



Plan de promoción turística para el Tour de Bahía en Islas Lobos y Playa Ochoa en Puerto Baquerizo Moreno, la Isla de San Cristóbal – Galápagos

Manuel Mesias Changotasig Caiza

Directora

Msc. Gabriela Loza Ibarra

Trabajo de grado para optar por el título de Guía Nacional de Turismo con nivel
equivalente a Técnico Superior

Instituto Superior Tecnológico Internacional ITI
Carrera de Guía Nacional

Puerto Baquerizo Moreno, 5 de mayo del 2025

DEDICATORIA

Quiero dedicar esta tesis a Dios sobre todas las cosas por concederme la vida, inteligencia y sabiduría para terminar con éxito este camino. A ustedes familia, a pesar de nuestra distancia física siento que están conmigo siempre, y aunque nos faltaron muchas cosas por vivir juntos, sé que este momento es especial para usted como lo es para mí. A mi amor, Vivis por ser mi fuente de inspiración, me has demostrado que todo camino que crucemos encontraremos rosas y espinas, que con esfuerzo, fe y dedicación todo se puede. A mis hermanos David y Francisco Leonardo por su apoyo moral incondicional y decidido y que a pesar de nuestras diferencias y ausencias hemos compartido momentos significativos. ... ! ¡Lo logramos familia!

Manuel Mesias Changotasig

AGRADECIMIENTO

Vivian, hermanos son mi orgullo y motivación, ustedes me impulsan a cada día superarme, no es fácil eso lo sabemos, pero si no les tuviera mi lado, no habría logrado tantas cosas, tal vez mi vida habría tomado otro rumbo, gracias por su apoyo.

A las autoridades de la Institución, quien, al conocer mi procedencia no dudó ni un solo instante en abrirme las puertas a esta noble Institución, gracias por su confianza depositada en mi persona.

Agradezco también a mi tutora la Magister Gabriela Loza por compartir sus conocimientos, por toda su paciencia para guiarme durante el desarrollo de la tesis, esfuerzo, dedicación y motivación los mismos que con mucho profesionalismo ha inculcado en mí la satisfacción del deber cumplido

Manuel Mesias Changotasig

AUTORÍA

Yo, Changotasig Caiza Manuel Mesias, autor del presente informe, me responsabilizo por los conceptos, opiniones y propuestas contenidos en el mismo.

Atentamente,

Manuel Mesías Changotasig Caiza

Puerto Baquerizo Moreno, 5 de mayo de 2025

Msc. Gabriela Loza Ibarra
Directora de Trabajo de Titulación

CERTIFICA

Haber revisado el presente informe de investigación, que se ajusta a las normas institucionales y académicas establecidas por el Instituto Tecnológico Internacional Universitario “ITI”, por tanto, se autoriza su presentación final para los fines legales pertinentes.

Msc. Gabriela Loza Ibarra

Puerto Baquerizo Moreno, 5 de mayo de 2025

DECLARACIÓN DE CESIÓN DE DERECHOS DE TRABAJO FIN DE CARRERA

Para constancia de esta autorización, en la ciudad de San Cristóbal a los 5 días del mes de mayo de 2025, firmo conforme: Conste por el presente documento la cesión de los derechos del trabajo de fin de carrera, de conformidad con las siguientes cláusulas:

PRIMERA: Yo, Changotasig Caiza Manuel Mesias, bajo la dirección de la Msc. Gabriela Loza Ibarra declaro ser el autor del trabajo de fin de carrera con el tema “Elaboración de un plan de promoción turística para el Tour de Bahía en Islas Lobos y Playa Ochoa en Puerto Baquerizo Moreno, la Isla de San Cristóbal – Galápagos, como requisito fundamental para optar por el título de Guía Nacional de Turismo, a su vez autorizo a la biblioteca del Instituto Tecnológico Internacional Universitario ITI, para que pueda registrar en el repositorio digital y difunda esta investigación con fines netamente académicos, pues como política del Instituto Tecnológico Internacional Universitario ITI, los trabajos de fin de carrera se aplican, materializan y difunden en beneficio de la comunidad.

SEGUNDA: Los comparecientes Msc. Gabriela Loza Ibarra, en calidad de directora del trabajo fin de carrera y el Sr. Manuel Mesias Changotasig Caiza, como autor del mismo, por medio del presente instrumento, tienen a bien ceder en forma gratuita sus derechos del trabajo fin de carrera y conceden la autorización para que el ITI pueda utilizar este trabajo en su beneficio y/o de la comunidad, sin reserva alguna. El Instituto Tecnológico Internacional Universitario ITI no se hace responsable por el plagio o copia del contenido parcial o total de este trabajo.

TERCERA: Las partes declaradas aceptan expresamente todo lo estipulado en la presente cesión de derechos.

Msc. Gabriela Loza Ibarra

Manuel Mesias Changotasig Caiza

Puerto Baquerizo Moreno, 5 de mayo de 2025

ÍNDICE

Dedicatoria.....	2
Agradecimiento.....	3
Autoría	4
Resumen.....	12
Introducción	13
Nombre del proyecto	13
Antecedentes	13
Marco Contextual	14
Análisis macro	14
Análisis meso.....	14
Análisis micro	14
Problema de investigación	15
Definición del problema	15
Idea a defender.....	15
Objeto de estudio y campo de acción	16
Justificación	16
Objetivos.....	16
Objetivo General.....	16
Objetivos Específicos	16
Síntesis de la introducción	17
Capítulo I: Fundamentación Teórica	18
Antecedentes históricos	18
Análisis de la zona de estudio.....	18
Fundamentación conceptual	20
Turismo.....	20

Turismo de naturaleza.....	21
Turismo de aventura	21
Plan de promoción turística	22
Tour de Bahía.....	22
Isla.....	22
Fundamentación Legal.....	23
Constitución de la República, 2028	23
Ley de Turismo, 2020	23
Reglamento Ley de Régimen Especial de la Provincia de Galápagos, 2017.....	24
Fundamentación Técnica	25
Síntesis del capítulo	27
Capítulo II: Diagnóstico.....	29
Métodos de investigación	29
Método cuantitativo	29
Método cualitativo	29
Tipos de investigación	29
Investigación exploratoria y descriptiva	29
Técnicas e instrumentos de investigación.....	30
Observación	30
Encuesta	30
Población y muestra.....	31
Tipos de muestreo	31
Presentación gráfica, análisis e interpretación de resultados obtenidos	31
Capítulo III: Propuesta.....	39
Descripción de la propuesta	39
Viabilidad.....	39
Viabilidad económica	39

Viabilidad social	39
Viabilidad ambiental.....	39
Impacto	40
Desarrollo de la propuesta	40
Descripción del plan de promoción turística	45
Componente 1. Incrementar visitantes que realicen el tour de Bahía entre Isla Lobos y Playa Ochoa mediante acciones de promoción nacional e internacional.	45
Componente 2: Promocionar el Tour de Bahía mediante estrategias de promoción innovadora	47
Componente 3: Fortalecer la sostenibilidad y la seguridad dentro del tour de Bahía mediante acciones promocionales	49
Estrategia de Ejecución.....	51
Estrategias de seguimiento y evaluación	51

Índice de tablas

Tabla 1 Fundamentación técnica	25
Tabla 2 Población estudiada	31
Tabla 3 Tabla de frecuencia del onocimiento de la ubicación de Playa Ochoa e Islas Lobos	31
Tabla 4 Tabla de frecuencia sobre visitas a Isla Lobos y Playa Ochoa	33
n Tabla de frecuencia de recomendación de visita a Isla Lobos y Playa Ochoa	35
Tabla 6 Tabla de frecuencia de la percepción de la seguridad de Playa Ochoa e Isla Lobos	36
Tabla 7 Matriz de marco lógico	41

Índice de figuras

Figura 1 Mapa Turístico de San Cristóbal	19
Figura 2 Conocimiento acerca de la ubicación de Playa Ochoa e Islas Lobos.....	32
Figura 3 Visitas a Isla Lobos y Playa Ochoa	33
Figura 4 Conocimiento de la actividad principal en Playa Ochoa e Islas Lobos.....	34
Figura 5 Recomendación de visita a isla lobos y playa ochoa	35
Figura 6 Percepción de Playa Ochoa e Islas Lobos como destino seguro.....	36

RESUMEN

Galápagos, es un destino turístico reconocido a nivel mundial, dentro del cual se encuentra la Isla San Cristóbal, una de las más antiguas del archipiélago, que a pesar de formar parte de Galápagos no es una isla reconocida comparado con Santa Cruz, y esto se debe a la falta promoción turística de las entidades competentes. En este aspecto, el Tour de Bahía es un tour donde el turista puede disfrutar de actividades como caminata, snorkeling, avistamiento de flora y fauna, y sobre todo visita a atractivos como Playa Ochoa e Isla Lobos; el tour ya se encuentra en operación, lo que ha permitido efectuar un análisis a partir del uso de herramientas como las encuestas, y la observación cuyos resultados muestran que los aspectos a resaltar son: el profesionalismo, la calidad y la seguridad. Por ello, el plan de promoción turística para el Tour de Bahía, destaca aspectos como la cooperación entre el sector público y privado, la innovación, la sostenibilidad y la seguridad desde un enfoque de promoción turística.

Palabras claves: Isla Lobos, Playa Ochoa, Turismo, Promoción, Naturaleza, Atractivos

INTRODUCCIÓN

Nombre del proyecto

Elaboración de un plan de promoción turística para el Tour de Bahía en Islas Lobos y Playa Ochoa en Puerto Baquerizo Moreno, la Isla de San Cristóbal - Galápagos.

Antecedentes

Las Islas Galápagos, una provincia del Ecuador, se encuentran localizadas en el Océano Pacífico a 972 km del continente, cuya capital es Puerto Baquerizo Moreno; el archipiélago tiene una superficie de 8.010 km² de los cuales el 96,7% pertenece al Parque Nacional Galápagos reconocido Patrimonio Natural de la Humanidad en 1959, y el 3,3% que forman la población tanto rural como urbana (Banco de desarrollo de América Latina, et al., 2022, pág. 10). Galápagos cuenta con tres cantones, Isabela, Santa Cruz y San Cristóbal siendo las dos últimas las más pobladas (Bonilla Mena et al., 2020, pág. 3).

En este contexto, la actividad económica principal de la población de Galápagos es el turismo, cuyos ingresos representan el 80% de la económica del archipiélago; es así que para inicios del 2019 la contribución al Producto Interno Bruto por el turismo había crecido un 6,6% en relación al año 2018 (Consejo de Gobierno del Régimen Especial de Galápagos, 2021, pág. 32), sin embargo, en la pandemia del COVID 19, el sector turístico fue uno de los más afectados, paralizando las actividades en un 100%, por lo que el Ministerio de Turismo con las entidades locales se vieron en la obligación de realizar un plan para la reactivación del turismo (Ministerio de Turismo, 2021, págs. 7-14).

En este sentido, la promoción turística que el Ministerio de Turismo implementó fue la campaña BetaheAgain en Galápagos, lanzado para el mercado estadounidense (Ministerio de Turismo, 2021, pág. 14). De la misma manera, el Ministerio de Turismo y la Dirección Zonal Insular impulsaron la reactivación a través de campañas de medios digitales en donde se promocionaba Galápagos como un destino seguro (Ministerio de Turismo, 2020). Gracias a estos esfuerzos, el turismo en las Islas Galápagos creció para el año 2023, registrando un ingreso de 329,475 turistas que en relación al 2022, con un aumento significativo del 23% (Dirección del Parque Nacional Galápagos., 2023, pág. 2). Por lo que se afirma, que la gestión en promoción tuvo efectos positivos para el turismo de las islas Galápagos, sin duda aún es necesario aunar esfuerzos para la difusión de nuevos productos turísticos.

