



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO**

**FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS Y DE LA**

**EDUCACIÓN**

**CARRERA DE TURISMO Y HOTELERÍA**

**MODALIDAD PRESENCIAL**

Proyecto de Investigación, previo la obtención del Título de Licenciado en Turismo y  
Hotelería.

**TEMA:**

---

**TURISMO DE SOL Y PLAYA COMO ALTERNATIVA PARA EL  
POSICIONAMIENTO DE LA ISLA SAN CRISTÓBAL, PROVINCIA DE  
GALÁPAGOS**

---

**AUTOR:** Jorge Esteban Criollo Guerrero

**TUTOR:** Ing. Mg Diego Melo Fiallos

**AMBATO – ECUADOR**

**2017**

## APROBACIÓN DEL TUTOR DEL TRABAJO DE GRADUACIÓN O TITULACIÓN

### CERTIFICA

Yo, Mg. Ing. Mg Diego Melo Fiallos con cédula de identidad 1803017365 en mi calidad de tutor del trabajo de graduación o titulación sobre el tema: **“TURISMO DE SOL Y PLAYA COMO ALTERNATIVA PARA EL POSICIONAMIENTO DE LA ISLA SAN CRISTÓBAL, PROVINCIA DE GALÁPAGOS”**. Desarrollado por el egresado Jorge Esteban Criollo Guerrero, considero que dicho informe investigado, reúne los requisitos técnicos, científicos y reglamentarios, por lo que autorizo la presentación del mismo ante el organismo pertinente, para que sea sometido a evaluación por parte de la Comisión Calificadora designada por el H. Consejo Directivo.



TUTOR

Ing. Mg. Diego Melo Fiallos

## **TRABAJO DE GRADUACIÓN O TITULACIÓN AUTORÍA DE LA INVESTIGACIÓN**

Dejo constancia de que el presente informe es el resultado de la investigación del autor, quién basado en la experiencia profesional, en los estudios realizados durante la carrera, revisión bibliográfica y de campo, ha llegado a las conclusiones y recomendaciones descritas en la investigación. Las ideas, opiniones y comentarios vertidos en este informe, son de exclusiva responsabilidad de su autor.



-----  
**Criollo Guerrero Jorge Esteban**

**CI: 2000063707**

**AUTOR**

## **CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR**

Cedo los derechos en línea patrimoniales del presente trabajo final de grado o titulación sobre el tema: “**TURISMO DE SOL Y PLAYA COMO ALTERNATIVA PARA EL POSICIONAMIENTO DE LA ISLA SAN CRISTÓBAL, PROVINCIA DE GALÁPAGOS**”, autorizo su reproducción total o parte de ella, siempre que esté dentro de las regulaciones de la Universidad Técnica de Ambato, respetando mis derechos de autor y no se utilice con fines de lucro.



.....  
**Criollo Guerrero Jorge Esteban**

**CI: 2000063707**

**AUTOR**

**AL CONSEJO DIRECTIVO DE LA FACULTAD DE CIENCIA HUMANAS Y  
DE LA EDUCACIÓN**

La comisión de estudio y calificación del informe del Trabajo de Graduación o Titulación sobre el tema: **“TURISMO DE SOL Y PLAYA COMO ALTERNATIVA PARA EL POSICIONAMIENTO DE LA ISLA SAN CRISTÓBAL, PROVINCIA DE GALÁPAGOS”**, presentada por el Sr. Jorge Esteban Criollo Guerrero, egresado de la Carrera de Turismo y Hotelería promoción Octubre 2016 Marzo 2017, una vez revisada y calificada la investigación, se APRUEBA, en razón de que cumple con los principios básicos y técnicos y científicos de investigación y reglamentarios.

Por lo tanto se autoriza la presentación ante los organismos pertinentes.

**LA COMISIÓN**



Ing. Mg. María Fernanda Viteri  
**MIEMBRO DEL TRIBUNAL**



Dra. Mg. Yolanda Pérez Jerez  
**MIEMBRO DEL TRIBUNAL**

## **DEDICATORIA**

Dedico mi trabajo y todos mis logros alcanzados a mis queridos padres y hermana, quienes han sido mi sustento durante todo este camino recorrido, además siendo mi guía y más puro ejemplo de superación y constancia, apoyándome incondicional en todo momento.

## **AGRADECIMIENTO**

Mi especial y fraterno agradecimiento a la Universidad Técnica de Ambato, Facultad de Ciencias Humanas y de la Educación, por brindarme la oportunidad de superación y desarrollo profesional.

Además, agradezco a todos mis docentes que impartiendo sus conocimientos han aportado en mi formación profesional, así como también en la consecución de mi meta.

De igual manera al GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO MUNICIPAL DE SAN CRISTOBAL de la provincia de Galápagos, a todo el personal tanto administrativo como de operaciones, especialmente a la Abg., Pedro Zapata R., por facilitarme toda la información necesaria para el desarrollo de mi trabajo de investigación.

## ÍNDICE GENERAL

APROBACIÓN DEL TUTOR DEL TRABAJO DE GRADUACIÓN O TIRULACIÓN .....	ii
TRABAJO DE GRADUACIÓN O TITULACIÓN AUTORÍA DE LA INVESTIGACIÓN .....	iii
AI CONSEJO DIRECTIVO DE LA FACULTAD DE CIENCIA HUMANAS Y DE LA EDUCACIÓN .....	v
DEDICATORIA .....	vi
AGRADECIMIENTO .....	vii
ÍNDICE GENERAL .....	viii
ÍNDICE DE TABLAS .....	xii
ÍNDICE DE GRÁFICOS .....	xiii
RESUMEN .....	xv
CAPÍTULO I .....	1
1.1 Tema de Investigación .....	1
1.2 Planteamiento del Problema.....	1
1.2.1. Contextualización .....	1
1.2.2. Análisis Crítico .....	3
1.2.3. Prognosis .....	4
1.2.4. Formulación del Problema.....	5
1.2.5. Preguntas Directrices.....	5
1.2.6. Delimitación .....	5
Delimitación del contenido.....	5
Delimitación espacial .....	5
Delimitación temporal .....	6
1.3 Justificación.....	6
1.4    Objetivos .....	7



1.4.1. Objetivo general .....	7
1.4.2. Objetivo Específico .....	7
CAPÍTULO II .....	8
2.1 Antecedentes de Investigación .....	8
2.2 Fundamentación filosófica .....	10
2.3 Fundamentación Legal .....	10
2.4 Categorías fundamentales .....	13
2.5 Fundamentación teórica de variables .....	16
2.5.1. Fundamentación teórica de la variable independiente.....	16
2.5.2. Fundamentación teórica de la variable dependiente.....	27
2.6 Hipótesis.....	34
2.7 Señalamientos de variables .....	34
CAPÍTULO III.....	35
3.1 Enfoque .....	36
3.2 Modalidad básica de la investigación.....	36
3.3 Nivel de investigación.....	37
3.4 Población y muestra .....	38
3.4.1. Población .....	38
3.4.2. Muestra .....	38
3.5 Operalización de las variables.....	39
3.6 Recolección de Información.....	41
3.7 Plan de procesamiento de información .....	41
CAPÍTULO IV.....	42
4.1 Análisis e interpretación de resultados.....	42
4.1.1. Objetivo 1: Situación actual del turismo en la Isla San Cristóbal .....	<b>¡Error!</b>
<b>Marcador no definido.</b>	
4.1.2. Objetivo 2: Identificar los tipos de turismo y las condiciones del servicio ofertados en la Isla San Cristóbal. ....	68

4.2 Verificación de hipótesis.....	86
4.2.1. Planteamiento de la hipótesis .....	86
4.2.2. Selección del nivel de significación .....	86
4.2.3. Descripción de la población .....	86
4.2.4. Especificación de las regiones de aceptación y rechazo.....	86
4.2.5. Recolección de datos y cálculo de los estadísticos.....	87
4.2.6. Cálculo del Chi cuadrado .....	88
4.2.7. Decisión.....	88
CAPÍTULO V.....	89
5.1 Conclusiones .....	89
5.2 Recomendaciones.....	90
CAPÍTULO VI.....	91
6.1 Título .....	91
6.2 Datos Informativos.....	91
6.3 Antecedentes de la propuesta .....	92
6.4 Análisis de Factibilidad .....	93
6.4.1 Factibilidad Operativa .....	93
6.6 Desarrollo operativo de la propuesta.....	95
INTRODUCCIÓN.....	95
METODOLOGIA.....	96
6.8 RUTA TURISTICA.....	96
Definición de la Ruta.....	96
Características de las Rutas Turísticas.....	96
Finalidad de las Rutas Turísticas.....	104
Diseño de la ruta turística .....	105
FASE 1. Estructuración de la ruta .....	105
FASE 2 Determinación y selección de los servidores a incluir en la ruta turística.....	108

FASE 3 Determinación de los costos y gastos de operación.....	109
ANEXOS .....	110

## ÍNDICE DE TABLAS

TABLA 1: VISITACIÓN DE TURISTAS RECEPTIVOS POR MOTIVACIÓN DE MODALIDAD TURÍSTICA .....	2
TABLA 2: LÍNEAS DE PRODUCTOS Y VARIEDADES DE PRODUCTOS ESPECÍFICOS DE ECUADOR .¡ERROR! MARCADOR NO DEFINIDO.	
TABLA 3: OPERALIZACIÓN DE LA VARIABLE INDEPENDIENTE .....	39
TABLA 4: OPERALIZACIÓN DE LA VARIABLE DEPENDIENTE .....	40
TABLA 5: RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN .....	41
TABLA 6: ATRACTIVOS TURÍSTICO DE LA ISLA SAN CRISTÓBAL .....	42
TABLA 7: ALOJAMIENTO - ESTABLECIMIENTOS TURÍSTICOS .....	47
TABLA 8: ESTABLECIMIENTOS DE ALOJAMIENTO POR UBICACIÓN .....	48
TABLA 9: HABITACIONES POR UBICACIÓN GEOGRÁFICA .....	49
TABLA 10: ALIMENTACIÓN Y BEBIDAS - PLAZAS POR UBICACIÓN GEOGRÁFICA .....	50
TABLA 11: ESTABLECIMIENTOS DE ALIMENTOS Y BEBIDAS .....	51
TABLA 12: AGENCIA DE VIAJE .....	52
TABLA 13: AGENCIA DE VIAJE SAN CRISTÓBAL .....	53
TABLA 14: TRANSPORTE PÚBLICO .....	54
TABLA 15: EMBARCACIONES SIN ALOJAMIENTO .....	55
TABLA 16: EMBARCACIONES SIN ALOJAMIENTO .....	56
TABLA 17: LEYES NACIONALES .....	65
TABLA 18: CONCENTRACIÓN DE EMPLEOS POR ISLA .....	67
TABLA 19: OFERTA DE TURISMO .....	73
TABLA 20: PREGUNTA 2 .....	74
TABLA 21: PREGUNTA 3 .....	75
TABLA 22: PREGUNTA 4 .....	76
TABLA 23: PREGUNTA 5 .....	77
TABLA 24: PREGUNTA 6 .....	78
TABLA 25: PREGUNTA 7 .....	79
TABLA 26: PREGUNTA 8 .....	80
TABLA 27: PREGUNTA 9 .....	81
TABLA 28: PREGUNTA 10 .....	82
TABLA 29: PREGUNTA 11 .....	83
TABLA 30: PREGUNTA 12 .....	84
TABLA 31: GRADOS DE LIBERTAD .....	86
TABLA 32: FRECUENCIAS OBSERVADAS .....	87
TABLA 33: FRECUENCIAS ESPERADAS .....	87
TABLA 34: CÁLCULO DEL CHI CUADRADO .....	88
TABLA 35: MODELO OPERATIVO DE PROPUESTA .....	94
TABLA 36: TRAYECTO DE LA RUTA EN VEHÍCULO Y BICICLETA .....	103
TABLA 37: ITINERARIO DE LA RUTA EN VEHÍCULO .....	103
TABLA 38: ITINERARIO DE LA RUTA EN BICICLETA .....	104

<b>TABLA 39: INVENTARIO ATRACTIVOS TURÍSTICOS</b> .....	105
<b>TABLA 40: FAUNA DE A ISA SAN CRISTÓBAL</b> .....	106
<b>TABLA 41: FLORA DE LA ISLA SAN CRISTÓBAL</b> .....	106
<b>TABLA 42: ATRACTIVOS QUE HACEN PARTE DE LA RUTA</b> .....	107
<b>TABLA 43: RUTA DE TRANSPORTE AÉREA</b> .....	108
<b>TABLA 44: DETERMINACIÓN DE COSTOS Y GASTOS</b> .....	109

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

<b>GRÁFICO 1: ÁRBOL DE PROBLEMAS</b> .....	3
<b>GRÁFICO 2: MAPA DE SAN CRISTÓBAL</b> .....	5
<b>GRÁFICO 3: GRÁFICO DE INCLUSIÓN CONCEPTUAL</b> .....	13
<b>GRÁFICO 4: SUPERORDINACIÓN CONCEPTUAL DE LA VARIABLE INDEPENDIENTE</b> .....	14
<b>GRÁFICO 5: SUPERORDINACIÓN CONCEPTUAL DE LA VARIABLE DEPENDIENTE</b> .....	15
<b>GRÁFICO 6: TIPO DE ATRACTIVO</b> .....	44
<b>GRÁFICO 7: TIPO DE ATRACTIVO MARINO</b> .....	44
<b>GRÁFICO 8: CATEGORÍA DEL SITIO DE VISITA</b> .....	45
<b>GRÁFICO 9: PLANTA TURÍSTICA</b> .....	¡ERROR! MARCADOR NO DEFINIDO.
<b>GRÁFICO 10: ALOJAMIENTO - TIPO DE ESTABLECIMIENTO</b> .....	47
<b>GRÁFICO 11: ALOJAMIENTO - ESTABLECIMIENTO POR UBICACIÓN GEOGRÁFICA</b> .....	48
<b>GRÁFICO 12: NÚMERO DE HABITANTES POR UBICACIÓN GEOGRÁFICA</b> .....	49
<b>GRÁFICO 13: ALIMENTACIÓN Y BEBIDAS - NÚMERO DE PLAZAS POR UBICACIÓN GEOGRÁFICA</b> .....	50
<b>GRÁFICO 14: ESTABLECIMIENTOS DE ALIMENTACIÓN Y BEBIDAS POR UBICACIÓN GEOGRÁFICA</b> .....	51
<b>GRÁFICO 15: AGENCIA DE VIAJE - NºS DE AGENCIAS POR UBICACIÓN GEOGRÁFICA</b> .....	52
<b>GRÁFICO 16: TIPO DE AGENCIA DE VIAJES SAN CRISTÓBAL</b> .....	54
<b>GRÁFICO 17: TRANSPORTE TURÍSTICO POR UBICACIÓN GEOGRÁFICA</b> .....	55
<b>GRÁFICO 18: EMBARCACIONES SIN ALOJAMIENTO POR UBICACIÓN GEOGRÁFICA</b> .....	56
<b>GRÁFICO 19: TIPO DE EMBARCACIONES SIN ALOJAMIENTO</b> .....	57
<b>GRÁFICO 20: DISTRIBUCIÓN DE AGUA EN SAN CRISTÓBAL</b> .....	58
<b>GRÁFICO 21: SISTEMA DE DRENAJE AGUAS HERVIDAS – ALCANTARILLADO</b> .....	59
<b>GRÁFICO 22: MANEJO DE DESECHOS SÓLIDOS</b> .....	60
<b>GRÁFICO 23: ALUMBRADO ELÉCTRICO A NIVEL CANTONAL</b> .....	61
<b>GRÁFICO 24: DISPONIBILIDAD DE TELÉFONO CONVENCIONAL</b> .....	63
<b>GRÁFICO 25: TELEFONÍA MÓVIL</b> .....	63
<b>GRÁFICO 26: ACCESO A INTERNET</b> .....	64
<b>GRÁFICO 27: EMPLEOS POR ISLA</b> .....	67
<b>GRÁFICO 28: MODALIDAD DE VIAJE</b> .....	68
<b>GRÁFICO 29: AEROPUERTO DE PROCEDENCIA</b> .....	69
<b>GRÁFICO 30: AEROPUERTO DE INGRESO INSULAR</b> .....	69

<b>GRÁFICO 31: TIPOS DE TURISMO</b> .....	71
<b>GRÁFICO 32: COMPORTAMIENTO DE LA VISITA</b> .....	72
<b>GRÁFICO 33: TIPO DE ACTIVIDAD</b> .....	<b>¡ERROR! MARCADOR NO DEFINIDO.</b>
<b>GRÁFICO 34: PREGUNTA 1</b> .....	73
<b>GRÁFICO 35: PREGUNTA 2</b> .....	74
<b>GRÁFICO 36: PREGUNTA 3</b> .....	75
<b>GRÁFICO 37: PREGUNTA 4</b> .....	76
<b>GRÁFICO 38: PREGUNTA 5</b> .....	77
<b>GRÁFICO 39: PREGUNTA 6</b> .....	78
<b>GRÁFICO 40: PREGUNTA 7</b> .....	79
<b>GRÁFICO 41: PREGUNTA 8</b> .....	80
<b>GRÁFICO 42: PREGUNTA 9</b> .....	81
<b>GRÁFICO 43. PREGUNTA 10</b> .....	82
<b>GRÁFICO 44: PREGUNTA 11</b> .....	83
<b>GRÁFICO 45: PREGUNTA 12</b> .....	84
<b>GRÁFICO 46: REPRESENTACIÓN GRÁFICA DE ACEPTACIÓN Y RECHAZO (CAMPANA DE GAUSS)</b> .....	87
<b>GRÁFICO 47: MAPA DE LA RUTA TURÍSTICA</b> .....	102

**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS Y DE LA EDUCACIÓN**  
**CARRERA DE TURISMO Y HOTELERÍA**

**RESUMEN EJECUTIVO**

**TEMA:** “TURISMO DE SOL Y PLAYA COMO ALTERNATIVA PARA EL POSICIONAMIENTO DE LA ISLA SAN CRISTÓBAL, PROVINCIA DE GALÁPAGOS”

**AUTOR:** Criollo Jorge Esteban

**TUTOR:** Ing. Mg. Diego Melo Fiallos

**RESUMEN**

El presente trabajo de investigación busca nuevas estrategias de desarrollo turístico para la provincia de Galápagos de la Isla San Cristóbal, cuya elaboración surgió como necesidad de fortalecer la gestión turística cantonal, considerando la realidad comunitaria y la planificación municipal. El diagnóstico situacional plasma la vocación turística del cantón, que está considerada dentro del Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial como zona de turismo de sol y playa, pues las características de los sistemas físico, económico productivo, sociocultural y turístico lo determinan. Se analiza la incidencia del sistema turístico cantonal, y se validan las fichas de inventario turístico de la zona de incidencia, así como también de la planta turística respecto a la calidad de servicios. Se analizó la incidencia turística desde los criterios comercial, administrativo y operativo, aquí, se caracterizaron las condiciones del mercado, oferta y demanda; administrativamente se determinaron las condiciones organizativas del Cantón San Cristóbal, identificó las condiciones turísticas del cantón desde la óptica y criterios del sistema turístico.

La investigación concluye que la comunidad independientemente de su vocación e interés de hacer del turismo una actividad dinamizadora, no posee una organización adecuada que permita gestionar el turismo para beneficio comunitario. Respecto al sistema turístico cantonal, desde el Gobierno Autónomo Descentralizado de San Cristóbal, debe

fortalecerse para potenciar al cantón, finalmente la comunidad debe trabajar procesos internos y organizados para buscar articulación y apoyo intersectorial.

**Palabras Claves:** Estrategia de desarrollo, Gestión turística, Plan de Desarrollo, Turismo de Sol y Playa.

## **INTRODUCCIÓN**

La presente investigación se titula “TURISMO DE SOL Y PLAYA COMO ALTERNATIVA PARA EL POSICIONAMIENTO DE LA ISLA SAN CRISTÓBAL, PROVINCIA DE GALÁPAGOS”, la cual se realizará mediante investigación de campo y datos importantes se determinará su aporte del turismo de sol y playa para establecer un posicionamiento en la Isla San Cristóbal para de esta manera se impulse de la mejor manera este tipo de turismo. La estructura de la investigación sigue una secuencia de seis capítulos.

### **CAPÍTULO I**

En este capítulo se realiza una adecuada contextualización (macro, meso, micro), seguidamente problema de investigación, planteamiento del problema, justificación, objetivos generales y específicos.

### **CAPÍTULO II**

Dentro de este presente capítulo se enfatiza el marco teórico, antecedentes investigativos, fundamentación filosófica, fundamentación legal, categorías fundamentales e hipótesis, siendo la base de fundamental para el proceso investigativo.

### **CAPÍTULO III**

En este capítulo se fundamenta a la metodología, modalidad o tipo de investigación, población y muestra, con datos estadísticos, los cuales mediante una encuesta se corrobora la información dentro de la localidad investigada, por otra parte esta operacionalización de variables, recolección de información mediante encuestas, procesamiento y análisis de información.



#### **CAPITULO IV**

Análisis e interpretación de resultados, resumen de datos obtenidos en las encuestas; para comprobación de la hipótesis planteada.

#### **CAPÍTULO V**

Conclusiones y recomendaciones, necesarias después de haber analizado las encuestas, las mismas que conducen a la propuesta.

#### **CAPÍTULO VI**

Se detalla la propuesta aplicando los datos obtenidos en la investigación teniendo en cuenta la justificación y los objetivos de la investigación.

# **CAPÍTULO I**

## **EL PROBLEMA**

### **1.1 Tema de Investigación**

“TURISMO DE SOL Y PLAYA COMO ALTERNATIVA PARA EL POSICIONAMIENTO DE LA ISLA SAN CRISTÓBAL, PROVINCIA DE GALÁPAGOS”.

### **1.2 Planteamiento del Problema**

#### **1.2.1. Contextualización**

Ecuador, forma parte de los países privilegiados, aún en su pequeño territorio en relación a otros países del mundo. Alberga especies de flora y fauna endémicas, culturas y etnias que con la conservación de su legado han sido motivo de investigación y orgullo nacional. Ha realizado un proceso de fortalecimiento turístico nacional, invirtiendo importantes recursos económicos, acciones que han dado resultados positivos para el país. De igual manera el turismo de sol y playa se encuentra catalogado como una de las variedades de promoción que impulsa el MINTUR, dentro de los 4 mundos Andes, Amazonia, Costa y Galápagos, siendo la última con mayor influencia de turistas extranjeros. (Agencia Pública de Noticias del Ecuador y Sudamérica , 2012).

De acuerdo a (Luna & Valdivieso, 2017), en una encuesta realizada por redes sociales en la ciudad de Quito, que el 37% prefieren turismo se sol y playa dado que presentan un perfil psicológico mesocéntrico con tendencia psicocéntrica lo que

demuestra que estas personas son relajadas, por el cual tienen gustos en estar contacto con otras personas y prefieren viajar por motivos de descanso.

Por su parte el Ministerio de Turismo (2014) a partir de la creación de la Dirección de Productos ha impulsado diferentes actividades de desarrollo, gestión y difusión entre ellos se encuentra el turismo de sol y playa que busca incentivar a turistas a visitar las diferentes playas que posee el Ecuador.

**Tabla 1: Visitación de turistas receptivos por motivación de modalidad turística**

No.	Modalidad de Turismo	Porcentaje
1	Cultural	51,2
2	Sol y Playa	30,4
3	Ecoturismo	8,9
4	Científico, Académico, Voluntario y Educativo (CAVE)	6,2
5	Salud	2,1
6	Aventura	1,2
	<b>Total</b>	<b>100,00</b>

**Fuente y Elaboración:** Dirección de Investigación - MINTUR (2012)

La visita turística está determinada por la conformación de producto es decir el atractivo, planta turística y accesibilidad para cada lugar. De esta manera se puede observar que la demanda abarca un 90% orientada hacia destinos cuya finalidad es cultural, sol y playa y ecoturismo.

La Región Insular del Ecuador, mejor conocida como Galápagos, es catalogada como la joya de la corona a nivel mundial, es uno de los más complejos y únicos archipiélagos oceánicos que aún mantiene sus ecosistemas y biodiversidad sin alteraciones que la expongan a la destrucción. Desde el año 1978 es parte de los patrimonios naturales de la humanidad reconocidos por la UNESCO; a más de ello también es considerada como Reserva de la Biósfera, Santuario de Ballenas y sitio RAMSAR (para la protección de humedales).

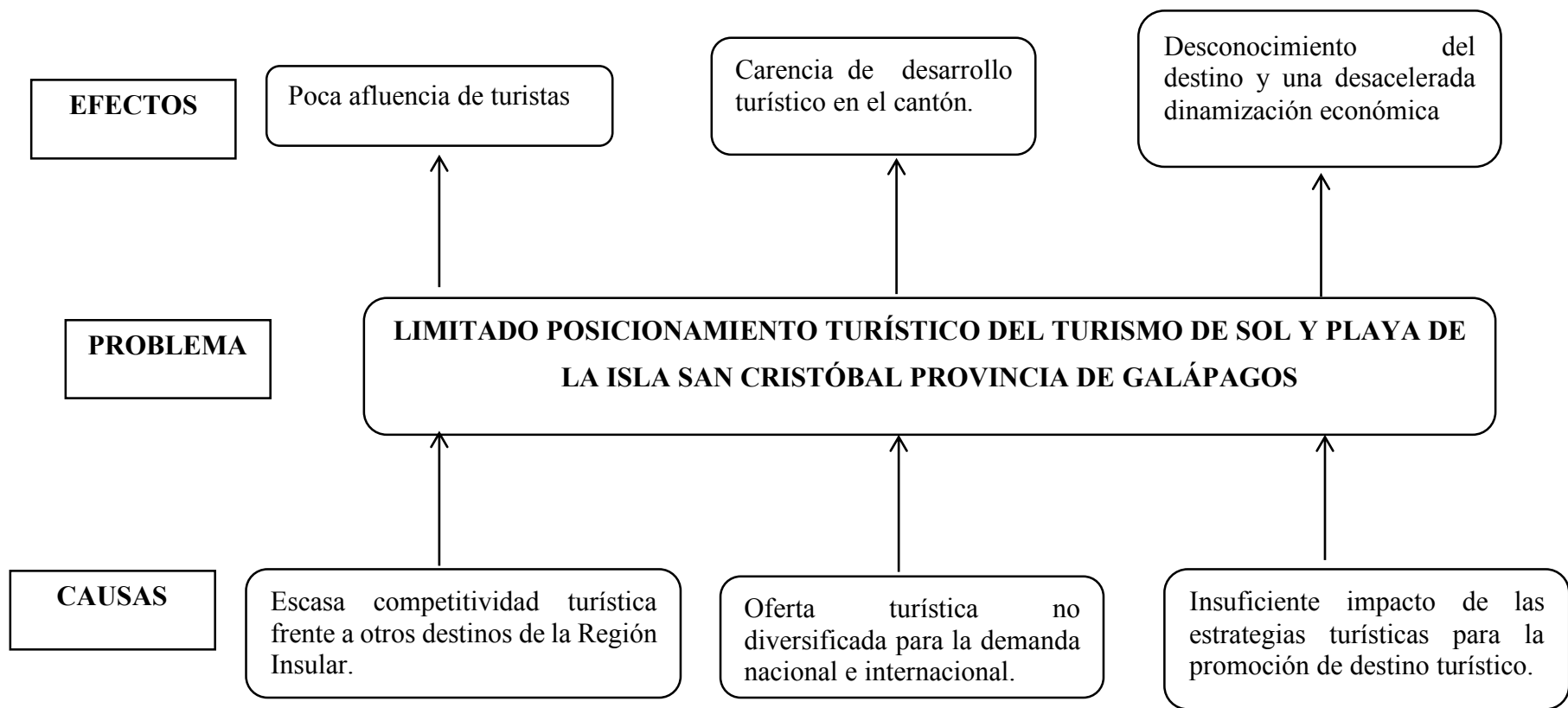
La Isla de San Cristóbal es la más oriental del archipiélago de las islas Galápagos, tiene una superficie de 558 km<sup>2</sup> y su punto más alto se eleva a 730 metros sobre el nivel del mar. (Camara de Turismo de Galápagos , s/f).

Por las condiciones realizadas tanto administrativamente como legalmente, mantiene condiciones especiales para mantener su conservación, por lo que el turismo que es de alto nivel especialmente receptivo, pero también interno, es una de los ejes dinamizadores con mayor control, muchas son las actividades que el turista puede realizar en el territorio, unas mayor promocionadas que otras, pero la sola connotación que determinados atractivos estén en Galápagos son merecedores de posicionarse entre los turistas.

El bajo posicionamiento del turismo de sol y playa en la Isla San Cristóbal provoca un desconocimiento acerca de los beneficios que genera este tipo de turismo, sin embargo por encontrarse en un punto estratégico de ubicación, condiciones climáticas favorecen a la recepción de turistas tanto nacionales como extranjeros.

### 1.2.2. Análisis Crítico

Gráfico 1: Árbol de problemas



Elaborado por: CRIOLLO, Esteban (2016)

Para esta investigación, se han identificado tres causas importantes, la primera es la limitada competitividad turística frente a otros destinos de las Islas Galápagos, y al referirnos a competitividad requiere un análisis desde la calidad de atractivos, a la calidad de servicios ofertados, el tipo de infraestructura adecuada a las necesidades del turista, y el cumplimiento de las políticas públicas lo que repercute a la poca afluencia de turistas.

La segunda causa ante la problemática identificada es la oferta turística no diversificada dirigida a la demanda nacional e internacional lo que presenta la menor desarrollo turístico hacia la isla, al mismo tiempo se descarta las opciones para que el turista pueda conocer el destino pues se ve disminuida la inversión local y externa, así como los emprendimientos que pueden fortalecer la cadena de valor turística.

La tercera causa identificada es el insuficiente impacto que han causado las estrategias de promoción para el posicionamiento del destino lo que provoca un desconocimiento del destino y una desacelerada dinamización económica que impide la adecuada la regulación, control, planificación y gestión turística adecuada del destino que se oferta en la isla San Cristóbal.

### **1.2.3. Prognosis**

Al no generarse esta investigación, existen las posibilidades que la problemática identificada sea latente, es decir que el turismo como actividad se mantendría como un limitando hacia la dinamización turística dentro de la isla y la provincia y por ende las oportunidades de desarrollo socioeconómico se encontrarían precarias y finalmente si no se generan estrategias adecuadas de posicionamiento turístico simplemente este destino quedará relegado.

### 1.2.4. Formulación del Problema

¿De qué manera el turismo de sol y playa se convertirá en una alternativa para el posicionamiento de la Isla San Cristóbal?

### 1.2.5. Preguntas Directrices

- ¿Cuál es la situación actual del turismo de sol y playa en la Isla San Cristóbal?
- ¿Qué tipo de actividad turística prefiere el visitante en la Isla San Cristóbal?
- ¿Cómo aportará la Isla San Cristóbal para el posicionamiento del turismo de sol y playa?

### 1.2.6. Delimitación

#### Delimitación del contenido

**Campo:** Turismo

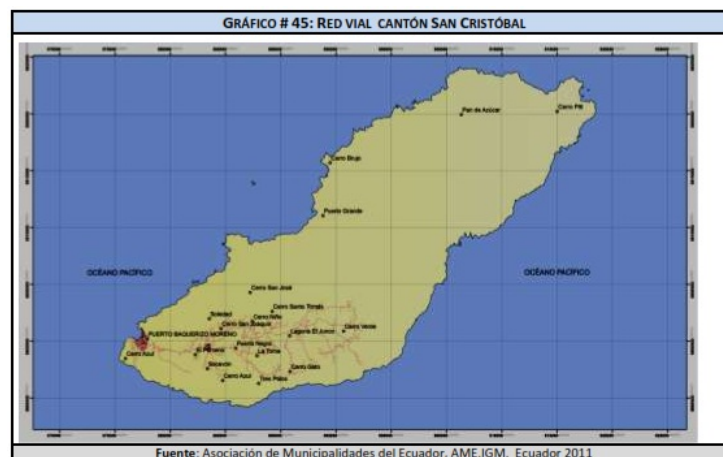
**Área:** Turismo de Sol y Playa

**Aspecto:** Estrategias de posicionamiento turístico

#### Delimitación espacial

La presente investigación se ejecutará en La Isla San Cristóbal, Provincia de Galápagos.

**Gráfico 2: Mapa de San Cristóbal**



**Fuente:** Ministerio de Turismo

**Elaborado por:** CRIOLLO, Esteban (2016)

### **Delimitación temporal**

La investigación se desarrollará en el período Abril a Septiembre de 2017.

### **1.3 Justificación**

Este presente trabajo de investigación se enfatiza hacia el turismo de sol y playa de la Isla San Cristóbal dado que es uno de los atractivos que hacen de nuestro país diverso y único, es así que nace como una alternativa innovadora que se complementa con todos los atractivos que existen dentro de la isla, lo que garantiza la afluencia turística nacional como internacional, para así fortalecer el desarrollo turístico con el objetivo de convertirse en potencia mundial.

El proyecto tiene factibilidad debido a que existe el apoyo por parte de las autoridades competentes del lugar y sus respectivos pobladores, mismos que facilitaron fuente verificable de información para llevar a cabo el proceso investigativo, además existe accesibilidad aérea y marítima que facilita el ingreso hacia el lugar.

Por otra parte esta investigación beneficia en su mayoría a la localidad del sector dado el turismo es la fuente de ingresos hacia las diferentes familias de San Cristóbal, así mismo al visitante porque será el quien disfrute de esta modalidad de turismo en vista de que se lograra la estrategia de posicionamiento mediante el fortalecimiento del turismo de sol y playa enfocado dentro de los estándares de conservación y normativas establecidas en el Parque Nacional Galápagos, y así permitir que el modelo turístico de base local se fortalezca.



## **1.4 Objetivos**

### **1.4.1. Objetivo general**

Establecer al turismo de sol y playa como alternativa de posicionamiento de la Isla San Cristóbal, provincia de Galápagos.

### **1.4.2. Objetivo Específico**

- Determinar la situación actual del turismo en la Isla San Cristóbal de la provincia de Galápagos.
- Establecer estrategias de posicionamiento turístico para la Isla San Cristóbal respecto al turismo de sol y playa.
- Elaborar una propuesta que permita identificar los tipos de turismo y las condiciones del servicio ofertados en la Isla San Cristóbal.
- Redactar un artículo académico, como aporte a la investigación acerca del turismo de sol y playa de la Isla San Cristóbal.

## **CAPÍTULO II**

### **MARCO TEÓRICO**

#### **2.1 Antecedentes de Investigación**

En el presente tema de investigación, se ha tomado como referencia antecedentes investigativos con criterio que tengan relación con el acerca del turismo de sol y playa. De esta manera en la investigación denominada: “Plan de Marketing para el posicionamiento de la imagen de la Reserva Ecológica de la comuna Loma Alta de la Península de Santa Elena, 2014” concluye con las siguientes conclusiones:

La falta de difusión, estrategia de comunicación y elaboración de material publicitario para poder promocionar la reserva es uno de los factores que impiden que tenga un mejor reconocimiento en los turistas o personas que visitan la provincia de Santa Elena.

