas de esta comunidad que están dentro de este proceso de desarrollo sostenible.

Tabla 17. Presupuesto Actividades Periodo 2019 – 2021

PRESUPUESTO ACTIVIDADES	2019		2020		2021		TOTAL	RESPONSABLE	PLAZO
	1S	2S	1S	2S	1S	2S			
CREACIÓN DE LA EMPRESA DE TURISMO COMUNITARIO									
Desarrollar los servicios del turismo comunitario que presenten falencias en calidad de sus productos	10.000						10.000	Concejo Provincial de Galápagos	3 meses
Capacitación en ambiente y manejo de recursos naturales.	3.000		3.000		3.000		9.000	Concejo Provincial de Galápagos	Trimestralmente
Capacitación en turismo comunitario.		3.000		4.000		5.000	12.000	Concejo Provincial de Galápagos	Trimestralmente
MEJORAMIENTO DE SERVICIOS TURISTICOS									
Readecuar los locales de gastronomía y recreación mediante el apoyo del Concejo Provincial de Galápagos y Ministerio de Turismo	30.000		40.000		50.000		120.000	Ministerio de Turismo y Concejo Provincial de Galápagos	Semestral
Regenerar los establecimientos que brindan servicios de alojamientos para mayor expectativa del turismo comunitario	15.000	15.000	15.000	15.000	15.000	15.000	90.000	Ministerio de Turismo y Concejo Provincial de Galápagos	Anualmente
MEJORAMIENTO DE HERRAMIENTAS Y EQUIPOS									
Compra de equipos para oferta de servicios turísticos(botes de kayak equipo de parapente tablas de surf etc.		6.000		6.000		6.000	18.000	Operadores Turísticos Comunitarios	Semestral
Compra de equipos tecnológicos(computadoras, impresoras) para dotar a cada una de los operadores turísticos	7.000		7.000		7.000		21.000	Operadores Turísticos Comunitarios	Semestral
MEJORAMIENTO DE ESTRATEGIAS DE PROMOCION Y PUBLICIDAD									
Mantenimiento de campañas publicitarias (revistas y material POP)	40.000	40.000	40.000	40.000	40.000	40.000	240.000	Ministerio de Turismo, Concejo Provincial de Galápagos y Operadores Turísticos Comunitarios	Semestral
Creación de la página Web y aplicaciones (App) información sobre el desarrollo de turismo comunitario en las Islas Galápagos	3.000						3.000	Operadores Turísticos Comunitarios	Primer semestre 2019
Ferias comunales en las Islas Galápagos	1.500	1.500	1.500	1.500	1.500	1.500	12.000	Operadores Turísticos Comunitarios	Semestralmente

CONCLUSIONES

Una vez terminada el análisis de las Matrices de Diagnóstico y las Variables para el desarrollo de la Reestructuración del Sector Hotelero a través del Turismo Comunitario se puede establecer los conceptos fundamentales, determinar la situación actual del Sector Hotelero y formular el Plan Estratégico que ayude a este proceso, como una alternativa nueva en las Islas Galápagos, las conclusiones que se pueden observar son las siguientes:

- En base a este estudio se establece que los procesos de Turismo Comunitario en Ecuador se han desarrollado en los últimos 10 años con mayor fuerza, las Islas Galápagos como destino turístico presenta una gran oportunidad para este desarrollo y dependerá del esfuerzo que realicen todos los involucrados en el sector para obtener los resultados que se esperan.
- Se determina que el turismo con participación local dentro de las Islas Galápagos son una alternativa de economía sostenible que puede brindar beneficios para todos los actores involucrados en esta actividad, para esto deben de trabajar en forma coordinada las autoridades Provinciales, Nacionales, Empresarios Privados, Emprendedores de la Localidad y todos los actores inmersos en el Sector Turístico de Galápagos.
- Actualmente el modelo sostenido de turismo tradicional genera beneficios económicos, sociales, que no son distribuidos en forma equitativa en la sociedad de las Islas Galápagos, este recurso queda en manos de entidades que no hacen un reparto justo.
- Es concluyente que la Provincia de Galápagos tiene un alto déficit de servicios básicos, lo cual genera preocupación social e incide directamente en el nivel de vida que requieren sus pobladores e influye indirectamente en los servicios básicos que requieren los turistas que visitan las Islas.

