

## **PROPUESTA DE PLAN DE MARKETING PARA LA ISLA FLOREANA – GALAPAGOS – ECUADOR**

Pinos Mariela

Haro Madeleine

Aguilar Ninibeth

Universidad Católica Santiago de Guayaquil

[marielpinosg@hotmail.com](mailto:marielpinosg@hotmail.com); mariela.pinos@cu.ucsg.edu.ec

### **Resumen**

Este trabajo de investigación se realizó con el fin de elaborar una propuesta para la implementación del Plan de marketing turístico para la Isla Floreana, con la participación de los principales actores turísticos cuyo propósito es posicionar a dicha isla como una de las más importantes de la región Insular. Para esto, se ejecutó un diagnóstico del sistema turístico en conjunto con el estudio de mercado considerando la población receptora y visitantes, adaptando técnicas de recolección de datos que nos permita una valoración general para poder determinar el problema, estructurarlo, y tratar de llegar a una clara y beneficiosa solución en conjunto de los objetivos generales y específicos que influyen en su contribución. Con esta propuesta se busca que la Isla Floreana obtenga un nuevo enfoque y dirección de turismo acorde a los nuevos requerimientos del mercado interno y externo con la colaboración de la comuna.

Palabras Claves: Plan de marketing turístico, estrategias, comunidad, socioeconómico, patrimonio cultural, ecoturismo.

### **Abstract**

This research work was carried out to elaborate a proposal for the implementation of the Tourism Marketing Plan for Floreana Island, with the participation of the main tourist actors whose purpose is to position the island as one of the most important in the region Insular. For this, a diagnosis of the tourist system was executed in conjunction with the market study considering the receiving population and visitors, adapting techniques of data collection that allow us a general assessment to be able to determine the problem, to structure it, and to try to reach a clear and beneficial solution of the overall and specific objectives that influence their contribution. With this proposal it is sought that Floreana Island obtain a new approach and direction of tourism according to the new requirements of the internal and external market with the collaboration of the commune.

Keywords: Tourism marketing plan, strategies, community, socioeconomic, cultural heritage, ecotourism.

**Lcda. Mariela Pinos Guerra; Msc.**

Licenciada en Turismo - Escuela Superior Politécnica del Litoral

Magister en Marketing de Destinos y Productos Turísticos

Docente tiempo completo Universidad Católica de Santiago de Guayaquil

**Ing. Madeleine Haro García**

Universidad Católica Santiago de Guayaquil

**Ing. Ninibeth Aguilar Ube**

Universidad Católica Santiago de Guayaquil

### **Introducción:**

El Ecuador posee cuatro regiones con características propias que las identifican, una de ellas es Galápagos localizada en el Océano Pacífico a 100 km de la costa sudamericana, y que se constituye como un referente turístico a nivel mundial por diversas razones entre las que se destacan su excepcional riqueza natural muy bien conservada, además por ser un laboratorio natural para el famoso científico naturalista Charles Darwin, quien después de realizar sus estudios escribió el libro el origen de las especies (Ministerio de ambiente, 2014).

Las islas Galápagos son declaradas patrimonio natural de la humanidad por la UNESCO 1978 y cuentan con dos áreas protegidas reguladas por el ministerio de ambiente, estas son: el Parque Nacional Galápagos y la Reserva Marina de Galápagos. Entre las islas que las conforman se encuentra Floreana con un área de 172,29 km<sup>2</sup> y una pequeña comunidad de 140 personas que la habitan cuyo principal rubro de ingreso es el turismo y la agricultura (Island Conservation, s.f).

La importancia de Isla Floreana radica en que es el hogar de numerosas especies nativas, únicas en el mundo, entre las que se destacan el Petrel, los pingüinos de Galápagos, iguanas marinas, caracoles terrestres y pinzones de Darwin. La isla es considerada ideal para los viajeros que gustan del turismo natural y de aventura, entre los atractivos más representativos se encuentra Playa Negra, el asilo de la Paz, la Bahía del correo y el islote Onslow (Galápagos Conservancy, 2012).

Se puede determinar que el lugar posee potencial para alcanzar un desarrollo turístico sostenible pero la falta de un plan de Marketing y de un adecuado manejo del sistema turístico han hecho que no se aproveche los atributos de la isla de mejor manera. En esta investigación se realizará un diagnóstico actual del sistema turístico de Isla Floreana para identificar los problemas existentes junto con un estudio de mercado marcaron las pautas para diseñar un plan de marketing turístico dirigido a segmentos específicos. Además, se realizará un estudio de mercado para identificar las preferencias y comportamiento de consumo del mercado al que se va a dirigir el plan.

### **Metodología**

Para el presente tema de investigación se aplicará el método deductivo el cual según Rodríguez (2005), “consiste en obtener conclusiones particulares a partir de una ley universal partiendo siempre de verdades generales y progresando por el razonamiento” (p. 30). Con este método se recopilará información real acerca del comportamiento de los turistas para luego analizar los datos y deducir que productos turísticos deben de consumir, además se analizará en qué situación se encuentra isla Floreana con respecto al turismo y se identificarán los problemas y fortalezas que en ella existen.

