



**UNIVERSIDAD CATOLICA DE SANTIAGO  
DE GUAYAQUIL**

Facultad de Especialidades Empresariales  
Carrera de Ingeniería en Administración de  
Empresas Turísticas y Hoteleras

Proyecto de investigación previo a la obtención del  
título de Ingeniería en Administración de  
Empresas Turísticas y Hoteleras

**“Propuesta de un Centro Recreacional, Eco-turístico y  
Cultural como eje de conservación y sustento económico para  
la Eco-comunidad de Santay”**

**Nombres:**

Verónica Katherine Cadena Villacreses  
Ana Cristina Ríos Astudillo

**DIRECTOR:**

Ing. Luis Morales Reyes

Guayaquil, diciembre del 2011



UNIVERSIDAD CATÓLICA SANTIAGO DE GUAYAQUIL  
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES  
CARRERA DE INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN DE  
EMPRESAS TURÍSTICAS Y HOTELERAS

Proyecto de investigación previo a la obtención del título de  
Ingeniería en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras

**“Propuesta de un Centro Recreacional, Eco-turístico y  
Cultural como eje de conservación y sustento económico para  
la Eco – comunidad de Santay”**

**NOMBRES:**

Verónica Katherine Cadena Villacreses  
Ana Cristina Ríos Astudillo

**DIRECTOR:**

Ing. Luis Morales Reyes.

Guayaquil, diciembre del 2011

### **DECLARACIÓN EXPRESA:**

“La responsabilidad por los hechos, ideas y doctrinas expuestos en este Proyecto de Grado, nos corresponden exclusivamente; y, el patrimonio intelectual del mismo, a la UNIVERSIDAD CATÓLICA SANTIAGO DE GUAYAQUIL”.

**AGRADECIMIENTOS:**

A Dios, a nuestros padres, hermanos y amigos,

¡Por ser siempre incondicionales!

Los Amamos.

## TABLA DE CONTENIDOS

1.	Resumen Ejecutivo	01
2.	Oportunidad	03
3.	Descripción de la Empresa	04
3.1	Razón Social	04
3.2	Nombre Comercial	04
3.3	Lugar y Fecha de constitución	04
3.4	Fecha de inicio de operaciones	04
3.5	Nombre, Logo, Slogan	04
3.6	Misión	08
3.7	Visión	08
3.8	Valores	08
3.9	Objetivos de la empresa	08
3.9.1	Objetivo General	08
3.9.2	Objetivos Específicos	08
3.10	Productos o Servicios	09
3.11	Estructura Organizacional	10
3.12	Cuadro de Accionistas	10
4.	Análisis de la Industria	11
4.1	Análisis PEST	11
4.2	Análisis de la industria, mercado, competidores y clientes	24
4.2.1	Definición de la industria	24
4.2.2	Tamaño de la industria	25
4.2.3	Tasa de crecimiento de la industria	26
4.2.4	Principales competidores	27
4.2.5	Análisis de clientes	29
5.	Investigación del Proyecto	30
5.1	Tema de investigación	30
5.2	Justificación	31
5.3	Contribución potencial del estudio	32
5.4	Antecedentes	32
5.5	Planteamiento del problema	34

5.6	Objetivos de la investigación	35
5.6.1	Objetivo General	35
5.6.2	Objetivo Específico	
5.7	Marco teórico	35
5.7.1	Marco Referencial	35
5.7.2	Marco Teórico	37
5.7.3	Marco Legal	38
5.8	Formulación de hipótesis/preguntas de investigación	40
5.9	Metodología	40
5.9.1	Método	40
5.9.2	Diseño de la investigación	41
5.9.2.1	Población y Muestra	41
5.9.2.2	Técnicas de recolección de datos	41
5.9.2.3	Técnicas de análisis de datos	41
6	Plan de Marketing	42
6.1	Análisis Situacional	42
6.1.1	Análisis del Mercado (Ciclo de vida del mercado)	42
6.1.2	Ciclo de vida del producto	43
6.1.3	Análisis FODA	44
6.1.4	Análisis de Competencia, Matriz de Competidores	45
6.1.5	Factores Críticos de éxito	47
6.2	Estrategias de Marketing	48
6.2.1	Objetivos de Marketing	48
6.2.2	Objetivos Financieros	48
6.2.3	Segmentación	49
6.2.4	Posicionamiento	50
6.2.5	Estrategias de Marketing Mix	61
6.3	Investigación de mercado	63
6.3.1	Calculo de la muestra	63
6.3.2	Formato de la encuesta, entrevista	64
6.3.3	Presentación y análisis de los resultados	65
6.4	Proyecciones Financieras	71
6.5	Presupuesto de Marketing	71
6.6	Auditoría y control de resultados	72

6.6.1	Implementación	72
6.6.2	Indicadores	73
6.6.3	Plan de Contingencia	74
7	Plan Operativo	75
7.1	Distribución física del espacio a utilizar	75
7.2	Días y horario de funcionamiento	76
7.3	Infraestructura	76
7.4	Proceso Productivo de entrega del servicio	77
7.5	Perfiles y manual de funciones de empleados	85
7.6	Presentación del personal	93
7.7	Cronograma de capacitaciones	94
7.8	Política de calidad	95
7.9	Política Medio Ambiental	96
7.10	Política de Seguridad	97
7.11	Señaletica	100
7.12	Tratamiento de residuos – reciclaje	102
7.13	Manual de Seguridad para pasajeros y tripulantes	103
8	Plan de Desarrollo	105
8.1	Permisos Requeridos	105
8.2	Cronograma de desarrollo de actividades	112
9	Plan Financiero	113
9.1	Inversión requerida y detalle de utilización de la inversión	113
9.2	Fuentes de Financiamiento	113
9.3	Estados Financieros proyectados	114
9.3.1	Balance Inicial	114
9.3.2	Depreciación de activos fijos	115
9.3.3	Depreciación de activos intangibles	115
9.3.4	Amortización del préstamo	116
9.3.5	Ingresos mensuales	119
9.3.6	Proyecciones anuales	120
9.3.7	Ingresos anuales	121
9.3.8	Gastos mensuales	122
9.3.9	Gastos anuales	123
9.3.10	Estado de Resultados	124

9.3.11 Balance General	125
9.3.12 Flujo de Caja	126
9.4 Análisis Financiero	127
9.5 Punto de equilibrio	128
9.6 Ratios Financieros	129
10 Análisis de Riesgos	130
11 Sistema de Gestión y Monitoreo	131
12 Conclusiones	132
13 Recomendaciones	132
14 Bibliografía	133

## **ANEXOS**



# **PLAN DE NEGOCIOS**

## **1. RESUMEN EJECUTIVO**

Dado que en los últimos años el ecoturismo se ha constituido en una actividad de gran crecimiento y proyección dentro de la industria del turismo, la presente tesis busca plantear la creación de un centro recreacional, eco-turístico y cultural en la isla Santay, como una nueva alternativa turística basada en un enfoque de responsabilidad ambiental y participación activa de la comunidad.

Este nuevo producto, cubrirá una clara demanda insatisfecha, manifestada principalmente por grupos familiares y turistas que buscan escapar de la rutina diaria, sin gastar mucho dinero y sin tener que desplazarse largas distancias, mientras que grupos escolares se muestran interesados en aprender de forma dinámica y entretenida acerca del medio ambiente, razón por la que SANTAY ECOCLUB ofrecerá a sus visitantes instalaciones con áreas de descanso y recreación, área de juegos infantiles, quioscos para la venta de comida ligera y bebidas no alcohólicas, salón poli-funcional para galerías, museos itinerantes, charlas educativas, recorridos guiados por la isla, recorridos guiados en lancha por el río Guayas, animación turística y caseta para la venta de recuerdos.

Todos estos servicios serán dados a conocer mediante una estrategia de alta penetración, que consistirá en lanzar el producto a un bajo precio y con una considerable promoción para estimular la aceptación rápida en el mercado, utilizando estrategias y tácticas de publicidad, ventas personales, relaciones públicas, promoción de ventas, etc.

Finalmente, en lo referente a la evaluación económica se considerarán las ventas bajo un escenario medio, con un promedio de 1920 visitantes mensuales y un total de 23040 visitantes para el primer año, estimando un crecimiento del 8% para los siguientes 5 años. La inversión inicial es de \$266610, de los cuales el 65% se financiará mediante un préstamo a la CFN y el 35% a través de capital propio, recuperando la inversión en un plazo de 3 años 7 meses.



**CENTRO RECREACIONAL  
ECO-TUSÍTICO Y CULTURAL  
EN LA ISLA SANTAY**

## 2. OPORTUNIDAD

Acogiéndonos al ecoturismo, como una nueva tendencia mundial amigable con el medio ambiente y basados en el gran potencial de la isla, el presente proyecto ve como oportunidad crear un centro de recreación, eco-turístico y cultural en el que la diversidad de paisajes, flora y fauna despierten el interés de locales y extranjeros. Dicho proyecto estará fundado en las bases de conservación, bajo impacto ambiental y participación de la comunidad; lo que nos diferencia del turismo convencional y nos abre un nuevo segmento de mercado dispuesto a aprender mediante el contacto directo, activo y dinámico con la naturaleza.

Así también se tomará la ubicación como una de las principales ventajas, ya que el Malecón Simón Bolívar es un atractivo turístico ícono de la ciudad, y parada obligatoria de locales y extranjeros, lo que beneficiará la afluencia de visitantes y servirá como puerto de embarque para el traslado a la isla.

Preocupados además por la inclusión de los pobladores, este proyecto incentivará la creación de plazas de trabajo por medio de uso de la mano de obra antes, durante y después de la puesta en marcha del mismo; incluyendo trabajos de carpintería, electricistas, gasfitería, etc. y posteriores capacitaciones para guianza, servicio al cliente y operaciones; trascendiendo en mejorar la calidad de vida de la comunidad y disminuir los problemas sociales existentes.

Cabe mencionar que el uso del suelo se manejará bajo la forma legal de un contrato de comodato con clausula de conservación celebrado entre el Ministerio de Ambiente y CRECI SANTAY S.A. (ver anexo#1), y que los recursos materiales ecológicos y la mano de obra local (colonos) reducirán los gastos de inversión, causando así un pronto retorno de lo invertido, lo cual incidirá en la generación de rentabilidad a corto plazo.

Finalmente, este proyecto perdurará en el tiempo como un modelo de desarrollo eco-turístico y comunitario para otras zonas poco conocidas pero con gran potencial turístico.

### 3. DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA

#### 3.1 Razón Social

CRECI SANTAY S.A.

#### 3.2 Nombre Comercial

SANTAY ECOCLUB

#### 3.3 Lugar y Fecha de constitución

Guayaquil, 01 de enero del 2012

#### 3.4 Fecha de inicio de operaciones

01 de junio del 2013

#### 3.5 Nombre, Logo, Slogan

Sabemos que el logo es uno de los activos más importantes que posee una empresa, pues está directamente relacionado con la expresión de los conceptos bases y promesas que se hace al consumidor.

Siendo así y conforme al principio fundamental del diseño donde «menos es más», SANTAY ECOCLUB opta por la simplicidad, permitiendo así que el logo cumpla con las siguientes características:

1. **Legible:** Hasta el tamaño más pequeño
2. **Escalable:** A cualquier tamaño requerido
3. **Reproducible:** Sin restricciones materiales
4. **Distinguible:** Tanto en positivo como en negativo
5. **Memorable:** Que impacte y no se olvide

Además tendrá como objetivos:

- Identificar al centro recreacional, eco-turístico y cultural.
- Diferenciar a SANTAY ECOCLUB de la competencia.
- Transmitir naturaleza, tranquilidad y conservación.



SANTAY  
—ECOCLUB—

Ante lo expuesto es importante describir cómo cada parte del logo logrará alcanzar estos objetivos:

– **LOGOTIPO**

Es importante que los consumidores reconozcan el centro recreacional, ecoturístico y cultural como parte de la isla, por eso es elemental la utilización del nombre da la misma; así también hacemos referencia a la palabra “ECOCLUB” ya que somos una organización que posee una estructura y metodología de trabajo propia; constituidos básicamente por consumidores que juegan un papel activo en la conservación del medio ambiente; de este modo surge el nombre de: SANTAY ECOCLUB.

Por otro lado, el logotipo junto con la figura (isotipo) logra un todo coherente y una lectura fácil y continua, reforzando el sentido de unidad de todas sus partes y la permanencia en el tiempo; es así que tanto el texto como el isotipo se han compuesto formando un rectángulo, figura geométrica que denota estabilidad, organización y coherencia.

Finalmente, el uso de derivados de los colores café y verde denota:

- **CAFÉ:** El color de la tierra y de una multitud de materiales naturales. Posee un doble significado, por un lado es el oscurecimiento del amarillo, lo que significa tristeza, y por otro lado es goce y deleite, ya que se asocia a la fuerza, solidaridad, confianza y dignidad.

Actualmente es un color muy aceptado debido a que este color es más una mezcla de colores que un color en sí. La mezcla de rojo y verde, da café; la de violeta y amarillo, da café; la de azul y naranja, da café; lo cual hace que armonice y combine con todos los colores.

- **VERDE:**  
El verde es más que un color, es la esencia de la naturaleza, un estilo de vida, es conciencia medioambiental, amor a la naturaleza. Asociado principalmente con la primavera, la vida y el desarrollo de la vegetación; por eso es apropiado para simbolizar la juventud, la lealtad, la esperanza y la promesa, así como la vida y la resurrección.

El verde encontrándose en perfecta neutralidad entre los extremos, proporciona una sensación de tranquilidad y seguridad. Es lo agradable y la tolerancia. Es el color de la vida y de la salud, lo sano es verde, como las sanas hortalizas y las verduras. Significa crecimiento, es el color simbólico de todo lo que puede desarrollarse y prosperar.

– ISOTIPO

Representado por un mangle, el cual es considerado como un símbolo histórico de la isla Santay, la cual goza de los cuatro tipos de mangle que existe en el país: blanco, rojo, negro y jelfí; en los que habitan una infinidad de especies acuáticas y terrestres de flora y fauna, convirtiéndolo en un ecosistema activo y lleno de vida.

La palabra mangle se deriva de un vocablo guaraní que significa árbol torcido; en él habita una variedad de especies de fauna: en sus copas viven aves como garzas, colibríes; en sus ramas se encuentran iguanas, y en sus raíces, conchas, cangrejos, caracoles y larvas de camarón. Existe también una gran cantidad de insectos, zancudos y mariposas entre otras.

Esta imagen responde además al apoyo a la conservación y la unión para un desarrollo sustentable en donde tanto la economía nacional, el bienestar de las personas y la conservación de la naturaleza se dé armónicamente teniendo como primer paso conocer el manglar, visitarlo y disfrutarlo.

– SLOGAN

Siendo la isla Santay un verde oasis en medio del crecimiento desmesurado de la ciudad de Guayaquil, con extensas áreas de vegetación, un cielo despejado, animales y plantas endémicas conviviendo en armonía, es la opción perfecta para escapar de la vida artificial y la rutina cotidiana convirtiéndose así en

**Un paraíso cerca de ti!..**

### **3.6 Misión**

Somos una empresa que promueve el desarrollo de un ecoturismo integrado a través de actividades de descanso, recreación y cultura, involucrando a la comunidad anfitriona e incorporando una educación e interpretación ambiental.

### **3.7 Visión**

Consolidarnos como líder local y nacional en la prestación de servicios ecoturísticos a través de la implementación de estrategias de servicio, capacitación permanente y educación ambiental a nuestros visitantes.

### **3.8 Valores**

Somos una empresa enmarcada en principios de responsabilidad social y ambiental definida a través del respeto por la vida, la sensibilidad frente al medio ambiente, la valoración del patrimonio natural y cultural del país y la integración de la comunidad de la isla Santay.

### **3.9 Objetivos de la empresa**

#### **3.9.1 Objetivo General**

Satisfacer la demanda existente del sector eco-turístico, mediante el ofrecimiento de excelentes planes de recreación, esparcimiento, descanso y educación ambiental, con calidad de servicio y económicamente flexibles.

#### **3.9.2 Objetivos específicos**

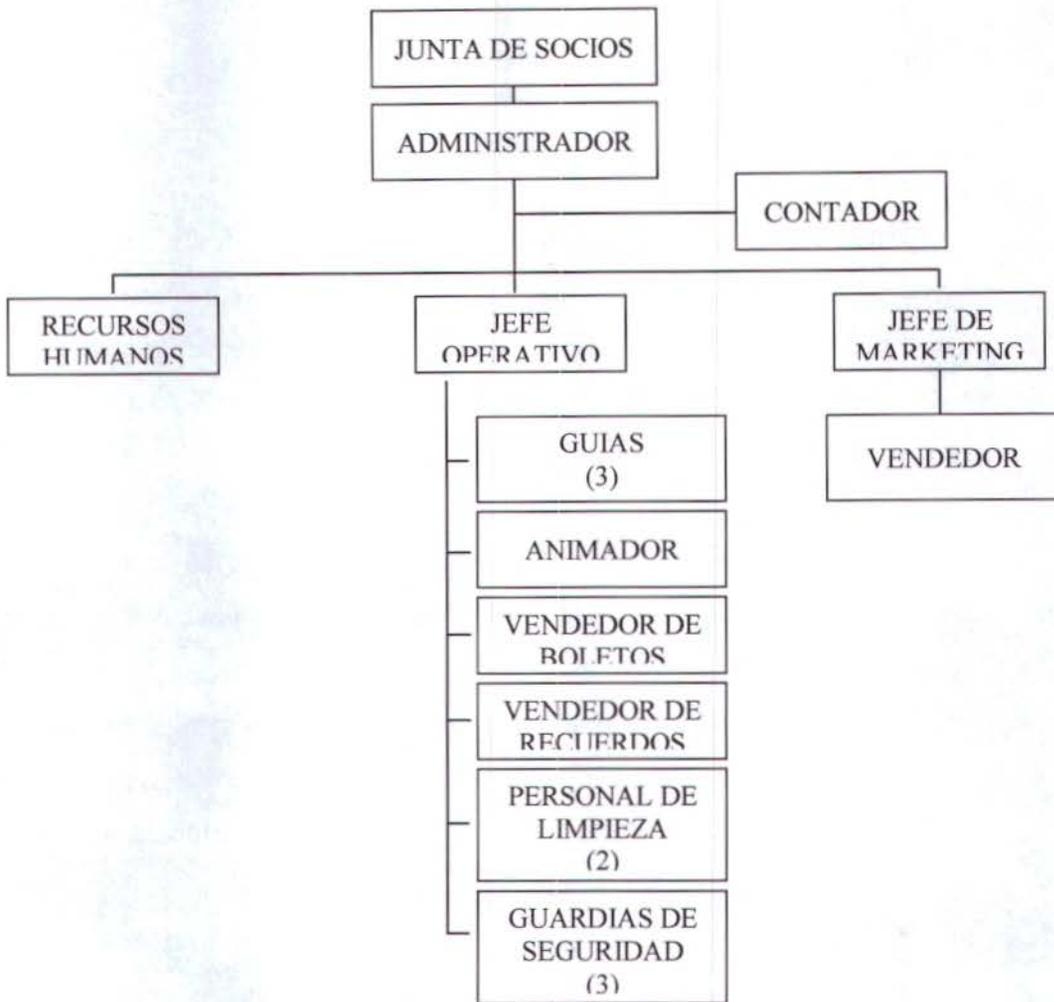
- Posicionar el centro recreacional, eco-turístico y cultural como líder en su tipo; y proyectarlo a nivel nacional como atractivo turístico del país.
- Proporcionar una nueva alternativa de esparcimiento y entretenimiento dentro de la ciudad de Guayaquil.

- Ofrecer precios competitivos y asequibles al mercado.
- Contar con una infraestructura adecuada para el descanso y recreación de locales y extranjeros, siendo esta amigable con el medio ambiente.

### **3.10 Productos o Servicios**

- Áreas de recreación y descanso, totalmente equipadas para la comodidad del visitante, con hamacas, muebles rústicos, etc.
- Tres quioscos para la venta de comida ligera y bebidas no alcohólicas.
- Caseta para la venta de recuerdos, elaborados con materiales ecológicos.
- Mirador desde el cual el visitante podrá disfrutar de un escenario realmente sorprendente.
- Espacio para juegos infantiles y recreacionales rodeado de túneles y puentes colgantes, seguros y ecológicos.
- Recorridos guiados por senderos ecológicos atravesando atractivos como el criadero de lagartos y el humedal.
- Recorridos guiados en lanchas por el río Guayas, reconociendo el área protegida denominada Área Nacional de Recreación.
- Cabaña de uso múltiple dividido en salones poli-funcionales como galerías, charlas educativas, juegos lúdicos, museo itinerante.
- Exclusiva zona de camping en donde el visitante tendrá el placer de convivir con la naturaleza.
- Animación turística durante el desarrollo de actividades deportivas, culturales y lúdicas.

### 3.11 Estructura Organizacional



### 3.12 Cuadro de Accionistas

SANTAY ECOCLUB se constituirá bajo la forma jurídica de sociedad anónima, CRECI SANTAY S.A.; cuyo capital social estará integrado por las aportaciones económicas de todos los socios, dividido en acciones. Dichos socios no responderán personalmente de las deudas sociales y participarán de los beneficios de la sociedad en función del capital aportado.

#### CUADRO DE ACCIONISTAS

Ríos Astudillo Ana Cristina	30%	\$ 27994.05
Cadena Villacreses Verónica Katherine	30%	\$ 27994.05
Eddie Segismundo Mendoza Bravo	40%	\$ 37325.40
<b>TOTAL</b>		<b>\$ 93313.50</b>

## 4. ANÁLISIS DE LA INDUSTRIA

### 4.1 Análisis PEST

#### Político

Nuestro país atraviesa una época de profundos cambios, esto se ve reflejado en los actos ocurridos en el paso de los últimos 4 años, en los que ecuatorianos y ecuatorianas nos hemos enfrentado unos con otros más de una vez para aprobar o rechazar: la creación de una Asamblea Constituyente, la reelección del presidente, los cambios al texto constitucional, etc.

Ya sea que esté a favor o en contra de Revolución del siglo XXI, es inevitable no percatarse de los eventos que Vera (2009) nos narra a continuación:

- Abril 2007: Con 81% gana el referéndum y convoca la Asamblea Constituyente; en la que su movimiento Alianza País logra 80 de 130 asambleístas para redactar nueva constitución. Esta asamblea gozará de un periodo de 8 meses, en donde no se limitará a la redacción de una nueva constitución sino que también ejercerá mandatos de:
  - Cesa al Congreso Nacional
  - Fin de Tercerización laboral y concesiones mineras
  - Reforma Tributaria

Entregada la nueva Constitución de la República del Ecuador esta presenta las siguientes características:

- Concentración de poderes en el ejecutivo.
- División en 5 poderes: Ejecutivo, Legislativo, Judicial, Participación Ciudadana, Electoral.
- Propiedad privada condicionada.
- Derechos a “educación gratis, salud gratis”.
- Intervención en el poder judicial para por “sorteo”
- Reducción del número de jueces.
- Régimen de transición en la cual los asambleístas (mayoría del gobierno) extienden inconstitucionalmente sus funciones.

- Continuo ataque a la libertad de expresión, en donde todo aquel que manifiesta en público su oposición es insultado y en algunos casos procesado legalmente.
  - Restricciones al libre comercio (incremento de aranceles de importación) y oposición a la firma de TLC con EEUU.
  - Nombra comisión de auditoría para evaluar y declarar la deuda externa como ilegítima.
  - No renovación del convenio para el puesto de operaciones de control del narcotráfico ubicado en Manta desde 1999.
  - Marzo 2008: Ruptura de relaciones con Colombia. Incidente Angostura. Muerte Raúl Reyes. Presidente Correa retira Embajador de Ecuador en Bogotá y expulsa al Embajador Colombiano.
- OEA admite violación de soberanía ecuatoriana por parte de Colombia.  
Cumbre de Río: Uribe pide disculpas a Correa. Meses después Correa declara que mientras Uribe siga en el gobierno no reanudará relaciones con Colombia.
- Septiembre 2008: Gana el referéndum de la constitución con 64% de aprobación.
  - Enero 2009: CASO CHAUVIN, NARCOTRÁFICO Y CONFIRMACIÓN REUNIONES CON LAS FARC. Vínculos con red de narcotráfico. Declaró haberse reunido con Reyes 7 veces, coordinó reunión entre Reyes y Larrea para negociar liberación de secuestrados.
  - Febrero 2009: Expulsa dos diplomáticos de EEUU por supuesta intromisión en la decisión que toma el Jefe de la Policía de remover a Manuel Silva de la Dirección de la Unidad de Investigaciones Especiales.

- Casos de corrupción han sido denunciados dentro de miembros de su gobierno, algunos sin mayor investigación o archivados por “falta de pruebas” CASO: Pedido de un juicio político en contra de Gustavo Larrea.
- Cierre de vías como indicador de rechazo a las reformas a la Ley de Tránsito por parte de la Federación de Choferes Profesionales.
- Octubre 2009: Protestas y movilizaciones de catedráticos, docentes y estudiantes contra la nueva Ley de Educación Superior impulsada por el Gobierno y tramitada por la Asamblea Nacional; el cual atenta contra la “autonomía de las universidades”.
- Septiembre 2010: Toma de cuarteles por parte la policía como protesta por la aprobación del veto presidencial a la Ley de Servicio Civil y Carrera Administrativa. Situación que desencadenó eventos como: huelga de los policías y bloqueo militar del aeropuerto, incidentes en la Asamblea Nacional, Discurso de Correa e inicio de los hecho violentos, Estado de excepción, agresiones de los policías a la prensa, saqueos y caos delictivo, protestas a favor y en contra del presidente, y finalmente un operativo militar para el rescate del presidente. Revista El Periodista (2010).
- Abril 2011, Se declaró a la embajadora de EEUU, Heather Hodges, persona no grata, tras la publicación de un supuesto mensaje firmado por ella en julio de 2009, que asegura que el presidente Correa, nombró como Jefe de la Policía en 2008 al general Jaime Hurtado a sabiendas de que era corrupto, y manipulable. Hecho que causó la salida de la Casa Blanca al embajador ecuatoriano Luis Gallegos. (Diario Expreso, 2011).

Estos al igual que una innumerable lista de hechos más, sólo han traído consigo confusión y una inmensa desunión en el pueblo ecuatoriano; quedando en la mente de muchos la duda de ¿Hacia dónde va el Ecuador con el Socialismo del Siglo XXI?

## Económico

A pesar de la inestabilidad política por la que atraviesa el país, el sector económico se mantiene según expertos; esto debido al alto precio del petróleo el cual bordea los USD 90 por barril consolidándose como eje de las finanzas nacionales.

Posterior a la crisis mundial y sus efectos, la economía ecuatoriana, presentó una recuperación, es así que en el tercer trimestre de 2010 muestra un crecimiento trimestral del PIB de 1.6%, uno de los mejores resultados comparado con los de las principales economías latinoamericanas (CFN, 2010).

En el 2010, según los informes de la CFN, el mejor desempeño de las Empresas Públicas permitió revertir la tendencia de decrecimiento del Valor Agregado de la industria petrolera y mostró un crecimiento de 2.5%. Por su parte las industrias no petroleras fortalecieron su dinamismo económico creciendo en 1.10% lo que ha contribuido al crecimiento del PIB.



Fuente: ICS-Ecuador (International Commerce Services S.A)  
Elaboración: Carlos Molina (asesor ICS- Ecuador)

En el tercer trimestre de 2010, todas las actividades económicas presentaron crecimientos. Las actividades que contribuyeron mayoritariamente al crecimiento del PIB, obteniendo una importante tasa de crecimiento trimestral, fueron: Refinación de petróleo (10.80%), electricidad y agua (10.19%), Intermediación

Financiera (3.41%), Construcción (2.55%), y Otros Servicios (1.97%). A diferencia de la pesca que presentó una variación de -3.17%, por la reducción del nivel de producción camaronera.

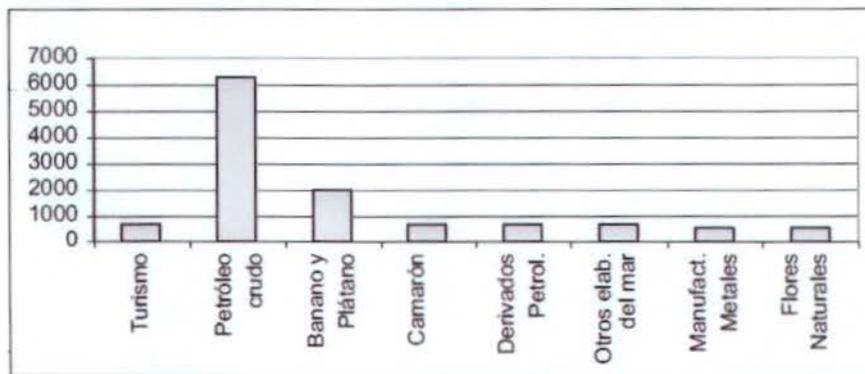
Para el 2011 se proyecta una inflación promedio en 3,69%; el crecimiento real del PIB 5,06%; crecimiento real del PIB no petrolero de 5,59%; crecimiento real PIB petrolero 1,60%; y, la tasa de variación del deflactor del PIB en 3,6%. Se prevé además un crecimiento del 5,1% debido a la renegociación de los contratos petroleros y nuevas inversiones, manteniendo la inflación entre un 3 y 4%.

### Balanza de Pagos

En cuanto a la Balanza de Pagos, el tercer trimestre del 2010 presenta un superávit de USD 240.20 millones, lo que comparado con el tercer trimestre del 2009, representa una disminución del 88%. Otro factor importante constituye el análisis de la cuenta corriente para este mismo período, la que mostró un déficit de USD 1032.80 millones.

La generación de divisas por concepto de turismo que se registra en la Balanza de Pagos (viajes y transporte de pasajeros) asciende a 674,2 millones de dólares durante el año 2009, que al comparar con el ingreso de divisas de los principales productos de exportación, hace que el turismo tenga una ubicación en el cuarto lugar, después del petróleo, el banano y plátano y derivados del petróleo.

Gráfico N° 14  
INGRESO POR TURISMO y POR EXPORTACIÓN  
AÑOS : 2009



Fuente: Información Estadística mensual/Junio 2010  
Banco Central del Ecuador

De enero a noviembre del 2010, el saldo de Balanza Comercial, registró un déficit de USD -1,460.69 millones; valor que al ser comparado con el resultado comercial del mismo período del año 2009 (USD -320.33 millones), representó un aumento en el déficit de 356%.

### **Balanza Comercial**

La Balanza Comercial Petrolera durante los once primeros meses del año 2010, muestra un saldo favorable de USD 5,522.16 millones, lo que significó un incremento del 34.32% frente al superávit comercial obtenido en el mismo período del año anterior que fue de USD 4,111.29 millones; resultado explicado por el aumento de los precios del barril de petróleo crudo (USD 77.28) y sus derivados que en noviembre del 2010 representan un incremento del 38.18%.

