



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

**TEMA:**

**Actualización del Plan de Marketing turístico para el nuevo Producto Isla Santay e Isla Gallo, cantón Durán - provincia del Guayas.**

**AUTORES:**

**Loaiza Correa, Jhon Fernando  
Chávez Arbeláez, Jenniffer Stephania**

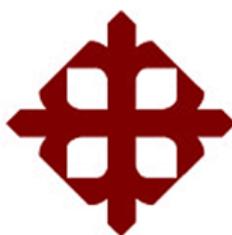
**Trabajo de Titulación previo a la obtención del Título de:  
Ingeniero en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras**

**TUTORA:**

**Lic. Aline Gutiérrez Northía, Mgs.**

**Guayaquil, Ecuador**

**Guayaquil, a los 24 días del mes de febrero del año 2017**



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

**CERTIFICACIÓN**

Certificamos que el presente trabajo fue realizado en su totalidad por **Jhon Fernando Loaiza Correa** y **Jenniffer Stephania Chávez Arbeláez**, como requerimiento parcial para la obtención del Título de **Ingeniero en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras**.

**TUTORA**

---

**Lcda. Aline Gutiérrez Northía, Mgs.**

**DIRECTORA DE LA CARRERA**

---

**Ing. María Belén Salazar Raymond, Mgs.**

**Guayaquil, a los 24 días del mes de febrero del año 2017**



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

**DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD**

**Yo, Jhon Fernando Loaiza Correa**

**DECLARO QUE:**

El Trabajo de Titulación **Actualización del Plan de Marketing turístico para el nuevo Producto Isla Santay e Isla Gallo, cantón Durán - provincia del Guayas** previo a la obtención del Título de **Ingeniero en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras**, ha sido desarrollado respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan en el documento, cuyas fuentes se incorporan en las referencias o bibliografías. Consecuentemente este trabajo es de mi total autoría.

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

**Guayaquil, a los 24 días del mes de febrero del año 2017**

**EL AUTOR**

---

**Jhon Fernando Loaiza Correa**



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

**DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD**

**Yo, Jenniffer Stephania Chávez Arbeláez**

**DECLARO QUE:**

El Trabajo de Titulación **Actualización del Plan de Marketing turístico para el nuevo Producto Isla Santay e Isla Gallo, cantón Durán - provincia del Guayas** previo a la obtención del Título de **Ingeniero en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras**, ha sido desarrollado respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan en el documento, cuyas fuentes se incorporan en las referencias o bibliografías. Consecuentemente este trabajo es de mi total autoría.

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

**Guayaquil, a los 24 días del mes de febrero del año 2017**

**LA AUTORA**

---

**Jenniffer Stephania Chávez Arbeláez**



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

**AUTORIZACIÓN**

**Yo, Jhon Fernando Loaiza Correa**

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil a la **publicación** en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación: **Actualización del Plan de Marketing turístico para el nuevo Producto Isla Santay e Isla Gallo, cantón Durán - provincia del Guayas** cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

**Guayaquil, a los 24 días del mes de febrero del año 2017**

**EL AUTOR:**

---

**Jhon Fernando Loaiza Correa**



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

**AUTORIZACIÓN**

**Yo, Jenniffer Stephania Chávez Arbeláez**

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil a la **publicación** en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación: **Actualización del Plan de Marketing turístico para el nuevo Producto Isla Santay e Isla Gallo, cantón Durán - provincia del Guayas** cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

**Guayaquil, a los 24 días del mes de febrero del año 2017**

**LA AUTORA:**

---

**Jenniffer Stephania Chávez Arbeláez**



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

### Certificación de Antiplagio

Certifico que después de revisar el documento final del trabajo de titulación denominado **Actualización del Plan de Marketing turístico para el nuevo Producto Isla Santay e Isla Gallo, cantón Durán - provincia del Guayas**, presentado por los estudiantes **Loaiza Correa Jhon Fernando** y **Chávez Arbeláez Jenniffer Stephania**, fue enviado al Sistema Antiplagio URKUND, presentando un porcentaje de similitud correspondiente al 0%, por lo que se aprueba el trabajo para que continúe con el proceso de titulación.

---

**Lcda. Aline Gutiérrez Northía, Mgs.**

**TUTORA**

## **Agradecimiento**

Agradezco en primer lugar a Dios que me ha dado la fortaleza y sabiduría necesaria para culminar mi proyecto de tesis y presente en cada meta que me establezco.

A mis padres Bolívar Chávez Goyes y Carina Arbeláez Villacis quienes han sido mi mayor soporte en mi etapa de educación, por sus consejos y apoyo incondicional para terminar mi carrera.

A mi estimada tutora que siempre estuvo dispuesta en ayudarnos y despejar las dudas que aparecían en el desarrollo del proyecto y por ultimo a mi compañero de tesis por su paciencia y dedicación para la culminación de la investigación.

**Jennifer Stephania Chávez Arbeláez**

## **Agradecimiento**

Primero agradezco al Todopoderoso por darme fuerzas al estar con los 5 sentidos bien puestos en mi proyecto de tesis y así permitirme terminar una etapa más de mi vida y poder empezar una nueva etapa de profesionalismo en el ámbito laboral.

Agradezco también a mis padres Lucio Franco Loaiza Pacheco y Doris Cielito Correa Castillo por estar conmigo en las buenas y mucho más en las malas siendo los pilares fundamentales en mi familia apoyándome desde pequeño hasta la actualidad inculcándome los mejores ejemplos y guiándome por el camino del bien, dándome fuerzas, motivación y apoyándome económicamente a pesar de los momentos difíciles con el fin de ver en mí, un futuro profesional del Ecuador.