**Lcda. Mariela Pinos Guerra; Msc.**

Licenciada en Turismo - Escuela Superior Politécnica del Litoral

Magister en Marketing de Destinos y Productos Turísticos

Docente tiempo completo Universidad Católica de Santiago de Guayaquil

**Ing. Madeleine Haro García**

Universidad Católica Santiago de Guayaquil

**Ing. Ninibeth Aguilar Ube**

Universidad Católica Santiago de Guayaquil

Se escogió un tipo de investigación descriptiva puesto que según Hernández, Fernández y Baptista (2006), con ella se obtiene información acerca de las características de un grupo o proceso de investigación a través de la recolección, tabulación y análisis de datos relevantes. Con este tipo de investigación se logrará describir cuales son las preferencias y gustos de los turistas, que piensa la comunidad local acerca de promover la actividad turística y si existe facilidades por parte de las autoridades locales para desarrollar el turismo sustentable.

El enfoque que se utilizará será el mixto, el cual incluye el método cuantitativo que “permite probar hipótesis a través del registro de datos relevantes utilizando la medición numérica y el análisis estadístico para establecer modelos de comportamiento” (Hernández et al., 2006, p. 5) y cualitativo que según Ruíz (2011), “se centra en el estudio de la realidad en su entorno natural y como sucede, sacando e interpretando fenómenos sin medición de acuerdo con las personas implicadas” (p. 155).

El diseño de la investigación es no experimental ya que de acuerdo con Hernández et al. (2006), tiene como fin analizar un suceso o fenómeno a través de la observación de los mismos en un determinado contexto, pero sin manipular las variables solo describiéndolas.

Se utilizan como técnicas de recolección de información la entrevista, la encuesta y taller con la comunidad cada una con su instrumento respectivo.

## **Resultados**

En el Ecuador existen diversos proyectos incluyendo un Plan Estratégico para promover el desarrollo del turismo sustentable que espera ser alcanzado al año 2020, estos son a nivel a nivel general. La Isla Floreana posee los atractivos naturales y culturales necesarios para el desarrollo de la actividad turística pero debido a la inexistencia de un plan de marketing estratégico enfocado netamente en la localidad para su promoción turística efectiva no ha podido posicionarse como un destino atractivo que promueve el turismo sustentable a través de la conservación de la naturaleza para los turistas nacionales e internacionales, como si lo han hecho otras Islas de la región.

## **Misión**

La isla Floreana tiene como misión ofrecer un servicio de turismo de calidad enfocándose en la sostenibilidad por sus diversas riquezas naturales, atractivos e historia.

## **Visión**

En 5 años Floreana se ve dándose a conocer a nivel nacional como una de las islas con más historia no solo por sus atractivos y desarrollándose tecnológicamente.

## **Amenaza de productos sustitutos para el destino Isla Floreana**

**Lcda. Mariela Pinos Guerra; Msc.**

Licenciada en Turismo - Escuela Superior Politécnica del Litoral

Magister en Marketing de Destinos y Productos Turísticos

Docente tiempo completo Universidad Católica de Santiago de Guayaquil

**Ing. Madeleine Haro García**

Universidad Católica Santiago de Guayaquil

**Ing. Ninibeth Aguilar Ube**

Universidad Católica Santiago de Guayaquil

El destino Isla Floreana no resultara atractivo si existen otros destinos turísticos reales o potenciales que ofrecen el mismo tipo de turismo, se encuentran más desarrollados tecnológicamente y pueden atraer a los segmentos de mercado rápidamente por el nivel de precios bajos de sus productos (Ricci, 2016). El indicador que permite medir esta fuera es la amenaza y el lanzamiento de nuevos productos o destinos sustitutos para el turismo que ofrece Floreana. Con los datos obtenidos en las encuestas y entrevistas a actores clave del turismo se puede afirmar que un producto sustituto es Isla Isabela ya que posee flora y fauna similar a la Isla Floreana, y además las facilidades tecnológicas para la localidad y los potenciales turistas es más accesible en comparación a Floreana.

### Rivalidad entre los destinos existentes

Para medir este factor se emplea el indicador de posicionamiento en turismo y las acciones competitivas de otros destinos existentes similares a Isla Floreana.

Se debe de tomar en cuenta como competidores directos los destinos extranjeros similares a Floreana que promueven el turismo sustentable como es el caso de Las islas Marietas ubicadas en el continente americano las cuales poseen una riqueza faunística importante y manejan adecuadamente la capacidad de carga para la conservación del destino.