Marco Contextual

Análisis macro

Las Islas Galápagos es uno de los destinos más visitados en el Ecuador, pues en los últimos 10 años la Tasa anual de crecimiento compuesto (TACC), muestra un crecimiento del 4,82% de la llegada de turistas nacionales y extranjeros en el 2023, también se observa que los años 2020 y 2021 representaron un decaimiento del turismo en las islas debido a la pandemia; por otra parte, el tipo de turista que llega a las islas, el 71% son nacionales y de Estados Unidos, el restante son de Reino Unido, Alemania, Canadá y Francia, siendo 41 años la edad promedio (Dirección del Parque Nacional Galápagos., 2023, págs. 3-5). En cuanto a un plan de promoción turística, el Ministerio de Turismo es la entidad encargada de realizar un plan a nivel país, en este aspecto, el último se realizó en el 2021 para la reactivación del turismo tras la pandemia.

Análisis meso

En la Isla San Cristóbal la visita de turistas nacionales y extranjeros ascendió a 365 mil, en el año 2023; los principales atractivos que visitan son el cerro Tijeretas, el Centro de Interpretación Ambiental Gianni Arismendy, el Centro de Crianza de Tortugas Terrestres David Rodríguez, Punta Carola, la Lobería, Puerto Chino y Playa Baquerizo (Dirección del Parque Nacional Galápagos., 2023, págs. 10-11). Si bien, San Cristóbal cuenta con más atractivos turísticos, estos no han sido posicionados en el mercado turístico debido a la escasa aplicación del Plan Estratégico de Turismo realizado por el Gobierno Autónomo Descentralizado de San Cristobal, sumado a ello, la baja cobertura en líneas aéreas y la baja conectividad con otras islas con más afluencia turística (Gobierno Autónomo Descentralizado de San Cristobal Galápagos, 2020, págs. 35-38).

Análisis micro

Islas Lobos es un lugar ideal para realizar caminatas, observar la anidación de aves marinas, conocer especies marinas a través de una práctica acuática como el snorkel, mientras tanto en playa Ochoa con sus playas de arena blanca es el lugar indicado para realizar los deportes de aventura. Actualmente, el tour de bahía se realiza con seis embarcaciones cuya capacidad es para 96 turistas (Ministerio de Turismo del Ecuador, 2021, pág. 13). Cabe mencionar, que el Ministerio de Turismo realiza Fam Trips a los tour operadores reconocidos

que venden Galápagos en Guayaquil, Quito y Loja (Ministerio de Turismo, 2023), lo cual permite que los mismos armen paquetes que incluyan estos lugares y los vendan a los turistas nacionales y extranjeros, sin embargo, no existe una promoción turística que atraiga turistas por cuenta propia.

Problema de investigación

Definición del problema

El turismo en San Cristóbal es menor que Santa Cruz e Isabela, y esto se debe a la falta de información turística, al poco profesionalismo de los operadores turístico, la baja conectividad aérea y a la baja conexión con las otras islas (Gobierno Autónomo Descentralizado de San Cristobal Galápagos, 2020, págs. 35-38). Esto se evidencia, en la poca información, videos y fotos que se encuentra en la página web de San Cristóbal con respecto a los atractivos, por lo tanto, no existe una promoción activa de las entidades gubernamentales.

Por otra parte, en el informe semestral del 2023 de San Cristóbal, no se muestra datos estadísticos de la llegada de turistas a Playa Ochoa, ni Isla Lobos, como lo hay del Cerro Tijeretas y otros atractivos de San Cristóbal, lo que significa que estos atractivos son poco visitados por turistas nacionales y extranjeros (Parque Nacional Galápagos, 2023). Adicional a ello, los prestadores de servicios turísticos, tienen poco conocimiento acerca de las actividades de bajo riesgo que se pueden realizar en Playa Ochoa e Isla Lobos.

Finalmente, si bien los entes públicos gubernamentales han invertido en la señalización de estos atractivos, aún es necesario mejorar aspectos de la infraestructura como zonas de descanso, senderos e indicaciones que potencien la visita a estos atractivos. La tabla 1 en el apéndice presenta el problema de forma gráfica.

Idea a defender

Con el diseño del plan de promoción turístico para Isla Lobos y Playa Ochoa, se incrementará la visita de turistas, considerando la importancia de los atractivos turísticos, la diversidad de flora y fauna que posee la Isla San Cristóbal, de tal manera, que se diversifique la oferta turística y se apoye al crecimiento económico de los habitantes que trabajan en la actividad.

Objeto de estudio y campo de acción

Objeto de estudio: Elaboración de un plan de promoción turística.

Campo de acción: Isla Lobos y Playa Ochoa en Puerto Baquerizo Moreno, ubicada en la Isla de San Cristóbal, provincia de Galápagos.

Justificación

Galápagos es un destino turístico reconocido a nivel mundial por su historia natural, su flora y fauna conservada. San Cristóbal, ofrece sitios turísticos con una variedad de vida silvestre que no han sido fomentados, considerando que esta isla es una de las más antiguas del archipiélago y con una extensión mayor permite realizar excursiones y cruceros (Liviapoma Álvarez et al., 2023, pág. 3) Por ende, el plan de promoción para el Tour de Bahía entre Islas Lobos y Playa Ochoa en Puerto Baquerizo Moreno, se centrará en mejorar la calidad de la información a través de medios de difusión para operadores locales y turistas.

Este proyecto, beneficiará de manera directa a los prestadores de servicios turísticos, pues la promoción turística fomentará la llegada de turistas a Playa Ochoa e Islas Lobos, y por ende mayores ingresos económicos. Así mismo, el mayor número de visitas generará un mayor interés de los entes gubernamentales en el mejoramiento de la infraestructura, y por lo tanto, en el cuidado y la conservación de la flora y la fauna. De manera indirecta el plan de promoción turística, permitirá un mayor conocimiento de estos atractivos y un aumento en la calidad de vida de la población local.

Objetivos

Objetivo General

Diseñar un plan de promoción turística de manera integral y sostenible para la visibilidad e incremento de visitantes al “Tour de Bahía entre Isla Lobos y Playa Ochoa” en Puerto Baquerizo Moreno, la Isla de San Cristóbal - Galápagos.

Objetivos Específicos

1. Identificar las bases teóricas, técnicas, conceptuales y legales relacionadas al turismo y a la promoción turística en las Islas Galápagos mediante una revisión bibliográfica.

2. Determinar la metodología de investigación para la elaboración de diagnóstico de la promoción turística en Isla Lobos y Playa Ochoa en Puerto Baquerizo Moreno, la Isla de San Cristóbal - Galápagos.
3. Elaborar una propuesta de promoción para el tour de Bahía entre Isla Lobos y Playa Ochoa determinando su viabilidad y el impacto.

Síntesis de la introducción

Las Islas Galápagos es uno de los destinos turísticos del Ecuador con mayor número de visitantes al año, pues su principal actividad económica depende del turismo, no obstante, aún existen atractivos turísticos que no se encuentran posicionados en el mercado debido a la escasa promoción turística tanto de los entes gubernamentales como de los operadores locales; entre estos atractivos esta la Isla de los Lobos y Playa Ochoa ubicados en la isla San Cristóbal, estos lugares son ideales para realizar caminata, avistamiento de aves, exploración marítima, deportes acuáticos. En este aspecto, existen embarcaciones que realizan visitas por estos atractivos, pero son visitantes que llegan a través de una agencia de viaje de Quito, Guayaquil, Cuenca o Loja, mas no por los operadores locales o por una promoción realizada por ellos. Por lo que, la elaboración del plan de promoción tiene como objetivo generar un mayor número de visitas en Isla de los Lobos y Playa Ochoa.

Capítulo I: Fundamentación teórica

Antecedentes históricos

El archipiélago de Galápagos tiene origen volcánico, y se encuentra a 10000 km del continente; la isla más joven del archipiélago es Fernandina que se creó en aproximadamente un millón de años y las islas más antiguas son Plaza Sur y Española con 4,2 y 3,2 millones de años (C y Kricher, 2022, págs. 42-44).

Fray Tomas de Berlanga en 1535 descubrió las islas cuando salía desde Panamá hacia Lima, convirtiéndose en los primeros europeos en estar ahí; en 1946, el capitán Diego de Rivadeneira, viaja hacia las islas y las nombra Islas encantadas, pues la navegación era complicada debido a la presencia de neblina, por lo que los navegantes creían que las islas eran flotantes; en 1570 las islas fueron incluidas en el mapa cartográfico; entre 1700 y 1800 las islas fueron refugio de piratas y pescadores que usaban las tortugas como alimento causando una extinción de la especie (Moore, 2021, págs. 1780-1788). En 1832 las islas se anexaron al Ecuador; en 1831 Charles Darwin llegó a las islas donde observó que la adaptación de las especies en cada isla era diferente, lo que marcaría la teoría de la evolución (Jáuregui-Lobera, 2021, págs. 718-719).

A partir de 1950, Galápagos fue anfitrión de varios científicos quienes consideraban a Galápagos como un sitio con vida silvestre, por lo que la UNESCO declara que esta, debe ser una área protegida, gracias a lo cual se crea el Parque Nacional Galápagos, siendo el primer parque Nacional del Ecuador; en 1964 se abre la Estación de Investigación Charles Darwin en Santa Cruz; entre 1964 y 1970 Ecuador ofrece Galápagos como un destino turístico, realizando conexiones aéreas desde el Ecuador continental; en 1978, la Unesco nombra a Galápagos como Patrimonio natural. Hoy en día Galápagos se ha convertido en el principal destino turístico del Ecuador, atrayendo miles de personas cada año (Moore, 2021, págs. 1982-1983).

Análisis de la zona de estudio

San Cristóbal tiene la capital de Galápagos en su territorio, el Puerto Baquerizo Moreno, cuyo aeropuerto se encuentra a pocos minutos del centro, cuenta con aguas dulce para el consumo humano, y es el lugar donde se puede observar mayor cantidad de lobos; de acuerdo a la historia, en el siglo IX todavía atraía piratas, posterior a ello en San Cristóbal desembarco

el científico Charles Darwin y en honor a este acontecimiento una bahía fue nombrado con el nombre del científico (Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal San Cristobal, 2022).

La mayor parte de la población se dedica al turismo, pues la coexistencia entre animales silvestres y humanos, el crecimiento urbano de forma ordenada, los mejores servicios públicos, la amabilidad de las personas lo convierten en un destino de naturaleza y descanso (Gobierno Autónomo Descentralizado de San Cristobal Galápagos, 2020, pág. 36). Adicional, San Cristóbal es poseedor de varios atractivos turísticos como se aprecia en la figura 1. Entre ellos se encuentra Playa Ochoa e Isla Lobos, lugares de estudio del presente trabajo.

Figura 1

Mapa Turístico de San Cristóbal



Nota. Adaptado de San Cristóbal Galápagos, de Gobierno Autónomo Descentralizado de Santa Cruz, 2022, <https://files.goraymi.com/2022/06/02/f631f77d67c91d85e49408aec277e3dc.pdf>

En este sentido, Playa Ochoa ubicada a 30 minutos navegando desde el Puerto Baquerizo Moreno, se caracteriza por tener aguas color turquesa y playas de arena blanca de aproximadamente de 160 metros; dentro de la flora, se destaca el Matazarno, especie de planta cuya madera se utiliza para la elaboración de pasamanos; en cuanto a la fauna, existen cangrejos cucuve, ermitaño y el fantasma, lobos marinos, tortugas y peces tropicales, además se puede observar aves migratorias como gaviotas, piqueros de patas azules, fragatas y pelicanos; las

actividades que se puede practicar en Playa Ochoa es snorkel y kayak (Gobierno Autónomo Descentralizado de Santa Cruz, 2022).