- El medio ambiente y la biodiversidad ha sido afectado directamente por el flujo migratorio indiscriminado y sin control que se viene realizando en las Islas Galápagos.
- El capital humano que está al frente de los entes reguladores, muchas veces son seleccionados por cuestiones de orden político más que por capacidad, además de existir un distanciamiento entre el Consejo Provincial de Galápagos y el Parque Nacional Galápagos que son los llamados a regular los controles requeridos.
- En las Islas la mayoría de estos emprendimientos de Turismo Comunitario se han generado en forma empírica por iniciativa de sus pobladores, los últimos años el estado ha complementado estos emprendimientos con créditos, capacitación, infraestructura, tratando de darle base sólida a la idea de la nueva Matriz Productiva, donde se ve al Sector Turístico como una oportunidad para las comunidades involucradas.

RECOMENDACIONES

Una vez establecidas las conclusiones al término de este proyecto, se hace indispensable enumerar algunas recomendaciones que deben darse para alcanzar los objetivos planteados.

- Es necesario que los fundamentos y conceptos sobre Turismo Comunitario sean difundidos en forma clara y objetiva entre todos los actores del Sector Turístico del Ecuador y especialmente en las Islas Galápagos (Ministerio de Turismo, Cámaras de Turismo, Concejo Provincial de Galápagos, Parque Nacional Galápagos, Agencias de Viajes Nacionales y Extranjera, Operadores Turísticos Comunitarios, Habitantes de las Poblaciones de las Islas Galápagos)
- Se recomienda que las empresas de Turismo Comunitario en las Islas Galápagos se establezcan con personería jurídica y que sea dirigida por pobladores de la comunidad en forma asociada, las mismas deberán velar por el beneficio y desarrollo individual y colectivo de sus asociados.
- Es importante recomendar la identificación de los productos y servicios que se van a ofertar en el Sector del Turismo Comunitario, priorizando el cuidado a la biodiversidad y medio ambiente, además de interrelacionar las vivencias, tradiciones y costumbres de los habitantes de las Islas Galápagos a través de la interacción con los turistas visitantes.
- El control migratorio que se realiza en las Islas deberá de tener regulaciones claras y deberá de estar a cargo en forma definida por una sola entidad, la cual será responsable del control ambiental y de la contaminación que existe en Galápagos, de no darse esto se puede generar pérdida de competitividad frente a otros Destinos Turísticos.
- La capacitación es básica, a los pobladores que se dediquen a esta actividad, por lo cual se deberá generar planes de mejoramiento y formación continua a los prestadores de servicios, los cuales deberán ser evaluados y calificados periódicamente como objetivo de establecer altos estándares de calidad en el servicio al cliente, además se debe de trabajar con los estudiantes de la Provincia de

Galápagos concientizándolos en educación ambiental, incluyendo esta materia dentro de la malla curricular de educación básica para los colegios de toda la Provincia.

- Se recomienda que los Ministerios de Turismo y Obras Públicas terminen la ejecución de varios proyectos inconclusos para el mejoramiento de los servicios básicos de la Provincia, esto ayudara a levantar la autoestima de los pobladores y la oferta de servicios en el Sector Turístico.
- El Consejo Provincial de Galápagos deberá de facilitar los procedimientos a los nuevos emprendedores que quieran incursionar en esta actividad, lo importante será desburocratizar muchas barreras que tienen que vencer estos emprendimientos, más bien deberán de apoyar a las comunidades otorgándoles líneas de créditos, capacitación, infraestructura, servicios básicos, tecnología, para que los objetivos de que el turismo comunitario sea una fuente económica sostenible para la sociedad de las Islas Galápagos.