### Marketing mix- 4p s

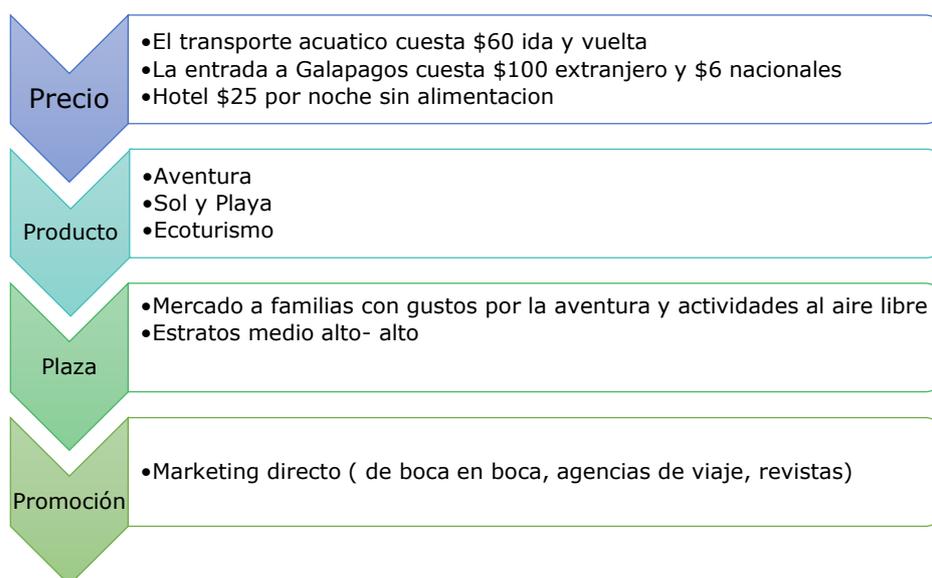


Figura 1. Marketing mix

### Análisis FODA

En base al taller con la comunidad hicimos el FODA de la isla Floreana para saber cómo se podría mejorar las debilidades.

**Lcda. Mariela Pinos Guerra; Msc.**

Licenciada en Turismo - Escuela Superior Politécnica del Litoral

Magister en Marketing de Destinos y Productos Turísticos

Docente tiempo completo Universidad Católica de Santiago de Guayaquil

**Ing. Madeleine Haro García**

Universidad Católica Santiago de Guayaquil

**Ing. Ninibeth Aguilar Ube**

Universidad Católica Santiago de Guayaquil

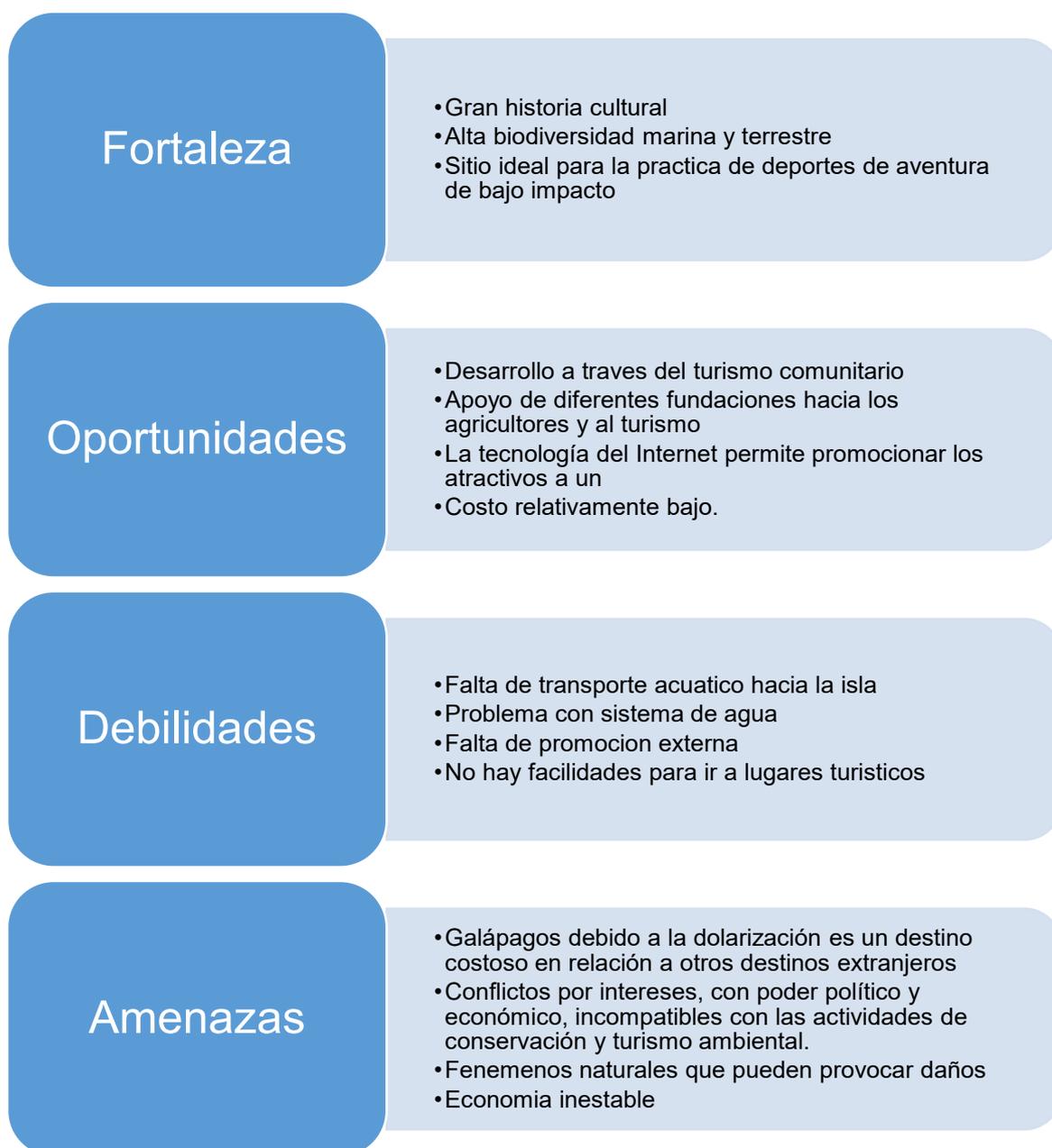


Figura 2. FODA

### Segmentación del mercado

Según Kotler y Keller (2006), manifiestan que para diseñar técnicas y estrategias adecuadas de promoción se debe de partir segmentando el mercado según las necesidades y deseos de los potenciales consumidores.