Por su parte la Balanza Comercial No Petrolera, a noviembre de 2010, aumentó su déficit comercial con respecto a enero – noviembre de 2009 en un 57.57%, al pasar de USD -4,431.62 a USD - 6,982.84 millones; debido a un crecimiento en el valor FOB total de las importaciones en el 34.88%, donde sobresalen los Combustibles y lubricantes (54.19%); los Bienes de consumo (34.71%); y, las Materias primas (27.12%).

### **Exportaciones/Importaciones**

Las exportaciones totales en el periodo enero - noviembre de 2010 alcanzaron los USD 15,624.46 millones, lo que significa, en relación, a las ventas externas registradas en el mismo período 2009, que fueron de USD 12,346.83 millones, un incremento del 26.55%; en volumen la venta de productos al exterior aumentó en 1.95% para productos petroleros y se redujo en -12.60% para productos no petroleros.

En cuanto a las Exportaciones No Petroleras registradas a noviembre del año 2010, sumaron un valor de 6.979,23 USD millones, lo que representa un incremento del 12% respecto al registrado durante el período enero – noviembre 2009, que fue de 6.210,12 USD millones.

Las importaciones totales en valor FOB de enero a noviembre de 2010, alcanzaron USD 17,085.14 millones, lo que significó un crecimiento de 34.88% al compararlo con las compras externas realizadas el mismo período del año 2009 (USD 12,667.15 millones); de igual manera se observa un crecimiento en el volumen total importado de 16.40% (Petroleras 20.00% y No Petroleras 14.34%).

### **Inflación**

Otro factor importante es la reducción de la tasa inflacionaria anual, la misma que, a diciembre de 2010, registra un valor de 3.33%, que representa una disminución de casi un punto porcentual con respecto al mismo período del 2009. Esto debido al descenso del costo de los insumos internacionales que impactaron desde noviembre de 2007 y a un descenso en la producción nacional.

Del análisis realizado de la inflación anual de países de América Latina y Estado Unidos, se encontró que la inflación anual del Ecuador (3.33%) en el año 2010 se ubica como la quinta menor, superando únicamente a Colombia (3.7%), El Salvador (2.13%), Perú (2.08%) y EEUU (1.50%); por su parte, Venezuela (27.2%) y Argentina (10.09%) registraron las mayores inflaciones anuales.

<b>Inflación 2010 para Latinoamérica</b>	
Argentina	10,9%
Bolivia	7,8%
Brasil	5,91%
Chile	3%
Colombia	3,7%
Ecuador	3,33%
Paraguay	7,2%
Perú	2,08%
Uruguay	6,93%
Venezuela	27,2%

Fuente: IPS / Enero 2011

### **Desempleo**

El desempleo en el Ecuador se ubicó en 6.1% durante el periodo enero – diciembre de 2010, frente al 7.9% registrado en igual período del año pasado. El decrecimiento se puede explicar por las políticas del gobierno para incentivar las

plazas de trabajo. Según datos del INEC, la población económicamente activa se ubicó en 4.34 millones, de los cuales 1.98 millones son ocupados plenos, 2.05 millones están subempleados y 265.29 mil se encuentran desempleados.

En cuanto al subempleo nacional urbano pasó de 50.48% a diciembre de 2009, a 47.13% a diciembre de 2010; lo que representa alrededor de la mitad de los ecuatorianos poseen un empleo informal, sub -valorado, o no poseen todos los beneficios que les corresponde por ley como la seguridad social.

### **Remesas**

El flujo de remesas familiares que ingresó al país durante el tercer trimestre de 2010 se ubicó en USD 612.00 millones, esto es 11.3% mayor respecto del trimestre anterior (USD 549.8 millones) y 6.7% inferior con relación al registrado en el III trimestre de 2009 (USD 655.8 millones).

Para el tercer trimestre del 2010, las remesas de trabajadores provenientes de los EEUU y de España representaron el 86% del total de remesas. España con una participación de 43.6%, Estados Unidos con 42.5%, mientras el 7.8% se originó en Italia y el 6.1% restante es proveniente del resto del mundo

### **Precio del Petróleo WTI**

Según las estadísticas que se presentan en el BCE, durante el mes de diciembre del año 2010, el precio promedio del crudo WTI se ubicó en los USD 91.38, reflejando una leve recuperación en el precio promedio, que al periodo enero - noviembre 2010 alcanzaban los USD 84, cabe indicar que en el mismo periodo del año precedente, el valor promedio de WTI se ubicó en USD 60.49. Esto muestra un importante incremento del precio por barril de 38.87%.

Es así que siendo el Ecuador un país exportador de productos primarios y de petróleo, depende significativamente de la variación en los precios de los commodities y del petróleo; de este contexto dependerán los mecanismos que tendrá el Gobierno para el manejo Presupuesto del Estado, el acceso al financiamiento internacional y la dirección de las políticas de Comercio Exterior.

## **Socio – Cultural**

### **Población**

Los datos generados por INEC (Instituto Ecuatoriano de Estadísticas y Censos) del último censo realizado, informan que aproximadamente hasta noviembre del 2010 la población total del Ecuador es de 14'306.876 habitantes.

Caracterizada por ser étnicamente diversa; siendo los mestizos el grupo más numeroso y representativo del ecuatoriano promedio, constituyendo aproximadamente el 65% de la población actual, los blancos, en su mayoría criollos descendientes de colonos españoles, como inmigrantes europeos más recientes, integran alrededor del 7% de los ecuatorianos, los amerindios, pertenecientes a diversas nacionalidades o agrupaciones indígenas, representan alrededor del 25% y finalmente el 3% de la población es afro ecuatoriana.

### **Población urbana y rural**

El Ecuador ha dejado, desde hace mucho tiempo atrás de ser un país rural. En 1950 la población rural representaba el 72%; para el 2001 fue el 38%. En el año 2001 la población urbana es de 7'372.528 y la rural de 4'718276. Para el año 2005 dos de cada tres ecuatorianos viven en la ciudad.

El aumento acelerado de la población urbana se debe al propio crecimiento vegetativo, pero también al proceso de la migración campesina, debido a la crisis en el campo por falta de tierras y oportunidades de empleo, los destinos siguen siendo Quito y Guayaquil, pero hay otros porcentualmente superiores como Nueva Loja, Macas, Santo Domingo de los Colorados.

De esta manera el crecimiento de la población urbana es 11 veces mayor que el crecimiento de la población rural, indicando una gran transferencia de población (migración) entre las dos áreas geográficas, que implica el crecimiento acelerado de las ciudades, con los problemas que esto conlleva: falta de servicios públicos, desempleo, delincuencia, entre otros. Se debe señalar que durante los dos últimos años la migración ha sido sobre todo internacional.

### **Población por regiones**

El Ecuador está conformado por las siguientes regiones geográficas, costa, sierra, oriente y región insular. La población se concentra principalmente en la Costa y en la Sierra.

<b>REGIÓN</b>	<b>TOTAL</b>	<b>HOMBRES</b>	<b>MUJERES</b>
Costa	6,056,223	3,044,045	3,012,178
Sierra	5,460,738	2,640,020	2,820,718
Oriente	548,419	286,296	262,123
Galápagos	18,640	10,204	8,436
Zonas no delimitadas	72,588	37,788	34,800

Fuente: INEC  
Elaboración: propia

### **Población por edad y sexo**

A pesar del descenso en las tasas de fecundidad, la población ecuatoriana se caracteriza por ser esencialmente joven. El 38.8% de la población es menor de 15 años y el 29.6% menor de 20 años. La población en edad activa esto es de (15 a 64 años) llega al 57% y la de 65 años y más, representa apenas el 4.3%

Con respecto a la población por sexo existe un relativo equilibrio. El número de hombres en el Ecuador es un poco inferior al de las mujeres. A nivel de áreas geográficas, existen más mujeres en el área urbana que en el área rural, principalmente como fruto de la mayor migración femenina a este sector.

### **Población económicamente activa**

Se considera población económicamente activa (PEA), a la población comprendida entre 18 y 65 años de edad, que están cumpliendo o que pueden cumplir funciones productivas, siendo esta 4'585.575; de las cuales el 62% correspondiente a la PEA urbana y el 38% a la rural.

### **Población migrante**

El Ecuador enfrenta procesos migratorios muy fuertes tanto internos como externos. A pesar de que no existen estudios detallados sobre las causas que motivan la salida de la población de sus lugares habituales, consideramos que el principal es por razones económicas.

La población migrante también es esencialmente joven, más de la mitad son menores de 20 años y de éstos casi el 36% son menores de 18 años. La migración externa, también es considerable. El Ecuador es un país de migrantes dos son los destinos: Estados Unidos y Europa, en especial España e Italia.

Si bien la migración es un fenómeno que abarca ya a todas las regiones del país, la gran mayoría son de región del Austro: Azuay, Cañar y Loja, donde seis de diez habitantes tiene familiares viviendo en el exterior.

### **Población indígena**

La población indígena en el Ecuador es significativa no solo en términos cuantitativos sino por la gran presencia social y política que han logrado tener. La mayor parte se encuentra en la Sierra (CODENPE, 2011).

Los pueblos indígenas se entienden como las “colectividades” originarias, conformadas por comunidades o centros con identidades culturales que les distinguen de otros sectores de la sociedad ecuatoriana, regidos por sistemas propios de organización social, económica, política y legal.

<b>NACIONALIDADES INDIGENAS DEL ECUADOR</b>		
<b>COSTA</b>	<b>SIERRA</b>	<b>AMAZONIA</b>
Chachi Epera Tsachila	Awa Quichua Chota	Quichua Sional Secoya Confán Záparo Huaorani Shuar Achuar

Fuente: CODENPE (Consejo de Desarrollo de Nacionalidades y Pueblos del Ecuador)  
Elaboración: Propia

### **Población por religión**

En el Ecuador está marcada la tendencia a la religión católica, pues asciende a un 95% del total de la población, el 5% de la población corresponden a otras religiones.

### **Esperanza de vida**

La población ecuatoriana mantiene una esperanza de vida promedio al nacer de 75 años. Las mujeres tienen una esperanza de vida mayor a 75 años y los hombres 73.5. Cada cinco años, la población generará un año más en su expectativa de vida al nacer.

### **Tasa de mortalidad**

La tasa de mortalidad es de 4,21 muertes por 1000 habitantes. La mortalidad infantil (menores de un año) es de 46.0 por cada mil nacidos vivos.

### **Tasa de natalidad**

El ritmo de natalidad es de 21,91 nacimientos por 1000 habitantes, es decir cada mujer tendrá menos de tres hijos durante su vida reproductiva.

### **Pobreza**

Las estadísticas de mayo de 2011, señalan que Ecuador tiene un índice de pobreza que supera los 4.9 millones de habitantes. La pobreza de 2011, supera a la de 1999 que fue del 36% de los ecuatorianos, de los cuales el 12% o sea 1.56 millones de ecuatorianos viven en extrema pobreza.

Ante esta realidad es importante hacer énfasis en que la lucha contra la pobreza en Ecuador es “la educación”, es decir que todos los sectores sociales incluido lógicamente el campo, tengan acceso obligatorio a la educación gratuita de excelencia, para asegurarles a todos la inclusión a la vida digna. El analfabetismo bajó del 10.8% en 1999 al 9.1% en el 2006 y 9% en el 2011(Solano, 2011).

Datos estadísticos señalan que entre el 2003 y 2006, 1' 366.937 ecuatorianos mejoraron su calidad de vida, mientras que entre el 2007 y el 2010, 352.472 ecuatorianos aumentaron sus ingresos.

### **Tecnológico**

El escaso desarrollo tecnológico del país ha traído consigo pocas oportunidades de entrar en un mercado competitivo integrado por países de primer mundo en los cuales la tecnología ha sido el punto clave para el óptimo desarrollo de procesos y elaboración de bienes y servicios con ventajas que van desde la rapidez de su elaboración, control de la calidad de la mano de obra, abaratamiento de costos y mas; generando como resultado la eficiencia y eficacia en la productividad y por ende una entrada directa a un mercado competitivo globalizado.

Es así que Ecuador se encuentra en una notoria desventaja con los demás países, generando un gigantesco abismo frente a los países de primer mundo, como Estados Unidos; que se basa sobre todo en la dependencia de estos, ya que estos países nos brindan la tecnología que el país carece.

Según un artículo publicado en el Periódico el Nuevo Empresario(2009): La falta de presupuesto del Ecuador para invertir en tecnología es lo que más agrava esta situación; sin embargo, hoy, después de muchos años el país intenta reconocer el valor que posee el invertir en la generación de conocimientos científicos y el acceso a la información, muestra de esto es el fortalecimiento a centros nacionales de investigación de entidades como el Instituto Nacional de Higiene y Medicina Tropical "Leopoldo Izquieta Pérez", el Instituto Nacional Autónomo de Investigación Agropecuaria (INIAP), el Instituto Oceanográfico de la Armada (INOCAP), el Instituto Nacional de Pesca (INP) y el Instituto Geofísico de la Escuela Politécnica Nacional.

Además durante el periodo 2008 – 2010 se han ejecutado 69 proyectos de investigación científica por parte de los centros nacionales de investigación, universidades y escuelas politécnicas, entre otras entidades públicas y privadas con inversión estatal de aproximadamente 70 millones de dólares.

## **4.2 Análisis de la industria, mercado, competidores y clientes**

### **4.2.1 Definición de la industria**

El territorio nacional carece de un ordenamiento turístico que facilite el desarrollo de alternativas de turismo sostenible, esto debido a que el proceso de planificación ha tenido diferentes enfoques y una persistente falta de continuidad. Es así que aunque existen destinos que están posicionados en el mercado, no se puede afirmar que se ha incorporado los criterios de turismo sostenible en la planificación regional o local, con excepción de Galápagos. No obstante Ecuador tiene recursos de alto potencial para el desarrollo del turismo sostenible, especialmente en el territorio definido como Patrimonio de Áreas Naturales del Estado, que corresponde a la quinta parte del territorio nacional aproximadamente, y contiene atractivos naturales y culturales tanto al interior de su territorio, como en sus alrededores.

El desarrollo del turismo en Ecuador se caracteriza por la existencia de destinos consolidados e incluso algunos de ellos saturados por su explotación no regulada, a pesar de los intentos de planificación realizados, como es el caso de Galápagos, Quito, Cuenca y la Amazonía, dando lugar al surgimiento de nuevos destinos que se habían mantenido al margen del desarrollo nacional del turismo, a pesar de contener un perfil muy atractivo y de contar con las infraestructuras suficientes para potenciar sus recursos naturales y culturales.

De igual manera se observa que existen otras zonas de interés turístico que no se han logrado consolidar como destinos, como las áreas protegidas y algunas poblaciones dispersas en el territorio nacional o que se encuentran cercanas a sitios de interés turístico o de patrimonio cultural, pues no se han visto beneficiadas por el turismo, ya que no se han constituido como proveedores de bienes y servicios. Sin embargo durante los últimos veinte años se ha registrado el surgimiento de operaciones de ecoturismo y turismo comunitario, en áreas geográficas dispersas, que han renovado la oferta de productos con diferenciación de los destinos turísticos tradicionales.

## 4.2.2 Tamaño de la industria

Según estadísticas del Ministerio de Turismo (2009), los establecimientos turísticos registrados a este Ministerio al año 2009, ascienden a 16.660 que representa 6,1% de crecimiento con relación a los establecimientos contabilizados en el año 2008, existiendo un incremento del 23,4% en el período 2005- 2009.

- El 80,5% de los establecimientos están localizados en 6 de las 22 provincias y 4 de las 22 están sobre la media nacional.
- El 70% de los alojamientos se concentran en 7 de las 22 provincias, concretamente: Pichincha 19,9%, Guayas 14,1%, Esmeraldas 10,5%, Manabí 10,1%, Tungurahua 6,3%, Azuay 5,0% e Imbabura 4,6%. El 30% restante están en las otras 15 provincias.
- De los 2.888 establecimientos de Alojamientos el 70,2% se concentran en el 12% de las ciudades (32 de 261), destaca Quito 13,7%, Atacames 7,6%, Guayaquil 6,5%, Cuenca 4,0% y Baños de Agua Santa 3,9%. En estas 5 ciudades se concentra el 35,7% de los alojamientos.
- El 75% de los establecimientos de Alimentos & Bebidas están en 5 de las 22 provincias, estas son: Guayas el 34,9%, Pichincha el 23,3%, Azuay 7,7%, Manabí el 5,2% y Tungurahua 3,5%. La diferencia (25%) está en las otras 17 provincias.
- De los 7.424 establecimientos de Alimentos & Bebidas, el 70,9% están en 5,0% de las ciudades (13 de 261), destaca Guayaquil 28,4% y Quito 18,2%. En estas dos ciudades se concentra 46,6% de los establecimientos de Alimentos & Bebidas.
- El 76% de las Agencias de Viaje están en 4 de las 22 provincias, específicamente: Pichincha 39,4%, Guayas 23,4%, Azuay 7,9% y Tungurahua 5,5%. El 24% restante están en las otras 18 provincias.
- De las 1.154 Agencias de viaje el 80,2% están en 3,7% de las ciudades (9 de 246), resalta Quito 36,0% y Guayaquil 21,3%, en estas se concentra el 57,4%.
- El 81% de los establecimientos turísticos están en 11,2% (31 de 261) de las ciudades o parroquias.

### 4.2.3 Tasa de crecimiento de la industria

En el marco del panorama mundial, durante el año 2009 se registraron 880 millones de llegadas de turistas internacionales, es decir, el 4.3% de decrecimiento con relación al año 2008. El 52% corresponde a las llegadas de Europa, el 21% de Asia y El Pacífico y el 16% de América, entre otros.

En el caso particular de Ecuador, según las estadísticas dadas por el Ministerio de Turismo (2009), existe un registro de llegadas de extranjeros que asciende a 968.499, con lo cual existe un decrecimiento del 3.7% con relación al año 2008. Sin embargo, se estima un crecimiento promedio anual del 3% en el quinquenio 2005 – 2009.

	2006	2010	2016	2020	Efecto multiplicador
<b>Llegada de visitantes internacionales</b>	840.001	1153.799	1958.764	2029.722	2,42
<b>Generación de divisas (en miles)</b>	499.4	683.995	1236.309	1837.778	3,68
<b>Gasto por visitante internacional (por estancia)</b>	594,52	609,92	733,13	967,68	1,63
<b>Turismo interno</b>	903.695	1355.543	1717.021	1897.76	2,1

Fuente y elaboración: Ministerio de Turismo

Entre las áreas naturales del país más visitadas se encuentran el Parque Nacional Galápagos, la Reserva Ecológica Cotacachi Cayapas, y Parque Nacional Cotopaxi, con el 29.4%, 20,7% y 18,3% respectivamente del total de visitas.

El Parque Nacional Galápagos registra un 65,3% de visitantes extranjeros, y 34,7% de nacionales, en la Reserva Ecológica Cotacachi Cayapas el 78,7% son visitantes nacionales y el 21,3% extranjeros, en tanto que en el Parque Nacional Cotopaxi el 58,4% son visitantes nacionales y el 41,6% visitantes extranjeros. En su conjunto el registro de visitas a las áreas naturales en el año 2009 tuvo un incremento del 1.5% con relación al año 2008.

#### 4.2.4 Principales competidores

La existencia de centros recreacionales, eco-turísticos y culturales en la Isla Santay es nula, sin embargo en las zonas aledañas a la ciudad de Guayaquil podemos encontrar diversos lugares de esparcimiento que se los considerará como competidores, entre ellos encontramos:

##### **Parque Histórico de Guayaquil**

Replica del Guayaquil antiguo, con frente al río, en donde las personas pueden adentrarse en medio de un bosque de manglar y caminar por un sendero de madera que lo atraviesa; se destaca como uno de los puntos que deben visitarse. Ubicado en la ciudadela Entre Ríos, en la vía Guayaquil-Samborondón, busca recrear la forma de vida de años ya pasados con tres zonas:

– *Zona de vida silvestre*

Construido como un zoológico de inmersión de 4 hectáreas que acoge más de 50 especies. La zona es recorrida mediante un sendero elevado el cual brinda 23 paradas temáticas que permiten contemplar cada especie.

– *Zona urbano arquitectónica*

En ella se levanta la casa Julián Coronel, el Banco territorial, Casa Lavayen Paredes y el Hospicio Corazón de Jesús; edificaciones tradicionales del Guayaquil antiguo.

– *Zona de exposición de tradiciones*

Huertos de los principales productos de la costa, casa de hacienda, centro artesanal, arquitectura campesina, le permitirán conocer y valorar un estilo de vida que ha sido fundamental para el desarrollo de nuestro país.

Según datos de la Alcaldía de Guayaquil, (2010), este sitio de 8 hectáreas está rodeado de bosques de manglares y otras especies de árboles, como el platanillo, que crecen naturalmente alrededor de un estero del río Daule. Existen además 28 especies de animales en cautiverio, entre las que podemos observar al venado de cola blanca, al mapache y osito lavador, grupos de saínos, tigrillos, osos perezosos, cocodrilos; y 90 especies de aves como papagayos, pericos, águila arpía, entre otros.

### **Puerto Hondo**

Este es un esfuerzo comunitario para conservar un remanente de manglar en esta área, el cual entre sus proyectos ofrece la posibilidad de hacer ecoturismo. Ubicado a 17 Km. de Guayaquil (20 minutos), al lado izquierdo de la carretera Guayaquil- Salinas.

El sitio cuenta con un área de juegos acuáticos de primer orden, con toboganes, cascada y chorros de agua; además de un área de juegos infantiles en tierra, cafeterías, kioscos para la venta de artículos varios, un mirador en 2 niveles al cual se accede a través de una plataforma, donde se pueden observar los manglares de la reserva ecológica, 1.000 metros cuadrados de playas y un atracadero para el paseo en canoas y botes, canchas de uso múltiple para la práctica de su deporte preferido, con vestidores y casilleros, duchas y baterías sanitarias.

### **Puerto El Morro**

Según la Prefectura del Guayas (2010), Puerto el Morro es una parroquia rural que pertenece al cantón Guayaquil, ubicada a 9 km. (10 minutos) del Cantón General Villamil Playas. Esta localidad de pescadores a guardado durante años muchos atractivos turísticos como: extensos manglares, variedades de aves y por supuesto los delfines nariz de botella (bufeos), por lo que se lo denomina "secreto natural de Guayaquil"

Cuenta con los siguientes atractivos:

- Observación: Puede recorrer en embarcaciones turísticas escoltadas por delfines que se encuentran en estado natural y silvestre único en el mundo que no pueden perderselo.
- Artesanías: En las artesanías tenemos figuras hechas a mano, éstas son elaboradas a base de conchas, caracoles, muyuyo y también artesanías en balsa como: barcos, botes entre otras cosas muy bonitas.
- Paseos en canoa: Paseos para observación de aves en los manglares, estos recorridos se realizan con chalecos salvavidas y guías comunitarios. El paseo por la zona dura un promedio de 90 minutos.

#### 4.2.5 Análisis de clientes

- **Familias** de nivel socio-económico medio incluyendo: medio-bajo, medio-medio, medio-alto; cuyas principales motivaciones son alejarse del caos de la ciudad; buscando así momentos de relajación, descanso, diversión y disfrute familiar.

Normalmente visitan el Malecón Simón Bolívar junto a la familia los fines de semana, tomando este lugar como un centro de esparcimiento donde se conjugan jardines, monumentos históricos y sitios de comercio, perfecto para pasar un agradable día. Cabe destacar la presencia de niños en la mayoría de las familias y un promedio de 4 integrantes por cada familia.

- **Grupos escolares (primaria y secundaria)** interesados en aprender de forma dinámica y entretenida acerca de la naturaleza; desarrollando así una conciencia ambiental basada en la interacción responsable con la naturaleza de manera lúdica y entretenida, agudizando sus sentidos y concientizándolos a descubrir la estrecha relación que existe entre las maravillas que nos rodean a través de experiencias vivenciales al aire libre.

Pertenecientes a instituciones públicas o privadas de Guayaquil, Durán y Samborondón. Se manejarán grupos a partir de sexto año de básica en adelante.

- **Turistas nacionales y extranjeros**, interesados en tener contacto directo con la naturaleza, y dispuestos a participar de manera activa y dinámica con nativos estrechando lazos culturales. Generalmente educados con algún conocimiento previo sobre el destino a visitar y las posibles actividades a realizar.

## **5. INVESTIGACIÓN DEL PROYECTO**

En los últimos años el ecoturismo se ha convertido en una de las tendencias más actuales a nivel mundial, con ventajas que van más allá del impacto al sector económico de cada país, abarcando además la influencia en el aumento de la calidad de vida de los habitantes, la conservación de atractivos naturales y del medio ambiente; todo esto a través de la creación de alternativas económicas para generar mayores y mejores ingresos en poblaciones dedicadas principalmente a actividades tradicionales como agricultura, ganadería, pesca, etc. sin dejar de lado la perspectiva de desarrollo sostenible; razones por las que el ecoturismo se constituye cada día en una actividad de gran crecimiento y proyección dentro de la industria del turismo.

Es así que hablar de ecoturismo, es al mismo tiempo hacer referencia a aquellos turistas que se desplazan a zonas naturales con el principal objetivo de observar y apreciar la naturaleza, respetando las culturas tradicionales.

### **5.1 Tema de Investigación**

Ecuador en un país geográficamente pequeño, no obstante su amplia gama de climas ha dado lugar al nacimiento de miles de especies de flora y fauna en medio de territorios naturales, que lo han hecho acreedor a ser uno de los diecisiete países más mega diversos del planeta, pues en apenas 256.370 kilómetros cuadrados de territorio, cuenta con un 10% de especies de plantas del mundo, un 8% de especies de animales y un 18% de aves (Arévalo, 2011).

Un claro ejemplo de esto es la Isla Santay, ubicada en el río Guayas a 800 metros al este de la ciudad de Guayaquil. El área comprende 2.179 hectáreas en las que radican alrededor de 182 personas. Declarada el 31 de octubre del 2000 como sitio RAMSAR, título que le da al humedal una importancia internacional debido a su riqueza biológica y por ser refugio de un número significativo de fauna, y a partir del 20 de febrero del 2010, como Área Nacional de Recreación,

formando parte del Sistema Nacional de Áreas Protegidas. (Convención de los Humedales, 2000).

Esta isla incluye manglares, bosques inundados e inundables, y mareas de agua dulce; así como también: 12 especies migratorias, 15 especies endémicas, 2 especies vulnerables, 1 especie amenazada, y una significativa población de especies bio-acuáticas.

Ante estas razones y como fundamento de este proyecto de investigación, surge la necesidad de crear un centro recreacional, eco-turístico y cultural, enfocado a ser medio de escape del estrés ciudadano y sustento económico para la comunidad de Santay.

## **5.2 Justificación**

A partir del análisis de la creación de un centro recreacional, eco-turístico y cultural, como medio de escape del estrés ciudadano y sustento económico para la comunidad de Santay, se podrá medir el nivel de crecimiento económico de la zona y con ello hacer proyecciones a futuro, con tendencia a mejorar la calidad de vida de los pobladores; del mismo modo se evaluará los beneficios que turistas nacionales y extranjeros obtendrán al contar con un escape de la modernidad y estrechar lazos con los diferentes paisajes naturales que ofrece la isla.

Adicionalmente podría convertir al ecoturismo en uno de los principales indicadores económicos combatiendo males sociales indeseables como lo son: el aumento de la delincuencia, migración de los habitantes, proliferación de enfermedades, desaparición de culturas tradicionales, entre otras.

Finalmente, conociendo los aspectos mencionados anteriormente se podrá generar proyectos eco-turísticos que permitan el mejoramiento de infraestructuras y la generación de plazas de trabajo.

### **5.3 Contribución potencial del estudio**

La recolección de información servirá como fuente para la creación de futuros centros eco-turísticos, y soporte para efectuar análisis y viabilidad antes de la toma de decisiones en empresas e instituciones públicas o privadas que deseen invertir en la Isla Santay u otra área natural. Al mismo tiempo al ser datos actualizados, permitirá a interesados tener una base vigente para posibles investigaciones similares.

### **5.4 Antecedentes**

El 3 de Octubre de 1979, mediante decreto ejecutivo emitido por el Dr. Jaime Roldós, la isla Santay deja de ser propiedad privada, y se declara su embargo a favor del Ministerio de Obras Públicas y Comunicaciones, cuya área se destinaría a la instalación de un Complejo Recreacional, Cultural y Turístico; sin embargo en 1980 el Gobierno Nacional entrega la isla al Banco Ecuatoriano de la Vivienda (BEV) para que desarrolle un programa de vivienda, recreación, cultura y turismo, el mismo que no se lleva a cabo debido a las condiciones del suelo y al alto costo de desarrollo urbanístico. Para 1985, la isla pasa a la jurisdicción política del cantón de Durán.

Años más tarde, el 24 de agosto del 2000 se crea el Comité Asesor para el desarrollo de la isla Santay (CADIS) con el fin de elaborar un plan de desarrollo para determinar los objetivos para su ordenamiento territorial sustentable, con la identificación de alternativas y la búsqueda de un organismo que se encargue de la ejecución de los planes y proyectos que podrían desarrollarse en ella.

El CADIS, selecciona a la Fundación Malecón 2000 para que sea la encargada de administrar y ejecutar los planes de desarrollo de la isla, bajo su costo y responsabilidad técnica en varias áreas incluyendo:

- Reorganización y renovación de las viviendas existentes para lograr mejoras de condiciones de vida.
- Instalación de un tanque para el abastecimiento de agua.

- Instalación de un sistema de energía renovable para las viviendas, escuela y centro comunitario.
- Manejo de desechos mediante una estación de reciclaje que recete los desechos plásticos y de vidrio que no se pueden procesar en la isla.

Así como también el desarrollo y promoción de actividades turísticas con especial atención en la conservación de los recursos naturales de la isla a través de un proyecto ecológico que incluía:

- Guías turísticos nativos
- Muelle turístico
- Área de camping y picnic
- Sumideros con puentes elevados
- Baterías sanitarias
- Centro de educación y promoción turística
- Espacios para venta de alimentos a los visitantes.

Acciones que no se llevaron a cabo debido a la falta de financiamiento según Baquerizo (2010).

Finalmente, el 6 de julio del 2010 se concreta el traspaso oficial de administración de la isla al Ministerio de Ambiente (MAE), quien en conjunto con los Ministerios de Vivienda, Patrimonio Natural, Salud, Inclusión económica y social, y el de Educación han elaborado un plan de acción para mejorar la calidad de vida de los habitantes, cuyo primer paso es la construcción de una ECO-ALDEA conformada por 56 casas, hechas de mangle u otro tipo de madera degradable, que estarán conectadas por senderos ya que la isla pasa 225 días al año sumergida 80 cm bajo el agua y el resto del año es seco; también forman parte del proyecto: agua potable, alcantarillado sanitario y paneles solares. Información proporcionada por el Ministerio de Ambiente (2011).

Conjuntamente se está llevando a cabo el proyecto “GUAYAQUIL ECOLÓGICO” en donde resalta la construcción de 2 puentes: Durán-Isla Santay y Guayaquil-Isla Santay; esto con el objetivo de fomentar el turismo de la misma.