Los turistas durante la entrevista supieron manifestar que el mejor medio para promocionar la reserva es través de una página web con las redes sociales como Facebook, Twitter y vallas publicitarias

La falta de alianzas estratégica es un de las debilidades con la que cuenta la reserva ecológica para poder promocionarse con una imagen solidad en la provincia de Santa Elena. (Suárez, 2014, págs. 201-202)

Las estrategias de promoción son primordiales en cualquier ámbito turístico, pues sirve como una base de desarrollo dentro de una determinada localidad que se trabaje para brindar mejores expectativas a los turistas y así tener mayor afluencia de los mismos.

Seguidamente se hace referencia a la investigación titulada “Estrategias de Marketing Turístico para el centro histórico de la ciudad San Gabriel, Cantón Montúfar, provincia del Carchi”, en donde manifiesta las siguientes conclusiones:

La creación de la ruta turística - patrimonial, se constituye como una estrategia clave para promover el centro histórico de San Gabriel, ya que se sustenta la situación actual del lugar a nivel exterior e interior.

Para el análisis de competitividad se desarrolló la matriz del perfil competitivo de los centros históricos de San Gabriel, Quito e Ibarra con el fin de conocer sus fortalezas y debilidades.

Dentro de las estrategias de comercialización se recalca el marketing 2.0 y 3.0 siendo herramientas de apoyo que van de la mano para motivar al ser humano a preservar los atractivos mediante normas y reglas, logrando un turismo sostenible y sustentable (Erazo, 2015, pág. 69).

El impulso del marketing dentro del sector turístico es notorio porque es la base fundamental para el atractivo que se promociona con la finalidad de motivar al turista para su visita, así mismo lograr cubrir las necesidades del turista.

Finalmente se ha analizado como aporte investigativo el trabajo titulado: “Plan de Marketing Turístico para el cantón Isabela, provincia de Galápagos Ecuador”, que concluye con lo siguiente:

Las estrategias de mercadeo son aplicables ya que presentan alternativas que permitirán generar un polo de desarrollo para el sector eco turístico; los cuales deben desarrollarse de forma que cubra las necesidades de los consumidores de los segmentos de mercado seleccionados (Clave, De consolidación y de oportunidad). Los cuales se atenderán en orden de posicionamiento e importancia. Se tomara en cuenta la política de producto turístico para generar una marca como destino independiente. Mediante la opción de la estrategia paraguas (bajo la cual se cobijan marcas mayores), como es la marca Galápagos patrimonio natural de la humanidad y la cual es identificable claramente en los mercados preferentes. Mediante la determinación de los atributos fundamentales de los productos se generó un diseño apropiado para que sea atractivo al mercado meta y lograr solventar el problema de difusión/promoción del sector tanto nacional como internacional, se iniciara mediante estrategias sencillas y contundentes como uso de la radio y televisión, folletería, publicaciones, eventos, websites.

La mejor opción y la más viable, es crear, regular y fortalecer al Consejo Cantonal de Turismo, como un organismo multisectorial que facilite la coordinación y corresponsabilice a otras instituciones para el efectivo cumplimiento de las actividades planteadas; y que a su vez sirva de instancia consultiva y de vigilancia. Si bien el turismo es una actividad productiva, es necesario recalcar, que el desarrollo del mismo debe ser socialmente justo, económicamente rentable, y ambientalmente favorable. Y en este sentido, todas las actividades que se realice y promueva deberán propender a que se cumplan con estos preceptos. (Vilema, 2011, págs. 212-214).

Para lograr un adecuado posicionamiento de un tipo de turismo dentro del mercado turístico es necesario tener claras los mercados que se dirige, para alcanzar a dicho

mercados en donde los atributos es lograr impulsar el turismo en una zona, en este caso el turismo de sol y plaza en las Isla San Cristóbal de la provincia de Galápagos.

Estudios que respaldan y sirven como guía para el proceso de diseño y desarrollo de la investigación planteada, lo que determinará un resultado positivo y una propuesta aplicable para el desarrollo turístico de la Isla San Cristóbal.

## **2.2 Fundamentación filosófica**

La investigación que se desarrollará, parte de la obtención de información, selección y análisis para en un marco crítico-analítico porque se analiza una realidad social dentro del ámbito turístico, para consideración de (Hurtado, 2007), dice que toda investigación, independientemente de su tipo, requiere de una fundamentación que permita hacer explícitas cada una de sus bases teóricas y conceptuales; para lograr el desarrollo de una propuesta de solución al problema identificado de manera que la actividad turística en base a ofertas alternativas, permitan que el cantón San Cristóbal se posicione turísticamente. Además es propositiva puesto que permitirá conocer de cerca la realidad del posicionamiento del turismo de sol y playa y así ser un ente participador para alcanzar el cambio en la isla, para así tener mayor cantidad de afluencia de turistas tanto nacionales como internacionales.

## **2.3 Fundamentación Legal**

Para obtener mayor sustento en la investigación es primordial hacer constancia legal, misma que es basada en leyes y reglamentos de la Constitución de Ecuador y el Ministerio de Turismo.

## **CONSTITUCION DEL ECUADOR**

### **REGLAMENTO LEY DE REGIMEN ESPECIAL DE LA PROVINCIA DE GALAPAGOS**

Artículo 242. Del texto constitucional, instituye a la provincia de Galápagos como régimen especial; en tanto que el artículo 258 ibídem determina que su planificación y desarrollo se organizará en función de un estricto apego a los principios de conservación del patrimonio natural del Estado y del buen vivir, de conformidad con lo que la ley determine, por lo que para su protección se limitarán los derechos de migración interna, trabajo o cualquier otra actividad pública o privada que pueda afectar al ambiente, en cuyo caso las personas residentes permanentes afectadas por la limitación de los derechos tendrán acceso preferente a los recursos naturales y a las actividades ambientalmente sustentables;

### **CAPÍTULO SEGUNDO**

#### **Biodiversidad y Recursos Naturales**

#### **Art 395.- La Constitución reconoce los siguientes principios ambientales:**

- 1) El Estado garantizará un modelo sustentable de desarrollo ambientalmente equilibrado y respetuoso de la diversidad cultural, que conserve la biodiversidad y la capacidad de regeneración natural de los ecosistemas, y asegure la satisfacción de las necesidades de las generaciones presentes y futuras.
- 2) Las políticas de gestión ambiental se aplicarán de manera transversal y serán de obligatorio cumplimiento por parte del Estado en todos sus niveles y por todas las personas naturales y jurídicas en el territorio nacional.

## **TITULO IX**

### **ACTIVIDADES TURISTICAS**

- e) La promoción de las actividades turísticas autorizadas, incluyendo otras que estuvieren directa e indirectamente relacionadas con ellas; así como el acceso preferente a las mismas, por parte de los residentes permanentes o empresas domiciliadas en la provincia de Galápagos, con arreglo a lo dispuesto en la ley;
- f) El fomento y cumplimiento estricto de las normas de calidad en la prestación de los servicios turísticos

Art. 56 Regulación de la guianza en la provincia de Galápagos.- La Autoridad Ambiental Nacional y la Autoridad Nacional de Turismo expedirán, conjuntamente, mediante acuerdo interministerial, las normas que regulen el ejercicio del servicio de guías especializados de Galápagos en las áreas naturales protegidas de la provincia de Galápagos.

Dicha regulación establecerá el registro y control de guías especializados de Galápagos, los mecanismos necesarios para impulsar su formación y capacitación técnica y permanente; entre otros aspectos.

El acceso de visitantes a las áreas naturales protegidas que conforman la Red de Sitios de Uso Público Ecoturístico de la Provincia de Galápagos, será únicamente en compañía de un guía especializado, que cuenten con credencial expedida por la Dirección del Parque Nacional Galápagos. (Decreto Ejecutivo, 2017)

## **LEY DE TURISMO**

## CAPITULO I

### Generalidades de la Ley

## CAPITULO II

### DE LAS ACTIVIDADES TURISTICAS Y DE QUIENES LAS EJERCEN

#### Art. 5

.- Se consideran actividades turísticas las desarrolladas por personas naturales o jurídicas que se dediquen a la prestación remunerada de modo habitual a una o más de las siguientes actividades:

- a. Alojamiento;
- b. Servicio de alimentos y bebidas;
- c. Transportación, cuando se dedica principalmente al turismo; inclusive el transporte aéreo, marítimo, fluvial, terrestre y el alquiler de vehículos para este propósito;
- d. Operación, cuando las agencias de viajes provean su propio transporte, esa actividad se considerará parte del agenciamiento;

#### Art. 6

.- Los actos y contratos que se celebren para las actividades señaladas en esta Ley estarán sujetas a las disposiciones de este cuerpo legal y en los reglamentos y normas técnicas y de calidad respectivas.

#### Art. 8

.- Para el ejercicio de actividades turísticas se requiere obtener el registro de turismo y la licencia anual de funcionamiento, que acredite idoneidad del servicio que ofrece y se sujeten a las normas técnicas y de calidad vigentes.

#### Art. 9

.- El Registro de Turismo consiste en la inscripción del prestador de servicios turísticos, sea persona natural o jurídica, previo al inicio de actividades y por una sola vez en el Ministerio de Turismo, cumpliendo con los requisitos que establece el Reglamento de esta Ley. En el registro se establecerá la clasificación y categoría que le corresponda.

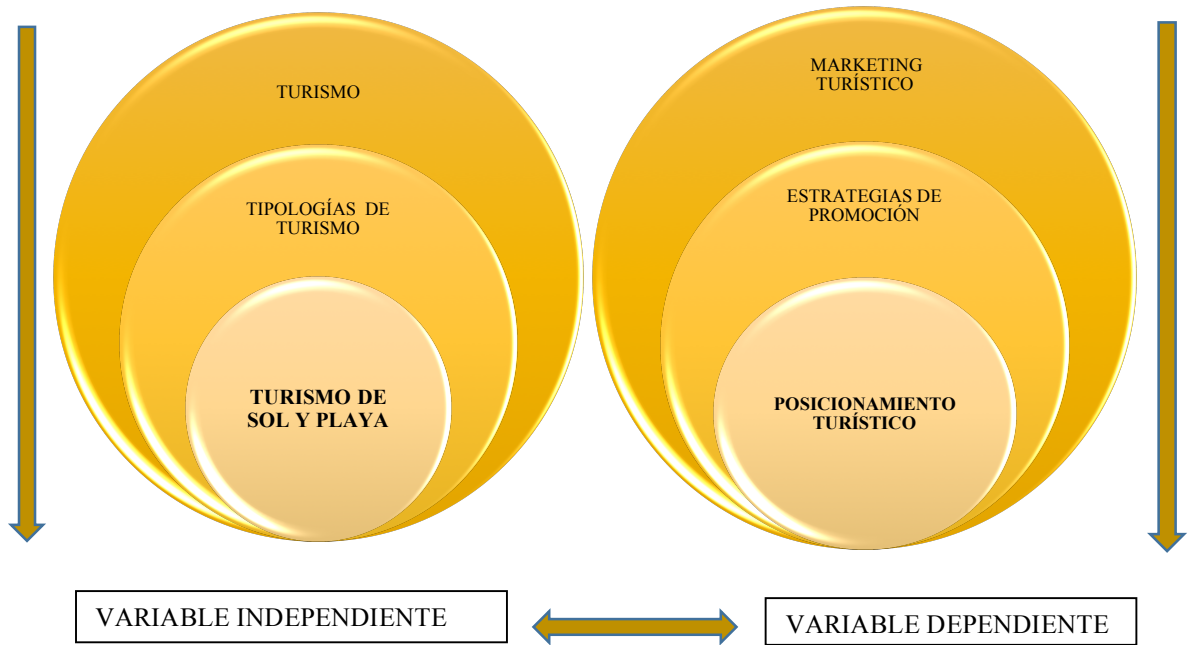
#### Art. 10

.- El Ministerio de Turismo o los municipios y consejos provinciales a los cuales esta Cartera de Estado, les transfiera esta facultad, concederán a los establecimientos turísticos, Licencia única Anual de Funcionamiento; lo que les permitirá:

- a. Acceder a los beneficios tributarios que contempla esta Ley;
- b. Dar publicidad a su categoría;
- c. Que la información o publicidad oficial se refiera a esa categoría cuando haga mención de ese empresario instalación o establecimiento;
- d. Que las anotaciones del Libro de Reclamaciones, autenticadas por un Notario puedan ser usadas por el empresario, como prueba a su favor; a falta de otra; y,
- e. No tener, que sujetarse a la obtención de otro tipo de Licencias de Funcionamiento, salvo en el caso de las Licencias Ambientales, que por disposición de la ley de la materia deban ser solicitadas y emitidas.

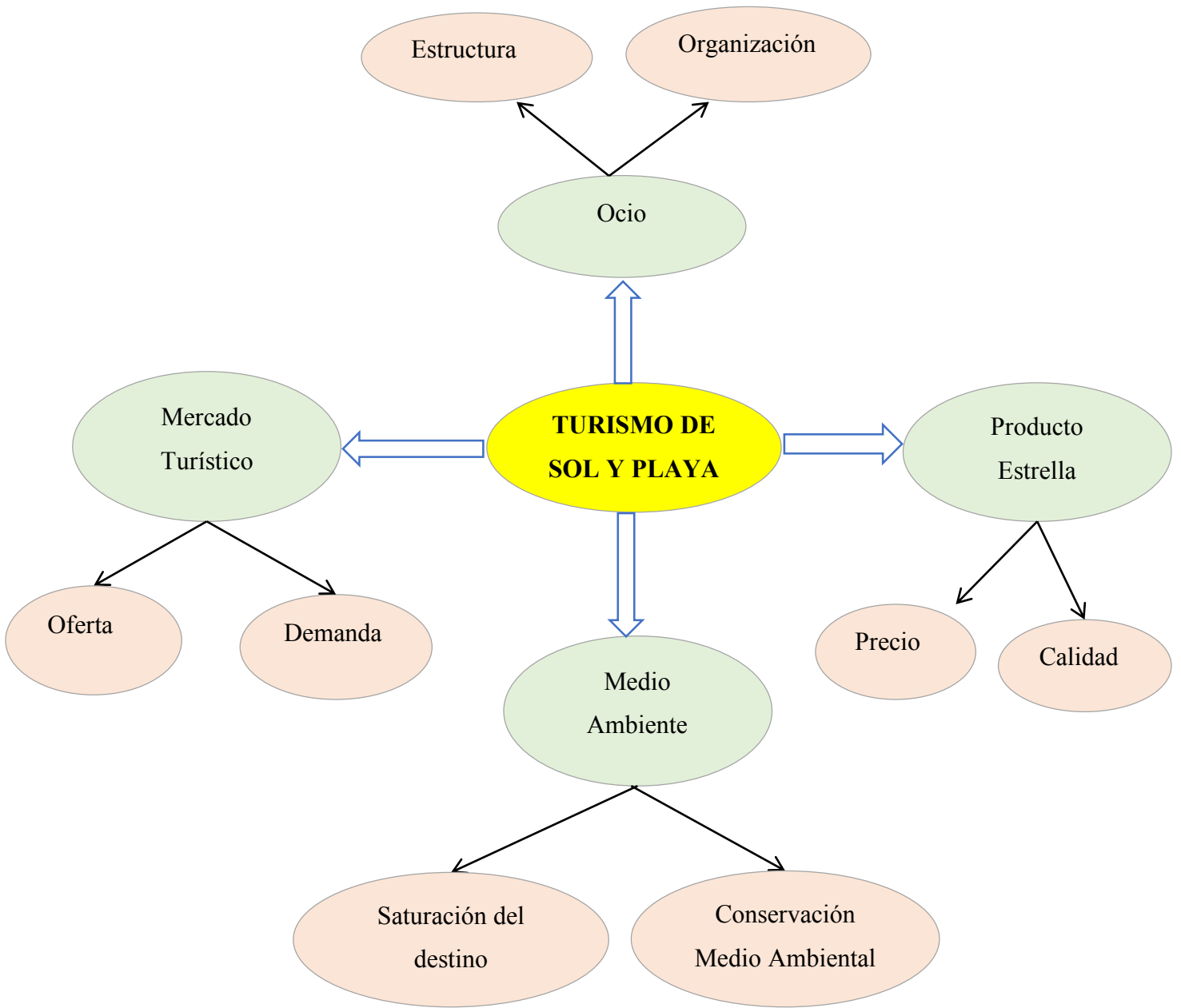
## 2.4 Categorías fundamentales

Gráfico 3: Gráfico de Inclusión conceptual



Elaborado por: CRIOLLO, Esteban (2016)

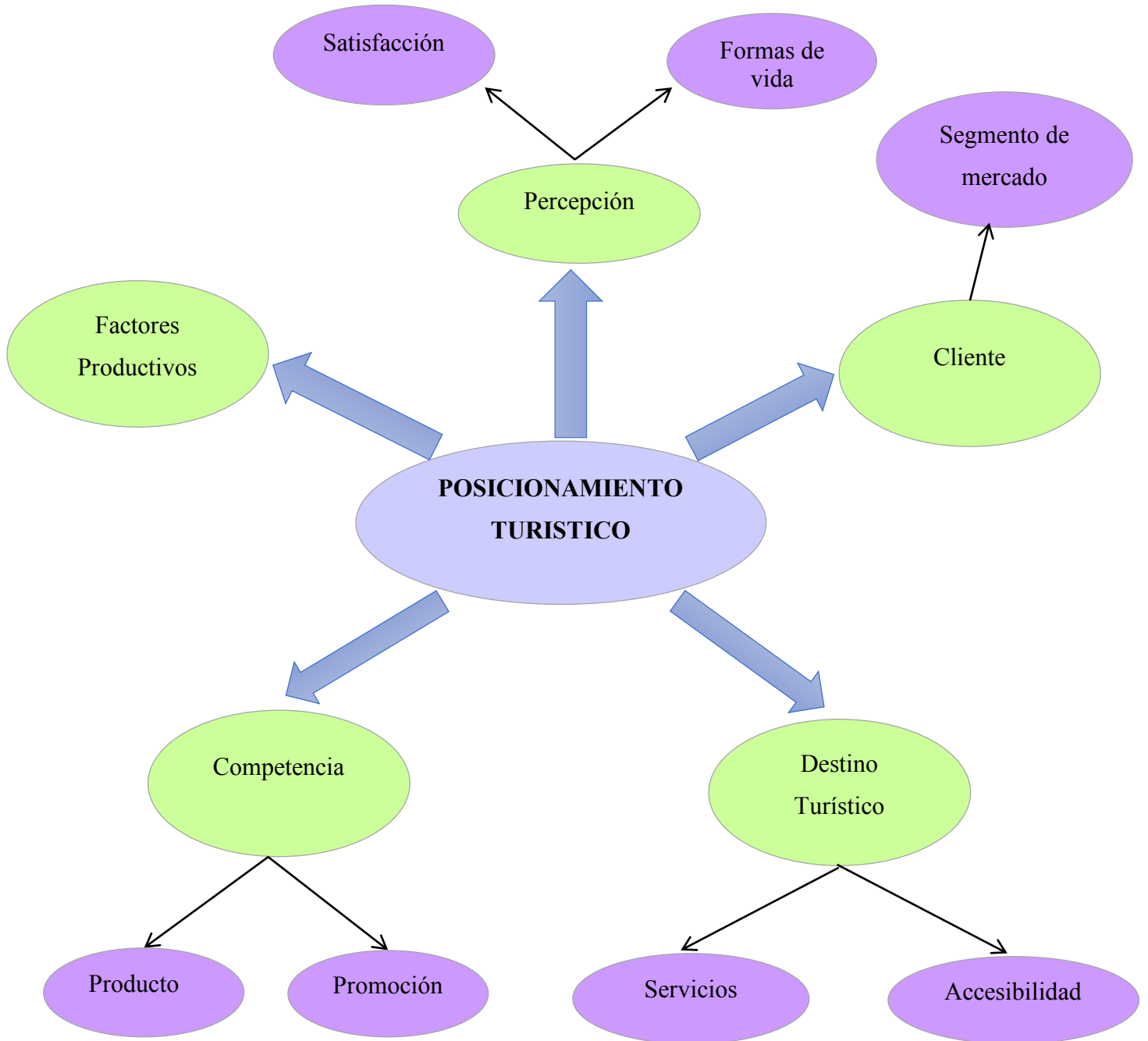
**Gráfico 4: Superordinación conceptual de la variable independiente**



**Elaborado por:** CRIOLLO, Esteban (2016)



Gráfico 5: Superordinación conceptual de la variable dependiente



Elaborado por: CRIOLLO, Esteban (2016)

## **2.5 Fundamentación teórica de variables**

### **2.5.1. Fundamentación teórica de la variable independiente**

#### **TURISMO**

En el concepto de turismo hace referencia la Organización Internacional de Turismo (OMT) que dice:

Las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual por un periodo de tiempo consecutivo inferior a un año con fines de ocio, por negocios y otros motivos (Aulasenior, 2012, pág. 5).

Al respecto y en base a esta definición han surgido muchas dudas, sin embargo, la OMT, es la responsable de emitir criterios válidos y estadísticas necesarias para el desarrollo de la actividad turística independientemente si es pública, privada y comunitaria.

Se puede analizar del concepto enunciado que el turismo sin duda es una actividad que se ha desarrollado desde hace muchos años, pero para precisiones, los entendidos manifiestan que se considera al turismo desde el año 1950, una vez finalizada la segunda guerra mundial y sumados a ello varios eventos que marcaron precedentes importantes para esta actividad que como es notoria en la actualidad se ha convertido en un eje de desarrollo económico para muchos países, es así que SECTUR de México (2015) el turismo: “Comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en diferentes lugares al de su entorno habitual, por un periodo de tiempo consecutivo inferior a un año con fines de ocio y motivos no relacionados con una actividad remunerada” (pág. s/p). Mismo que permite el desenvolverse sin ninguna preocupación de su diario vivir.

No obstante esta actividad como tal ha causado impactos negativos y positivos lo que ha traído consigo análisis profundos a nivel global respecto al control de la actividad y la masificación de la misma especialmente en destinos turísticos internacionales.

Al hablar de turismo se hace referencia al carácter sociocultural puesto que abarca diferentes modalidades desde el punto de vista de (Pannosso & Lohmann, 2012) como lo es el transporte, la estancia, hospedaje, impactos positivos y negativos, que ocurre al momento de la movilidad de la persona, por ello hace pensar que turismo no simplemente es viajes, playa, vacaciones, descanso, ocio, etc, sino más bien se conoce la práctica social que es analizado desde las representaciones sociales, es decir es como un escape de la realidad, mismo que induce a generar empleo, medio difusivo de la culturas de los pueblos indígenas, por ello el (...) engloba un todo para el desarrollo de un determinado país o provincia.

Además el turismo forma parte de una actividad multisectorial que demanda la afluencia de diferentes áreas productivas como lo es la agricultura, construcción, fabricación así como el apoyo constante del sector público y privado con el fin de promover facilidades en los bienes y servicios adecuados para la utilización por parte de los turistas (LEXUS EDITORES , 2011).

De igual manera manifiesta que el turismo es un desplazamiento voluntario y temporal de las personas que lo realizan por motivos de recreación y disfrute fuera de su lugar de residencia y con la afición de descubrir nuevos sectores para de esta manera nutrirse de experiencia con otras culturas y formas de vida.

Finalmente, el turismo genera desarrollo, es importante que se generen políticas públicas para su control, así como también para controlar a los grandes monopolios turísticos para conseguir que la distribución económica del turismo sea más justa, especialmente con las poblaciones receptoras y generar así en la práctica los famosos conceptos de sostenible y sustentable.

## **TIPOLOGÍAS DE TURISMO**

Las tipologías de turismo demuestran las maneras de hacer turismo, es decir es una manera de interacción y preparación del turistas antes de realizar un viaje.

De acuerdo al PLANDETOUR 2020 se hace mencin el producto turistico, de esta manera se deduce lo siguiente:

Producto turístico es el resultado de la revisión y análisis de las líneas de productos consideradas en los diferentes estudios de consultoría de productos, que luego han sido contrastados con las opiniones de un grupo de especialistas, que se conformó bajo la denominación de Grupo de Trabajo de Mercadeo - GTM para el PLANDETUR 2020 (2007).

A continuación se hace referencia a los más comunes que se encuentran en el Ecuador:

Las clasificaciones más generalizadas en este sentido son:

### **1. SEGUN EL MOTIVO DE VIAJE**

#### **a) Turismo convencional o de tipo vacacional**

El turismo vacacional

Turismo cultural

Turismo de sol y playa

Turismo de nieve

#### **b) Turismo especializado**

Turismo de montaña

Turismo de ríos

Turismo científico

#### **c) Turismo de afinidad o de interés común**

Turismo de congreso y convenciones

Turismo religioso

Turismo de incentivos

### **2. SEGUN LA FORMA DE VIAJE**

a) Turismo individual

b) Turismo de grupo

### **3. SEGUN EL TIPO DE VIAJE**

- a) Turismo independiente.
- b) Turismo organizado o todo comprendido.

#### **4. SEGUN EL TIPO DE OPERACIÓN**

- a) Turismo receptivo
- b) Turismo emisor

#### **5. SEGUN LA PERMANENCIA EN EL LUGAR DE DESTINO**

- a) Turismo itinerante
- b) Turismo residencial, o de estadia

La única verdad que se puede manifestar es que hay tantos tipos de turismo como motivaciones, este criterio hace que el turista sienta la necesidad de conocer, disfrutar y experimentar sensaciones diferentes a todo nivel, sin dejar de lado el confort y la calidad que no siempre son signo de altos costos, pero si las experiencias únicas que en un destino turístico se puede encontrar, estas no tienen precio.

#### **TURISMO DE SOL Y PLAYA**

La Provincia de Galápagos, es la única que se encuentra fuera del Ecuador continental, esta característica junto a la fragilidad de su ecosistema, han generado que desde el entorno político se haya decidido generar un régimen especial para la administración política, administrativa y especialmente para el desarrollo de la actividad turística.

Desde cualquier óptica, nadie cuestiona la importancia de la actividad turística para el desarrollo económico de un territorio; Galápagos como tal, no se encuentra exenta, es más por sus características únicas tiene un extraordinario potencial turístico que desde hace algunas décadas ha venido siendo aprovechado especialmente por la empresa privada y los grandes monopolios turísticos internacionales.

Sin embargo en la última década, los acuerdos internos generados como resultado de la socialización de concebir un desarrollo económico justo para todos los actores sociales; se decidió que el ecoturismo es el modelo de a seguir en donde ciertamente todos se podrían beneficiar, sin embargo de aquello esto traería consigo muchos retos, pues el gran objetivo es internacionalizarse como un destino conservado en

donde las reglas del juego son diferentes, y por otro lado mejorar todo el sistema turístico cantonal, que es la base para el presente análisis del primer objetivo.

Los procesos de planificación serios que deben ser llevados adelante en un territorio marcado por su fragilidad deben manejar tres criterios importantes, el primero, un turismo pausado que traiga consigo acciones permanentes y controladas para evitar la masificación descontrolada de visitantes hacia las Islas Galápagos en lo posible con una gestión turística que genere el menor impacto en todo el sistema turístico; el segundo que apunte a ser un destino exclusivo de calidad, pues hay que garantizar experiencias únicas a los visitantes y parte de ello es la calidad en los servicios, por lo tanto, la empresa privada es la llamada a generar espacios de aprendizaje, criterios de comportamiento y atención al cliente con altos niveles de calidad, esto sí con el apoyo del estado central a través del ministerio rector; finalmente el tercer elemento que exista una alta participación local, desde la toma de decisiones hasta la redistribución de los beneficios tanto económicos como sociales; por tal razón se han generado procesos de sostenibilidad a todo nivel especialmente los que deben mantener a las Islas Galápagos como un tesoro mundial.

A partir del año 2008, la nueva Constitución determina que los Gobiernos Autónomos Descentralizados, antes conocidos como Municipios, generen los planes de desarrollo y ordenamiento territorial, como el máximo instrumento de planificación del territorio, de esta manera se pretende tener un territorio listo para competir a todo nivel, pero sobre todo con ordenamiento, políticas públicas adecuadas, compromiso ciudadano y con planes de desarrollo evidenciado en proyectos que se cumplan y generen mejoramiento en las condiciones de vida de los ciudadanos.

La actividad turística es un eje de desarrollo económico, social y productivo, la misma Constitución del Ecuador, la determina como una competencia concurrente, es decir que puede y debe ser gestionada de manera coordinada con todos los niveles de gobierno. En este sentido el Ministerio de Turismo propone que el sistema turístico, está conformado por cuatro elementos:

- Atractivos

- Planta turística
- Infraestructura turística
- Superestructura turística

Estos cuatro elementos se analizarán en esta investigación para evidenciar la situación actual del turismo en la Isla San Cristóbal de la Provincia de Galápagos.

El turismo de sol y playa es el que se caracteriza por encontrarse en zonas costeras que tienen playas con condiciones climáticas favorables, y que gozan de muchos días soleados y temperaturas suaves que oscilan entre 25 y 30 grados. El viajero que visita este tipo de destino, generalmente reside en sitios donde el clima es frío, lluvioso o nublado durante casi todo el año. También lo practican aquellas personas que viven en lugares lejanos a las playas. En estas aéreas existe una gran cantidad de hoteles, restaurantes, bares y otros establecimientos para realizar actividades de ocio. En el día los turistas suelen salir a tomar el sol y bañarse en la playa, y en la noche disfrutan de las diversas ofertas de entretenimiento que ofrecen los hoteles. Por lo regular, las personas que hacen turismo de sol y playa buscan descansar, relajarse y broncearse (MasTiposde, 2016)

Sin duda alguna es de los tipos de turismo que más desarrollado se encuentra y que ha generado en los territorios procesos de desarrollo interesantes, generando emprendimiento, sin embargo también existen problemas latentes como la contaminación, la masificación de los destinos de sol y playa, problemas sociales y otros que han degenerado la actividad turística de sol y playa.

Este tipo de turismo ha surgido como un modelo de desarrollo turístico que se ha basado con un producto turístico masivo dado que el turista busca diferentes formas de hacer turismo sea este compatible con ambiente o dentro del entorno social, para de esta manera presentar una nueva forma de estrategia de competitividad de un destino turístico, tal como alude (García & Albuquerque, 2011) dentro de la oferta turista es primordial tomar en cuenta el turismo de sol y playa como un modo de entretenimiento para distintos segmentos de mercado pues tendrían la posibilidad de disfrutar de la playa y mar además de las condiciones climáticas, agradables para el turista.

El turismo de sol y playa presenta unas elevadas tasas de estacionalidad, explicada fundamentalmente por las características propias del producto que se comercializa. Esto implica que la demanda se concentra en los meses que en mayor medida se pueden satisfacer (por condiciones laborales pero también climatológicas) las expectativas de disfrutar de sol y playa. No obstante, en los últimos años se observa en los destinos de sol y playa una tendencia a que son precisamente los meses vecinos al «tradicional» veraneo los

que registran los mayores crecimientos de ocupación. Este hecho viene explicado en nuestra opinión por la preferencia creciente por fraccionar las vacaciones que se observa en la demanda, pero también por el hecho de que los meses centrales del verano han alcanzado unos volúmenes de turistas, especialmente en el litoral mediterráneo, que los ha situado cerca del máximo de carga aceptable con lo que esto conlleva de deterioro de los servicios públicos y privados prestados a los turistas. (García & Albuquerque, 2011, pág. 99).

Se hace referencia al turismo de sol y playa por su manera de darse a conocer dentro del ámbito turístico como un impacto positivo, sin embargo hay que tener en cuenta que es importante mantener el cuidado de la materia prima de este tipo de turismo, que llegaría a ser el mar y playas que son frecuentadas por turistas.

### **Ocio**

Este término es conocido por diferentes conceptos que de acuerdo a su interpretación tiene su significado, es así que para (Gutiérrez de Calderón, 2003) el ocio es: “El empleo creativo y productivo, desde el punto de vista emocional, del tiempo libre”. La ocupación del tiempo libre, tanto como el turismo han evolucionado en el tiempo, creando a su paso muchas oportunidades de negocio, sea la recuperación de negocios tradicionales o emprendiendo nuevos negocios a la necesidad del turista y sobre todo satisfaciéndolo cumpliendo las expectativas.

Por su parte (López, 1993) cita a Trilla Barnet (1991) quien menciona sobre el ocio lo siguiente: “El ocio consiste en una forma de utilizar el tiempo libre mediante una ocupación autotélica y autónomamente elegida y realizada cuyo desarrollo resulta satisfactorio o placentero al individuo” (pág. 71).

Se puede manifestar al respecto que el ocio es una decisión personalizada del individuo el que a su vez en función de la gran oferta, sus costos, sus necesidades y preferencias, decide tomar la decisión.

### **Estructura**



La estructura hace referencia a los servicios de la actividad turística como una forma de distribución y orden de los componentes de una manera organizada, esta puede ser sistemática o de acuerdo a cierta tecnología, que convive y se desarrolla en un medio en común.

### **Organización**

Este concepto tiene varias definiciones que varían de acuerdo a su forma de interacción dentro de la sociedad en sí, en donde Thompson (2012), hace una recopilación de diferentes autores para así llegar a una conclusión clara, de esta manera menciona a Andrade Simón, que enfatiza como una acción y el efecto de articular, disponer y hacer operativos un conjunto de medios, factores o elementos para alcanzar un fin en común. Así mismo Sotillo Alexei, dice que la organización es tiempo, acción y objeto al mismo tiempo bajo en el cual las personas alcanzan un objetivo preestablecido.

### **PRODUCTO ESTRELLA**

Es la posición ideal que alcanza un determinado producto dentro del mercado, es decir ha tenido influencia con una alta participación para el desarrollo de un lugar en concreto que este en difusión y reconocimiento en el ámbito turístico.

El turismo de sol y playa está considerando como un producto estrella, (Ministerio de Turismo , 2014)debido a que en esta investigación se hace referencia a la Isla San Cristóbal, de la provincia de Galápagos, este se caracteriza por ser un producto líder para turistas especialmente extranjeros.

Está en un mercado con un crecimiento vivo, rápido, pero están generando retornos, beneficios destacables para la empresa. Los productos estrella, con el tiempo, suelen transformarse en Vacas lecheras. Es por ello que la empresa debe apostar por ellos, pues estas últimas constituyen, en buena medida, la garantía de la supervivencia de la empresa. Habrá que reforzar las apuestas de inversión en dichos productos. Es fundamental que la empresa cuente con este tipo de productos ya que garantizan el futuro (BlogSalomon, 2009)

Al respecto se analiza que el producto estrella es parte de una matriz estratégica generada por The Boston Consulting Group, en base a la teoría del ciclo de vida del producto, generan una herramienta de gestión empresarial, para enfrentar la

problemática y crisis en los sesentas, alcanzando un notable éxito y utilizándola hasta la actualidad, esta herramienta es conocida como la Matriz BCG.