Por otra parte, Isla Lobos localizada a 20 minutos del puerto Baquerizo Moreno, lleva ese nombre debido a que en el islote existen dos especies de lobos, los marinos que tienen relación de parentesco con los lobos de California, al contrario los lobos marinos peleteros tienen descendencia de la Antártica; sumado a ello, en el islote se puede observar fauna tanto marina como terrestre, en cuanto a la primera existen pelicanos, fragatas y piqueros de patas azules, iguanas marinas, lagartijas, entre otros; en cuanto a la fauna marina, a través de la práctica de buceo se puede observar de lobos, loro barba azul, damiselas, entre otras (Gobierno Autónomo Descentralizado de Santa Cruz, 2022).

Los turistas visitan Isla Lobos y Playa Ochoa de San Cristóbal mediante cruceros navegables, quienes ofrecen tours diarios, tour de bahía y buceo (clase 1), tour de bahía y buceo (clase 2), tour de bahía (Clase 3), tour de buceo navegable, y tour de puerto a puerto; todas estas actividades se desarrollan de una manera sustentable (TURISMO, 2024). De esta manera, se afirma que tanto Isla Lobos como Playa Ochoa son atractivos que merecen ser mejor posicionados en el mercado turístico, con el fin de dinamizar la economía de la isla, diversificar la oferta para los operadores locales y mejorar la experiencia de los visitantes.

Fundamentación conceptual

Turismo

El turismo se define como un fenómeno que involucra la parte social, económica y cultural pues implica que las personas con diferentes motivaciones se desplacen a lugares diferentes al lugar en donde habitan. Estas personas llamadas viajeros realizan sus actividades en el destino, lo cual lleva consigo un gasto turístico; el turismo representa una fuente de ingresos a nivel mundial, pues mueve millones de turistas hacia diferentes destinos a nivel mundial (Organismo Especializado de las Naciones Unidas, s.f.).

Bajo este concepto, este fenómeno es un dinamizador de la economía ya que genera ingresos por viajes internacionales y nacionales; generando beneficios positivos y negativos en los destinos turísticos (Gil et al., 2020, págs. 81-82). Así mismo, el turismo se considera un sector productivo que podría erradicar la pobreza, sin embargo, el turismo aún existe choques culturales entre visitantes y habitantes debido a la falta de entendimiento (Ideas LLyc, 2022,

págs. 2-4). Por lo tanto, el turismo como un fenómeno implica la movilización de turistas alrededor del mundo, lo que genera impactos en el destino.

Turismo de naturaleza

El turismo de naturaleza es una actividad que se desarrolla en un medio natural, promoviendo la conservación de los ecosistemas y la interacción con los mismos (Cuétera Sánchez et al., 2022, pág. 288). De la misma manera, el turismo de naturaleza da la oportunidad de entrar en contacto con ambientes naturales y saludables, dirigido para un grupo de personas que requieren alejarse de las áreas urbanas o de una vida estresante; este tipo de turismo tiene relación con el turismo sostenible e involucra las reservas protegidas, los parques naturales, el turismo rural, entre otros relacionados; del turismo de naturaleza surge el ecoturismo que en términos generales implica visitar destinos vírgenes y puros en contacto con la población local, en el que se impulse la conservación de los recursos (Martínez Quintana, 2020, págs. 2-3). El turismo de naturaleza tiene una estrecha relación con el turismo sostenible ya que involucra a los ecosistemas, hábitats naturales, y la población local quienes se encargan de la infraestructura turística. (Sánchez Calero et al., 2023, pág. 35). Por ende, el turismo de naturaleza implica que el turista entre en contacto con un entorno natural lleno de flora y fauna y personas de la localidad, lo que supone que el turista puede realizar actividades de ocio de manera sostenible.

Turismo de aventura

El turismo de aventura se clasifica según el espacio en donde se desarrolla, este puede ser tierra, agua y aire; esta actividad promueve el uso de equipos para disfrutar de un atractivo turístico (Quiñonez Bedon et al., 2019, págs. 121-123). Así mismo, el turismo de aventura se considera una actividad reciente y recreativa asociado a retos que se pueden realizar en contacto con la naturaleza (Fuentes Moreno et al., 2019, págs. 87-90). Entre las actividades de aventura en la parte marítima incluye el kayak, buceo, Surf, moto náutica, vela, esquí acuático y rafting lo cual se ha convertido en tendencia para los turistas por las emociones que implica al realizarlo (Sánchez-Chávez et al., 2023, pág. 1010). Entonces se puede afirmar, que la modalidad de aventura permite al turista realizar actividades que conlleven un nivel más alto de complejidad, por lo cual, esta modalidad está destinada para personas que quieren compaginar la naturaleza con emociones.

Plan de promoción turística

Un plan de promoción turística se define como un conjunto de actividades que estimulan el desplazamiento del turismo (Córdova Ortiz et al., 2021, pág. 73). La promoción turística, se realiza a través de campañas publicitarias, relaciones públicas y uso de redes sociales; hoy en día la difusión de manera rápida y efectiva se realiza por medios ligados al internet (Monge Martínez et al., 2023, pág. 368). En este aspecto, Instagram y TikTok se ha convertido en una plataforma que permite captar la atención de los viajeros a través de material audiovisual de impacto, por lo que gracias a las fotos o videos publicados, aumenta la necesidad de que un producto turístico sea adquirido (Monge Martínez et al., 2023, pág. 368).

Por lo tanto, un plan de promoción turística supone realizar acciones que persuadan a un público definido para que consuma el producto, para ello es necesario aplicar objetivos, planear estrategias, definir los medios de comunicación a emplearse y conocer el presupuesto (Gonzales Molina, 2022, págs. 6-7). De esta manera, un plan de promoción turística permite que un destino sea posicionado en el mercado utilizando diferentes estrategias.

Tour de Bahía

Un tour de Bahía, es un tipo de tour que se ejecuta con un permiso y consiste en atravesar una bahía, partiendo de un puerto poblado hacia lugares que son sitios turísticos y que estén dentro del Plan de Manejo del Parque Nacional Galápagos y Reserva Marina de Galápagos. (Reglamento Especial de Turismo en Areas Naturales Protegidas. Art. 33, 2016). El tour de Bahía es una modalidad nueva que se realiza específicamente en Galápagos, pues no se ha encontrado un concepto similar en otro parte.

Isla

La isla se define como una proporción de tierra que se encuentra en la mitad del agua que puede ser lago, rio o mar, cuyo origen puede ser volcánico o continental (Brandon Alatorre et al., 2021, pág. 2), De igual forma, la isla es considerada como un espacio frágil que se encuentra lejos de la parte urbana, y cuyo desarrollo está en gran dependencia de las condiciones climáticas (López Díez et al., 2020, págs. 1-3). Por ende, las islas son áreas geográficas frágiles ya que en ella habitan especies de animales y plantas distintas a lo que se puede encontrar en la parte continental.

Fundamentación Legal

Constitución de la República, 2008

Art. 14.- Los ecuatorianos tienen el derecho de establecerse en ambientes sanos lo cual se logra preservando el ambiente, el patrimonio natural y la biodiversidad, para garantizar la sostenibilidad y el buen vivir.

Art. 66.- La garantía a los ecuatorianos a una vida digna en donde se menciona al ocio como parte de este derecho.

Art. 71.- El derecho de la naturaleza en cuanto a su existencia, mantenimiento y regeneración, por lo cual toda persona debe exigir que se cumpla este derecho y el estado debe incentivar la protección y el respeto a la Pacha Mama.

Art. 73.- Prohibición de las actividades que puedan extinguir, destruir o alterar los ecosistemas o las especies.

Art. 83.- Entre los deberes de los ecuatorianos esta: el defender la integridad del territorio y los recursos naturales utilizándolos de manera sustentable y sostenible.

Art. 258.- La provincia de Galápagos tiene un régimen especial, cuyo representante es el Consejo de Gobierno, por lo que la planificación se desarrollará para conservar el patrimonio natural y el *Sumak Kawsay*.

Art. 383.- Derecho de los ecuatorianos a tener tiempo libre para el esparcimiento, descanso y ocio.

Art. 406.- El estado es el encargado de regular el manejo y posesión de los ecosistemas que se encuentran frágiles dentro del territorio, entre ellos los ecosistemas marinos (Constitución de la República del Ecuador, 2008, págs. 1-219).

Ley de Turismo, 2008

Art. 2.- El turismo se define como la actividad que implica que una o un grupo de personas se desplace hacia un lugar distinto al de su domicilio, de manera temporal sin intención de radicarse.

Art. 3.- En relación a los principios del turismo: la iniciativa privada contribuye con la inversión, empleo y promoción a nivel nacional e internacional; los gobiernos provinciales y cantonales apoyan e impulsan el desarrollo del turismo; la participación de la comunidad; y la conservación de la naturaleza y bienes culturales que posee el país.

Art. 4.- En los objetivos de la política estatal: reconocen que las actividades relacionadas al turismo pertenecen a la parte privada y de la comunidad, por lo tanto, el estado es el encargado del fomento y la promoción; protegen y conservan los recursos del país; cuidan del turista y lo concientizan; fomentan capacitaciones a quienes ejecuten trabajos en el área del turismo; impulsar los atractivos turísticos del país a nivel internacional e incentivar a un turismo interno.

Art. 16.- El Ministerio de Turismo tiene como competencia regular, controlar, planificar, promocionar internacionalmente y realizar boletines estadísticos dentro del margen de la Ley.

Art. 20.- Los Ministerios tanto de Ambiente como de Turismo se encargan de la regulación de las actividades de turismo en las áreas protegidas, incluyendo el cobro de las tasas de ingreso. Cabe mencionar, que las actividades deportivas relacionadas con el turismo se basan en la Ley de Régimen Especial para la Conservación y Desarrollo Sustentable de la Provincia de Galápagos y el Estatuto Administrativo del Parque Nacional Galápagos.

Art. 24.- En las áreas naturales está reservado la operación turística exclusivamente para operadores del Ecuador, sin embargo, un extranjero podría operar siempre y cuando cumpla con las autorizaciones correspondiente (Ley de Turismo Art. 2,3,4,16,20,24, 2020).

Reglamento Ley de Régimen Especial de la Provincia de Galápagos, 2017

Art. 51.- Los principios del turismo sostenible está basado en la sostenibilidad, la seguridad, el ambiente y su conservación, y la calidad que se preste en servicios de turismo. Mientras que los objetivos del turismo sostenible se relacionan con la conservación de las áreas protegidas y espacios públicos, la prohibición de la mezcla genética entre islas, el respeto y las reglas que deben acatar la población y los turistas; la actualización constante de las modalidad de operación turística; el óptimo servicio en las áreas turísticas y en las naves acuáticas que operan en las islas; finalmente la promoción de la actividades de turismo en las islas y el ingreso preferencial.

Art. 52.- La Autoridad Nacional de Turismo es la encargada de supervisar la calidad de las actividades y servicios turísticos.

Art. 56.- La guianza se encuentra regulada por la Autoridad Ambiental Nacional y la Autoridad Nacional de Turismo. Esta regulación permite tener un registro y control de los guías especializados a quienes es necesario formar y capacitar; así mismo se necesita un guía especializado para realizar la visita a áreas naturales o la Red de Sitios de Uso Público Ecoturístico de la Provincia de Galápagos (Reglamento Ley de Régimen Especial de la Provincia de Galápagos. Art. 51, 52, 56, 2017).

Fundamentación Técnica

La tabla 1, presenta la teoría desde la parte técnica cuyo objetivo es comparar planes de promoción e ir desarrollando para el presente trabajo. En este caso se tomó, el plan de promoción del Ministerio de Turismo del Ecuador, quien a través de una línea base, divide al plan en cuatro componentes, los mismos que tienen actividades, que permitirán cumplir las metas propuestas para el 2025.