## 5.5 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

El estrés es un trastorno que afecta actualmente a la población mundial, la cual se encuentra inmersa en una sociedad globalizada que exige cada día individuos aptos y capacitados para enfrentar cada uno de los problemas de índole laboral, social, profesional o emocional que se le presenten; es así que, ante un incidente cotidiano, un disgusto en el trabajo o una simple discusión, nuestro cuerpo envía cantidades masivas de energía a los músculos, manifestación más conocida como estrés, el cual puede presentar efectos sumamente dañinos para su mente, su cuerpo y su comportamiento, llegando a estar relacionado con muchas de las principales causas de muerte tales como: cáncer, enfermedades cardíacas, cirrosis del hígado, enfermedades pulmonares, accidentes y suicidio; provocando ya sea una muerte temprana o un envejecimiento prematuro.

Es así que luego del ajetreo de la semana, son muchos los que prefieren alejarse de la ciudad, disfrutando de la tranquilidad de áreas verdes, un cielo despejado, animales y plantas endémicas conviviendo en armonía en un paraíso natural; lejos de las largas colas y el terrible tráfico, acudiendo a la práctica de actividades recreativas al aire libre como una forma de liberarse del estrés y compartir en familia, vale destacar, que de acuerdo a lo señalado por especialistas hacer algún tipo de actividad física con regularidad, ayuda a conservar un buen estado de salud, permitiendo que tengamos mejor ánimo.

Es por ello importante conocer si ¿es posible la creación de un centro recreacional, eco-turístico y cultural, como medio de escape del estrés ciudadano y sustento económico para la comunidad de Santay? aprovechando así este oasis en medio de la ciudad de una manera consciente y respetuosa del medio ambiente, generando además oportunidades y alternativas de empleo a la comunidad anfitriona y constituyéndolo como una excelente alternativa para ser tomada en cuenta por las familias de Guayaquil, Samborondón y Durán , turistas nacionales y extranjeros que desean escapar de la vida artificial y la rutina cotidiana, manteniendo un contacto directo con la naturaleza, sin gastar mucho dinero y sin tener que manejar durante horas.

## **5.6 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN**

### **5.6.1 Objetivo General**

Reconocer y evaluar los aspectos más importantes que incidan en la creación de un centro recreacional, eco-turístico y cultural, como medio de escape del estrés ciudadano y sustento económico para la comunidad de Santay.

### **5.6.2 Objetivos Específicos**

- Analizar y evaluar la oferta eco-turística existente en la isla Santay.
- Identificar la demanda turística y el posible mercado potencial
- Determinar las tendencias más importantes que afectan el desarrollo del ecoturismo en la isla.
- Conocer la respuesta de la comunidad de la isla Santay frente a la iniciativa de la creación de un centro recreacional, eco-turístico y cultural.

## **5.7 MARCO TEÓRICO**

### **5.7.1 Marco Referencial**

El problema presentado a lo largo de la investigación será abordado a partir de estudios sobre el turismo sostenible, problemas causados por el turismo de masas, crecimiento socio-económico y cultural y administración de recursos ambientales, los cuales estarán brevemente descritos a continuación:

El cambio de actitud hacia el desarrollo que se observa actualmente genera nuevas oportunidades de negocios: el turismo sostenible, a través de nichos de mercado, entre los cuales destaca el ecoturismo, "turismo que se desarrolla en las localidades de potencial ecológico, de forma conservacionista, procurando conciliar el medio ambiente natural y cultural con las actividades que se ofrecen al turista, buscando una conciencia ecológica" (Meléndez, 1996).

Éste no se opone a la consecución de beneficios económicos, pero demanda que se reinvierta en la preservación, conservación y protección del medio ambiente, pues su adecuada planificación y gestión podría permitir remediar algunos de los problemas causados por el turismo de masas. (Khan, 1997).

Teorías que no sólo demuestran un crecimiento socioeconómico y cultural, sino también financiero, pues según Méndez (1998), profesor de l' Escola de Turisme d' Eivissa i Formentera cita como ejemplo a Ibiza y Formentera, islas Baleares en España que viven plenamente del turismo:

*"La evolución del PIB está estrechamente ligada a la evolución del turismo. El motor de crecimiento es la demanda turística, si esta crece, se relanza la inversión por la vía de la construcción. Estas actividades se magnifican estimulando a otros sectores relacionados con el turismo y la construcción. Por todo ello el PIB crece de forma rápida y desproporcionada; sin embargo cuando la demanda turística se estanca o cae, aunque sea ligeramente, la inversión se reduce de forma drástica, y ambas perturbaciones tendrán efectos negativos sobre todos los sectores en los ingresos y el empleo."*

Pero sólo un buen manejo en la administración de estos recursos ambientales, puede llevar al éxito a este tipo de turismo, ya que las malas prácticas del mismo acarrearían consecuencias no planificadas como las descritas en el siguiente caso de la capacidad de carga en la ciudad de Algarve, Portugal.:

Vivir dentro de los límites de la capacidad de carga significa usar los recursos a un ritmo no superior a la capacidad de regeneración de los recursos renovables y racionalizar el uso de los no renovables, a través de procesos de reciclaje o de prácticas de racionalidad y de la introducción de sustitutos renovables, naturales o manufacturados. La gestión de las capacidades de carga en el contexto de las actividades turísticas es un tema muy debatido pero, como argumenta Butler (2000), la verdad es que el nivel de integración de la gestión en los destinos es habitualmente muy bajo, lo que dificulta un control efectivo de la mayoría de las variables influyentes en ellas.

Las citadas observaciones de Butler son pertinentes en lo que se refiere al Algarve porque, como se puede comprobar, durante las décadas de los 80 y 90, el ritmo de crecimiento fue tan rápido, que en poco más de veinte años la administración consintió e incluso, estimuló, el proceso de ocupación de la zona litoral, sin cuidarse de preservar adecuadamente los recursos y acompañar el ritmo de crecimiento de las actividades privadas con las necesarias inversiones en infraestructuras de soporte. El resultado fue un proceso de consolidación urbana no planeada, a veces anárquica, que al final, ha condicionado de forma casi irreversible el potencial futuro del destino turístico.

### **5.7.2 Marco Teórico**

Ante la creación de un centro recreacional, eco-turístico y cultural en la isla Santay como medio de escape al estrés ciudadano y sustento para su comunidad existen varios estudios en los que se basará la correspondiente investigación:

El turismo actualmente está proponiendo una alternativa de desarrollo social y económico, como actividad que despunta como la más intensa y lucrativa de todas las actividades humanas. Millones de turistas se espera que salgan de sus casas en busca del placer de conocer personalmente, lo que está a disposición por los más variados medios de comunicación. Ni internet podrá sustituir el placer de un viaje a un lugar desconocido, la aventura de una noche al aire libre o el degustar de una comida siempre exótica para el que sale de casa. (Delgado, 2003).

Es así que el turismo se ha convertido en un fenómeno cotidiano para cientos de millones de individuos; constituyéndose en una actividad esencial en la vida de los hombres y de las sociedades modernas al convertirse en una forma importante de emplear el tiempo libre y también en el principal vehículo de las relaciones humanas; pudiendo convertirse en un eficaz instrumento de crecimiento socio-económico para todos los países si se toman las medidas necesarias para no rezagar las prioridades nacionales urgentes y conseguir que la economía del país alcance un grado aceptable de autosuficiencia que le permita gastar de acuerdo a los ingresos percibidos a través del turismo.

Finalmente, según la Declaración de la Haya sobre turismo (1989), la integridad del medio natural, cultural y humano es condición fundamental del desarrollo del turismo. Además, una gestión racional del turismo puede contribuir considerablemente a la protección y a la mejora del entorno físico y del patrimonio cultural, así como al aumento de la calidad de vida; dando cabida, a los proyectos eco-turísticos que cada vez son más comunes en los países latinoamericanos.

### **5.7.3 Marco Legal**

Con la promulgación de la Constitución 2008, en la legislación ecuatoriana han sucedido una serie de cambios que enfatizan la participación de las comunidades en asuntos nacionales y el mejoramiento de la calidad de vida de la población con énfasis en la protección y manejo adecuado de los recursos naturales y del medio ambiente.

Es así que con base en estos preceptos el Ministerio de Ambiente en conjunto con el Ministerio de Turismo, establece en el artículo 66 y 70 del Reglamento General a la Ley de Turismo (2002) lo siguiente:

*Art. 66.-* Mediante acuerdo interministerial se fijarán las tasas o derechos de ingreso a las áreas naturales protegidas..., Los ministerios de Turismo y Ambiente establecerán dentro de los tres primeros meses de cada dos años, los valores que deberán pagarse por concepto de derechos de ingreso, en el patrimonio nacional de áreas protegidas.

El ejercicio de actividades turísticas en el patrimonio nacional de áreas protegidas deberá constar en los correspondientes planes de manejo con los que cada una de ellos contará, al menos la capacidad de carga del área y la identificación de los sitios de visita.

Para la determinación de los derechos y valores a los que se refiere este artículo deberá contarse con los estudios técnicos que justifiquen esa

determinación; y, además, la consulta previa a los principales actores de la actividad.

*Art. 70.-* La declaratoria de estas áreas tendrá como finalidad la protección de recursos de los entornos turísticos para, sobre esta base identificar y promocionar usos compatibles y excluir usos no compatibles, considerando la seguridad, higiene, salud y preservación ambiental, cultural y escénica. Además, en esas áreas el sector público debe priorizar la dotación de servicios e infraestructura básica que garantice el desarrollo del sector y la prestación de servicios de calidad.

Del mismo modo según el artículo 1, 4 y 12 del Reglamento Especial de áreas naturales protegidas (2009) se establece que:

*Art. 1.-* Este reglamento establece el régimen y procedimientos aplicables a:  
1. La actividad turística en el SNAP que será regulada por el Ministerio de Turismo dentro del ámbito de sus competencias y por el Ministerio del Ambiente en lo que se refiere al uso sustentable de recursos naturales; y, 2. Al otorgamiento de autorizaciones y permisos de operación turística dentro del SNAP.

*Art. 4.-* Toda ejecución de obra o establecimiento de infraestructura de naturaleza turística en el SNAP se someterá a un Estudio de Impacto Ambiental y Plan de Manejo Ambiental, conforme a las normas de la Ley de Gestión Ambiental, su reglamento y Plan de Manejo del Área, para obtener la correspondiente autorización administrativa del Ministerio del Ambiente.

*Art. 12.-* Las actividades turísticas en el SNAP priorizarán el desarrollo del turismo nacional, la planificación, ejecución y control, investigación y gestión de proyectos, la recuperación de área ecológicamente afectadas, la capacitación, educación e interpretación ambiental, el acceso a información veraz y oportuna, la difusión, la participación de las comunidades y el mejoramiento de las condiciones de vida de la población dentro del SNAP.

## **5.8 FORMULACIÓN DE HIPÓTESIS/PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN**

- ¿Tiene la Isla Santay los atractivos e infraestructura necesaria para motivar, facilitar y satisfacer las necesidades de descanso, recreación y educación ambiental de sus futuros visitantes?
- ¿Existe un mercado interno potencial para el desarrollo del ecoturismo en Guayaquil, Samborondón y Durán?
- ¿En qué medida esta nueva tendencia “verde” afectará la interacción habitual de los diferentes ecosistemas y habitantes?
- ¿Qué actitud tienen los pobladores frente al desarrollo eco-turístico de la isla y su participación en el mismo?
- ¿De qué manera incidirá este Centro de recreación, eco-turístico y cultural en sus visitantes y en el turismo de la ciudad de Guayaquil?

## **5.9 METODOLOGÍA**

### **5.9.1 Método**

La metodología a utilizar en la presente investigación es un ESTUDIO DE CASOS, ya que esta herramienta permite el análisis de elementos similares de forma detallada con el objetivo de obtener una percepción más completa, además en el método mencionado los datos serán obtenidos desde una variedad de fuentes, tanto cualitativas como cuantitativas; esto es, documentos, entrevistas directas, observación directa, archivos, etc.

La existencia de estudios de casos eco-turísticos similares en países como Perú, España, Costa Rica, entre otros se muestra como una ventaja para el desarrollo investigativo de: ¿es posible la creación de un centro recreacional, eco-turístico y cultural, como medio de escape del estrés ciudadano y sustento económico para la comunidad de Santay?. Sin duda es viable una evaluación cualitativa de las motivaciones que poseen los individuos hacia las tendencias actuales eco-turísticas.

## 5.9.2 Diseño de la investigación

### 5.9.2.1 Población y Muestra

El presente proyecto tomará como referencia la población conformada por la totalidad de ecuatorianos según el censo realizado por el INEC en el año 2010, es decir, 14.306.876 personas; de las cuales se seleccionará una muestra a través de una segmentación geográfica, refiriéndonos únicamente a quienes habitan en la provincia del Guayas (3'573.003) y más específicamente a quienes viven en las ciudades de Guayaquil, Samborondón y Durán (2'039.789), concretamente familias integradas por 4 miembros de un estrato social medio incluyendo: medio-bajo, medio-medio, medio-alto, llegando a formar un total de 217.237 familias; de las cuales sólo el 32.4%, es decir, 70.284 prefieren compartir en familia.

Ecuador		14'306.876
Guayas		3'573.003
Guayaquil, Samborondón y Durán		2'039.789
Estrato social medio-alto a medio-bajo	42.6%	868.950
Número de familias	/4	217.237
Prefieren compartir con la familia	32.4%	70.284

Fuente: INEC

Elaboración: Propia

### 5.9.2.2 Técnicas de recolección de datos

Por factores determinantes a la presentación del proyecto se realizará un conjunto de preguntas, encuestas, dirigidas a una muestra representativa: es decir 300 personas que cumplan con las características antes descritas. Cabe recalcar que los datos a obtener tienen como fundamento una muestra aleatoria estratificada.

### 5.9.2.3 Técnicas de análisis de datos

Una vez obtenidos los datos cuantitativos serán ordenados en una matriz de tabulación hecha en Excel; sobre la cual se realizará el posterior análisis.

## **6. PLAN DE MARKETING**

### **6.1 Análisis Situacional**

#### **6.1.1 Análisis del Mercado**

A comienzos de los años 90, se iniciaron los trabajos de la operación turística en entornos naturales y/o culturales, actividad que fue desarrollada de forma empírica por negociantes sin escrúpulos fingiendo ser “empresarios ecoturísticos”, los cuales seguían lineamientos de una actividad tradicional llevando a los visitantes a ciertos destinos (en este caso áreas verdes) y generando recursos económicos, omitiendo la participación de la comunidad, el cuidado y protección de áreas naturales y el cumplimiento de los principios del ecoturismo.

En los últimos 10 años, ha comenzado un cambio en el pensamiento de las empresas que ofertan el eco-turismo; esto debido a las muchas oportunidades que representa el correcto desarrollo del mismo, incluyendo:

- Educación Ambiental
- Generación de ingresos para la conservación
- Intercambio cultural
- Apreciación y conciencia de los visitantes
- Generación de empleos para la comunidad local
- Cuidados y mejoramiento de la biodiversidad

El turismo convencional que experimentó un significativo crecimiento durante décadas, hoy emite señales de agotamiento; ante esta situación surge el ecoturismo como una alternativa en etapa de crecimiento, registrando una rápida aceptación en el mercado y un aumento de utilidades; donde habrá competidores nuevos que, atraídos por la oportunidad entrarán en el mercado proporcionando nuevas características al producto y expandiendo el mercado. Esto en respuesta al incremento del 1.5% de visitas a áreas naturales en el año 2009 con respecto al año 2008; turistas motivados por los muchos escenarios que ofrece nuestro bello país y que cumplen perfectamente con el perfil del ecoturismo.

## 6.1.2 Ciclo de vida del producto

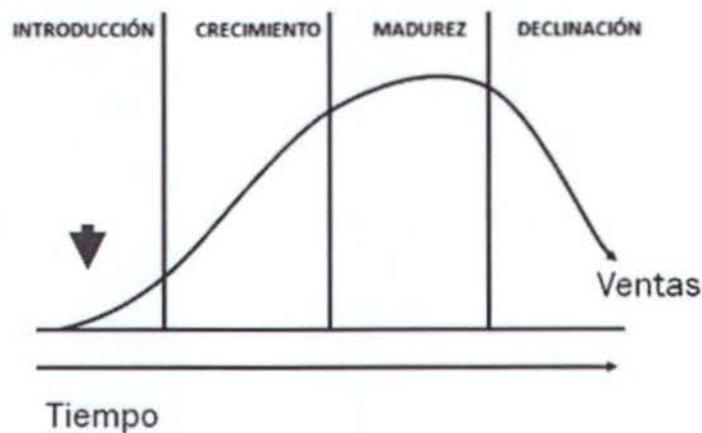
Situados en una etapa de introducción en la cual se inicia el ciclo de vida de cualquier producto. Caracterizada por un aumento lento en las ventas durante casi toda esta fase y altos gastos promocionales. Esto se debe a las necesidades de:

- Informar al consumidor potencial sobre el producto
- Estimularlo a que lo experimente

Además de otras particularidades como:

- Escasa saturación del mercado
- Pocos competidores
- Conservación de la demanda principal

### CICLO DE VIDA DEL PRODUCTO



En esta etapa, en comparación con las otras, las utilidades serán negativas o escasas, las ventas normalmente no se dispararán el primer día, pues el mercado no conoce el producto y por tanto hay que darlo a conocer y captar los primeros clientes; ante esto es importante asumir que existirán posibles pérdidas y que se deberá luchar por el reconocimiento de SANTAY ECOCLUB más que por los posibles beneficios, por tal razón hay que ser muy conscientes de las estrategias a utilizarse y de la evolución de las ventas.

### 6.1.3 Análisis FODA

<b>FORTALEZAS</b>	<b>DEBILIDADES</b>
Excelente ubicación geográfica.	Falta de experiencia por parte de los miembros de la empresa.
Diversidad de públicos meta: Familias, Grupos escolares, Turistas nacionales y extranjeros.	
Bio-construcción: uso de materiales naturales y renovables.	Somos nuevos en el sector de Centros Recreacionales.
Competencia directa escasa.	
Participación activa de la comunidad San Jacinto de Santay.	Inexistencia de capital propio para la creación del Centro Recreacional.
Personal administrativo y operativo capacitado.	
Existencia de bondades de la naturaleza: flora y fauna.	Inexistencia de información actualizada de estudios técnicos de la isla, composición del suelo, deforestación inventario de especies, contaminación e impactos ambientales ya generados.
Reducción de gastos de inversión mediante el uso de recursos materiales ecológicos y mano de obra local.	

<b>OPORTUNIDADES</b>	<b>AMENAZAS</b>
Mercado en crecimiento debido a la nueva tendencia mundial amigable con el medio ambiente.	Persistencia de inestabilidad político - social en el país, con perjuicio de su imagen a nivel internacional.
Realización de alianzas estratégicas con organizaciones afines.	
Estar frente al Malecón 2000 beneficiará la afluencia de visitantes.	Creciente deterioro ambiental, originado por las distintas actividades productivas y el desarrollo urbano.
Tendencias de los consumidores a buscar nuevas experiencias y sensaciones.	
Apertura de un nuevo mercado consiente con el medio ambiente.	Posibles consecuencias generadas por el volumen no controlado de visitantes
Perduración en el tiempo como un modelo de desarrollo eco - turístico y comunitario para otras zonas poco conocidas pero con gran potencial turístico.	
Bajo un contrato de comodato el MAE entregará a CRECI SANTAY S.A. gratuitamente el uso del suelo por un periodo de 20 años.	Cambios climáticos que no permitan al turista disfrutar de un ambiente ecológico.
	Amplia y diversidad de productos sustitutos.

## 6.1.4 Análisis de Competencia

### FUERZAS DE PORTER

#### – PODER DE NEGOCIACIÓN DE PROVEEDORES

*Calificación: Baja*

Dado que uno de los canales para la captación de clientes a SANTAY ECOCLUB es a través de las agencias de viaje, estas se convertirán en proveedoras, y dada la diversidad de agencias que existen en la ciudad de Guayaquil y en el país no tendrán la facultad de establecer precios o condiciones. Por otro lado cabe destacar que la atracción de clientes se dará en su mayoría a través de publicidad directa.

#### – PODER DE NEGOCIACIÓN DE CLIENTES

*Calificación: Alta*

Estando los clientes divididos en tres categorías: Familias guayaquileñas, grupos escolares (primaria y secundaria), turistas nacionales y extranjeros, sabemos que los primeros representan el mayor segmento de mercado y que buscan principalmente precios cómodos dándoles así un alto poder de negociación.

Del mismo modo el grupo de escolares (primaria y secundaria) adquieren también dicho poder debido al volumen de clientes que estos representan. Finalmente dado que los turistas nacionales y extranjeros están dispuestos a gastar más en su estadía, estos también adquieren cierto poder.

#### – AMENAZA DE NUEVOS ENTRANTES

*Calificación: Alta*

Dado que es un producto que se encuentra en una etapa introductoria en su ciclo de vida y con grandes posibilidades de un crecimiento sostenible a través de los años, es probable la entrada de nuevos competidores en el mercado eco-

turístico, a esto se une la diversidad de recursos naturales con los que goza el país y el poco o nulo aprovechamiento de los mismos. Un claro ejemplo es el proyecto que se encuentra realizando el Ministerio del Medio Ambiente (MAE) llamado “Guayaquil Ecológico”, el cual contempla servicios similares y que estará a disposición del público en pocos años.

– **AMENAZA DE PRODUCTOS SUSTITUTOS**

*Calificación: Alta*

Dada la variedad de actividades relacionadas con el tipo de turismo convencional como la práctica de deportes extremos, la visita a complejos turísticos, traslados a las playas (Ruta Spondylus), entre otras da como resultado una amplia diversidad de productos sustitutos al momento de alejarse del estrés ciudadano en busca de momentos de relajación, descanso, diversión y disfrute familiar.

– **RIVALIDAD ENTRE COMPETIDORES**

*Calificación: Baja*

La existencia de centros recreacionales, eco-turísticos y culturales en la isla Santay es nula, sin embargo en las zonas aledañas a la ciudad de Guayaquil podemos encontrar diversos lugares de esparcimiento que se los considerará como competidores, entre ellos encontramos: Parque Histórico de Guayaquil, Puerto Hondo y Puerto El Morro.

Ante esto cabe mencionar que nos encontramos frente a un mercado en crecimiento y una variedad de recursos de flora y fauna que aún no han sido explotados eco-turísticamente y que por lo tanto generan una escasa competencia.

En conclusión, podemos decir que estamos frente a una oportunidad muy atractiva, a tiempo para emprender un negocio próspero con grandes posibilidades de desarrollo y riesgos manejables, dada la poca existencia de competidores y un mercado que aún no ha sido aprovechado, dejando así un gran camino para el éxito.

### **6.1.5 Factores Críticos de éxito**

– **CONSERVACIÓN:**

Mayor preocupación por los temas ambientales y no en la obtención de mayores rentabilidades en el menor espacio y tiempo posible; creándose así una concientización del impacto que se genera en el medio tanto en el recurso humano de SANTAY ECOCLUB como en sus visitantes.

– **CAPACITACIÓN:**

Tomando el factor humano como base fundamental para el desarrollo de SANTAY ECOCLUB, las permanentes capacitaciones en temas de guianza naturalista, servicio al cliente, manipulación de alimentos y emprendimiento nos guiarán al objetivo propuesto: el éxito.

– **INFRAESTRUCTURA:**

SANTAY ECOCLUB optará por una construcción respetuosa con el medio ambiente, minimizando en la medida de lo posible los impactos generados por el acto de construir, ayudando a crear un desarrollo sostenible y garantizando la sustentabilidad de las futuras generaciones a través del uso de recursos materiales 100% ecológicos.

– **CAPACIDAD DE CARGA TURÍSTICA:**

El uso adecuado del suelo, por medio de los senderos y los recorridos en el río Guayas harán que la cantidad de personas sea un factor básico en el desarrollo del proyecto de tal forma que se minimice cualquier tipo de impacto que se pueda generar a la isla.

## **6.2 Estrategias de Marketing**

Previo al lanzamiento de SANTAY ECOCLUB al mercado, el área de marketing realizará todas las actividades necesarias para darlo a conocer y así captar los primeros clientes, por esta razón los mayores esfuerzos se concentrarán en: promoción, mercadeo, capacitación, inicio de la comunicación publicitaria y, fundamentalmente, de su posicionamiento.

### **ESTRATEGIA DE ALTA PENETRACIÓN**

Se lanzará el producto a un bajo precio y con una considerable promoción para estimular la aceptación rápida en el mercado.

Esta estrategia supone lo siguiente:

- El mercado es grande.
- El mercado es sensible a los precios.
- Hay poca competencia potencial.

### **6.2.1 Objetivos de Marketing**

- Posicionar a SANTAY ECOCLUB como la marca número uno de atractivos eco-turísticos en la ciudad de Guayaquil.
- Conseguir la fidelidad de los consumidores.
- Lograr un volumen de ventas de \$ 247371.27 al primer año de operaciones, lo que representaría la asistencia de 23040 visitantes.
- Alcanzar un 11% de crecimiento en ingresos con relación al año anterior.
- Alcanzar un 25% de crecimiento en el número de visitantes con relación al año anterior.

### **6.2.2 Objetivos Financieros**

- Obtener una tasa anual de rendimiento sobre la inversión del 18%.
- Producir una utilidad neta de \$58393.39 para el primer año.
- Generar un flujo de caja de \$76635.37 para el primer año de operaciones.

### 6.2.3 Segmentación

- **Familias** de nivel socio-económico medio incluyendo: medio-bajo, medio-medio, medio-alto; cuyas principales motivaciones son alejarse del caos de la ciudad; buscando así momentos de relajación, descanso, diversión y disfrute familiar.

Normalmente visitan el Malecón Simón Bolívar junto a la familia los fines de semana, tomando este lugar como un centro de esparcimiento donde se conjugan jardines, monumentos históricos y sitios de comercio, perfecto para pasar un agradable día. Cabe destacar la presencia de niños en la mayoría de las familias y un promedio de 4 integrantes por cada familia.

- **Grupos escolares (primaria y secundaria)** interesados en aprender de forma dinámica y entretenida acerca de la naturaleza; desarrollando así una conciencia ambiental basada en la interacción responsable con la naturaleza de manera lúdica y entretenida, agudizando sus sentidos y concientizándolos a descubrir la estrecha relación que existe entre las maravillas que nos rodean a través de experiencias vivenciales al aire libre.

Pertenecientes a instituciones públicas o privadas de Guayaquil, Durán y Samborondón. Se manejarán grupos a partir de sexto año de básica en adelante.

- **Turistas nacionales y extranjeros**, interesados en tener contacto directo con la naturaleza, y dispuestos a participar de manera activa y dinámica con nativos estrechando lazos culturales. Generalmente educados con algún conocimiento previo sobre el destino a visitar y las posibles actividades a realizar.

## 6.2.4 Posicionamiento

Para triunfar en una sociedad sobre comunicada, SANTAY ECOCLUB debe ocupar un lugar en la mente de sus clientes, valiéndose así de una serie de atributos que tienen como objetivo generar percepciones, impresiones y sentimientos en los compradores. Estos atributos han sido elegidos de acuerdo a los segmentos de mercado establecidos con anterioridad: *Familias guayaquileñas, Grupos escolares y Turistas nacionales y extranjeros.*

Es así que el posicionamiento de SANTAY ECOCLUB estará soportado en 3 atributos: **sostenibilidad** (perdurar en el tiempo), **recreación** (relax, bienestar), **natural** (sencillo, propio). Estos valores representan su ADN y serán los principios que guíen nuestro negocio a través de la estrategia promocional que estará compuesta de tres etapas:

### – ETAPA INFORMATIVA – PRE LANZAMIENTO

**Objetivo:** Brindar la mayor información posible acerca de las ventajas y beneficios que ofrecerá SANTAY ECOCLUB, esto con el fin de llegar a la mayoría del mercado meta, a través de estrategias y tácticas publicitarias, las cuales se pueden ver a continuación:

OBJETIVO	ESTRATEGIA	TÁCTICA	RESPONSABLE	FECHA
Crear una imagen que identifique y diferencie a SANTAY ECOCLUB.	Elaborar una campaña publicitaria para dar a conocer las ventajas y beneficios que ofrece SANTAY ECOCLUB.	Utilizar medios de comunicación masiva que permitan llegar al mercado objetivo efectivamente.	Jefe de Marketing	Del 1 al 30 de mayo del 2013

#### a. Estrategias de publicidad

##### **Plan Creativo:**

El tema de campaña se basará en ofrecer al mercado meta los principales atributos que posee SANTAY ECOCLUB como las instalaciones, los recorridos guiados, las actividades recreacionales y el contacto con la naturaleza.

- ***Aviso de prensa***

Diseñado con la finalidad de generar expectativa e informar de manera general al mercado meta acerca de SANTAY ECOCLUB y su próxima apertura. El arte se incorporará en el anexo#2 como parte de este documento.

- ***Mailing***

Consistirá en enviar información publicitaria vía correo electrónico; esto es, un folleto y una carta personalizada que muestre los beneficios y ventajas que posee SANTAY ECOCLUB, además de su fecha de inauguración. Cabe mencionar que los primeros receptores serán aquellas personas que colaboraron con las encuestas proporcionando su dirección de correo electrónico.

- ***Redes Sociales***

Participación en redes sociales: Facebook y Twitter, como herramientas para informar masivamente sobre la próxima apertura de SANTAY ECOCLUB y los atributos que esta ofrecerá a los visitantes.

- ***Página web***

Creación de nuestro sitio web [www.santayecoclub.com](http://www.santayecoclub.com) con imágenes e información detallada sobre las instalaciones y servicios que ofrecerá SANTAY ECOCLUB.

- ***Triciclos publicitarios***

Se utilizará con el objetivo de obtener un alto nivel de alcance y continuidad, así como la identificación de la marca. La publicidad se colocará en cuatro triciclos que transitarán avenidas estratégicas de la ciudad de Guayaquil: ***Malecón, Av. De las Américas, Av. Francisco de Orellana, Av. Quito, Av. 25 de julio, Av. 9 de Octubre*** desde las 8hrs hasta las 13hrs el día viernes 31 de mayo del 2013.

Se destacará el logo, con información detallada, fecha de apertura, ubicación e imágenes del Centro Recreacional.