### **Precio**

De acuerdo a (Alvarez, 2004) expresa que precio es una variable del marketing que llega a simplificar, la política comercial de una empresa de una manera cuantitativa sobre un producto, mismo que convertido a unidades monetarias, alude la aceptación o negación por parte del consumidor hacia el conjunto de propiedades de dicho producto que finalmente llega a cubrir las necesidades del mismo. Por tal razón las empresas se centran en la fijación de precios para obtener beneficios que cubra la movilidad interna de los miembros a pesar de ello es necesario una adecuada determinación y equilibrio con las áreas de beneficio, es decir fomentar una planificación clara y ordenada entre cliente – proveedor.

### **Calidad**

De acuerdo a los criterios (Instituto Nacional de Calidad, 2011), enfatiza que la calidad se refiere a las características que tiene un producto o servicio los cuales compensan las necesidades o deseos del consumidor, así ocurre las características reales y deseadas del producto que se da a conocer en el mercado.

La calidad es un atributo de la atención médica que puede obtenerse en diversos grados. Se define como el logro de los mayores beneficios posibles de la atención médica, con los menores riesgos para el paciente. Los mayores beneficios posibles se definen, a su vez, en función de lo alcanzable de acuerdo con los recursos con los que se cuenta para proporcionar la atención y de acuerdo con los valores sociales imperantes. La calidad implica, por definición, los resultados de la atención, medida como la mejoría esperada en la salud, que es atribuible a la atención misma (Ruedas, 1993, pág. 300).

## **MEDIO AMBIENTE**

Durante la Conferencia de Estocolmo de 1972 centraba la atención internacional en temas medio ambientales, especialmente los relacionados con la degradación ambiental y la 'contaminación transfronteriza'. Este último concepto era muy importante, ya que señalaba el hecho de que la contaminación no reconoce los límites políticos o geográficos y afecta a los países, regiones y pueblos más allá de su punto. Estos problemas medio ambientales mundiales tan importantes incluyen, por ejemplo, todo tipo de contaminación, el cambio climático, la reducción de la capa de ozono, el uso y administración de los océanos y los recursos de agua dulce, la deforestación excesiva, la desertificación y la degradación de la tierra, los vertidos peligrosos y la disminución de la diversidad biológica. ( Conferencia de las Naciones Unidas sobre el Medio Ambiente y el Desarrollo , 2002) así mismo es el “conjunto de elementos físicos, químicos, biológicos y de factores sociales, capaces de causar efectos directos o indirectos, a corto o largo plazo, sobre los seres vivos y las actividades humanas”.

El medio ambiente es el compendio de valores naturales, sociales y culturales existentes en un lugar y un momento determinado, que influyen en la vida material y psicológica del hombre y en el futuro de generaciones venideras.

Del medio ambiente proceden todos los recursos que utilizamos para vivir: aire, agua, alimentos, energía, etc. Sin embargo, también nuestros residuos y las consecuencias de nuestro desarrollo acaban en él. Al efecto que una determinada acción humana produce en el medio ambiente se le denomina impacto ambiental. (Ambiental., 2002).

### **Saturación del Destino**

Hace referencia al número máximo de visitantes que puede contener un determinado espacio / recurso / destino turístico; en otras palabras el límite más allá del cual la explotación turística de un recurso / destino es insostenible por perjudicial.

Además por las nuevas tecnologías aplicadas a la industria, se hace un deterioro a la sostenibilidad económica, medioambiental y social para de esta manera evitar problemas con los otros productos similares que prestan los servicios.

### **Conservación medio ambiente**

También conocido como conservación de especies; en donde se hace referencia a la protección de la flora como de la fauna que garantiza la subsistencia de los seres humanos, evitando la contaminación y efectos negativos

Conservación ambiental, conservación de las especies, conservación de la naturaleza o protección de la naturaleza son algunos de los nombres con que se conocen las distintas formas de preservar el futuro de la naturaleza, el medio ambiente o, específicamente, algunas de sus partes: la flora y la fauna, las distintas especies, los distintos ecosistemas, los valores paisajísticos, entre otros. Con el nombre de conservacionismo se designa al movimiento social que propugna esa conservación. Una de sus vertientes es el movimiento ecologista. (Ministerio del Ambiente, 2014).

## **MERCADO TURÍSTICO**

El mercado turístico se lo lleva a cabo de acuerdo a la estrategia tomada con otras instituciones similares que buscan mejorar para el desarrollo y aceptación del producto dentro del mercado en donde es ofertado.

Los vínculos u asociaciones se lo realizan con el fin impulsar el modelo de marca que tienen en el mercado al que están encaminados, es por eso que (González R. , 2002) menciona que es una metodología para alcanzar un bien en común, misma que es diseñada para ser compartida en la compañía y se asegura que la visión de la marca este consciente dentro de la organización, al mismo tiempo orientado a las expectativas de los clientes para así la obtención de los recursos sea de agrado y que la compañía logre establecer en equilibrio financiero favorable para todos.

### **Oferta**

Es el conjunto de bienes y servicios que son expuestos dentro del mercado para su adquisición, los mismos que conforman un producto turístico, al mismo se añade el desarrollo de un programa adecuado para su respectiva promoción. (Turcias, 2015).

**Demanda:** es el número de personas que viajan o deseen viajar para utilizar instalaciones turísticas y servicios así como los canales de distribución, promoción y venta.

### **2.5.2. Fundamentación teórica de la variable dependiente**

#### **MARKETING TURÍSTICO**

El marketing turístico se lo puede definir como toda acción dirigida a atender la demanda de los clientes, en decir el profesional en marketing debe comprender todas las necesidades que tiene el consumidor, desarrollar productos y servicios, fijación de precios, distribución y comunicación para llegar al objetivo de la empresa. Es decir el marketing llega a ser un proceso en el cual las empresas generan un valor para los clientes y para la sociedad, que mantiene una relación sólida hacia con los consumidores. De igual manera se refiere como una orientación de negocios más resistente, mismo que asimila constantemente dentro de la industria turística para alcanzar metas en el mercado expuesto de carácter objetivo y eficaz que los consumidores (Kotler, Bowen, & Makens, 2012, págs. 11 - 17).

De igual manera (Beaoufond, 2006) hace referencia acerca del marketing turístico como una actividad humana que adapta de forma sistemática y coordinada las política de las empresas turísticas privadas o estatales en el plano local, regional, nacional e internacional, para la satisfacción óptima de las necesidades y los deseos de determinados grupos de consumidores y lograr el adecuado beneficio a través de la facilitación de la comercialización de bienes y servicios turísticos.

Por lo tanto, esta área de las ciencias, se encarga de transformar en turísticos y atractivos los diferentes sitios turísticos mediante el empleo de métodos y estrategias que no solo publicitan el sitio como tal, sino también su oferta (hoteles, restaurantes, comercios, entre otros).

La clave para el éxito del marketing en un territorio, está en conocer la preferencia del turista, así como sus necesidades para adaptar palabras claves al momento de

publicitarlo, por ejemplo la palabras “sol” y “descanso” generan en el individuo esa necesidad de relax en el mar, en la playa, por así decirlo.

## **ESTRATEGIAS DE PROMOCIÓN**

Una estrategia surge como una prioridad dentro de la sociedad para cualquier forma de hacer promoción de un producto, además de comenzar como un método creativo para comunicar un potencial turístico que supone comunicación y transmisión de información por distintos medios, que de a poco alcanzan la sofisticación del turista. (Martinez-Valerio, 2012).

Dentro de una estrategia de promoción se enfatiza el plan de marketing que propone (Alzamora, 2007) cita a P. Kotler quien manifiesta que un Plan de Marketing: “Es un documento escrito en el que se recogen los objetivos, las estrategias, los planes de acción relativos a los elementos de Marketing-Mix, que facilitarán y posibilitarán el cumplimiento de la estrategia dictada en el ambiente corporativo, año tras año, paso a paso”.

Para todos es conocido que la planificación genera un plan de acción, esta integra varios elementos al detalle y especialmente proyectos con actividades y presupuestos, que buscan mejorar una situación dada, especialmente con el fin de mejorar las condiciones de visitación a un espacio turístico, mejorar las condiciones socio-económicas de un territorio o simplemente mantener en los altos sitios a una empresa encargada de bienes y servicios turísticos.

Ya en el tema turístico es considerada como una parte integral dentro de la gestión turística, una de las más importantes, pues se trata de hacer del turismo una actividad exitosa que genere el cambio de la realidad tanto local, como empresarial, generando ingresos económicos para mejorar la calidad de vida de la población y obviamente, mantener siempre en flujo la cadena de valor del turismo agregándoles valor agregado como calidad.

## **POSICIONAMIENTO TURÍSTICO**

La actividad turística dentro de los últimos años ha tomado mucha fuerza, convirtiéndose en un sector de economía mundial que atribuyen al desarrollo de todo aquel que lo ejerce, sin embargo es importante aclarar que para lograr que se emplee un turismo accesible y favorable (Dominique, 2011), hay que tomar en cuenta que es necesario mantener el atractivo intacto o en condiciones favorables, sea este que tenga accesibilidad, infraestructura y sobre todo la particularidad que lo hace un destino turístico.

El posicionamiento del turismo se logra por la existencia en la diversidad en sus atractivos que pueden ser culturales o naturales, puesto que por la variada oferta de destinos (Varisco, 2008) que posea un lugar que busca una mejora de calidad de vida mediante el turismo al igual que mejorar la competitividad de un destino turístico pues motiva al incremento hacia los servicios prestados para el visitante.

En el trabajo de (Conde, Covarrubias, & Carreón, 2010) Citan a Reid y Bojanic (2006) quienes definen al posicionamiento como: “El proceso de determinar cómo diferenciar los productos ofrecidos por una compañía de aquellos ofrecidos por sus competidores en la mente del consumidor”.

Cada uno de los cambios producidos dentro de la demanda turística y la necesidad de generar nuevas estrategias de generación de empleo, en donde (Pulido, 2008) surge dentro de un atractivo el estar acotando significativos modelos de cambios o conocidos como posicionamiento, esto puede ser por diferentes razones para la el lugar elegido es sistemática, física y geológicamente apropiado para convertirse en destino.

De igual manera el posicionamiento consiste en establecer todo lo posible un destino o producto turístico dentro del nicho de mercado, sin tomar en cuenta el lugar sino mas bien estar a consideración de las potencialidades que tiene un determinado sector.

El turismo y los diversos segmentos del mercado incluidos en este sector se presentan como grandes y prometedores sectores económicos para los próximos años. Dentro de ese contexto, el principal objetivo de este estudio fue verificar la presencia o ausencia del concepto y de la práctica del posicionamiento estratégico y cómo este proceso es desarrollado por las agencias de viaje de la ciudad de São Paulo. El proceso de posicionamiento de mercado se inicia con la identificación y

la selección de un mercado o segmento de éste, que represente un potencial de negocio, en el cual puedan ser identificados los competidores y para el cual pueda ser divisada una estrategia de competición. Esto significa, de acuerdo con DiMingo (1988:35), "...saber lo que el mercado quiere y necesita, identificar fortalezas y debilidades de la propia empresa y de los competidores, así como desarrollar habilidades para alcanzar lo que el mercado demanda, de manera más eficiente que el de las empresas competidoras". (Gouvêa & Mori, 2004, págs. 241-242)

Se puede mencionar en base a este concepto que es uno de los más actualizados, que el posicionamiento no es más la percepción que se tiene respecto a un producto por parte de un individuo, y como se refleja esta preferencia sobre los competidores; en un destino turístico, el posicionamiento se mide, según la imagen que el turista tiene sobre ese destino.

## **PERCEPCIÓN**

El acto de recibir, interpretar y comprender a través de la psiquis las señales sensoriales que provienen de los cinco sentidos orgánicos. Es por esto que la percepción, si bien recurre al organismo y a cuestiones físicas, está directamente vinculado con el sistema psicológico de cada individuo que hace que el resultado sea completamente diferente en otra persona. Es, además, la instancia a partir de la cual el individuo hace de ese estímulo, señal o sensación algo consciente y transformable (Definición ABC, 2007).

Entonces con el enfoque turístico y la conceptualización que antecede se puede manifestar que en el turismo el cliente tiene una gran variedad de bienes y servicios que disfrutar, los que deberán causarle experiencias inolvidables y satisfacciones, entonces la percepción juega un rol determinante al momento de tomar una decisión para adquirir bienes y servicios turísticos o simplemente definir donde viajar.

## **Satisfacción**

Es un sentimiento de bienestar o placer cuando se ha colmado un deseo o cubierto una necesidad, además el bienestar que procura alcanzar mediante acciones y hechos dentro de una sociedad. (Venegas, s/f).

## **Formas de Vida**



Las formas de vida son algo definido, no algo en espera de ser determinado. El hecho de que los hombres cuenten, de que hayan escogido a los números para el sistema de reglas que su cohesión social requiere, es en verdad asombroso pero, haciendo a un lado esta cuestión, es claro que las matemáticas han sido concebidas de diferentes maneras a lo largo de la historia (el cero, por ejemplo, es una creación reciente y ¿acaso la gente que carecía de la noción de cero visualizaba las matemáticas como nosotros lo hacemos?), que las matemáticas han desempeñado distintos papeles en diferentes culturas y que su desarrollo ha dependido de cosas aparentemente externas a ellas, como la notación, que no era, sino hasta muy recientemente, universal. (Hunter, 2011).

## **CLIENTE**

Cliente es la persona, empresa u organización que adquiere o compra de forma voluntaria productos o servicios que necesita o desea para sí mismo, para otra persona o para una empresa u organización; por lo cual, es el motivo principal por el que se crean, producen, fabrican y comercializan productos y servicios (Thompson, 2009).

Para el caso del turismo el cliente es el turista que en función de sus preferencias y gustos decide realizar cualquier actividad turística recibiendo un bien o servicio a cambio de un valor en moneda estimado por el oferente.

## **Segmento de Mercado**

Se conoce como segmento de mercado a un proceso el cual consiste en dividir el mercado total de un bien, producto o servicio en varios grupos pequeños e internamente homogéneos, es decir es una estrategia para conocer a los consumidores como elementos decisivos. (León, 2015).

En lo que se refiere al segmento de mercado existe los siguientes aspectos, detallados a continuación

- Accesibilidad
- Sustancialidad
- Accionamiento
- Mensurabilidad

## **DESTINO TURÍSTICO**

Un destino turístico local es un espacio físico en el cual un turista está al menos una noche. Incluye productos turísticos tales como servicios de apoyo, atracciones y recursos turísticos que pueden ser consumidos en un recorrido de ida y vuelta el mismo día. Tiene fronteras físicas y administrativas que definen su gestión, e imágenes y percepciones que definen su posicionamiento en el mercado. Los destinos locales incorporan varios agentes entre los cuales se incluye la sociedad local y pueden establecer redes que formen destinos mayores (Rodríguez R. , Destinos turísticos, realidad y concepto, 2011).

Un destino turístico es un punto consolidado sobre un territorio específico que posee diferentes factores medioambientales, culturales y socioeconómicos del lugar encaminado a ser destino, de igual manera el impulso de un (...) se lo realiza con factores internos y externos que pueden poseer los habitantes de las zonas (López de Ávila Muñoz & García, s/f).

Espacio geográfico determinado, con rasgos propios de clima, raíces, infraestructuras y servicios, y con cierta capacidad administrativa para desarrollar instrumentos comunes de planificación, que adquiere centralidad atrayendo a turistas mediante productos perfectamente estructurados y adaptados a las satisfacciones buscadas, gracias a la puesta en valor y ordenación de los atractivos disponibles; dotado de una marca y que se comercializa teniendo en cuenta su carácter integral (Valls, 1998, pág. 34).

## **Servicios**

De acuerdo (Gil, 2007) como la acción de brindar las actividades hacia un determinado nicho de mercado, el cual se complementa con las necesidades del turista además de posibilidades de producción que ofrecemos, nos permiten realizar todos los productos a medida para los clientes.

El termino servicios o sector de servicios se ha utilizado y se utiliza muy a menudo para referirse a un conjunto de actividades económicas sumamente heterogéneas. Las actividades de los servicios que pertenecen al sector terciario se suelen definir en un sentido muy general como las actividades que no producen bienes. Entre ellas se encuentran la distribución, el transporte y las comunicaciones, las instituciones financieras, las instituciones financieras y los servicios son muy diferentes unos de otros, puede hacerse una distinción entre los servicios públicos y los privados, los mercantiles o destinados a la venta y los no mercantiles, los servicios destinados a los productores o a las economías domésticas, etc. (González, Del Rio, & Domínguez, s/f).

## **Accesibilidad.-**

La accesibilidad es la relación entre los servicios y los sujetos en la que, tanto unos como otros, contendrían en sí mismos la posibilidad o imposibilidad de encontrarse (Comes, y otros, 2007).

## **COMPETENCIA**

Competencia se refiere a la existencia de un gran número de empresas o personas, las cuales realizan la oferta y venta de un producto (son oferentes) en un mercado determinado, en el cual también existen unos personas o empresas, denominadas consumidores o demandantes, las cuales, según sus preferencias y necesidades, les compran o demandan esos productos a los oferentes la (Subgerencia general Banco de la República, 2015).

En este sentido en la industria turística, la competencia es infinita, los parámetros de selección están dados en función de la experiencia que el turista alcanza en un destino junto a la calidad en los servicios recibidos, el confort, el costo muchas veces, sin embargo ya es una tarea de la percepción que el turista maneja respecto a la decisión de hacer turismo.

### **Producto**

De acuerdo a la descripción desarrollada por el Consejo Federal de Turismo en 1992 donde Fundación Turismo para todos (2004), define como una integración de los recursos naturales como culturales con sus respectivos servicios que justifica el desplazamiento turístico. Es así que el producto turístico tiene su respectiva identificación dentro del mercado turístico para la identificación del turista dentro del mismo.

### **Promoción**

Se lo conoce como sinónimo de ofertar, publicitar y vender de una manera clara y concreta de una información y/o producto en donde se plantea herramientas de comunicación como lo es publicidad, promoción en ventas, relaciones públicas, marketing directo y venta personal útiles el proceso informar, inducir y recordar al público en general los productos que oferta una empresa (Thompson, 2010).

Por su parte (Alfaro, s/f) comenta que la promoción es un Plan Integral de Marketing<sup>1</sup> dado que su elaboración involucra la toma de decisiones sobre los aspectos de mezcla de mercadeo

---

<sup>1</sup>**Plan de Marketing:** es un documento en que se recopila elementos, estrategias, estudios, objetivos, indispensables para delimitar y dar forma a un plan para alcanzar un propósito.

En la actualidad el desarrollo turístico es en territorio una actividad en crecimiento que debe ser tratada con la misma responsabilidad que otras en el área productiva, no solo se necesita tener atractivos y productos para garantizar la visitación turística, o yendo más allá para convertirse en un destino, se necesita control, regulación, planificación y gestión adecuada del turismo a todo nivel, desde el tratamiento de los desechos sólidos, pasando por la transferencia de conocimientos a la planta turística, generando infraestructuras adecuadas, con servicios de calidad y manejo sostenible; realmente un panorama que requiere de decisiones, esfuerzo, compromiso y un gran presupuesto sumado a la técnica.

## **FACTORES PRODUCTIVOS**

Se lo considera como un modelo analítico para determinar el proceso de un sistema productivo concreto, que sirve para optimizar la forma de trabajar en diferentes tipos de empresa, que integra operaciones productivas para determinar la calidad óptima a producir un determinado producto o servicio. (Valencia, Lambán, & Royo, 2014).

A lo largo de la globalización la característica acerca de las múltiples dialécticas frente a la creación del mercado global y de acuerdo una especificación del sector productivo es una llave destinada a la vista estructural del capitalista, (Boisier, 2005), es por eso que cada sector productivo mantiene su forma de llevar acabo su desarrollo dentro de la sociedad.

### **2.6 Hipótesis**

El turismo de sol y playa si es una alternativa de posicionamiento turístico de la Isla San Cristóbal, provincia de Galápagos

### **2.7 Señalamientos de variables**

#### **Variable Independiente:**

Turismo de sol y playa

**Variable Dependiente:**

Posicionamiento turístico

### **CAPÍTULO III**

## METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

### 3.1 Enfoque

El enfoque de la investigación es **cualitativo** dado que trata de conocer las cualidades y criterios acerca de la población de la investigación, al igual que se guía con claridad el proceso que lleva a cabo del lugar en donde se mueve de manera dinámica los hechos y su interpretación (Sampieri, 2010), mediante la aplicación de instrumentos para levantamiento de información, se podrán tener estadísticas que permitan determinar si el tipo de turismo que se plantea será una alternativa de posicionamiento turístico.

Es **cuantitativo** porque presenta un enfoque de proceso secuencial en donde se detalla con datos estadísticos con la finalidad de obtener información concreta y verídica de todos los involucrados dentro de la investigación que permite tener en claro la realidad del problema, además siendo como una manera de interacción entre sujeto y objeto. (Ortiz, 2013, págs. 10-11).

### 3.2 Modalidad básica de la investigación

#### De campo

La presente investigación se la llevo a cabo en la isla San Cristóbal de la provincia de Galápagos que es lugar que ocurren los acontecimientos acerca del turismo de sol y playa, en donde se llega a profundizar la información mediante de la observación directa y visita al territorio con formas de recolección (encuestas, entrevistas), para la obtención de datos claros y verídicos.

#### Documental / Bibliográfica

Se trata de hacer uso material bibliográfico partiendo de un análisis desde diferentes medios sea esto de libros, revistas así como información de páginas web con el objetivo de propagar todas las contextualizaciones que se llevan a cabo como aporte a la investigación.

### **3.3 Nivel de investigación**

En esta investigación se aplicó de la siguiente manera:

#### **Descriptiva:**

Es una forma de puede dar a conocer las necesidades del turismo de sol y playa mediante un análisis acerca de las potencialidades que posea la isla para alcanzar un desarrollo turístico con una economía estable dentro de la actividad turística como su forma de vida.

#### **Exploratorio:**

Esta investigación permite trascender en la recolección de la información, es decir estar presente en el lugar preciso donde se enfatiza la existencia del problema como lo es la carencia del posicionamiento del turismo de sol y playa en la isla San Cristóbal además que requiere de la intervención directa del investigador.

#### **Explicativo:**

Porque permitió conocer en base a información primaria y secundaria los fenómenos y las relaciones entre las variables además de poseer respaldo por parte de autoridades y de los actores turísticos del cantón, para entre todos lograr un posicionamiento favorable del turismo de sol y playa.

### 3.4 Población y muestra

#### 3.4.1. Población

Para efectos de la presente investigación se consideran los turistas nacionales que llegaron al Parque Nacional Galápagos hasta Junio de 2015; que equivale al 31% del total (113.613) de visitas es decir 34.749 turistas. (Observatorio de Galápagos, 2015).

#### 3.4.2. Muestra

Para el cálculo de la muestra el investigador procedió a aplicar una de las fórmulas, la misma que permitió manejar de una manera más adecuada los datos a ser obtenidos de la población sin que esta pierda sus características particulares.

$$n = \frac{Z^2 P Q N}{(N-1)e^2 + Z^2 P Q}$$
$$n = \frac{34749 * (0,5 * 0,5)}{(34749 - 1) * \frac{0,05^2}{1,96^2} + (0,5 * 0,5)}$$
$$n = \frac{8687,25}{(39448) * \frac{0,0025}{3,84} + (0,25)}$$
$$n = \frac{8687,25}{26,68 + (0,25)}$$
$$n = \frac{8687,25}{25,93}$$
$$n = 335$$



### 3.5 Operalización de las variables

**Variable Independiente:** Turismo de sol y playa

**Tabla 2: Operalización de la variable independiente**

Conceptualización	Categorías o subconceptos	Indicadores	Ítems	Técnicas	Instrumento
<p><b>Turismo de sol y playa:</b> Este segmento del turismo suele asociarse con el <b>ocio</b>, así como con los términos descanso, diversión y entretenimiento, conocidos como las tres S (inglesas): sand, sea, sun. Además, este segmento se ha caracterizado desde siempre por ser el <b>producto estrella</b> dentro del <b>destino turístico</b>.</p>	Ocio	Recursos humanos	¿Cree usted que la Isla San Cristóbal es un territorio adecuado para la oferta de turismo de sol y playa?	Encuesta	Cuestionario estructurado
		Estructura			
		Organización			
	Producto estrella	calidad	¿De acuerdo a su criterio, las playas de la Isla San Cristóbal tienen el potencial para competir con otras cercanas y continentales de mayor afluencia turística?		
		precio			
		presentación			
		utilidad			
	Destino turístico	Atractivo natural	¿Según su criterio, las condiciones climáticas de la Isla San Cristóbal en la provincia de Galápagos, son adecuadas para desarrollar el turismo de sol y playa?		
		Atractivo cultural			
		Accesibilidad			
Servicio					

**Elaborado por:** CRIOLLO, Esteban (2016)

**Variable Dependiente:** Posicionamiento turístico

**Tabla 3: Operalización de la variable dependiente**

Conceptualización	Categorías o subconceptos	Indicadores	Ítems	Técnicas	Instrumento
<p><b>Posicionamiento turístico:</b> es la <b>percepción</b> en la mente de un <b>cliente real o potencial</b> sobre un producto, y cómo esta se refleja en su <b>preferencia</b> sobre los competidores.</p>	Percepción	Servicio percibido Servicio programado Calidad percibida	¿A su criterio los prestadores turísticos de la Isla San Cristóbal, brindan servicios de calidad al turista?	Encuesta	Cuestionario estructurado
	Cliente potencial	Segmento de mercado Interés Retención Costo Referencia	¿Cree usted que el turista que visita la Isla San Cristóbal en la provincia de Galápagos le interesa el turismo de sol y playa?		
	Competidores	Precio Nuevo producto Promociones Descuentos Preferencia: calidad del servicio, satisfacción del cliente	¿Podría la Isla San Cristóbal convertirse en un sitio preferente para el fomento del turismo de sol y playa?		

**Elaborado por:** CRIOLLO, Esteban (2016)

### 3.6 Recolección de Información

Tabla 4: Recolección de Información

Nº	PREGUNTAS BÁSICAS	EXPLICACIÓN
1.	¿Para qué?	Para establecer al turismo de sol y playa como una alternativa para el posicionamiento turístico de la Isla San Cristóbal.
2.	¿De qué personas u objetos?	Del turismo de sol y playa
3.	¿Sobre qué aspectos?	Sobre el posicionamiento turístico de la Isla San Cristóbal
4.	¿Quién o quiénes?	Jorge Esteban Criollo Guerrero
5.	¿Cuándo?	Período Abril – Septiembre 2016
6.	¿Dónde?	En la Isla San Cristóbal, provincia de Galápagos
7.	¿Cuántas Veces?	Una Sola vez
8.	¿Con que Técnicas de Recolección?	Encuestas
9.	¿Con qué Instrumento?	Cuestionarios
10	¿A quiénes?	A los turistas nacionales que visitan el Parque Nacional Galápagos

Elaborado por: CRIOLLO, Esteban (2016)

### 3.7 Plan de procesamiento de información

Para el proceso y análisis de información será procesada de la siguiente manera:

- Revisión crítica de la información recogida, es decir limpieza de la información contradictoria, incompleta, no pertinente, etc.
- Clasificación, filtración, y depuración de la información
- Tabulación, revisión, análisis y diseño de resultados obtenidos.

### 3.8 Análisis e interpretación de resultados

Análisis de resultado estadístico

Interpretación de resultados

Comprobación de hipótesis

## CAPÍTULO IV

### ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

#### 4.1 Análisis e interpretación de resultados

##### 4.1.1.1. Atractivos turísticos de la Isla San Cristóbal

La Isla San Cristóbal, como destino turístico de Galápagos, presenta un conjunto de atractivos que se encuentran en sintonía con los mismos integrales de toda la provincia, para las autoridades locales estos atractivos se encuentran conservados, manejados y gestionados adecuadamente cumpliendo las políticas públicas locales y otras externas, que buscan preservar todo el territorio insular.

Según el (GAD San Cristóbal, 2012, pág. 15) en esta isla, existen diecisiete sitios de visita autorizados por la Dirección del Parque Nacional Galápagos (DPNG), mismos que deben cumplir determinadas regulaciones tanto legales como de infraestructura para recibir a los turistas.

**Tabla 5: Atractivos Turístico de la Isla San Cristóbal**

Sitio de visita	Terrestre	Marino	Categoría DPNG
Cerro brujo	1		Intensivo Natural
Galapaguera Semi-natural	1		
Punta Pitt	1		Intensivo Manejado
Isla Lobos		1	
León Dormido		1	
Cerro Las Tijeras	1		
Jardín de las Opuntias	1		Intensivo Cercano
Laguna El Junco	1		
Puerto Grande		1	

Playa Ochoa		1	
Playa Baquerizo		1	
La Lobería	1		Recreacional
Punta Carola	1		
Manglecito		1	
Puerto Chino		1	
Centro de interpretación	1		
Centro de Crianza de Tortugas Terrestres	1		Cultural-educativo
Jacinto Gordillo			
TOTAL	10	7	5

**Fuente:** Observatorio de Turismo Galápagos (2017)

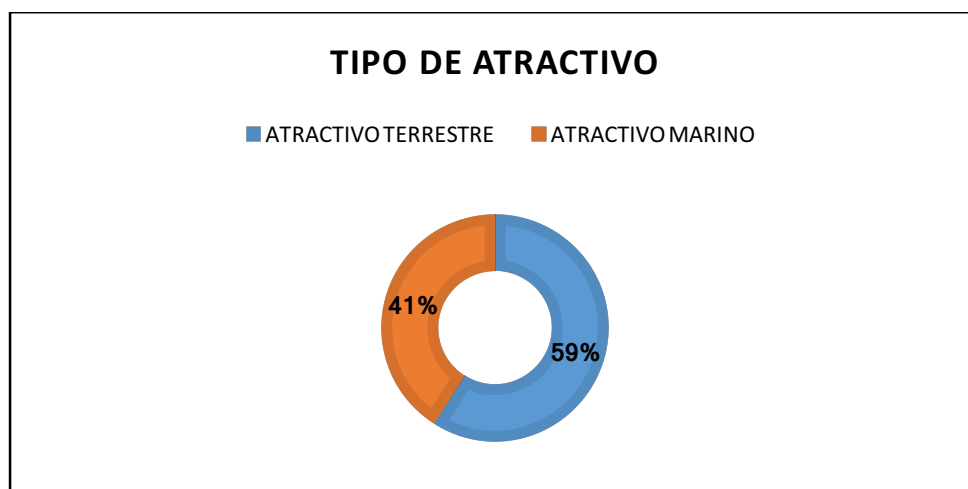
**Elaborado por:** CRIOLLO, Esteban (2016)

### **Análisis**

De los sitios de visita establecidos por la Dirección del Parque Nacional Galápagos se han identificado diecisiete, de ellos, 10 son de tipo terrestre y siete de tipo marino, cada uno cumpliendo las normas establecidas por las instituciones pertinentes bajo las condiciones de ser parte de las reservas protegidas y patrimonio de la humanidad.

Para motivos de gestión y manejo adecuado de los atractivos, así como de los visitantes y turistas, se han determinados que los sitios de visita se encuentren identificados en cinco categorías, así se tiene que: en la categoría intensivo natural se encuentran dos atractivos, en la categoría intensivo manejado tres atractivo, en la categoría intensivo cercano tres atractivos, en la categoría de recreación siete atractivos y en la última categoría que es cultural educativa dos sitios de visita.

**Gráfico 6: Tipo de Atractivo**



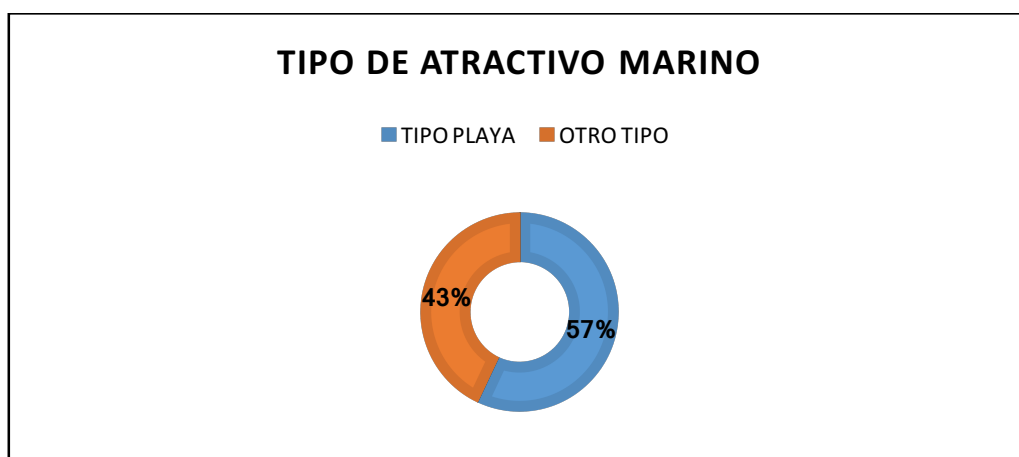
**Fuente:** Observatorio de Turismo Galápagos (2017)

**Elaborado por:** CRIOLLO, Esteban (2016)

**Análisis**

Como se puede observar, de los diecisiete atractivos o sitios de visita establecidos por la dirección del Parque Nacional Galápagos, el 59% corresponde a sitios terrestres, mientras que el 41% corresponde a sitios de visita marinos.

**Gráfico 7: Tipo de Atractivo Marino**



**Fuente:** Observatorio de Turismo Galápagos (2017)

**Elaborado por:** CRIOLLO, Esteban (2016)

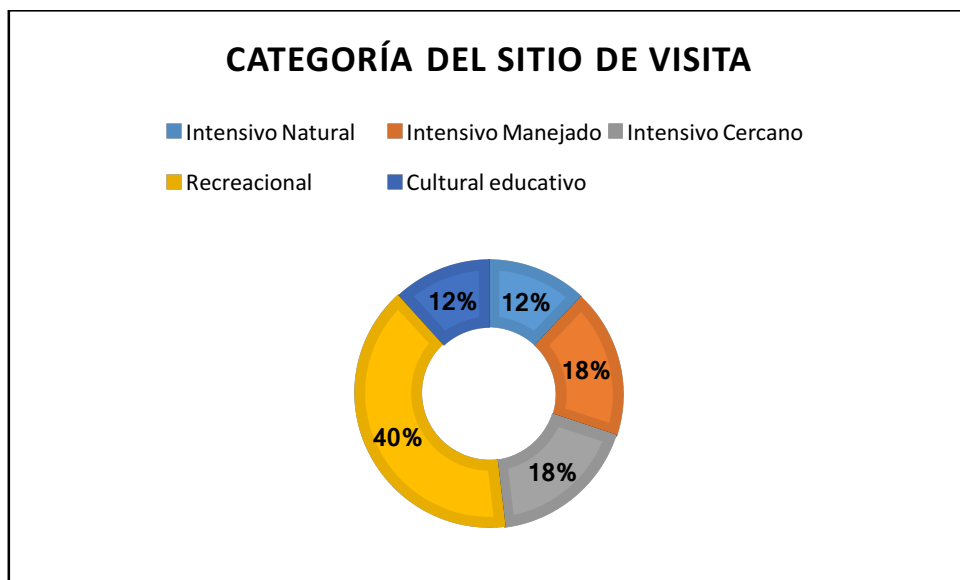
## Análisis

Del total de sitios de visita de tipo marino, se refleja en la gráfica que el 57% corresponde a tipo playa apta para la interacción del ser humano y la práctica de este tipo de turismo sol y playa; cada uno responde a normativas generadas para la sostenibilidad de las actividades y para la conservación de los ecosistemas y es manejado por los operadores turísticos.