Bibliografía

- Ballesteros, E. R. (2007). *Turismo comunitario en Ecuador*. Editorial Abya Yala.
- Ecuador, P. N. (s.f.). *www.galapagos.gob.ec* .
- elecgalapagos.com.ec. (2017). *Ministerio de Electricidad y Energia Renovable* .
- Galápagos, D. d. (2017). *www.galapagos.gob.ec*.
- Monge, J. G. (2016). *El desarrollo turístico sostenible*.
- Turismo, M. d. (2013). *Catastro de Establecimientos Turísticos*.
- (Moscardo, 2., & Yüksel et al., 2. (s.f.).
- (Moscardo, 2., Kim et al., 2., & Tosun, 2. (s.f.). *Turismo Ecuador*.
- (Tosun, 2., & Aas et al., 2. (s.f.). 2008.
- Aguayo Moral, J. M. (2012). *"Un modelo para la segmentación de la información contable* .
- Boullón, R. (1998). *Marketing turístico. Una perspectiva desde la planificación*. . Buenos Aires.: Librerías Turísticas, .
- Brundtland. (1987). *turismo* .
- Burkart y Medlik. (2010). *Definicion de Turismo* .
- Burkart, A. J. (2015). *Tourism: past, present and future. Tourism: past, present and future.*, . Tourism: past, present and future (Ed. 2).
- Canals, L. M. (2010). *curso-departamento-pisos-hotel-calidad*.
- Carvajal. (2008). *Plan de Desarrollo* .
- Cebrián. (2010). *Plan de Desarrollo*.

- Colomina, C. M. (1993). *“La Contabilidad de Gestión en las empresas de servicios”*. España.
- Covarrubias. (2012). *Recursos Naturales*.
- Denman. (2001). *Ecoturismo Comunitario*.
- Diamantis. (1999). *Turismo Ecuador*.
- Ecuador, M. d. (2011). *Plandetur*.
- Gonzáles. (2010). *Producto Turístico*.
- Higham. (2007).
- Honey. (2008:101). *turismo en Galapagos*.
- Krapf, H. y. (2015). *PERSPECTIVA DEL TURISMO*.
- Krapf, W. H. (2015). *EL TURISMO* .
- lorenz. (2012). *Impactos Socio economicos* .
- Mathieson, A. &. (2016). *Tourism, economic, physical and social impacts*. Longman.
- Mora, E. A. (23 de julio 2015). *Nueva historia del Ecuador*:. Documentos de la historia del Ecuador. Corporación Editora Nacional.
- Muñoz Barriga, A. (2015). *La contradicción del turismo en la conservación y el desarrollo en Galápagos-Ecuador*. . Estudios y perspectivas en turismo, 24(2), 399-413.
- Musa Alhasan, S. y. (2013). *Instituto de Estudios Turísticos D.G. de Política Turística*,.
- Núñez. (2009). *Empresas Comunitarias*.
- OMT. (2010). *Importancia del Turismo*.
- OMT. (2014). *Turismo Comunitario* .
- Orams. (1995). *Ecuador* .

- Orgaz Agüera, F. (2013). *El turismo comunitario como herramienta para el desarrollo sostenible de destinos subdesarrollados*.
- PLANDETUR. (2020). *Plan de Turismo Ecuador*.
- Poudel, N. &. (2011). *Turismo Ecuatoriano*.
- Ramírez, F. A. (2010). *Sector Hotelero*.
- Ricaurte. (2007). *Atractivo Turístico*.
- Ricaurte Quijano, C. V. (2009). *Manual para el diagnóstico turístico local*.
- Ritchie, G. y. (2011). *Recursos Naturales del Turismo*.
- Ruiz, E. H. (2008). *Turismo comunitario en Ecuador. Comprendiendo el community-based tourism desde la comunidad*. Pasos. Revista de turismo y patrimonio cultural, 6(3).
- Savia. (2012). *Turismo Rural*.
- Smith. (2004). *Oferta Turística*.
- Wall, M. y. (2012). *Necesidades del Turista*.
- Walter Hunziker, K. K. (2014). *Escuela Universitaria de Murcia*. España.
- wikipedia. (2018). *Clasificación de Hoteles*.
- Wikipedia, L. e. (2018, 18 de mayo). *turismo comunitario*.
- Wood, E. (2007). *turismo comunitario*.