Tabla 1

Fundamentación técnica

Autores	Parámetros	Características
Ministerio de Turismo del Ecuador (Ministerio de Turismo, 2021)	COMPONENTE 1: Incrementar las llegadas e ingresos por turismo mediante la implementación de una estrategia de promoción de Ecuador como destino turístico sostenible	A.1 Definición de estrategias de Marketing
		A.6 Participación en ferias de turismo Internacionales
		A 7. Acciones de promoción en el mercado europeo
		A.8 Acciones de promoción en el mercado Sudamerica
		A 9 Afiliaciones
		A10 Producción de Material Promocional

		A9 Promoción de turismo Domestico
		A 12 Estrategia Marca País
		A13 Estrategia Web Internacional
		A.14 Estrategia Web Nacional
		A17 BTL DIGITAL INTERNACIONAL
		A18 Inteligencia de Mercados (Oferta y Demanda.
COMPONENTE 2.	Promoción a través de la incorporación de productos y destinos innovadores al portafolio	A.1 Diseño de herramientas para la identificación de brechas y planes de mejora en productos y destinos seleccionados A.2 Establecer e Implementar un programa de identificación, desarrollo y acompañamiento A.3 Fortalecer el sistema de capacitación y formación turística para la innovación del portafolio A.3 Fortalecer el sistema de capacitación y formación turística para la innovación del portafolio A.5 Desarrollo de kits para comercialización con trade
COMPONENTE 3	Incrementar la conectividad	A.2 Ejecución de Convenios con aerolíneas A.3 Cruceros A. 5 Press Trip y Fam Trip con actores vinculados de la conectividad
COMPONENTE 4.	Promover inversiones turísticas	A1 Fortalecer el portafolio de oportunidades de inversión turística a través de la implementación de acciones y herramientas para su potencialización y difusión.

		A.2 Desarrollar cartera de inversionistas para la atracción de nuevas inversiones
		A4.3 Desarrollar acciones para la atracción de nuevos inversionistas internacionales
		A.4 Desarrollar misiones inversas con inversionistas internacionales y prensa especializada en inversiones.
Consortio de Recursos Gobiernos Autonomos Provinciales del Ecuador (Consortio de Gobiernos Autonomos Provinciales del Ecuador, 2022)		Fotografías de promoción turística. Videos de promoción turística.
	Branding	Marca turística
	Marketing digital	Website oficial
		Redes sociales oficiales (Instagram/Facebook/TikTok). Marketing de influencer. Vinculación con OTAs, Metabuscadores, Apps. Geomarketing.
	Ferias y Actividades	Organización de ferias locales y muestras. Road shows en mercados claves (caravanas turísticas). Gestión BTL (Below the Line) y actividades de marca.
	Relaciones publicas	Medios de comunicación. Organización de Press Trips/Blog Trips.

Nota. Adaptado del Ministerio de Turismo, 2021 y Consortio de Gobiernos Autónomos Provinciales del Ecuador, 2022

De acuerdo con la tabla, el Ministerio de turismo divide el plan de promoción en cuatro componentes, lo cual brinda un enfoque más preciso englobando a todas las áreas que compete al Turismo, mientras los Gobiernos Autónomos Descentralizados utilizan técnicas de marketing para el desarrollo del plan de promoción.

Síntesis del capítulo

Galápagos es una de las provincias de Ecuador, que a través de historia paso desde piratas a científicos, estos últimos llegaron por su naturaleza, desarrollando de esta manera la

teoría de la evolución. Por otra parte, San Cristóbal, es una de las islas más antiguas del archipiélago con varios atractivos turísticos, entre ellos Playa Ochoa e Isla Lobos; en relación con las embarcaciones a estos lugares se realizan tours cada día, no obstante, no tienen suficiente promoción turística, ya que la mayoría de turistas no llegan por cuenta de operadores locales. Entendiendo que la promoción turística es un conjunto de acciones y estrategias para atraer a los clientes, hoy en día la promoción se realiza en su mayor parte por medios digitales a través de fotos, videos, hashtags etc, además otra herramienta de uso es el tik tok que también permite grabar videos o crear contenido. Por ello, para conocer el mejor medio de difusión de los dos atractivos será necesario realizar un estudio de mercado el cual se desarrollará en el capítulo II.

Capítulo II: Diagnóstico

Métodos de investigación

Método cuantitativo

El método cuantitativo recopila información que se cuantifica a través de un análisis estadístico lo que permite establecer relaciones entre variables, siendo de gran utilidad en las mediciones de manera objetiva (Vizcaino Zuñiga et al., 2023, págs. 9727-9728). Por lo tanto, este método permitirá recopilar información a través de las encuestas realizadas a los propietarios de patentes de Tour Diario y la Asociación de guías de Patrimonio de San Cristóbal y por las características similares en el área del turismo.

Método cualitativo

El método cualitativo consiste en entender e interpretar fenómenos reales (Albornoz Zamora et al., 2023, pág. 50). La información es recopilada a partir de entrevistas, análisis de información en documentos y observación, técnicas que permiten capturar de manera subjetiva la percepción de los participantes o su entorno (Vizcaino Zuñiga et al., 2023, pág. 9727). En la investigación se utilizará este enfoque para describir las características de los atractivos turísticos existentes en Playa Ochoa e Isla Lobos, además del uso de la observación en relación a la promoción turística existente en estos lugares.

Otros de los métodos, son el analítico y el sintético, el primero consiste en descomponer los componentes, permitiendo que la investigación sea individualizada, mientras tanto, la síntesis se refiere a la unión de las partes que ya fueron analizadas, lo que permite que haya más relaciones entre componentes de un fenómeno (Quesada Somano y León Medina, 2020, págs. 3-5). En la presente se utiliza estos métodos para analizar la información bibliográfica y sintetizarla, así como también se usa en los resultados estadísticos de las encuestas.

Tipos de investigación

Investigación exploratoria y descriptiva

El tipo de investigación exploratorio se realiza para observar un fenómeno, mediante la identificación de problemas, por lo que forma parte de una investigación de tipo

cualitativo; por su parte la investigación de tipo descriptiva se caracteriza por describir eventos o hechos de cualquier fenómeno social en un tiempo y área determinada, en la que se puede presentar correlaciones, y forma parte de una investigación cuantitativa (Albornoz Zamora et al., 2023, pág. 148).

La investigación exploratoria se utiliza para identificar la problemática de un fenómeno, en este caso el porqué de la escasa promoción turística de Playa Lobos e Isla Ochoa. Mientras tanto la investigación descriptiva permite organizar la información recopilada de la observación.

Técnicas e instrumentos de investigación

Observación

La técnica de la observación permite analizar y comprender fenómenos, comportamientos, actitudes y eventos presencialmente, en la que el investigador puede ser un sujeto activo o pasivo, siendo la primera cuando hay participación, y la pasiva cuando solo hay observación de manera neutral (sucede cuando el acceso es difícil); el desafío de esta técnica es que la interpretación de los resultados puede verse influenciado por las percepciones del investigador, por lo que se debe aplicar medidas y evaluaciones más estandarizadas (Medina et al., 2023, págs. 20-23). Para esta investigación se utilizará la observación activa, ya que es posible ingresar a los atractivos turísticos de tener contacto con la población local y los visitantes.

Encuesta

Es un instrumento de recolección de datos a través de un cuestionario, el cual puede ser aplicado de manera personal o a través de medios electrónicos; la ventaja del uso de la encuesta es que se puede aplicar a un mayor número de personas, más aún cuando la muestra se encuentre dispersa (Feria Avila et al., 2020, pág. 72). En la presente, la encuesta será utilizada para recopilar información mediante 5 preguntas (ver anexo 2) que será aplicada a los guías que forman parte de la Asociación de Guías de Patrimonio y los propietarios de las agencias de viajes de San Cristóbal.

Población y muestra

La población son todos los elementos que son objeto de estudios, por lo cual deben ser delimitados considerando sus características; la muestra por su parte es el subconjunto de la población, por lo que la muestra debe tener las características iguales a las de la población.

Tipos de muestreo

El muestreo por cuotas se caracteriza por la facilidad de selección ya que se enfoca en una población cuyas características sean similares (Albornoz Zamora et al., 2023, pág. 152). Si bien no se aplica un muestreo, la población elegida tiene relación con el muestreo por cuotas debido a la elección subjetiva a los propietarios de patentes de Tour Diario y la Asociación de guías de Patrimonio de San Cristóbal y por las características similares en el área del turismo.

Tabla 2

Población estudiada

Población	No.
Propietarios de patentes de Tour Diario	02
Asociación de Guías de Patrimonio	20
Total	22

Elaborado por: Investigador.

Fuente: Agencia de Viajes con patente para Tour de Bahía en Islas Lobos y Playa Ochoa y Guías

Presentación gráfica, análisis e interpretación de resultados obtenidos

Tabla 3

Tabla de frecuencia del conocimiento de la ubicación de Playa Ochoa e Islas Lobos

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	22	100%
NO	0	0%

TOTAL	22	100%
--------------	-----------	-------------

Nota. Datos obtenidos de la recopilación en Playa Ochoa e Islas Lobos, el 25 de junio del 2024.

Figura 2

Conocimiento acerca de la ubicación de Playa Ochoa e Islas Lobos



Elaborado por: Investigador.

Fuente: Guías De la Reserva Marina, propietarios de las agencias de viajes

Interpretación

Los resultados de la encuesta muestran que el 100% de los encuestados conocen la ubicación de Playa Ochoa e Isla Ochoa en San Cristóbal, lo cual indica una alta probabilidad de que los encuestados hayan realizado algún tipo de investigación o se hayan informado previamente sobre estos lugares.

Desde una perspectiva técnica, este resultado es positivo, ya que muestra una audiencia receptiva e informada, siendo este dato crucial para la efectividad de cualquier estrategia de promoción turística. Por consiguiente, el plan para promover el tour de Bahía podría tener una mayor acogida debido a que un conocimiento previo de los destinos tiende a aumentar el interés de visita y permitir la segmentación de la campaña de promoción.

Tabla 4

Tabla de frecuencia sobre visitas a Isla Lobos y Playa Ochoa

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	18	82%
NO	4	18%
TOTAL	22	100%

Nota. Datos obtenidos de la recopilación en Playa Ochoa e Islas Lobos, el 25 de junio del 2024.

Figura 3

Visitas a Isla Lobos y Playa Ochoa



Elaborado por: Investigador.

Fuente: Guías De la Reserva Marina, propietarios de las agencias de viajes

Interpretación

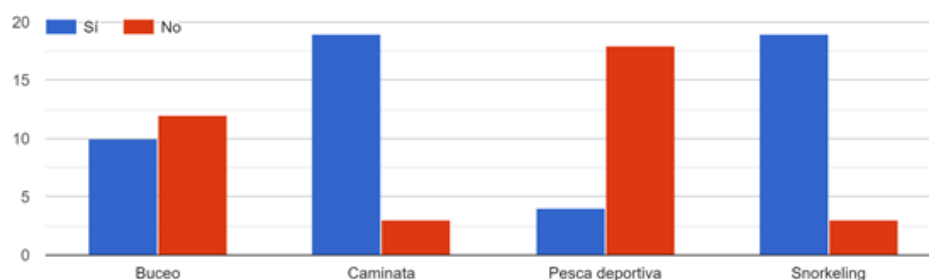
Con base en los resultados de la encuesta, se observa que el 82% de los participantes han visitado Islas Lobos y Playa Ochoa, ya sea por cuenta propia o mediante tours. Este alto porcentaje indica un significativo interés para realizar actividades turísticas en estas áreas. Por otro lado, el 18% de los encuestados que no han visitado estos lugares representa una oportunidad de mercado para captar nuevos turistas.

La promoción turística del tour de Bahía se presenta como una estrategia clave para aumentar las visitas futuras pues al contar con profesionales que poseen conocimiento detallado del lugar se garantizará experiencias más enriquecedoras y seguras para los turistas.