También agradezco a mi tutora, compañera, amiga por ayudarme con todo mi proyecto de tesis dejando a un lado su trabajo por atendernos e inclusive siendo paciente al momento revisar paso a paso nuestro proyecto y podernos hacer una crítica constructiva, para la elaboración del mismo.

**Jhon Fernando Loaiza Correa**

## **Dedicatoria**

durante todo este tiempo, a mi novio por confiar en mí y ser mi apoyo incondicional dándome las fuerzas necesarias, a mis amigos que estuvieron apoyándome en el desarrollo de la investigación siempre dispuestos a responder cualquier duda, gracias por la paciencia.

Quiero dedicar este proyecto a mis padres por haberme brindado una buena educación

**Jennifer Stephania Chávez Arbeláez**

Este proyecto va dedicado a mis padres, a toda mi familia y amigos que confiaron en mí apoyándome hasta el final en el desarrollo de mi proyecto de titulación.

**Jhon Fernando Loaiza Correa**



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

**TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN**

---

**Lcda. Aline Gutiérrez Northía, Mgs.**

TUTORA

---

**Lcda. Karla Ramírez Iñiguez, Mgs.**

DIRECTORA O DELEGADA DE LA CARRERA

---

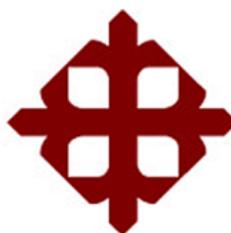
**Lcda. Paola Gálvez Izquieta, Mgs.**

COORDINADOR DEL ÁREA O DOCENTE DE LA CARRERA

---

**Lcda. Mariela Pinos Guerra, Mgs.**

OPONENTE



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

**Calificación**

<b>APELLIDOS Y NOMBRES</b>	<b>NOTA FINAL DEL TUTOR</b>
<b>Loaiza Correa Jhon Fernando</b>	
<b>Chávez Arbeláez Jenniffer Stephania</b>	

---

**Lcda. Aline Gutiérrez Northía, Mgs.**

**TUTORA**

## ÍNDICE GENERAL

INTRODUCCIÓN.....	1
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	2
FORMULACION DEL PROBLEMA.....	3
JUSTIFICACIÓN.....	3
OBJETIVOS.....	4
Objetivo general.....	4
Objetivos específico.....	4
ANTECEDENTES.....	5
CAPITULO I – FUNDAMENTACION TEÓRICA.....	7
1.1 MARCO CONCEPTUAL.....	7
1.1.1 Marketing.....	7
1.1.2 Marketing turístico.....	7
1.1.3 Sistema Nacional de Áreas Protegidas.....	7
1.1.4 Plan de Marketing.....	7
1.1.5 Actividad turística.....	8
1.1.6 Sitio Ramsar.....	8
1.1.7 Diseño.....	8
1.1.8 Oferta.....	8
1.1.9 Demanda.....	8
1.1.10 Producto Turístico.....	8
1.2 MARCO TEÓRICO.....	9
1.2.1 Teoría de las necesidades humanas de Maslow.....	9
1.2.2 Teoría del desarrollo económico.....	11
1.3 MARCO REFERENCIAL.....	12
Comuna Agua Blanca – Parque Nacional Machalilla.....	12
La Comunidad Saraguro.....	13
1.4 MARCO METODOLÓGICO.....	14
1.4.1 Marketing Mix.....	14
1.4.2 Diseño de la investigación.....	15
1.4.3 Método de la investigación.....	15
1.4.4 Enfoque de la investigación.....	16
1.4.5 Técnicas de recolección de datos.....	17

1.4.6	Observación directa.....	17
1.4.7	Encuestas.....	17
1.4.8	Entrevista.....	18
1.4.9	Población.....	18
1.4.10	Muestra.....	18
CAPÍTULO II.....		20
2.1	DIAGNÓSTICO TURÍSTICO DEL SECTOR.....	20
2.2	GOBERNANZA.....	20
	Zonificación de la Isla Santay.....	23
2.3	COMUNIDAD RECEPTORA.....	24
2.4	INFRAESTRUCTURA.....	26
2.4.1	Distancia.....	27
2.4.2	Agua potable.....	28
2.4.3	Comunicaciones.....	28
2.4.4	Sanidad.....	28
2.4.5	Puntos de salud.....	28
2.4.6	Energía eléctrica.....	29
2.5	OFERTA DE SERVICIOS.....	29
2.5.1	Servicios de hospedaje.....	29
2.5.2	Servicios de restauración.....	29
2.5.3	Servicios de transportación.....	29
2.5.4	Otros servicios.....	30
2.6	DEMANDA.....	30
2.7	ATRACTIVOS.....	30
2.7.1	Atractivos naturales.....	30
2.7.2	Atractivos culturales.....	31
2.8	ANÁLISIS FODA.....	32
CAPÍTULO III.....		33
3.1	Análisis de la demanda.....	33
CAPÍTULO IV.....		40
4.1	PROPUESTA DE PLAN DE MARKETING.....	40
4.1.1	Objetivo general de la propuesta.....	40
4.1.2	Objetivos específicos de la propuesta.....	40
4.1.3	Segmentación.....	41

4.1.4 Posicionamiento.....	41
4.2 ESTRATEGIAS DEL MARKETING MIX.....	41
4.2.1 Servicio.....	41
4.2.2 Logo.....	42
4.2.3 PRODUCTOS.....	42
Paquetes turísticos.....	43
4.2.4 PRECIO.....	44
4.2.5 PROMOCIÓN.....	44
Medios de difusión.....	45
4.2.6 PLAZA.....	46
4.3 Marketing estratégico.....	47
4.3.1 Estrategias de producto.....	47
4.3.2 Estrategias de precio.....	48
4.3.3 Estrategias de plaza.....	48
4.3.4 Estrategias de promoción.....	49
Merchandising.....	49
4.4 ACCIONES DE LAS ESTRATEGIAS.....	49
4.4.1 Acciones de las estrategias de Producto.....	49
4.4.2 Acciones de las estrategias de Precio.....	50
4.4.3 Acciones de las estrategias de Plaza.....	51
4.4.5 Acciones de las estrategias de Promoción.....	52
4.5 Presupuesto del Plan de Marketing.....	53
4.6 CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES.....	54
CONCLUSIONES.....	55
RECOMENDACIONES.....	56
LISTADO DE REFERENCIAS.....	57
APÉNDICES.....	61