ANEXOS

Encuesta realizada a los Turistas

1. ¿Género de turistas encuestados?

Hombres	Mujeres
---------	---------

2. ¿Promedio de edad de los turistas?

20 - 30 años	
31 - 40 años	
41 - 50 años	
51 - 60 años	
61 - 70 años	

3. ¿Procedencia de los turistas encuestados?

Extranjeros	
Nacionales	

4. ¿Origen de los turistas encuestados?

Nacionales	
América del Sur	
América del Norte	
Europa	
Asia	

5. ¿Nivel de gastos de los turistas?

\$500 – 1000 dólares	
\$1001 – 2000	
\$2001 – 3000	
\$3001 – 4000	
\$4001 – 5000	
Más de \$5000 dólares	

6. ¿Qué atractivos turísticos son los que más le interesa en Galápagos?

Ecoturismo (Flora y Fauna)	
Turismo Aventura (Senderismo Buceo)	
Turismo Gastronómico	
Turismo de Descanso	
Turismo Vida Nocturna	

7. ¿Con que frecuencia usted toma vacaciones?

1 vez al año	
2 – 3 veces al año	
4 – 5 veces al año	
Más de 6 veces	

8. ¿Le gustaría vacacionar en las Islas Galápagos como su próximo destino turístico?

Si me gustaría	
No me gustaría	
No sabe si le gustaría	

9. ¿Conoce usted conceptos sobre hospedaje de turismo comunitario?

Conoce	
Desconoce	

10. ¿Le interesaría escoger las Islas Galápagos como destino turístico y hospedarse en hoteles que realizan turismo comunitario donde le brindarían atención personalizada, buena alimentación, habitaciones confortables a precios justos y cómodos?

Le interesa	
No le interesa	
No sabe si le interesa	

Encuesta realizada a los Operadores De Turismo

1. ¿Conocen los operadores de turismo el concepto de lo que es hospedaje de turismo comunitario?

Conocen	
No conocen	
No están seguros	

2. ¿Conoce usted si el proceso de turismo comunitario ha sido impulsado por las entidades estatales en Ecuador?

Si	
No	
No están seguros	

3. ¿Conocen ustedes si dentro de las comunidades se realizan entrenamiento o capacitación brindados por parte del Estado Ecuatoriano a este segmento de turismo que ya está operando o que quiere incursionar en el mismo?

Conocen	
Desconocen	
No saben	

4. ¿Cómo percibe ustedes los servicios brindados por el turismo clásico en las Islas Galápagos?

Excelente	
Muy Buena	
Buena	
Regular	
Mala	

5. ¿Cuál de las variables consideran los operadores de turismo comunitario que debe ser lo más importante para que los turistas converjan en esos destinos?

Servicios Básicos	
Precio	
Seguridad	
Atención Personalizada	

6. ¿Cuáles son los grupos de turistas que mejor receptan el concepto que brindan los operadores de turismo comunitario?

Familias	
Grupo de Trabajo	
Grupo de Amigos	
Parejas	
Personas Solas	

7. ¿Cuál es el promedio de tiempo que pernoctan los turistas en los lugares donde se realizan turismo comunitario?