Además, la intervención de guías capacitados facilitará la preservación ambiental y cultural del destino. Por lo mencionado, es importante desarrollar campañas de marketing que resalten los beneficios de contratar tours profesionales como la calidad del servicio y la excelencia en la información.

Figura 4

Conocimiento de la actividad principal en Playa Ochoa e Islas Lobos



Elaborado por: Investigador.

Fuente: Guías De la Reserva Marina, propietarios de las agencias de viajes

Interpretación

Los resultados indican que las actividades deportivas más populares en Playa Ochoa e Isla Lobos son la caminata y el snorkeling, mientras tanto el buceo y la pesca deportiva son las actividades deportivas menos practicadas. Cabe mencionar que la pesca deportiva es la menos reconocida como actividad turística en Galápagos, lo que representa una oportunidad para promocionar la sostenibilidad dentro de un plan de promoción turística.

Por ende, implementar un plan de promoción que destaque los beneficios de las actividades menos practicadas diversificará las opciones turísticas e incrementaría el número de turistas, distribuyendo así la demanda y reduciendo la presión sobre las actividades más populares.

Tabla 5

Tabla de frecuencia de recomendación de visita a Isla Lobos y Playa Ochoa

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	21	96%
NO	1	5%
TOTAL	22	100%

Nota. Datos obtenidos de la recopilación en Playa Ochoa e Islas Lobos, el 25 de junio del 2024.

Figura 5

Recomendación de visita a Isla Lobos y Playa Ochoa



Elaborado por: Investigador.

Fuente: Guías De la Reserva Marina, propietarios de las agencias de viajes

Interpretación

Los resultados muestran que el 95% de los encuestados recomiendan visitar Isla Lobos y Playa Ochoa, lo que significa que las características del lugar son atractivos para las personas locales y extranjeros. Desde una perspectiva técnica, este nivel de recomendación puede atribuirse a varios factores como la calidad de las playas, la biodiversidad, las instalaciones turísticas, la seguridad y la facilidad de acceso. Además, las recomendaciones generadas por los turistas influyen significativamente en el comportamiento de otros potenciales visitantes.

En relación con la promoción turística, este, debe estar enfocado en resaltar las características específicas de Isla Lobos y Playa Ochoa, por ejemplo, la belleza natural, las

oportunidades para actividades recreativas y la presencia de fauna única, así mismo, la evidencia de un feedback positivo puede ser utilizada en campañas de promoción para fortalecer la percepción positiva y generar un mayor interés turístico.

Tabla 6

Tabla de frecuencia de la percepción de la seguridad de Playa Ochoa e Isla Lobos

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	21	95,5%
NO	1	4,5%
TOTAL	22	100%

Nota. Datos obtenidos de la recopilación en Playa Ochoa e Islas Lobos, el 25 de junio del 2024.

Figura 6

Percepción de Playa Ochoa e Islas Lobos como destino seguro



Elaborado por: Investigador.

Fuente: Guías De la Reserva Marina, propietarios de las agencias de viajes

Interpretación

Los resultados sobre la percepción de seguridad en Playa Ochoa e Islas Lobos muestran datos favorables para el desarrollo de un plan de promoción turística, pues el 95% de los encuestados considera que estos lugares son seguros, lo que sugiere un ambiente confiable para potenciales visitantes.

Desde una perspectiva técnica, la alta percepción de seguridad está asociada a la infraestructura adecuada, y a la implementación de políticas locales orientadas a la protección del turista. La combinación de estas características fomenta una imagen positiva de Playa Ochoa e Islas Lobos permitiendo un incremento en la intención de visita y permanencia en los destinos estudiados, lo que da como resultado un impacto directo en la economía de la población.

En términos de marketing turístico, las campañas publicitarias resaltarán la seguridad en Playa Ochoa e Islas Lobos, lo cual es un punto de diferenciación con otros destinos similares. Como resultado, estos lugares tendrán mayor competitividad en el mercado turístico y facilitará la inversión privada para el desarrollo económico y social.

Resultados observación

La observación realizada en el mes de junio del 2024, se presencia lo siguiente:

- Baja concurrencia de visitantes en Playa Ochoa e Islas Lobos. Los turistas que llegaban realizaban caminatas y descanso.
- Pocos turistas se animan a realizar deportes acuáticos en Playa Ochoa, lo que indica un desconocimiento en los turistas y en los guías de turismo
- Falta de senderos e información con respecto a la fauna y flora del Isla Lobos

Síntesis del capítulo

Este capítulo permitió conocer la factibilidad del desarrollo de un plan de promoción turística a través de la investigación, por lo que se utilizó los métodos cualitativo y cuantitativo a través de instrumentos como la encuesta y la observación. Los resultados muestran que prestadores de servicios conocen y han visitado Playa Ochoa e Islas Lobos, cuya percepción de seguridad es alta al igual que la posibilidad de recomendación, así mismo, que las actividades potenciales son el snorkeling y la caminata. En cuanto a la observación realizada en Playa Ochoa e Isla Lobos, muestra poca concurrencia de turistas, quienes lo visitan como una parada adicional, es decir que no vienen motivados por visitar exclusivamente estos atractivos, sino otros cercanos. Por lo tanto, es evidente que un plan de promoción turística permitirá un enfoque en nuevos mercados, potenciales inversionistas y la potenciación de actividades que no son muy practicadas. Este plan debe estar bien diseñado y debe enfocarse en el potencial de los profesionales de turismo, la calidad del servicio, la infraestructura, y

sobre todo la seguridad en el destino; con ello, se pretende aumentar las visitas de turistas y mejorar el desarrollo del destino.

Capítulo III: Propuesta

Descripción de la propuesta

La propuesta de plan de promoción turística para el Tour de Bahía en Islas Lobos y Playa Ochoa, permitirá que los actores locales como los tour operadores, Gobierno Autónomo Descentralizado de San Cristóbal, y la comunidad local trabajen en conjunto para ejecutar el proyecto, de tal forma que a corto a mediano plazo los resultados muestren un incremento de visitantes en estos atractivos y una mejor planificación en paquetes turísticos; así mismo, el proyecto pretende una mayor concientización en cuanto a conservación de la flora y la fauna dirigida a los visitantes y a la comunidad local. Por otra parte, el uso de las estrategias plateadas en el proyecto, permitirá posicionar el Tour de Bahía como un producto competitivo.

Viabilidad

Viabilidad económica

El proyecto “plan de promoción turística para el Tour de Bahía en Islas Lobos y Playa Ochoa”, está basada en el análisis de la situación actual de San Cristóbal y de los dos atractivos, por lo que el diseño del proyecto es viable, ya que no existe gasto a invertirse antes de la ejecución, pues el proyecto será entregado digitalmente. Sin embargo, la ejecución del proyecto si implica un gasto mínimo, pues en su mayoría se ejecutará con convenios, todo ello se presentará en el desarrollo de la propuesta.

Viabilidad social

El plan de promoción es viable socialmente, pues al ejecutarse, la calidad de vida de la población mejorará debido a un número mayor de plazas de trabajo, mayor colaboración entre agencias de viaje, disminución de la brecha entre la parte pública y privada, y sobre todo el desarrollo y aprendizaje de nuevos idiomas para los estudiantes de la localidad, de tal forma que los futuros profesionales sean más preparados para recibir a los turistas a largo plazo.

Viabilidad ambiental

Las Islas Galápagos, es considerado Patrimonio Natural de la Humanidad, por lo que la conservación ambiental es un tema importante dentro de cualquier proyecto, por lo tanto, el

proyecto es ambientalmente viable ya que, hoy en día la mayor parte de la promoción es por medios digitales y otros medio tradicionales como ferias o voluntariados, mismos que no tienen mayor impacto ambiental. Adicional, el tema de la concientización ambiental se aplicará desde los servicios turísticos hasta la población local.

Impacto

El plan de promoción turística aportará de forma positiva a la Isla San Cristóbal, ya que en el aspecto económico el atraer un número más alto de visitantes, mejorará el nivel de ingresos en la población beneficiando a pequeños y grandes empresarios, así mismo, las entidades públicas gestionarán el mejoramiento de los servicios públicos con el fin de garantizar la seguridad del viajero. En relación con el tema ambiental, el impacto es positivo, ya que no se va a intervenir ninguna zona y se priorizará la conservación y la sostenibilidad. Finalmente, en la parte social, el proyecto tendrá un impacto directo en temas de seguridad y educación.

Desarrollo de la propuesta

El desarrollo del plan de promoción turística tiene como objetivo generar estrategias de promoción que permitan posicionar el tour de Bahía entre Isla Lobos y Playa Ochoa como un nuevo producto en la Isla San Cristóbal de la provincia de Galápagos.

Este objetivo se encuentra alienado con el Plan Estratégico Institucional del Ministerio de Turismo cuyo objetivo es el incremento de la promoción a nivel del Ecuador.

Tabla 7*Matriz de marco lógico*

Fin	Indicadores verificables	Medios de verificación	Supuestos
Posicionar el tour de Bahía entre Isla Lobos y Playa Ochoa en un producto competitivo dentro del mercado nacional e internacional	Aumentar un 50% más, el número de visitantes a San Cristóbal en el 2026	• Carta de reconocimiento por el Ministerio de Turismo y entidades gubernamentales	- Fidelización a nuevos productos
Propósito	Al 2026, el proyecto se ejecuta	• Informe de ejecución el proyecto. • Informe de resultados del plan de promoción	-Recursos económicos suficientes -Personal profesional calificado -Cooperación entre entidades públicas y privadas.
Elaborar un plan de promoción turística para el tour de Bahía entre Isla Lobos y Playa Ochoa.			
Componentes	Indicadores verificables	Medios de verificación	Supuestos
Componente 1. Incrementar visitantes que realicen el tour de Bahía entre Isla Lobos y Playa Ochoa mediante acciones de promoción nacional e internacional.	• Al 2026, 3 agencias de San Cristóbal comercializan Tour de Bahía • Al 2026, se ha promocionado Tour de Bahía en 2 Ferias. • Al 2026, más de 4 medios de prensa promocionan el Tour de Bahía	• Informe de paquetes vendidos en los que se incluya el Tour de Bahía • Informe de ferias asistidas • Informe de gasto en los Press trip	• Apoyo de los entes gubernamentales. • Colaboración de medios de prensa. • Recursos económicos suficientes

Componente 2. Promocionar el Tour de Bahía mediante estrategias de promoción innovadoras.	• Al 2026 hay un incremento de 96 a 150 de turistas visitando el Tour de Bahía. • Al 2026 el 50% de visitantes realiza el tour de bahía debido a la promoción en redes sociales • Al 2026 un 10% realizan tours virtuales a Playa Ochoa e Islas Lobos	• Reporte de venta de tickets al Tour e Bahía • Informe de campañas realizadas y su impacto en valores numéricos. • Reporte de ingresos por cuentas virtuales para el tour virtual.	• Condiciones climáticas apropiadas
Componente 3. Fortalecer la sostenibilidad y la seguridad dentro del tour de Bahía mediante acciones promocionales	• Al 2026, se abrirán 2 convocatorias anuales para voluntariados en Playa Ochoa e Islas Lobos • Al 2026, se implementará 1 proyecto de sostenibilidad en Playa Ochoa e Islas Lobos. • Al 2026, el 80% de la población conocerá Playa Ochoa e Islas Lobos y la importancia de la conservación • Al 2026, al menos 5 microempresas dedicadas al turismo tienen el sello de la sostenibilidad.	• Convocatoria a voluntariados • Proyectos de sostenibilidad • Informe del número de asistentes a la concientización	

- Al 2026, el 95% de los turistas consideran que realizar el Tour de Bahía es seguro

Actividades	Presupuesto	Medios de verificación	Supuestos
Componente 1			
1.1. Descripción del Tour de Bahía	Se realizarán convenios con las agencias de viajes y servicios turísticos con el fin de realizar los fam y press trip. \$10.000 dólares para asistir a ferias internacionales y nacionales, se gestionaría con el Ministerio de Turismo y El Gad de San Cristóbal para integrarse en las ferias que ellos participan y llevar el producto como parte del destino Ecuador.	• Invitación al fam trip • Convenios con agencias de viajes firmados y sellados. • Informe de asistencia a ferias.	• Interés de las agencias de viajes de comercializar el Tour de Bahía • Recursos económicos suficientes. • Apertura a ferias y eventos • Coordinación entre entes públicos y privados
1.2. Famtrip			
1.3. Press trip			
1.4. Convenios con agencias de viajes operadoras			
1.5. Asistir a ferias a nivel nacional e internacional			
Componente 2			
2.1. Recopilación en fotos y videos de Playa Ochoa e Isla Lobos.	\$20. 000 Se realiza un aproximado a partir de	• Contratos para los videos con influencers • Informe de gasto en campañas publicitarias • Contratos con profesionales para la elaboración de un tour virtual.	• Apertura en el mercado local e internacional • Profesionales capacitados para la creación de la
2.2. Campañas publicitarias de las actividades turísticas a realizarse en Playa Ochoa e Isla Lobos en redes sociales (Facebook, tik tok e Instagram)	proformas reales para realizar páginas web, redes sociales, influencers y el tour virtual.		