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. <i>Gobernanza de la Isla Santay</i> .....	22
Tabla 2. <i>Zonificación de la Isla Santay</i> .....	23
Tabla 3. <i>Tiempo de los recorridos</i> .....	27
Tabla 4. <i>Demanda de visitantes hacia la isla</i> .....	30
Tabla 5. <i>Sitio de interés turístico de la Isla Santay</i> .....	31
Tabla 6. <i>FODA</i> .....	32
Tabla 7. <i>Acciones de Famtrip</i> .....	49
Tabla 8. <i>Acciones del Merchandising</i> .....	49
Tabla 9. <i>Acciones de la tienda de souvenirs</i> .....	49
Tabla 10. <i>Acciones de Tour Santay</i> .....	50
Tabla 11. <i>Acciones de las capacitaciones</i> .....	50
Tabla 12. <i>Acciones de la implementación de kayak</i> .....	51
Tabla 13. <i>Acciones de la mejora de infraestructura</i> .....	51
Tabla 14. <i>Acciones del Community manager</i> .....	52
Tabla 15. <i>Acciones de la elaboración de trípticos</i> .....	52
Tabla 16. <i>Acciones de campañas de publicidad</i> .....	52
Tabla 17. <i>Cronograma de actividades</i> .....	54

## ÍNDICE DE FIGURAS

<i>Figura 1.</i> Pirámide de Maslow.....	9
<i>Figura 2.</i> Página web de la Comuna Agua Blanca.....	12
<i>Figura 3.</i> Vestimenta del Saraguro.....	14
<i>Figura 4.</i> Ubicación de la Isla Santay.....	20
<i>Figura 5.</i> Estructura del sistema turístico de un destino.....	20
<i>Figura 6.</i> Sexo de la población.....	24
<i>Figura 7.</i> Edad de los habitantes de Santay.....	25
<i>Figura 8.</i> Nivel de escolaridad de la población.....	25
<i>Figura 9.</i> Actividad económica más representativa en la isla.....	26
<i>Figura 10.</i> Sexo de la población.....	33
<i>Figura 11.</i> Edad de los encuestados.....	34
<i>Figura 12.</i> Lugar de origen de las personas encuestadas.....	34
<i>Figura 13.</i> Han visitado la Isla Santay las personas encuestadas.....	35
<i>Figura 14.</i> Con quien realiza la visita a la isla.....	35
<i>Figura 15.</i> Frecuencia de visita a la isla según los encuestados.....	36
<i>Figura 16.</i> Lo que más le llamo la atención de los encuestados.....	36
<i>Figura 17.</i> Motivo de visita a la isla.....	37
<i>Figura 18.</i> Actividades que se necesitan mejorar en la isla según los encuestados...37	37
<i>Figura 19.</i> Visitarían de nuevo Isla Santay.....	38
<i>Figura 20.</i> Mejor medio de difusión del producto Santay según los encuestados....38	38
<i>Figura 21.</i> Preferencia de precio de itinerario.....	39
<i>Figura 22.</i> Logo de la Isla Santay.....	42
<i>Figura 23.</i> Facebook oficial de la Isla Santay.....	45
<i>Figura 24.</i> Twitter oficial de la Isla Santay.....	45
<i>Figura 25.</i> Instagram oficial de la Isla Santay.....	46
<i>Figura 26.</i> Recorrido ruta del golfo.....	47
<i>Figura 27.</i> Logo de la operadora turística que opera en Santay.....	47
<i>Figura 28.</i> Presupuesto del Plan de Marketing.....	53

## RESUMEN

La finalidad de este proyecto es presentar una propuesta de actualización de plan de marketing en Isla Santay e Isla Gallo con la finalidad de promover ciertas actividades turísticas y potenciarlas en un futuro. Dentro de Isla Santay existe una afluencia de turistas que día a día se quiere mejorar, pero muchas de las personas que la visitan desconocen de las actividades que se pueden ejecutar dentro de ella, también se quiere lograr es que dentro de Isla Santay no solo haya afluencia de turistas nacionales sino también lograr mejorar la asistencia de turistas extranjeros y es lo que día a día se está tratando de mejorar para atraer la atención del turista con algo innovador.

El Área Nacional de Recreación Isla Santay lo que quiere lograr es que el turista que la visite se sienta como en casa rodeado de una maravillosa naturaleza en donde interactúe con la fauna y flora que lo rodea, también hay un pequeño museo en donde se puede ver todo lo que nos muestra Santay desde su historia hasta su biodiversidad que está rodeada y por ultimo contamos con 3 hosterías ecológicas.

De acuerdo a nuestro estudio realizado mediante encuestas se puede determinar que turistas y comuneros de la zona quisieran ver algo innovador y por ende quisieran que Isla Santay se difunda por todos los medios sociales o de difusión y así obtener la opinión de la gente en general y poder incluirlo y desarrollarlo a nuestro proyecto. En base a este fundamento se elaboró la propuesta del Plan de Marketing con el objetivo de potencializar el atractivo y tenga ingresos estables.