## Interpretación

La Isla San Cristóbal posee características naturales potenciales para desarrollar el turismo, si bien es cierto la vocación de Galápagos como tal es el Ecoturismo, sin embargo manteniendo los estándares de calidad, así como enmarcado en los lineamientos de regulación y control se puede fortalecer el turismo de sol y playa considerando que cuatro del total de atractivos son playas. El intentar posicionar a San Cristóbal a partir de una nueva oferta turística de sol y playa, generaría nuevas oportunidades de inversión así como de emprendimiento en los habitantes del cantón, dinamizando la economía aún más.

**Gráfico 8: Categoría del Sitio de Visita**



**Fuente:** Observatorio de Turismo Galápagos (2017)

**Elaborado por:** CRIOLLO, Esteban (2016)

## **Interpretación**

La matriz correspondiente a sitios de visita, ha sido categorizada por la Dirección del Parque Nacional Galápagos en 5 categorías, lo que permite que se pueda desarrollar un manejo y gestión sostenible de los atractivos, así se menciona que, según la gráfica, predomina la categoría de sitios de recreación con un 40%; seguido de las categorías intensivo cercano e intensivo manejado cada una con un porcentaje del 18%; finalmente con el 12% se encuentran las categorías cultural educativo e intensivo natural.

Dentro de este 40% se encuentran el 57% de playas en las que se puede desarrollar una oferta para turistas con el perfil de sol y playa cumpliendo las normativas del Parque Nacional Galápagos.

En el territorio, existen otros atractivos turísticos que pueden permitir el desarrollo del encadenamiento de nueva oferta turística tales como haciendas, casas de descanso, miradores, cafetales, entre otros, que ofrecen la modalidad de ecoturismo; a la actualidad el Parque nacional Galápagos se encuentra analizando y valorando la posibilidad de aperturar dos sitios nuevos de visita que son: Playa norte de Cerro Brujo y La Tortuga.

### **4.1.1.2. Planta Turística**

Para desarrollar este segundo análisis el investigador genera una serie de estadísticas en base a información secundaria tomada del (Ministerio de Turismo Ecuador, 2015, págs. 7-11).

Para ello es fundamental manifestar que los análisis propuestos se han generado realizando un análisis respecto a cada variable y su relación lógica entre la estadística provincial y la particularidad del cantón San Cristóbal.

#### **A. Alojamiento**

Las estadísticas que hace mucho tiempo se han manejado desde la institución rectora el Ministerio de Turismo del Ecuador demuestran que la principal actividad turística en el país es el Alojamiento, lo que genera que la economía local se



dinamice y sobre todo se aporte al desarrollo a partir de la generación de empleo, inversión y emprendimiento de la población local.

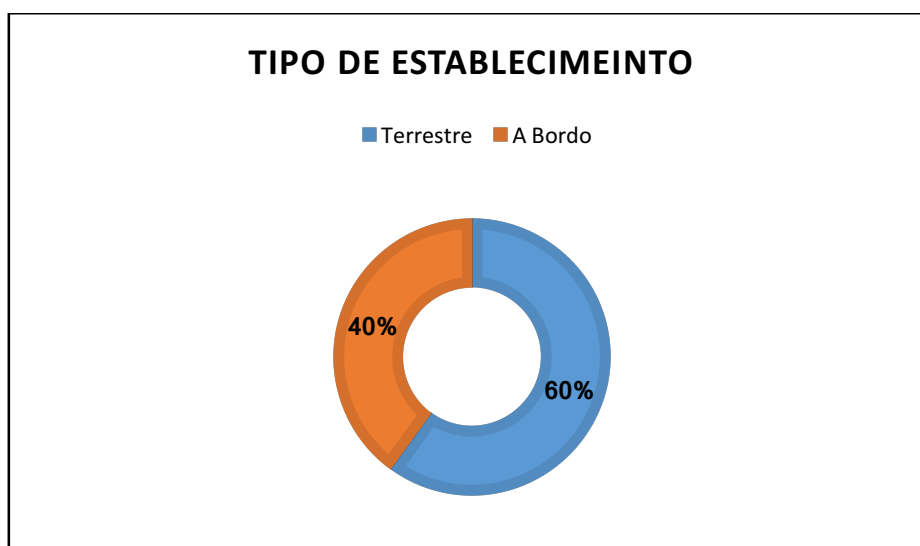
**Tabla 6: Alojamiento - Establecimientos Turísticos**

Nro. Establecimientos Galápagos	Tipo	Nro. Establecimientos	Plazas	Habitaciones
<b>183</b>	Terrestre	109	3623	1613
	A bordo	74	1740	0

**Fuente:** Observatorio de Turismo Galápagos (2017)

**Elaborado por:** CRIOLLO, Esteban (2016)

**Gráfico 9: Alojamiento - Tipo de Establecimiento**



**Fuente:** Observatorio de Turismo Galápagos (2017)

**Elaborado por:** CRIOLLO, Esteban (2017)

### **Análisis**

Se identifican en el territorio ciento ochenta y tres establecimientos de alojamiento y se reconocen de dos tipos el 60% corresponden a alojamiento de tipo terrestre y el 40% restante corresponden a alojamientos de tipo a bordo.

### **Interpretación**

Si se consideran los 109 establecimientos de alojamiento en tierra, suman en total 3623 plazas (camas) distribuidas en 1613 habitaciones, por lo que se evidencia que existe un número importante de turistas que pernoctan en el destino y por otro lado que es una actividad turística fuerte respecto a otras en el territorio; sin embargo

hay que generar espacios locales para mantener o mejorar aspectos de calidad en el servicio, y tomar previsiones para generar sostenibilidad a todo nivel.

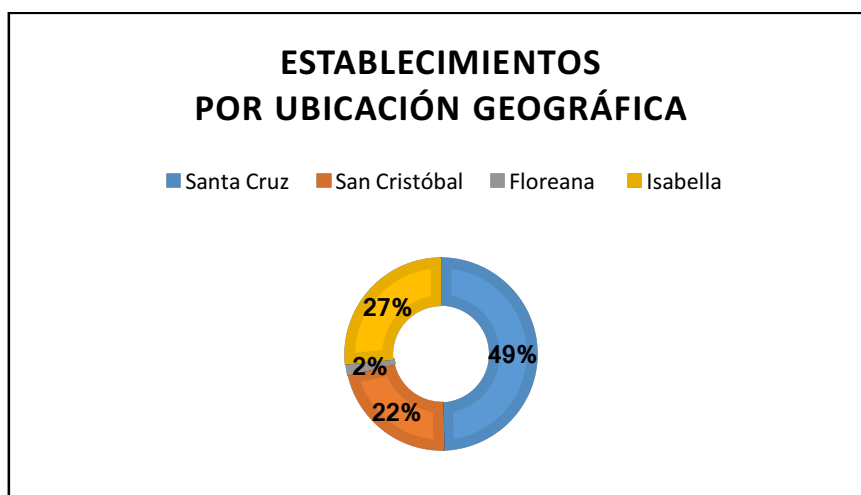
**Tabla 7: Establecimientos de Alojamiento por ubicación**

ESTABLECIMIENTOS DE ALOJAMIENTO POR UBICACIÓN	
Ubicación	Nro. Establecimientos
Santa Cruz	54
San Cristóbal	24
Floreana	2
Isabela	29
TOTAL	109

**Fuente:** Observatorio de Turismo Galápagos (2017)

**Elaborado por:** CRIOLLO, Esteban (2017)

**Gráfico 10: Alojamiento - Establecimiento por ubicación geográfica**



**Elaborado por:** CRIOLLO, Esteban (2016)

## Análisis

Considerando todos los destinos de la región Insular, se tiene que los establecimientos en función de la ubicación se presentan en Santa Cruz el 49%, Isabela 27%, San Cristóbal 22% y Floreana 2%.

### Interpretación

Santa Cruz, es el destino que posee mayor número de establecimientos de alojamiento en tierra, por ende mayor visitación turística posee, existen 27% de diferencia respecto a San Cristóbal, esto nos permite reflexionar dos aspectos, el primero que la oferta turística es limitada o que la competencia maneja mejores criterios de posicionamiento turístico.

**Tabla 8: Habitaciones por ubicación geográfica**

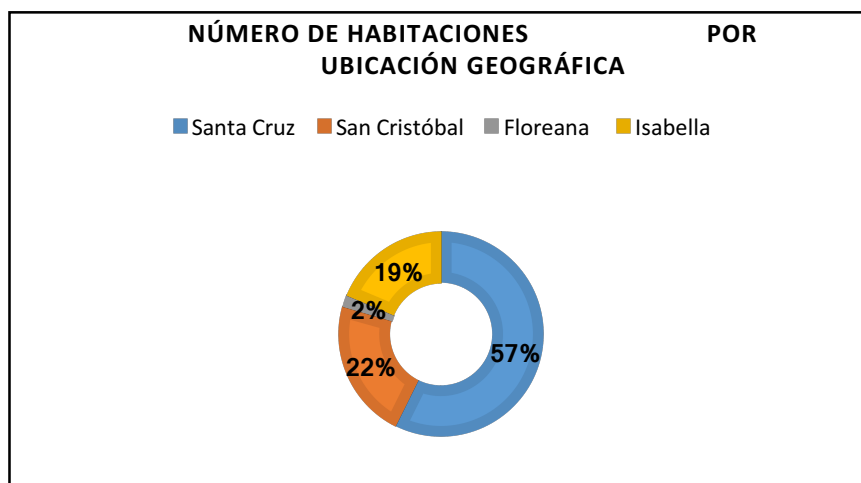
<b>HABITACIONES POR UBICACIÓN GEOGRÁFICA</b>	
Ubicación	Nro. Habitaciones
Santa Cruz	925
San Cristóbal	355
Floreana	31
Isabela	302
TOTAL	1613

**Fuente:** Observatorio de Turismo Galápagos (2017)

**Elaborado por:** CRIOLLO, Esteban (2017)

**Gráfico 11: Número de Habitantes por ubicación geográfica**

**Fuente:**



Observatorio de Turismo Galápagos (2017)

**Elaborado por:** CRIOLLO, Esteban (2016)

### Análisis

Santa Cruz cuenta con el 57% de habitaciones, San Cristóbal con el 22%, Isabela con el 19% y Floreana con el 2%.

### Interpretación

Si se hace relación entre las dos últimas variables, pese a que San Cristóbal se encuentra en tercer lugar respecto al número de establecimientos de alojamiento, es la segunda que posee mayor número de habitaciones, lo que representa una fortaleza del territorio ante la competencia, que debe ser aprovechado mediante inversión y emprendimiento.

### B. Alimentación y Bebidas

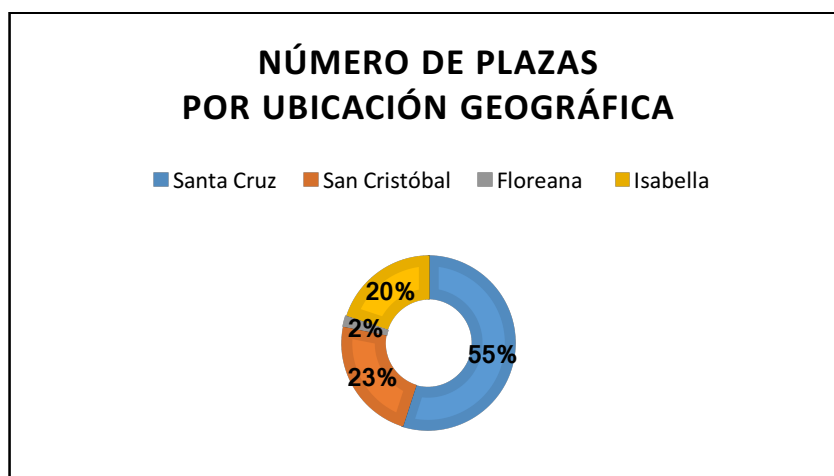
**Tabla 9: Alimentación y Bebidas - Plazas por ubicación geográfica**

<b>PLAZAS POR UBICACIÓN GEOGRÁFICA</b>	
<b>Ubicación</b>	<b>Nro. Plazas</b>
Santa Cruz	1990
San Cristóbal	840
Floreana	72
Isabela	721
<b>TOTAL</b>	<b>3623</b>

**Fuente:** Observatorio de Turismo Galápagos (2017)

**Elaborado por:** CRIOLLO, Esteban (2016)

**Gráfico 12: Alimentación y Bebidas - Número de plazas por ubicación geográfica**



**Fuente:** Observatorio de Turismo Galápagos (2017)

**Elaborado por:** CRIOLLO, Esteban (2016)

### Análisis

Respecto a las plazas por ubicación, Santa Cruz presenta el 55%, San Cristóbal el 23%, Isabela 20% y Floreana 2%.

### Interpretación

La competencia inmediata le lleva 32% de incremento de plazas, esto implica que deben mejorar los servicios ofertados y todo el sistema turístico para que sea más atractivo para el turista, el rol de la empresa privada es fundamental, pues deben generar movimiento, inversión y posicionamiento.

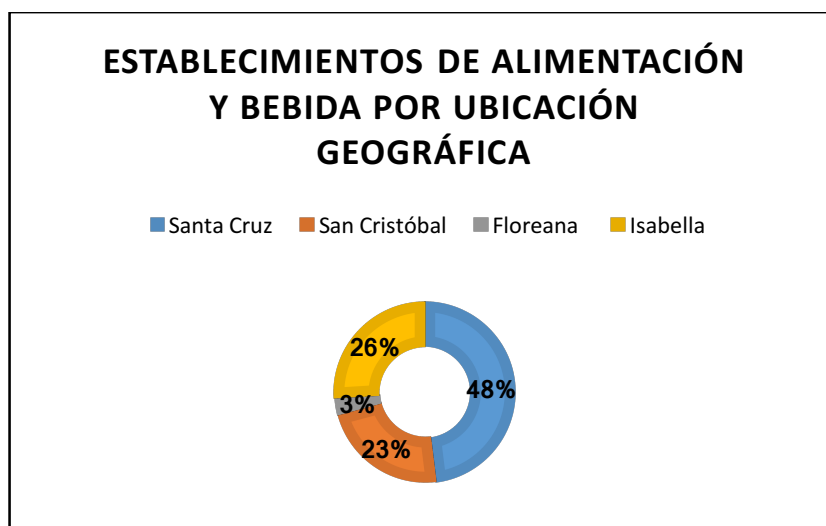
**Tabla 10: Establecimientos de Alimentos y Bebidas**

Establecimientos de Alimentación y Bebidas		
Ubicación	Nro. Establecimientos	Nro. Plazas
Santa Cruz	61	5659
San Cristóbal	29	
Floreana	4	
Isabela	33	
<b>TOTAL</b>	<b>127</b>	<b>5659</b>

Fuente: Observatorio de Turismo Galápagos (2017)

Elaborado por: CRIOLLO, Esteban (2016)

**Gráfico 13: Establecimientos de alimentación y bebidas por ubicación geográfica**



Fuente: Observatorio de Turismo Galápagos (2017)

Elaborado por: CRIOLLO, Esteban (2016)

## **Análisis**

En los establecimientos de Alimentación y bebidas, se tiene que Santa Cruz presenta el 48%, Isabela el 26%, San Cristóbal 23% y Floreana el 3%.

## **Interpretación**

Los datos obtenidos permiten identificar que San Cristóbal no ha generado aún una oferta nocturna que permita que el turista pueda disfrutar y relajarse en este tipo de emprendimientos, claramente se observa que la competencia lleva una ventaja de 25%, es un indicador importante que debe procurarse en el territorio de investigación transformarla en fortaleza.

### **C. Agencias de Viaje**

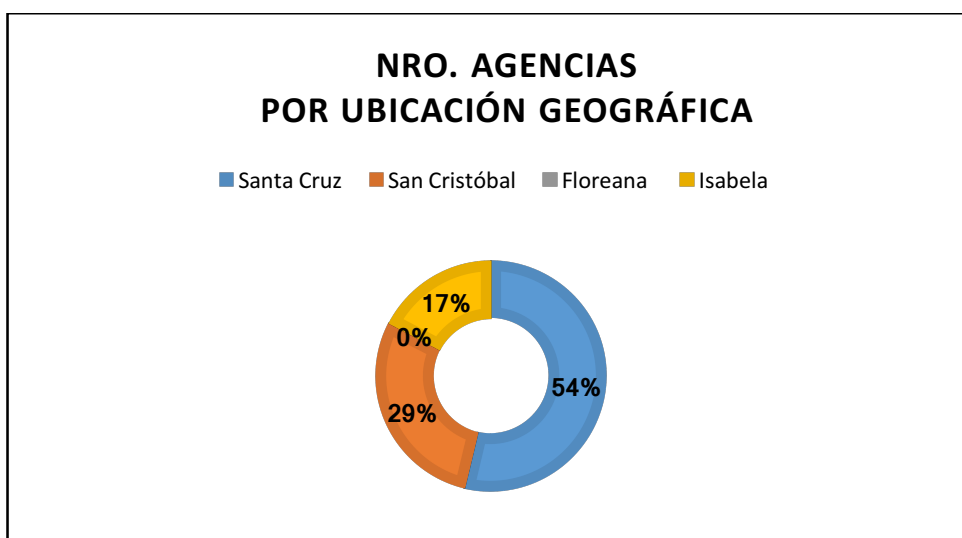
**Tabla 11: Agencia de Viaje**

<b>Agencias de Viaje</b>	
<b>Ubicación</b>	<b>Nro. Agencias</b>
<b>Santa Cruz</b>	65
<b>San Cristóbal</b>	35
<b>Floreana</b>	0
<b>Isabela</b>	21
<b>TOTAL</b>	<b>121</b>

**Fuente:** Observatorio de Turismo Galápagos (2017)

**Elaborado por:** CRIOLLO, Esteban (2016)

**Gráfico 14: Agencia de viaje - Nros de Agencias por ubicación geográfica**



**Fuente:** Observatorio de Turismo Galápagos (2017)

**Elaborado por:** CRIOLLO, Esteban (2017)

### **Análisis**

Este tipo de actividad turística se lo puede encontrar en el 75% del territorio insular, así en Santa Cruz con el 54%, San Cristóbal 29% e Isabela 17%.

### **Interpretación**

Si se observa el total 121, es un indicador que hace pensar que hay una alta competencia e incluso se puede deducir que se ha saturado el mercado turístico, esta saturación debe generar reflexión en los inversionistas para dinamizar el mercado.

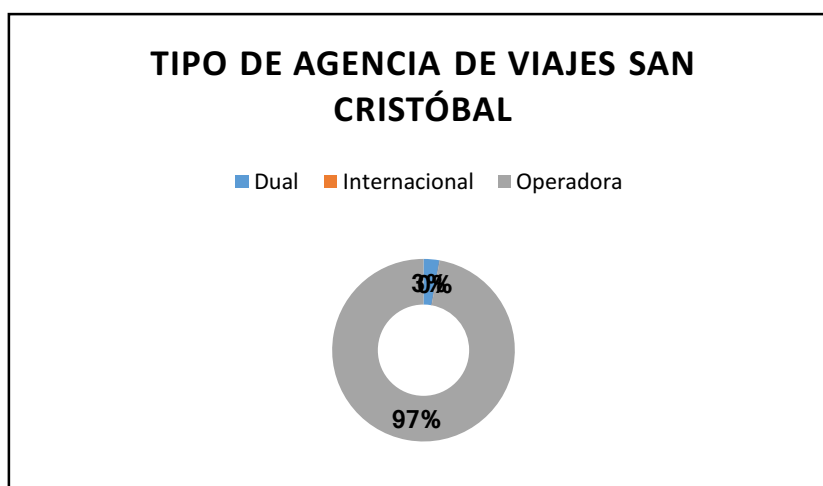
**Tabla 12: Agencia de Viaje San Cristóbal**

<b>Agencias de Viaje San Cristóbal</b>	
<b>Tipo</b>	<b>Nro. Agencias</b>
<b>Dual</b>	1
<b>Internacional</b>	0
<b>Operadora</b>	34
<b>TOTAL</b>	<b>35</b>

**Fuente:** Observatorio de Turismo Galápagos (2017)

**Elaborado por:** CRIOLLO, Esteban (2017)

**Gráfico 15: Tipo de Agencia de Viajes San Cristóbal**



**Fuente:** Observatorio de Turismo Galápagos (2017)

**Elaborado por:** CRIOLLO, Esteban (2017)

### **Análisis**

En San Cristóbal, se tiene que el 97% corresponde Operadoras de turismo, el 3% tipo dual, 0% en el tipo internacional.

### **Interpretación**

Se denota una competencia importante dentro del mismo territorio, que trae a mediano y largo plazo problemas en el mercado, lucha por turistas y por otro lado innovación para captar turistas, utilización de TIC's y al no haber ninguna de tipo internacional genera ingresos para la población local.

### **D. Transporte Turístico**

**Tabla 13: Transporte Público**

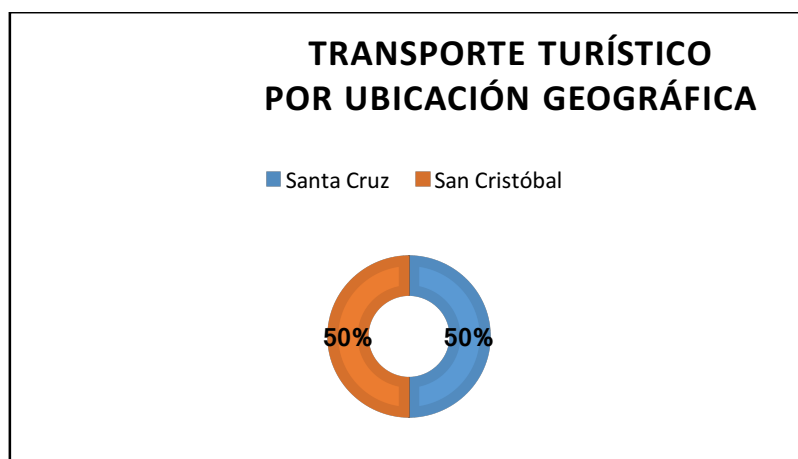
<b>Transporte Turístico</b>		
<b>Ubicación</b>	<b>Nro. Agencias</b>	<b>Plazas</b>
<b>Santa Cruz</b>	3	284
<b>San Cristóbal</b>	3	
<b>Floreana</b>	0	
<b>Isabela</b>	0	
<b>TOTAL</b>	<b>6</b>	<b>284</b>

**Fuente:** Observatorio de Turismo Galápagos (2017)

**Elaborado por:** CRIOLLO, Esteban (2017)



**Gráfico 16: Transporte Turístico por ubicación geográfica**



**Fuente:** Observatorio de Turismo Galápagos (2017)

**Elaborado por:** CRIOLLO, Esteban (2017)

### **Análisis**

Respecto al transporte turístico solo se lo identifica en el 50% del territorio insular y se halla repartida en igual porcentaje 50% entre Santa Cruz y San Cristóbal.

### **Interpretación**

Si se considera el alto flujo turístico en las Islas Galápagos respecto a las plazas de transporte (284), se genera una demanda insatisfecha, por lo que se presenta como una oportunidad para el territorio de San Cristóbal, por lo tanto es importante motivar al emprendedor para incrementar este indicador.

#### **E. Embarcaciones sin Alojamiento**

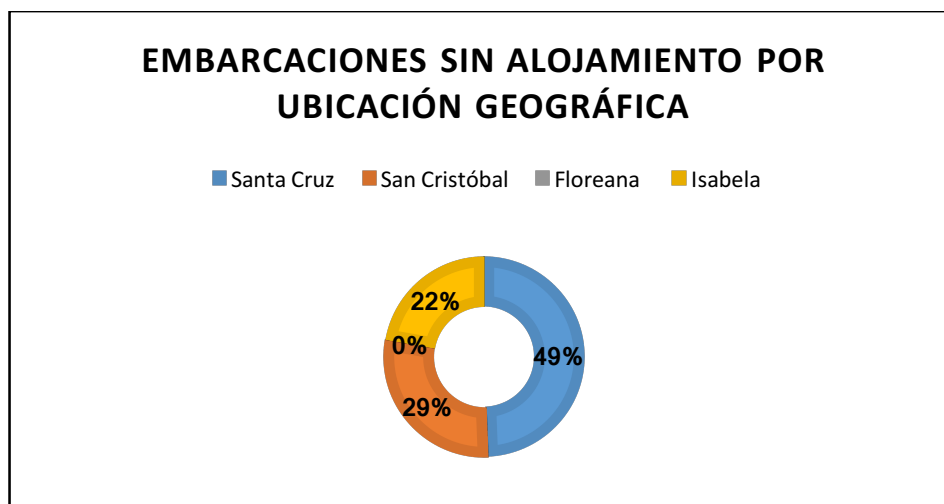
**Tabla 14: Embarcaciones sin Alojamiento**

Embarcaciones sin Alojamiento	
Ubicación	Nro. Embarcaciones
<b>Santa Cruz</b>	40
<b>San Cristóbal</b>	23
<b>Floreana</b>	0
<b>Isabela</b>	18
<b>TOTAL</b>	<b>81</b>

**Fuente:** Observatorio de Turismo Galápagos (2017)

**Elaborado por:** CRIOLLO, Esteban (2017)

**Gráfico 17: Embarcaciones sin alojamiento por ubicación geográfica**



**Fuente:** Observatorio de Turismo Galápagos (2017)

**Elaborado por:** CRIOLLO, Esteban (2016)

### **Análisis**

Se puede identificar en Santa Cruz con el 49%, San Cristóbal 29%, Isabela 22% esta actividad aporta a generar sub actividades como buceo, snorkelling y otras de su tipo, a más de conectar los destinos marítimos, se podrían generar circuitos para incrementar el mercado ante la competencia.

**Tabla 15: Embarcaciones sin Alojamiento**

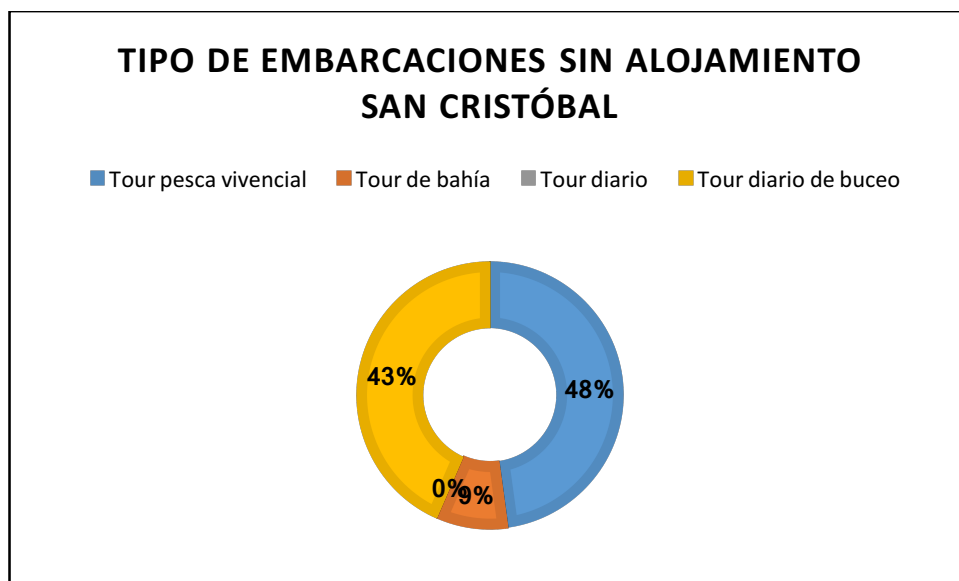
Embarcaciones sin Alojamiento	
Actividad	Nro. Embarcaciones
<b>Tour pesca vivencial</b>	11
<b>Tour de bahía</b>	2
<b>Tour diario</b>	0
<b>Tour diario de buceo</b>	10
<b>TOTAL</b>	<b>23</b>

**Fuente:** Observatorio de Turismo Galápagos (2017)

**Elaborado por:** CRIOLLO, Esteban (2017)

}

Gráfico 18: Tipo de embarcaciones sin alojamiento



**Fuente:** Observatorio de Turismo Galápagos (2017)

**Elaborado por:** CRIOLLO, Esteban (2016)

### **Análisis**

En San Cristóbal se identifican las siguientes actividades para este tipo de embarcaciones 48% tour vivencial, 43% tour diario de buceo y el 9% tour de bahía.

### **Interpretación**

El tour de bahía y diaria, podrían en un futuro fortalecerse para mejorar la oferta turística local, en un trabajo conjunto con las operadoras y el Parque Nacional generar nuevas frecuencias, pues se evidencia un saturamiento en los tour pesca vivencial y de buceo.

### 4.1.1.3. Infraestructura turística

#### A. Servicios básicos

##### Agua

Gráfico 19: Distribución de agua en San Cristóbal

Distribución de Agua en San Cristóbal		
Obtención de Agua	Hogares	Porcentaje
<b>Red pública</b>	1754	90.97%
<b>Carro repartidor</b>	154	7.98%
<b>Grieta/Pozo</b>	5	0.26%
<b>Agua lluvia</b>	16	0.84%
<b>Total</b>	<b>1929</b>	<b>100.00%</b>

Fuente: INEC, Censo de Población y vivienda, 2010

Elaborado por: CRIOLLO, Esteban (2017)

Cabe resaltar que es la única Isla del Archipiélago en poseer una reserva de agua dulce, por lo tanto es la que presenta mayores y mejores indicadores respecto a la dotación de este servicio básico.

Del 100% de viviendas, el 91% recibe el agua a través de la red pública, el 8% mediante carro repartidor y el 1% reciben el líquido vital de grietas o pozos y del agua lluvia.

Como en todo lugar por su geografía se presentan problemas en la distribución, en ciertos lugares el agua es distribuida por horas, lo que causa problemas en el área turística, considerando que están rodeadas de mar.

Desde la gestión pública se hacen los esfuerzos permanentes por mejorar la entrega de este servicio, se construyen plantas de tratamiento, se mejora el sistema de conducción y se generan procesos de concienciación en la población, de manera que no se desperdicie el recurso agua.

El proceso de gestión y manejo del recurso es generado por el GAD municipal San Cristóbal, sin embargo al ser Galápagos una zona de régimen especial, coordina acciones directas con el GAD Provincial y Miduvi especialmente.

## Alcantarillado

Gráfico 20: Sistema de drenaje aguas hervidas – Alcantarillado

Sistemas de Drenaje Aguas Servidas en el Cantón San Cristóbal								
Tipo de servicio higiénico o escusado	Puerto Baquerizo Moreno		El Progreso		Floreana		Total San Cristóbal	
	Casos	%	Casos	%	Casos	%	Casos	%
<b>Conectado a red pública de alcantarillado</b>	1.496	78.94	48	25.67			1.544	72.73
<b>Conectado a pozo séptico</b>	367	19.37	109	58.29	34	82.93	510	24.02
<b>Conectado a pozo ciego</b>	22	1.16	12	6.42	2	4.88	36	1.70
<b>Con descarga directa al mar, rio, lago o quebrada</b>	2	0.11	1	0.53			3	0.14
<b>Letrina</b>	3	0.16	5	5.67			8	0.38
<b>No tiene</b>	5	0.26	12	6.42	5	12.20	22	1.04
<b>Total</b>	1.895	100.00	187	100.00	41	100.00	2.123	100.00

Fuente: Observatorio de Turismo Galápagos (2017)

Elaborado por: CRIOLLO, Esteban (2016)

Para el análisis se consideran seis categorías, la primera a través de la red pública de alcantarillado que cubre el 72,73% del territorio asistiendo a 1544 viviendas; la segunda categoría corresponde a pozos sépticos a los que se conectan 510 viviendas, que representan el 24%; la tercera categoría corresponde a pozos ciegos que se evidencian en 36 viviendas y representa el 1,7%; la cuarta categoría es la descarga directa al mar, rio, lago o quebrada con 3 casos igual al 0,14%; la categoría de letrina con 8 casos igual al 0,38% y 22 casa no tienen drenaje de ningún tipo, es decir el 1%.

Hay que promover dentro del territorio que el 100% de beneficiarios tengan al menos un sistema de desfogue de aguas servidas, es preocupante el 24% de pozos sépticos ya sea por ubicación geográfica, cotas de nivel o falta de presupuesto, debería tratar la administración de mejorar positivamente este indicador, pues si ello siempre estarán presentes problemas sanitarios que de una u otra manera

afectarán al buen desarrollo del turismo, al posicionamiento del destino y al cumplimiento de objetivos y metas institucionales planteadas en el Plan de Desarrollo Sustentable y Ordenamiento Territorial cantonal.

### **Manejo de desechos sólidos**

**Gráfico 21: Manejo de desechos sólidos**

<b>GENERACION DE LOS TIPOS DE RESIDUOS EN SAN CRISTÓBAL</b>		
<b>Orgánicos Kg/día</b>	<b>Reciclaje Kg/día</b>	<b>Rechazo Kg/día</b>
2.168	1.167	1.036
49.6%	26.7%	23.7%

**Fuente:** Observatorio de Turismo Galápagos (2017)

**Elaborado por:** CRIOLLO, Esteban (2016)

Por las características particulares del territorio y adaptándose a la realidad y cumplimiento de normativas, se realiza una recolección de desechos o residuos sólidos diferenciada, las características topográficas y del suelo, no han permitido que se pueda construir una adecuada planta de manejo de desechos, la actual está llegando a su límite máximo.

Como en todo sitio es el ser humano el que no acata las disposiciones y se evidencian ciertos problemas respecto a este servicio básico, se puede mencionar que existe basura en ciertas vías, en ciertos atractivos como las Loberías, en ciertas playas, inconciencia ciudadana latente, los esfuerzos institucionales decaen ante la realidad y finalmente la planta de reciclaje es anti-funcional.