En la tabla 1 se puede observar el proceso a seguir para delimitar adecuadamente el nicho de mercado al cual se va a dirigir la promoción del destino turístico Isla Floreana, una vez realizado el mismo se obtendrá la información necesaria para diseñar y definir las estrategias de marketing.

**Lcda. Mariela Pinos Guerra; Msc.**

Licenciada en Turismo - Escuela Superior Politécnica del Litoral

Magister en Marketing de Destinos y Productos Turísticos

Docente tiempo completo Universidad Católica de Santiago de Guayaquil

**Ing. Madeleine Haro García**

Universidad Católica Santiago de Guayaquil

**Ing. Ninibeth Aguilar Ube**

Universidad Católica Santiago de Guayaquil

## Proceso de segmentación



Figura3. Segmentación de mercado

### Mercado objetivo

Segmento 1: Turistas nacionales y extranjeros con edad comprendida entre los 41 y 51 que gusten de las actividades relacionadas a la observación de flora y fauna y estén dispuestos a contribuir en la conservación del patrimonio natural y cultural de la localidad.

Segmento 2: Turistas nacionales y extranjeros con edad comprendida entre los 20 y 40 años interesados en practicar los deportes de senderismo y snorkel.

Principales Islas consideradas como competencia para Isla Floreana

Tabla 1. Comparación entre oferta de un tour diario

	Isla Isabela	Isla Floreana	Santa cruz
<b>Precio</b>	\$ 100	\$60	\$ 30

**Lcda. Mariela Pinos Guerra; Msc.**

Licenciada en Turismo - Escuela Superior Politécnica del Litoral

Magister en Marketing de Destinos y Productos Turísticos

Docente tiempo completo Universidad Católica de Santiago de Guayaquil

**Ing. Madeleine Haro García**

Universidad Católica Santiago de Guayaquil

**Ing. Ninibeth Aguilar Ube**

Universidad Católica Santiago de Guayaquil

<b>Actividades</b>	Viaje en chiva al lago Flamingo Visita al centro de crianza de torturas gigantes Visita y natación a la Bahía Concha de Perla Snorkeling	Excursiones Observación de flora y fauna Snorkel Natación
--------------------	--	---

<b>Servicios que incluyen</b>	Guía naturalista con fluidez en ingles Almuerzo y snacks Agua potable Equipo de snorkel Excursiones	Transporte en lancha de ida y regreso Snacks Agua potable Toallas Almuerzo	Guía Naturalista
-------------------------------	--	--	------------------

<b>No incluye</b>	Tarifa del muelle Isabela valorado en \$5 Bebidas alcohólicas	Bebidas como gaseosas Extras	Equipo de snorkel
-------------------	---	------------------------------------	----------------------

### Fijación de estrategias

#### Estrategia de producto

Ofrecer un producto diferenciado de otros tipos de turismo de naturaleza cultura y aventura, destacando como elemento diferenciador la Playa negra la cual posee leyendas acerca de piratas que pueden ser enfocadas en el turismo y cultural.

Capacitar al personal que brinda el servicio para garantizar la calidad del mismo.

Ofrecer actividades con la comunidad local para generar experiencias vivenciales en el visitante.

#### Beneficio del producto

Tabla 2. Beneficios del producto Floreana

**Lcda. Mariela Pinos Guerra; Msc.**

Licenciada en Turismo - Escuela Superior Politécnica del Litoral

Magister en Marketing de Destinos y Productos Turísticos

Docente tiempo completo Universidad Católica de Santiago de Guayaquil

**Ing. Madeleine Haro García**

Universidad Católica Santiago de Guayaquil

**Ing. Ninibeth Aguilar Ube**

Universidad Católica Santiago de Guayaquil

**Para las familias** Recreación de calidad y posibilidad de realizar diversidad de actividades en un solo lugar. Las familias que arriben al destino podrán realizar observación de flora y fauna, senderismo, deportes como snorkel y buceo, conocer historias y leyendas acerca de piratas que arribaron a la Isla.

Concurso y premios por grupos de seis personas que utilicen los servicios de transporte para un tour diario. Para incentivar a que los visitantes se queden a pernoctar en la Isla y tengan mayor interés en la cultura de la Isla Floreana se realizara un concurso de preguntas acerca de la explicación que del guía naturalista sobre las historias de la Isla. Los premios serán auspiciados por las personas que proveen el servicio y consistirá en una estadía en el hostel Wittmer.

### Diferenciación

La playa negra “black beach” lugar único en el que giran historias y leyendas acerca de piratas y desapariciones misteriosas.

Sitio cercano a la Lobería.

Es lugar de anidación de más del 60 % de petreles (aves marinas) del mundo.

Leyenda de la Baronesa y sus amantes.

### Imagen

La propuesta de producto se realizará a través de dos marcas: la primera una marca paraguas que será la del parque nacional Galápagos y las segunda una marca propia de destino, la cual se oferta a familias y personas en general interesadas en el turismo cultural y de naturaleza que a su vez tengan un interés por contribuir con la contribución de los atractivos naturales y culturales de la zona.

¡Visita Floreana – tu mejor elección! Es el nombre propuesto debido a que los turistas conocen que existen otras islas con productos similares, pero se desea convencerlos que Floreana es su mejor elección por el elemento diferenciador de la historia.