*Plan de medios*

MEDIO	PROGRAMA	ESPACIO	TIEMPO	COSTO TOTAL
Impreso	Diario El Universo	Sección Vida y Estilo Pág. Cultural de 4.50 cm x 7.80 cm full color	04 de mayo 05 de mayo 11 de mayo 12 de mayo 18 de mayo 19 de mayo 25 de mayo 26 de mayo	\$ 161.28
	Diario Expreso	Segunda Sección Guayaquil de 3.30 cm x 7.50 cm full color	04 de mayo 05 de mayo 11 de mayo 12 de mayo 18 de mayo 19 de mayo 25 de mayo 26 de mayo	\$134.40
	Diario Popular	Pág. Sociales de 8.4 cm x 8.22 cm full color	04 de mayo 05 de mayo 11 de mayo 12 de mayo 18 de mayo 19 de mayo 25 de mayo 26 de mayo	\$126.00
Internet	Mailing	Hotmail Yahoo Gmail	MENSUAL	-
	Redes Sociales	Facebook Twitter	PERMANENTE	-
	Página web	www.santayecoclub.com	PERMANENTE	\$460.00
Exterior	Sicrea Publicidad & Marketing	Principales avenidas de la ciudad de Guayaquil.	31 de mayo del 2013	\$200.00
<b>TOTAL</b>				<b>\$1,081.68</b>

**b. Estrategias de ventas personales**

Se basará en la contratación de personal de ventas para promocionar SANTAY ECOCLUB en centros educativos y agencias de viajes; a quienes se les entregará trípticos que detallan información sobre los servicios, precios e instalaciones que ofrece el centro recreacional. El arte se incorporará en el anexo#3 como parte de este documento.

Cabe mencionar que dicha estrategia iniciará un mes antes de la apertura del centro recreacional, y se la considerará como una estrategia de carácter PERMANENTE.

▪ **Tácticas**

Los vendedores visitarán colegios donde ofrecerán charlas a alumnos y profesores promocionando los atributos que ofrece SANTAY ECOCLUB y lo divertido que puede ser visitar las instalaciones, además invitarán formalmente a cada grupo.

Del mismo modo se dirigirán a agencias de viajes para entregar folletos con imágenes e información detallada de SANTAY ECOCLUB con el fin de crear posibles alianzas estratégicas.

Por último los vendedores deberán llevar un registro de actividades, es decir informes de visitas, con la finalidad de obtener conclusiones y recomendaciones que sirvan para realizar un futuro estudio de mercado.

<b>OBJETIVO</b>	<b>ESTRATEGIA</b>	<b>TÁCTICAS</b>
Promover los servicios que ofrece SANTAY ECOCLUB ante sus clientes potenciales	Contratación de personal de ventas entrenado para ofrecer los servicios del Centro Recreacional.	Otorgar material P.O.P que posteriormente será entregado a los clientes.
		Dirigirse a los centros educativos para ofrecer charlas con la finalidad que utilicen el servicio.
		Dirigirse a agencias de viajes y obsequiar material P.O.P
		Llevar un diario de visitas y elaborar un análisis de los clientes.

– ETAPA PERSUASIVA - LANZAMIENTO

**Objetivo:** SANTAY ECOCLUB dará inicio a sus actividades el 01 de junio del 2013 con una semana de lanzamiento y se extenderá hasta finales de diciembre del 2013.

OBJETIVO	ESTRATEGIA	TÁCTICA	RESPONSABLE	FECHA
Persuadir al mercado objetivo sobre las ventajas que ofrece SANTAY ECOCLUB.	Elaborar una campaña publicitaria persuasiva dirigida a los clientes potenciales.	Diseñar anuncios que transmitan alegría y recreación	Jefe de Marketing	Del 1 junio al 31 de diciembre del 2013

**a. Estrategias de publicidad**

**Plan Creativo**

Se utilizará el mismo de la etapa anterior, sin embargo el tema de campaña se centrará en la inauguración del Centro Recreacional y posteriormente en la alegría y recreación que se puede disfrutar en las instalaciones.

▪ **Diseño de un aviso de prensa**

Diseñado con la finalidad de informar de manera más detallada al mercado meta sobre qué ofrece SANTAY ECOCLUB. El arte se incorporará en el anexo#4 como parte de este documento.

▪ **Mailing**

Un libro de registro de visitantes a la entrada del Centro Recreacional nos proporcionará una nueva base de datos a los cuales se enviará información mensual sobre actividades especiales y promociones, además de artículos relacionados con la Conservación del Medio Ambiente y temas afines.

▪ **Redes Sociales**

Participación activa en redes sociales como Facebook y Twitter con el objetivo de: informar sobre nuestros servicios, promociones y calendario de actividades, dar un mejor servicio post – venta, fidelizar a nuestros clientes y crear una comunidad PRO-AMBIENTE.

- **Página web**

Actualización mensual de la página con el calendario de actividades, las promociones existentes, temas de interés ambiental, etc.

- **Triciclos publicitarios**

La publicidad se colocará en cuatro triciclos que transitarán avenidas estratégicas de la ciudad de Guayaquil desde las 9hrs hasta las 14hrs el día sábado 01 de junio del 2013; esto con el fin de informar al mercado meta que SANTAY ECOCLUB ha abierto sus puertas al público y que se encuentra en su semana de lanzamiento.

**Plan de medios**

MEDIO	PROGRAMA	ESPACIO	TIEMPO	COSTO TOTAL
Impreso	Diario El Universo	Sección La Revista de 12.50 cm x 11.20 cm full color	Domingo 2 de junio del 2013	\$122.00
		Sección Vida y Estilo Pág. Cultural de 4.50 cm x 7.80 cm full color	4 ANUNCIOS MENSUALES DE JUN - DIC	\$ 564.48
	Diario Expreso	Segunda Sección Guayaquil de 3.30 cm x 7.50 cm full color	4 ANUNCIOS MENSUALES DE JUN - DIC	\$470.40
	Diario Popular	Pág. Sociales de 8.4 cm x 8.22 cm full color	4 ANUNCIOS MENSUALES DE JUN - DIC	\$441.00
Internet	Mailing	Hotmail Yahoo Gmail	MENSUAL	-
	Redes Sociales	Facebook Twitter	PERMANENTE	-
	Página web	www.santayecoclub.com	PERMANENTE	-
Exterior	Sicrea Publicidad & Marketing	Principales avenidas de la ciudad de Guayaquil.	Sábado 1 de junio del 2013	\$200.00
<b>TOTAL</b>				<b>\$1,675.88</b>

### ***b. Estrategias de relaciones públicas***

La inauguración de SANTAY ECOCLUB es la oportunidad perfecta para causar una primera buena impresión, por tanto, el área de marketing realizará las gestiones necesarias para la organización de la Ceremonia oficial de apertura, misma que contará con la presencia de autoridades como: Ministro (a) de Turismo, Ministro (a) de Ambiente, delegados de la Cámara de Comercio, Cámara de Turismo, representantes de agencias de viajes, hoteles y prensa; así como también miembros del Club Ecologistas de Santay, Comité Ecológico del Litoral y Amigos de Santay.

Sin embargo las relaciones públicas no solo serán utilizadas para promover la imagen de SANTAY ECOCLUB, sino también servirán para integrar a los empleados del centro recreacional.

***Estrategia No. 1:*** Lograr que los empleados se identifiquen con el centro recreacional y cumplan eficazmente las labores asignadas.

#### **▪ Táctica**

Se elaborará un plan especificando las actividades asignadas a cada uno de los empleados. También se ofrecerá con carácter obligatorio la asistencia a diferentes cursos que les permita desarrollarse mejor en su trabajo.

Por otro lado se realizarán reuniones mensuales con todos los empleados con el propósito de intercambiar ideas nuevas y sugerencias que resulten beneficiosas para SANTAY ECOCLUB y los empleados.

***Estrategia No. 2:*** Consiste en estar presente en diferentes eventos logrando así una identificación positiva con los clientes potenciales.

#### **▪ Táctica**

Se logrará organizando eventos deportivos y recreativos dentro del centro recreacional como competencias donde se otorguen premios al ganador y diferentes actividades ambientadas de acuerdo a la temporada.

*c. Estrategias de promoción de ventas*

**Estrategia No. 1:** Se elaborarán trípticos con información detallada sobre los beneficios que ofrece el centro recreacional.

▪ **Táctica:**

Entrega de trípticos en diferentes zonas estratégicas de la ciudad de Guayaquil, dos sábados al mes a partir del 01 de junio del 2013. Los promotores serán dos jóvenes que estarán identificados con camisetas y gorras de SANTAY ECOCLUB.

**Estrategia No. 2:** Se elaborará material POP para los vendedores, sirviendo estos de apoyo al momento de visitar a los clientes potenciales.

▪ **Táctica:**

Se elaborarán carpetas tamaño carta que contendrán los folletos con imágenes; así como también los costos y fechas tentativas de visitas.

**Estrategia No. 3:** Se expondrá una cartelera informativa en la entrada del SANTAY ECOCLUB.

▪ **Táctica:**

Mostrar información detallada a cerca de las actividades del día y próximos eventos, invitando a las personas a asistir.

<b>OBJETIVOS</b>	<b>ESTRATEGIAS</b>	<b>TÁCTICAS</b>
Lograr la identificación del mercado meta por parte de SANTAY ECOCLUB	Elaboración del material POP para el público en general	Repartir trípticos en lugares estratégicos de la ciudad de Guayaquil.
	Elaboración del material para vendedores	Folletos, carpetas y cronogramas de visitas con información detallada sobre SANTAY ECOCLUB.
	Elaboración de cartelera informativa	Mostrar información detallada acerca de las actividades del día.

### ***Plan Creativo***

El diseño del material promocional resaltará el logo de SANTAY ECOCLUB y el slogan que lo identifica, además servirá como incentivo para que los consumidores visiten el Centro Recreacional.

- ***Trípticos:***

Este medio auxiliar se elaborará para el conocimiento e identificación de SANTAY ECOCLUB con la finalidad de informar y persuadir al mercado meta; mismos que serán impresos en papel couché normal tamaño A4, resaltando el logotipo, los servicios e instalaciones que ofrece apoyadas por imágenes además de datos de utilidad como dirección, teléfono de contacto, dirección electrónica y más.

- ***Gorras de papel:***

En este se incluye como único elemento el logotipo de SANTAY ECOCLUB en la parte delantera. El arte se incorporará en el anexo#5 como parte de este documento.

- ***Abanicos de papel:***

En este se incluye como único elemento el logotipo de SANTAY ECOCLUB en la parte delantera. El arte se incorporará en el anexo#6 como parte de este documento.

- ***Carpetas:***

Servirán de apoyo a los vendedores, y serán a color con el logo y slogan de SANTAY ECOCLUB.

- ***Cartelera informativa:***

Este material visual servirá como fuente de información para nuestros visitantes. Quedará ubicada en la entrada de SANTAY ECOCLUB, y resaltará el logo de la empresa así como la programación de actividades preparadas para cada semana.

– ETAPA DE MANTENIMIENTO

**Objetivo:** La última etapa del plan estratégico promocional es de carácter recordatorio y tiene como finalidad mantener vigente en la mente de los consumidores las ventajas y beneficios que ofrece SANTAY ECOCLUB.

Esta tendrá una duración de cuatro meses desde el primero de enero al primero de abril del 2014.

**a. Estrategias de Publicidad**

Se conservará el mismo tipo de medios publicitarios con el fin de mantener la efectividad de las estrategias anteriores; sin embargo su contenido variará de acuerdo a las diferentes actividades a celebrarse en cada mes.

**Plan de medios**

MEDIO	PROGRAMA	ESPACIO	TIEMPO	COSTO TOTAL
Impreso	Diario El Universo	Sección Vida y Estilo Pág. Cultural de 4.50 cm x 7.80 cm full color	4 ANUNCIOS MENSUALES DE ENE - ABR	\$ 322.56
	Diario Expreso	Segunda Sección Guayaquil de 3.30 cm x 7.50 cm full color	4 ANUNCIOS MENSUALES DE JUN - DIC	\$268.80
	Diario Popular	Pág. Sociales de 8.4 cm x 8.22 cm full color	4 ANUNCIOS MENSUALES DE JUN - DIC	\$252.00
Internet	Mailing	Hotmail Yahoo Gmail	MENSUAL	-
	Redes Sociales	Facebook Twitter	PERMANENTE	-
	Página web	www.santayecoclub.com	PERMANENTE	-
<b>TOTAL</b>				<b>\$ 843.36</b>

***b. Estrategias de Promoción de ventas***

***Estrategia No. 1:*** Se elaborarán nuevos diseños de trípticos con información actualizada sobre los beneficios que ofrece el centro recreacional y cupones de descuentos.

▪ ***Táctica:***

Entrega de trípticos y calcomanías en diferentes zonas estratégicas de la ciudad de Guayaquil, dos sábados al mes a partir del 04 de enero del 2014. Los promotores serán dos jóvenes que estarán identificados con camisetas y gorras de SANTAY ECOCLUB.

***Plan Creativo***

Diseñado con el fin de recordar y atacar permanentemente al mercado meta a través del siguiente material:

▪ ***Trípticos:***

Al igual que en la etapa anterior contendrá información detallada sobre las instalaciones, servicios, precios y horarios de SANTAY ECOCLUB, no obstante variará su diseño e incluirá cupones de descuentos.

▪ ***Gorras y abanicos de papel:***

Estos igualmente tendrán como único contenido el logo y serán otorgadas en los concursos dentro del club.

▪ ***Calcomanías:***

Con el logo de la empresa de 4 cm de diámetro autoadhesivas full color.

▪ ***Cartelera:***

A diferencia de la anterior quedará ubicada dentro del centro recreacional y contendrá información sobre todas las actividades anteriormente realizadas respaldadas con fotos del momento. Esta tendrá un diseño moderno y divertido con el logotipo de la empresa. De esta manera las personas que asistan tendrán siempre conocimiento de las actividades que realizan en SANTAY ECOCLUB.

## 6.2.5 Estrategias de Marketing Mix

### PRODUCTO

En SANTAY ECOCLUB podrá realizar diversas actividades como caminatas por diferentes senderos interpretativos donde podrá observar el hermoso y abundante mangle característico de la isla; asimismo tendrá la posibilidad de observar la amplia gama de fauna del lugar tales como boas, iguanas, mapaches, ocelotes, murciélagos, lagartos y más.

Recorridos por la isla, festivales gastronómicos, la experiencia inolvidable de navegar por las aguas del río Guayas, entre muchas otras actividades. Pero lo mejor y más importante el placer de disfrutar la naturaleza y sentir la hospitalidad y calidez de sus anfitriones que lo harán sentirse como en casa.

### PRECIO

SANTAY ECOCLUB lanzará al mercado un servicio de bajo precio con el objetivo de lograr una rápida penetración y acogida en un mayor número de clientela. Es así que el precio estará en función de los costos fijos y variables del Centro Recreacional, el rendimiento esperado del inversionista (TMAR), la relación beneficio-costo requerido por los consumidores potenciales y las temporadas altas y bajas.

	VALOR DE LA ENTRADA	RECORRIDO DENTRO DE LA ISLA	RECORRIDO POR EL RIO GUAYAS
Adultos	\$6	\$7	\$7
Tercera edad, discapacitados, niños de 5 a 12 años, estudiantes	\$4	\$4	\$4

\*Niños menores de 5 años no pagan entrada.

ALQUILERES	
Quioscos	\$280
Salón Poli-funcional	\$380

## PLAZA

Siendo la función básica de la distribución el poner el producto o servicio a disposición del consumidor final, SANTAY ECOCLUB opta por dos tipos de canales:

*Canal corto:* Número de intermediarios reducido.



Beneficiando al Centro Recreacional de las siguientes maneras::

- Incrementando la accesibilidad del cliente potencial a nuestros servicios.
- Llevando a cabo labores de mercadeo.
- Representando un considerable apoyo en las acciones promocionales.
- Informando y asesorando al cliente sobre el servicio y su compra.

*Canal directo:* Canal en el que no hay intermediarios.



## PROMOCIÓN

Debido al alto involucramiento de la comunicación en las ventas, es muy importante que se utilicen los medios adecuados para dar a conocer el Centro Recreacional a sus clientes potenciales, es así que para la mezcla promocional se utilizarán los medios descritos anteriormente, por considerarlos los más óptimos para comunicar, informar, dar a conocer, persuadir, motivar o inducir la compra de nuestros servicios:

- Publicidad
- Publicidad no pagada
- Mercadeo (folletería)
- Relaciones Públicas
- Venta Personal

## 6.3 Investigación de mercado

### 6.3.1 Cálculo de la muestra

En el presente proyecto la población estará conformada por la totalidad de ecuatorianos según el último censo 2010 realizado por el INEC, conformado por 14.306.876 personas. Sin embargo para el desarrollo de un adecuado análisis sintetizará la misma, reuniendo una porción significativa de la población, que permita generalizar los resultados de la investigación.

Por consiguiente para seleccionar la muestra o subgrupo de la población se realizará una segmentación geográfica, refiriéndonos únicamente a quienes habitan en la provincia del Guayas (3'573.003) y más específicamente a quienes viven en la ciudad de Guayaquil y el los cantones de Samborondón y Durán (2'039.789), concretamente familias enteras integradas por 4 miembros de un estrato social medio incluyendo: medio-bajo, medio-medio, medio-alto, llegando a conformar un total de 217.237 familias; de las cuales sólo el 32.4%, es decir, 70.284 prefieren compartir con la familia.

Ecuador		14'306.876
Guayas		3'573.003
Guayaquil, Samborondón y Durán		2'039.789
Estrato social medio-alto a medio-bajo	42.6%	868.950
Número de familias	/4	217.237
Prefieren compartir con la familia	32.4%	70.284

Fuente: INEC  
Elaboración: Propia

Es así que por factores determinantes a la presentación del proyecto se tomará una muestra representativa del total del mercado potencial, es decir 300 personas, a las cuales se encuestarán en sitios estratégicos como: Malecón Simón Bolívar y la Avenida 9 de Octubre.

. Cabe recalcar que los datos a obtener tienen como fundamento una muestra aleatoria estratificada.

### 6.3.2 Formato de la encuesta

NOMBRE: \_\_\_\_\_

E-MAIL: \_\_\_\_\_

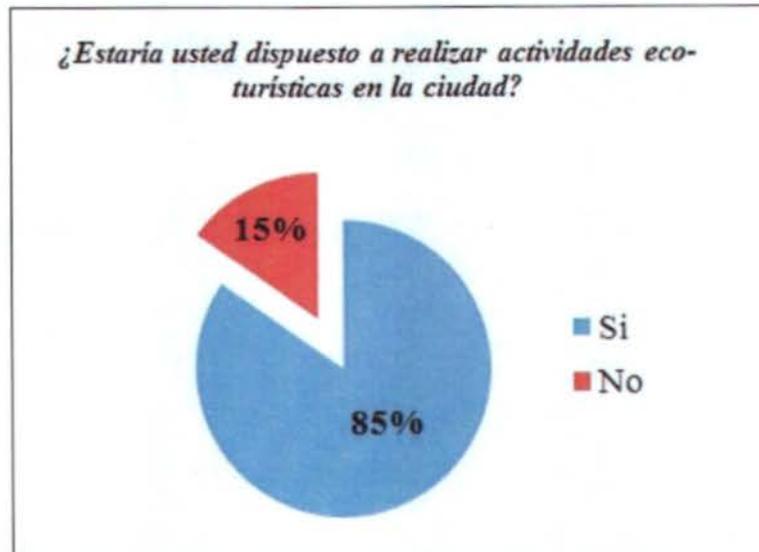
#### ENCUESTA

1. ¿Estaría usted dispuesto a realizar actividades eco-turísticos en la ciudad?  
SI  NO
2. ¿Conoce usted la ubicación de la ISLA SANTAY?  
SI  NO
3. Si existiera un centro recreacional eco-turístico en la ISLA SANTAY. ¿Visitaría sus instalaciones?  
SI  NO   
PORQUE \_\_\_\_\_
4. ¿Con quién o quienes visitaría el centro recreacional?  
Sólo  Amigos  Familiares  Con un grupo organizado
5. ¿Qué actividades le gustaría desarrollar en el centro recreacional?  
 Efectuar un recorrido dentro de la isla  
 Efectuar un recorrido en lancha por el Río Guayas alrededor de las islas  
 Disfrutar de las instalaciones
6. ¿Cuánto estaría dispuesto a gastar en el centro recreacional por persona?  
\$10 - \$15  \$16 - \$20  \$21 - \$25  \$26 - \$30
7. ¿Con que frecuencia usted lo visitaría?  
Una vez al mes  Cada dos meses   
Cada tres meses  Cada cuatro meses
8. Al momento de visitar un centro eco-turístico, ¿Qué es lo primero que toma en cuenta?  
Servicios  Precios  Instalaciones  Seguridad   
Otros \_\_\_\_\_
9. Cuando ha visitado un centro recreacional ¿Qué tipo de inconvenientes ha encontrado?

### 6.3.3 Presentación y análisis de los resultados

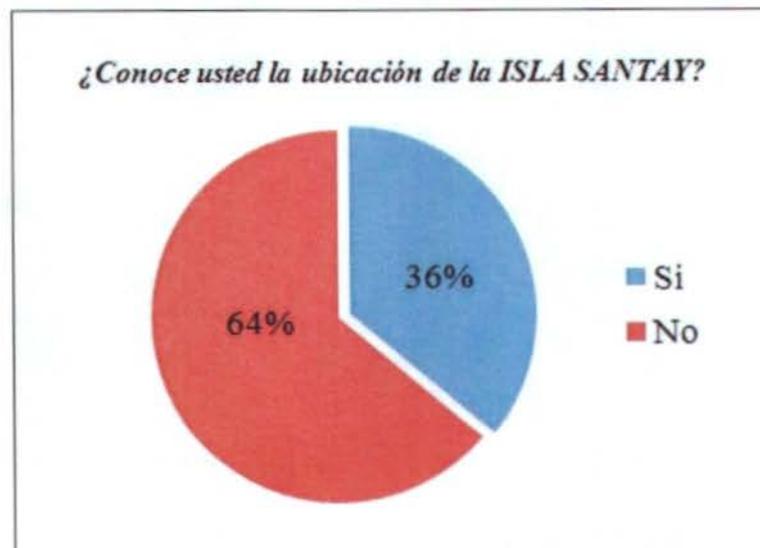
Los resultados obtenidos serán presentados mediante gráficas circulares y de barra, con el propósito de establecer con precisión las interpretaciones respectivas.

#### PREGUNTA # 1



El 85% encuestado mostró interés por la realización de actividades eco-turísticas; mientras que el 15% restante reveló indiferencia o desagrado ante las mismas.

#### PREGUNTA # 2

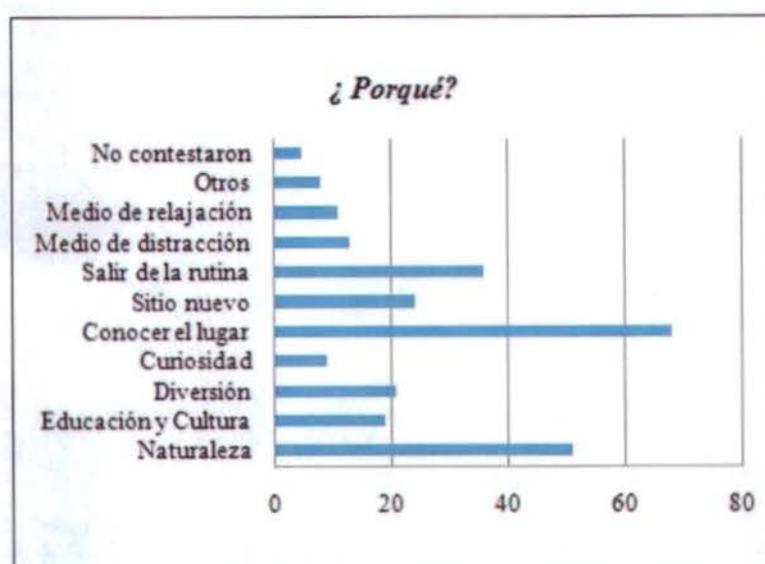


El 64% de personas encuestadas evidenció una falta de conocimiento de la ubicación de la isla Santay y por ende de mayor información de la misma.

### PREGUNTA # 3



El 88% de encuestados afirmó que sí visitaría las instalaciones de un centro recreacional en el caso de existir, no obstante un 12% negó su asistencia.



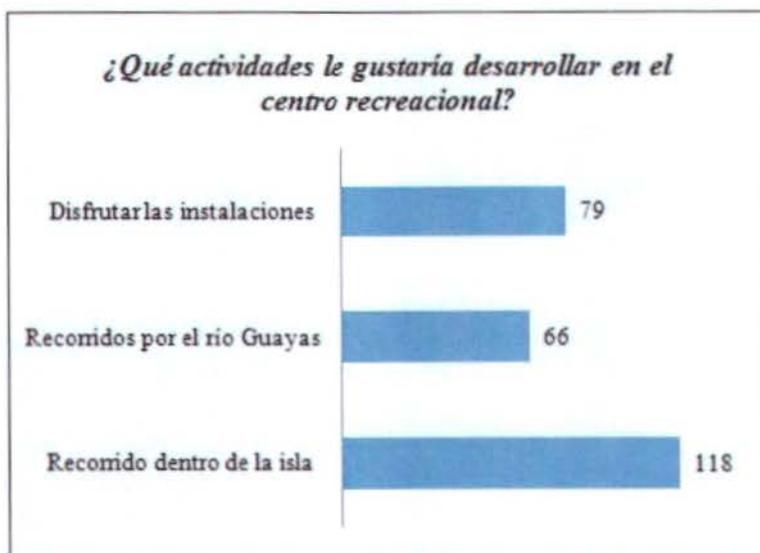
Del 88% que sí visitaría las instalaciones, un 23% lo haría por conocer el lugar, un 17% por la variedad de flora y fauna existente en la isla, un 12% por salir de la rutina, un 8% por ser un sitio nuevo, un 7% iría en busca de diversión, un 6% por educación y cultura, un 4% ve la visita como medio de distracción, un 4% como medio de relajación, un 3% por curiosidad y otro 3% por razones varias, finalmente un 2% no contestó.

#### PREGUNTA # 4



Tomando en consideración únicamente las personas que sí visitarían el Centro recreacional, es decir 263 personas; el 47% iría acompañado de su familia, el 32% con sus amigos, el 16% en grupo y por último un 5% iría sólo.

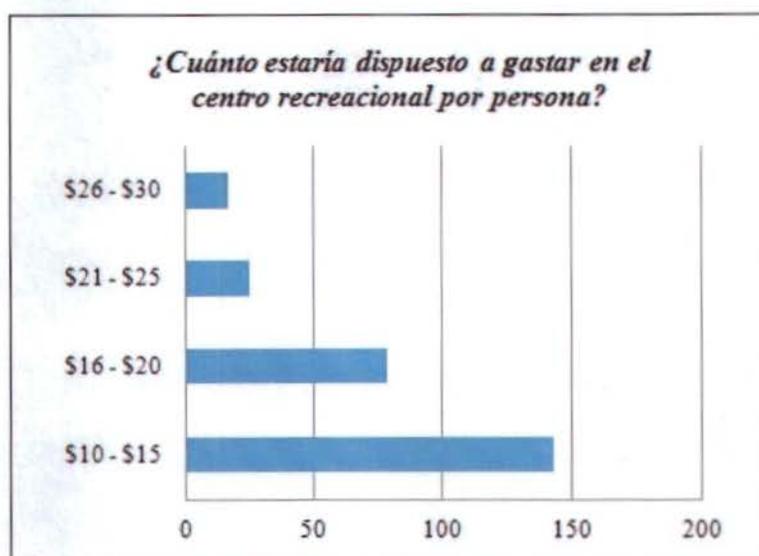
#### PREGUNTA # 5



De las 263 personas que sí visitarían el Centro Recreacional 118 muestran interés por realizar el recorrido dentro de la isla, mientras que 66 optan del recorrido por el río Guayas.

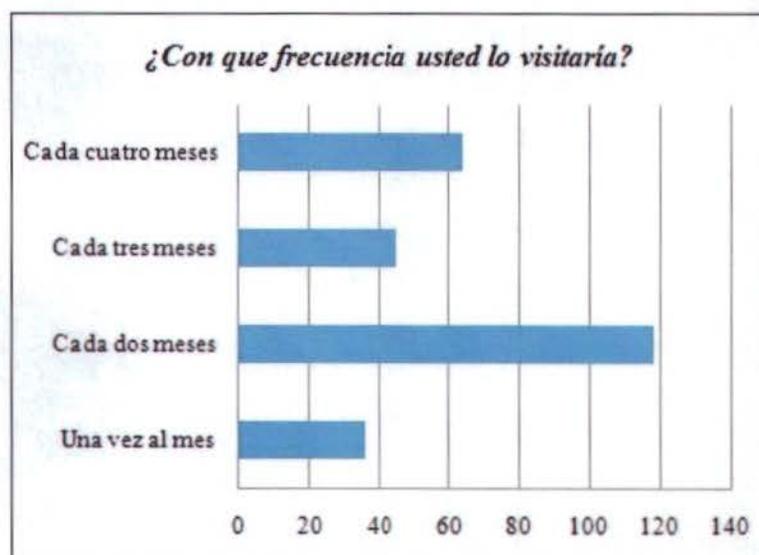
Por otro lado 79 personas prefieren disfrutar de las instalaciones y actividades que se ofrecen dentro del centro recreacional.

### PREGUNTA # 6



Un 54% gastará entre \$10 y \$15 por persona durante su visita al centro recreacional, un 30% entre \$16 y \$20, un 10% entre \$21 y \$25 y finalmente un 6% entre \$26 y \$30.

### PREGUNTA # 7



Un 45%, es decir, 118 personas visitarían el centro recreacional cada dos meses, un 24% , es decir 64 personas cada cuatro meses, un 17% cada tres meses y por último un 14% una vez al mes.

### PREGUNTA # 8



95 personas escogieron el servicio como prioridad a tomar en cuenta, siguiendo el precio con 78 personas, la seguridad con 56 personas y finalmente las instalaciones con 32 personas.

### PREGUNTA # 9



El 27% de los encuestados mencionó el mal servicio como el principal inconveniente, seguido por un 18% y 16% atribuido a la falta de limpieza y al mal estado de las instalaciones respectivamente.

Por otro lado la inseguridad obtuvo un 14% en las encuestas, la falta de información un 10%, los precios altos un 9% y finalmente la ubicación un 6%.

De acuerdo a los resultados reflejados en las encuestas podemos reafirmar la existencia de un mercado dispuesto a realizar actividades eco-turísticas, sin embargo, este mismo mercado evidencia falta de conocimiento de lo que realmente involucra el ecoturismo y de la ubicación de la isla Santay, por lo que será trascendental proporcionar una mejor y mayor información sobre estos temas.

Por otro lado se expone lo que motivaría a los encuestados a visitar un centro recreacional siendo los principales motivos: conocer el lugar, admirar la variedad de flora y fauna y salir de la rutina. También se determinó la importancia de las actividades de esparcimiento y recreación siendo el recorrido dentro de la isla, la actividad de mayor acogida para el deleite de los visitantes que asistirían junto con su familia o amigos principalmente, seguida por quienes prefieren disfrutar de las instalaciones y actividades que se ofrecen dentro del centro recreacional.

En lo que respecta a los valores dispuestos a cancelar por persona se obtuvo que la mayoría pagará entre \$10 y \$15 y que la visita sería básicamente ocasional (cada dos meses). Finalmente, es necesario acotar que un alto porcentaje de los encuestados señaló el servicio como prioridad a tomar en cuenta al acudir a un centro recreacional, seguido por el precio y la seguridad, además de mencionar inconvenientes al visitar otros centros recreacionales como el mal servicio, la falta de limpieza, el mal estado de las instalaciones, la inseguridad, la falta de información, entre otros.