No es dable que en un destino mundial con características únicas y cuyo desarrollo busca ser sostenible, se evidencie esta problemática; sobre todo al momento de fomentar turismo receptivo es imperdonable, ya que por lo general el turista extranjero, tiene una mejor conciencia ambiental, respeta el entorno y viene con una cultura diferente a la del ecuatoriano.

Según datos del (Gad Municipal San Cristóbal, 2012, pág. 146) el 92% de los desechos sólidos son generados por el ser humano que vive en la zona urbana y rural, mientras que el 8% es generado por las embarcaciones de turismo y por el sector comercial.

Los tipos de residuos recolectas por días en kilogramos son los siguientes: 49% orgánicos, 27% reciclable y el 24% de carácter inutilizable (rechazo), finalmente son tratados, embalados, empaquetados y enviados al continente para su manejo adecuado.

## Energía eléctrica y Alumbrado Público

**Gráfico 22: Alumbrado eléctrico a nivel cantonal**

Alumbrado Eléctrico a Nivel Cantonal			
Disponibilidad de alumbrado público	Cantón		
	San Cristóbal	Isabela	Santa Cruz
Empresa eléctrica publica	1945	589	3751
Planta eléctrica privada	5		9
Paneles solares	1		17
Vela, candil, mechero, gas	1	3	6
<b>Total</b>	<b>1952</b>	<b>592</b>	<b>3783</b>

**Fuente:** Observatorio de Turismo Galápagos (2017)

**Elaborado por:** CRIOLLO, Esteban (2016)

Este servicio público para su análisis se lo ha estratificado en 5 categorías:

Mediante la Red eléctrica pública con 1945 casos, con planta privada eléctrica con 5 casos, con paneles solares 1 caso y finalmente con vela, candil, mechero, gas con 1 caso, para llegar a un total de 1952 viviendas.

Ya en territorio, el sistema de generación, transmisión y distribución, es manejada por dos empresas CONELEC y ELECGALÁPAGOS. Tanta es la importancia de Galápagos para el mundo que muchas han sido las iniciativas para procurar su conservación, una de ellas las Naciones Unidas, a través de su programa para el desarrollo (PNUD) instaló tres aerogeneradores de 800 KW como parte de un proyecto eólico.

A decir de las instancias correspondientes, el Malecón Charles Darwin, es el sitio mejor dotado de alumbrado público, existen muchos problemas al momento de dotar del servicio a otros centros poblados.

Por lo tanto es responsabilidad del estado a través de sus instituciones correspondientes, responder a las necesidades y cubrir de manera progresiva las necesidades básicas insatisfechas; el riesgo es latente al no tener alumbrado público o tener un servicio deficiente, eso hace que los problemas de inseguridad se ahonden, que los maleantes identifiquen permanentemente los sitios inseguros.

## **B. Conectividad**

### **Aérea**

#### **Aeropuerto**

Según menciona el (Gad Municipal San Cristóbal, 2012, pág. 155) en su Plan de Desarrollo Sostenible y Ordenamiento territorial en el acápite equipamiento cantonal, se hace mención al Aeropuerto como una infraestructura con muchos problemas, sobre todo de infraestructura, malas combinaciones carga/pasajeros, mala gestión de servicio a clientes especialmente en el manejo de equipajes, traslados inter-modales, recientemente se realizó un mantenimiento integral a la pista de aterrizaje por lo que ese encuentra en buenas condiciones.

Se reciben vuelos desde el continente e internacionales, con interconexión y escala, las líneas aéreas que desarrollan esta gestión son TAME y AEROGAL, el aeropuerto se ubica en Baquerizo Moreno y recibe el nombre de Terminal Aérea “San Cristóbal”.

### **Marítimo**

#### **Muelle**

Actualmente esta infraestructura es un muelle eco turístico artesanal para pasajeros y recibe el nombre de “Acuario”, se halla erguido en donde antes se ubicaba el Muelle La Ballena, últimamente ha sido mejorado y ampliado en diecinueve metros hacia el mar.

Dotado de un flotador para que pueda tener una funcionalidad adecuada independientemente cualquiera sea el nivel de la marea, consta de una base o



pantalla de hormigón que tiene la función de servir también como rompeolas y amortiguar el impacto de estas sobre el flotador.

### C. Comunicación

#### Telefonía Fija

**Gráfico 23: Disponibilidad de teléfono convencional**

DISPONIBILIDAD DE TELÉFONO CONVESIONAL								
Disponibilidad de teléfono convencional	Puerto Baquerizo Moreno		El Progreso		Floreana		Total San Cristóbal	
	Costo	%	Costo	%	Costo	%	Costo	%
<b>Si</b>	1460	76.4%	163	87.2	20	70.7%	16.52	77.3%
<b>No</b>	450	23.6%	24	12.8%	12	29.3 %	486	22.7%
<b>Total</b>	1910	100%	187	100%	41	100%	2138	100%

**Fuente:** INEC, Censo de Población y vivienda, 2010

**Elaborado por:** CRIOLLO, Esteban (2017)

El servicio de telefonía fija, se vuelve necesario, aún más estando fuera del continente, 2138 casos evaluados determinan que el 77% de las viviendas poseen este servicio público, mientras que el 23% no poseen.

#### Telefonía Móvil

**Gráfico 24: Telefonía Móvil**

DISPONIBILIDAD DE TELEFONO CELULAR								
Disponibilidad de teléfono celular	Puerto Baquerizo Moreno		El Progreso		Floreana		Total San Cristóbal	
	Casos	%	Casos	%	Casos	%	Casos	%
<b>Si</b>	1743	91.3%	148	79.1%	19	46.3%	1910	89.3%
<b>No</b>	167	8.7%	39	20.9%	12	53.7%	228	10.7%
<b>Total</b>	1910	100%	187	100%	41	100%	2138	100%

**Fuente:** INEC, Censo de Población y vivienda, 2010

**Elaborado por:** CRIOLLO, Esteban (2016)

En la actualidad el celular se ha convertido en una herramienta de comunicación indispensable, pues un sin número de aplicaciones acercan al ciudadano a la tecnología y hacen que determinadas cosas sean más fáciles y llevaderas. Así se tiene que de 2138 casos analizados, el 89% tienen acceso a telefonía celular, mientras que el 11% no lo tienen.

### Acceso a Internet

Gráfico 25: Acceso a Internet

ACCESO A INTERNET								
Disponibilidad de internet	Puerto Baquerizo Moreno		El Progreso		Floreana		Total San Cristóbal	
	Casos	%	Casos	%	Casos	%	Casos	%
<b>Si</b>	420	22.0%	7	3.7%	1	2.4%	428	20.0%
<b>No</b>	1490	78.0%	180	96.3%	40	96.6%	1710	10.7%
<b>Total</b>	1910	100%	187	100%	41	100%	2138	100%

Fuente: Observatorio de Turismo Galápagos (2017)

Elaborado por: CRIOLLO, Esteban (2016)

Hay que resaltar que por la ubicación geográfica se vuelve un problema al momento de evaluar el servicio, sin embargo los existentes son de alto coste, sin embargo, se puede evidenciar que de 2138 casos, apenas el 20% posee acceso a internet y el 80% no lo tiene.

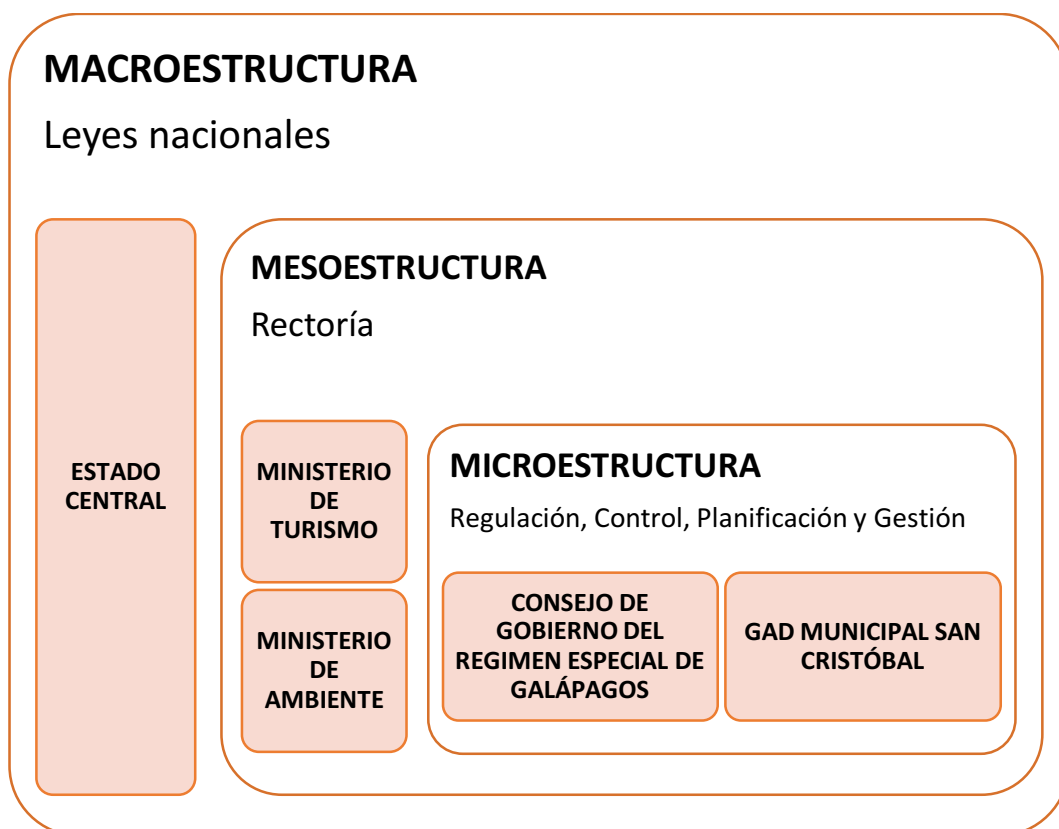
Es fundamental que mediante políticas públicas se pueda generar el incremento de este servicio y que sea de buena calidad, ya que es indudable que el turismo es aliado del internet y una necesidad diaria y básica del cotidiano día.

#### 4.1.1.4. Súper estructura turística

Que es el cuarto elemento dentro del patrimonio turístico de un país o mejor conocido como sistema turístico; en este espacio es donde convergen las iniciativas y se ponen al servicio de la ciudadanía, no obstante es una obligación de los gobiernos autónomos descentralizados generar desarrollo en el marco de las competencias pero planificando adecuadamente y articulando de manera vertical con otros niveles de gobierno pero así también horizontal con los actores de

desarrollo de cada territorio, lo público, lo privado, lo comunitario deben acordar en espacios de socialización, fórmulas para complementar la gestión que desde sus espacios se va creando con el fin de alcanzar los beneficios que en este caso el turismo brinda a partir de su regulación, control, planificación y gestión adecuadas.

**Tabla 16: Leyes Nacionales**



**Fuente:** Observatorio de Turismo Galápagos (2017)

**Elaborado por:** CRIOLLO, Esteban (2017)

La gráfica denota tres niveles dentro de la súper estructura turística, el primero está conformado por el estado central, que es quien genera en los espacios determinados las leyes con las que se desenvolverá la sociedad dentro de un estado.

A partir del año 2008, las reglas de juego cambiaron y es a través de la SENPLADES que se desarrollan procesos de planificación articulados y para ello es necesario la meso estructura que está compuesta por los órganos rectores de la actividad turística (MINTUR) y ambiental (MAE), esto en consideración que por

la característica especial del territorio de Galápagos y la condición de Patrimonio de la Humanidad, debe cumplir el archipiélago.

Finalmente la microestructura, es la que se evidencia casa adentro y es desarrollada por el Consejo de Gobierno del Régimen Especial de Galápagos y el Gobierno Autónomo descentralizado Municipal de San Cristóbal, los mismos que en el cumplimiento de sus funciones y competencias, deben garantizar en cada uno de sus planes de desarrollo y ordenamiento territorial, que se busque el desarrollo sostenible de la actividad turística que es lo que al momento interesa analizar.

Cada uno de ellos con sus propias capacidades de dictar políticas públicas claras que evidencien y solucionen la problemática que se presente, sin embargo no se debe olvidar que los procesos exitosos inician por dos elementos fundamentales, el primero reconocer que se ha hecho mal determinada situación y la segunda garantizar la participación de la ciudadanía y actores sociales en los procesos de desarrollo local.

#### **4.1.1.7. Impacto social del turismo**

Mucho se ha hablado respecto a los impactos del turismo, que sin duda alguna son evidentes a todo nivel, y dependiendo del destino turístico se puede destacar los impactos positivos y los negativos que son una problemática marcada, pues la interacción de lo público, privado, comunitario deben coaccionar, coordinar y generar estrategias que minimicen los impactos negativos para que el destino turístico no se vea amenazado.

A percepción del investigador, el turismo tiene un efecto positivo en las economías, tanto nacionales como locales, gracias a la cadena de valor heterogénea que causa el turismo, muchos gobiernos le han apostado a esta actividad y para muchos también ha pasado de ser una actividad programática a un verdadero eje de desarrollo económico local.

Ecuador está iniciando a pasos agigantados su incursión turística, con grandes inversiones y merced a importantes y maravillosos destinos turísticos de jerarquía

cuatro que lo ponen en la palestra turística mundial, sin embargo hay mucho que hacer aún para hablar de desarrollo económico en base del turismo.

En este apartado se analizan las estadísticas proporcionadas por el observatorio turístico de Galápagos, así se tiene lo siguiente:

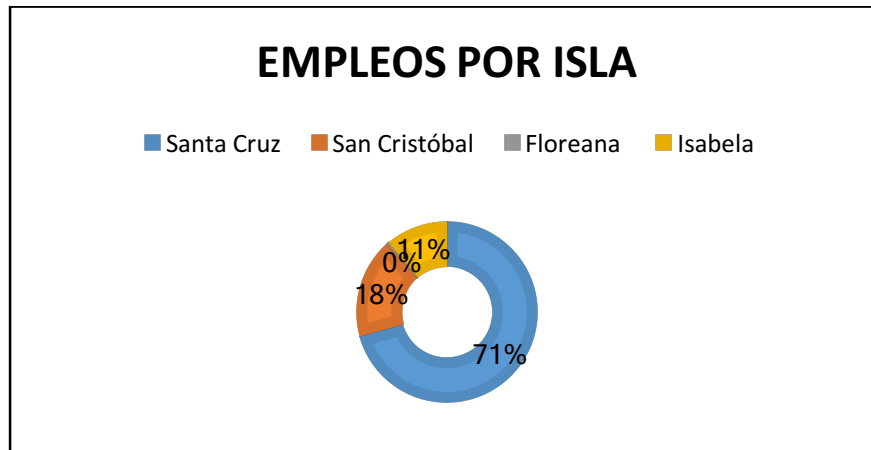
**Tabla 17: Concentración de empleos por isla**

<b>Concentración de empleos por Isla</b>	
<b>Ubicación</b>	<b>Nro. Empleos</b>
Santa Cruz	2046
San Cristóbal	512
Floreana	15
Isabela	321
<b>TOTAL</b>	<b>2894</b>

**Fuente:** Observatorio de Turismo Galápagos (2017)

**Elaborado por:** CRIOLLO, Esteban (2017)

**Gráfico 26: Empleos por Isla**



**Fuente:** Observatorio de Turismo Galápagos (2017)

**Elaborado por:** CRIOLLO, Esteban (2016)

## **Análisis**

La concentración de empleos en Galápagos, se encuentra liderada por Santa Cruz con un 71%, seguida de San Cristóbal con el 18% e Isabela con el 11%.

### **Interpretación**

En San Cristóbal debe generarse una estrategia mejor que permita masificar el empleo en función de la actividad turística soportado por la característica como tal que tiene Galápagos.

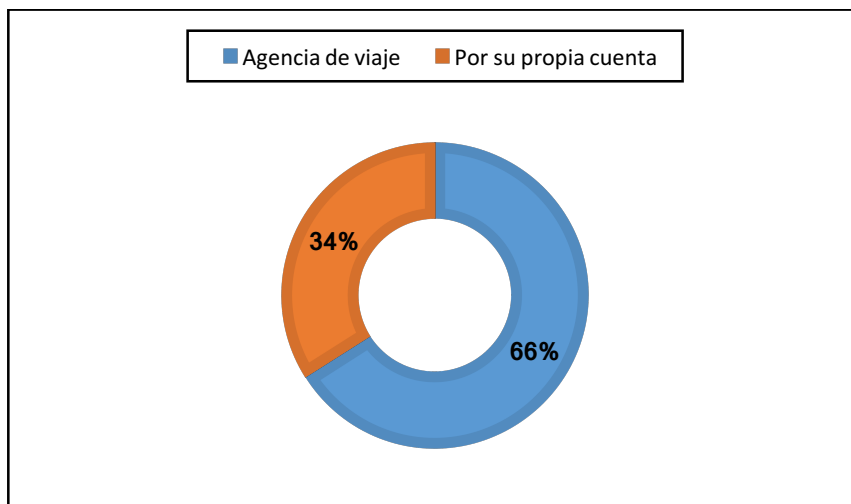
#### **4.1.2. Objetivo 2: Identificar los tipos de turismo y las condiciones del servicio ofertados en la Isla San Cristóbal.**

Para el desarrollo del presente objetivo, se analizan en tres fases, la primera instancia datos recogidos según (GADM San Cristóbal, 2012), así se tiene:

##### **A. Caracterización del Turista**

##### **Modalidad de Viaje**

**Gráfico 27: Modalidad de viaje**



**Fuente:** Observatorio de Turismo Galápagos (2017)

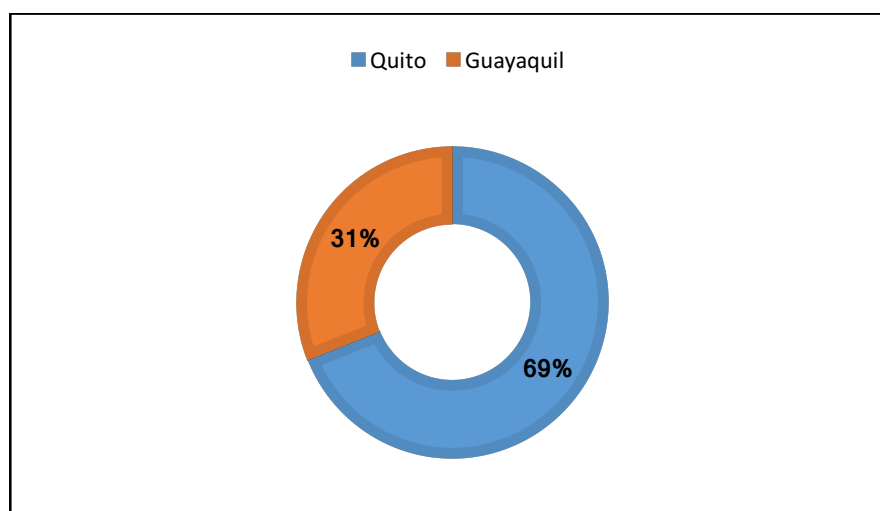
**Elaborado por:** CRIOLLO, Esteban (2016)

### **Interpretación**

Por las características especiales que tiene Galápagos y su ubicación geográfica, considerando los turistas tanto ecuatorianos como extranjeros, la mayoría prefiere visitar Galápagos mediante una Agencia de viajes, de manera tal que prefieren programar su visita. La minoría que representa el 34% lo hace sin utilizar los servicios de una Agencia, es decir por su propia cuenta y riesgo, tiene la capacidad de elegir los servicios turísticos que desea, así como a realizar actividades por lo que es una oportunidad de una oferta posible de sol y playa.

### **Aeropuerto de Procedencia**

**Gráfico 28: Aeropuerto de Procedencia**



**Fuente:** Observatorio de Turismo Galápagos (2017)

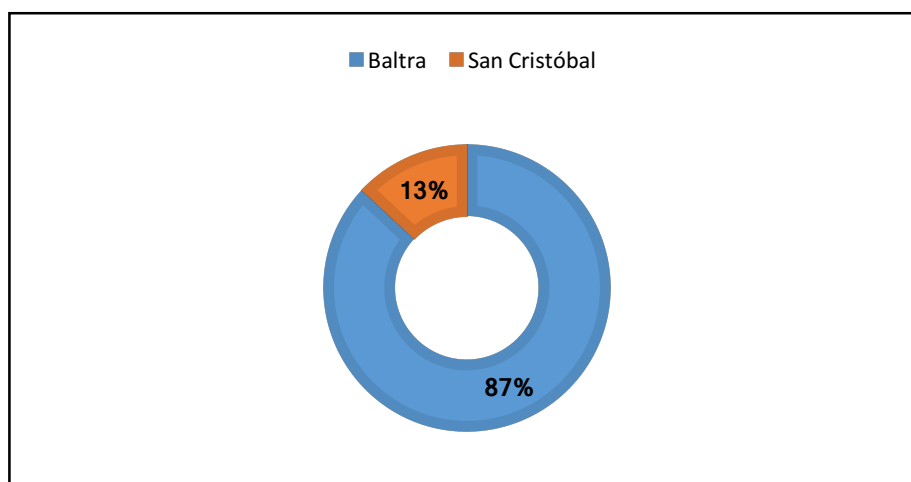
**Elaborado por:** CRIOLLO, Esteban (2016)

### **Interpretación**

Una vez que los turistas nacionales tanto con extranjeros, se encuentran en territorio continental, se desplazan a Galápagos desde Quito en un 69% y desde Guayaquil el 31%, esta variable no afecta a la investigación en función del perfil del turista ya que independientemente del aeropuerto, se debe garantizar servicios de calidad y una oferta de sol y playa atractiva para que pueda ser consumida y satisfecha.

### **Aeropuerto de Ingreso Insular**

**Gráfico 29: Aeropuerto de Ingreso Insular**



**Fuente:** Observatorio de Turismo Galápagos (2017)

**Elaborado por:** CRIOLLO, Esteban (2016)

### **Interpretación**

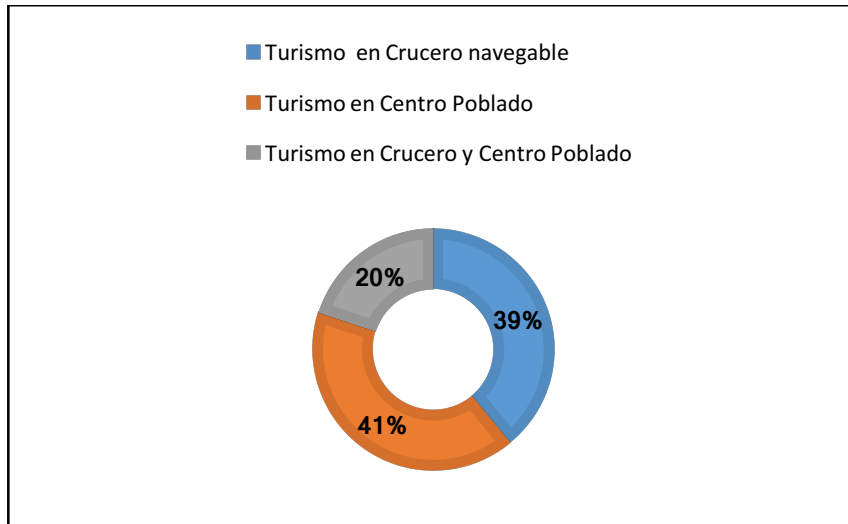
Parte de la infraestructura turística de las Islas Galápagos, son los aeropuertos, que son en número de dos, el uno ubicado en la Isla de Baltra por donde ingresan a la Isla el 87% de los turistas y el otro el aeropuerto de San Cristóbal por donde ingresan a penas el 13%, esta estadística es de importancia para la investigación ya que será importante fortalecer las estrategias promocionales para provocar que mediante una oferta turística atractiva el turista visite primero San Cristóbal.

### **B. Tipos de Turismo**

Dentro del Plan de ordenamiento territorial de San Cristóbal, se determinan tres tipos de turismo en Galápagos:



**Gráfico 30: Tipos de Turismo**



**Fuente:** Observatorio de Turismo Galápagos (2017)

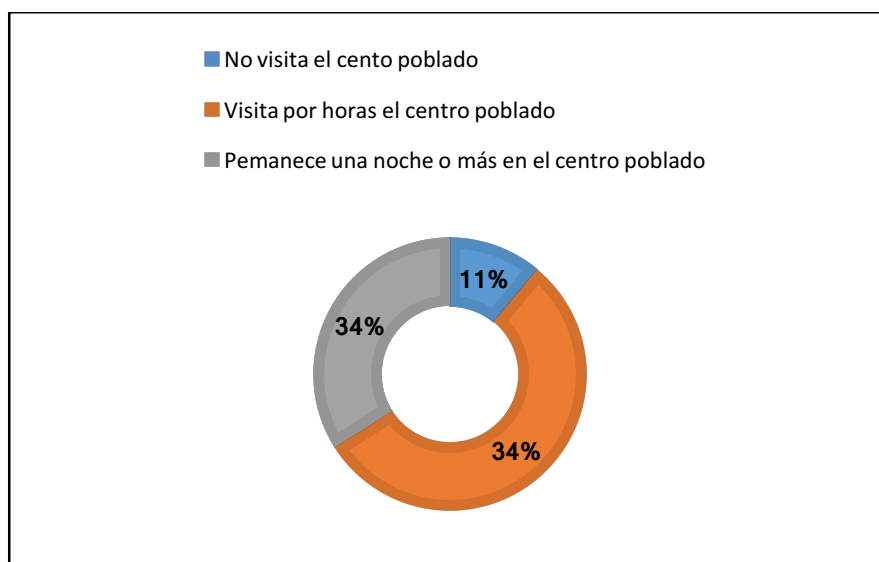
**Elaborado por:** CRIOLLO, Esteban (2016)

### **Interpretación**

El tipo de turismo dominante en la Isla es el turismo en centros poblados con el 41%, seguido del turismo en crucero navegable con el 39% y finalmente el de turismo en cruceros y centros poblados. Esta estadística es fundamental para el desarrollo de la investigación, especialmente en la fase de propuesta, ya que la oferta de sol y playa se debe generar para el turista que hace turismo en el centro poblado, pues el turismo en crucero tiene actividades definidas que pueden dejar de lado la oferta de playa.

### **Comportamiento de la visita**

**Gráfico 31: Comportamiento de la visita**



**Fuente:** Observatorio de Turismo Galápagos (2017)

**Elaborado por:** CRIOLLO, Esteban (2016)

Esta estadística tiene relación directa con el tipo de turismo que realizan quienes visitan Galápagos, el 11% permanece a bordo del crucero no visita el centro poblado, mientras que el 34% lo visita por horas, finalmente el 34% permanece una noche o más; para la investigación es importante captar mediante estrategias los dos tipos de turismo que representan juntos el 89% de la demanda.

### C. Cuestionario a Turistas nacionales respecto al destino San Cristóbal y calidad de servicio

**Pregunta 1** ¿Cree usted que la Isla San Cristóbal es un territorio adecuado para la oferta de turismo de sol y playa?

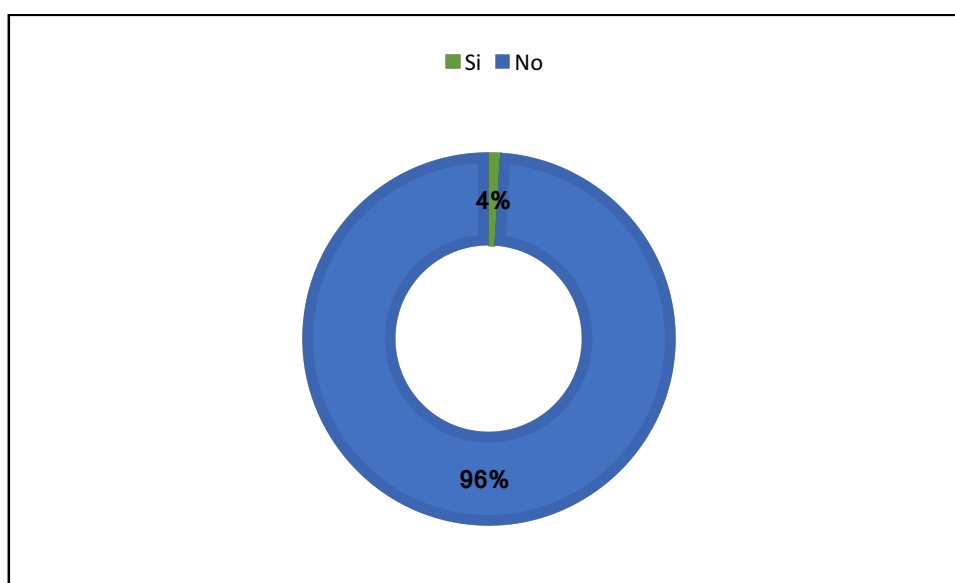
**Tabla 18: Oferta de Turismo**

<b>Si</b>	<b>320</b>
<b>No</b>	15
<b>Total</b>	335

**Fuente:** Encuestas Aplicadas

**Elaborado por:** CRIOLLO, Esteban (2017)

**Gráfico 32: Pregunta 1**



**Fuente:** Encuestas Aplicadas

**Elaborado por:** CRIOLLO, Esteban (2017)

#### **Análisis**

Del total de encuestas aplicadas, 320 consideran que San Cristóbal es adecuado para ofertar turismo de sol y playa, mientras que 15 piensan que no.

#### **Interpretación**

El 96% de turistas están de acuerdo con el criterio consultado, sin embargo es una estadística fundamental considerando que el turista ecuatoriano del continente gusta mucho de este tipo de turismo.

**Pregunta 2** ¿A su criterio los prestadores turísticos de la Isla San Cristóbal, brindan servicios de calidad al turista?

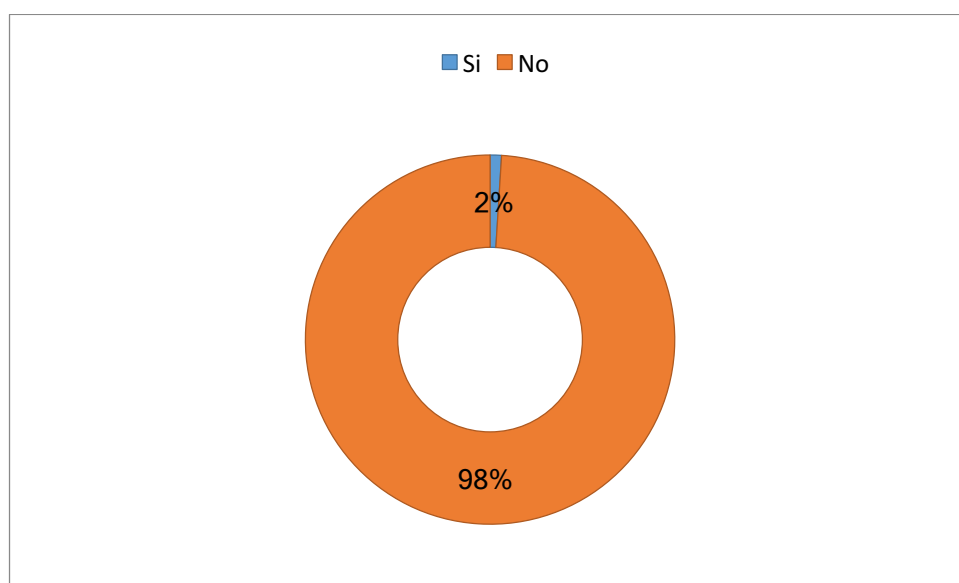
**Tabla 19: Pregunta 2**

<b>Si</b>	<b>330</b>
<b>No</b>	<b>5</b>
<b>Total</b>	<b>335</b>

**Fuente:** Encuestas Aplicadas

**Elaborado por:** CRIOLLO, Esteban (2017)

**Gráfico 33: Pregunta 2**



**Fuente:** Encuestas Aplicadas

**Elaborado por:** CRIOLLO, Esteban (2017)

### **Análisis**

Ante la interrogante planteada, del total de encuestados, 330 piensan que los prestadores de servicio entregan servicios de calidad, mientras que 2 piensan lo contrario.

### **Interpretación**

El 98% de los turistas coinciden que los servicios ofertados son de calidad, esto responde a una característica diferenciadora en los establecimientos turísticos en las islas, ya que todos se encuentran regularizados por el Ministerio de Turismo, lo que determina controles permanentes respecto a la calidad del servicio, considerando que las Islas son un destino turístico internacional.

**Pregunta 3** ¿De acuerdo a su criterio, las playas de la Isla San Cristóbal tienen el potencial para competir con otras cercanas y continentales de mayor afluencia turística?

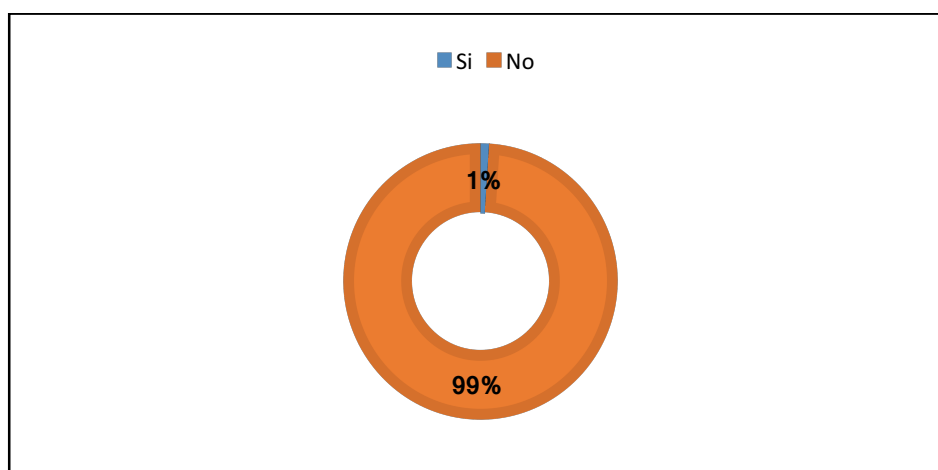
**Tabla 20: Pregunta 3**

<b>Si</b>	<b>333</b>
<b>No</b>	<b>2</b>
<b>Total</b>	<b>335</b>

**Fuente:** Encuestas Aplicadas

**Elaborado por:** CRIOLLO, Esteban (2017)

**Gráfico 34: Pregunta 3**



**Fuente:** Encuestas Aplicadas

**Elaborado por:** CRIOLLO, Esteban (2017)

### **Análisis**

Del total de encuestados, 333 piensan que las playas de la Isla San Cristóbal tienen el potencial para competir con otras cercanas e incluso del continente, mientras que 2 piensan lo contrario.

### **Interpretación**

El 99% de turistas responden positivamente ante lo consultado, además la Isla San Cristóbal, respecto a las playas presenta una fortaleza ya que se encuentra dentro de las zonas de visita autorizadas por la Dirección del Parque Nacional Galápagos, por lo tanto una oferta de sol y playa podría fortalecer el turismo de la Isla.