La imagen utilizada en el logo es una playa que hace referencia al atractivo más llamativo de la Isla “Black Beach”. Los colores elegidos son el verde representando la sostenibilidad y conservación, el celeste por el agua y las especies marinas que ahí habitan.

### Marca Isla Floreana

**Lcda. Mariela Pinos Guerra; Msc.**

Licenciada en Turismo - Escuela Superior Politécnica del Litoral

Magister en Marketing de Destinos y Productos Turísticos

Docente tiempo completo Universidad Católica de Santiago de Guayaquil

**Ing. Madeleine Haro García**

Universidad Católica Santiago de Guayaquil

**Ing. Ninibeth Aguilar Ube**

Universidad Católica Santiago de Guayaquil

Marca Paragua



Figura 4. Marca Parque Nacional Galápagos.” El Archipiélago de las Galápagos del Ecuador: la verdad oculta de la selección de las especies,” por C. Quintana, 2013. Recuperado de <http://patrimonioactual.com/page/el-archipelago-de-las-galapagos-del-ecuador-la-verdad-oculta-de-la-seleccion-de-las-especies/>

### Propuesta de marca propia de destino

Logo



**Lcda. Mariela Pinos Guerra; Msc.**

Licenciada en Turismo - Escuela Superior Politécnica del Litoral  
Magister en Marketing de Destinos y Productos Turísticos  
Docente tiempo completo Universidad Católica de Santiago de Guayaquil

**Ing. Madeleine Haro García**

Universidad Católica Santiago de Guayaquil

**Ing. Ninibeth Aguilar Ube**

Universidad Católica Santiago de Guayaquil

Figura 51. Propuesta de Marca Galápagos tu mejor elección

Slogan: Tu mejor elección

Conceptualización de la marca: Atributos

Tabla 3. Atributos

Físicos	Emocionales
-Isla con una extensión de 173 kilómetros cuadrados.	- Diversión
- Casa prefabricada de la Baronesa Wagner de Bousquet.	- Emoción
- Cerro de las Pajas con 680 metros de altura.	- Satisfacción
- Post Office Bay: en donde se encuentra un buzón establecido por Colnett en 1973.	- Alegría
- Islote Onslow.	- Seguridad
- Bahía de las cuevas	Sociales
- Bahía de los tiburones	Aventurero
- Playa Negra	Simbólicos
- Hotel Wittmer	Color celeste y verde, playa y sol.

### Estrategia de precio

Por horario de visita, precios especiales para turistas por la compra de dos boletos en los días de poca afluencia recibirán otro boleto a mitad de precio. Esta estrategia será de ayuda para desestacionalizar las visitas en el destino y motivar la llegada de visitantes.

Para grupos mayores a 8 personas se ofrecerán tarifas especiales.

### Estrategia de promoción y acciones

Tabla 4. Estrategia 1: Mejora de producto

Acción: concurso de preguntas durante la guía		
Descripción: Realizar el concurso todo el año para motivar al visitante a realizar una segunda visita. Se harán cinco preguntas relacionadas a las leyendas e historia de Isla Floreana que previamente	Responsable: Administrador del servicio de transporte acuático que ofrece los tours.	Presupuesto: \$ 200 mensuales

**Lcda. Mariela Pinos Guerra; Msc.**

Licenciada en Turismo - Escuela Superior Politécnica del Litoral

Magister en Marketing de Destinos y Productos Turísticos

Docente tiempo completo Universidad Católica de Santiago de Guayaquil

**Ing. Madeleine Haro García**

Universidad Católica Santiago de Guayaquil

**Ing. Ninibeth Aguilar Ube**

Universidad Católica Santiago de Guayaquil

serán narradas por el guía naturalista a cargo del grupo.		
Acción: actividades con la comunidad local		
<b>Descripción:</b> Desarrollar una degustación de comida típica de la Isla para los días que se cuente con una visita de 12 personas quienes hayan realizado una reservación previa	<b>Responsable:</b> Comité organizador conformada por familias de la localidad	<b>Presupuesto:</b> \$ 240 mensuales
Acción: encuestas de satisfacción		
<b>Descripción:</b> Una vez consumido el producto turístico se procederá a evaluar a los turistas para conocer como fue la experiencia recibida.	<b>Responsable:</b> Guías naturalistas	<b>Presupuesto:</b> \$40 mensuales

Tabla 5. Estrategia 2: Implementar una imagen corporativa para el destino

Acción: creación de logo, pagina web, folletos de información en papel reciclado para promover la sustentabilidad		
<b>Descripción:</b> Crear un logo, diseño de una página web del destino, cuentas de promoción a través de redes sociales y aplicaciones como Facebook, Instagram, y WhatsApp.	<b>Responsable:</b> Encargado de marketing	<b>Presupuesto:</b> 13.200 anuales

**Lcda. Mariela Pinos Guerra; Msc.**

Licenciada en Turismo - Escuela Superior Politécnica del Litoral  
 Magister en Marketing de Destinos y Productos Turísticos  
 Docente tiempo completo Universidad Católica de Santiago de Guayaquil

**Ing. Madeleine Haro García**

Universidad Católica Santiago de Guayaquil

**Ing. Ninibeth Aguilar Ube**

Universidad Católica Santiago de Guayaquil

Diseñar trípticos de información en papel reciclado para entregar a los visitantes.		
Acción: Registro de marca en el IEPI		
Descripción: Realizar los trámites para registrar la marca Visita Floreana en el organismo encargado.	Encargado: Responsable del marketing	Presupuesto: \$ 208