1 – 3 días	
1 – 7 días	
Hasta 15 días	
Hasta 1 mes	

Atractivos Turísticos de Galápagos

Isla Rábida



Isla Sombrero Chino



Isla Isabela



Isla Santa Cruz



Isla San Cristóbal



Isla Bartolomé



Gastronomía de Galápagos



Artesanías





UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

REPORTE DE HORAS EN EL SISTEMA DE UCSG

#	Fecha	Tipo	Hora Inicio	Hora Fin	Duración (Horas)	Estado	Actividad
1	17/02/2019		18:00	18:45	0,75		ELABORACIÓN DE PROYECTO DEL ANÁLISIS PROSPECTIVO
2	18/02/2019		18:00	18:45	0,75		ELABORACIÓN DE PROYECTO DEL ANÁLISIS PROSPECTIVO - JUSTIFICACIÓN DE RESULTADOS
3	19/02/2019		18:00	18:45	0,75		ELABORACIÓN DE PROYECTO DEL ANÁLISIS PROSPECTIVO
4	20/02/2019	PRESENCIAL	18:00	18:45	0,75	✓	REVISIÓN DE PROYECTO
5	20/02/2019		18:00	18:45	0,75		ELABORACIÓN DE PLANIFICACIÓN DE TERCER SEMESTRE
6	20/02/2019		18:00	18:45	0,75		ELABORACIÓN DE PLANIFICACIÓN DE TERCER SEMESTRE
7	20/02/2019		18:00	18:45	0,75		REVISIÓN DE TERCER SEMESTRE
8	20/02/2019		18:00	18:45	0,75		REVISIÓN DE TERCER SEMESTRE
9	20/02/2019	PRESENCIAL	18:00	18:45	0,75	✓	REVISIÓN DE PROYECTO
10	20/02/2019		18:00	18:45	0,75		ELABORACIÓN DE PROYECTO DEL ANÁLISIS DE CONTEXTO PARA DESARROLLAR LA TERCERA SEMESTRE DEL TERCER SEMESTRE

#	Fecha	Tipo	Hora Inicio	Hora Fin	Duración (Horas)	Estado	Actividad
11	20/02/2019		18:00	18:45	0,75		REVISIÓN DE PROYECTO
12	20/02/2019		18:00	18:45	0,75		REVISIÓN DE LA PLANIFICACIÓN DE TERCER SEMESTRE
13	20/02/2019		18:00	18:45	0,75		ESTRUCTURACIÓN DE LA PARTE INTRODUCTORIA DEL TERCER SEMESTRE
14	20/02/2019		18:00	18:45	0,75		ESTRUCTURACIÓN DE LA PARTE INTRODUCTORIA DEL TERCER SEMESTRE
15	20/02/2019		18:00	18:45	0,75		ALFOMBRAMIENTO DE LA SITUACIÓN PROSPECTIVA
16	20/02/2019		18:00	18:45	0,75		ANÁLISIS DE PROSPECTIVA DE CAPITAL Y DE LA TERCERA SEMESTRE
17	20/02/2019		18:00	18:45	0,75		ANÁLISIS DE PROSPECTIVA DE CAPITAL Y DE LA TERCERA SEMESTRE
18	20/02/2019		18:00	18:45	0,75		ANÁLISIS DE PROSPECTIVA DE CAPITAL Y DE LA TERCERA SEMESTRE
19	20/02/2019		18:00	18:45	0,75		ANÁLISIS DE PROSPECTIVA DE CAPITAL Y DE LA TERCERA SEMESTRE
20	20/02/2019		18:00	18:45	0,75		ANÁLISIS DE CAPITAL Y DE LA TERCERA SEMESTRE