**Pregunta 4** ¿Qué tipo de turismo realiza cuando visita la Isla San Cristóbal en la provincia de Galápagos?

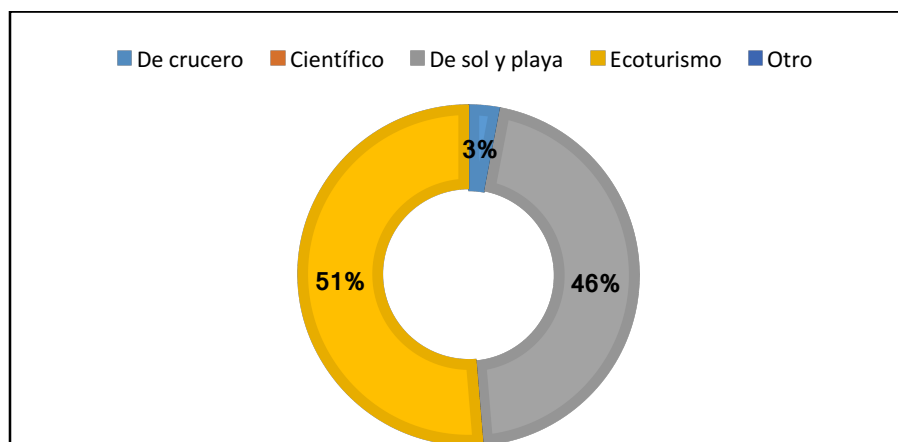
**Tabla 21: Pregunta 4**

<b>De crucero</b>	<b>10</b>
<b>Científico</b>	<b>0</b>
<b>De sol y playa</b>	<b>153</b>
<b>Ecoturismo</b>	<b>172</b>
<b>Otro</b>	<b>0</b>
<b>Total</b>	<b>335</b>

**Fuente:** Encuestas Aplicadas

**Elaborado por:** CRIOLLO, Esteban (2016)

**Gráfico 35: Pregunta 4**



**Fuente:** Encuestas Aplicadas

**Elaborado por:** CRIOLLO, Esteban (2016)

### **Análisis**

Del total de encuestados, 10 realizan turismo de crucero, 0 turismo científico, 153 de sol y playa, 172 ecoturismo.

### **Interpretación**

Si se considera que los encuestados mantienen un comportamiento de visita en centros poblados, son parte de la demanda objetiva el 46% realizan turismo de playa, segmento que hay que fidelizarlo y atraer mediante estrategias adecuadas a parte del segmento que realiza ecoturismo que representa el 51%.

**Pregunta 5** ¿Según su criterio, las condiciones climáticas de la Isla San Cristóbal en la provincia de Galápagos, son adecuadas para desarrollar el turismo de sol y playa?

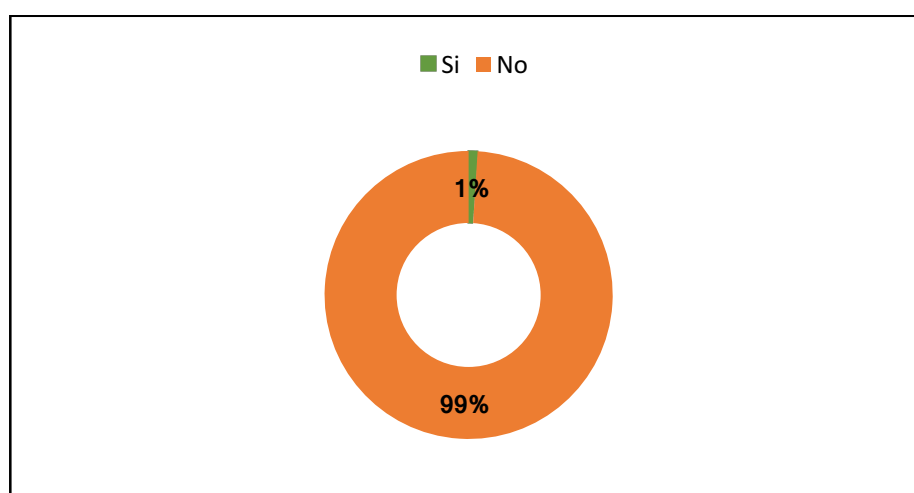
**Tabla 22: Pregunta 5**

<b>Si</b>	<b>332</b>
<b>No</b>	<b>3</b>
<b>Total</b>	<b>335</b>

**Fuente:** Encuestas Aplicadas

**Elaborado por:** CRIOLLO, Esteban (2016)

**Gráfico 36: Pregunta 5**



**Fuente:** Encuestas Aplicadas

**Elaborado por:** CRIOLLO, Esteban (2016)

### **Análisis**

Del total de encuestados 332 piensan que por las condiciones climáticas San Cristóbal es apta para ofertar turismo de sol y playa mientras que 2 piensan lo contrario.

### **Interpretación**

El 99% de turistas tiene un criterio positivo ante lo consultado, ello es una referencia importante y una fortaleza ya que se puede proponer una oferta adecuada de turismo de sol y playa que permita dinamizar la economía local y la vuelva competitiva de mejor manera a la Isla.

**Pregunta 6** ¿Podría la Isla San Cristóbal convertirse en un sitio preferente para el fomento del turismo de sol y playa?

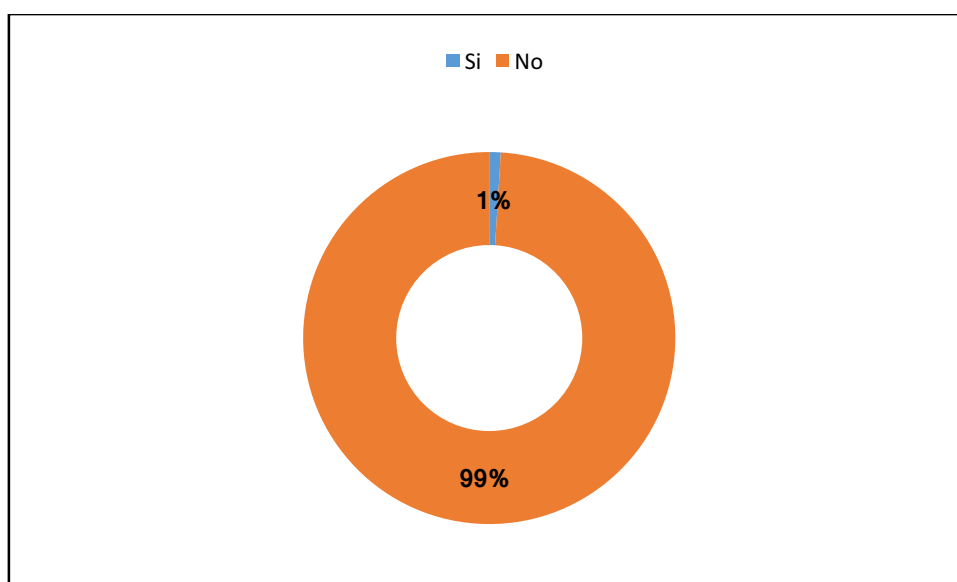
**Tabla 23: Pregunta 6**

<b>Si</b>	<b>333</b>
<b>No</b>	<b>2</b>
<b>Total</b>	<b>335</b>

**Fuente:** Encuestas Aplicadas

**Elaborado por:** CRIOLLO, Esteban (2016)

**Gráfico 37: Pregunta 6**



**Fuente:** Encuestas Aplicadas

**Elaborado por:** CRIOLLO, Esteban (2016)

### **Análisis**

De 332 encuestados piensan que San Cristóbal podría convertirse en un destino preferente de sol y playa, mientras que 2 no piensan lo mismo.

### **Interpretación**

Desde el criterio de un turista, tener una respuesta abrumadora ante lo consultado deja a discreción del investigador generar una propuesta adecuada y convertir a San Cristóbal en un destino preferente de turismo de sol y playa como lo piensan el 99% de los encuestados.



**Pregunta 7 ¿Con qué frecuencia visita usted la Isla San Cristóbal?**

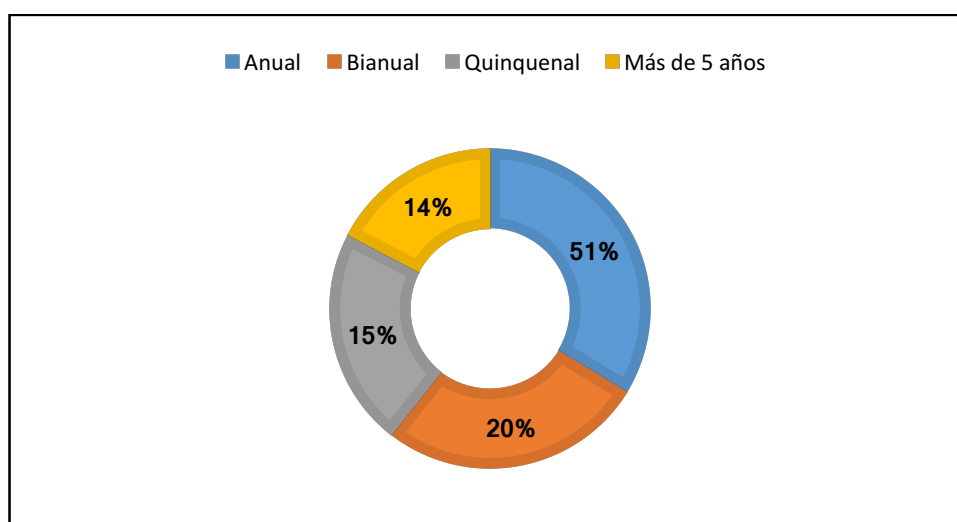
**Tabla 24: Pregunta 7**

<b>Anual</b>	<b>113</b>
<b>Bianual</b>	90
<b>Quinquenal</b>	74
<b>Más de 5 años</b>	58
<b>Total</b>	<b>335</b>

**Fuente:** Encuestas Aplicadas

**Elaborado por:** CRIOLLO, Esteban (2017)

**Gráfico 38: Pregunta 7**



**Fuente:** Encuestas Aplicadas

**Elaborado por:** CRIOLLO, Esteban (2017)

**Análisis**

Del total de encuestado respecto a la frecuencia de visita, 113 anual, 90 bianual, 74 quinquenal y 58 más de cinco años.

**Interpretación**

De los encuestados, el interés del investigador se centra en los dos segmentos mayoritarios que representan el 51%, pues generar una oferta que permita que el turista en función de la calidad y el atractivo regresen anual o bianualmente será importante para generar divisas en el territorio.

**Pregunta 8** ¿Qué servicios usted sugiere que se implementen para mejorar su estadía en la Isla San Cristóbal?

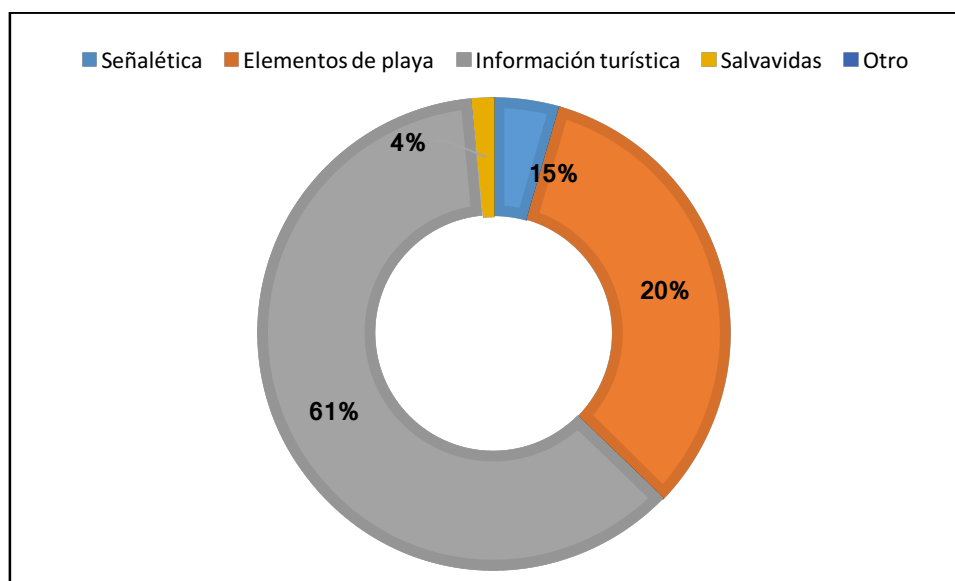
**Tabla 25: Pregunta 8**

<b>Señalética</b>	<b>15</b>
<b>Elementos de playa</b>	110
<b>Información turística</b>	205
<b>Salvavidas</b>	5
<b>Otro</b>	0
<b>Total</b>	335

**Fuente:** Encuestas Aplicadas

**Elaborado por:** CRIOLLO, Esteban (2017)

**Gráfico 39: Pregunta 8**



**Fuente:** Encuestas Aplicadas

**Elaborado por:** CRIOLLO, Esteban (2017)

### **Análisis**

Respecto a los servicios sugeridos por el turista para mejorar la estadía en la Isla, 15 manifiestan la señalética, 110 elementos de playa, 205 información turística y 5 salvavidas.

## Interpretación

Si bien son cierto todos los servicios ofertados deben mantener determinados parámetros de calidad por las características del destino y exigencias del visitante sobresale el 61% de los servicios de información turística.

**Pregunta 9** ¿Por qué medio se informó usted de la Isla San Cristóbal y su oferta turística?

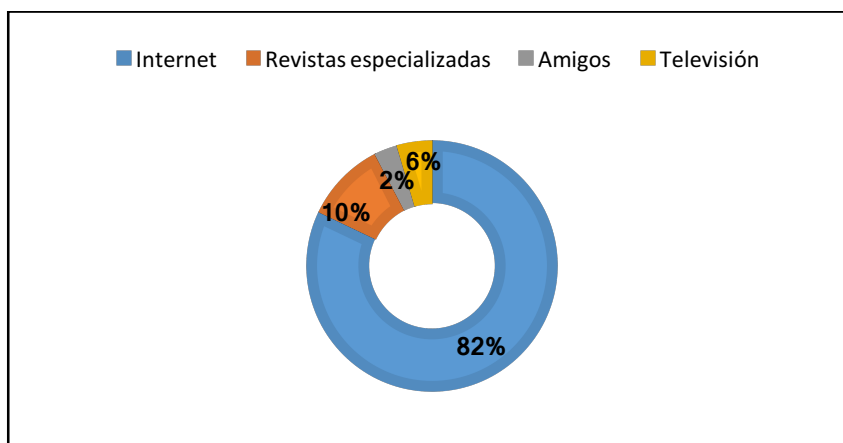
**Tabla 26: Pregunta 9**

<b>Internet</b>	<b>275</b>
<b>Revistas especializadas</b>	35
<b>Amigos</b>	10
<b>Televisión</b>	15
<b>Total</b>	335

**Fuente:** Encuestas Aplicadas

**Elaborado por:** CRIOLLO, Esteban (2017)

**Gráfico 40: Pregunta 9**



**Fuente:** Encuestas Aplicadas

**Elaborado por:** CRIOLLO, Esteban (2017)

## Análisis

Al referirse al medio de información del destino turístico, 275 lo hicieron por internet, revistas especializadas 35, amigos 10 y televisión 15.

## Interpretación

Sin duda alguna, las tecnologías de la información y comunicación son un factor fundamental para el desarrollo turístico, especialmente en el uso del internet que representa el 82%, actualmente gracias al internet es posible conocer la oferta, reservar y generar promoción y publicidad a través de las redes sociales.

**Pregunta 10** ¿Qué criterios cree son importantes para posicionar a la Isla San Cristóbal como un destino de sol y playa?

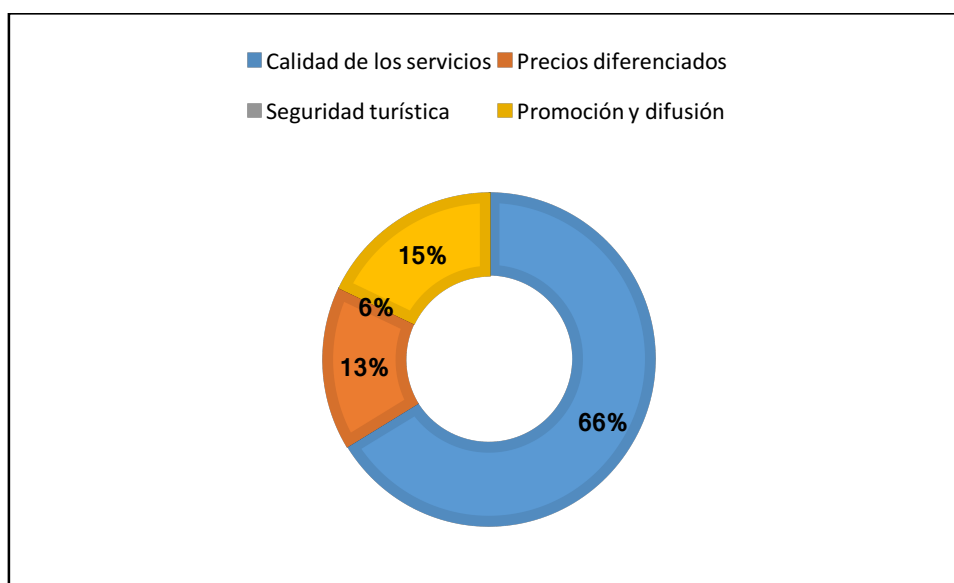
**Tabla 27: Pregunta 10**

<b>Calidad de los servicios</b>	<b>222</b>
<b>Precios diferenciados</b>	<b>53</b>
<b>Seguridad turística</b>	<b>0</b>
<b>Promoción y difusión</b>	<b>60</b>
<b>Total</b>	<b>335</b>

**Fuente:** Encuestas Aplicadas

**Elaborado por:** CRIOLLO, Esteban (2016)

**Gráfico 41. Pregunta 10**



**Fuente:** Encuestas Aplicadas

**Elaborado por:** CRIOLLO, Esteban (2017)

## Análisis

Sobre los criterios para posicionar a la isla San Cristóbal, 222 manifiestan la calidad de los servicios turísticos, 53 precios diferenciados y 60 promoción y difusión-

## Interpretación

Al ser un destino internacional, en donde el turista busca calidad en el servicio en función del pago que lo realiza, es coherente que el 66% sea esta variable la mayoritaria, promoción y precios son importantes también.

**Pregunta 11** ¿Qué destino del Ecuador continental que ofrece turismo de sol y playa es de su preferencia?

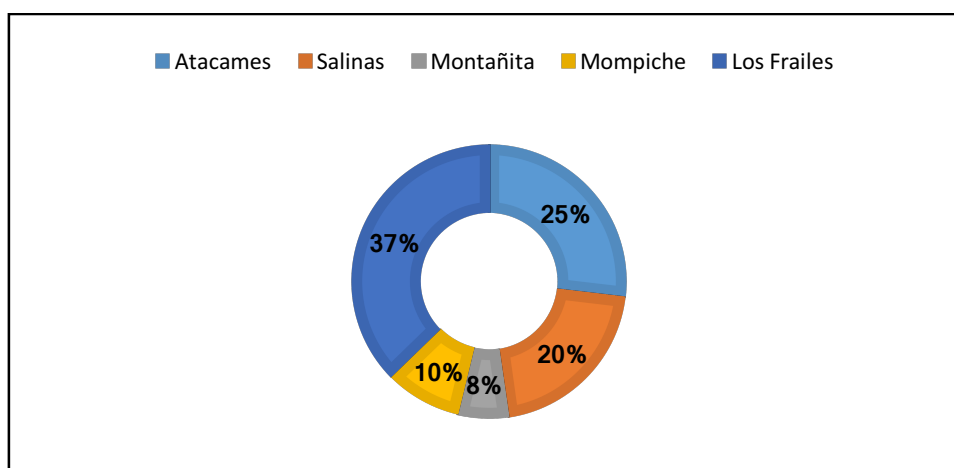
Tabla 28: Pregunta 11

<b>Atacames</b>	<b>90</b>
<b>Salinas</b>	70
<b>Montañita</b>	20
<b>Mompiche</b>	30
<b>Los Frailes</b>	125
<b>Total</b>	335

Fuente: Encuestas Aplicadas

Elaborado por: CRIOLLO, Esteban (2017)

Gráfico 42: Pregunta 11



Fuente: Encuestas Aplicadas

Elaborado por: CRIOLLO, Esteban (2016)

## Análisis

Respecto al destino de sol y playa en el continente ecuatoriano es de preferencia, 90 manifiestan Atacames, 70 Salinas, 20 Montañita, 125 Los Frailes.

### Interpretación

Al respecto el 37% que se evidencia en la estadística representa a la preferencia de Playa Los Frailes, que mantienen ciertas similitudes bajo 2 condicionantes el clima y pertenencia al sistema nacional de áreas protegidas, todas las estadísticas evidencian el gusto por este tipo de turismo en el Ecuador continental.

**Pregunta 12** ¿A su criterio de que manera calificaría la calidad del servicio hotelero de la Isla San Cristóbal?

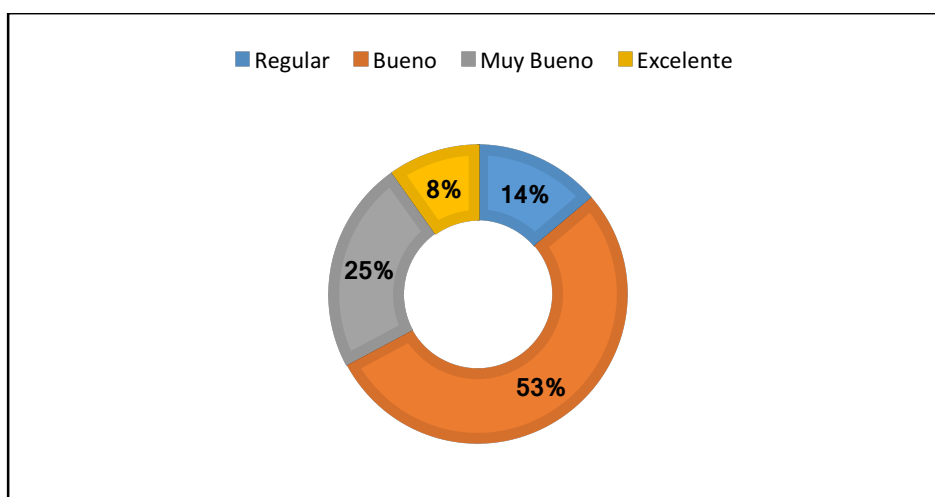
**Tabla 29: Pregunta 12**

<b>Regular</b>	<b>46</b>
<b>Bueno</b>	179
<b>Muy Bueno</b>	77
<b>Excelente</b>	33
<b>Total</b>	335

**Fuente:** Encuestas Aplicadas

**Elaborado por:** CRIOLLO, Esteban (2017)

**Gráfico 43: Pregunta 12**



**Fuente:** Encuestas Aplicadas

**Elaborado por:** CRIOLLO, Esteban (2017)

### Análisis

Respecto a la calidad del servicio de alojamiento, 46 respondieron regular, 179 bueno, 77 muy bueno y finalmente 33 excelente.

### **Interpretación**

Sin embargo de estar regularizados, el 14% que presenta una calificación regular debe mejorar, aunque el 53% de los encuestados manifiesta que es buena, hay que recordar la importancia de la relación costo-calidad.

## 4.2 Verificación de hipótesis

Para la verificación del presente trabajo de investigación se utilizará el método estadístico denominado Chi cuadrado.

### 4.2.1. Planteamiento de la hipótesis

**Ho:** Hipótesis nula: El turismo de sol y playa **NO** es una alternativa de posicionamiento turístico de la Isla San Cristóbal, provincia de Galápagos

**Hi:** Hipótesis alternativa: El turismo de sol y playa **SI** es una alternativa de posicionamiento turístico de la Isla San Cristóbal, provincia de Galápagos.

### 4.2.2. Selección del nivel de significación

El investigador ha determinado utilizar el nivel de significación en donde  $\alpha = 0,05$

### 4.2.3. Descripción de la población

Para la investigación se tomó como población para la verificación de la hipótesis la totalidad de muestra que es igual a 335 individuos.

### 4.2.4. Especificación de las regiones de aceptación y rechazo

Se determinan los grados de libertad considerando que el cuadro consta de 4 filas y 2 columnas.

Tabla 30: Grados de Libertad

Variable	Grados de libertad	
	Filas	Columnas
gl	5-1	2-1
gl	4	1
gl	4*1	
gl	4	
		<b>X<sup>2</sup>T=13,2767</b>

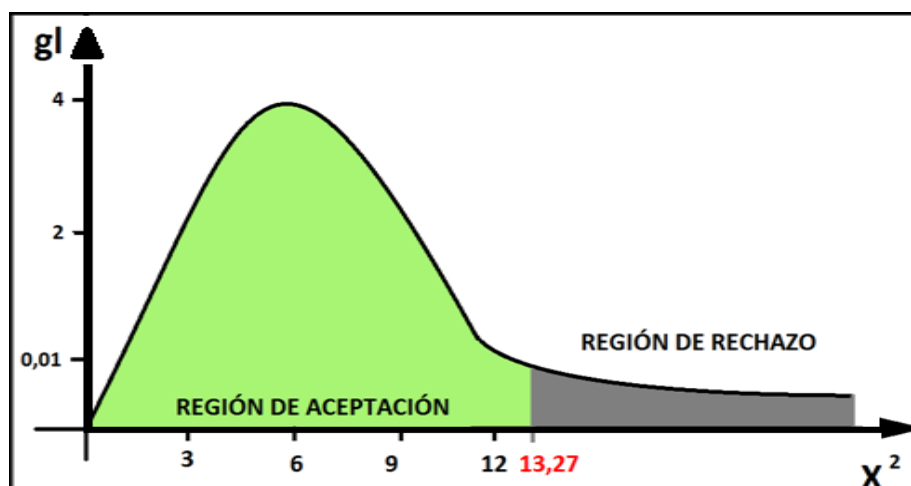
**Fuente:** Encuestas Aplicadas

**Elaborado por:** CRIOLLO, Esteban (2017)

A un nivel de significación de 0,01 y a 4 grados de libertad se determina en la tabla de Chi cuadrado ( $X^2$ ) un valor de 13,27 por lo tanto para valores menores e iguales a Chi se acepta la hipótesis nula y para valores mayores a Chi, se rechaza la hipótesis nula.



Gráfico 44: Representación gráfica de aceptación y rechazo (Campana de Gauss)



Fuente: Encuestas Aplicadas

Elaborado por: CRIOLLO, Esteban (2017)

#### 4.2.5. Recolección de datos y cálculo de los estadísticos

Tabla 31: Frecuencias observadas

FRECUENCIAS OBSERVADAS			
PREGUNTA	SI	NO	TOTAL
1	320	15	335
2	330	5	335
3	333	2	335
5	332	3	335
6	333	2	335

Fuente: Encuestas Aplicadas

Elaborado por: CRIOLLO, Esteban (2017)

Tabla 32: Frecuencias esperadas

FRECUENCIAS ESPERADAS			
PREGUNTA	SI	NO	TOTAL
1	320	15	335
2	330	5	335
3	333	2	335
5	332	3	335
6	333	2	335
<b>TOTAL</b>	<b>1648</b>	<b>27</b>	<b>1675</b>

FRECUENCIAS ESPERADAS			
PREGUNTA	SI	NO	TOTAL
1	329,6	5,4	335
2	329,6	5,4	335
3	329,6	5,4	335
5	329,6	5,4	335
6	329,6	5,4	335
<b>TOTAL</b>	<b>1648</b>	<b>27</b>	<b>1675</b>

Fuente: Encuestas Aplicadas

Elaborado por: CRIOLLO, Esteban (2017)

#### 4.2.6. Cálculo del Chi cuadrado

Tabla 33: Cálculo del Chi cuadrado

FRECUENCIAS OBSERVADAS	FRECUENCIAS ESPERADAS	O - E	(O - E) <sup>2</sup>	(O - E) <sup>2</sup> /E
O	E			
320	329,6	-9,6	92,16	0,28
330	329,6	0,4	0,16	0,00
333	329,6	3,4	11,56	0,04
332	329,6	2,4	5,76	0,02
333	329,6	3,4	11,56	0,04
15	5,4	9,6	92,16	17,07
5	5,4	-0,4	0,16	0,03
2	5,4	-3,4	11,56	2,14
3	5,4	-2,4	5,76	1,07
2	5,4	-3,4	11,56	2,14
<b>1675</b>	<b>1669,6</b>		<b>X<sup>2</sup>=</b>	<b>20,67</b>

Fuente: Encuestas Aplicadas

Elaborado por: CRIOLLO, Esteban (2017)

#### 4.2.7. Decisión

A un nivel de significación de 0,01 y a 4 grados de libertad, se determina en la tabla de Chi cuadrado ( $X^2$ ) un valor de 13,27 por lo tanto Chi calculado que es igual a 20,67 al ser mayor permite rechazar la hipótesis nula y **ACEPTAR** la Hipótesis alternante que dice: **El turismo de sol y playa SI es una alternativa de posicionamiento turístico de la Isla San Cristóbal, provincia de Galápagos.**

## CAPÍTULO V

### CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

#### 5.1 Conclusiones

- ✓ Galápagos maneja condiciones diferentes de desarrollo por sus características climáticas y extra continentales, al formar parte del sistema de nacional de áreas protegidas su desarrollo turístico es delicado por lo que se han determinado herramientas de planificación estrictas para no alterar el entorno ni las preferencias de los turistas.
- ✓ La alta visitación turística genera una diversificación importante en la oferta provincial, sin embargo en la Isla San Cristóbal aún la inversión privada no ha generado un mayor grado de desarrollo turístico.
- ✓ La Isla San Cristóbal presenta atractivos y un sistema turístico adecuado para potenciar el turismo de sol y playa paralelamente al cumplimiento de las normativas del Parque Nacional Galápagos.
- ✓ Las zonas identificadas para el fomento del turismo de sol y playa en la Isla San Cristóbal se encuentran formando parte de las rutas turísticas y de visita dentro del Parque Nacional Galápagos, por lo tanto hay una planta turística adecuada y una infraestructura que debe potencializarse.
- ✓ La demanda turística de sol y playa es un fenómeno que moviliza a masas en todo el mundo, por lo tanto es necesario aprovechar la alta influencia que tienen las Islas galápagos sobre el turista internacional y especialmente sobre el nacional a quienes se ha dirigido el estudio, ya que en el Ecuador continental la oferta de sol y playa se limita a diversión y descanso; mientras

que en San Cristóbal, se tiene el plus de ser parte de un atractivo jerarquía IV.

## **5.2 Recomendaciones**

- ✓ El GAD Municipal San Cristóbal, debe considerar al tener la competencia turística, fortalecer su infraestructura turística, especialmente su aeropuerto, no solo como una zona de ingreso y salida de turistas, sino, como un espacio en donde se puede fidelizar a los turistas que llegan al territorio y competir adecuadamente con el aeropuerto de Baltra.
- ✓ La empresa privada debe generar una oferta turística más atractiva en la Isla San Cristóbal de manera que genere en el turista la necesidad de permanecer y consumir en territorio, lo que conlleva a una mayor dinamización económica.
- ✓ Con la finalidad de fortalecer las rutas turísticas de sol y playa, se deben implementar señaléticas turísticas adecuadas, elementos de playa y generar una información turística importante, motivando a la empresa privada a que mediante alianzas estratégicas, se pueda fortalecer la oferta y el turismo en el territorio.
- ✓ Independientemente de las estadísticas que emite el Observatorio Turístico de Galápagos, es aconsejable que todo el aparato turístico de la Isla San Cristóbal debe manejar criterios de ordenamiento territorial, organización y asociatividad para generar mayores oportunidades para toda la isla respecto a la visitación de turistas externos y especialmente nacionales.
- ✓ Se recomienda que se desarrollen estrategias adecuadas en las áreas de comunicación, marketing y generación de productos turísticos de sol y playa generada desde una alianza estratégica entre los sectores públicos privados y comunitarios, de manera que se generen procesos sostenibles.

## **CAPÍTULO VI**

### **LA PROPUESTA**

#### **6.1 Título**

Diseño de una ruta turística para el desarrollo turístico de la Isla San Cristóbal de la Provincia de Galápagos.

#### **6.2 Datos Informativos**

##### **Institución Ejecutora**

Gobierno Autónomo Descentralizado de San Cristóbal

##### **Beneficiarios**

**Directos:** Turistas locales y extranjeros que visitan las islas

**Indirectos:** Población cantonal

##### **Ubicación**

**País:** Ecuador

**Provincia:** Galápagos

**Cantón:** San Cristóbal

**Grupos focales:** Sector público, sector privado turístico y comunitario turístico

### **6.3 Antecedentes de la propuesta**

Por todos conocido las características únicas que presenta el Archipiélago de Galápagos; así también los enormes esfuerzos que se realiza desde el gobierno central para generar desarrollo y sobre todo conservar el entorno de las islas para su aprovechamiento turístico y científico. El turismo al ser una competencia concurrente se presenta como una oportunidad para el Municipio de San Cristóbal, ya que puede ser ejercida en coordinación con los otros niveles de gobierno; por lo tanto y especialmente en el caso de Galápagos al ser un destino turístico jerarquía IV, deben tomarse todas las previsiones, tanto ambientales, como ecológicas así también turísticas respecto a la calidad del servicio que se presta de tal manera que se genere una conciencia de conservación así como una cultura de emprendimiento que genere en el turista expectativas y termine entregándole experiencias de vida.

### **6.4 Justificación**

Al encontrarse la mayor parte de atractivos turísticos de Galápagos (incluidos los de San Cristóbal) dentro de la zona permitida para actividades turísticas de Parque Nacional Galápagos se presenta una competencia directa a todo nivel entre los prestadores turísticos de toda la isla, por lo que es importante entonces desarrollar estrategias que le den mayor competitividad a la Isla San Cristóbal, considerando las limitaciones del sector público pero aprovechando los talentos y potencialidades del sector privado, que en el caso del turismo son los llamados a invertir para operar la actividad turística y de esta manera garantizar sostenibilidad en los procesos de emprendimiento y desarrollo local.

El diseño de una ruta turística apunta a fortalecer el sistema turístico cantonal, especialmente el de la planta turística no solo por la oferta sino la calidad de servicios, deben motivar el emprendimiento ciudadano pero también aprovechar las enormes posibilidades de una oferta para turistas del continente ecuatoriano apoyados en una herramienta fundamental en el área empresarial como es el marketing y el poder de las redes sociales en la actualidad gracias a las tecnologías de la información y comunicación.

### **Objetivos de la propuesta**

## **Objetivo General**

Diseño de una ruta turística que contribuya al posicionamiento turístico para la Isla San Cristóbal respecto al turismo de sol y playa.

## **Objetivos Específicos**

1. Promover promoción turística de la Isla San Cristóbal.
2. Establecer el trabajo mancomunado de los servidores turísticos.