2.4. Contratación de influencers	Este costo se gestionará con el	página web, redes
2.5. Elaboración de un código QR con la información de Playa Ochoa e Isla Lobos	Ministerio de Turismo. En relación con los influencer, los convenios realizados con los servicios turísticos cubrirán los gastos de alojamiento, alimentación y vuelos entre otros, el beneficio sería la promoción de cada uno de estos servicios.	sociales y tour virtuales.
2.6. Creación un tour virtual, utilizando drones y cámaras		
2.7 Creación de un sitio web con horarios de salida del tour y novedades principales		

Componente 3				
3.1. Crear convocatorias a voluntarios a nivel nacional e internacional	A través de los convenios con instituciones educativas, se generarán plazas de voluntariados.	• Convocatoria a voluntariados • Informe del número de asistentes a la concientización	• Apertura de la población local. • Presupuesto para la ejecución de actividades • Permisos para voluntariados en San Cristóbal	
3.2. Concientizar y dar a conocer el producto a la comunidad local.	La concientización y sellos de seguridad y sostenibilidad lo cubrirá el Gad de San			
3.3. Generar sellos de sostenibilidad y seguridad para empresas turísticas.	Cristóbal, Ministerio de Turismo y Ministerio del Ambiente, pues esto beneficiará a la población local y en el turismo generará reconocimientos. \$7.000 gasto promedio para este componente			

Descripción del plan de promoción turística

En este apartado se detallará cada una de las actividades de acuerdo a cada componente.

Componente 1. Incrementar visitantes que realicen el tour de Bahía entre Isla Lobos y Playa Ochoa mediante acciones de promoción nacional e internacional.

Galápagos es un destino con bastante afluencia de visitantes tanto nacionales como extranjeros, sin embargo, solo la cuarta parte de ellos, realizan el tour de bahía, y esto se debe a la falta de promoción, por lo que es necesario dar a conocer este producto de manera nacional e internacional.

La comercialización del Tour de Bahía se realiza por medio de agencias de viajes, en su mayoría operadores y mayoristas. Cabe mencionar que estas agencias operadoras arman el propio paquete y lo venden al consumidor final, mientras que las agencias mayoristas lo comercializan con otras agencias fuera del destino.

Es así, que en este componente, a través de la promoción turística se pretende implementar acciones que permitan comercializar a un mayor número de visitantes.

Actividad 1.1. Descripción del Tour de Bahía

El tour de Bahía explora dos atractivos turísticos, Playa Ochoa e Isla lobos, la visita se hace en embarcaciones permitidas por el Ministerio del Ambiente, en estos dos lugares se visitan puntos de interés turístico y se realizan actividades deportivas, entre ellas el snorkeling y la caminata. La descripción de la flora y la fauna se visualiza en el capítulo 1 del presente trabajo.

Actividad 1.2 Famtrip

Los viajes de familiarización es una estrategia de promoción que permiten a las agencias de viajes conocer el Tour de Bahía y vender con mayor seguridad y conocimiento, garantizando de esta manera que el turista disfrute y sea el quién recomiende a familiares y amigos.

Dentro de este plan los fam trip estarán dirigidos a las mayoristas enfocadas en el Galápagos como destino y los operadores del Ecuador continental. En el siguiente párrafo se detalla el paquete a ofrecer.

Tour: Full day

Número de agentes de viaje: 10

Itinerario: Inicio 8 am 18:00

Punto 1. Bahía tijeretas

Punto 2: Isla Lobos caminata y snorkel

Punto 3: Snorkel y fotografía en Playa Ochoa.

Actividad 1.3. Press trip

El viaje de presa es una estrategia de promoción que permite que las principales prensas del país o a nivel internacional visiten el destino y luego lo promocionen en los canales televisivos. En este aspecto, se pretende realiza invitaciones a los medios de comunicación más reconocidos a nivel nacional, como Telemazonas y Ecuavisa y a nivel mundial, BBC y CNN.

El itinerario es similar al fam trip, con ello, los periodistas lograrán plasmar en sus redacciones, la fauna y la flora y la experiencia de realizar actividades en contacto con la fauna marina.

Actividad 1.4. Convenios con agencias de viajes operadoras

Las agencias de viaje permiten que la comercialización llegue al consumidor final de manera segura y eficiente. Es así que, para ampliar la demanda, se realizará convenios con agencias de viajes, para que vendan el producto, realicen concursos y apliquen descuentos; al realizar estos convenios las agencias ganan mayores ventas, incentivos o un bono a agente por tour de bahía vendido.

Actividad 1. 4 Asistir a ferias a nivel nacional e internacional

Las ferias nacionales e internacionales permiten concretar negociaciones y conocer nuevas actualizaciones. Por lo que se menciona las principales ferias a nivel internacional y nacional.

A nivel internacional, las ferias a las que se puede integrar el producto son:

WTM Latam: Esta feria es a nivel de Latinoamérica ofrece conexiones de negociaciones y permite que muchos influencers presentes promocionen el Tour de Bahía. Esta feria se da el 17 de abril de manera anual.

FITUR: La Feria Internacional de Turismo de América Latina se da cada año entre el 28 de septiembre al 1 de noviembre. Esa feria es una de las más grandes a nivel mundial, es el punto de encuentro para un mercado receptivo y emisor.

DEMA SHOW: Evento organizado para personas dedicadas a actividades acuáticas, se realiza del 19 al 22 de noviembre. Es una buena oportunidad para promocionar las actividades acuáticas que se realizan en el tour de Bahía.

TravelMart Latin Americana: Este evento se realiza del 18 al 20 de septiembre y reúne compradores de Canadá, Estados Unidos y Europa, es la feria ideal para llegar a este tipo de mercado.

A nivel nacional se asistirá a ferias que organiza el Ministerio de Turismo, como el FETUR, en esta feria se puede promocionar el Tour de Bahía ya que, aquí se encuentran los principales compradores del país y del mundo.

Componente 2: Promocionar el Tour de Bahía mediante estrategias de promoción innovadora

La innovación en las promociones es un elemento esencial para llamar la atención de un público, y es que el Turismo es un fenómeno capaz de acoplarse a las nuevas tecnologías de la actualidad, por lo tanto, en este componente se detalla las actividades innovadoras a utilizarse para generar una promoción más efectiva.

2.1. Recopilación en fotos y videos de Playa Ochoa e Isla Lobos.

Las fotos y videos recopilados, se usarán para presentar el Tour de Bahía en las redes sociales, algunas se encuentran en los anexos 3 al 7.

2.2. Campañas publicitarias de las actividades turísticas a realizarse en Playa Ochoa e Isla Lobos en redes sociales (Facebook, TikTok e Instagram).

Las redes sociales hoy en día se han convertido en una herramienta estratégica en la promoción de lugares turísticos, establecimientos turísticos u actividades, por ello, es importante saber utilizarlos y encontrar la red social adecuada.

Para este plan de promoción se creará una cuenta en Facebook, Instagram y TikTok; Facebook al ser la red con más afluencia de personas se utilizará para realizar campañas publicitarias del Tour de Bahía, publicación de fotos y gestión de reservas con el fin de promover las visitas. Mientras tanto, Instagram y TikTok serán las herramientas perfectas para publicidad con videos, la idea es que las páginas cuenten con seguidores que recomienden o que compren el Tour.

2.3. Contratación de influencers

A raíz del punto anterior, las plataformas sociales como Instagram y Tik Tok por si solas pueden atraer gran cantidad de público, pero es necesario crear un contenido llamativo y esto se puede lograr a través de las personas ya conocidas. Algunos de los influencers destacados a nivel nacional relacionados con los viajes están:

Christian Norris un personaje con una larga trayectoria en la producción de televisión y turismo, quien ha recibido un reconocimiento por el Ministerio de Turismo.

A nivel internacional, uno de los influencers más destacados es Luisito Comunica, quien ha viajado por varios países, este influencer podría integrar al viaje por Galápagos, el Tour de Bahía, mismo que al tener bastante afluencia de seguidores, generará buenos resultados. Otra alternativa es Alan por el mundo, este personaje viaja por el mundo, dando a conocer destinos nuevos con contenido entretenido.

2.5. Elaboración de un código Qr con la información de Playa Ochoa e Isla Lobos

En el mundo de la tecnología, los teléfonos celulares se han vuelto indispensables en la vida cotidiana, lo que significa que se debe integrar esta tecnología para promocionar el turismo. Por lo que, los códigos QR, se han ido integrando para la promoción de servicios, destinos y

actividades turísticas; para la Promoción del tour de Bahía se debe integrar un código QR en tres instancias: La primera antes del viaje, mostrando un video promocional de los atractivos a visitar, y segundo antes de la compra, donde los turistas puedan acceder al código QR e ingresar los datos con anticipación, evitando filas, y finalmente el post viaje, donde se le puede enviar el código a los dispositivos, con mensajes inspiradores y con cupones de descuento para un próximo ingreso.

2.6. Creación un tour virtual, utilizando drones y cámaras

Los tours virtuales permiten a las personas que les gustan los viajes, tener una experiencia única, pues aquí se incluyen los atractivos principales del tour de Bahía, para ello es necesario utilizar una cámara profesional y drones para que la experiencia sea auténtica. Otra de las ventajas de los tours virtuales es la mayor interacción con el turista, lo que aumenta el engagement¹ y la toma de decisión para visitar el lugar.

2.7 Creación de un sitio web con horarios de salida del tour y novedades principales

Los sitios web, son herramientas que permiten al turista encontrar de manera rápida y fácil la información, realizar reservas, encontrar calendarios de descuentos etc. Por ello, se creará un sitio web con la información relevante del Tour, los horarios de salida, información de las embarcaciones, horarios para generar reservas y fotos; en este sentido, el tour virtual estará colocado en forma de código QR, en la página web al igual que los iconos de ingreso a las redes sociales.

Componente 3: Fortalecer la sostenibilidad y la seguridad dentro del tour de Bahía mediante acciones promocionales

Las islas Galápagos son conocidas por la conservación de especies de flora y fauna, lo que la convierte en un lugar donde prevalecen políticas de conservación. Además, las encuestas muestran que la seguridad en la Isla San Cristóbal es un elemento diferenciador, por lo que en este componente se fortalece estos elementos a través de la promoción.