UCSG

Académica

#	Fecha	Tipo	Hora Inicio	Hora Fin	Duración (Horas)	Estado	Actividad
21	10/11/2019	SEPTUAL	08:00	12:00	4	A	REUNIÓN DEL TÍTULO
22	10/11/2019		14:00	17:00	3		AVANCE CAPTULO 1
23	14/11/2019		14:00	17:00	3		AVANCE CAPTULO 1
24	14/11/2019	SEPTUAL	14:00	17:00	3	A	REUNIÓN DE ANTECEDENTES, PROBLEMAS Y JUSTIFICACIÓN
25	14/11/2019		17:00	19:00	2		REUNIÓN DEL COMITÉ DEPARTAMENTO POST-GRADO, LA UNO (MÁS AVANCE DE LA TESIS)
26	20/11/2019	SEPTUAL	08:00	12:00	4	A	REUNIÓN AVANCE TÉCNICO
27	20/11/2019		14:00	17:00	3		REUNIÓN DEL TÍTULO DEL POSTGRADO PARA LA PRESENTACIÓN DE LA INFORMACIÓN CORRIENTE Y AVANCE AVANCE DE LA TESIS
28	20/11/2019		17:00	19:00	2		REUNIÓN DEL TÍTULO DE POSTGRADO DEL ECUADOR, INICIACIÓN DE LA VIGILANCIA DEL COMITÉ DE CALIDAD EDUCATIVA NACIONAL, TAREA AVANCE DE LA TESIS
29	24/11/2019		14:00	17:00	3		COMISIÓN DE LA ORGANIZACIÓN DEL AVANCE DE LA TESIS
30	24/11/2019		14:00	17:00	3		REUNIÓN DE TÍTULO DEL POSTGRADO PARA AVANCE DE LA TESIS

UCSG

Académica

#	Fecha	Tipo	Hora Inicio	Hora Fin	Duración (Horas)	Estado	Actividad
31	01/12/2019	SEPTUAL	08:00	12:00	4	A	REUNIÓN AVANCE TÉCNICO
32	04/12/2019		17:00	19:00	2		AVANCE DE LA TESIS CAP 1
33	04/12/2019	SEPTUAL	14:00	17:00	3	A	REUNIÓN AVANCE TÉCNICO
34	04/12/2019		17:00	19:00	2		AVANCE DE LA TESIS CAP 1
35	04/12/2019		17:00	19:00	2		AVANCE DE LA TESIS CAP 2
36	08/12/2019		14:00	17:00	3		AVANCE CAPTULO 2
37	08/12/2019		14:00	17:00	3		REUNIÓN DE TÍTULO DEL POSTGRADO
38	08/12/2019	SEPTUAL	17:00	19:00	2	A	REUNIÓN AVANCE TÉCNICO
39	08/12/2019		14:00	17:00	3		AVANCE CAPTULO 2
40	08/12/2019	PROVISIONAL	17:00	19:00	2	A	REUNIÓN DEL COMITÉ DEPARTAMENTO

UCSG

Académica

#	Fecha	Tipo	Hora Inicio	Hora Fin	Duración (Horas)	Estado	Actividad
41	04/01/2020		14:00	17:00	3		REUNIÓN DE TÍTULO DEL POSTGRADO
42	07/01/2020		14:00	17:00	3		AVANCE CAPTULO 1
43	07/01/2020		14:00	17:00	3		AVANCE CAPTULO 2
44	13/01/2020		14:00	17:00	3		AVANCE CAPTULO 1
45	13/01/2020	PROVISIONAL	14:00	17:00	3	A	REUNIÓN DE INTRODUCCIÓN
46	13/01/2020		14:00	17:00	3		AVANCE CAPTULO 1
47	13/01/2020	SEPTUAL	14:00	17:00	3	A	REUNIÓN DEL COMITÉ DEPARTAMENTO, PROBLEMAS Y JUSTIFICACIÓN
48	14/01/2020		14:00	17:00	3		AVANCE CAPTULO 1
49	14/01/2020		14:00	17:00	3		AVANCE CAPTULO 1
50	14/01/2020		14:00	17:00	3		AVANCE CAPTULO 1