## **6.4 Análisis de Factibilidad**

En esta etapa se debe considerar cuan factible es la ejecución de las estrategias que más adelante se propondrán para ello se desarrollan los análisis tanto en el aspecto operativo como económico, entonces se menciona lo siguiente:

### **6.4.1 Factibilidad Operativa**

Operativamente la propuesta que se plantea en condiciones normales es factible desde el punto de vista operativo que se pueda ejecutar, justamente por las condiciones especiales de Galápagos en todo su territorio lo que incluye a la Isla San Cristóbal, en este contexto se hace importante el fortalecimiento del sistema turístico especialmente en la súper estructura turística en donde mediante un trabajo coordinado se debe conseguir una planificación estratégica participativa, incluyente y sobre todo sostenible tanto en el tiempo como en el ámbito presupuestario.

Por lo tanto se hace fundamental que desde el GAD Municipal de San Cristóbal se promuevan estos acercamientos interinstitucionales e intersectoriales e incluso la participación de instituciones supranacionales, como la Organización Mundial del Turismo (OMT), UNESCO, World Wild Foundation, entre otras, ya que desde el punto de vista económico financiero son capaces de generar estas oportunidades.

## 6.5 Modelo Operativo

Tabla 34: Modelo Operativo de Propuesta

Fases	Objetivos	Actividades	Recursos	Responsable	Tiempo
<b>Socialización</b>	Socializar la propuesta con las autoridades del cantón con el objetivo de dar a conocer la propuesta.	Presentación de la propuesta. Convocatoria a una reunión. Dialogo libre.	Humano Computadora Proyector	Jorge Criollo	3 días
<b>Planificación</b>	Planificar los procedimientos y actividades a realizarse en la elaboración de la propuesta.	Análisis y observación de las potencialidades turísticas de la parroquia.	Cámara Fotográfica Humano	Jorge Criollo	10 días
<b>Ejecución</b>	Ejecutar las actividades planteadas en la propuesta.	Identificación de espacio geográfico. Realizar un inventario de atractivos turísticos.	Humano Cámara fotográfica GPS Ficha de inventario	Jorge Criollo	2 meses
<b>Evaluación</b>	Evaluar los resultados alcanzados después de la ejecución de la propuesta	Realizar un seguimiento con las autoridades.	Humano	Jorge Criollo	1 mes

Elaborado por: CRIOLLO, Jorge (2017)



## **6.6 Desarrollo operativo de la propuesta**

### **INTRODUCCIÓN**

La isla San Cristóbal siendo un referente a nivel nacional e internacional de comunidad sostenible, con modelo de planificación y de gestión territorial para su desarrollo socio económico, basado en la conservación de sus patrimonios natural y cultural, garantizando los derechos de la naturaleza y del buen vivir.

Desarrollar la actividad turística sostenible, a través de la elaboración de una ruta turística permite un mejor aprovechamiento de los recursos naturales e histórico culturales ofertando productos y servicios turísticos de alojamiento, alimentación y recreación, respetando las necesidades de la demanda nacional e internacional, para promover las creencias locales; aprovechando el apoyo estatal con el propósito de apoyar el desarrollo socioeconómico que a su vez fortalece las capacidades locales para el uso de tecnologías alternativas, la tecnificación y mercadeo, mitigando el impacto ambiental, con la finalidad de brindar al turista y visitante una experiencia única

## **METODOLOGIA**

### **6.8 RUTA TURISTICA**

#### **Definición de la Ruta**

Al hacer referencia a una ruta turística es hacer un que la actividad turística se focalice dentro del nicho de mercado para de que el turista busca nuevas alternativas de conocer y entretenerse con distintos productos o destinos turísticos, lo que produce a un turismo de masa, en función de esto surgen la implementación de una ruta turística que es un recorrido de acuerdo a un destino o producto que se propone dentro de un lugar (Araújo & Fraiz, 2017), para impulsar de manera estratégica el turismo, al igual que dentro de una ruta existen diferentes tipos que pueden ser naturales o culturales, todos con un fin en común el promover el desarrollo turístico de la ruta que elijan el turista, en este caso se hace énfasis al turismo de sol y playa que busca impulsar en si las playas dado que cuentan con un clima apropiado para el gusto del visitante. Una ruta turística emerge como una posibilidad de hacer la turismo de una manera sistemática y ordenada los atractivos que comprenden características propias que definen el recorrido (Hernández, 2011).

#### **Características de las Rutas Turísticas**

##### **Selección de la región o zona de objeto de Estudio**

El estudio se realiza en la Isla San Cristóbal de la provincia de Galápagos para el diseño de la ruta turística de sol y playa, dado que es un punto estratégico para este tipo de turismo, mismos que pueden llegar a ser de atracción hacia todo tipo de turista, además las condiciones climáticas son favorables.

- **Recolección de la información: Historia, ubicación geográfica, clima, medios de comunicación.**

La Provincia de Galápagos, es la única que se encuentra fuera del Ecuador continental, esta característica junto a la fragilidad de su ecosistema, han generado que desde el entorno político se haya decidido generar un régimen especial para la administración política, administrativa y especialmente para el desarrollo de la actividad turística.

Desde cualquier óptica, nadie cuestiona la importancia de la actividad turística para el desarrollo económico de un territorio; Galápagos como tal, no se encuentra exenta, es más por sus características únicas tiene un extraordinario potencial turístico que desde hace algunas décadas ha venido siendo aprovechado especialmente por la empresa privada y los grande monopolios turísticos internacionales.

La isla San Cristóbal trabaja por un desarrollo económico justo para todos los actores sociales; se decidió que el ecoturismo es el modelo de a seguir en donde ciertamente todos se podrían beneficiar, sin embargo de aquello esto traería consigo muchos retos, pues el gran objetivo es internacionalizarse como un destino conservado en donde las reglas del juego son diferentes, y por otro lado mejorar todo el sistema turístico cantonal, que es la base para el presente análisis del primer objetivo. Además el GAD cuenta con una gestión turística que genere el menor impacto en todo el sistema turístico; el segundo que apunte a ser un destino exclusivo de calidad, pues hay que garantizar experiencias únicas al visitantes y parte de ello es la calidad en los servicios, por lo tanto, la empresa privada es la llamada a generar espacios de aprendizaje, criterios de comportamiento y atención al cliente con altos niveles de calidad, esto sí con el apoyo del estado central a través del ministerio rector; finalmente el tercer elemento que exista una alta participación local, desde la toma de decisiones hasta la redistribución de los beneficios tanto económicos como sociales; por tal razón se han generado procesos de sostenibilidad a todo nivel especialmente los que deben mantener a las Islas Galápagos como un tesoro mundial.

➤ **Selección de los atractivos: Monumentos, sitios naturales, playas**

Se realiza una adecuada valorización de los atractivos existentes dentro de la isla, en este caso se hace referencia a los siguientes para incluir en la ruta turística:

1. Puerto Chino
2. Playa Lobería
3. Playa Mann
4. Playa Cabo de horno o Carola

➤ **Descripción de los atractivos**

**1. Playa Puerto Chino**



Puerto Chino es una atractiva playa que se ubica en el lado sur este de la isla San Cristóbal, se considera un destino de fin de semana para las familias aledañas a esta playa. La localidad se dedica a la agricultura dado que es

la parte alta misma que es apta para realizar toda clase de sembríos agrícolas. El acceso a esta playa es factible dado que cuenta con una adecuada vía de primer orden, durante su llegada posible observar campos de cactus, árboles y un montón de pinzones, que hacen de este sitio encantador por su belleza natural.

Esta playa cuenta con arena blanca y fina, al igual que se puede apreciar que las orillas no tienen arena blanca sino más bien una de color verde, tal vez se deba a algún tipo de alga para que se haga vistoso este color, por otro lado existen manglares que rodean la parte superior de la playa en la cual se puede apreciar una gran vista al mar y a la playa; por el costado izquierdo existe un largo tramo

de piedras de lava que superan la playa en donde se puede encontrar leones marinos y tener gran vista hacia la playa.

Para poder acceder al lugar es primordial contar con algunas condiciones pues las condiciones climáticas son fuertes, por lo cual hay que llevar protector solar, sombreros y muchas veces hasta paraguas, se puede igual incluir servicios de un guía para su respectivo recorrido del lugar. (Ecuador Beachs, 2015).

## 2. Playa Lobería



La lobería es un pedazo de costa que ha sido llamado así por la gran cantidad de lobos marinos que reposan en sus rocas y arena. Ubicado en la Isla San Cristóbal a 10 minutos de Puerto Baquerizo Moreno.

A pesar de estar fuera de los límites del área del Parque Nacional, por su gran importancia, el personal del parque se encarga de su mantenimiento y cuidado. El sitio de visita de la lobería tiene un sendero de 900 m de longitud, el mismo que pasa por áreas del Parque Nacional Galápagos. Este lugar es utilizado por la población local para actividades de esparcimiento. Parte del sendero está constituido por rocas y parte de arena; el atractivo principal de este sitio es la presencia de lobos de Galápagos que están en la playa y en la bahía de la lobería. También se observa iguanas marinas a lo largo de las orillas y en los arrecifes rocosos de la bahía se observan gran cantidad de tortugas marinas (Ministerio de Turismo Ecuador, 2015).

### 3. Playa Mann



Es una playa de arena blanca formada por la fragmentación de conchas, la claridad de sus aguas permite la práctica de buceo de superficie. Por la cercanía al centro poblado este lugar es de uso recreativo. Se ubica

frente a la universidad San Francisco – GAIAS, a diez minutos de Puerto Baquerizo Moreno. Además es una pequeña playa rocosa que los fines de semana es embalada por las personas. Es bastante rocoso y por lo general observaran a los leones, es una playa hermosa para nadar y tomar el sol.

Playa Mann ofrece buenas oportunidades para bucear, surfear, pescar, y navegar en la costa, mientras la parte alta provee un ambiente más fresco y verde; es de poca pendiente y de blanca y suave arena, es ideal para tomar el sol y bañarse. Posee magistrales paisajes, siendo sus principales atractivo la playa. En los alrededores de playa Mann se puede observar una gran cantidad de aves de distintas especies que se alimentan y anidan en sus orillas. Distintos senderos que nacen del centro poblado lo llevarán a diferentes lugares de visita que se encuentran relativamente cerca y que tienen una gran belleza natural; entre ellos la lobería que alberga una colonia de lobos marinos. Podemos observar una gran variedad de fauna marina como lobos marinos, tortugas, terejové, delfines fragatas, lobos marinos, tortugas de los Galápagos, alcatraces patirrojos, alcatraces patiazules, iguanas marinas, delfines y gaviotas de las Galápagos. (Agencia de Viajes Viajando X, 2014).

#### 4. Playa Cabo de Horno o Carola



Playa Carola es una hermosa playa con arena de color blanca, su ambiente recuerda un exótico paisaje debido a la naturaleza, a la flora y fauna que la rodea, es el lugar ideal para para la práctica del surf, por

lo cual esta playa Cabo de Horno es un excelente lugar para surfecedores expertos.

Se ubica al nor-oeste de Puerto Baquerizo Moreno, se puede acceder por vías de primer orden y luego por un sendero. Cuenta con un área aproximadamente de 300 metros.

Se caracteriza por una flora con gran variedad de plantas poco común al de las otras islas del archipiélago, muchas de ellas son endémicas de la región; entre las especies vegetales más comunes de esta zona insular se puede identificar al monte salado, cactus de lava, palo santo, crotón, muyuyo, manzanillo, cactus, miconia, lechoso y varias clases de mangle como el rojo, jeli y blanco. En lo relacionado a fauna se puede apreciar gran colonia de lobos marinos entre la vegetación y sobre las rocas están presentes las iguanas marinas. (Agencia de Viajes Viajando X, 2014).

➤ **Nombre de la Ruta**

Ruta Turística “EL ENCANTO DE SOL Y PLAYA”

Gráfico 45: Mapa de la ruta turística



Elaborado por: CRIOLLO, Jorge (2017)

**Medios de Transporte - tiempo y duración del recorrido**

La presente ruta turística la puede realizar mediante vehículo móvil o bicicleta misma que está a elección del turista, esta última ayuda a fomentar el turismo sostenible dado que es una manera de preservar el ambiente.



## Trayecto de la ruta en vehículo

**Tabla 35: Trayecto de la Ruta en Vehículo y Bicicleta**

Trayecto de la ruta	Tiempo Aproximado en vehículo	Tiempo Aproximado en bicicleta
Playa Puerto Chino	1 hora	2 horas
Playa Lobería	15 minutos	30 minutos
Playa Mann	5 minutos	10 minutos
Playa Cabo de Orno o Carola	5 minutos	10 minutos
<b>Tiempo del recorrido total</b>	<b>1 hora y 15 minutos</b>	<b>2 horas y 50 minutos</b>

**Elaborado por:** CRIOLLO, Jorge (2017)

**Fuente:** Investigación de campo

## Itinerario de la Ruta

**Tabla 36: Itinerario de la Ruta en Vehículo**

Hora de Salida	Hora de Llegada	Tiempo Aproximado	Actividad a realizar
10h00	11h20	1 hora y 20 minutos	Se hace la concentración en Puerto Baquerizo Moreno al igual se da la bienvenida y explicación acerca de las recomendaciones a realizar en el recorrido de la ruta, luego se dirige hacia la playa Puerto Chino, en donde disfruta del clima, de la arena, mar, flora y fauna.
11h20	12h50	1 hora y 20 minutos	Se hace el recorrido de la playa, se puede observar lobos marinos en las orillas de la playa.
12h50	13h50	1 hora	Playa Mann se hace un recorrido y de acuerdo al agrado del turista ingresa a disfrutar del mar, o a su vez se hace un recorrido a sus alrededores para observación de flora y fauna de la zona.
13h50	14h40	45 minutos	Playa cabo de Orno o Carola se puede disfrutar del ambiente o a su vez de la fauna del lugar.
<b>Tiempo del recorrido total</b>		<b>4 horas y 15 minutos</b>	

**Elaborado por:** CRIOLLO, Jorge (2017)

**Fuente:** Investigación de campo

**Tabla 37: Itinerario de la Ruta en Bicicleta**

<b>Hora de Salida</b>	<b>Hora de Llegada</b>	<b>Tiempo Aproximado</b>	<b>Actividad a realizar</b>
10h00	12h20	2 hora y 20 minutos	Se hace la concentración en Puerto Baquerizo Moreno al igual se da la bienvenida y explicación acerca de las recomendaciones a realizar en el recorrido de la ruta, luego se dirige hacia la playa Puerto Chino, en donde disfruta del clima, de la arena, mar, flora y fauna.
12h20	13h50	1 hora y 20 minutos	Se hace el recorrido de la playa, se puede observar lobos marinos en las orillas de la playa.
13h50	14h50	1 hora	Playa Mann se hace un recorrido y de acuerdo al agrado del turista ingresa a disfrutar del mar, o a su vez se hace un recorrido a sus alrededores para observación de flora y fauna de la zona.
14h50	15h40	45 minutos	Playa cabo de Orno o Carola se puede disfrutar del ambiente o a su vez de la fauna del lugar.
<b>Tiempo del recorrido total</b>		5 horas y 15 minutos	

**Elaborado por:** CRIOLLO, Jorge (2017)

**Fuente:** Investigación de campo

### **Comercialización: Medios utilizados para la promoción de la ruta turística**

La ruta turística tiene estrategias de conexión y promoción con diferentes con:

- Agencias de viajes
- Convenios con instituciones turísticas ( Hoteles de la zona)
- Páginas web – Blog

### **Finalidad de las Rutas Turísticas**

- Dinamizar la economía local, mediante el impulso de las demostraciones de cada uno de los artesanos.
- Lograr posicionarse a nivel internacional.
- Las rutas turísticas permiten sensibilizar y concientizar a los turistas y visitantes acerca de la realidad de la localidad que visita.
- Promover el desarrollo turístico de la Isla San Cristóbal.

## Diseño de la ruta turística

En el diseño de la ruta turística se define el objetivo que permita explicar la esencia del diseño de la ruta (Rodríguez M. , 2010), se detalla lo siguiente:

1. Definir un objetivo concreto que explique lo que se desee alcanzar con dicha ruta.
2. Tener el apoyo de las personas miembros u oferentes, en donde señalen valores y prioridades para poner en inicio la ejecución de la ruta.
3. Una vez que está dentro del nicho de mercado, es necesario identificar si la demanda turística ha aceptado el producto o a su vez instaurar pautas de mejora y modificación del mismo.

## FASE 1. Estructuración de la ruta

### Inventario de los atractivos de la zona

Tabla 38: Inventario atractivos turísticos

#### ATRATIVOS TURÍSTICOS

CATEGORIA	TIPO	SUBTIPO	ATRACTIVO
1.Sitios naturales	Playas	Mirador	Colina de las fragatas
		Mirador	El progreso
		Mirador	La lobería
		Mirador	León Dormido
		Mirador	Cerro tijeras
		Mirador	Puerto Chino
		Mirador	Playa Mann
		Mirador	Cerro Brujo
		Mirador	Laguna El Junco
		Mirador	Punta Pitt
		Mirador	Puerto Ochoa
2.Manifestaciones Culturales	Históricos	Arquitectura	Puerto Baquerizo Moreno
		Arquitectura	Catedral Inmaculada Concepción
	Realizaciones Artísticas	Parque	Casa del Ceibo

Elaborado por: CRIOLLO, Jorge (2017)

Fuente: Investigación de campo

**Tabla 39: Fauna de a Isa San Cristóbal**

<b>Fauna de la Isla San Cristóbal</b>	
<b>Nombre Común</b>	<b>Nombre Científico</b>
Tortuga Gigante de Galápagos	Geochelone Nigrita
Iguana Terrestre	Conolophus Subcristatus
Lobo Peletero de Galápagos	Arctocephalus Galapagoensis
Tortuga Verde de Galápagos	Chelonia Mydas Agassisi
Iguana Marina	Amblyrhynchus Cristatus
Cormorán no Volador	Phalacrocorax Harrisii
Pinzón de Darwin Conirrostro	Geospiza Conirostris
Pingüino de las Galápagos	Spheniscus Mendiculus
Pachay o Polluela	Lateralus Sphionotus
Paloma o tórtola	Zenaida Galapagoensis
Halcón de Galápagos	Buteo Galapagoensis
Petrel de las Galápagos	Pterodroma Phaeopygia
Gaviotas de lava	Leucophaeus Fuliginosus
Garza de lava – enana	Butorides Sundevalli
Piquero Patas Azules	Sula Nebouxii

**Fuente:** Parque Nacional Galápagos (2013)

**Elaborado por:** CRIOLLO, Jorge (2017)

**Tabla 40: Flora de la Isla San Cristóbal**

<b>Flora de la Isla San Cristóbal</b>	
<b>Nombre Común</b>	<b>Nombre Científico</b>
Cactus Oportia	Opuntia Vulgaris
Árbol Lechoso	Scalesia Pedunculata
Cactus de lava	Brachycereus nesioticus
Algodón de Darwin	Gossypium Tomentosum
Iguana Marina	Amblyrhynchus Cristatus
Magarita Cutleat	Lecocarpus Pennatifidus
Los Cabellos blancos	Tournefortia Pubescens
Pega Pega	Pisonia Floribunda
Tomate de Galápagos	Solanum Cheesmaniae
Galápagos Lantana	Lantana Peduncularis
Algarrobos	Cerotina Siliqua
Verbena	Verbena Officinalis
Guayabo	Psidium Guajava

Crotón	Crotón Scouleri
Guayabilla	Psidium Galapageium

**Fuente:** Ministerio del Ambiente (2014)

**Elaborado por:** CRIOLLO, Jorge (2017)

## CLASIFICACIÓN DE ATRACTIVOS QUE FORMAN PARTE DE LA RUTA

**Tabla 41: Atractivos que hacen parte de la ruta**

Trayecto de la ruta
1. Playa Puerto Chino
2. Playa La Lobería
3. Playa Mann
4. Paya Cabo de Orno o Carola

**Elaborado por:** CRIOLLO, Jorge (2017)

### 2. Demanda de turistas hacia las islas

Para el año 2016 se registró una demanda de turistas de 218.365 llegadas a la isla.

La información hasta 2015 es obtenida a partir de la Tarjeta de Control de Tránsito (TCT) que llenan obligatoriamente todos los visitantes (turistas) a Galápagos. Para el año 2016 se ha trabajado con la información de registros del Parque Nacional Galápagos. Se excluye información de transeúntes o residentes en Galápagos. Esta información ha sido tabulada por la Dirección del Parque Nacional Galápagos y es procesada por el Observatorio de Turismo de Galápagos. La información se actualiza en los primeros meses de cada año vencido. (Observatorio de Galápagos, 2015)

### 4. Escogencia de los puntos dentro de la ruta turística

**Punto de Salida:** Puerto Baquerizo Moreno – Playa Puerto Chino – Playa La Lobería – Playa Mann – Playa Cabo de Orno o Carola.

**Punto de Llegada:** Puerto Baquerizo Moreno

## FASE 2 Determinación y selección de los servidores a incluir en la ruta turística

Tabla 42: Ruta de Transporte Aérea

Ruta	Aerolínea de Transporte	Distancia en Kilómetros	Tiempo	Frecuencia
Quito – San Cristóbal	Avianca Tame LATAM	1230 km en línea recta	Desde Aeropuerto de Quito se hace 1 hora con 30 minutos.	Se realiza las debidas reservaciones con anticipación en una agencia de viajes o a su vez se hace a compra de ticket aéreo en el aeropuerto.
Guayaquil – San Cristóbal	Avianca Tame LATAM	1085 km en línea recta	Desde aeropuerto de Guayaquil se hace 1 hora con 24 minutos	Se realiza las debidas reservaciones con anticipación en una agencia de viajes o a su vez se hace a compra de ticket aéreo en el aeropuerto.

Elaborado por: CRIOLLO, Jorge (2017)

### Alojamiento y alimentación

En relación al alojamiento se puede hacer reservaciones para as diferentes opciones sea hoteles y hostales, mismos que cuentan con su debido infraestructura, presto para la visita del turista. De igual manera se puede escoger a gusto de turista el restaurant, de acuerdo a su necesidad y gusto.

### Actividades recreativas

Entre las actividades complementarias se puede realizar:

- Caminatas a las orillas
- Recorrido en bicicleta.
- Reconocimiento de flora y fauna

### FASE 3 Determinación de los costos y gastos de operación

Tabla 43: Determinación de costos y gastos

Costos Fijos	Costo Variables	Gastos Generales
Ticket aéreo	Desayuno	Gasolina
Fletes dentro de la isla	Almuerzo	Gastos personales
Seguro de Viaje	Refrigerio	
Sueldo del Guía	Entradas a casas artesanales	

**Elaborado por:** CRIOLLO, Jorge (2017)



## ANEXOS

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO

FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS Y

DE LA EDUCACIÓN

CARRERA DE TURISMO Y HOTELERÍA



### ENCUESTA

TEMA: TURISMO DE SOL Y PLAYA COMO ALTERNATIVA PARA EL POSICIONAMIENTO DE LA ISLA SAN CRISTÓBAL, PROVINCIA DE GALÁPAGOS

#### ANEXO 1

OBJETIVO: Determinar.....

INDICACIONES: Marque con una X en el paréntesis de la respuesta elegida por usted

1.- ¿Cree usted que la isla San Cristóbal es un territorio adecuado para la oferta de turismo de sol y playa

SI ( )

NO ( )

2.- ¿A su criterio los prestadores turísticos de la isla San Cristóbal, brindan servicios de calidad al turista ?

SI ( )

NO ( )

3.- ¿De acuerdo a su criterio, las playas de la isla San Cristóbal tienen el potencial para competir con otras cercanas y continentales de mayor afluencia turística?

SI ( )

NO ( )

4.- ¿Qué tipo de turismo prefiere realiza cuando visita la isla San Cristóbal en la provincia de Galápagos?

De crucero ( )

Científico ( )

De sol y playa ( )

Ecoturismo ( )

Otro ( )



5.- ¿Según su criterio, las condiciones climáticas de la isla San Cristóbal en la provincia de Galápagos, son adecuadas para desarrollar el turismo de sol y playa?

SI (    )                                  NO (    )

6.- ¿Podría la isla San Cristóbal convertirse en un sitio preferente para el fomento del turismo de sol y playa?

SI (    )                                  NO (    )

7.- ¿Con qué frecuencia visita usted la isla San Cristóbal?

Mensual (    )      Trimestral (    )      Semestral (    )                      Anual (    )  
)

8.- ¿Qué servicios usted sugiere que se implementen para mejorar su estadía en la isla San Cristóbal?

Señalética (    )      Elementos de Playa (    )      Información Turística (    )  
Salvavidas (    )      Otro (    )

9.- ¿Por qué medio se informó usted de la isla San Cristóbal y su oferta turística?

Internet (    )      Revistas especializadas (    )      Amigos (    )  
Televisión (    )

10.- ¿Qué criterios cree son importantes para posicionar a la isla San Cristóbal como un destino de sol y playa?

Calidad de los servicios (    )      Precios diferenciados (    )      Seguridad turística (    )

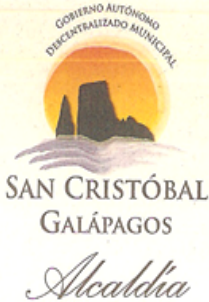
Promoción y difusión turística (    )

11.- ¿Qué destino del Ecuador continental que ofrecen turismo de sol y playa es de su preferencia?

Atacames (    )      Salinas (    )      Montañita (    )      Mompiche (    )  
)

Los Frailes (    )

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN



San Cristóbal  isla de lobos marinos!!!

Puerto Baquerizo Moreno, 26 de septiembre del 2016  
Oficio GADMCS-A-2016 0169

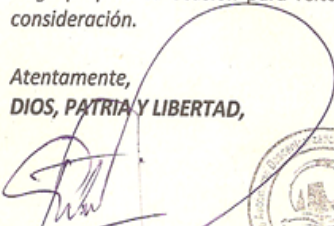
Magister  
Oscar Abril  
**COORDINADOR DE LA CARRERA HOTELERÍA Y TURISMO**  
**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO**  
Ciudad.-

De mi consideración:

Por medio de la presente doy a conocer que el señor estudiante **JORGE ESTEBAN CRIOLLO GUERRERO**, portador de la cédula de ciudadanía No. 200006370-7, realizó su investigación en la ciudad de Puerto Baquerizo Moreno, acerca del "Turismo de sol y playa como alternativa para el posicionamiento de la isla San Cristóbal, Provincia de Galápagos", con la respectiva información brindada para que de esta manera ejecute su trabajo de titulación.

Hago propicia la ocasión para reiterar a usted el testimonio de mi más distinguida consideración.

Atentamente,  
**DIOS, PATRIA Y LIBERTAD,**

  
Ab. Pedro A. Zapata R.  
ALCALDE



*San Cristóbal ya cambió..!*

Av. Charles Darwin y 12 de Febrero - Telefax: (+593) 5 2520008 - 2520119  
E-mail: sancristobalcapitaldelparaíso@yahoo.com - www.sancristobalgalapagos.gob.ec  
Isla San Cristóbal - Galápagos - Ecuador

## BIBLIOGRAFÍA

- Conferencia de las Naciones Unidas sobre el Medio Ambiente y el Desarrollo . (2002). *Cumbre de Johannesburgo*. Obtenido de Cumbre de Johannesburgo: <http://www.un.org/spanish/conferences/wssd/unced.html>
- Agencia de Viajes Viajando X. (2014). *Playa Mann*. Obtenido de Playa Mann: <http://www.viajandox.com/galapagos/playa-mann-san-cristobal.htm>
- Agencia Pública de Noticias del Ecuador y Sudamérica . (2 de Abril de 2012). *Cultura, ecoturismo y playa esperan a la ciudadanía ecuatoriana en este feriado (Video)* . Obtenido de Cultura, ecoturismo y playa esperan a la ciudadanía ecuatoriana en este feriado (Video): <http://www.andes.info.ec/es/semana-santa-2012-turismo/1289.html>
- Alfaro, E. (s/f). *La Promoción* . Obtenido de La Promoción : [http://brd.unid.edu.mx/recursos/Mercadotecnia%20de%20productos%20de%20consumo/bloque06/lecturas%20PDF/2\\_La\\_promocion.pdf](http://brd.unid.edu.mx/recursos/Mercadotecnia%20de%20productos%20de%20consumo/bloque06/lecturas%20PDF/2_La_promocion.pdf)
- Alvarez, L. Y. (22 de Agosto de 2004). *Mercadotecnia- Precio*. Obtenido de Mercadotecnia - Precio: <http://luisalvarez1.galeon.com/aficiones1190448.html>
- Alzamora, H. (Diciembre de 2007). <http://www.eumed.net>. Recuperado el 25 de Octubre de 2016, de <http://www.eumed.net/libros-gratis/2009b/534/PLAN%20DE%20MARKETING.htm>
- AMBIENTAL, L. D. (10 de SEPTIEMBRE de 2014). [www.ambiente.gob.ec](http://www.ambiente.gob.ec). Obtenido de <http://www.ambiente.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2012/09/LEY-DE-GESTION-AMBIENTAL.pdf>

- Ambiental., M. d. (2002). *Introducción al concepto de medio ambiente*. Obtenido de Introducción al concepto de medio ambiente: [http://www.mapama.gob.es/es/calidad-y-evaluacion-ambiental/temas/red-de-autoridades-ambientales-raa-/ms\\_1\\_tcm7-15128.pdf](http://www.mapama.gob.es/es/calidad-y-evaluacion-ambiental/temas/red-de-autoridades-ambientales-raa-/ms_1_tcm7-15128.pdf)
- Araújo, N., & Fraiz, J. A. (2017). Tourist routes linked to fiction series. Analysis routes Doctor MAteo and Gran Reserva. *Cuadernos de Gestión, Vol 17, núm. 1*, 37-55.
- Asamblea Nacional del Ecuador. (09 de Junio de 2015). *www.lexis.com.ec*. Recuperado el 7 de Agosto de 2016, de <http://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2016/04/LOREG-11-06-2015.pdf>
- Asamblea Nacional Ecuador. (2012). <http://www.ame.gob.ec>. Recuperado el 08 de Agosto de 2016, de [http://www.ame.gob.ec/ame/pdf/cootad\\_2012.pdf](http://www.ame.gob.ec/ame/pdf/cootad_2012.pdf)
- Aulasenior. (2012). <http://www.um.es/>. Recuperado el 16 de Octubre de 2016, de <http://www.um.es/aulasenior/saavedrafajardo/apuntes/2012/turismo/Turismo1c.pdf>
- Barahona, J. (11 de 04 de 2013). Plan estratégico para la dinamización turística de la Parroquia San Pedro de Licán. Ambato, Tungurahua, Ecuador.
- Beaufond, R. (2006). <http://www.innovacion.gob.sv>. Recuperado el 23 de Octubre de 2016, de <http://www.innovacion.gob.sv/inventa/attachments/article/3000/Marketing%20Tur%C3%ADstico.pdf>
- BlogSalomon. (03 de Marzo de 2009). <http://www.elblogsalmon.com>. Obtenido de <http://www.elblogsalmon.com/conceptos-de-economia/que-es-la-matriz-de-inversion-de-boston-consulting-group>
- Boisier, S. (2005). ¿Hay espacio para el desarrollo local en la globalización? *Revista de la Cepal* 86, 47-61.