¹ Nivel de entusiasmo frente a una marca

3.1. Crear convocatorias a voluntarios a nivel nacional e internacional

Las islas Galápagos realizan constantemente voluntariados en convenidos con establecimientos educativos a nivel nacional o internacional, en esta ocasión el voluntariado estaría enfocado en estudiantes de las carreras relacionadas con el Turismo y diseño gráfico. Estas serán algunas de las especificaciones a tomar en cuenta:

Profesión: Estudiantes o egresados de la carrera de turismo, ingeniería ambiental o tecnología e interés turístico.

Países: Ecuador, América Latina

Actividades: Aportar con el presente plan y rendir informes mensuales

Fecha de aplicación: Segundo trimestre del 2025

Beneficios: El voluntario podrá gozar de hospedaje gratuito, uniforme, materiales y equipos y certificado.

Gastos a asumir por el estudiante: Ticket aéreo, Alimentación, Tasas de ingreso, certificados médicos y gastos extras.

A convocatoria se realizará desde las principales redes sociales.

3.2. Concientizar y dar a conocer el producto a la comunidad local.

El Tour de Bahía es un producto poco conocido, por lo que se debe promocionar el producto en la población local, lo que puede ser a través de folletos impresos, en donde se incluyan temas de conservación, ello con el fin de que la comunidad local pueda informar el producto a los turistas.

3.3. Generar sellos de sostenibilidad y seguridad para empresas turísticas.

La seguridad junto con la sostenibilidad son aspectos claves a destacar cuando se promoció el Tour de Bahía. Por lo tanto, un mejor resultado de la promoción se generará cuando las empresas estén convencidas de que el producto es seguro y sostenible, por ello, se pretende

incentivar a los servidores turísticos encargados de realizar los tours y los que comercializan a obtener un sello de calidad relacionado con estos dos aspectos. Este sello brindará mayor confianza a los turistas nacionales e internacionales y a mediano plazo a que las demás empresas de servicios turísticos de San Cristóbal obtengan dicho sello.

Estrategia de Ejecución

El plan de Promoción turística del Tour de Bahía entre Islas Lobos y Playa Ochoa, será ejecutado por el Gad Parroquial de San Cristóbal a través del departamento de Turismo en conjunto con los servidores turísticos, en los que se encuentran operadores, guías de turismo y las embarcaciones del Tour de Bahía, de tal forma que pueda existir un trabajo conjunto público-privado.

Estrategias de seguimiento y evaluación

El equipo de trabajo deberá presentar los informes del avance del plan de manera mensual, de tal forma que se pueda realizar un seguimiento y el cumplimiento de los resultados. La evaluación del plan estará basada en los indicadores de cada componente, detallado en la matriz del marco lógico.

Síntesis del capítulo

El plan de promoción turística está enfocado en realizar estrategias de promoción resaltando aspectos como alianzas, la innovación y la sostenibilidad y seguridad a través de 3 componentes. El primer componente enfocado en las alianzas a través de la promoción, priorizando actividades como los convenios con agencias de viajes, fam trip y pres trip; el segundo componente destaca la importancia de la innovación realizando actividades como, tours virtuales, códigos QR, contenidos creativos con influencer reconocidos, etc, y el tercer componente relacionado con la sostenibilidad implica promocionar estos aspectos como elementos diferenciadores del Tour de Bahía, para ello es necesario crear capacitaciones a empresas de turismo, voluntariados y sobre todo concientizar a la población para que sean ellos quienes con el ejemplo prioricen la sostenibilidad. Finalmente, de este capítulo se concluye que el plan es viable ambiental, económica y socialmente.

CONCLUSIONES

El presente trabajo de titulación concluye que:

- La Isla de San Cristóbal es una de las más antiguas del archipiélago de Galápagos, la cual cuenta con historia, flora y fauna, en este aspecto la Isla Lobos y Playa Ochoa, se han convertido en atractivos turísticos en donde se enlazan para formar parte del Tour de Bahía, sin embargo, la nula promoción de este tour no alcanza la cantidad suficiente de visitantes.
- El levantamiento de información a través de la observación permitió conocer la frecuencia de visitas, las actividades más relevantes. Por lo que, se concluye que el Tour de Bahía tiene características únicas y diferenciadoras para generar mayor demanda.
- La propuesta de la promoción del Tour de Bahía reconoce tres componentes dentro de la matriz de marco lógico, la innovación en la promoción turística, la cooperación para la promoción y finalmente la sostenibilidad y la seguridad para los cuales es importante solicitar convenios de tal forma que la ejecución sea viable económica, social y ambientalmente.

RECOMENDACIONES

- En el presente proyecto se estará ejecutado por la parte pública-privada, por lo que se entregará al Gad de San Cristóbal y el seguimiento de cumplimiento se debe dar de manera mensual para una mejor ejecución,
- Realizar convenios, con instituciones de turismo ambiente a nivel nacional e internacional, con el fin de generar una mayor inversión y por ende mejores resultados.
- Elaborar una investigación acerca de la percepción del turista que visita Playa Ochoa e Isla Lobos.
- Considerar nuevas rutas el Tour de Bahía mediante la elaboración de proyectos a mediano plazo y largo plazo.
- Realizar un branding para el Tour de Bahía, con el fin de crear un reconocimiento propio.

REFERENCIAS

- Alaminos Fernandez, A. (2023). *Introducción a la investigación social mediante encuestas de opinion pública*. Limencop S.L.
https://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/133158/1/Introduccion_a_la_investigacion_social_mediante_encuestas_de_opinion_publica_UA.pdf
- Albornoz Zamora, E. J., Guzmán , M. d., Sidel Almache, K. G., Chuga Guamán, J. G., González Villanueva, J. L., Herrera Miranda, J. P., . . . Marquez De González, A. H. (2023). *METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN aplicada a las ciencias de salud y educación*. Quito, Ecuador: Mawil Publicaciones de Ecuador, 2023. <https://mawil.us/wp-content/uploads/2023/08/metodologia-de-la-investigacion.pdf>
- Banco de desarrollo de America Latina, et al. (2022). *El cambio climático: El nuevo reto evolutivo de las Galápagos. Marco de Gestión Ambiental y Social vs 1V3*. Banco de desarrollo de America Latina; Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura; Fondo Mundial para la Naturaleza.
https://www.caf.com/media/3042414/evaluacion-social-y-ambiental-galapagos_marzo-2021.pdf
- Bonilla Mena, A., Durán, G., Bayón , M., y Santelices, C. (2020). *VII. Puerto Ayora (Galápagos): Entre el turismo internacional y la expansión mediante redes clientelares*. FLACSO Ecuador.
https://www.researchgate.net/publication/341741975_VII_Puerto_Ayora_Galapagos_Entre_el_turismo_internacional_y_la_expansion_mediante_redes_clientelares
- Brandon Alatorre, J., Trujillo Medrano, F., y Reyes-Silvia, J. (2021). Islas Volcánicas Oceánicas. Importancia en Islas en México. *UNO Sapiens Boletín Científico*, 6(3), 27-29.
<https://repository.uaeh.edu.mx/revistas/index.php/prepa1/article/download/6493/7493/>
- C, J., y Kricher, K. (2022). *Galápagos A natural History Second Edition*. Robert Kirk and Megan Mendoca.
<https://www.google.com.ec/books/edition/Gal%C3%A1pagos/hdhyEAAQBAJ?hl=en&gbpv=1>
- Consejo de Gobierno del Régimen Especial de Galapágos. (2021). *Plan de Desarrollo Sustentable y Ordenamiento Territorial del Régimen Especial de Gálapagos 2020-2030*.

- Consejo de Gobierno del Régimen Especial de.
<https://undosporgalapagos.wordpress.com/wp-content/uploads/2021/05/plan-galacc81pagos-2030-2.pdf>
- Consorcio de Gobiernos Autonomos Provinciales del Ecuador. (2022). *Elaboración y desarrollo de una caja de herramientas turísticas para la gestión territorial de los GAD provinciales*. <http://www.congope.gob.ec/wp-content/uploads/2023/03/D2-Modelo-de-Gestio%CC%81n-Turi%CC%81stica-para-los-GAD.pdf>
- Constitución de la Republica del Ecuador. (25 de Enero de 2021). Constitución de la Republica del Ecuador[Const]. Art. 14, 66,71,73,83,258,383,406. Ecuador.
<https://www.ambiente.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2018/09/Constitucion-de-la-Republica-del-Ecuador.pdf>
- Córdova Ortiz, A., Vera- Santos, E., y Neblecilla-Grunauer, M. (2021). Análisis de la promoción turística los espacios naturales y culturales, del cantón Zaruma. *Digital Publisher*, 6(6), 71-82. <https://doi.org/https://doi.org/10.33386/593dp.2021.6.708>
- Cuétera Sánchez, L., Sablón Cossio, N., Márquez Ortiz, L., y Cartay Angulo, R. (2022). Producto turístico de naturaleza para el desarrollo de comunidades rurales Mnabí, Ecuador. *Revista de Ciencias Sociales*, 28(2), 287-297.
<https://www.redalyc.org/journal/280/28070565019/28070565019.pdf>
- Dirección del Parque Nacional Galápagos. (2023). *Informe anual de ingreso de visitantes a las areas protegidas de Galapagos o en el años 2023*. https://galapagos.gob.ec/wp-content/uploads/2024/03/INFORME_ANUAL_VISITANTES-2023_LQ.pdf
- Feria Avila, H., Matilla González, M., y Mantecón Liceo, S. (2020). La entrevista y la encuesta: ¿ Métodos o Técnicas de la indagación empírica. *Didasc@lia*, 11(3), 62-79.
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7692391>
- Fuentes Moreno, A., Rivas Ramirez, K., Arcentales Aulestia, E., y Salazar Aguilar, J. (2019). Modalidades y destinos turísticos del cantón Puerto Quito,. *Uisrael*, 6(3), 2631 - 2786.
<http://scielo.senescyt.gob.ec/pdf/rcuisrael/v6n3/2631-2786-rcuisrael-6-03-00085.pdf>
- Gil, S., Korstanje, M., y Peral, P. (2020). EL TURISMO COMO OBJETO DE INVESTIGACIÓN. *Rosa dos ventos*, 12(1), 81-95.
<https://www.redalyc.org/journal/4735/473563286007/473563286007.pdf>

- Gobierno Autónomo Descentralizado de San Cristobal Galápagos. (2020). *Plan Estratégico Cantonal de Turismo del Cantón San Cristobal 2020-2024*. Gobierno Autónomo Descentralizado de San Cristobal Galápagos. https://amevirtual.gob.ec/wp-content/uploads/2020/10/PLAN-CANTONAL-DE-DESARROLLO-TURISTICO_compressed-2.pdf
- Gobierno Autónomo Descentralizado de Santa Cruz. (2022). Playa Ochoa de Galápagos en San Cristóbal: <https://galapagossantacruz.com/es-ec/galapagos/san-cristobal/playas/playa-ochoa-galapagos-san-cristobal-a3bor7z9c>
- Gobierno Autónomo Descentralizado de Santa Cruz. (2022). *Isla Lobos en San Cristóbal*. <https://galapagossantacruz.com/es-ec/galapagos/san-cristobal/islas/isla-lobos-san-cristobal-aguxot6ml>
- Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal San Cristobal. (02 de 06 de 2022). San Cristobal Galápagos. San Cristobal. <https://files.goraymi.com/2022/06/02/f631f77d67c91d85e49408aec277e3dc.pdf>
- Gonzales Molina, P. (2022). *Promoción y comercialización de productos y servicios locales*. San Millan: Tutor Formation. https://books.google.com.ec/books?id=mF5oEAAQBAJ&newbks=1&newbks_redir=0&printsec=frontcover&dq=plan+de+promocion+turistica++2022&hl=en&redir_esc=y#v=onepage&q=plan%20de%20promocion%20turistica%20%202022&f=false
- Ideas LLyc. (2022). La nueva era del turismo: de la experiencia a las emociones. *ideas.llorenteycuenca*. Cuenca. https://ideas.llorenteycuenca.com/wp-content/uploads/sites/5/2022/03/220322_Nueva_Era_Turismo_M%C3%A9xico.pdf
- Jáuregui-Lobera, I. (2021). Islas Galápagos, Teoría de la Evolución, Canal de Panamá y Dieta Mediterránea: Fray Tomás de Berlanga. *Journal*, 6(4), 716-727. <https://doi.org/10.19230/jonnpr.4250>
- Ley de Turismo Art. 2,3,4,16,20,24. (22 de Junio de 2020). Ecuador. https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2022/05/ECLEX-PRO-MERCANTILEY_DE_TURISMO.pdf
- Liviapoma Álvarez, A., Velastegui Hernández, R., Sánchez Guerrero, D., y Armas Arias, S. (2023). Investigación de los atractivos turísticos a partir del análisis del turismo histórico-