UCSG

Académico

#	Fecha	Tipo	Hora inicio	Hora fin	Horario (horas)	Estado	Actividad
32	10/12/2019		16:00	16:30	0		JURADO CAPTULO 2
33	10/12/2019		16:30	17:00	0		MONEDA DE TRABAJO DEL SIGUELO - TUTORIA
34	10/12/2019	PRESENCIA	17:00	18:00	1		MONEDA DE LAS GALAPAGOS
35	10/12/2019		16:30	17:00	0		JURADO CAPTULO 2
36	10/12/2019	PRESENCIA	17:00	18:00	1		MONEDA TRABAJANDO
37	20/12/2019		16:30	17:00	0		MONEDA DE TRABAJO DEL SIGUELO - TUTORIA
38	20/12/2019		16:30	17:00	0		JURADO CAPTULO 2
39	20/12/2019		16:30	17:00	0		JURADO CAPTULO 2
40	20/12/2019		16:30	17:00	0		MONEDA DE LA UPMO
41	20/12/2019		16:30	17:00	0		MONEDA DE LA RECONSTRUCCION DE TRAFICANTE

UCSG

Académico

#	Fecha	Tipo	Hora inicio	Hora fin	Horario (horas)	Estado	Actividad
42	20/12/2019		16:30	17:00	0		MONEDA DE LA ORGANIZACION DE TRAFICANTE - ADMINISTRATIVO
43	20/12/2019		16:30	17:00	0		MONEDA DE LA RECONSTRUCCION DEL PASEJO SANTIAGO GALAPAGOS
44	20/12/2019		16:30	17:00	0		MONEDA DE LA RECONSTRUCCION DEL PASEJO SANTIAGO GALAPAGOS
45	20/12/2019		16:30	17:00	0		JURADO CAPTULO 2
46	20/12/2019		16:30	17:00	0		MONEDA DE TRABAJO DEL SIGUELO - TUTORIA
47	20/12/2019		17:00	18:00	0		JURADO CAPTULO 2
48	20/12/2019		16:30	17:00	0		JURADO CAPTULO 2
49	20/12/2019		16:30	17:00	0		JURADO CAPTULO 2
50	20/12/2019		16:30	17:00	0		CONFERENCIA DE LA TESIS - CLASIFICACION DE LA ORGANIZACION DE TRAFICANTE PARA APROFUNDIR
51	20/12/2019		16:30	17:00	0		CONFERENCIA DE LA TESIS - CLASIFICACION DE LA ORGANIZACION DE TRAFICANTE PARA APROFUNDIR

UCSG

Académico

Titulación - Consultar

PROPUESTA DE UN PLAN ESTRATEGICO PARA REESTRUCTURAR EL SECTOR HOTELERO A TRAVES DEL TURISMO COMUNITARIO EN LAS ISLAS GALAPAGOS

#	Fecha	Tipo	Hora inicio	Hora fin	Horario (horas)	Estado	Actividad
52	10/12/2019		09:00	10:00	1		CONFERENCIA DE LA TESIS - CLASIFICACION DE LA ORGANIZACION DE TRAFICANTE PARA APROFUNDIR



Presidencia
de la República
del Ecuador



Plan Nacional
de Ciencia, Tecnología,
Innovación y Saberes



SENESCYT
Secretaría Nacional de Educación Superior,
Ciencia, Tecnología e Innovación

DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN

Yo, **BETY DEL ROCÍO CRUZ RIVAS**, con **C.C: # 2000035689** autor/a del trabajo de titulación: **“Propuesta de un Plan Estratégico para Reestructurar el Sector Hotelero a través del Turismo Comunitario en las Islas Galápagos”**, previo a la obtención del título de **Ingeniera Comercial** en la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.

1.- Declaro tener pleno conocimiento de la obligación que tienen las instituciones de educación superior, de conformidad con el Artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior, de entregar a la SENESCYT en formato digital una copia del referido trabajo de titulación para que sea integrado al Sistema Nacional de Información de la Educación Superior del Ecuador para su difusión pública respetando los derechos de autor.

2.- Autorizo a la SENESCYT a tener una copia del referido trabajo de titulación, con el propósito de generar un repositorio que democratice la información, respetando las políticas de propiedad intelectual vigentes.