En conclusión, los datos arrojados por las encuestas reflejan en términos generales una aceptación de los diferentes atributos que conformarían el servicio ofrecido por SANTAY ECOCLUB y una tendencia favorable en la conducta de los clientes potenciales.

Dicho estudio de mercado nos da una noción más clara de la cantidad de visitantes y qué precio estarían dispuestos a pagar. Adicionalmente, nos ha guiado con respecto a las características y especificaciones del servicio que desea obtener el cliente.

## 6.4 Proyecciones Financieras

Tomando en cuenta que informar, persuadir y recordar son actividades primordiales para lograr el posicionamiento de SANTAY ECOCLUB, destinará un 5% del capital de inversión para la puesta en marcha del plan promocional del primer año y a partir del segundo año se destinará un 2.5 % de las utilidades para el mantenimiento continuo de dicho plan.

## 6.5 Presupuesto de Marketing

### ETAPA INFORMATIVA

ESTRATEGIA	COSTO TOTAL
PUBLICIDAD	\$ 1081.68

TÁCTICAS	CANT.	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Trípticos	2500	0.18	\$ 450
Carpetas	500	0.12	\$ 60

<b>TOTAL</b>	<b>\$ 1.591.68</b>
--------------	--------------------

### ETAPA PERSUASIVA

ESTRATEGIA	COSTO TOTAL
PUBLICIDAD	\$ 1675.88

TÁCTICAS	CANT.	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Trípticos	6000	0.18	\$ 1.080.00
Gorras de papel	3000	0.08	\$ 240.00
Abanicos de papel	3000	0.08	\$ 240.00
Cartelera	1		\$ 130.00
Carpetas	1500	0.12	\$ 180.00
Posters	2000	0.16	\$ 320.00

<b>TOTAL</b>	<b>\$ 3865.88</b>
--------------	-------------------

## ETAPA DE MANTENIMIENTO

ESTRATEGIA	COSTO
PUBLICIDAD	\$ 843.36

TÁCTICAS	CANT.	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Trípticos	1800	0.18	\$ 324
Gorras de papel	3000	0.08	\$ 240
Abanicos de papel	3000	0.08	\$ 240
Calcomanías	5000	0.04	\$ 200
Cartelera	1		\$ 100

<b>TOTAL</b>	<b>\$ 1947.36</b>
--------------	-------------------

## PRESUPUESTO TOTAL

ETAPA INFORMATIVA	\$ 1591.68
ETAPA PERSUASIVA	\$ 3865.88
ETAPA DE MANTENIMIENTO	\$ 1947.36

<b>TOTAL</b>	<b>\$ 7404.92</b>
--------------	-------------------

## 6.6 Auditoría y control de resultados

### 6.6.1 Implementación

A fin de llevar a buen término el mencionado plan de marketing es necesario establecer un plan de implementación en el que el Jefe de Marketing será el responsable de intervenir en las tareas anteriormente detalladas y asegurar su ejecución de tal forma que se logren los objetivos. Del mismo modo será el responsable de la **evaluación** y el **control** que proporcionarán los mecanismos para estimar los resultados del plan de marketing y corregir cualquier acción que no contribuya al alcance de dichas metas.

Finalmente se llevará a cabo una **auditoria** periódica junto con el personal de SANTAY ECOCLUB para lograr una amplia evaluación de las metas, estrategias, estructura y desempeño del plan.

## 6.6.2 Indicadores

Debido a los constantes cambios y fluctuaciones que experimentan el mercado y el entorno, es esencial para SANTAY ECOCLUB controlar y evaluar constantemente los resultados obtenidos por las estrategias propuestas en el plan de marketing. Para ello se utilizará los siguientes tipos de control:

- **Control del plan anual**

Este control permitirá conocer el desarrollo de las actividades planteadas y presupuestadas, sus resultados y avances, a través del análisis de las ventas, el análisis financiero, etc. Convirtiéndose así en un indicador de la participación en el mercado de SANTAY ECOCLUB y los beneficios que se están generando a partir de la inversión anual.

- **Control de plan de rentabilidad**

Basado en la medición de la rentabilidad del servicio, los clientes y los canales de distribución, este control determinará qué actividades potenciar y cuales deben reducirse o eliminarse; además comprobará si el plan de marketing diseñado está siendo efectivo financieramente.

- **Control de plan de eficiencia**

Cuando no se logran las metas establecidas del plan de marketing se debe evaluar la eficiencia los vendedores, la promoción de ventas, la distribución, la publicidad, etc. para replantear o reformular los mismos de tal forma que se obtengan los resultados esperados.

- **Control del plan estratégico**

La revisión y evaluación de las metas del plan de marketing, serán periódicamente controladas, constatando la calidad del servicio y el excelente manejo de las estrategias ya establecidas, así como que estas se encuentren al día en sus fechas para la auditoria.

### 6.6.3 Plan de Contingencia

En caso de una disminución en la afluencia de visitantes o cambios en los patrones y hábitos del consumidor se utilizarán medidas agresivas para lograr persuadir a los clientes a fin de lograr los objetivos propuestos en el plan de marketing; así como también los objetivos generales del centro recreacional. Conjuntamente esto nos dará una capacidad de respuesta y de reacción inmediata ante cualquier situación, guiándonos hacia una mejor competitividad.

En este sentido, se ha propuesto actividades adicionales que apoyen la promoción de SANTAY ECOCLUB, a manera de intensificar su presencia en el mercado.

– **FAM TRIPS (Viajes de familiarización):**

Se formará grupos de interés, conformados por periodistas de prensa escrita general y especializada, medios de comunicación, programas televisivos de interés turístico y personal de agencias de turismo receptivo de la ciudad con el objetivo de obtener una mayor cobertura que apoye la promoción de los servicios que ofrece SANTAY ECOCLUB de tal forma que aumente el número de visitantes.

– **Distribución de pósters:**

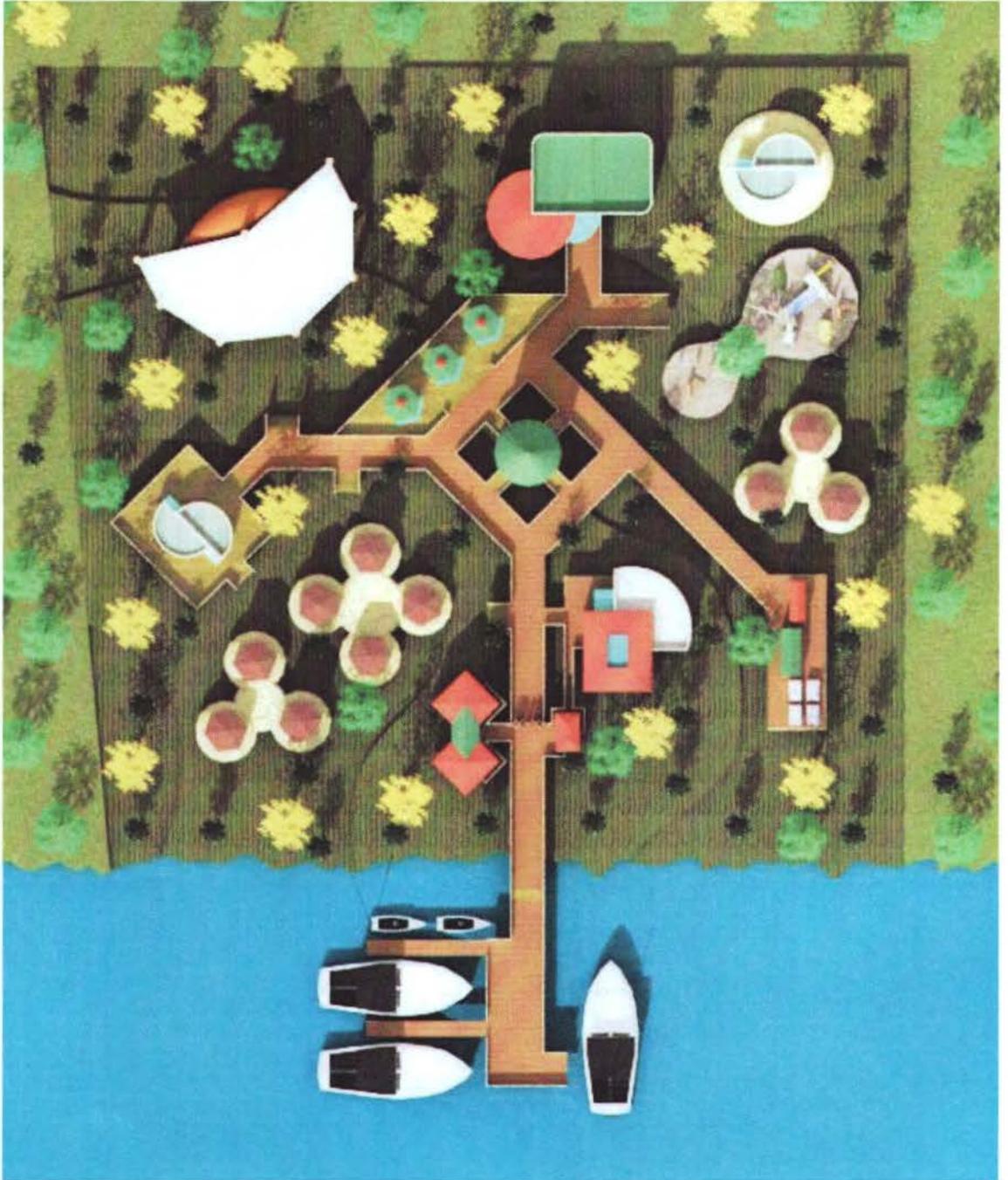
Dado que los posters son una herramienta de promoción directa, serán utilizados como medio para potenciar las ventas. Es así que mediante un mensaje claro y una ubicación estratégica se buscará crear expectativa e impacto en quien lo vea; incentivándolo a visitar las instalaciones de SANTAY ECOCLUB.

– **Publicidad televisiva:**

Mediante un soporte audiovisual de corta duración a través del canal del estado en horario diurno de lunes a viernes; se buscará transmitir un mensaje claro y global de los servicios que ofrece SANTAY ECOCLUB incentivando a la audiencia a visitar las instalaciones.

## 7. PLAN OPERATIVO

### 7.1 Distribución física del espacio a utilizar



## **7.2 Días y horario de funcionamiento**

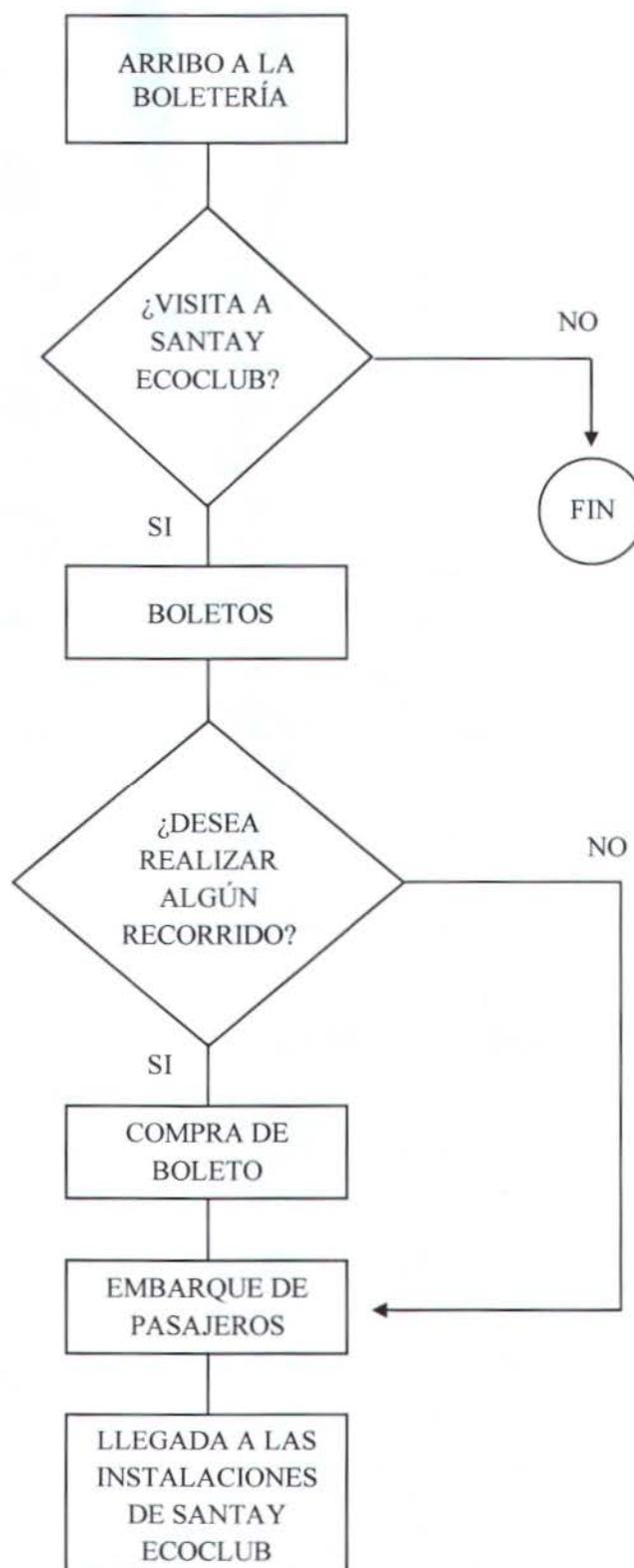
Miércoles a Domingo de 10h00 a 17h00 y feriados.

## **7.3 Infraestructura**

El aumento del uso de materiales ecológicos en edificaciones a nivel mundial está demostrando no sólo ser posible sino necesario, es así que la toma de conciencia sobre el entorno es lo que lleva a SANTAY ECOCLUB a optar por una construcción respetuosa con el medio ambiente, minimizando en la medida de lo posible los impactos generados por el acto de construir, ayudando a crear un desarrollo sostenible y garantizando la sustentabilidad de las futuras generaciones. Para ello se ha tenido en consideración los estudios realizados por el Ministerio de Medio Ambiente en los que se establece el área más adecuada para la construcción, considerando el equilibrio ecológico de la isla; la armonía e integración con los estilos arquitectónicos de la eco-aldea inaugurada el pasado viernes 12 de agosto del 2011 y finalmente un diseño que se adapte y beneficie la distribución de los espacios, así como también el desarrollo apropiado de los diferentes servicios que se ofrecerán en las instalaciones del centro recreacional.

Es así que la infraestructura de SANTAY ECOCLUB estará basada en materiales naturales como la madera para las paredes y el uso de fibrolit (láminas de fibrocemento hasta 8mm de espesor) para la base. Dicha madera será tratada con químicos especiales y rociada con un aislante que impedirá la proliferación de polillas y hongos, y evitará la propagación del fuego en caso de incendio; además será inmersa en sales minerales para darle mayor durabilidad (30 años de vida útil). Por otro lado, la cubierta de los techos será térmica para generar así un inmueble fresco y evitar la utilización de instrumentos como ventiladores. La obra estará elevada a 1.50 m del suelo y conectada por camineras de madera que estarán levantadas sobre 0.90 cm. Adicionalmente contará con iluminación por paneles solares, un regulador e inversor que transformarán la energía solar en 110 voltios, además de sistemas de agua potable a través de un taque de agua y tratamiento de aguas residuales.

#### 7.4 Proceso Productivo de entrega del servicio



Para visitar SANTAY ECOCLUB los interesados podrán adquirir sus boletos ya sea en persona o vía telefónica. La boletería se encontrará ubicada a lo largo del Malecón Simón Bolívar con un horario de atención de miércoles a domingo de 09:00 a 17:00 y feriados. Dicha boletería presentará los horarios de salida y retorno disponibles, mostrados a continuación:

SALIDA	RETORNO
10:00	11:30
11:00	12:30
12:00	13:30
13:00	14:30
14:00	16:00
15:00	16:30

Para satisfacer la demanda en estos horarios SANTAY ECOCLUB contará inicialmente con dos embarcaciones contratadas a pequeños emprendedores de transporte turístico fluvial que forman parte del programa MI CANOA TURÍSTICA impulsado por el Ministerio de Turismo. Dichas embarcaciones deberán acogerse al Manual de Seguridad para pasajeros y tripulantes descrito en el punto 6.13 y cumplirán con los siguientes horarios:

EMBARCACIÓN #1		EMBARCACIÓN #2	
SALIDA	RETORNO	SALIDA	RETORNO
10:00	11:30	11:00	12:30
12:00	13:30	13:00	14:30
14:00	16:00	15:00	16:30

En caso de existir una mayor demanda o sucesos fortuitos como daños a las embarcaciones u otros, se contará con proveedores alternos que presten servicio temporal de igual calidad.

En cuanto a los boletos, estos tendrán un valor de:

Adultos	\$ 6
Tercera edad, discapacitados, niños de 5 a 12 años, estudiantes	\$ 4

los cuales deberán ser pagados en efectivo; entregándose un boleto individual que incluirá los siguientes servicios:

- Transporte ida y vuelta partiendo del muelle ubicado en Malecón y Tomás Martínez hacia la isla Santay. El viaje tendrá una duración de aproximadamente 20 min.
- Uso de las instalaciones incluyendo: áreas de descanso, juegos infantiles, áreas verdes y galería - museo.

Conjuntamente se ofrecerá a los interesados actividades adicionales como:

- Recorridos guiados por senderos ecológicos atravesando atractivos como el criadero de lagartos y el humedal.
- Recorridos guiados en lanchas por el río Guayas, reconociendo el área protegida denominada Área Nacional de Recreación.

Con un valor adicional de:

	<b>RECORRIDO DENTRO DE LA ISLA</b>	<b>RECORRIDO POR EL RIO GUAYAS</b>
Adultos	\$ 7	\$ 7
Tercera edad, discapacitados, niños de 5 a 12 años, estudiantes	\$ 4	\$ 4

Al reverso de cada boleto se detallará las siguientes condiciones de uso:

- Válido únicamente para la fecha y hora indicada.
- El cambio del horario de retorno estará sujeto a disponibilidad.
- Ante la pérdida, robo o daño del boleto se deberá adquirir uno nuevo.
- Personas de tercera edad deberán mostrar una credencial que los acredite a obtener el respectivo descuento.
- Menores de cinco años no pagan boleto, pero no tienen derecho a asiento.
- No se ofrecerá ningún reembolso.
- SANTAY ECOCLUB no se responsabiliza por objetos olvidados.

En el caso de las reservaciones efectuadas telefónicamente, estas deberán ser canceladas en boletería con una anticipación mínima de 30 minutos antes de su salida, caso contrario perderá el derecho a la misma.

Una vez adquirido su boleto, el visitante se dirigirá al muelle para el embarque correspondiente 15 minutos antes de la hora de salida. Las familias que viajen con niños, pasajeros de tercera edad y discapacitados tendrán preferencia en el momento del embarque. Cada uno deberá presentar su boleto y recibirá un chaleco salvavidas; debiendo abordar inmediatamente el medio de transporte y ubicarse en los asientos libres.

Durante el viaje el personal de la embarcación facilitará a los visitantes las siguientes recomendaciones e indicaciones con el objetivo de brindar un aporte positivo y a favor de la conservación de la isla:

- Por su naturaleza única, las plantas, animales y rocas deben permanecer en su sitio para no causar alteración alguna; por tanto NO es permitido tomar nada de la isla, a excepción de fotos.
- Cualquier introducción de organismos extraños como: animales, semillas, plantas e insectos causarían serios problemas, por lo que es de vital importancia la colaboración de los turistas para evitar daños al ecosistema.
- Los animales de la isla Santay no deben ser tocados ni acariciados ya que esto puede alterar su comportamiento.
- La fauna endémica y nativa de la isla Santay tiene su forma natural de alimentación, por lo tanto NO se les debe dar ningún tipo de alimento.
- La basura de cualquier tipo interfiere en los procesos naturales y le quita el encanto al paisaje único de la isla. Es importante que NO se arroje basura en los sitios de visita, en el mar o en las cercanías de la isla.
- El escribir nombres y frases de cualquier naturaleza en rocas, paredes, etc., es un signo de mala costumbre y pésima educación y daña el paisaje.
- NO está permitido encender fuego ni fumar dentro o fuera de las áreas de SANTAY ECOCLUB.
- Filmaciones a nivel profesional requieren de autorizaciones especiales por parte de la administración de SANTAY ECOCLUB.

Al arribar al muelle de la isla, el personal de SANTAY ECOCLUB dará una cordial bienvenida a los visitantes, invitándolos a disfrutar de los servicios e instalaciones a su disposición.

### **Área de juegos infantiles**

Esta zona estará dedicada al entretenimiento y libre esparcimiento de nuestros visitantes más pequeños; en ella encontrarán un conjunto de circuitos lúdicos compuesto por una torre mirador, toboganes, resbaladeras, puentes colgantes, hamacas, carruseles y demás juegos que incentiven a los niños a divertirse sanamente en un lugar tranquilo y seguro. ¡Porque jugando también se aprende!

### **Área de descanso**

En medio de un agradable clima y rodeado de abundante naturaleza, nuestro visitante podrá disfrutar de un lugar para el descanso, acondicionado con pérgolas de madera y hamacas 100% algodón ecológico, elementos que harán de éste, un espacio de relajación bajo la sombra de los árboles para adultos y seguramente el escenario de muchos de los juegos de sus hijos.

### **Mirador**

Dado que en este lugar la naturaleza es la gran artista, SANTAY ECOCLUB ha dispuesto un mirador desde el cual el visitante podrá disfrutar de un escenario realmente sorprendente, en el que destaca el espectacular manglar característico de la isla, las aves que la sobrevuelan, las instalaciones del centro recreacional, el perfil del insigne malecón 2000, las periferias de Durán y más.

### **Animación turística**

En SANTAY ECOCLUB encontrará cada semana, una divertida y variada programación de actividades para todas las edades. Juegos autóctonos, populares y tradicionales serán parte de una animación dinámica e interactiva, llena de sorpresas que transformará su estancia en una agradable aventura en contacto con la naturaleza, en total relax y descanso.

Las actividades preparadas para cada semana serán publicadas en la cartelera ubicada al ingreso del centro recreacional y en su página web [www.santayecoclub.com](http://www.santayecoclub.com) ilustradas mediante fotografías y videos. Finalmente, un detalle de estas actividades se incorporará en el anexo # 7 como parte de este documento.

### **Galería – museo**

Un espacio permanente para exhibir y enaltecer a través de una muestra fotográfica compuesta por imágenes históricas y contemporáneas la cultura, historia y el trabajo de quienes habitan desde hace más de 70 años en la isla Santay, además de espacios lúdicos, material didáctico para niños y adultos y finalmente un recorrido auto-guiado que propone un escenario de encuentro entre los visitantes y el arte a través de diversas exposiciones temporales de pintores, escultores y artistas nacionales y extranjeros.

Asimismo estas obras serán promocionadas a través de una galería fotográfica en nuestro sitio web, en el que existirá además una opción para que artistas interesados en exponer sus obras se pongan en contacto con el personal encargado.

### **Quioscos**

SANTAY ECOCLUB situará tres quioscos alrededor de sus instalaciones dirigidos a ofrecer una variada propuesta de platos para picar y una amplia carta de bebidas refrescantes.

Dichos quioscos serán concesionados a los habitantes de la isla interesados en formar una micro empresa. Pagarán un valor por arriendo mensual y serán capacitados para la realización de su trabajo diario en condiciones de aseo y orden y asesorados en lo concerniente a la administración y puesta en marcha del mismo.

### **Tienda de recuerdos**

Ubicada a la salida de SANTAY ECOCLUB, aquí encontrará una amplia variedad de recuerdos para parientes o amigos realizados con materiales ecológicos y reciclados que respetan nuestro entorno y completan el ciclo de reciclaje que se lleva a cabo en el centro recreacional. Los materiales principales utilizados son: papel, cartón, madera y otros componentes de origen natural.

Un detalle de los artículos se incorporará en el anexo # 8 como parte de este documento.

Para los interesados SANTAY ECOCLUB ofrecerá dos tipos de recorridos guiados:

- Recorridos guiados por la isla
- Recorridos guiados en lancha

Los recorridos guiados a pie por la isla Santay estarán organizados en los siguientes horarios con una duración de 45 min:

SALIDA	RETORNO
12:00	12:45
13:00	13:45
14:00	14:45

Cada grupo estará conformado por mínimo 8 y máximo 12 personas; las cuales se reunirán 15 minutos antes de la hora de salida junto a la boletería, en donde el guía nativo asignado entregará bolsas bio-degradables para la recolección de desperdicios y explicará las normas a seguir durante el recorrido:

- Evite causar alteraciones en la naturaleza. Tome sólo fotografías y videos. Filmaciones profesionales necesitan autorización.
- Por su seguridad y la de la fauna y flora de la isla manténgase en el interior de los senderos. Respete la señalización.
- Conserve una distancia no menor a 2 metros con la fauna para no alterar su comportamiento.
- La fauna tiene conductas alimenticias propias. No los alimente.
- No arroje basura ni desperdicios, colóquelos en su lugar.
- Está prohibido fumar.
- Ayúdenos a conservar los ecosistemas colaborando con el personal en las tareas de inspección, monitoreo y control. Denuncie cualquier anomalía.

Una vez expuestas, iniciará el recorrido que permitirá al visitante disfrutar de la historia y el ecosistema de la isla; conociendo con detalle la naturaleza, la flora, la fauna y las tradiciones de la zona. Adicionalmente recibirán una charla sobre el ecosistema manglar y la comunidad de Santay y visitarán los criaderos de cocodrilos, el bosque húmedo tropical y la eco – aldea recientemente inaugurada por el gobierno.

Por otro lado, los recorridos guiados en lancha por el río Guayas estarán organizados en los siguientes horarios con una duración de 45 min:

SALIDA	RETORNO
12:00	12:45
13:00	13:45
14:00	14:45

Cada grupo estará conformado por mínimo 12 y máximo 20 personas; las cuales se reunirán 15 minutos antes de la hora de salida junto a la boletería, en donde el guía asignado dará las indicaciones correspondientes y asistirá en el abordaje de los visitantes a la embarcación, ubicándolos conforme al orden de llegada; las familias que viajen con niños, pasajeros de tercera edad y discapacitados tendrán preferencia en el momento del embarque, simultáneamente facilitará a los visitantes: chalecos salvavidas y bolsas bio-degradables para la recolección de desperdicios.

El recorrido iniciará en el muelle de SANTAY ECOCLUB y bordeará la isla permitiendo ver las ciudades de Guayaquil y Durán, la isla del Gallo e incluso la misma isla Santay desde una perspectiva diferente, en donde la historia, las bellezas escénicas, los recursos naturales y turísticos de estos lugares serán el tema a exponer por el guía abordo, además de comentarios informativos y curiosidades sobre el ecosistema manglar característico de la isla y la variedad de aves que podrá encontrar.

Es así que ambos recorridos tendrán como objetivo permitir que el visitante obtenga un sin fin de sensaciones que hagan de su estadía un momento único e inolvidable a través de la paz y tranquilidad de la naturaleza, los contrastes de colores entre el verde de la naturaleza, el azul del cielo y los colores vivos de los animales, la sencillez de los moradores de la isla y la vida ecológica.

Finalmente, en el caso de los grupos escolares se diseñará, previa coordinación, programas e itinerarios acorde a sus requerimientos poniendo especial atención a su disponibilidad de tiempo y a los fines educativos para los que requiera nuestros servicios.

## 7.5 Perfiles y manual de funciones de empleados

### **ADMINISTRADOR**

#### **Perfil:**

- Título Superior o Egresado: INGENIERO EN ADMINISTRACIÓN/  
INGENIERO EN ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA Y HOTELERA
- Bilingüe
- 2 años de experiencia en tareas afines
- Sexo: Indistinto
- Edad: 25 años en adelante

#### **Función General:**

Planear, organizar, dirigir y controlar las estrategias y acciones a desarrollar para el óptimo aprovechamiento de los recursos de las áreas que integran SANTAY ECOCLUB.

#### **Funciones Específicas:**

- Administrar óptimamente los recursos humanos, materiales y financieros de SANTAY ECOCLUB.
- Proponer medidas técnico - administrativas para el mejor funcionamiento de los recursos existentes.
- Controlar el manejo de operación conforme a lo establecido.
- Determinar y establecer en coordinación con los jefes de las diversas áreas los programas necesarios para el óptimo aprovechamiento de los recursos.
- Coordinar la recopilación de información para integrar el presupuesto anual de egresos e ingresos de SANTAY ECOCLUB.
- Elaborar y proponer programas de remodelación y ampliación.
- Llevar a cabo recorridos periódicos en las instalaciones para detectar fallas y notificarlas al jefe de área respectiva.
- Presentar informes periódicos y extraordinarios a la junta de socios.
- Atender las necesidades administrativas de las distintas áreas.
- Controlar el presupuesto asignado para el funcionamiento de los recursos humanos, materiales y financieros.

## **RECURSOS HUMANOS**

### **Perfil:**

- Título Superior o egresado: INGENIERO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS/PSICOLOGÍA EMPRESARIAL
- 2 años de experiencia en tareas afines
- Sexo: Indistinto
- Edad: 25 años en adelante

### **Función General:**

Determinar en coordinación con su jefe inmediato, las necesidades de recursos humanos para el óptimo funcionamiento de todas las áreas que integran SANTAY ECOCLUB.

### **Funciones Específicas:**

- Efectuar el reclutamiento y selección del personal necesario para el adecuado funcionamiento de las áreas que integran el centro recreacional de acuerdo a los lineamientos establecidos para tal fin.
- Aplicar el sistema de control de asistencia y puntualidad instrumentado en el centro para el personal.
- Actualizar permanentemente la plantilla de personal.
- Programar en coordinación con su jefe inmediato los cursos de capacitación necesarios para el óptimo desarrollo del personal en todas las áreas del centro recreacional.
- Solicitar y tramitar cambios de personal, así como solicitudes de licencias, permisos y vacaciones.
- Instrumentar el programa de inducción del personal nuevo.
- Vigilar que el pago de las remuneraciones, así como las prestaciones y servicios a que tiene derecho el personal, lleguen a ellos en tiempo y forma adecuados.
- Revisar el reporte quincenal de incidencias del personal y asignarlo a su jefe inmediato para su validación.
- Tramitar las tarjetas de identificación.

## **JEFE OPERATIVO**

### **Perfil:**

- Título Superior o Egresado: INGENIERO EN ADMINISTRACIÓN/  
INGENIERO EN ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA Y HOTELERA
- Bilingüe
- 2 años de experiencia en tareas afines
- Sexo: Masculino
- Edad: 25 años en adelante

### **Función General:**

Verificar, evaluar y controlar que las acciones establecidas para el desarrollo operativo del centro recreacional se lleven a de acuerdo a lo estipulado.