Tabla 6. Estrategia 3: Posicionamiento en el mercado local

Acción: Realizar el lanzamiento de la marca Visita Isla Floreana		
Descripción: Contactarse con la Municipalidad de San Cristóbal e invitar a los medios de comunicación para que realicen la cobertura del evento	Responsable: Presidente de la Comuna de Floreana	Presupuesto: \$ 1000
Acción: Difundir el producto en medios de comunicación nacional		
Descripción: Realizar e- marketing a través de redes sociales y aplicaciones móviles. Pautar un reportaje acerca de la Isla Floreana en revistas de viajes conocidas internacionalmente.	Responsable: Encargado del marketing	Presupuesto: \$ 7.220
Acción: Elaboración y distribución de Merchandise con logo del destino		
Descripción: Elaboración de artículos como llaveros, camisetas, gorras, bolsas de tela con logo del destino y a base de	Responsable: Familias de localidad	Presupuesto: \$ 15.382

**Lcda. Mariela Pinos Guerra; Msc.**

Licenciada en Turismo - Escuela Superior Politécnica del Litoral

Magister en Marketing de Destinos y Productos Turísticos

Docente tiempo completo Universidad Católica de Santiago de Guayaquil

**Ing. Madeleine Haro García**

Universidad Católica Santiago de Guayaquil

**Ing. Ninibeth Aguilar Ube**

Universidad Católica Santiago de Guayaquil

materiales reciclados para ser vendidos durante la visita a los atractivos		
--	--	--

### Conclusiones

Para esta investigación se utilizó las teorías de los sistemas, desarrollo sostenible y del comportamiento del consumidor.

Se desarrolló el diagnóstico del destino utilizando como base el sistema turístico de Sergio Molina.

El taller participativo con la comunidad como dato más importante reflejo el interés por parte de esta por las actividades turísticas.

Se realizaron 384 encuestas durante los días martes y miércoles del mes de junio ya que son los días en los que la isla recibe flujo de visitantes, obteniéndose como resultados que al 100% le gusto y estaría dispuesto a tener más días de estadía, el 84% viaje con un tour operador y solo el 4% supo de la isla por publicidad.

Luego de la recolección de información se concluye que la isla floreana posee atributos importantes que impulsados de manera adecuada y técnica aumentaría considerablemente la visita de los turistas a la isla.

### Referencia

Anaya, J., Palafox, A. (2007). Reflexiones sobre la política turística y el desarrollo sustentable en la Isla de Cozumel. *Teoría y Praxis*, 3, pp. 153-160.

Bigné, J., Font, X., & Andreau, L. (2000). *Marketing de destinos turísticos; Análisis y estrategias de desarrollo*. Madrid: ESIC editorial.

Cordero, S., Gonzales, S., Gourzong, M., Larios, A., Orlich, A., Roe, S., & Wigoda, A. (2004). Proyecto "Redireccionamiento del Sector Turístico en el Archipiélago de Galápagos": Un nuevo modelo para el desarrollo. Recuperado de <https://www.incae.edu/ES/clacds/publicaciones/pdf/cen611.pdf>

Ministerio de Ambiente, (2014). Plan de Manejo de las Áreas protegidas de Galápagos para el Buen vivir. Recuperado de [http://www.galapagos.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2016/07/DPNG\\_Plan\\_de\\_Manejo\\_2014.pdf](http://www.galapagos.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2016/07/DPNG_Plan_de_Manejo_2014.pdf)

**Lcda. Mariela Pinos Guerra; Msc.**

Licenciada en Turismo - Escuela Superior Politécnica del Litoral  
Magister en Marketing de Destinos y Productos Turísticos  
Docente tiempo completo Universidad Católica de Santiago de Guayaquil

**Ing. Madeleine Haro García**

Universidad Católica Santiago de Guayaquil

**Ing. Ninibeth Aguilar Ube**

Universidad Católica Santiago de Guayaquil

Island Conservation, (s.f). Isla Floreana: Galápagos. Recuperado de [https://www.islandconservation.org/wp-content/uploads/2015/02/Floreana-Fact-Sheet\\_Spanish.pdf](https://www.islandconservation.org/wp-content/uploads/2015/02/Floreana-Fact-Sheet_Spanish.pdf)

INEC. (2016). Galápagos tiene 25.244 habitantes según censo 2015. Recuperado de <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/galapagos-tiene-25-244-habitantes-segun-censo-2015/>

Fundación Charles Darwin (2014). Galápagos verde 2050. Recuperado de [https://www.researchgate.net/profile/Patricia\\_Jaramillo/publication/263456992\\_Galapagos\\_Verde\\_2050/links/00b4953afaa7edb1b1000000/Galapagos-Verde-2050.pdf](https://www.researchgate.net/profile/Patricia_Jaramillo/publication/263456992_Galapagos_Verde_2050/links/00b4953afaa7edb1b1000000/Galapagos-Verde-2050.pdf)

Galápagos Conservancy. (2012). Informe Galápagos 2011-2012. Recuperado de [http://darwinfoundation.org/media/filer\\_public/88/9b/889b7fd7-0a35-4811-91b7-0ad0e04a38db/informe\\_galapagos\\_2011-2012\\_spanish.pdf](http://darwinfoundation.org/media/filer_public/88/9b/889b7fd7-0a35-4811-91b7-0ad0e04a38db/informe_galapagos_2011-2012_spanish.pdf)

Rodríguez, K., & Pascual, J. (2008). Patrimonialización de la naturaleza y turismo: a propósito del diseño institucional de las reservas marinas en Tenerife (Islas Canarias, España). Recuperado de <http://www.ankulegi.org/wp-content/uploads/2012/03/0914Rodrigues-Henriques.pdf>

Marrero, J. & Santana, M. (2008). Competitividad y calidad en los destinos turísticos de sol y playa, el caso de las Islas Canarias. Cuadernos de Turismo, 22, pp. 123-143.