**Palabras Claves:** Hostería ecológica, área nacional de recreación, biodiversidad, comuneros, actividades turísticas, atracción turística, fauna y flora

## ABSTRACT

The purpose of this project is to present a proposal to update the marketing plan in Isla Santay and Isla Gallo with the purpose of promoting certain tourist activities and promoting them in the future. Inside Santay Island there is an influx of tourists that every day we want to improve, but many people who visit it do not know the activities that are carried out in the island, it is also wanted to achieve is that in Santay Island there is not only Influx of regional tourists but also we want to improve the assistance of foreign tourists and that's what day by day is trying to improve to attract the attention of the tourist with something innovative.

The National Recreation Area Santay Island wants to accomplish is that the tourist who visits it feels at home surrounded by a wonderful nature where they can interact with the fauna and flora that surrounds it, there is also a small museum where you can see everything that Santay shows us from its history to its biodiversity that is surrounded and finally we have 3 ecological cabins.

According to our study carried out by means of surveys it is possible to determine that tourists and comuneros of the zone would like to see something innovative and therefore they want that Santay Island diffuses by all the social means or of diffusion and so obtain the opinion of the people in general and be able to include it and develop it in our project. Based on this, the proposal of the Marketing Plan was developed with the objective of increasing the attractiveness and having stable income.

**Key Words:** Ecological cabins, recreation area, biodiversity, comuneros, tourist activities, tourist attraction, fauna and flora.

## INTRODUCCIÓN

La Isla Santay está ubicada en el Río Guayas a una distancia aproximadamente de 800 metros con la ciudad de Guayaquil, pero a pesar de eso la Isla pertenece al Cantón Durán. En este lugar radican aproximadamente 56 familias ubicadas en 46 casas, de las cuales 36 se encuentra al ingreso de la zona y con un promedio de 200 a 250 habitantes aproximadamente que son parte de la comuna San Jacinto de Santay es el nombre denominado a los comuneros de Isla Santay.

Las Áreas protegidas en el Ecuador representan alrededor del 20% del Territorio Nacional perteneciente a las 50 reservas, las cuales 49 son parte del Patrimonio de Áreas Naturales del Estado (PANE) y 1 del Gobierno Autónomo Descentralizado (GADS), estas se rigen al Sistema Nacional de Áreas Protegidas (SNAP).

La Isla Santay es un atractivo que poco a poco ha desarrollado su nivel turístico, el cual ha ido incrementando y hemos obtenido una afluencia de turistas, los cuales visitan un sin número de atractivos que rodean a la Isla Santay además de ello no solo es conocido por la fauna y flora que lo rodea sino también por la cultura que tiene cada uno de los habitantes de dicha comuna, por esto se la convierte como uno de los atractivos turísticos principales que le rodean a la provincia del Guayas.

Este atractivo ha sufrido cambios desde la inauguración de los puentes peatonales haciéndose necesaria la actualización del plan de marketing turístico ya que el producto ha cambiado sustancialmente.

La investigación está compuesta de 4 capítulos, el primer capítulo está el desarrollo de la fundamentación teórica en la cual nos basamos para la realización del proyecto, el segundo capítulo es sobre el diagnóstico turístico del sector donde se pudo analizar el sitio y así conocer de lo que carecen y sus fortalezas, el capítulo número tres se encuentra el análisis de demanda según las encuestas que se realizaron y el último capítulo es con respecto a la propuesta de marketing el objetivo principal de nuestro proyecto.

## **PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

La isla tiene mucho potencial de ser un gran destino turístico, pero la falta de promoción turística ha provocado que baje la afluencia de turistas. La población pidió al gobierno ayuda para aumentar su economía y mejorar su condición de vida social así que, a través del MIES, MIDUVI y DINSE se iniciaron las construcciones del muelle, escuela, viviendas en la eco-comunidad y la sala comunal.

La falta de motivos para visitar la isla por parte de los turistas es evidente ya que el primer mes de inauguración en junio se registraron 108.232 turistas, pero hoy en día la cifra de visitantes ha disminuido. Santay se ha logrado posicionar como un atractivo turístico importante para la ciudad de Guayaquil por eso debe promocionarse correctamente sin afectar su flora y fauna.

Uno de los factores principales que afectan a la visita de turistas es la falta de conocimiento ya que no se cuenta con un Plan de Marketing actualizado, porque la isla cada día se va desarrollando turísticamente, la oferta de servicios se va incrementando, se hace indispensable contar con un plan con una correcta promoción para su desarrollo sostenible.

La propagación de los atractivos se debe presentar y describir adecuadamente, que contenga información verídica, fiable y precisa para el marketing turístico, además de publicidad y promoción de sus ofertas turísticas también incluir el análisis de sus canales de distribución, productos y precios logrando así garantizar su sostenibilidad a largo plazo y su viabilidad económica.

La escasez de planta turística es una de las principales causas por la cual no se está contribuyendo correctamente al desarrollo del turismo de la comunidad. El limitado personal para la seguridad y el control de los turistas que brinden información para los visitantes. La insuficiencia de actividades turísticas que influya e incentive a los turistas visitar y volver a la isla es para conocer más acerca de la comunidad y los recursos naturales que posee.

## **FORMULACIÓN DEL PROBLEMA**

¿De qué manera contribuye un Plan de Marketing enfocado a la Isla Santay para el incremento responsable de turistas?

## **JUSTIFICACIÓN**

Isla Santay está ubicada a 10 o 15 minutos aproximadamente de la ciudad de Guayaquil, pero a pesar de eso pertenece al Cantón Duran. Además de ello dentro de la Isla Santay se puede experimentar la naturaleza que la rodea, tal como la flora y fauna dando al turista una opción más de realizar turismo interno, inclusive se puede conocer la cultura e historia que resalta la Isla interactuando con las personas de la comunidad San Jacinto de Santay

Se puede mejorar la riqueza medio ambiental enfocados a la biodiversidad que muestra esta pequeña isla, como lo es el árbol de mangle, el mangle negro, los bosques de manglar y los arboles endémicos, así como su fauna, que está conformada por especies singulares como son los cocodrilos, cangrejos violinistas, Boa mata caballo, entre otros.