### **Funciones Específicas:**

- Elaborar programa anual de trabajo para presentarlo al administrador.
- Planear, dirigir y coordinar la realización de los trabajos de acuerdo a los programas establecidos.
- Supervisar la realización de los trabajos de aseo y limpieza de todas las áreas que integran el centro recreacional.
- Notificar los reportes diarios de defectos y deterioros de las instalaciones.
- Proporcionar al personal a su cargo los implementos necesarios para desarrollar las actividades inherentes a sus puestos.
- Atender personalmente cualquier problema con los usuarios relacionados con el área de operación.
- Supervisar el buen trato y atención a los visitantes.
- Diseñar y establecer un programa de seguridad en las áreas públicas.
- Concentrar, analizar e informar los resultados de los reportes de actividades de las áreas a su cargo, para tomar medidas correctivas.
- Elaborar el presupuesto de gastos de las áreas a su cargo.
- Solicitar la autorización para la compra directa de materiales.
- Seleccionar, relacionar y proponer a los proveedores idóneos para el abastecimiento de los materiales cuya compra requiera ser directa.
- Facilitar la interpretación para grupos de turistas extranjeros.

## **GUIA**

### **Perfil:**

- Ser habitante de la Isla Santay
- Haber aprobado los cursos previos de capacitación
- Sexo: Indistinto
- Edad: 18 años en adelante

### **Función General:**

Informar, dirigir y orientar al visitante durante su permanencia en las instalaciones de SANTAY ECOCLUB.

### **Funciones Específicas:**

- Asistir al visitante durante la ejecución de los recorridos programados.
- Facilitar la interpretación de lo observado en los diferentes recorridos.
- Propiciar el intercambio de opiniones, experiencias y saberes.

## **ANIMADOR**

### **Perfil:**

- Ser habitante de la Isla Santay
- Haber aprobado los cursos previos de capacitación
- Sexo: Indistinto
- Edad: 18 años en adelante

### **Función General:**

Planificar, organizar y ejecutar actividades socio-culturales, deportivas, recreativas en las instalaciones de SANTAY ECOCLUB.

### **Funciones Específicas:**

- Diseñar y llevar a cabo los programas de actividades de recreación en las instalaciones de SANTAY ECOCLUB.
- Organizar y supervisar los eventos culturales en el salón poli-funcional.
- Solicitar y reemplazar el material utilizando, para llevar a cabo de la mejor manera las actividades propias del área.

## **BOLETERÍA**

### **Perfil:**

- Ser habitante de la Isla Santay
- Haber aprobado los cursos previos de capacitación
- Sexo: Femenino
- Edad: 20 años en adelante

### **Función General:**

Realizar el cobro por los servicios que presta el centro recreacional.

### **Funciones Específicas:**

- Brindar una cordial bienvenida al visitante.
- Suministrar el número de entradas solicitado y cobrar su importe.
- Orientar al visitante sobre las diferentes actividades a realizar.
- Asesorar al visitante sobre las tarifas, descuentos y promociones vigentes.
- Informar al visitante sobre los horarios de espectáculos, charlas, etc.
- Realizar el balance diario del dinero ingresado y entradas vendidas.

## **PERSONAL DE LIMPIEZA**

### **Perfil:**

- Ser habitante de la Isla Santay
- Sexo: Indistinto
- Edad: 20 años en adelante

### **Función General:**

Mantener y conservar en perfectas condiciones de limpieza, presentación y uso las diferentes áreas de SANTAY ECOCLUB.

### **Funciones Específicas:**

- Mantener limpias las instalaciones, baños, oficinas y áreas verdes.
- Informar de cualquier deterioro en la infraestructura, maquinaria o equipo.
- Solicitar los materiales necesarios para desempeñar sus labores en forma adecuada y oportuna.

## **GUARDIAS**

### **Perfil:**

- Ser habitante de la Isla Santay
- Haber aprobado los cursos previos de capacitación
- Sexo: Masculino
- Edad: 22 años en adelante

### **Función General:**

Velar por la integridad de las instalaciones y el personal, así como de los bienes y las personas que ingresan a SANTAY ECOCLUB.

### **Funciones Específicas:**

- Cuidado de la integridad de las instalaciones y bienes de SANTAY ECOCLUB; así como también de los visitantes.
- Asegurar el uso de equipos de seguridad para las diferentes actividades.

## **VENDEDORA DE RECUERDOS**

### **Perfil:**

- Ser habitante de la Isla Santay
- Haber aprobado los cursos previos de capacitación
- Sexo: Femenino
- Edad: 23 años en adelante

### **Función General:**

Asesorar al visitante sobre la compra de los diferentes artículos como recuerdo de la visita a SANTAY ECOCLUB.

### **Funciones Específicas:**

- Orientar y asistir al visitante sobre los diferentes recuerdos en stock; y cobrar su importe.
- Realizar el balance del dinero ingresado y el número de recuerdos vendidos al final del día.
- Generar un inventario quincenal sobre los ingresos y el stock existente.

## **JEFE DE MARKETING**

### **Perfil:**

- Título Superior o Egresado: INGENIERÍA EN MARKETING
- 2 años de experiencia en tareas afines
- Sexo: Indistinto
- Edad: 25 años en adelante

### **Función General:**

Planificar, dirigir y controlar la puesta en marcha del plan de marketing a fin de cumplirse los objetivos propuestos en el mismo.

### **Funciones Específicas:**

- Desarrollar y ejecutar de forma eficaz el Plan Estratégico Anual de Marketing para SANTAY ECOCLUB.
- Elaborar el presupuesto de gastos del área de marketing.
- Diseñar estrategias y acciones concretas para mejorar el nivel de posicionamiento en el mercado del centro recreacional.
- Elaborar y difundir el material publicitario de SANTAY ECOCLUB.
- Actualizar constantemente la información referida al centro recreacional en la página web ([www.santayecoclub.com](http://www.santayecoclub.com)) y redes sociales (Facebook, Twitter).
- Elaborar los contenidos de valor para las diferentes piezas de comunicación (avisos de prensa, comunicados, notas, etc.).
- Fomentar la difusión de la imagen de SANTAY ECOCLUB ante sus distintos públicos potenciales.
- Crear una base de datos con información actualizada del visitante.
- Coordinar el servicio de mailing y velar por la confidencialidad de la información de los diferentes soportes informáticos que opere.
- Organizar y coordinar las campañas de promoción en centros educativos y agencias de viajes.
- Realizar las investigaciones de mercado que se consideren necesarias.
- Analizar la información que provenga del buzón de sugerencias.
- Organizar y coordinar estrategias de comunicación externa e interna

## **VENDEDOR**

- Experiencia en ventas o actividades a fines
- Haber aprobado los cursos previos de capacitación
- Sexo: Indistinto
- Edad: 23 años en adelante

### **Función General:**

Establecer un nexo entre los clientes potenciales y SANTAY ECOCLUB.

### **Funciones Específicas:**

- Comunicar y asesorar a grupos escolares y agencias de viajes sobre los servicios que ofrece SANTAY ECOCLUB.
- Retroalimentar al centro recreacional informando sobre las inquietudes de los clientes y actividades de la competencia.

## **PERSONAL EXTERNO**

### **AUXILIAR CONTABLE**

#### **Perfil:**

- Título Superior o Egresado: CONTABILIDAD Y AUDITORÍA
- 2 años de experiencia en tareas afines
- Sexo: Indistinto
- Edad: 25 años en adelante

### **Función General:**

Apoyar y colaborar en la realización de las operaciones tanto de egresos como de ingresos derivados del funcionamiento del centro recreacional.

### **Funciones Específicas:**

- Registrar en libros todos los movimientos contables tanto de ingresos como de egresos que se generen en el centro recreacional.
- Recibir, organizar y archivar los comprobantes de gastos diarios.
- Recibir y revisar los cortes de caja entregados por taquilla.
- Auxiliar en la elaboración del presupuesto anual de egresos.

## 7.6 Presentación del personal

Con la finalidad de fortalecer la imagen de SANTAY ECOCLUB y posicionar su nombre en la mente de nuestros clientes, consideramos incorporar la imagen corporativa en los uniformes asignados a nuestros empleados, permitiendo así que estos sean fácilmente reconocidos además de otorgarles una apariencia ordenada y limpia dentro y fuera del área de trabajo, lo cual generará una impresión positiva y un sentimiento de unidad entre los empleados.

Es así que pensando en la comodidad de los empleados y tomando en cuenta el clima y ambiente en el cual van a desenvolver sus actividades, se diseñaron uniformes fáciles de usar y limpiar. En el caso de los guías estos estarán compuestos por:

- Camisa manga corta color caqui, bordada con el logotipo de SANTAY ECOCLUB, cuenta con dos bolsillos rectangulares de 3,5cm. de largo, abotonada con corchete de presión.
- Pañuelo rojo anudado alrededor del cuello.
- Short hasta la rodilla con dos bolsillos en la parte de atrás y dos bolsillos en diagonal en los laterales.
- Cinturón café.
- Medias tipo polín blancas.
- Zapatos cafés cómodos para la época seca y botas cafés para la época inundada.
- Prendedor rectangular con nombre y apellido del guía.
- Sombrero tipo safari color caqui, bordado con el logotipo de SANTAY ECOCLUB.



Cabe mencionar que cada empleado tendrá como mínimo dos mudas de ropa para que de esta forma mantenga diariamente en condiciones higiénicas su uniforme.

## 7.7 Cronograma de capacitaciones

La capacitación del recurso humano contribuye al desarrollo personal y profesional de los individuos a la vez que redunda en diversos beneficios para la empresa, es así que SANTAY ECOCLUB proveerá a sus empleados de capacitaciones que procuren actualizar sus conocimientos a través de nuevas técnicas y métodos de trabajo. A continuación se presenta el cronograma de capacitaciones a cursar con carácter obligatorio por el personal durante el primer año:

	MES	JUNIO				JULIO				AGOSTO				SEPTIEMBRE			
		Hrs.	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3
Taller de Inducción Organizacional	20																
Charla del Sistema de Gestión de Calidad Integrado	5																
Taller "Tu imagen es importante"	10																
Seminario de RCP Y OVACE - Primeros Auxilios	10																
Taller de Servicio al Cliente	20																
Charla de Manipulación y Manejo de alimentos	5																
Charla Manejo de Clientes Difíciles	10																
Charla sobre el control de Niveles de Seguridad	10																
Charla de motivación y Trabajo en equipo	20																
Taller de Reciclaje y Manejo de Desechos	20																

## 7.8 Política de calidad

SANTAY ECOCLUB se compromete a satisfacer los deseos y expectativas de sus visitantes a través de un servicio de excelencia basado en el desarrollo profesional e integral de sus colaboradores, recursos físicos que propicien un ambiente de descanso y relajación, y una cultura basada en un modelo de conservación y mejoramiento continuo de los procesos a través del desarrollo e implementación de un Sistema de Gestión de Calidad y Medio Ambiente en conformidad con las Normas ISO 9001:2008.

Así mismo se compromete a optimizar los recursos económicos con la ejecución efectiva de los procesos, incrementando la rentabilidad patrimonial y el desarrollo sostenido del centro recreacional.

Finalmente, SANTAY ECOCLUB se compromete a implementar prácticas de trabajo ambientalmente responsables que prevengan la contaminación; así como también el uso adecuado de la energía y materia prima con la finalidad de minimizar los impactos ambientales y promover el desarrollo integral de nuestros colaboradores, el medio ambiente y la comunidad de la isla Santay.

### **OBJETIVOS:**

- Satisfacción del cliente
- Liderazgo de la dirección
- Cumplimiento de los requisitos legales y reglamentarios
- Participación, motivación y formación del personal
- Optimización de los recursos
- Mejora continua de los procesos
- Implementación de prácticas ambientales

Cabe mencionar que el éxito de dicha política radica en el apoyo incondicional de todo el personal manifestado a través del compromiso firme y constante con la calidad, el desempeño ambiental de la organización y la responsabilidad social.

## 7.9 Política Medio ambiental

SANTAY ECOCLUB consciente de la responsabilidad ambiental que origina el desarrollo de sus actividades, se compromete a:

1. Considerar la protección del medio ambiente como una importante responsabilidad de la administración y velar por que ésta se lleve a cabo a través de metas y directrices concretas de comportamiento en todas las funciones y áreas de nuestra actividad.
2. Trabajar por la mejora continua y la prevención de la contaminación, a través de objetivos y metas ambientales, así como, la realización de auditorías internas y externas que garanticen la contribución a la conservación y el respeto al medio ambiente.
3. Promover la formación, sensibilización, participación y comunicación ambiental, a todos los trabajadores del SANTAY ECOCLUB, haciéndola extensible a visitantes y habitantes de la isla para así conseguir entre todos un mayor compromiso ambiental y social, fomentando su integración activa y trabajo en equipo.
4. Cumplir la legislación ambiental vigente, que le sea de aplicación por razón de la actividad y ubicación geográfica, así como los requisitos que la organización suscriba relacionados con sus aspectos ambientales.
5. Implantar medidas de prevención, control y corrección, encaminadas a disminuir el impacto ambiental derivado de nuestra actividad:
  - Buscando el uso más eficiente y racional posible de los recursos naturales y las materias primas necesarias para el desarrollo de nuestro servicio, poniendo especial atención en el ahorro energético y el consumo de agua.
  - Reduciendo la generación de residuos, emisiones, ruidos y aguas residuales; potenciando el reciclado a través de la implantación de buenas prácticas medioambientales.

Para asegurar la conformidad con nuestra Política Ambiental, la administración de SANTAY ECOCLUB establecerá e implementará un Sistema de Gestión Ambiental en base a la Norma ISO 14001:2004.

## 7.10 Política de Seguridad

SANTAY ECOCLUB desarrollará todas sus actividades poniendo especial atención en la protección de su recurso humano y material, para lo cual la empresa facilitará información destinada a identificar, controlar y/o eliminar riesgos que podrían ocasionar lesiones al personal y visitantes, daño a los bienes de la empresa e interrupciones no deseadas en el servicio a través de:

– Seguridad perimetral

La primera impresión de seguridad relativa al centro recreacional, que percibirá el visitante constará de lo siguiente:

- Sólidas barreras disuasivas incluyendo: cercos perimetrales, cercos decorativos y entrada principal perfectamente definidas con el objetivo de delimitar el área perteneciente a SANTAY ECOCLUB.
- Sistema de seguridad de 24 horas, que incluye cámaras de vigilancia permanente ubicada en los lugares estratégicos.
- Servicio de guardias de seguridad altamente capacitado garantizando el cuidado de cada visitante como también de nuestro personal.

– Seguridad médica

Dados los múltiples accidentes que pueden ocurrir en nuestras instalaciones es elemental que tanto los visitantes como el personal de SANTAY ECOCLUB sigan el siguiente protocolo de seguridad:

**ANTES**

Tomar las precauciones necesarias para evitar cualquier tipo de accidente.

**DURANTE**

Mantener la calma y no ocasionar pánico entre las demás personas.

**DESPUÉS**

Solicitar ayuda al personal que este encargado del área.

SANTAY ECOCLUB contará con un botiquín de primeros auxilios, el cual incluirá los siguientes elementos:

- Gasa estéril
- Esparadrapo
- Vendas adhesivas
- Vendas elásticas
- Toallas antisépticas
- Crema antibiótica

- Solución antiséptica
- Acetaminofen (Tylenol) e ibuprofeno (Advil)
- Medicamentos habituales de venta con receta médica
- Pinzas
- Tijeras afiladas
- Imperdibles
- Alcohol
- Termómetro
- Guantes de plástico
- Linterna y pilas de repuesto
- Mascarilla de reanimación cardiopulmonar
- Lista de teléfonos de emergencia

Ante la presentación de un evento fortuito, los primeros auxilios serán brindados por nuestro personal, mientras se efectúan los contactos necesarios con el hospital o entidades correspondientes donde serán trasladados quienes requieran de una atención de nivel superior.

– Seguridad contra incendios

Se aplicará un conjunto de medidas técnicas y organizativas tendientes a evitar, controlar y extinguir incendios a través de:

- Infraestructura a base de madera tratada con químicos especiales y rociada con un aislante que evitará la propagación del fuego.
- Detectores de humo manuales, sistemas rociadores alimentados por el agua del río y extintores fijos y portátiles con su respectivo instructivo de uso, situados a un máximo de 10 a 15 metros lineales entre ellos y a una altura de 1,50m. Se recomendará el uso de extintores de 25kg de polvo o CO<sub>2</sub>, a razón de 1 extintor por cada 250m<sup>2</sup> de superficie.
- Plan de emergencia mediante el cual se identificará por anticipado las necesidades, recursos (humanos, financieros, materiales, técnicos), estrategias y actividades, que permitan implementar las medidas necesarias para disminuir el impacto ante cualquier eventualidad.
- Láminas distintivas situadas en lugares estratégicos donde se mostrará el plano de las instalaciones y la posición de extintores, mangueras, vías de escape, etc.
- Señales de advertencia, prohibición, obligación y socorro detalladas en forma clara, precisa y de fácil entendimiento. Para fines de

evacuación se considerará la ubicación de las señales a una distancia no mayor de 15 metros lineales y a una altura de 1,50 metros.

- Personal altamente capacitado a fin de proveer una evacuación ordenada y segura. Será de carácter obligatorio la participación en los simulacros de evacuación dirigidos por el Cuerpo de Bomberos y las pruebas de alarmas para el reconocimiento sonoro de las mismas.
- Mantenimiento preventivo, correctivo y predictivo de equipos, maquinaria y herramientas de trabajo, permitiendo así un mejor desenvolvimiento y seguridad evitando en parte futuros riesgos.

***Procedimiento a seguir en caso de incendio:***

**1. Pulsar la señal de alarma correspondiente.**

Acción que deberá realizarla aquella persona que se encuentre más próxima a los pulsantes. La clave de la sirena será dos sonidos con pausa entre ellos de 3 segundos durante 10 segundos cada uno.

**2. Dar aviso a los Bomberos.**

El Jefe de Recursos Humanos será el encargado de llamar al 102 o 2-822-139 / 2 831-300 / 2-831-550 y notificar el siniestro.

**3. Cortar el suministro de energía eléctrica.**

El Jefe Operativo procederá a accionar el pulsante de cierre de válvulas.

**4. Evacuación de visitantes y personal.**

- Jefe operativo movilizará las embarcaciones, hacia el punto de encuentro, localizado en la entrada principal.
- Guía#1, guía #2 y animador evacuarán de manera ordenada a los visitantes hacia el punto de encuentro.
- Guardias procederán a abrir las puertas de entrada-salida y permitirán únicamente el ingreso del Cuerpo de Bomberos.

**5. Encender la bomba contra incendios para que entre en operación el sistema de agua.**

Guía #3 será el responsable de encender la bomba respectiva, en ausencia del mismo el responsable será el guía #2.

**6. Extinguir el fuego utilizando para ello, los equipos portátiles y fijos contra incendios.**

## 7.11 Señalética

Con el propósito de brindar una adecuada orientación e información a los visitantes, SANTAY ECOCLUB implementará el uso de pictogramas, expresando así, con una sola imagen, lo que requeriría varias palabras incluso en varios idiomas, proporcionando además una mejor comprensión del mensaje a un mayor número de personas.

A continuación se presenta un listado de pictogramas representando una instalación, servicio, recurso o actividad dentro de SANTAY ECOCLUB:



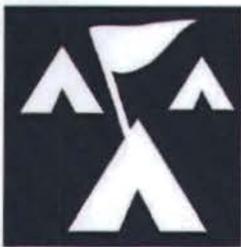
Punto de información



Eco - museo



Área de Recreación



Zona para acampar



Excursiones a pie



Punto fotográfico



Punto de observación de aves



Tienda de regalos



Comida

Así mismo se muestra un listado de pictogramas representando las recomendaciones de uso dentro de SANTAY ECOCLUB:



Evite hacer ruido



Deposite la basura en los contenedores



Manténgase dentro del sendero



Instalación accesible



No se permite encender fuego



No se permite la recolección de plantas



No se permite la captura de animales



No se permite la pesca



Prohibida la caza



No se permite el baño



Prohibido el ingreso de animales

Estos pictogramas estarán ubicados en lugares estratégicos que propicien una mejor y más rápida accesibilidad a los servicios requeridos, así como una mayor seguridad en los desplazamientos y las acciones.

Cabe recalcar que este listado no se considera un muestrario cerrado, sino que se podrán ir incorporando nuevos elementos de acuerdo a nuevas instalaciones, recursos de interés, servicios, actividades y recomendaciones.

## 7.12 Tratamiento de residuos – Reciclaje

Dados los múltiples beneficios que el reciclaje representa:

- Disminuye la cantidad de basura que se debe enterrar, por lo tanto aumenta la vida útil de los rellenos sanitarios.
- Preserva los recursos naturales.
- Economiza energía.
- Disminuye la contaminación del aire y de las aguas.

Esta se presenta como la opción perfecta para el tratamiento de residuos a generarse en SANTAY ECOCLUB, pues ciertos materiales que se volverían basura se apartan, se recolectan y se procesan para ser re-utilizados.

Como la idea es fomentar una actitud positiva hacia el respeto por el medio ambiente SANTAY ECOCLUB incentivará a través de acciones pedagógicas, culturales y lúdicas a:

- Formar e informar a nuestros trabajadores para que colaboren en la medida de sus responsabilidades en la gestión medioambiental de SANTAY ECOCLUB, dado que su interés y actitud positiva permitirá que estas puedan ser trasladadas a nuestros visitantes con los consiguientes beneficios para todos.
- REDUCIR – REUTILIZAR – RECICLAR
- Implementar la recolección selectiva a través de tachos destinados para los diferentes materiales y señalizados con diferente color.
  - Azul                      Papel, Cartón
  - Amarillo                Metal
  - Verde                    Vidrio
  - Gris                      Plástico
- Ser ejemplo del aseo urbano
- Impulsar programas de educación y concienciación ambiental dentro y fuera de SANTAY ECOCLUB.
- Implementar buenas prácticas ambientales en nuestras acciones habituales en el hogar, trabajo, etc.

### **7.13 Manual de Seguridad para pasajeros y tripulantes**

Las medidas de seguridad para pasajeros y tripulantes se aplicarán durante el embarque, el viaje y el desembarque. Por otra parte al ser este un servicio contratado se observará además el cumplimiento de las autorizaciones y requisitos legales para operar.

#### **REQUISITOS LEGALES PARA OPERAR**

- Disponer de todas las autorizaciones y licencias establecidas por la autoridad competente.
- Contar con un registro de pasajeros y tripulación en caso de cualquier contingencia o accidente.
- Mantener al día el pago de las primas del seguro de la embarcación el cual debe cubrir muerte, invalidez permanente y temporal, gastos de atención médica y sepelio. Además de un seguro de responsabilidad civil frente a terceros.
- Poseer equipo de comunicación a tierra (radio-comunicación).

#### **ELEMENTOS DE SEGURIDAD**

La embarcación deberá contar con los siguientes elementos para garantizar la seguridad de todos los individuos involucrados:

- Chalecos salvavidas en buen estado y en cantidad suficiente. (Uno por cada persona).
- Botiquín de primeros auxilios implementado.
- Remos de emergencia.
- Extintor vigente.

Se exigirá que todos los pasajeros el uso del chaleco salvavidas durante todo el circuito turístico hasta arribar a la isla Santay.

Las cartillas ambientales para cada pasajero deberán contar con las recomendaciones y medidas de seguridad básicas. Se recomendará su lectura antes del inicio del viaje.

El número de ocupantes no puede exceder la capacidad establecida por los fabricantes del bote (20 pasajeros).

#### MEDIDAS DE SEGURIDAD DURANTE EL EMBARQUE Y DESEMBARQUE

- Instruir a los turistas sobre los peligros a los que se podría exponer si se realizan ciertas acciones, como sacar el cuerpo de la embarcación o no mantenerse sentado.
- Coordinar un embarque y desembarque ordenado y seguro. Para esto, se deberá tener la embarcación correctamente situada en el muelle.
- Prestar especial atención a los niños, personas de la tercera edad y personas con discapacidad, dándole facilidades y preferencia al momento de embarcar y desembarcar.
- Evitar realizar actividades paralelas durante el embarque como el llenado de combustible o la revisión del motor.
- Asegurar una comunicación permanente a tierra.

#### MEDIDAS DE SEGURIDAD DURANTE EL VIAJE

- La tripulación debe estar atenta a que los pasajeros respeten las medidas de seguridad señaladas.
- Informar a los visitantes sobre las normas de comportamiento apropiado en la isla Santay, dirigidas a minimizar su impacto en el lugar a ser visitado.
- Proveer a los turistas la información exacta y detallada sobre la manera en que ellos pueden contribuir a la conservación de la isla Santay.
- Notificar a los turistas sobre la posibilidad de participar en programas de protección que se estén desarrollando en la isla.
- Evitar maniobras temerarias con la embarcación.

## 8. Plan de Desarrollo

### 8.1 Permisos requeridos

#### – **Constitución de la compañía**

Consulta del nombre

Nómina de accionistas (mínimo 2)

Escritura de constitución de la compañía

Apertura de cuenta bancaria provisional

#### – **Requisitos para obtener el RUC - SRI**

Copia cédula del representante legal y del nombramiento

Copia de planilla de agua y teléfono

Copia de constitución de la compañía

Carta de autorización firmada por el representante legal

Llenar el formulario RUC 01 y adjuntar la firma del representante legal.

#### – **Requisitos para obtener la patente municipal - MUNICIPIO**

Copia del RUC y cédula de identidad del representante legal

Certificado de los bomberos

Tasa de trámite para patente

Certificado DURA

#### – **Certificado de Uso del suelo**

Pasos a seguir para su obtención:

1. Adquirir en la ventanilla ubicada en Clemente Ballén y Pichincha la Tasa de Trámite por Servicios Técnicos Administrativos (valor \$2).
2. Llenar el Formulario de Solicitud de Consulta de Uso de Suelo adjunto a la Tasa de Trámite pagada.
3. Adjuntar copia de cedula del propietario, copia del certificado de votación y copia del RUC.
4. Ingresar la documentación en la ventanilla municipal #54, ubicada en 10 de Agosto y Malecón.

– **Solicitud de Categorización Ambiental**

Fecha.....

Yo,.....con cédula No.....  
representante legal de ....., por medio de la presente solicito al  
Gobierno Provincial del Guayas como Autoridad Ambiental de Aplicación  
Responsable (AAAR), se proceda a la categorización del:

Proyecto nuevo o en construcción

Actividad en funcionamiento

Nombre ..... Ubicado en (nombre o número de  
calle, intersección).....del  
cantón..... de la Provincia del Guayas.

Adjunto los siguientes requisitos:

- Oficio dirigido al Sr. Prefecto solicitando la Categorización Ambiental.
- Certificado de Intersección con el Sistema Nacional de Áreas Protegidas (SNAP) y Bosque y Vegetación Protectora (BVP) (Copia Notariada)
- Copia de la cédula de identidad y certificado de votación legible del Promotor o Representante Legal.
- Copia del RUC actualizado
- Formulario de Categorización
- Certificado de factibilidad de uso de suelo para proyecto nuevo o actividad en funcionamiento otorgado por el Municipio del Cantón correspondiente, o pronunciamiento similar con el que el Municipio permite el desarrollo de un proyecto o actividad industrial, comercial o de servicios en funcionamiento, que solicita categorización ambiental en la ubicación (nombre, o número de calle, intersección) .....

---

Firma del Representante

- Formulario para Categorización Ambiental

<b>INFORMACIÓN GENERAL</b>	
<b>Nombre y Fase del proyecto o actividad:</b>	
<b>Sector al que pertenece el proyecto nuevo o actividad industrial, agrícola, comercial o de servicios en funcionamiento:</b>	
Abastecimiento de agua	Industria y comercio
Agricultura y ganadería	Minería
Amparo y bienestar social	Pesca
Protección áreas naturales	Salud
Educación	Saneamiento ambiental
Electrificación	Turismo
Hidrocarburos	Viabilidad y transporte
	Otros:
<b>Identificación del promotor</b>	
Nombre:	Teléfono/fax:
Razón Social:	Email:
Domicilio:	
<b>Localización geográfica del proyecto (coordenadas UTM)</b>	<b>Localización político-administrativa del proyecto o actividad</b>
Norte:	Provincia:
Este:	Cantón:
Altitud:	Parroquia:
Referencias adicionales de ubicación:	Localidad:
<b>Objetivos del proyecto nuevo o actividad industrial, agrícola, comercial o de servicios en funcionamiento.</b>	
Objetivo General:	Objetivos específicos:
<b>BREVE DESCRIPCIÓN DEL PROCESO CONSTRUCTIVO DE UN PROYECTO, PROCESOS OPERATIVOS DEL PROYECTO NUEVO O ACTIVIDAD EN FUNCIONAMIENTO*</b>	
Componentes	Descripción general
a)	
b)	
c)	
d)	

<b>ETAPAS DEL PROYECTO NUEVO O ACTIVIDAD EN FUNCIONAMIENTO*</b>	
<b>Etapas</b>	<b>Actividades ejecutadas o planeadas, fechas de cumplimiento (mes/año) o de ejecución</b>
Estudios de pre-factibilidad, factibilidad o diseños	
Construcción o instalación	
Operación y mantenimiento	
Retiro (Sea aplicable por el tipo de proyecto o actividad)	
<b>ALTITUD</b>	
Altitud	A nivel del mar y hasta 5 m.s.n.m.
	Entre 5 y 500 m.s.n.m
	Entre 501 y 2.000 m.s.n.m
<b>PARÁMETROS PARA CALIFICACIÓN</b>	
Ubicación del proyecto en función de los ecosistemas	Zonas dentro del límite urbano cantonal
	Zonas rurales muy intervenidas
	Ecosistemas frágiles muy intervenidos
	Ecosistemas frágiles medianamente intervenidos
	Ecosistemas frágiles poco intervenidos
Presencia de vida silvestre	Cercanía a SNAP, BVP, PFE, y sitios RAMSAR
	Especies comunes de pequeño tamaño
	Especies de tamaño medio
	Especies de mayor tamaño
	Alto endemismo
Alteración del paisaje	Presencia de especies amenazadas de extinción
	Proyectos de recuperación paisajística
	Proyectos compatibles con el paisaje circundante
	Alteración mínima del paisaje circundante
Generación de desechos (sólidos, líquidos y gaseosos)	Fuerte alteración de la calidad paisajística
	No existe generación de desechos, descargas, emisiones
	Desechos no peligrosos orgánicos e inorgánicos
Cumplimiento de la legislación y normativa ambiental	Generación de desechos bajo norma ***
	Generación de desechos peligrosos
	Cumplimiento de los parámetros ambientales sin implementación de sistemas de control.
	Cumplimiento de los parámetros ambientales y de la normativa complementaria con la implementación de sistemas de control.
	Presunción de incumplimiento de parámetros ambientales nacionales, locales y normativa complementaria.