- San Cristobal, Islas Galápagos-Ecuador. *Conciencia Digital*, 6(1.4), 390-403.
[https://doi.org/ https://doi.org/10.33262/concienciadigital.v6i1.4.2004](https://doi.org/https://doi.org/10.33262/concienciadigital.v6i1.4.2004)
- López Díez, A., Díaz Pacheco, J., y Dorta Antequera, P. (2020). Caracterización del índice climático turístico en la isla de Tenerife. Perspectiva actual y escenarios futuros. *Okeanos*.
https://www.researchgate.net/publication/340280403_Islas_turismo_y_cambio_climatico
- Martínez Quintana, V. (2020). El turismo de Naturaleza: Un producto turístico sostenible. *ARBOR Ciencia, Pensamiento y Cultura*, 193(785), a396.
<https://doi.org/https://doi.org/10.3989/arbor.2017.785n3002>
- Medina, M., Rojas, R., Bustamante, W., Loaiza, R., Martel, C., y Castillo, R. (2023). *Metodología de la investigación: (Vol. Primera edición)*. (W. Sucari, P. Aza, y A. Flores, Edits.) Puno, Perú: Instituto Universitario de Innovación Ciencia y Tecnología Inudi Perú S.A.C.
<https://editorial.inudi.edu.pe/index.php/editorialinudi/catalog/download/90/133/157?inline=1>
- Ministerio de Turismo. (27 de Julio de 2020). *Ministerio de Turismo*. Galápagos fortalece la promoción turística a través de medios digitales : <https://www.turismo.gob.ec/galapagos-fortalece-la-promocion-turistica-a-traves-de-medios-digitales/>
- Ministerio de Turismo. (2021). *Proyecto de Inversión Promoción para la Reactivación Turística del Ecuador*. Ministerio de Turismo. <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2022/02/Proyecto-Promocion-Turistica-para-la-Reactivacion-del-Ecuador.pdf>
- Ministerio de Turismo. (2021). *Proyecto de inversión. Promoción para la reactivación turística del Ecuador*. https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2022/02/Plan-Institucional-2021-2025_08_12_2021.pdf
- Ministerio de Turismo. (10 de Octubre de 2023). *Turismo sostenible en la zona rural de Galápagos, una gran opción para los visitantes*. Ministerio de Turismo:
<https://www.turismo.gob.ec/turismo-sostenible-en-la-zona-rural-de-galapagos-una-gran-opcion-para-los-visitantes/>
- Ministerio de Turismo del Ecuador. (2021). *Observatorio de Turismo de Galápagos. Informe de capacidad instalada Galápagos año 2020*. Ministerio de Turismo del Ecuador.

- https://www.observatoriogalapagos.gob.ec/wp-content/uploads/2021/06/Informe_Capacidad_Instalada_Gal%C3%A1pagos_abril-2020_vf.pdf
- Monge Martínez , J., Monge Martínez , G., Vaca Vaca, C., y Guerrero Ochoa, F. (2023). Uso de las redes sociales en la promoción turística. *Conciencia Digital*, 6(4), 350-368. .
<https://doi.org/10.33262/concienciadigital.v6i1.4.2002>
- Moore, R. (2021). *Galápagos An Encyclopedia of Geography, History and Culture*. California: ABC-CLIO, LLC.
<https://www.google.com.ec/books/edition/Gal%C3%A1pagos/IwPHEAAAQBAJ?hl=en&gbpv=1>
- Organismo Especializado de las Naciones Unidas. (s.f.). *Glosario de Términos de turismo*.
<https://www.unwto.org/es/glosario-terminos-turisticos>
- Pantoja Burbano, M., Arciniegas Paspuel, O., y Álvarez Hernández, S. (2022). Desarrollo de una investigación a través de un plan de estudio. *Revista Conrado*, 18(S3), 165-171.
<https://conrado.ucf.edu.cu/index.php/conrado/article/download/2649/2575/>
- Quesada Somano, A. K., y León Medina, A. (2020). MÉTODOS TEÓRICOS DE INVESTIGACIÓN: ANÁLISIS-SÍNTESIS, INDUCCIÓN-DEDUCCIÓN, ABSTRACTO -CONCRETO E HISTÓRICO-LÓGICO. Universidad de Matanzas.
https://www.researchgate.net/publication/347987929_METODOS_TEORICOS_DE_INVESTIGACION_ANALISIS-SINTESIS_INDUCCION-DEDUCCION_ABSTRACTO_-CONCRETO_E_HISTORICO-LOGICO
- Quiñonez Bedon , F., Tapia Pazmino, J., y Andrade Naranjo, D. (2019). El turismo de aventura: Una estrategia para la nueva ruralidad. *Polo del conocimiento*, 4(3), 2550 - 682X.
<https://doi.org/10.23857/pc.v4i3.928>
- Reglamento Especial de Turismo en Areas Naturales Protegidas. Art. 33. (19 de Enero de 2016). Ecuador. <https://www.ambiente.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2018/05/Reglamento-Especial-de-Turismo-en-Areas-Naturales-Protegidas.pdf>
- Reglamento Ley de Régimen Especial de la Provincia de Galápagos. Art. 51, 52, 56. (21 de Abril de 2017). Ecuador. <https://www.ambiente.gob.ec/wp->

content/uploads/downloads/2018/05/Reglamento-Ley-Regimen-especial-de-la-provincia-de-Galapagos.pdf

Sánchez Calero, A., Varona Leyva, F., Avilas Hernández, J., y Ochoa Ávila, M. (2023). Estudio Bibliométrico en Scopus sobre el turismo de naturaleza en la gestión e destinos turísticos. *Revista Compendium*, 10(1), 33-43.

<https://doi.org/http://www.revistas.espol.edu.ec/index.php/compendium/article/view/1169/988>

Sánchez-Chávez, G., Quintana-Saltos, M., Núñez-Servones, S., y García-León, J. (2023). Estrategias para impulsar el turismo de aventura como alternativa para la reactivación económica del cantón Caluma, 2022. *Dom. Cien*, 9(4), 1007-1032.

<https://doi.org/https://doi.org/10.23857/dc.v9i4.3633>

TURISMO, M. D. (29 de abril de 2024). *Islas Galápagos*. <https://galapagos.gob.ec/>

Vizcaino Zuñiga, P. I., Cedeño Cedeño, R. J., y Maldonado Palacios, I. A. (2023). Metodología de la investigación científica: guía práctica. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 7(4), 9723-9762.

<https://www.ciencialatina.org/index.php/cienciala/article/view/7658/11619>

APÉNDICE

Apéndice 1

Definición el problema

CAUSAS →	DEFINICION DEL PROBLEMA	← CONSECUENCIAS
- Deficiente promoción del producto turístico Tour de Bahía por parte de las entidades públicas locales. - Agencias operadoras tiene escasos conocimientos del atractivo. - Promoción de embarcaciones para realizar snorkel y avistamiento de tiburones en el León Dormido	ESCASA PROMOCIÓN TURÍSTICA PARA ISLAS LOBOS Y PLAYA OCHOA	- Los turistas no visitan los atractivos. - Las operadoras visitan únicamente el León Dormido. - Los turistas desconocen los atractivos y la flora y fauna existentes en Islas Lobos y Playa Ochoa.
↑ INDICADORES		
En la actualidad existen dos embarcaciones que ofrecen este tipo de tours de visita a Islas y Playa Ochoa, mismos que realizan cuatro salidas por semana con una capacidad de 12 pasajeros cada una		

ANEXOS

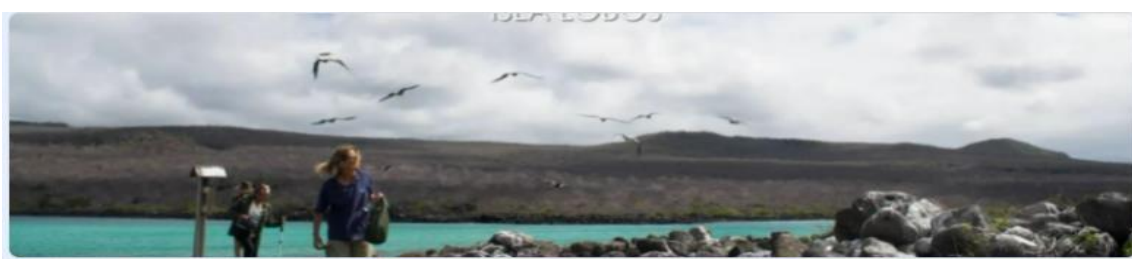
Anexo 1

Link de la encuesta

<https://forms.gle/c3TfP44uxPmDHt6K8>

Anexo 2

Capturas de pantalla de la encuesta



ENCUESTA

LA PRESENTE ENCUESTA SERVIRÁ PARA MEDIR EL GRADO DE ACEPTACIÓN QUE TIENE LA ELABORACIÓN DE UN PLAN DE PROMOCIÓN TURÍSTICA PARA EL TOUR DE BAHÍA ISLAS LOBOS Y PLAYA OCHOA .

1. ¿Sabe que Islas Lobos y Playa Ochoa, se encuentra en la Isla San Cristóbal? *

☐ Sí

☐ No

2. ¿Ha visitado Islas Lobos y Playa Ochoa? *

☐ Sí

☐ No

...

3. Marque las respuestas que considere correcta: En Islas Lobos y Playa Ochoa se realiza: *

	Sí	No
Buceo	☐	☐
Caminata	☐	☐
Pesca deportiva	☐	☐
Snorkeling	☐	☐

4. Recomienda usted visitar Islas Lobos y Playa Ochoa. *

- ☐ Sí
- ☐ No

5. Considera usted que, visitar Islas Lobos y Playa Ochoa es un destino seguro. *

- ☐ Sí
- ☐ No

Anexo 3

Foto interna de las embarcaciones



Anexo 4

Foto externa de las embarcaciones



Anexo 5*Fragata*

Anexo 6

Piquero e patas azules



Anexo 7

Link el video promocional Playa Ochoa e Isla Lobos

https://youtu.be/FesouHWPxLE?si=T93G4n_G7HH1PO5-

Anexo 8

Reporta antiplagio



Página 2 of 68 - Integrity Overview

Identificador de la entrega tm:old::11830:455828211

2% Overall Similarity

The combined total of all matches, including overlapping sources, for each database.

Filtered from the Report

- » Bibliography
- » Cited Text
- » Small Matches (less than 20 words)
- » Crossref database
- » Crossref posted content database

Top Sources

- 2% Internet sources
- 0% Publications
- 0% Submitted works (Student Papers)

Integrity Flags

0 Integrity Flags for Review

No suspicious text manipulations found.

Our system's algorithms look deeply at a document for any inconsistencies that would set it apart from a normal submission. If we notice something strange, we flag it for you to review.

A Flag is not necessarily an indicator of a problem. However, we'd recommend you focus your attention there for further review.



Página 2 of 68 - Integrity Overview

Identificador de la entrega tm:old::11830:455828211