La comunidad de santileños son los principales involucrados en el desarrollo turístico del producto Isla Santay ya que ven al turismo como una de las principales fuentes de ingreso en su estilo de vida, por lo tanto anhelan potenciar más el producto turístico y que el reconocimiento atraiga más turistas de todo el mundo. Por eso existió la necesidad de crear un Plan de Marketing para promocionar a Isla Santay adecuadamente.

A menudo se presentan problemas en las infraestructuras y mucho de los arreglos ha salido del capital de los comuneros porque no les conviene y eso retrasa la afluencia de turistas, por eso el Plan de Marketing incluye propuestas de negocios que ayude a tener ganancias para la comunidad. “El MAE solo asumió la administración de esa estructura, que incluye los puentes, camineras y ciclovías y como tal, en su gestión, realizó observaciones de las fallas que surgieron posteriormente en las camineras” (El Universo, 2016).

## **OBJETIVOS**

### **Objetivo General**

Proponer una actualización del plan de marketing turístico para el nuevo producto Isla Santay e Isla, para incrementar el turismo local responsable.

### **Objetivo Específico**

- Diagnosticar la situación actual del turismo en la Isla Santay e Isla Gallo.
- Realizar un estudio de la afluencia y perfil de la demanda de turistas que visitan Isla Santay e Isla Gallo
- Desarrollar un plan de marketing turístico con el fin de mejorar la afluencia de turistas.

## ANTECEDENTES

En los siglos XVI y XVII se registran los ataques de piratas y forajidos que afectaron a la ciudad de Guayaquil, en 1684 hallan una descripción por el pirata William Dampier donde describe a la isla la cual fue lugar de cuarentena para las embarcaciones que abordaban al puerto. Hace 100 años aproximadamente se instauraron haciendas y productoras de arroz, los habitantes actuales son sucesores de los antiguos pobladores y productores de la isla.

En 1990 una organización no gubernamental denominada como el Comité Ecológico del Litoral elaboró un proyecto para organizar a la población que se encuentra en Santay por la cual se crea la comunidad llamada “San Jacinto de Santay” que es la asociación de pobladores y la escuela “Jaime Roldós A.” En el 2000 la isla fue cedida a la Fundación Malecón 2000 para su desarrollo lo cual impulsaba a la comunidad, conservación y preservación de la fauna y floras mediante el turismo.

“En los últimos años, el turismo comunitario ha crecido de forma acelerada en el país y desde el 2002, las agrupaciones que ofrecen estas alternativas turísticas se han agrupado en la Federación Plurinacional de Turismo Comunitario del Ecuador” (El Comercio, 2014).

En octubre del 2000 fue declarado por la Convención Ramsar como un humedal de importancia internacional. Debido a su importancia ambiental y para fines recreativos, las Islas Santay y Gallo fueron declaradas “Área Nacional de Recreación” e incorporadas al Sistema Nacional de Áreas Protegidas, mediante Acuerdo Ministerial No. 21 de febrero 20 del 2010, con una extensión de 2.214 has. (Ministerio de Ambiente, 2014)

La apertura del puente basculante fue el 3 de junio del 2014, en el sur de Guayaquil en las calles El Oro y la ría aumento el interés de visitar a la isla. El puente consta de 840 metros de largo, luego tenemos el camino de la Ecoaldea por un sendereo de 1,6 kilómetros. Para controlar el ingreso de turistas el Ministerio de Ambiente cuenta con un puesto en la entrada donde el turista debe registrarse, para

así poder conservar correctamente la isla ya que no deben pasar más de 1200 turistas al día. Los censos registran que actualmente la isla tiene 230 habitantes aproximadamente, conformados por 56 familias.

La biodiversidad, abundancia de recursos naturales, valor cultural e histórico es lo que le da importancia al Área Nacional de Recreación Isla Santay y Gallo. Su ambiente ecológico característico donde podemos encontrar animales como reptiles, aves, mamíferos; también podemos observar plantas como la palma real, el mangle negro, el guasmo, árboles endémicos como el guachapelí y samán. “La cocodrilera es uno de los atractivos principales con reptiles traídos desde la provincia de Esmeraldas, existen 85 especies de aves, 12 especies de reptiles, 128 aves, 5 especies de mangle, 13 mamíferos y 69 plantas” (Ministerio del Ambiente, 2014).

Las actividades turísticas son la principal fuente de ingreso de esta isla, por eso los pobladores están trabajando día a día para ofrecer los mejores servicios turísticos según sus recursos. “El turismo es un instrumento clave para el desarrollo social y económico del país en el largo plazo por lo que se busca posicionar a Ecuador como potencia turística que sea reconocido por la excelencia en calidad de sus servicios”. (Andes, 2015)

# **CAPITULO I**

## **1.1 MARCO CONCEPTUAL**

### **1.1.1 Marketing**

El marketing es un proceso social mediante el que, grupos e individuos logran lo que necesitan y desean mediante la creación, oferta, y libre intercambio de productos, servicios que otros valoran (Mera, 2010, p. 2).

### **1.1.2 Marketing turístico**

El marketing turístico permite conocer y comprender el mercado para llegar a formar una oferta realmente atractiva, competitiva, variada y capaz de conseguir clientes dispuestos a consumir el producto y/o servicio turístico (Sinclair C., 2012).

### **1.1.3 Sistema Nacional de Áreas Protegidas (SNAP)**

Es el conjunto de áreas naturales protegidas que garantizan la cobertura y conectividad de ecosistemas importantes en los niveles terrestre, marino y costero marino, de sus recursos culturales y de las principales fuentes hídricas (MAE, 2006).