Niveles de aceptabilidad social****	<p>Apoyo por parte de la comunidad involucrada</p> <p>Existe criterio dividido en la comunidad o se mantiene indiferente</p> <p>Conflicto evidente con la comunidad</p>
Territorios indígenas	<p>No se encuentra en territorios indígenas</p> <p>El proyecto se encuentra parcialmente en territorios indígenas</p> <p>El proyecto está totalmente en territorios indígenas</p>
Restos arqueológicos*****	<p>No se han encontrado evidencias de restos arqueológicos</p> <p>Existen ciertas evidencias de asentamientos ancestrales con un bajo impacto del proyecto</p> <p>Evidencia concreta de asentamientos ancestrales en la zona del proyecto y que pueden ser afectados, se prevé un impacto medio del proyecto</p> <p>Evidencia concreta de asentamientos ancestrales en la zona del proyecto y que pueden ser afectados, se prevé un impacto medio del proyecto</p>

*	En caso de requerirse mayor detalle, anexar la información que se considere necesaria
**	En caso de requerirse mayor detalle, anexar la información que se considere necesaria
***	Desechos bajo norma, son aquellos residuos cuyo contenido de sustancias definidas como peligrosas no superan los límites de concentración establecidos en la normativa ambiental y para los cuales es necesario mantener un monitoreo periódico.
****	En la mayor parte de proyectos o actividades se debe considerar un criterio dividido en la comunidad ya que el apoyo o rechazo únicamente se definirá luego de aplicar los mecanismos de participación social.
*****	Proyectos en ejecución no se llenará el literal de Restos Arqueológicos

Nota:

1. La información presentada estará sujeta a verificación de campo por parte de los técnicos de la Dirección Coordinadora de Medio Ambiente y Agua del Gobierno Provincial del Guayas
2. Este formulario estará sujeto a modificaciones para adecuarse a los nuevos requerimientos del Ministerio del Ambiente del Ecuador o del Gobierno Provincial del Guayas en su calidad de Autoridad Ambiental de Aplicación Responsable

- **Solicitud de Registro – Ministerio de Turismo**

....., a..... de .....del 20....

Yo,..... en calidad de Representante Legal de la empresa..... solicito al (a la) señor (a) Ministro (a) de Turismo se digne, de conformidad con las disposiciones legales vigentes, clasificar y registrar a mi establecimiento, cuyas características son las siguientes:

Razón Social (Persona Jurídica):.....

Nombre del Establecimiento:.....

Ubicación del establecimiento: .....

Provincia                      Cantón                      Ciudad

.....

Calle                      No.                      Transversal                      Sector                      Teléfono

Fecha de Constitución:.....

Fecha de Inicio de Operaciones:.....

Registro Único de Contribuyentes:.....Número de cédula.....

Monto de inversión: .....

Número de empleados:.....

Número de mesas:..... Número de plazas: .....

Número de habitaciones:..... Número de plazas: .....

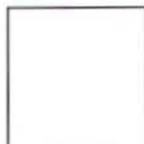
Observaciones:.....

.....

**Atentamente,**

\_\_\_\_\_  
**REPRESENTANTE LEGAL**

**CROQUIS**



## REQUISITOS Y FORMALIDADES PARA EL REGISTRO

1. Copia certificada de la Escritura de Constitución, aumento de Capital o reforma de Estatutos, tratándose de personas jurídicas.
2. Nombramiento del Representante Legal, debidamente inscrito en la Oficina del registro Mercantil.
3. Copia del registro único de contribuyentes (R.U.C.)
4. Copia de la cédula de identidad a color
5. Copia de la última papeleta de votación a color
6. Copia del Contrato de compra venta del establecimiento, en caso de cambio de propietario CON LA AUTORIZACIÓN DE UTILIZAR EL NOMBRE COMERCIAL.
7. Certificado del Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual (IEPI), de no encontrarse registrada la razón social o denominación social o nombre comercial del establecimiento en las ciudades de:  
Quito: Av. República 396 y Diego de Almagro Edif. Forum.  
Guayaquil: Av. Francisco de Orellana y Justino Cornejo Edif. Gobierno del Litoral.  
Cuenca: Av. José Peralta y Av. 12 de Abril Edif. Acrópolis.
8. Fotocopia de escrituras de propiedad, pago predial o contrato de arrendamiento del local, debidamente legalizado.
9. Lista de Precios de los servicios ofertados (original y copia).
10. Declaración de activos fijos para cancelación del 1 por mil, debidamente suscrita por el Representante Legal o apoderado de la empresa.  
(Formulario del Ministerio de Turismo)
11. Inventario valorado de la empresa firmado bajo la responsabilidad del propietario o representante legal, sobre los valores declarados

## 8.2 Cronograma de desarrollo de actividades de mayo a septiembre del 2011

ACTIVIDADES	MAYO				JUNIO				JULIO				AGOSTO				SEPTIEMBRE			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Presentación de la idea del proyecto		■																		
Elaboración del marco teórico			■	■																
Investigación de datos (entrevistas)*				■	■	■														
Viaje a la Isla Santay **						■														
Primera revisión de avance del proyecto							■													
Elaboración de las encuestas ***								■	■	■										
Tabulación y análisis de las encuestas									■	■										
Elaboración del plan de marketing										■										
Segunda revisión de avance del proyecto											■									
Diseño de la imagen de la empresa (logo)											■	■	■	■						
Elaboración del plan operativo												■	■	■						
Viaje a la Isla Santay ****													■							
Tercera revisión de avance del proyecto														■						
Desarrollo del plan financiero															■	■	■	■	■	
Investigación de permisos legales																■	■	■		
Elaboración del plan de desarrollo																	■	■		
Cuarta revisión de avance del proyecto																				■
Presentación final del proyecto																				■

\* Entrevista en el Ministerio del Ambiente con Ing. Andrés Sotomayor (encargado proyecto Guayaquil Ecológico - Santay)

Entrevista en el Ministerio del Ambiente con Lcdo. Edgar Muñoz Heredia (Subsecretario de Gestión Marina y costera).

\*\* Primer viaje a la Isla Santay para reconocimiento de los atractivos naturales y turísticos del lugar.

\*\*\* Segundo viaje a la Isla Santay para entrevistar a los pobladores y su disposición ante el proyecto.

## 9. Plan Financiero

### 9.1 Inversión requerida y detalle de utilización de la inversión

DESCRIPCIÓN DE LA INVERSIÓN INICIAL	CANT.	PRECIO UNITARIO	TOTAL
<b><u>Efectivo</u></b>			\$ 10.000.00
Capital de trabajo		\$ 10.000.00	\$ 10.000.00
<b><u>Equipos de Oficina</u></b>			\$ 3.480.00
Computadoras	3	\$ 420.00	\$ 1.260.00
Impresora	1	\$ 120.00	\$ 120.00
Caja Registradora	1	\$ 180.00	\$ 180.00
Proyector	1	\$ 500.00	\$ 500.00
Radios walkig-talking	12	\$ 35.00	\$ 420.00
Cámaras de seguridad	5	\$ 200.00	\$ 1.000.00
<b><u>Muebles de oficina</u></b>			\$ 2.200.00
Escritorios ejecutivos	4	\$ 75.00	\$ 300.00
Sillas ejecutivas	4	\$ 40.00	\$ 160.00
Archivadores aéreos	4	\$ 60.00	\$ 240.00
Mesas tipo escuela	10	\$ 30.00	\$ 300.00
Sillas de conferencia	80	\$ 15.00	\$ 1.200.00
<b><u>Inventario</u></b>			\$ 2.130.00
Hamacas	40	\$ 12.00	\$ 480.00
Tachos de reciclaje	15	\$ 10.00	\$ 150.00
Juegos infantiles	1	\$ 1.500.00	\$ 1.500.00
<b><u>Edificios</u></b>			\$ 248.000.00
Gastos de construcción		\$ 248.000.00	
<b><u>Gastos de Constitución</u></b>			\$ 800.00
Gastos Legales de Constitución		\$ 800.00	\$ 800.00
<b>INVERSIÓN TOTAL</b>			<b>\$ 266.610.00</b>

### 9.2 Fuentes de Financiamiento

Siendo la inversión inicial de \$266610, el 65% se financiará a través de un préstamo a la CFN con el 11.20% de interés anual a 5 años y el 35% se aportará a través de capital integrado por las aportaciones económicas de todos los socios.

Capital Propio	35%	\$ 93313.50
Préstamo CFN	65%	\$ 173296.50
<b>INVERSIÓN TOTAL</b>		<b>\$ 266610.0</b>

### 9.3 Estados Financieros

#### 9.3.1 Balance Inicial

<b>CRECI SANTAY S.A.</b>			
<b>BALANCE INICIAL</b>			
<b>ACTIVOS</b>		<b>PASIVOS</b>	
<b>ACTIVOS CORRIENTES</b>		<b>PASIVO DE LARGO PLAZO</b>	
Caja	\$ 10000.00	Documentos por Pagar	\$ 173296.50
<b>ACTIVOS FIJOS</b>		<b>TOTAL PASIVOS</b>	
Equipos de Oficina	\$ 3480.00		\$ 173296.50
Muebles de oficina	\$ 2200.00		
Inventario	\$ 2130.00		
Edificio	\$ 248000.00	<b>PATRIMONIO</b>	
<b>ACTIVOS DIFERIDOS</b>		Capital	\$ 93313.500
Gastos de constitución	\$ 800.00	<b>TOTAL PATRIMONIO</b>	\$ 93313.500
<b>TOTAL DE ACTIVOS</b>	<b>\$ 266610.00</b>	<b>TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO</b>	<b>\$ 266610.00</b>

### 9.3.2 Depreciaciones de activos fijos

	EQUIPOS DE OFICINA	MUEBLES DE OFICINA	INVENTARIO	EDIFICIO
VALOR DEL BIEN	\$ 3480.00	\$ 2200.00	\$ 2130.00	\$ 248000.00
% VALOR RESIDUAL	10%	10%	10%	10%
AÑOS DE VIDA UTIL	3	10	10	20
<b>DEPRECIACION ANUAL</b>	<b>\$ 1044.00</b>	<b>\$ 198.00</b>	<b>\$ 191.70</b>	<b>\$ 11160.00</b>
<b>DEPRECIACION MENSUAL</b>	<b>\$ 87.00</b>	<b>\$ 16.50</b>	<b>\$ 15.98</b>	<b>\$ 930.00</b>

### 9.3.3 Amortizaciones de activos intangibles

	GASTOS DE CONSTITUCIÓN	GASTOS DE PUBLICIDAD	
VALOR ACT INTANGIBLES	\$ 800.0	\$ 600.0	
PERIODO AMORTIZACIÓN	5	5	AÑOS
<b>AMORTIZACION ANUAL</b>	<b>\$ 160.00</b>	<b>\$ 120.00</b>	
<b>AMORTIZACION MENSUAL</b>	<b>\$ 13.33</b>	<b>\$ 10.</b>	

### 9.3.4 Amortización del préstamo

**DATOS:**

MONTO DEL CRÉDITO	\$ 173296.50
TASA INTERES ANUAL	11.20%
PLAZO EN AÑOS	<u>5</u> AÑOS
CUOTA ANUAL	<u>\$ 47.125.02</u>

**CUADRO DE AMORTIZACIÓN DEL PRESTAMO (CRÉDITO CFN)**

	PRINCIPAL	PAGO PRINCIPAL	INTERÉS	CUOTA ANUAL	SALDO PRINCIPAL
1	\$ 173296.50	27.715.81	19.409.21	\$ 47.125.02	145.580.69
2	145.580.69	30.819.98	16.305.04	\$ 47.125.02	114.760.70
3	114.760.70	34.271.82	12.853.20	\$ 47.125.02	80.488.88
4	80.488.88	38.110.27	9.014.75	\$ 47.125.02	42.378.62
5	42.378.62	42.378.62	4.746.40	\$ 47.125.02	0.00
		173.296.50	62.328.60		

### CALCULO MENSUAL DE LA AMORTIZACION DEL PRESTAMO

DATOS:	ANUAL	MENSUAL
MONTO DEL CRÉDITO	\$ 173296.50	\$ 173296.50
TASA INTERES ANUAL	11.20%	0.93%
PLAZO EN AÑOS	5	60
<b>CUOTA ANUAL</b>	<b>\$ 47.125.02</b>	<b>\$ 3.785.19</b>

### CUADRO DE AMORTIZACIÓN DEL PRESTAMO (CRÉDITO CFN)

	PRINCIPAL	PAGO PRINCIPAL	INTERÉS	CUOTA MENSUAL	SALDO PRINCIPAL
1	\$ 173296.50	\$ 2.167.76	1.617.43	\$ 3.785.19	171.128.74
2	171.128.74	\$ 2.187.99	1.597.20	\$ 3.785.19	168.940.75
3	168.940.75	2.208.41	1.576.78	\$ 3.785.19	166.732.33
4	166.732.33	2.229.03	1.556.17	\$ 3.785.19	164.503.31
5	164.503.31	2.249.83	1.535.36	\$ 3.785.19	162.253.48
6	162.253.48	2.270.83	1.514.37	\$ 3.785.19	159.982.65
7	159.982.65	2.292.02	1.493.17	\$ 3.785.19	157.690.63
8	157.690.63	2.313.41	1.471.78	\$ 3.785.19	155.377.22
9	155.377.22	2.335.01	1.450.19	\$ 3.785.19	153.042.21
10	153.042.21	2.356.80	1.428.39	\$ 3.785.19	150.685.41
11	150.685.41	2.378.80	1.406.40	\$ 3.785.19	148.306.61
12	148.306.61	2.401.00	1.384.20	\$ 3.785.19	145.905.61
13	145.905.61	2.423.41	1.361.79	\$ 3.785.19	143.482.21
14	143.482.21	2.446.03	1.339.17	\$ 3.785.19	141.036.18
15	141.036.18	2.468.86	1.316.34	\$ 3.785.19	138.567.32
16	138.567.32	2.491.90	1.293.30	\$ 3.785.19	136.075.42
17	136.075.42	2.515.16	1.270.04	\$ 3.785.19	133.560.27
18	133.560.27	2.538.63	1.246.56	\$ 3.785.19	131.021.64
19	131.021.64	2.562.33	1.222.87	\$ 3.785.19	128.459.31
20	128.459.31	2.586.24	1.198.95	\$ 3.785.19	125.873.07
21	125.873.07	2.610.38	1.174.82	\$ 3.785.19	123.262.69
22	123.262.69	2.634.74	1.150.45	\$ 3.785.19	120.627.95
23	120.627.95	2.659.33	1.125.86	\$ 3.785.19	117.968.62
24	117.968.62	2.684.15	1.101.04	\$ 3.785.19	115.284.46
25	115.284.46	2.709.21	1.075.99	\$ 3.785.19	112.575.26
26	112.575.26	2.734.49	1.050.70	\$ 3.785.19	109.840.77
27	109.840.77	2.760.01	1.025.18	\$ 3.785.19	107.080.75
28	107.080.75	2.785.77	999.42	\$ 3.785.19	104.294.98

29	104,294.98	2,811.77	973.42	\$ 3,785.19	101,483.21
30	101,483.21	2,838.02	947.18	\$ 3,785.19	98,645.19
31	98,645.19	2,864.51	920.69	\$ 3,785.19	95,780.68
32	95,780.68	2,891.24	893.95	\$ 3,785.19	92,889.44
33	92,889.44	2,918.23	866.97	\$ 3,785.19	89,971.22
34	89,971.22	2,945.46	839.73	\$ 3,785.19	87,025.76
35	87,025.76	2,972.95	812.24	\$ 3,785.19	84,052.80
36	84,052.80	3,000.70	784.49	\$ 3,785.19	81,052.10
37	81,052.10	3,028.71	756.49	\$ 3,785.19	78,023.39
38	78,023.39	3,056.98	728.22	\$ 3,785.19	74,966.42
39	74,966.42	3,085.51	699.69	\$ 3,785.19	71,880.91
40	71,880.91	3,114.31	670.89	\$ 3,785.19	68,766.61
41	68,766.61	3,143.37	641.82	\$ 3,785.19	65,623.23
42	65,623.23	3,172.71	612.48	\$ 3,785.19	62,450.52
43	62,450.52	3,202.32	582.87	\$ 3,785.19	59,248.20
44	59,248.20	3,232.21	552.98	\$ 3,785.19	56,015.99
45	56,015.99	3,262.38	522.82	\$ 3,785.19	52,753.61
46	52,753.61	3,292.83	492.37	\$ 3,785.19	49,460.79
47	49,460.79	3,323.56	461.63	\$ 3,785.19	46,137.23
48	46,137.23	3,354.58	430.61	\$ 3,785.19	42,782.65
49	42,782.65	3,385.89	399.30	\$ 3,785.19	39,396.76
50	39,396.76	3,417.49	367.70	\$ 3,785.19	35,979.27
51	35,979.27	3,449.39	335.81	\$ 3,785.19	32,529.88
52	32,529.88	3,481.58	303.61	\$ 3,785.19	29,048.30
53	29,048.30	3,514.08	271.12	\$ 3,785.19	25,534.22
54	25,534.22	3,546.87	238.32	\$ 3,785.19	21,987.35
55	21,987.35	3,579.98	205.22	\$ 3,785.19	18,407.37
56	18,407.37	3,613.39	171.80	\$ 3,785.19	14,793.98
57	14,793.98	3,647.12	138.08	\$ 3,785.19	11,146.86
58	11,146.86	3,681.16	104.04	\$ 3,785.19	7,465.71
59	7,465.71	3,715.51	69.68	\$ 3,785.19	3,750.19
60	3,750.19	3,750.19	35.00	\$ 3,785.19	0.00
		\$ 173,296.50	\$ 53,815.12		

### 9.3.5 Ingresos mensuales

MES 1	MES 2	MES 3	MES 4	MES 5	MES 6	MES 7	MES 8	MES 9	MES 10	MES 11	MES 12	TOTAL
-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	--------	--------	--------	-------

ENTRADA SANTAY ECOCLUB													
BOLETO ADULTO	\$ 5760	\$ 5760	\$ 5760	\$ 5760	\$ 5760	\$ 5760	\$ 5760	\$ 5760	\$ 5760	\$ 5760	\$ 5760	\$ 5760	\$ 69120
BOLETO NIÑO	\$ 3840	\$ 3840	\$ 3840	\$ 3840	\$ 3840	\$ 3840	\$ 3840	\$ 3840	\$ 3840	\$ 3840	\$ 3840	\$ 3840	\$ 46080
<b>TOTAL</b>													<b>\$ 115200</b>

RECORRIDO POR LA ISLA													
BOLETO ADULTO	\$ 3024	\$ 3024	\$ 3024	\$ 3024	\$ 3024	\$ 3024	\$ 3024	\$ 3024	\$ 3024	\$ 3024	\$ 3024	\$ 3024	\$ 36288
BOLETO NIÑO	\$ 1728	\$ 1728	\$ 1728	\$ 1728	\$ 1728	\$ 1728	\$ 1728	\$ 1728	\$ 1728	\$ 1728	\$ 1728	\$ 1728	\$ 20736
<b>TOTAL</b>													<b>\$ 57024</b>

RECORRIDO POR EL RIO GUAYAS													
BOLETO ADULTO	\$ 1680	\$ 1680	\$ 1680	\$ 1680	\$ 1680	\$ 1680	\$ 1680	\$ 1680	\$ 1680	\$ 1680	\$ 1680	\$ 1680	\$ 20160
BOLETO NIÑO	\$ 960	\$ 960	\$ 960	\$ 960	\$ 960	\$ 960	\$ 960	\$ 960	\$ 960	\$ 960	\$ 960	\$ 960	\$ 11520
<b>TOTAL</b>													<b>\$ 31680</b>

ALQUILER													
QUIOSCOS	\$ 840	\$ 840	\$ 840	\$ 840	\$ 840	\$ 840	\$ 840	\$ 840	\$ 840	\$ 840	\$ 840	\$ 840	\$ 10080
SALÓN POLI-FUNCIONAL	\$ 1520	\$ 1520	\$ 1520	\$ 1520	\$ 1520	\$ 1520	\$ 1520	\$ 1520	\$ 1520	\$ 1520	\$ 1520	\$ 1520	\$ 18240
<b>TOTAL</b>													<b>\$ 28320</b>

<b>VENTA DE RECUERDOS</b>	\$ 1262.27	\$ 1262.27	\$ 1262.27	\$ 1262.27	\$ 1262.27	\$ 1262.27	\$ 1262.27	\$ 1262.27	\$ 1262.27	\$ 1262.27	\$ 1262.27	\$ 1262.27	\$ 15147.27
---------------------------	------------	------------	------------	------------	------------	------------	------------	------------	------------	------------	------------	------------	-------------

<b>TOTAL DE INGRESOS</b>													<b>\$ 247371.27</b>
--------------------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	---------------------

### 9.3.6 Proyecciones anuales

AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
-------	-------	-------	-------	-------

#### ENTRADA SANTAY ECOCLUB

PRECIO BOLETO ADULTO	\$ 6.00	\$ 6.30	\$ 6.62	\$ 6.95	\$ 7.29
PRECIO BOLETO NIÑO	\$ 4.00	\$ 4.20	\$ 4.41	\$ 4.63	\$ 4.86

No. VISITANTES ADULTO	11520	12442	13437	14512	15673
No. VISITANTES NIÑO	11520	12442	13437	14512	15673

#### RECORRIDO POR LA ISLA

PRECIO BOLETO ADULTO	\$ 7.00	\$ 7.35	\$ 7.72	\$ 8.1	\$ 8.51
PRECIO BOLETO NIÑO	\$ 4.00	\$ 4.20	\$ 4.41	\$ 4.63	\$ 4.86

No. VISITANTES ADULTO	5184	5599	6047	6530	7053
No. VISITANTES NIÑO	5184	5599	6047	6530	7053

#### RECORRIDO POR EL RIO GUAYAS

PRECIO BOLETO ADULTO	\$ 7.00	\$ 7.35	\$ 7.72	\$ 8.1	\$ 8.51
PRECIO BOLETO NIÑO	\$ 4.00	\$ 4.20	\$ 4.41	\$ 4.63	\$ 4.86

No. VISITANTES ADULTO	2880	3110	3359	3628	3918
No. VISITANTES NIÑO	2880	3110	3359	3628	3918

#### ALQUILERES

PRECIO QUIOSCOS	\$ 280	\$ 294	\$ 308.7	\$ 324.14	\$ 340.34
PRECIO SALÓN-POLIFUNCIONAL	\$ 380	\$ 399	\$ 418.95	\$ 439.9	\$ 461.89

No. QUIOSCOS	3	3	3	4	4
SALÓN POLIFUNCIONAL	48	52	56	60	65

#### VENTAS

RECUERDOS	\$ 15147.27	\$ 15904.63	\$ 16699.87	\$ 17534.86	\$ 18411.6
-----------	-------------	-------------	-------------	-------------	------------

### 9.3.7 Ingresos anuales

AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
-------	-------	-------	-------	-------

#### ENTRADA SANTAY ECOCLUB

ADULTO	\$ 69120.00	\$ 78382.08	\$ 88885.28	\$ 100795.91	\$ 114302.56
NIÑO	\$ 46080.00	\$ 52254.72	\$ 59256.85	\$ 67197.27	\$ 76201.7

#### RECORRIDO POR LA ISLA

ADULTO	\$ 36288.00	\$ 41150.59	\$ 46664.77	\$ 52917.85	\$ 60008.84
NIÑO	\$ 20736.00	\$ 23514.62	\$ 26665.58	\$ 30238.77	\$ 34290.77

#### RECORRIDO POR EL RIO GUAYAS

ADULTO	\$ 20160.00	\$ 22861.44	\$ 25924.87	\$ 29398.81	\$ 33338.25
NIÑO	\$ 11520.00	\$ 13063.68	\$ 14814.21	\$ 16799.32	\$ 19050.43

#### ALQUILERES

QUIOSCOS	\$ 10080	\$ 11431	\$ 12962	\$ 14699	\$ 16669
SALÓN-POLIFUNCIONAL	\$ 18240	\$ 20684	\$ 23456	\$ 26599	\$ 30163

#### VENTAS

RECUERDOS	\$ 15147.27	\$ 15904.63	\$ 16699.87	\$ 17534.86	\$ 18411.6
-----------	-------------	-------------	-------------	-------------	------------

<b>TOTAL</b>	<b>\$ 247371.27</b>	<b>\$ 279246.65</b>	<b>\$ 315329.71</b>	<b>\$ 356181.1</b>	<b>\$ 402436.44</b>
--------------	---------------------	---------------------	---------------------	--------------------	---------------------

### 9.3.8 Gastos mensuales

	MES 1	MES 2	MES 3	MES 4	MES 5	MES 6	MES 7	MES 8	MES 9	MES 10	MES 11	MES 12	TOTAL
<b>COSTO</b>													
Compra de recuerdos	\$ 572.	\$ 572.	\$ 572.	\$ 572.	\$ 572.	\$ 572.	\$ 572.	\$ 572.	\$ 572.	\$ 572.	\$ 572.	\$ 572.	\$ 6864.00
<b>GASTOS DE ADMINISTRACIÓN</b>													
Pago embarcaciones	\$ 1800.00	\$ 1800.00	\$ 1800.00	\$ 1800.00	\$ 1800.00	\$ 1800.00	\$ 1800.00	\$ 1800.00	\$ 1800.00	\$ 1800.00	\$ 1800.00	\$ 1800.00	\$ 21600.00
Sueldos	\$ 6447.99	\$ 6447.99	\$ 6447.99	\$ 6447.99	\$ 6447.99	\$ 6447.99	\$ 6447.99	\$ 6447.99	\$ 6447.99	\$ 6447.99	\$ 6447.99	\$ 6447.99	\$ 77375.88
Capacitación	\$ 1200.00												\$ 1200.00
Uniformes	\$ 971.00												\$ 971.00
Servicios Básicos	\$ 200.00	\$ 200.00	\$ 200.00	\$ 200.00	\$ 200.00	\$ 200.00	\$ 200.00	\$ 200.00	\$ 200.00	\$ 200.00	\$ 200.00	\$ 200.00	\$ 2400.00
Materiales de Limpieza	\$ 250.00	\$ 250.00	\$ 250.00	\$ 250.00	\$ 250.00	\$ 250.00	\$ 250.00	\$ 250.00	\$ 250.00	\$ 250.00	\$ 250.00	\$ 250.00	\$ 3000.00
Mantenimiento preventivo	\$ 60.00	\$ 60.00	\$ 60.00	\$ 60.00	\$ 60.00	\$ 60.00	\$ 60.00	\$ 60.00	\$ 60.00	\$ 60.00	\$ 60.00	\$ 60.00	\$ 720.00
Suministros de Oficina	\$ 130.00	\$ 130.00	\$ 130.00	\$ 130.00	\$ 130.00	\$ 130.00	\$ 130.00	\$ 130.00	\$ 130.00	\$ 130.00	\$ 130.00	\$ 130.00	\$ 1560.00
Depreciación equipos	\$ 87.00	\$ 87.00	\$ 87.00	\$ 87.00	\$ 87.00	\$ 87.00	\$ 87.00	\$ 87.00	\$ 87.00	\$ 87.00	\$ 87.00	\$ 87.00	\$ 1044.00
Depreciación muebles	\$ 16.50	\$ 16.50	\$ 16.50	\$ 16.50	\$ 16.50	\$ 16.50	\$ 16.50	\$ 16.50	\$ 16.50	\$ 16.50	\$ 16.50	\$ 16.50	\$ 198.00
Depreciación inventario	\$ 15.98	\$ 15.98	\$ 15.98	\$ 15.98	\$ 15.98	\$ 15.98	\$ 15.98	\$ 15.98	\$ 15.98	\$ 15.98	\$ 15.98	\$ 15.98	\$ 191.70
Depreciación edificio	\$ 930.00	\$ 930.00	\$ 930.00	\$ 930.00	\$ 930.00	\$ 930.00	\$ 930.00	\$ 930.00	\$ 930.00	\$ 930.00	\$ 930.00	\$ 930.00	\$ 11160.00
Amortización	\$ 13.33	\$ 13.33	\$ 13.33	\$ 13.33	\$ 13.33	\$ 13.33	\$ 13.33	\$ 13.33	\$ 13.33	\$ 13.33	\$ 13.33	\$ 13.33	\$ 160.00
	\$ 12121.80	\$ 9950.80	\$ 9950.80	\$ 9950.80	\$ 9950.80	\$ 9950.80	\$ 9950.80	\$ 9950.80	\$ 9950.80	\$ 9950.80	\$ 9950.80	\$ 9950.80	\$ 121580.58
<b>GASTOS DE VENTAS</b>													
Gasto Publicidad	\$ 650	\$ 650	\$ 650	\$ 650	\$ 650	\$ 650	\$ 650	\$ 650	\$ 650	\$ 650	\$ 650	\$ 650	\$ 7800
<b>GASTOS FINANCIEROS</b>													
Gastos de intereses	\$ 1617.43	\$ 1617.43	\$ 1617.43	\$ 1617.43	\$ 1617.43	\$ 1617.43	\$ 1617.43	\$ 1617.43	\$ 1617.43	\$ 1617.43	\$ 1617.43	\$ 1617.43	\$ 19409.21
<b>TOTAL</b>													\$ 155653.79

### 9.3.9 Gastos anuales

AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
-------	-------	-------	-------	-------

#### COSTO

Compra de recuerdos	\$ 6864.00	\$ 7166.02	\$ 7481.32	\$ 7810.5	\$ 8154.16
	<b>\$ 6864.00</b>	<b>\$ 7166.02</b>	<b>\$ 7481.32</b>	<b>\$ 7810.5</b>	<b>\$ 8154.16</b>

#### GASTOS DE ADMINISTRACIÓN

Pago embarcaciones	\$ 21600.00	\$ 22550.4	\$ 23542.62	\$ 24578.49	\$ 25659.95
Sueldos	\$ 77375.88	\$ 80780.42	\$ 84334.76	\$ 88045.49	\$ 91919.49
Capacitación	\$ 1200.00	\$ 1252.8	\$ 1307.92	\$ 1365.47	\$ 1425.55
Uniformes	\$ 971.00	\$ 1013.72	\$ 1058.33	\$ 1104.89	\$ 1153.51
Servicios Básicos	\$ 2400.00	\$ 2505.6	\$ 2615.85	\$ 2730.94	\$ 2851.11
Materiales de Limpieza	\$ 3000.00	\$ 3132.	\$ 3269.81	\$ 3413.68	\$ 3563.88
Mantenimiento preventivo	\$ 720.00	\$ 751.68	\$ 784.75	\$ 819.28	\$ 855.33
Suministros de Oficina	\$ 1560.00	\$ 1628.64	\$ 1700.3	\$ 1775.11	\$ 1853.22
Depreciación equipos	\$ 1044.00	\$ 1044.00	\$ 1044.00		
Depreciación muebles	\$ 198.00	\$ 198.00	\$ 198.00	\$ 198.00	\$ 198.00
Depreciación inventario	\$ 191.700	\$ 191.70	\$ 191.70	\$ 191.70	\$ 191.70
Depreciación edificio	\$ 11160.00	\$ 11160.00	\$ 11160.00	\$ 11160.00	\$ 11160.00
Amortización	\$ 160.00	\$ 160.00	\$ 160.00	\$ 160.00	\$ 160.00
	<b>\$ 121580.58</b>	<b>\$ 126368.96</b>	<b>\$ 131368.03</b>	<b>\$ 135543.06</b>	<b>\$ 140991.73</b>