Guayaquil, 15 de marzo del 2019

f. _____

Nombre: **Bety Del Rocío Cruz Rivas**

C.C: 2000035689

REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA

FICHA DE REGISTRO DE TESIS/TRABAJO DE TITULACIÓN

TEMA Y SUBTEMA:	Propuesta de un Plan Estratégico para Reestructurar el Sector Hotelero a través del Turismo Comunitario en las Islas Galápagos.		
AUTOR(ES)	Bety Del Rocío Cruz Rivas		
REVISOR(ES)/TUTOR(ES)	Ing. Yanina Bajaña Villagómez, Ph.D.		
INSTITUCIÓN:	Universidad Católica de Santiago de Guayaquil		
FACULTAD:	Facultad De Ciencias Económicas Y Administrativas		
CARRERA:	Carrera De Administración De Empresas		
TITULO OBTENIDO:	Ingeniera Comercial		
FECHA DE PUBLICACIÓN:	15 de marzo del 2019	No. DE PÁGINAS:	137
ÁREAS TEMÁTICAS:	Economía, Marketing, Hotelería, Ventas		
PALABRAS CLAVES/ KEYWORDS:	Turismo Comunitario, Economía Sostenible, Matriz Productiva Turística, Desarrollo Turístico, Capacitación Comunitaria, Divisas Turísticas, Operadores Turísticos, Mercado Potencial, Análisis del Sector.		

RESUMEN/ABSTRACT:

La presente tesis se elaboró con el objetivo de desarrollar una “Propuesta de un Plan Estratégico para Reestructurar el Sector Hotelero a través del Turismo Comunitario en las Islas Galápagos”. Este proyecto de tesis contempla varias aristas dentro de un Plan Estratégico de Marketing cuya finalidad es de establecer un objetivo general y varios específicos, con los cuales trata de aperturar nuevos segmentos de mercados de turistas, permitiendo tener mejores posibilidades de ingresos para las comunidades que viven del turismo en las Islas. Dentro del proyecto se estableció un Marco Teórico Referencial sobre conceptos de Turismo Comunitario, Economía Sostenible, Matriz Productiva Turística, Desarrollo Turístico, además de establecer Marco Metodológico de Carácter Analítico y Deductivo utilizando técnicas como la entrevista y encuestas con muestras aleatorias a operadores turísticos, turistas potenciales, y personas de la comunidad.

Una vez establecida y recopilada la información, se procedió a realizar algunas Matrices para procurar tener diagnósticos claros y objetivos como Matriz de Factores Internos, Matriz de Factores Externos, Matriz FODA, Matriz PEST, lo cual tiene como objetivo establecer variables concretas sobre el entorno que se mueve el Sector Turístico Comunitario de Galápagos, para luego plantear en el Plan Estratégico de Mercadeo las variables de Precio, Producto, Logística, Comunicación Publicitaria y a través de estas variables implementar la Misión y la Visión de la Propuesta, que concluya con recomendaciones viables en este proyecto de investigación.

Esto se puntualizó en las conclusiones y recomendaciones que se realizaron al final del proyecto, en las cuales se deja claramente observar que siguiendo el plan estructural se puede alcanzar los objetivos planteados.

ADJUNTO PDF:	<input checked="" type="checkbox"/> SI	<input type="checkbox"/> NO
CONTACTO CON AUTOR/ES:	Teléfono: +593-9-87171431	E-mail: betydelrocio@hotmail.com
CONTACTO CON LA INSTITUCIÓN (COORDINADOR DEL PROCESO UTE)::	Nombre: Traverso Holguín, Paola Alexandra	
	Teléfono: +593-0999406190	
	E-mail: ptraverso2008@hotmail.com	

SECCIÓN PARA USO DE BIBLIOTECA

Nº. DE REGISTRO (en base a datos):	
Nº. DE CLASIFICACIÓN:	
DIRECCIÓN URL (tesis en la web):	