### **1.1.4 Plan de Marketing**

"Un buen plan de marketing sirve para proporcionar dirección y enfoque a su marca, producto o empresa. Con un plan detallado, cualquier negocio está mejor preparado para sacar un nuevo producto o incrementar las ventas de los productos existentes. Las organizaciones sin ánimo de lucro también utilizan los planes de marketing para guiar sus esfuerzos de recaudación de fondos y para su consecución. Incluso las instituciones gubernamentales definen planes de marketing para iniciativas de sensibilización del público sobre los buenos hábitos nutritivos o para la promoción de una zona turística. (Kotler & Armstrong, 2008, pág. 783)

### **1.1.5 Actividad turística**

Es un acumulado de operaciones en las que ya sea de forma directa o indirecta se vinculan con el turismo o intervienen sobre el mismo, siempre y cuando conlleven a la prestación de servicios y productos para un turista (Rubén, 2011).

### **1.1.6 Sitio Ramsar**

Un Sitio Ramsar o un Humedal de Importancia Internacional es una zona de humedales designada bajo la Convención de Ramsar por el gobierno nacional de un Estado Miembro (Ramsar, 1982).

### **1.1.7 Diseño**

El término diseño se refiere al plan o estrategia concebida para obtener la información que se desea (Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P., 2006, p. 158).

### **1.1.8 Oferta**

Cuando se habla de oferta se hace referencia a la cantidad de bienes, productos o servicios que se ofrecen en un mercado bajo unas determinadas condiciones. El precio es una de las condiciones fundamentales que determina el nivel de oferta de un determinado bien en un mercado. (Subgerencia Cultural del Banco de la Republica, 2015).

### **1.1.9 Demanda**

Cuando se habla de demanda, se refiere uno a la cantidad de bienes o servicios que se solicitan o se desean en un determinado mercado de una economía a un precio específico. La demanda que una persona, una familia, una empresa o un consumidor en general tiene de un determinado producto o servicio puede estar influenciada por un gran número de factores que determinarán la cantidad de producto solicitado o demandado o, incluso, si éste tiene demanda o no. (Subgerencia Cultural del Banco de la Republica, 2015).

### **1.1.10 Producto turístico**

El conjunto de bienes y servicios que son utilizados para el consumo turístico por grupos determinados de consumidores (OMT, 1998).

## 1.2 MARCO TEÓRICO

### 1.2.1 Teoría de las necesidades humanas de Maslow (Pirámide de Maslow)

Las cinco categorías de necesidades son: fisiológicas, de seguridad, de amor y pertenencia, de estima y de auto-realización; siendo las necesidades fisiológicas las de más bajo nivel. Maslow también distingue estas necesidades en “deficitarias” (fisiológicas, de seguridad, de amor y pertenencia, de estima) y de “desarrollo del ser” (auto-realización). La diferencia distintiva entre una y otra se debe a que las “deficitarias” se refieren a una carencia, mientras que las de “desarrollo del ser” hacen referencia al quehacer del individuo. (Koltko 2006).



*Figura 1.* Pirámide de Maslow

**Fuente:** Chapman, 2007

Dentro de la pirámide de Maslow hay niveles motivacionales en donde el primero es:

**Fisiológico:** Son las necesidades básicas de las personas y están orientadas a la supervivencia, lo que la gente realiza en el día a día.

**Seguridad:** Este nivel depende del primero ya que se dice cuando se satisfacen las necesidades fisiológicas surge una estabilidad de una mismo estando seguro de lo que dice, demostrando seguridad.

**Afiliación:** Este nivel comprende que las necesidades fisiológicas y de seguridad no estén satisfechas al 100% y demuestra que hay un nivel de importancia o afecto hacia una persona, que con el tiempo se superara.

**Reconocimiento:** En este nivel se unen también las tres necesidades cuando se encuentran regularmente satisfechas en donde hay una necesidad de estimación hacia una persona y se siente seguro de sí mismo al expresarlo.

**Autorealización:** Por ultimo dentro de este nivel se enfoca cuando la persona ya está auto realizada y decidida para hacer algo, confiando en su potencial para poder desarrollarlo.

La teoría de las necesidades de Maslow es la más aceptada en el ámbito organizacional, esto quiere decir que las personas están en una búsqueda constante de la motivación y satisfacción dentro de cualquier ambiente es por ello que nuestras acciones están enfocadas a motivar al turistas ya sea nacional o extranjero para poder cubrir las necesidades de ellos mismo ya que es fundamental motivarse para alcanzar la excelencia y esto conllevaría a que la afluencia de turistas incremente y con ello poder generar beneficios económicos.

Lo que se quiere lograr con esta teoría es beneficiarnos todos de una misma manera que nosotros podamos incrementar la afluencia de turistas y que la comuna le genere ingresos y con eso poder generar algún tipo de proyecto o cualquier cosa innovadora que quiera implementar o también arreglar cosas como infraestructura y así poder beneficiarnos ambas partes.

### **1.2.2 Teoría del desarrollo económico: W. Arthur Lewis**

Es posible que crezca la producción, y sin embargo, que la masa del pueblo se empobrezca. Tendremos que considerar la relación entre el crecimiento y la distribución de la producción, pero nuestro interés primordial estriba en analizar el crecimiento y no la distribución. (Lewis, 1957, p. 454)

De esta manera, es evidente que la escasez de recursos naturales fija límites definidos al crecimiento de la producción por habitante, y que una parte considerable de las diferencias de riqueza entre distintos países tiene que explicarse en términos de riqueza de recursos. (Lewis, 1957, p. 456)

Han buscado explicaciones para las actitudes, pero han llegado a la conclusión que las actitudes dependen de la comunidad que se desarrolla, por la religión, el ambiente natural en que se desempeñan, la raza, entre otros. Las actitudes hacia el ahorro, la invención, al trabajo, riqueza, a ser mejor cada día para sobresalir como comunidad.