Villanueva, R. & Huizar, M. (2015). Turismo Ornitológico, alternativa sustentable en áreas naturales protegidas de la Riviera Nayarit. Recuperado de <file:///C:/Users/USER/Downloads/Cap.%209%20Turismo%20Ornitol%C3%B3gico,%20alternativa%20sustentable%20en%20%C3%81reas%20Naturales%20Protegidas%20de%20la%20Riviera%20Nayarit.pdf>

Comisión Nacional de Áreas Protegidas. (s. f). Parque Nacional Islas Marietas: Playa del Amor. Recuperado de <http://entorno.conanp.gob.mx/docs/parque-nacional-islas-marietas.pdf>

Ministerio de Turismo. (2007). Ley de turismo. Recuperado de <http://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2014/02/Ley-de-Turismo-MINTUR.pdf>

Plan Nacional para el Buen Vivir. (2013). Recuperado de <http://www.buenvivir.gob.ec/web/guest>

Plan Estratégico de Desarrollo de Turismo Sostenible para Ecuador. (2007). Recuperado de <http://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/02/PLANDETUR-2020.pdf>

**Lcda. Mariela Pinos Guerra; Msc.**

Licenciada en Turismo - Escuela Superior Politécnica del Litoral  
Magister en Marketing de Destinos y Productos Turísticos  
Docente tiempo completo Universidad Católica de Santiago de Guayaquil

**Ing. Madeleine Haro García**

Universidad Católica Santiago de Guayaquil

**Ing. Ninibeth Aguilar Ube**

Universidad Católica Santiago de Guayaquil

Administración Parque Nacional Galápagos. (2006). Estatuto administrativo del Parque Nacional Galápagos. Recuperado de <http://cmarpacifico.org/web-cmar/wp-content/uploads/2015/02/Estatuto-Administrativo-de-la-DPNG-sobre-los-requisitos-de-ingreso.pdf>

Ministerio de Turismo del Ecuador. (2010). Plan Integral de Marketing Turístico del Ecuador (2014). Recuperado de [http://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/02/PIMTE\\_2014.pdf](http://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/02/PIMTE_2014.pdf)

Rodríguez, E. (2005). Metodología de la investigación. México: Universidad Juárez Autónoma de Tabasco.

Hernández, R., Fernández, C. & Baptista, P. (2006). Metodología de la investigación. México, México DF: McGraw-Hill Editores.

Ruíz, M. (2011). Políticas públicas en salud y su impacto en el seguro popular en Culiacán, Sinaloa, México. [Tesis de doctorado, Universidad Autónoma de Sinaloa]. Recuperado de <http://www.eumed.net/tesis-doctorales/2012/mirm/ficha.htm>

Dirección del Parque Nacional de Galápagos & Observatorio de Turismo de Galápagos. (2015). Informe de visitantes a las áreas protegidas de Galápagos:2015. Recuperado de <http://www.galapagos.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2016/08/Informe-de-Visitantes-2015.pdf>

Organización Mundial de Turismo. (2014). Glossary of tourism terms. Recuperado de <http://cf.cdn.unwto.org/sites/all/files/Glossary+of+terms.pdf>

Marketing Publishing Center. (1990). El marketing mix: conceptos, estrategias y aplicaciones. España, Madrid: Ediciones Diaz de Santos.

Navarra, M. (2013). Vías pecuarias y desarrollo sostenible: oportunidades y limitaciones. [ Tesis doctoral: Escuela Técnica Superior de Ingenieros Agrónomos]. Recuperado de [http://oa.upm.es/21484/1/MONICA\\_NAVARRA\\_SAENZ.pdf](http://oa.upm.es/21484/1/MONICA_NAVARRA_SAENZ.pdf)

Kotler, P., Armstrong, G. (2003). Fundamentos de marketing. México, México D.F: Pearson.

Ministerio de Turismo. (s.f). Glosario de términos. Recuperado de <http://www.mintur.gob.ve/descargas/glosariof.pdf>

Ricaurte, C. (2009). Manual para el diagnóstico turístico local: guía para planificadores. Recuperado de [http://www.fec-chiapas.com.mx/sistema/biblioteca\\_digital/manual-diagnostico-turistico-local.pdf](http://www.fec-chiapas.com.mx/sistema/biblioteca_digital/manual-diagnostico-turistico-local.pdf)

**Lcda. Mariela Pinos Guerra; Msc.**

Licenciada en Turismo - Escuela Superior Politécnica del Litoral  
Magister en Marketing de Destinos y Productos Turísticos  
Docente tiempo completo Universidad Católica de Santiago de Guayaquil

**Ing. Madeleine Haro García**

Universidad Católica Santiago de Guayaquil

**Ing. Ninibeth Aguilar Ube**

Universidad Católica Santiago de Guayaquil

Bejarano, J. (1998). Desarrollo sostenible: Un enfoque económico con una extensión al sector agropecuario. Recuperado de <http://repiica.iica.int/docs/B0105e/B0105e.pdf>

Bertalanffy, L. (1989). Teoría general de los sistemas: fundamento, desarrollo, aplicaciones. México: fondo de cultura económica.