- Camara de Turismo de Galápagos . (s/f). *Isla San Cristobal* . Obtenido de Isla San Cristobal : <http://www.galapagostour.org/index.php/islas/35-isla-san-cristobal>
- CAMINOS, L. D. (7 de Julio de 1964). *ww.obraspublicas.gob.ec*. Obtenido de [http://www.obraspublicas.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2015/03/LOTAIP2015\\_ley\\_de\\_caminos\\_y\\_reglamentos.pdf](http://www.obraspublicas.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2015/03/LOTAIP2015_ley_de_caminos_y_reglamentos.pdf)
- Carvajal, P. (29 de Marzo de 2015). *ministra de transporte y obras públicas*. Obtenido de <http://www.obraspublicas.gob.ec/presidente-correa-y-ministra-carvajal-hicieron-la-entrega-oficial-del-paso-lateral-latacunga-salcedo/>
- CASTELLANO, D. M. (2014). *EVALUACIÓN DEL IMPACTO ECONÓMICO GENERADO*. LATACUNGA: ESPE.
- Comes, Y., Solitario, R., Pamela, G., Mauro, M., Czerniecki, S., Vázquez, A., . . . Stolkiner, A. (2007). El concepto de accesibilidad: La perspectiva relacional entre población y servicios. *Anuario de Investigaciones, vol XIV*, 201-209.
- Conde, E., Covarrubias, R., & Carreón, A. (Septiembre de 2010). <http://www.eumed.net>. Recuperado el 24 de Octubre de 2016, de <http://www.eumed.net/rev/trydes/08/prf.htm>
- De la Torre Padilla, O. (2012). *Turismo Actividad Mundial*. México: Trillas.
- Decreto Ejecutivo. (2017). *Reglamento Ley de Regimen Especial de la Provincia de Galápagos* . Obtenido de Reglamento Ley de Regimen Especial de la Provincia de Galápagos : <https://www.nmslaw.com.ec/wp-content/uploads/2017/04/Reglamento-a-la-Ley-de-R%C3%A9gimen-Especial-de-la-Provincia-de-Gal%C3%A1pagos.pdf>
- Definicion ABC. (2007). <http://www.definicionabc.com>. Recuperado el 24 de Octubre de 2016, de <http://www.definicionabc.com/general/percepcion.php>

- Dominique, S. (2011). Geo-Segmentación y geo-posicionamiento en el análisis de las preferencias de los Turistas. *Estudios y Perspectivas en Turismo Vol. 20*, 842-854.
- Ecuador Beachs. (2015). *Puerto Chino Beach*. Obtenido de Puerto Chino Beach: <http://ecuadorbeaches.org/beaches/galapagos-islands/puerto-chino-san-cristobal/>
- ECUADOR, C. D. (2008). *CONSTITUCIÓN DE LA REPUBLICA DEL ECUADOR 2008*. Obtenido de [http://www.inocar.mil.ec/web/images/lotaip/2015/literal\\_a/base\\_legal/A.\\_Constitucion\\_republica\\_ecuador\\_2008constitucion.pdf](http://www.inocar.mil.ec/web/images/lotaip/2015/literal_a/base_legal/A._Constitucion_republica_ecuador_2008constitucion.pdf)
- Erazo, M. (2015). *Estrategias de Marketing Turístico para el centro histórico de la ciudad de San Gabriel, Cantón Montúfar - Provincia del Carchi*. Recuperado el 08 de Agosto de 2016, de *Estrategias de Marketing Turístico para el centro histórico de la ciudad de San Gabriel, Cantón Montúfar - Provincia del Carchi*: <http://dspace.uniandes.edu.ec/handle/123456789/1591>
- Estefania, P. V. (2016).
- Estefania, P. V. (2016).
- Fundación Turismo para todos . (2004). Gastronomía Pautas de calidad en el servicio para pequeños hoteles. En F. T. todos, *Gastronomía Pautas de calidad en el servicio para pequeños hoteles*. (págs. 3-4). Copyright.
- Gad Municipal San Cristóbal. (2012). Plan de Desarrollo Sostenible y Ordenamiento Territorial. San Cristóbal, Galápagos, Ecuador.
- GAD San Cristóbal. (Julio de 2012). Plan Estratégico Cantonal de Turismo de San Cristóbal. San Cristóbal, Galápagos, Ecuador.
- GADM San Cristóbal. (2012). Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial 2012-2016. 43-46. San Cristóbal, Galápagos, Ecuador. Recuperado el 10 de Diciembre de 2016

- García, A., & Albuquerque, F. J. (2011). EL TURISMO CULTURAL Y EL DE SOL Y PLAYA: El Turismo Cultural y el de sol y playa:¿ Sustitutivos o Comprementarios? *Cuadernos de Turismo*, 97-105.
- Gil, C. (2007). *Definición de Nivel de Servicio y Capacidad* . Obtenido de Definición de Nivel de Servicio y Capacidad : <https://upcommons.upc.edu/bitstream/handle/2099.1/5770/05.pdf?sequence=6>
- González, M., Del Rio, C., & Domínguez, J. M. (s/f). Los Servicios: concepto, clasificación y problemas de medición. *Ekonomiaz N" 13-14*, 10-19.
- González, R. (2002). *Cómo elegir un posicionamiento de marca eficaz y ejemplos*. Obtenido de Cómo elegir un posicionamiento de marca eficaz y ejemplos: <http://www.branderstand.com/como-elegir-un-posicionamiento-de-marca-eficaz-y-ejemplos/>
- Gouvêa, M. A., & Mori, F. (2004). MARKETING ESTRATÉGICO: SEGMENTACIÓN Y POSICIONAMIENTO EN AGENCIAS DE VIAJE Y TURISMO DE LA CIUDAD DE SÃO PAULO-BRASIL. *Estudios y Perspectivas en Turismo Volumen 13*, 240-257.
- Gutiérrez de Calderón, R. (04 de Julio de 2003). <http://www.estudio-arqueologia.es>. Obtenido de <http://www.estudio-arqueologia.es/pdfs/publicaciones/gutirrezdecalderon.pdf>
- Herbert, D. (2001). Literary places, Tourism and the Heritage Experience. *Annals of Tourism Reserch*, 28 (2), 312-333.
- Hernández, J. (2011). Los caminos del patrimonio. Rutas turísticas e itinerarios culturales. *Revista de Turismo y Patrimonio Cultural Pasos. Vol. 9 N° 2*, 225-236.
- Hunter, J. (2011). *Formas de Vida y formación de conceptos* . Obtenido de Formas de Vida y formación de conceptos : <http://tomasini-bassols.com/wp-content/uploads/2017/05/Formas.pdf>

- Hurtado, J. (2007). *Fundamentación teórica y conceptual*. Obtenido de Fundamentación teórica y conceptual: <http://investigacionholistica.blogspot.com/2008/02/fundamentacin-terica-y-conceptual.html>
- Instituto Nacional de Calidad. (2011). *Calidad comercial*. Obtenido de Calidad comercial: <https://www.inac.gub.uy/innovaportal/v/9911/2/innova.front/calidad-comercial>
- Kotler, P., Bowen, J. T., & Makens, J. C. (2012). *Marketing Turístico, Sexta Edición*. Madrid - España : Pearson, S.A.
- León, F. (9 de Septiembre de 2015). *¿Que es la segmentación de mercado?* Obtenido de *¿Que es la segmentación de mercado?:* <https://www.merca20.com/que-es-la-segmentacion-de-mercados/>
- LEXUS EDITORES . (2011). *Turismo, Hotelería y Restaurantes*. Barcelona - España: Grafos S.A. Arte sobre papel.
- López de Ávila Muñoz, A., & García, S. (s/f). *Destinos Turísticos Inteligentes*. Obtenido de Destinos Turísticos Inteligentes: <http://www.minetad.gob.es/Publicaciones/Publicacionesperiodicas/EconomiaIndustrial/RevistaEconomiaIndustrial/395/LOPEZ%20DE%20AVILA%20y%20GARCIA.pdf>
- López, E. (1993). El ocio. Perspectiva pedagógica. *Revista Complutense de Educación. Vol. 4 (1)*, 69-88. Recuperado el 22 de Octubre de 2016, de El ocio. Perspectiva pedagógica: <http://revistas.ucm.es/index.php/RCED/article/viewFile/RCED9393120069A/17970>
- Luna, M. P., & Valdivieso, E. (17 de Julio de 2017). *Jóvenes de Quito prefieren el turismo de sol y playa*. Obtenido de Jóvenes de Quito prefieren el turismo de sol y playa: <http://www.andes.info.ec/es/noticias/jovenes-quito-prefieren-turismo-sol-playa.html>



- Martinez-Valerio, L. (2012). Estrategias de promoción turística a través de Facebook. *Palabra Claver - ISSN: 0122-8285 No. 2* , 318-338.
- MasTiposde, E. d. (16 de Agosto de 2016). *Turismo de sol y playa* . Recuperado el 19 de Octubre de 2016, de Turismo de sol y playa : [http://www.mastiposde.com/turismo\\_de\\_sol\\_y\\_playa.html](http://www.mastiposde.com/turismo_de_sol_y_playa.html)
- Ministerio de Turismo . (Enero de 2014). *Programa Nacional para la Excelencia Turística 2014 - 2017*. Obtenido de Programa Nacional para la Excelencia Turística 2014 - 2017: <http://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2015/04/Documento-Programa-Nacional-para-la-Excelencia-Turistica1.pdf>
- Ministerio de Turismo Ecuador. (26 de Septiembre de 2007). *PLANDETOUR 2020*. Obtenido de PLANDETOUR 2020: <http://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/02/PLANDETUR-2020.pdf>
- Ministerio de Turismo Ecuador. (Agosto de 2015). [www.observatoriogalapagos.gob.ec](http://www.observatoriogalapagos.gob.ec). Recuperado el 2016 de Octubre de 23
- Ministerio del Ambiente. (2014). *Medio Ambiente*. Obtenido de Medio Ambiente: <http://www.ambiente.gob.ec/>
- MTOP, M. D. (MARZO de 2015). [www.obraspublicas.gob.ec](http://www.obraspublicas.gob.ec). Obtenido de [http://www.obraspublicas.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2015/03/RC2014\\_INFORME\\_FINAL\\_COTO\\_PAXI.pdf](http://www.obraspublicas.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2015/03/RC2014_INFORME_FINAL_COTO_PAXI.pdf)
- Observatorio de Galápagos. (2015). <http://www.observatoriogalapagos.gob.ec>. Recuperado el 08 de Agosto de 2016, de [http://www.observatoriogalapagos.gob.ec/wp-content/uploads/2015/04/informe\\_de\\_visitantes\\_2015\\_final.pdf](http://www.observatoriogalapagos.gob.ec/wp-content/uploads/2015/04/informe_de_visitantes_2015_final.pdf)
- Observatorio de Turismo Galápagos . (2017). *Observatorio de Turismo Galápagos* . Obtenido de Observatorio de Turismo Galápagos : <http://www.observatoriogalapagos.gob.ec/>

- Organización Mundial del Turismo. (2002). *Ecoturismo y áreas protegidas*.  
Obtenido de Ecoturismo y áreas protegidas:  
<http://sdt.unwto.org/es/content/ecoturismo-y-areas-protegidas>
- Ortiz, E. (2013). Epistemología de la investigación cuantitativa y cualitativa: Paradigmas y objetivos. *Dialnet*, 1-23.
- Pannosso, A., & Lohmann, G. (2012). *Teoría del Turismo - Conceptos, modelos y sistemas*. México: Trillas.
- Pulido, J. I. (2008). Gestión turística activa y desarrollo económico en los parques naturales andaluces. Una Propuesta de revisión desde el análisis del posicionamiento de sus actuales gestores. *Revista de Estudios Regionales N° 81, I.S.S.N: 0212-7585*, 171-203.
- Rodríguez, E. (10 de Agosto de 2011). *Clases de turismo*. Obtenido de Clases de turismo:  
[http://vinculando.org/vacaciones\\_viajes/turismo\\_sostenible/clases\\_de\\_turismo\\_sostenible\\_desarrollo\\_hotelero.html](http://vinculando.org/vacaciones_viajes/turismo_sostenible/clases_de_turismo_sostenible_desarrollo_hotelero.html)
- Rodríguez, M. (2010). *Diseño de una ruta turística de interpretación cultural para la promoción y el desarrollo local de la etnia aborígen warao en el estado Delta Amacuro, Venezuela*. Caracas .
- Rodríguez, R. (11 de Diciembre de 2011). *Destinos Turísticos. Realidad y Concepto*. Recuperado el 22 de Octubre de 2016, de Destinos Turísticos. Realidad y Concepto: <http://www.eumed.net/rev/turydes/11/rrf.html>
- Rodríguez, R. (11 de Diciembre de 2011). <http://www.eumed.net>. Recuperado el 22 de Octubre de 2016, de <http://www.eumed.net/rev/turydes/11/rrf.html>
- Ruedas, E. (1993). Calidad, Productividad y costos. *Salud Pública de Mexico. Vol 35 núm. 3* , 298-304.
- Sampieri, R. (2010). *Metodología de la Investigación* . México: Mc Graw Hi.
- Sancho, A. (s/f). *Introducción al Turismo*. Organización Mundial de Turismo.

Secretaria de Turismo - SECTUR. (2015). *GLOSARIO INFORMACIÓN ESTADÍSTICA DEL SECTOR TURISMO DE MÉXICO - DATATUR*. Obtenido de GLOSARIO INFORMACIÓN ESTADÍSTICA DEL SECTOR TURISMO DE MÉXICO - DATATUR: <http://www.datatur.sectur.gob.mx/SitePages/Glosario.aspx>

Suárez, B. (2014). *Plan de marketing para el posicionamiento de la imagen de la reserva ecológica de la comuna Loma-Alta, Provincia Santa Elena* . Recuperado el 08 de Agosto de 2016, de Plan de marketing para el posicionamiento de la imagen de la reserva ecológica de la comuna Loma-Alta, Provincia Santa Elena: [http://repositorio.upse.edu.ec/bitstream/46000/1448/1/TESIS\\_PLAN\\_MKT PARA POSICIONAMIENTO RESERVA ECOLOGICA LOMA .pdf](http://repositorio.upse.edu.ec/bitstream/46000/1448/1/TESIS_PLAN_MKT_PARA_POSICIONAMIENTO_RESERVA_ECOLOGICA_LOMA.pdf)

Subgerencia general Banco de la República. (2015). *Competencias del mercado*. Recuperado el 24 de Octubre de 2016, de Competencias del mercado: [http://www.banrepcultural.org/blaavirtual/ayudadetareas/economia/competencias\\_del\\_mercado](http://www.banrepcultural.org/blaavirtual/ayudadetareas/economia/competencias_del_mercado)

Subgerencia general Banco de la República. (2015). <http://www.banrepcultural.org>. Recuperado el 24 de Octubre de 2016, de [http://www.banrepcultural.org/blaavirtual/ayudadetareas/economia/competencias\\_del\\_mercado](http://www.banrepcultural.org/blaavirtual/ayudadetareas/economia/competencias_del_mercado)

Thomposon, I. (2012). *Definición de Organización*. Obtenido de Definición de Organización: <https://www.promonegocios.net/empresa/definicion-organizacion.html>

Thompsom, I. (Julio de 2009). <http://www.promonegocios.net/clientes/cliente-definicion.html>. Recuperado el 24 de Octubre de 2016, de <http://www.promonegocios.net/clientes/cliente-definicion.html>

Thompson, I. (Junio de 2010). *Marketing Intensivo- ¿Qué es promoción?* Obtenido de Marketing Intensivo- ¿Qué es promoción?:

<http://www.marketingintensivo.com/articulos-promocion/que-es-promocion.html>

thopsy1.blogspot. (07 de Febrero de 2011). *Clasificación del Turismo*. Recuperado el 17 de octubre de 2016, de Clasificación del Turismo: <http://thopsy1.blogspot.com/2011/02/clasificacion-del-turismo.html>

Turcias, M. (2 de Agosto de 2015). *CONCEPTOS GENERALES DE TURISMO, RECURSOS TURISTICOS Y ATRACTIVOS*. Obtenido de CONCEPTOS GENERALES DE TURISMO, RECURSOS TURISTICOS Y ATRACTIVOS: <http://documentslide.com/download/link/conceptos-generales-de-turismo-recursos-turisticos-y-atractivos>

Valencia, J., Lambán, M. P., & Royo, J. (2014). Modelo analítico para determinar lotes óptimos de producción considerando diversos factores productivos y logísticos. *DYNA 81 (184)*, 62-70.

Valls, J. (1998). Cambio de concepto en la gestión turística del municipio. *Estudios de Gestión Turística*, 34.

Varisco, C. (2008). *Desarrollo Turístico y Desarrollo Local*. España: Universidad Nacional de Mar del Plata.

Venegas, R. (s/f). *El Concepto de Satisfacción*. Obtenido de El Concepto de Satisfacción: [http://www.academia.edu/25203466/El\\_concepto\\_de\\_Satisfacci%C3%B3n](http://www.academia.edu/25203466/El_concepto_de_Satisfacci%C3%B3n)

Vidal Turismo. (10 de Julio de 2013). *ECOTURISMO Y TURISMO DE AVENTURA*. Obtenido de ECOTURISMO Y TURISMO DE AVENTURA: <http://vidalturismo.com/ecoturismo-y-turismo-de-aventura/>

Vilema, C. (2011). *Plan de marketing turístico para el cantón Isabela, Provincia de Galápagos, Ecuador*. Recuperado el 08 de Agosto de 2016, de Plan de marketing turístico para el cantón Isabela, Provincia de Galápagos, Ecuador: <http://repositorio.uide.edu.ec/handle/37000/512>

**EL TURISMO DE SOL Y PLAYA UNA OFERTA SOSTENIBLE  
PARA EL POSICIONAMIENTO DE LA ISLA SAN  
CRISTÓBAL, PROVINCIA DE GALÁPAGOS**

Jorge Criollo

<sup>1</sup> Universidad Técnica de Ambato,  
Av. Los Chasquis, campus Huachi, Ecuador

**Resumen.** La presente investigación propone generar elementos técnicos que permitan el posicionamiento turístico de la Isla San Cristóbal, en la Provincia de Galápagos, así, en la primera etapa de la investigación se analizó la información secundaria documentación generada por la Municipalidad de San Cristóbal y otras instituciones públicas y privadas. La segunda etapa de la investigación permitió conocer mediante la aplicación de una encuesta el estado del sistema turístico cantonal. Finalmente se concluye que la Isla San Cristóbal tiene un alto potencial para desarrollar el turismo de sol y playa, sin embargo hay que generar una oferta turística adecuada que se diferencie de la especializada creada bajo las condicionantes de área natural protegida.

**Palabras clave:** Turismo, Servicios turísticos, Estrategias, Planificación, Posicionamiento.

## 1 Introducción

La Organización Mundial de Turismo define el turismo que conduce a la gestión de todos los recursos de tal forma que permite satisfacer todas las necesidades económicas, sociales, y estéticas manteniendo la integridad cultural, los procesos ecológicos esenciales, la diversidad ecológica y los sistemas que apoyan la vida (Pérez 2004).

El desarrollo del turismo sostenible responde a las necesidades de los turistas y de las regiones anfitrionas presentes, a la vez que protege y mejora las oportunidades del futuro. Está enfocado hacia la gestión de todos los recursos de manera que satisfagan todas las necesidades económicas, sociales y estéticas, y a la vez que respeten la integridad cultural, los procesos ecológicos esenciales, la diversidad biológica y los sistemas de soporte de la vida.

Ecuador, forma parte de los países privilegiados, aún en su pequeño territorio en relación a otros países del mundo. Alberga especies de flora y fauna endémicas, culturas y etnias que con la conservación de su legado han sido motivo de investigación y orgullo nacional. Cuenta a su haber con patrimonios de carácter mundial reconocidos por la Unesco. Ha realizado un proceso de fortalecimiento turístico nacional, invirtiendo importantes recursos económicos, acciones que han dado resultados positivos para el país.

La Región Insular del Ecuador, mejor conocida como Galápagos, es catalogada como la joya de la corona a nivel mundial, es uno de los más complejos y únicos

archipiélagos oceánicos que aún mantiene sus ecosistemas y biodiversidad sin alteraciones que la expongan a la destrucción. Desde el año 1978 es parte de los patrimonios naturales de la humanidad reconocidos por la UNESCO; a más de ello también es considerada como Reserva de la Biósfera, Santuario de Ballenas y sitio RAMSAR (para la protección de humedales).

Por las condiciones realizadas tanto administrativamente como legalmente, mantiene condiciones especiales para mantener su conservación, por lo que el turismo que es de alto nivel especialmente receptivo, pero también interno, es una de los ejes dinamizadores con mayor control, muchas son las actividades que el turista puede realizar en el territorio, unas mayor promocionadas que otras, pero la sola connotación que determinados atractivos estén en Galápagos son merecedores de posicionarse entre los turistas.

Por estas consideraciones especiales, la actividad turística debe ser desarrollada dentro del marco de la sostenibilidad, creando un entorno dentro del cual, todos los elementos del sistema turístico se generen con armonía y el ser humano pueda aprovecharlos de manera consiente, pues la responsabilidad de conservar debe ser la prioridad.

Es así que esta investigación determinó tres momentos para su ejecución, el primero el análisis situacional del turismo local, el segundo la determinación de los tipos de turismo y el sistema turístico cantonal y finalmente los análisis correspondientes para generar estrategias para posicionar a San Cristóbal como un destino de sol y playa.

### **Estado del Arte**

La actividad turística se presenta como una alternativa de desarrollo, a nivel mundial se el turismo en todas sus formas, sin embargo, el crecimiento de flujos turísticos a los distintos destinos turísticos mundiales, ha evidenciado un sin número de problemas para las comunidades o territorios receptores; por esta razón, el turismo sostenible en su sentido más puro, es una industria comprometida a causar

un bajo impacto sobre el medio ambiente y la cultura local, al tiempo que contribuye a generar ingresos y empleo para la población.

El turismo de sol y playa es una modalidad de turismo que en la actualidad está en auge por las diferentes plazas de mercado que dirigen específicamente a escala internacional, sin embargo cabe recalcar que su origen se data aproximadamente en el siglo XVII como una preferencia de carácter curativo que la localidad cerca de Londres lo atribuía, seguidamente se expandió hacia las costas de Inglaterra en donde la población realizaba sus vacaciones a la playa como un ritual medicinal (Ayala, Martín, & Masiques, 2003), desde aquel entonces el turismo de playa se expandió por toda Europa y a su vez en el siglo XX este tipo de turismo genero mayores divisas lo que conllevaba a la industria turística a primeros planos de la economía mundial, siendo como una opción de diversificación de los productos turísticos que se vinculen con el medioambiente, naturaleza y la cultura de un sitio en particular para lograr una fuerte estacionalidad (Fernández & Ramos, 2010) en el marco del desarrollo sostenible mismo que se desprende al modelo masivo y estacional que un lugar proporciona por su mayoría de demanda que a la localidad significa una revitalización económica a las familias.

Dentro del mercado turístico el factor calidad remarca en los destinos de sol y playa que se orienta con una estrategia basada en una imagen que se asocia al respeto medioambiental figuras de protección y gestión territorial que alcance ciertos niveles de competitividad frente a las nuevas oferta del lugar. (Marrero & Santana, 2008). Además es tomada como una posibilidad de sensibilidad y disfrute del agua y el clima que oferta una zona costera (Gómez - Martín & Martínez - Ibarra, 2012) como parte de una experiencia para en un futuro exista la posibilidad de mayor demanda como destino vacacional. La intención del turismo de este tipo es alcanzar mayor difusión del producto que del servicio que conforman una oferta que se adopte para proyectar un posicionamiento con una experiencia de emociones, sensibilidad y descanso que se define como una estrategia de promoción de un turismo de sol y playa. (Küster, Vila, & Canales, 2008).



Así mismo el turismo se destaca por las diversas formas de enfatizar la calidad como un factor de competitividad para los destinos de sol y playa (Vera, Rodríguez, & Capdepón, s/f) que sostienen una actitud de renovación y reestructuración de los prestadores de servicio que forman de una manera integral la oferta hotelera en donde lo califican de bueno y deseable que consideran tanto los bienes y servicios que forman parte de este tipo de turismo como un producto; al hablar de sol y playa se enfatiza la belleza natural (Hernández & Picón, 2011) del lugar que otorga los planes de la calidad en la zona que hace como desarrollo turístico de un determinado lugar, que constituye una práctica que corresponde un status a los viajeros que se presenta en temporada de vacaciones como un modelo de ocio y turismo para contribuir para formar una imagen social para realizar actividades de recreación y turismo que vinculan al paisaje de las playas es decir son aquellos que tienen más afinidad a la playa y el mar al mismo tiempo llegando a ser como un instrumento de protección de las áreas naturales existentes (Barros, 2013). Por otra parte (Ponce, 2004) enfatiza lo importante que tiene un trato de conciencia acerca del turismo sol y playa porque forma parte del entorno natural, idea que se foliza hacia el comportamiento del turista cuando forma parte de este turismo.

De acuerdo a (Yepes, 1999) determina que la playa llega a ser un recurso primordial en las zonas costeras por su valor ambiental y económico de la población aledaña, para alcanzar un desarrollo sostenible tomando como referencia las características de calidad de una playa es decir su aptitud para la visita misma que debe tener condiciones que cubran las necesidades del turista; sin embargo en algunas ocasiones dentro de este tipo de turismo los gestores directos no hacen conciencia acerca del valor que repercute efectuar estas actividades en las playas. Además las zonas costeras constituyen una riqueza biológica inigualable, misma que resguarda una fauna que caracteriza a estos lugares; además siendo como un ente de desarrollo turístico de cada zona.

## **2 Método/ Metodología**

El enfoque de la investigación es cualitativo puesto que mediante la aplicación de instrumentos para levantamiento de información, se pudo tener estadísticas que

permitieron determinar si el tipo de turismo que se planteó será una alternativa de posicionamiento turístico como lo plantea (Vera, 2008), mediante la aplicación de instrumentos para levantamiento de información, se podrán tener estadísticas que permitan determinar si el tipo de turismo que se plantea será una alternativa de posicionamiento turístico.

Además que se determinó que la investigación es de campo, a través de la observación directa y visita al territorio, (Sampieri, 2010) que es lugar que ocurren los acontecimientos acerca del turismo de sol y playa, en donde se llega a profundizar la información mediante de la observación directa y visita al territorio con formas de recolección (encuestas, entrevistas), para la obtención de datos claros y verídicos que luego del análisis forma parte del proceso investigativo en la isla San Cristóbal.

### **3 Resultados**

La investigación muestra como resultados la potencialidad del territorio para su posicionamiento turístico en función de una oferta de sol y playa. Es así que se enfatiza una ruta turística denominado “El Encanto del Sol y Playa” , que nace como una opción de apoyo a la situación actual del turismo cantonal, que se caracteriza por su ecosistema que atrae a turistas nacional como extranjeros para el desarrollo de la actividad turística de una manera sostenible. Galápagos como tal, no se encuentra exenta, es más por sus características únicas tiene un extraordinario potencial turístico que desde hace algunas décadas ha venido siendo aprovechado especialmente por la empresa privada y los grande monopolios turísticos internacionales.

Dentro de la ruta turística engloba procesos de planificación que han marcado por criterios importantes, el primero, un turismo pausado que traiga consigo acciones permanentes y controladas para evitar la masificación descontrolada de visitantes hacia las Islas Galápagos en lo posible con una gestión turística que genere el menor impacto en todo el sistema turístico; el segundo que apunte a ser un destino exclusivo de calidad, pues hay que garantizar experiencia únicas al visitantes y parte de ello es la calidad en los servicios, por lo tanto, la empresa privada es la llamada

a generar espacios de aprendizaje, criterios de comportamiento y atención al cliente con altos niveles de calidad, esto sí con el apoyo del estado central a través del ministerio rector; finalmente el tercer elemento que exista una alta participación local, desde la toma de decisiones hasta la redistribución de los beneficios tanto económicos como sociales; por tal razón se han generado procesos de sostenibilidad a todo nivel especialmente los que deben mantener a las Islas Galápagos como un tesoro mundial.

La selección de los atractivos a formar parte en la ruta se la hizo con recorridos y visitas a los lugares para constatar la factibilidad de la actividad turística para garantizar el servicio hacia el turista, es decir que puede y debe ser acorde a las expectativas y necesidades del mismo.

A continuación tenemos los atractivos turísticos de la Isla San Cristóbal

**Tabla 1.** Atractivos turísticos Isla San Cristóbal<sup>2</sup>

Sitio de visita	Terrestre	Marino	Categoría DPNG
Cerro brujo	1		Intensivo Natural
Galapaguera Semi-natural	1		
Punta Pitt	1		Intensivo Manejado
Isla Lobos		1	
León Dormido		1	
Cerro Las Tijeras	1		

Jardín de las Opuntias	1		Intensivo Cercano
Laguna El Junco	1		
Puerto Grande		1	
Playa Ochoa		1	
Playa Baquerizo		1	
La Lobería	1		
Punta Carola	1		Recreacional
Manglecito		1	
Puerto Chino		1	
Centro de interpretación	1		
Centro de Crianza de Tortugas	1		Cultural educativo
<b>TOTAL</b>	<b>10</b>	<b>7</b>	<b>5</b>

**Elaborado por:** CRIOLLO, Esteban (2017)

**Fuente:** Gad Municipal San Cristóbal (2012). Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial. San Cristobal, Galapagos, Ecuador.

La Isla San Cristóbal posee características naturales potenciales para desarrollar el turismo, si bien es cierto la vocación de Galápagos como tal es el Ecoturismo, sin embargo manteniendo los estándares de calidad, así como enmarcado en los lineamientos de regulación y control se puede fortalecer el turismo de sol y playa considerando que cuatro del total de atractivos son playas. El intentar posicionar a San Cristóbal a partir de una nueva oferta turística de sol y playa, generaría nuevas oportunidades de inversión así como de emprendimiento en los habitantes del cantón, dinamizando la economía aún más.

Para los establecimientos de alimentación y bebidas, los datos obtenidos permiten identificar que San Cristóbal no ha generado aún una oferta nocturna que permita que el turista pueda disfrutar y relajarse en este tipo de emprendimientos, claramente se observa que la competencia lleva una ventaja de 25%, es un indicador importante que debe procurarse en el territorio de investigación transformarla en fortaleza (Ministerio de Turismo , 2014)

Si se considera que los encuestados mantienen un comportamiento de visita en centros poblados, son parte de la demanda objetiva el 46% realizan turismo de

playa, segmento que hay que fidelizarlo y atraer mediante estrategias adecuadas a parte del segmento que realiza ecoturismo que representa el 51%..

Si bien son ciertos todos los servicios ofertados deben mantener determinados parámetros de calidad por las características del destino y exigencias del visitante sobresale el 61% de los servicios de información turística.

#### **4 Discusión**

El aumento de turistas está asociado al incremento de la población y la introducción de especies invasoras, lo cual implica un riesgo para la conservación. Las modalidades de turismo más frecuentes son turismo de crucero y turismo con base local. El turismo navegable fue hasta hace poco la modalidad con el mayor número de turistas. Sin embargo en los últimos años el turismo con base local superó en número al turismo de crucero. Hay una presión considerable de los residentes por incrementar la estadía de los turistas en las islas pobladas para promover el desarrollo económico a través del turismo.<sup>3</sup>

En este sentido la sostenibilidad es una herramienta fundamental para crear conciencia en los emprendedores turísticos, si bien es cierto Galápagos y San Cristóbal, se desarrollan bajo criterios especiales por las condiciones de ser área protegida; por otro lado la necesidad de crear una oferta turística diferente a la de cruceros y aprovechar el turismo local fortalecer la actividad turística dinamizando la economía y posicionando al territorio en turismo de sol y playa, sin dejar de cumplir las normativas ambientales correspondientes.

En lo que respecta al análisis de la oferta del Cantón San Cristóbal, se destaca que existen una variedad de recursos turísticos naturales autorizados, dentro de la reserva marina y terrestre del Parque Nacional Galápagos, para desarrollar un verdadero turismo con participación local, pero la falta de planificación y organización del turismo en centros poblados y en las áreas protegidas, no han permitido que la sociedad galapagueña se beneficie del turismo local, a través de

---

<sup>3</sup> Muñoz Barriga, Andrea. (2015). La contradicción del turismo en la conservación y el desarrollo en Galápagos - Ecuador. Estudios y perspectivas en turismo

políticas y normas que deben ser emitidas por parte de los organismos competentes como Parque Nacional Galápagos, Gobierno Municipal, Ministerio de turismo etc.; a fin de redistribuir la demanda turística.<sup>4</sup>

Precisamente la investigación realizada genera una propuesta objetiva de planificación en la que se plantean planes, programas y proyectos que el Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de San Cristóbal debe emprender con el apoyo de los actores turísticos y especialmente con la empresa privada para generar una oferta turística de sol y playa que sea competitiva y agradable al turista, lo que a su vez determine que los servicios turísticos vayan mejorando en calidad y a todo nivel.

## **5 Conclusiones y Recomendaciones**

Galápagos maneja condiciones diferentes de desarrollo por sus características climáticas y extra continentales, al formar parte del sistema de nacional de áreas protegidas su desarrollo turístico es delicado por lo que se han determinado herramientas de planificación estrictas para no alterar el entorno ni las preferencias de los turistas. Ahora que las competencias turísticas se han entregado por completo al GAD Municipal San Cristóbal ellos deben regular, controlar, planificar y gestionar el turismo direccionando la oferta hacia el turismo de sol y playa para llegar a segmentos de mercados que generen recursos económicos en el cantón.

La alta visitación turística genera una diversificación importante en la oferta provincial, sin embargo en la Isla San Cristóbal aún la inversión privada no ha generado un mayor grado de desarrollo turístico, esto depende en alto grado de la organización de la empresa turística así como de la diversificación de oferta, segmentos de mercado y costos, para evitar que las grandes mayoristas acaparen el mercado.

La demanda turística de sol y playa es un fenómeno que moviliza a masas en todo el mundo, por lo tanto es necesario aprovechar la alta influencia que tienen las Islas

---

<sup>4</sup> Juan Carlos, Becerra Hernández. Melinton Antonio, Puga Reyes (2012). Gestión estratégica del turismo sostenible en San Cristóbal. Maestría en Dirección y Planificación Estratégica. ESPE. Sede Sangolquí.

galápagos sobre el turista internacional y especialmente sobre el nacional a quienes se ha dirigido el estudio, ya que en el Ecuador continental la oferta de sol y playa se limita a diversión y descanso; mientras que en San Cristóbal, se tiene el plus de ser parte de un atractivo jerarquía IV.

Independientemente de las estadísticas que emite el Observatorio Turístico de Galápagos, se recomienda que todo el aparato turístico de la Isla San Cristóbal debe manejar criterios de ordenamiento territorial, organización y asociatividad para generar mayores oportunidades para toda la isla respecto a la visitación de turistas externos y especialmente nacionales.

Con la finalidad de fortalecer las rutas turísticas de sol y playa, se deben implementar señaléticas turísticas adecuadas, elementos de playa y generar una información turística importante, motivando a la empresa privada a que mediante alianzas estratégicas, se pueda fortalecer la oferta y el turismo en el territorio.

Se recomienda que se desarrollen estrategias adecuadas en las áreas de comunicación, marketing y generación de productos turísticos de sol y playa generada desde una alianza estratégica entre los sectores públicos privados y comunitarios, de manera que se generen procesos sostenibles.

### **Bibliografía**

1. Ayala, H., Martín, R., & Masiques, J. (2003). El Turismo de Sol y Playa en el siglo XXI. *Ponencia presentada en la Convesión de Turismo de Cuba* , 1-13.
2. Barros, L. (2013). Impactos del turismo de sol y playa en el litoral del sur de Surgipe, Brasil. *Estudios y Perspetivas en Turismo Volumen 22*, 526 - 545.

3. Becerra, J. C., & Melintón, P. (2012). *Gestión estratégica del turismo sostenible en San Cristóbal*. Sangolquí.
4. Fernández, G., & Ramos, A. G. (2010). El patrimonio cultural como oferta complementaria al turismo de sol y playa. El caso del suroeste bonaerense. Argentina. *PASOS - Revista de Turismo y Patrimonio Cultural Vol. 8 N° 1*, 139-149.
5. GAD San Cristóbal . (2012). *Plan Estratégico Cantonal de Turismo de San Cristóbal* . San Cristóbal , Galápagos, Ecuador.
6. Gómez - Martín, M., & Martínez - Ibarra, E. (2012). Tourism demand and atmospheric parameters: non-intrusive observation techniques. *Climate Research Vol. 51*, 135-145.
7. Hernández, A., & Picón, J. C. (2011). En la frontera del conflicto socio - ambiental: el modo de vida rural y desarrollo del turismo de sol y playa en Guanacaste, Costa Rica . *Ciencias Ambiental - Tropical Journal of Environmental Sciences Vol. 42* , 31-44.
8. Küster, I., Vila, N., & Canales, P. (2008). El Marketing relacional y el marketing emocional: dos enfoques competitivos para el turismo de sol y playa. *Estudios sobre Turismo* , 31-40.
9. Marrero, J. R., & Santana, M. Á. (2008). Competitividad y calidad en los destinos turísticos de sol y playa. El caso de las Islas Canarias. *Cuadernos de Turismo n° 22*, 123-143.
10. Ministerio de Turismo . (Enero de 2014). *Programa Nacional para la Excelencia Turística 2014 - 2017*. Obtenido de Programa Nacional para la Excelencia Turística 2014 - 2017: <http://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2015/04/Documento-Programa-Nacional-para-la-Excelencia-Turistica1.pdf>



11. Muñoz, A. (2015). La contradicción del turismo en la conservación y el desarrollo en Galápagos - Ecuador. *Estudios y perspectivas de Turismo*, 399 - 413.
12. Ponce, M. D. (2004). La calidad ambiental como factor competitivo de los destinos tradicionales de sol y playa. *Cuadernos de Turismo*, 91 - 105.
13. Vera, F., Rodríguez, I., & Capdepón, M. (s/f). Reestructuración y competitividad en destinos maduros de sol y playa: la renovación de la planta hotelera de Benidorm. *Instituto Universitario de Investigaciones Turísticas*, 1-23.
14. Yepes, V. (1999). Las playas en la gestión sostenible del litoral. *Cuadernos de Turismo*, núm. 4, 89-110.