Se ha seleccionado esta teoría como parte de la investigación porque explica la relación de los recursos naturales y la población. En este caso Santay tiene mucho potencial y muchos recursos que están siendo explotados, pero no están siendo difundidos correctamente lo cual hace que algunos meses la afluencia de visitas sea muy baja.

El desarrollo económico es la meta de cualquier sociedad ya que implica un desarrollo del estilo de vida de las personas de la comunidad. Es importante que la comunidad cuente con un capital para las inversiones que se requieren en el desarrollo, también los individuos mientras más conocimientos tengan mejor producción van a generar. Generar ideas innovadoras para que el desarrollo sea constante y genere ingresos estables en la sociedad.

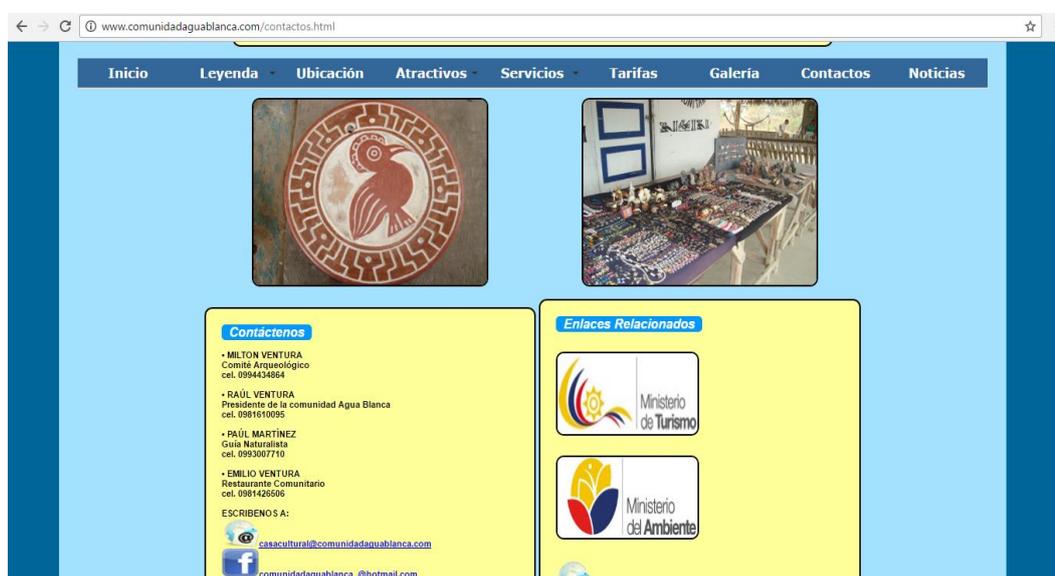
El objetivo más importante del desarrollo económico es mejorar la calidad de vida de la comunidad, mientras más desarrollado este el lugar mejor condiciones de vida tendrá la población.

### 1.3 MARCO REFERENCIAL

#### Comuna Agua Blanca – Parque Nacional Machalilla

La Comuna Agua Blanca se encuentra a 12km de Puerto López, provincia de Manabí situada en el Parque Nacional Machalilla el cual fue declarado como Área Nacional Protegida del Ecuador en 1979. La comunidad está formada por 300 habitantes aproximadamente que dependen del turismo comunitario por su cultura, beneficios medicinales por su laguna de azufre y más actividades turísticas.

La comuna mantiene un museo arqueológico con piezas de la cultura Manteño – Huancavilca. En esta zona se han encontrado las famosas sillas de piedra o sillas de poder, por lo que los arqueólogos consideran que aquí funcionó uno de sus centros cívicos ceremoniales. Sus pobladores, como se puede observar durante los recorridos, están orgullosos de su pasado y su herencia cultural. En la comunidad existe una gran poza de aguas sulfurosas donde se puede tomar un refrescante baño. El lodo del fondo de la poza ofrece también magníficas propiedades relajantes y es una experiencia reconfortante (Ministerio de Ambiente, 2014)



**Figura 2.** Página web oficial de la Comuna Agua Blanca

**Fuente:** Comunidad Agua Blanca

La comunidad Agua Blanca como promoción cuenta con un sitio oficial de página web [www.comunidadaguablanca.com](http://www.comunidadaguablanca.com) donde podemos encontrar información turística completa como los destinos turísticos que promocionan, las actividades que se pueden realizar, tarifas, galería, noticias sobre la comunidad o los lugares que ofrecen servicios turísticos y los contactos donde se pueden hacer reservaciones además de las redes sociales para una mejor comunicación con los posibles clientes.

## **La Comunidad Saraguro**

El Saraguro, en los actuales momentos, está poblando diferentes regiones de la parte sur del Ecuador, en la región interandina o sierra y en la región oriental o amazónica. En la Sierra, la población se localiza en la parte norte de la provincia de Loja, hasta los límites con la provincia del Azuay, teniendo como centro la ciudad de Saraguro. La población aproximada que se estableció por una investigación realizada en 1991 por iniciativa de la Federación Interprovincial de Indígenas Saraguro determinó que la población de todas las regiones ronda el número de 35.000 habitantes. (Fundación Kawsay, 2006)

Esta agrupación es diferente a las otras agrupaciones de la serranía ecuatoriana, ya que ellos demostraron jerarquía y se pararon firmemente, evitando ser dominados por cualquier grupo y además de eso preservando sus propias costumbres, en donde el atuendo que utilizan habitualmente el de la mujer y el hombre son totalmente iguales poseen un sombrero blanco con negro el cual simboliza a la actividad que ellos se dedican principalmente es la ganadera.