#### GASTOS DE VENTAS

Gasto Publicidad	\$ 7800.00	\$ 8143.20	\$ 8501.5	\$ 8875.57	\$ 9266.09
	<b>\$ 7800.00</b>	<b>\$ 8143.2</b>	<b>\$ 8501.5</b>	<b>\$ 8875.57</b>	<b>\$ 9266.09</b>

#### GASTOS FINANCIEROS

Gastos de intereses	\$ 19409.21	\$ 16305.04	\$ 12853.2	\$ 9014.75	\$ 4746.4
	<b>\$ 19409.21</b>	<b>\$ 16305.04</b>	<b>\$ 12853.2</b>	<b>\$ 9014.75</b>	<b>\$ 4746.4</b>

<b>TOTAL</b>	<b>\$ 155653.79</b>	<b>\$ 157983.22</b>	<b>\$ 160204.05</b>	<b>\$ 161243.89</b>	<b>\$ 163158.39</b>
--------------	---------------------	---------------------	---------------------	---------------------	---------------------

### 9.3.10 Estado de Resultados

**ESTADO DE RESULTADO ANUAL**  
Del 01 enero al 31 de diciembre de cada año

RUBROS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<u>Ingresos</u>					
Ventas totales	\$ 247371.27	\$ 279246.65	\$ 315329.71	\$ 356181.1	\$ 402436.44
<b>TOTAL DE INGRESOS</b>	<b>\$ 247371.27</b>	<b>\$ 279246.65</b>	<b>\$ 315329.71</b>	<b>\$ 356181.1</b>	<b>\$ 402436.44</b>
(-) Compra de recuerdos	\$ 6864.00	\$ 7166.02	\$ 7481.32	\$ 7810.5	\$ 8154.16
= Utilidad Bruta en Ventas	\$ 240507.27	\$ 272080.63	\$ 307848.39	\$ 348370.61	\$ 394282.28
(-) GASTOS GENERALES					
Gastos de Administración	\$ 121580.58	\$ 126368.96	\$ 131368.03	\$ 135543.06	\$ 140991.73
Gastos de Ventas	\$ 7800.00	\$ 8143.200	\$ 8501.5008	\$ 8875.5668	\$ 9266.0918
Gastos Financieros	\$ 19409.21	\$ 16305.04	\$ 12853.2	\$ 9014.75	\$ 4746.4
= <b>Utilidad antes de participación a trabajadores</b>	<b>\$ 91717.48</b>	<b>\$ 121263.43</b>	<b>\$ 155125.66</b>	<b>\$ 194937.22</b>	<b>\$ 239278.05</b>
(-15%) Participación a trabajadores	\$ 13757.62	\$ 18189.52	\$ 23268.85	\$ 29240.58	\$ 35891.71
= <b>Utilidad antes de impuestos</b>	<b>\$ 77959.86</b>	<b>\$ 103073.92</b>	<b>\$ 131856.81</b>	<b>\$ 165696.64</b>	<b>\$ 203386.35</b>
(-) 22% impuesto a la renta	\$ 17151.17	\$ 22676.26	\$ 29008.5	\$ 36453.26	\$ 44745.
 <b>UTILIDAD NETA DEL EJERCICIO</b>	 <b>\$ 60808.69</b>	 <b>\$ 80397.66</b>	 <b>\$ 102848.31</b>	 <b>\$ 129243.38</b>	 <b>\$ 158641.35</b>

### 9.3.11 Balance General

**CRECI SANTAY S.A.**  
**BALANCE GENERAL**  
al 31 de diciembre de cada año

ACTIVOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b><u>ACTIVOS CORRIENTES</u></b>					
Caja	\$ 86755.37	\$ 159043.73	\$ 251785.49	\$ 368044.79	\$ 510960.09
<b>Total Activos Corrientes</b>	<b>\$ 86755.37</b>	<b>\$ 159043.73</b>	<b>\$ 251785.49</b>	<b>\$ 368044.79</b>	<b>\$ 510960.09</b>
<b><u>ACTIVOS FIJOS</u></b>					
Equipos de Computación	\$ 3480.00	\$ 3480.00	\$ 3480.00	\$ 3480.00	\$ 3480.00
Muebles de Oficina	\$ 2200.00	\$ 2200.00	\$ 2200.00	\$ 2200.00	\$ 2200.00
Inventario	\$ 2130.00	\$ 2130.00	\$ 2130.00	\$ 2130.00	\$ 2130.00
Edificio	\$ 248000.00	\$ 248000.00	\$ 248000.00	\$ 248000.00	\$ 248000.00
(-) Depreciación Acumulada	-\$ 12593.7	-\$ 25187.4	-\$ 37781.1	-\$ 49330.8	-\$ 60880.5
<b>Total Activos Fijos</b>	<b>\$ 243216.3</b>	<b>\$ 230622.6</b>	<b>\$ 218028.9</b>	<b>\$ 206479.2</b>	<b>\$ 194929.5</b>
<b><u>ACTIVOS DIFERIDOS</u></b>					
Gastos de Constitución	\$ 800.00	\$ 800.00	\$ 800.00	\$ 800.00	\$ 800.00
(-) Amortización Acumulada	\$ 160.00	\$ 320.00	\$ 480.00	\$ 640.00	\$ 800.00
<b>Total Activos Diferidos</b>	<b>\$ 640.00</b>	<b>\$ 480.00</b>	<b>\$ 320.00</b>	<b>\$ 160.00</b>	<b>\$ .00</b>
<b>TOTAL DE ACTIVOS</b>	<b>\$ 330611.67</b>	<b>\$ 390146.33</b>	<b>\$ 470134.39</b>	<b>\$ 574683.99</b>	<b>\$ 705889.59</b>
<b>PASIVOS</b>					
<b><u>PASIVOS CORRIENTES</u></b>					
Cuentas por Pagar					
Impuesto a la renta por pagar	\$ 17151.17	\$ 22676.26	\$ 29008.5	\$ 36453.26	\$ 44745.
Participación a trabajadores	\$ 13757.62	\$ 18189.52	\$ 23268.85	\$ 29240.58	\$ 35891.71
<b>Total Pasivos Corrientes</b>	<b>\$ 30908.79</b>	<b>\$ 40865.78</b>	<b>\$ 52277.35</b>	<b>\$ 65693.84</b>	<b>\$ 80636.7</b>
<b><u>PASIVOS DE LARGO PLAZO</u></b>					
Préstamo bancario	\$ 145580.69	\$ 114760.7	\$ 80488.88	\$ 42378.62	\$ .
<b>Total Pasivos de largo plazo</b>	<b>\$ 145580.69</b>	<b>\$ 114760.7</b>	<b>\$ 80488.88</b>	<b>\$ 42378.62</b>	<b>\$ .</b>
<b>TOTAL DE PASIVOS</b>	<b>\$ 176489.48</b>	<b>\$ 155626.48</b>	<b>\$ 132766.23</b>	<b>\$ 108072.46</b>	<b>\$ 80636.7</b>
<b>PATRIMONIO</b>					
Capital Social	\$ 93313.5	\$ 93313.5	\$ 93313.5	\$ 93313.5	\$ 93313.5
Utilidad del Ejercicio	\$ 60808.69	\$ 80397.66	\$ 102848.31	\$ 129243.38	\$ 158641.35
Utilidades Retenidas	\$ .	\$ 60808.69	\$ 141206.35	\$ 244054.66	\$ 373298.03
<b>TOTAL DE PATRIMONIO</b>	<b>\$ 154122.19</b>	<b>\$ 234519.85</b>	<b>\$ 337368.16</b>	<b>\$ 466611.53</b>	<b>\$ 625252.88</b>
<b>PASIVOS Y PATRIMONIO</b>	<b>\$ 330611.67</b>	<b>\$ 390146.33</b>	<b>\$ 470134.39</b>	<b>\$ 574683.99</b>	<b>\$ 705889.59</b>

### 9.3.12 Flujo de Caja

**CRECI SANTAY S.A.**  
**FLUJO DE CAJA ANUAL**  
**AL 31 DE DICIEMBRE DE CADA AÑO**

RUBROS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>FLUJO OPERACIONAL</b>					
Ingresos por ventas	\$ 247371.27	\$ 279246.65	\$ 315329.71	\$ 356181.1	\$ 402436.44
<b>EGRESOS</b>					
Compra de recuerdos	\$ 6864.	\$ 7166.02	\$ 7481.32	\$ 7810.5	\$ 8154.16
Gastos de Administración	\$ 121580.58	\$ 126368.96	\$ 131368.03	\$ 135543.06	\$ 140991.73
Gastos de Ventas	\$ 7800	\$ 8143	\$ 8502	\$ 8876	\$ 9266
Impuesto a la renta		\$ 17151.17	\$ 22676.26	\$ 29008.5	\$ 36453.26
Participación de trabajadores		\$ 13757.62	\$ 18189.52	\$ 23268.85	\$ 29240.58
<b>FLUJO NETO OPERACIONAL</b>	<b>\$ 111126.69</b>	<b>\$ 106659.68</b>	<b>\$ 127113.08</b>	<b>\$ 151674.63</b>	<b>\$ 178330.62</b>
	\$ 12753.7	\$ 12753.7	\$ 12753.7	\$ 11709.7	\$ 11709.7
<b>FLUJO DE INVERSIÓN</b>	<b>\$ 123880.39</b>	<b>\$ 119413.38</b>	<b>\$ 139866.78</b>	<b>\$ 163384.33</b>	<b>\$ 190040.32</b>
<b>FLUJO DE FINANCIAMIENTO</b>					
Ingresos de efectivo					
<b>PRESTAMOS RECIBIDOS</b>	\$ .	\$ .	\$ .	\$ .	\$ .
<b>Egresos de efectivo</b>					
Pagos de préstamos o principal	\$ 27715.81	\$ 30819.98	\$ 34271.82	\$ 38110.27	\$ 42378.62
Pago de intereses	\$ 19409.21	\$ 16305.04	\$ 12853.2	\$ 9014.75	\$ 4746.4
<b>FLUJO NETO DE FINANCIAMIENTO</b>	<b>-\$ 47125.02</b>	<b>-\$ 47125.02</b>	<b>-\$ 47125.02</b>	<b>-\$ 47125.02</b>	<b>-\$ 47125.02</b>
<b>FLUJO NETO DE CAJA</b>	<b>-266.610.00</b>	<b>\$ 76755.37</b>	<b>\$ 72288.359</b>	<b>\$ 92741.76</b>	<b>\$ 116259.31</b>
	<b>-\$ 189854.63</b>	<b>-\$ 117566.27</b>	<b>-\$ 24824.51</b>	<b>\$ 91434.79</b>	<b>0.64</b>

## 9.4 Análisis financiero

### 9.4.1 VAN

$$\text{VAN} = \$197082.89$$

Siendo el VAN un indicador financiero que mide los flujos de los futuros ingresos y egresos que tendrá el proyecto, podemos concluir que una vez descontada la inversión inicial, quedará una ganancia de \$197082.89, valor que hace referencia a la rentabilidad del proyecto.

### 9.4.2 TIR

$$\text{TIR} = 22\%$$

Siendo la TIR mayor a la tasa de descuento (18%), el proyecto se considera lucrativo, pues da una rentabilidad mayor a la mínima requerida (Costo de oportunidad).

### 9.4.3 B/C

$$\text{B/C} = \$0.74$$

Concluimos que los ingresos netos serán superiores a los egresos netos por lo que el proyecto generará \$0.74 por cada dólar invertido.

### 9.4.4 Periodo de recuperación

$$\text{PERIODO} = 3 \text{ AÑOS } 7 \text{ MESES}$$

Bajo este instrumento se concluye que al cabo de 3 años 7 meses se recuperará la inversión inicial.

### 9.4.5 Punto de equilibrio

Año 1

PRODUCTO	CANT. ANUAL	PRECIO	% VENTAS	% COSTO FIJO	% COSTO VARIABLE	C.V.U.	Punto de Equilibrio
----------	-------------	--------	----------	--------------	------------------	--------	---------------------

#### Entrada a SANTAY ECOCLUB

BOLETO ADULTO	11520	\$ 6.00	24%	\$ 29156.75	\$ 8818.04	\$ .77	5570
BOLETO NIÑO	11520	\$ 4.00	24%	\$ 29156.75	\$ 8818.04	\$ .77	9014

#### Recorrido por la isla

BOLETO ADULTO	5184	\$ 7.00	11%	\$ 13120.54	\$ 3968.12	\$ .77	2104
BOLETO NIÑO	5184	\$ 4.00	11%	\$ 13120.54	\$ 3968.12	\$ .77	4056

#### Recorrido por el rio Guayas

BOLETO ADULTO	2880	\$ 7.00	6%	\$ 7289.19	\$ 2204.51	\$ .77	1169
BOLETO NIÑO	2880	\$ 4.00	6%	\$ 7289.19	\$ 2204.51	\$ .77	2254

#### Alquiler

Quioscos	3	\$ 280.00	0.01%	\$ 7.59	\$ 2.3	\$ .77	.03
Salón Poli - funcional	48	\$ 380.00	0.10%	\$ 121.49	\$ 36.74	\$ .77	.32

#### Venta

Recuerdos	8000	\$ 2.02	17%	\$ 20247.75	\$ 6123.64	\$ .77	16169
	<b>47219</b>		<b>100%</b>	<b>\$ 119509.79</b>	<b>\$ 36144.00</b>		

## 9.5 Ratios Financieros

CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b><u>Análisis de la Liquidez</u></b>					
Razón Circulante	2.81	3.89	4.82	5.60	6.34
Capital de Trabajo	55846.58	118177.95	199508.14	302350.95	430323.38
<b><u>Análisis de la Gestión o Actividad</u></b>					
Rotación Caja Bancos	126.26	205.04	287.45	371.99	457.08
Rotación de Activos Totales	0.75	0.72	0.67	0.62	0.57
Rotación de Activo Fijo	0.97	1.09	1.23	1.39	1.57
<b><u>Análisis de Apalancamiento</u></b>					
Estructura del Capital	114.51%	66.36%	39.35%	23.16%	12.90%
Razón de Endeudamiento	53.38%	39.89%	28.24%	18.81%	11.42%
Cobertura de Gastos Financieros	4.02	6.32	10.26	18.38	42.85
Cobertura de Gastos Fijos	1.86	2.02	2.2	2.41	2.62
<b><u>Análisis de Rentabilidad</u></b>					
Rendimiento sobre el patrimonio	39.45%	34.28%	30.49%	27.70%	25.37%
Rendimiento sobre la inversión	18.39%	20.61%	21.88%	22.49%	22.47%
Utilidad Activo	23.58%	26.42%	28.05%	28.83%	28.81%
Utilidad Ventas	31.52%	36.91%	41.82%	46.52%	50.54%
Margen de Utilidad Bruta	97.23%	97.43%	97.63%	97.81%	97.97%
Margen Neto de Utilidad	24.58%	28.79%	32.62%	36.29%	39.42%

## 10. Análisis de Sensibilidad

Al momento de tomar decisiones sobre el proyecto a invertir, es preciso conocer el grado de riesgo que representa, sus ventajas y desventajas, en este caso al ser la isla Santay un área protegida, la principal variable a afectar los ingresos es el número de visitantes a recibir, debido al impacto que generaría en el entorno natural de la isla. A continuación se presentarán los posibles escenarios del proyecto:

	ESCENARIO PESIMISTA	ESCENARIO PROMEDIO	ESCENARIO OPTIMISTA
No. DE VISITANTES ANUAL	17280	23040	28800
INGRESOS ANUALES	\$ 196.395.27	\$ 247.371.27	\$ 298.347.27
EGRESOS	\$ 78.184.39	\$ 123.880.39	\$ 169.336.39
FLUJO DE CAJA	\$ 31.059.37	\$ 76.755.37	\$ 122.211.37
VAN	\$127345.45	\$197082.89	\$336557.78
TIR	12%	22%	41%
B/C	\$.48	\$.74	\$1.26
TIEMPO DE RECUPERACIÓN	4 años 10 meses	3 años 7 meses	2 años 3 meses

Conforme al cuadro presentado, en el peor panorama de la inversión, se tendrá la visita de 17280 personas en el año, que generarían un ingreso de \$196.395.27, un egreso de \$78.184.39 y un flujo de caja de \$31.059.37, dando una ganancia de \$127345.45 anual y \$0.48 por cada dólar invertido, recuperando la inversión al cabo de 4 años 10 meses.

Por otro lado, en un escenario promedio SANTAY ECOCLUB contará con 23040 visitantes anuales, redundando en un ingreso total de \$ 247.371.27, un egreso de \$123.880.39 y un flujo de caja de \$76.755.37 anual; quedando así una utilidad de \$197082.89, además de una TIR del 22% y la generación de \$0.74 por cada dólar invertido, recuperando la inversión al cabo de 3 años 7 meses.

Finalmente, siempre existe la posibilidad de lograr más de lo que proyectamos, en ese caso el escenario optimista nos muestra que con 28800 visitantes anuales, se recibirá ingresos de \$298.347.27, egresos de \$169.336.39 y un flujo de caja de \$122.211.37, repercutiendo en un VAN de \$336557.78, una TIR de 41%, \$1.26 por cada dólar invertido y un tiempo de recuperación de 2 años 3 meses.

## 11. Sistema de Gestión y Monitoreo del proyecto

A fin de verificar el avance en la ejecución del proyecto, la adecuada utilización de recursos y la consecución de los objetivos previamente planteados, se implementará un sistema de gestión y monitoreo que permita además detectar oportunamente deficiencias, obstáculos y/o necesidades de ajuste a lo largo de las diferentes etapas que conforman el proyecto.

Dicho monitoreo se constituirá no sólo en un instrumento de control administrativo (control de actividades, metas, presupuestos, etc.), sino también como una herramienta de gestión a través de:

### – **Informes**

Su propósito deberá ser claro, informar sobre las actividades y logros efectuados por cada área. Dichos informes deberán ser realizados por el personal de los departamentos, aprobados por el jefe de los mismos y dirigido al administrador del centro recreacional.

#### ▪ **Mensuales**

El personal de guianza, limpieza, seguridad y ventas entregará un informe detallado de las acciones y novedades a su cargo.

#### ▪ **Semestrales**

El departamento de marketing presentará los resultados y evaluaciones respectivas de acuerdo al plan anual propuesto por el área, a fin de verificar el cumplimiento del mismo.

#### ▪ **Anuales**

Se presentarán informes contables, ambientales y administrativos por parte del personal a cargo de esas gestiones, dirigidos a la junta de socios respectiva.

### – **Reuniones quincenales**

El administrador comunicará al personal las decisiones tomadas de acuerdo a los informes recibidos con anterioridad.

## **12. Conclusiones**

Hoy en día se hace necesario adoptar medidas que promuevan la conservación, tengan mínimo impacto ambiental y permitan disfrutar los atractivos de las áreas geográficas relativamente inalteradas; bajo esta realidad SANTAY ECOCLUB se acoge a esta nueva tendencia y busca propiciar la participación activa de la población local con el beneficio cultural y económico que ello representa, además de brindar la oportunidad a sus visitantes de reflexionar acerca del valor de los abundantes recursos naturales presentes en la isla y la necesidad de contar con una política responsable en la materia, sin dejar de lado que la oportunidad de negocio planteada, tiene flujos futuros expectantes, es viable y no tiene competencia.

## **13. Recomendaciones**

Siendo la Isla Santay uno de los parajes más bellos en la costa ecuatoriana es importante la elaboración de un Plan de Manejo y Conservación actualizado, además estudios de impacto ambiental, y de capacidad de carga turística que sirvan de base para la creación y ejecución de presentes y futuros proyectos. Cabe recalcar que la realización de los mencionados estudios es competencia de las entidades gubernamentales a cargo de la isla.

Además debido a la escasez de recursos y los numerosos problemas ambientales, es necesario hacer una priorización de los esfuerzos de solución hacia los problemas de deterioro ambiental, considerando como objetivo principal el incentivar a la comunidad para modificar sus conductas depredadoras del medio ambiente, por medio de programas de capacitación y educación ambiental a todo nivel, como mecanismo de incorporación progresiva de la problemática ambiental en la vida diaria de todos los sectores de la población; eso con la participación de organizaciones como "Amigos de Santay", "Club Ecologistas de Santay", "Comité ecológico del Litoral".

## 14. Bibliografía

- AREVALO, Gabriel (2011). *Regiones Naturales del Ecuador*, Quito: Editoriales ecuatorianas.
- BAQUERIZO, Carlos (2010). Artículo sobre la Isla Santay. Desde Mi Trinchera. Ecuador.
- CONVENCIÓN SOBRE LOS HUMEDALES (2000). Ficha Informativa sobre los Humedales RAMSAR. Ecuador. Recuperado de <http://www.ambiente.gob.ec>
- DELGADO, Jesús M<sup>a</sup>. M. (2003). *Turismo Responsable: una visión homeostática*, Venezuela: Editorial Nueva Época.
- DIONISIO, Francisco (2007). Una Teoría Dinámica del Sistema del Turismo. [Tesis doctoral, Universidad del Algarve]. Recuperado de [http://www.cienciared.com.ar/ra/usr/9/492/fisec7\\_m3pp15\\_64.pdf](http://www.cienciared.com.ar/ra/usr/9/492/fisec7_m3pp15_64.pdf)
- GOMEZ, JC., Cecon E. (2004). *La Restauración Ecológica en México. ¿Sueño o Realidad?*. México: Edimex.
- JARAMILLO A., POROZO N., MOLINA R., NARANJO J., PACALLA A. (2002) Plan de Manejo del Humedal Isla Santay. Comité Ecológico del Litoral con la colaboración del Ministerio del Ambiente. Guayaquil.
- KHAN, Maryan (1997). *Tourism Development and Dependency Theory: Mass Tourism vs. Ecotourism*. Analysis of Tourism Research. (24). 988-991. Ohio: New Hill.
- MELÉNDEZ, Anaida (1996). *Paradigma de una Nueva Era del Turismo y su Relación con el Ambiente y con las Oportunidades de Empleo Turístico*. Turismo em Análise.

MÉNDEZ, Tomas R. (1998). *La teoría económica moderna y su aplicación al mercado turístico balear*. Revista PortalTour.

Mincomercio, (2011, junio). Declaración de la Haya sobre Turismo (1989). [Lectura en línea]. Recuperado de [www.mincomercio.gov.co/econtent/.../DeclaracionlaHaya.doc](http://www.mincomercio.gov.co/econtent/.../DeclaracionlaHaya.doc)

MONTEROS, Edison (2010). *El Turismo Sostenible: Orígenes y Desarrollo*. Quito: Editorial Manila.

REGLAMENTO GENERAL DE LA LEY DE TURISMO (2002). Decreto N° 1186. Art. 66 y 70

REGLAMENTO ESPECIAL DE TURISMO EN ÁREAS NATURALES PROTEGIDAS (2002). Decreto N° 3055, Registro Oficial N° 656.

VERA, Johana (2009). *Rafael Correa y el socialismo del siglo XXI en el Ecuador*. Washington D.C.

# **ANEXOS**

## ANEXO #1

### COMODATO CON CLÁUSULA DE CONSERVACIÓN

El comodato o préstamo de uso es “un contrato en el que una de las partes entrega a la otra gratuitamente una especie, mueble o raíz, para que haga uso de ella, con cargo de restituir la misma especie después de terminado el uso”.

A través de esta figura el propietario o comodante que desea conservar su predio lo entrega de forma gratuita a otra persona o comodatario para que se encargue del manejo del mismo, teniendo en cuenta el fin para el cual fue establecido el contrato y el tiempo del mismo, que puede ser un número determinado de años o el tiempo que se requiera para cumplir con un objetivo específico. También es fundamental que se disponga específicamente el uso y actividades que el comodatario debe realizar a fin de conservar el predio.

En caso de que los usos o actividades establecidas en el contrato no sean cumplidas por parte del comodatario, el comodante está en la facultad de pedir la restitución inmediata del bien además de la indemnización correspondiente por daños y perjuicios.

Las características de este contrato se señalan a continuación:

- **Real:**  
Se perfecciona con la entrega de la cosa. La entrega hace referencia al hecho de que el prestador o comodante en ningún momento se desprende o separa del dominio o posesión que tiene sobre la cosa. Es decir, a través del contrato de comodato se adquiere únicamente la tenencia de la cosa
- **Unilateral:**  
Perfeccionado el contrato surgen obligaciones para el comodatario; estas obligaciones son primordialmente de conservación, uso y restitución de la cosa. El comodante por su parte permite el goce de la cosa, pero en principio, no contrae ninguna obligación
- **Gratuito:**  
El uso y el goce que se proporciona son sin contraprestación. Hay una intención liberal por parte del comodante

– **Principal:**

No necesita de otro acto jurídico para existir; mantiene existencia propia de acuerdo con lo establecido en el Código Civil

**Aplicación ecológica**

El contrato de comodato constituye otra de las figuras aplicables en conservación. A través de este se pueden establecer cláusulas expresas para la conservación de suelos, aguas y protección de recursos naturales existentes en el predio objeto del contrato. Además, legalmente podrían celebrarse contratos de comodato por un lapso de 20, 30, 40 años o más.

En caso de que el comodante contravenga las estipulaciones conservacionistas, el dueño del predio tiene el derecho de rescindir el contrato, pedir indemnización y la restitución inmediata del bien.

Por otro lado, al igual que en el contrato de arrendamiento, dicho contrato se puede celebrar entre personas naturales, personas jurídicas u ONG's interesadas en la protección ambiental, es así que en términos de conservación sería factible la celebración de los siguientes contratos de comodato:

- Entre dos personas naturales
- Entre una persona natural y una institución privada interesada en conservación
- Entre una persona natural y una ONG
- Entre una persona jurídica y una ONG o institución privada
- Entre dos personas jurídicas

La garantía jurídica radica en el hecho de que en este tipo de contratos el comodante o dueño del predio conserva sobre la cosa todos los derechos que antes tenía, además, la ley establece que si el comodante contraviene a las cláusulas estipuladas el dueño del predio podría exigir una indemnización y restitución inmediata del bien. Esto significa, que si en un contrato no se cumplen las cláusulas de conservación, el dueño tiene el derecho de rescindir el contrato sin afectar su dominio.

## ANEXO #2

### AVISO DE PRENSA EXPECTATIVA

#### – ETAPA INFORMATIVA – PRE LANZAMIENTO

##### ▪ *Estrategia de Publicidad*

Diseñado con la finalidad de generar expectativa e informar de manera general al mercado meta acerca de SANTAY ECOCLUB y su próxima apertura.



### ***Santay tiene un sitio especial para la recreación***

Olvídate de la ciudad y disfruta de la naturaleza en acogedoras instalaciones, rodeadas de un espectacular manglar. Te ofrecemos descanso e integración familiar y actividades como senderismo, recorridos en lancha, observación de flora y fauna, ¡y bastante diversión!

***¡Espéranos próximamente!***

## **ANEXO #3**

### **TRÍPTICOS**

– ETAPA INFORMATIVA – PRE LANZAMIENTO

▪ *Estrategia de ventas personales*

Detallan información sobre los servicios, precios e instalaciones que ofrece el centro recreacional.

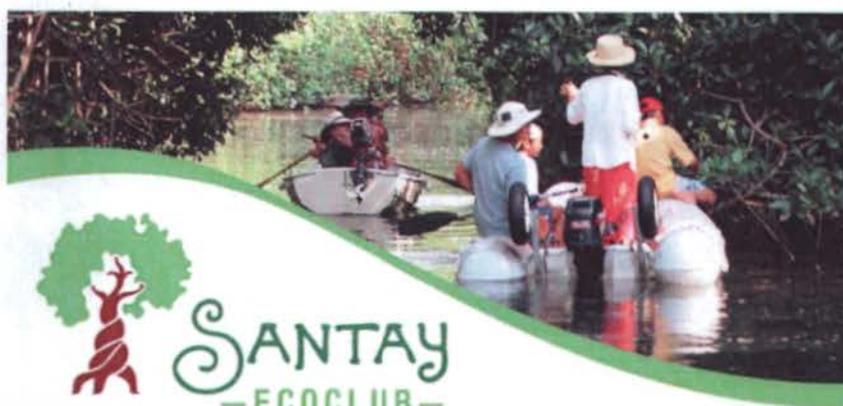
## ANEXO #4

### AVISO DE PRENSA INAUGURACIÓN

#### – ETAPA PERSUASIVA – LANZAMIENTO

##### ▪ *Estrategia de Publicidad*

Diseñado con la finalidad de informar de manera más detallada al mercado meta sobre qué ofrece SANTAY ECOCLUB, además de horarios de atención y fuentes para mayor información.



Ofrece sus cómodas instalaciones con áreas de recreación y descanso, galería, juegos infantiles, recorridos guiados por la isla y el río Guayas, divertidas actividades, gran variedad de espectáculos y ¡mucho más!

**Atención:** Miércoles a domingo y feriados, a partir de las 9:00

**Información:** TEL 3731000 • EMAIL [info@santayecoclub.com](mailto:info@santayecoclub.com)

## ANEXO #5

### GORRA DE PAPEL

- ETAPA PERSUASIVA - LANZAMIENTO Y ETAPA DE MANTENIMIENTO

- *Estrategia de Promoción de ventas*

En este se incluye como único elemento el logotipo de SANTAY ECOCLUB en la parte delantera.



## ANEXO #6

### ABANICO DE PAPEL

- ETAPA PERSUASIVA - LANZAMIENTO Y ETAPA DE MANTENIMIENTO

- *Estrategia de Promoción de ventas*

En este se incluye como único elemento el logotipo de SANTAY ECOCLUB en la parte delantera.







**ANEXO #8**



**BOLSA ECOLÓGICA**



**ESTUCHE DE ALGODÓN**



**GORRA VISERA**



**GORRA SAFARI**



**ESTUCHE CARTÓN 3  
LÁPICES**



**ESTUCHE CARTÓN 12  
LÁPICES**



**PLUMIER MADERA**



**LÁPIZ DE MADERA**



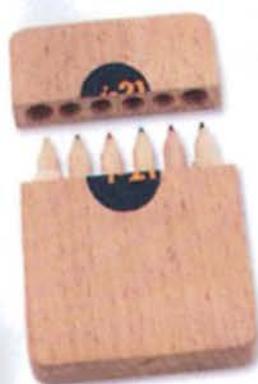
**REGLA DE MADERA**



**CAJA CARTÓN 6 LÁPICES**



**ESTUCHE MADERA 12  
LÁPICES DE COLORES**



**ESTUCHE MADERA 6  
LÁPICES DE COLORES**



**ESTUCHE CON 6 CRAYONES**



**ESTUCHE CON 30 CRAYONES**



**TUBO DE 12 LÁPICES  
DE COLORES**



**SET DE 4 JUEGOS**



**DOMINO MADERA**



**YOYO DE MADERA**