Debreu, G. (1960): Topological Methods in Cardinal Utility Theory.

En ARROW, K.J.; KARLIN, S. y SUPPES, P (Eds.): Mathematical Methods in the Social Sciences. Stanford University Press, California.

Díaz, A. (2009). La gestión compartida universidad-empresa en la formación del capital humano, su relación con la competitividad y el desarrollo sostenible. [ Tesis doctoral: Universidad Nacional Experimental "Simón Rodríguez]. <http://www.eumed.net/tesis-doctorales/2009/amdi/Teoria%20del%20Desarrollo%20Sostenible.htm>

Galbraith, J.K. (1960). La sociedad opulenta. Barcelona

Henao, O., Córdova, J. (2007). Comportamiento del consumidor. Una mirada sociológica. Entramado, 3(2), pp. 18-20.

Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2006). Metodología de la investigación. México, México DF: Mc Graw-Hill Editores.

Himmelstern, F. (2007). Marketing Croscultural: Las dimensiones culturales y el comportamiento del consumidor. Signo y pensamiento, 26(51), p. 196.

Lancaster, K.J. (1966): "A New Approach To Consumer Theory". The Journal of Political Economy.

Mita, E. (s.f). Maestría en finanzas corporativas y banca: comportamiento del consumidor. Recuperado de <http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:9UcbkTlhtx8J:www.cepi.us/maestria/banca/TEXT0%2520OFICIAL.pdf+&cd=12&hl=es&ct=clnk&gl=ec>

Molina, S. (2000). Conceptualización del turismo. México: Limusa.

Navarra, M. (2013). Vías pecuarias y desarrollo sostenible: oportunidades y limitaciones. [ Tesis de grado: Escuela técnica superior de ingenieros agrónomos]. Recuperado de [http://oa.upm.es/21484/1/MONICA\\_NAVARRA\\_SAENZ.pdf](http://oa.upm.es/21484/1/MONICA_NAVARRA_SAENZ.pdf)

Salinas, E., La O, J. (2006). Turismo y sustentabilidad: de la teoría a la practica en Cuba. Cuadernos de turismo, 17, pp. 201-221.

**Lcda. Mariela Pinos Guerra; Msc.**

Licenciada en Turismo - Escuela Superior Politécnica del Litoral

Magister en Marketing de Destinos y Productos Turísticos

Docente tiempo completo Universidad Católica de Santiago de Guayaquil

**Ing. Madeleine Haro García**

Universidad Católica Santiago de Guayaquil

**Ing. Ninibeth Aguilar Ube**

Universidad Católica Santiago de Guayaquil

Samuelson, P. (1953): "Consumption Theorems in Terms of OverCompensation Rather than Indifference Comparisons" *Economica*, New Series.

El Universo. (2017). Con 107 votos a favor Asamblea aprueba Ley de Paraísos Fiscales. Recuperado de <http://www.eluniverso.com/noticias/2017/07/06/nota/6267091/107-votos-favor-se-aprobo-ley-paraisos-fiscales-asamblea-nacional>

Corte Nacional de Justicia. (s.f). Valores y principios institucionales. Recuperado de <http://www.cortenacional.gob.ec/cnj/>

Banco Central del Ecuador. (2017). Indicadores económicos. Recuperado de [https://contenido.bce.fin.ec/resumen\\_ticker.php?ticker\\_value=inflacion](https://contenido.bce.fin.ec/resumen_ticker.php?ticker_value=inflacion)

INEC. (2016). Reporte de pobreza. Recuperado de [http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/POBREZA/2016/Marzo\\_2016/Informe%20pobreza-mar16.pdf](http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/POBREZA/2016/Marzo_2016/Informe%20pobreza-mar16.pdf)

Kotler, P. & Keller, K. (2006). Dirección de Marketing. México: Pearson Prentice Hall.

El Universo. (2017). "80 femicidios en Ecuador en lo que va del 2017, según Cedhu". Recuperado de <http://www.eluniverso.com/noticias/2017/06/26/nota/6249604/mas-femicidios-se-registran-ahora-sierra-dice-cedhu>

El Comercio. (2016). 62047 personas todavía no se han alfabetizado en Ecuador. Recuperado de <http://www.elcomercio.com/actualidad/personas-alfabetizado-ecuador-educacion.html>

INEC (2016). tecnologías de la información y comunicaciones Tic's 2016 Recuperado de [http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas\\_Sociales/TIC/2016/170125.Presentacion\\_Tics\\_2016.pdf](http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas_Sociales/TIC/2016/170125.Presentacion_Tics_2016.pdf)

Rodríguez. (2007). Diamante de Porter y el ciclo de vida de un producto. Recuperado de <https://www.gestiopolis.com/el-diamante-de-porter-y-el-ciclo-de-vida-del-producto/>

Quintana, C. (2013). El Archipiélago de las Galápagos del Ecuador: la verdad oculta de la selección de las especies. Recuperado de <http://patrimonioactual.com/page/el-archipelago-de-las-galapagos-del-ecuador-la-verdad-oculta-de-la-seleccion-de-las-especies>