Entre los sistemas de subsistencia de dicha comuna es la agricultura, ganadería y artesanías. En la ganadería se dedican a la cría de ganados y rebaños de oveja, utilizando la carne y leche para la producción a diferencia de la oveja que se utiliza para la lana. Dentro del agro comunero mantienen sembríos de verduras, papas,

yucas, etc. Y estas bondades que le brinda el suelo agrícola lo aprovechan para venderlo, obteniendo ingresos económicos o también para el consumo propio.

Las artesanías, los comuneros mismos las diseñan a base de la materia prima como collares, aretes, pulseras, etc. y es otro de los varios métodos que utilizan y sacan provecho el Saraguro para poder subsistir en esta pequeña y humilde comuna.

Además de ello la comunidad se promociona por medio de la página web [turismosaraguro.com](http://turismosaraguro.com) donde se puede encontrar variedad de información acerca de ellos y que lugares de la comuna visitar, cuentan también con una operadora turística denominada saraurku la cual responde a cualquier tipo de duda acerca de la comuna, se realizan también un recorrido comunitario con el objetivo de mostrar a lo que se dedica el comunero de Saraguro para mantenerse.



*Figura 3.* Vestimenta del Saraguro  
**Fuente:** Revista Vistazo, 2006

## **1.4 MARCO METODOLÓGICO**

### **1.4.1 Marketing Mix**

Según McCarthy y Perrault (1997) el plan de marketing, es la formulación escrita de una estrategia de marketing y de los detalles relativos al tiempo necesario para ponerla en práctica. Deberá contener una descripción pormenorizada de lo siguiente: 1) qué combinación de marketing se ofrecerá, a quién (es decir, el mercado meta) y durante cuánto tiempo; 2) que recursos de la compañía (que se reflejan en forma de costes) serán necesarios, y con qué periodicidad (mes por mes, tal vez); y 3) cuáles son los resultados que se esperan (ventas y ganancias mensuales o semestrales, por ejemplo). El plan de marketing deberá incluir además algunas medidas de control, de modo que el que lo realice sepa si algo marcha mal (p. 56)

De acuerdo con Espinosa (2014):

- **Producto**

El producto es la variable por excelencia del marketing mix ya que engloba tanto a los bienes como a los servicios que comercializa una empresa. Es el medio por el cual se satisfacen las necesidades de los consumidores. Por tanto, el producto debe centrarse en resolver dichas necesidades.

- **Precio**

El precio es la variable del marketing mix por la cual entran los ingresos de una empresa. Antes de fijar los precios de nuestros productos debemos estudiar ciertos aspectos como el consumidor, mercado, costes, competencia, etc.

- **Plaza**

En términos generales la plaza consiste en un conjunto de tareas o actividades necesarias para trasladar el producto acabado hasta los diferentes puntos de venta.

- **Promoción**

Gracias a la comunicación, las empresas se pueden dar a conocer los productos que pueden satisfacer las necesidades de su público objetivo. Podemos encontrar diferentes herramientas de comunicación: venta personal, promoción de ventas, publicidad, marketing directo y las relaciones públicas.

## **1.4.2 Diseño de la investigación**

El tipo de investigación seleccionado es la investigación descriptiva por el detalle de las características de la población que estamos analizando. “La investigación descriptiva, según se mencionó, trabaja sobre realidades de hecho y su característica fundamental es la de presentar una interpretación correcta” (Grajales, T., 2000)

## **1.4.3 Métodos de investigación**

Se ha elegido el método deductivo como parte de la investigación porque este nos lleva de lo general a lo particular, infiriendo de algo que ya hemos observado partiendo de una ley general, dando validez a las premisas.

De acuerdo con Martínez (2012):

Este método tuvo su origen en la necesidad de elaborar hipótesis para explicar el origen de leyes y teorías científicas. Sostiene que las hipótesis científicas no proceden de la observación, sino que son creaciones de la mente humana, propuestas a modo de conjeturas, para ver si, en el supuesto de admitirlas, los sucesos o fenómenos de la naturaleza puedan quedar mejor explicados.

El método de investigación es un procedimiento adecuado para obtener conocimientos ciertos sobre un determinado tema. Existe una amplia variedad de ellos, de acuerdo con los diferentes ámbitos de la investigación científica y a las peculiaridades de sus objetos de estudio. (p. 73)

El método deductivo parte de proposiciones o premisas generales de las cuales se hacen inferencias particulares por medio del razonamiento (p. 80).

#### **1.4.4 Enfoque de la investigación**

El enfoque mixto ha sido seleccionado ya que se empleará las herramientas de encuestas y entrevistas para la recopilación elemental del proyecto, dando así perspectivas contrarias convirtiéndolo en un enfoque mixto.

El objetivo del enfoque cuantitativo es utilizar la recopilación de información que prueben nuestras hipótesis basándose en los análisis estadísticos. "Del objetivismo se desprende de la concepción cuantitativa de la ciencia, cuyo objetivo de la investigación consiste en establecer relaciones causales que supongan una explicación del fenómeno que se va a observar." (Martínez, H.; Ávila, E., 2010).

El otro enfoque que forma parte del mixto es el cualitativo, que se trata de la recopilación de datos sin mediciones numéricas que permitan afinar nuestras preguntas de investigación. "En cambio, del subjetivismo deriva el enfoque cualitativo, que se interesa por la interpretación que hacen los individuos del mundo que les rodea." (Martínez, H; Ávila, E, 2010).

El enfoque cuantitativo se lo aplica en las encuestas porque los resultados son detallados y se presentan en porcentajes facilitándonos el análisis de los datos. El enfoque cualitativo se aplica en las entrevistas ya que analiza un hecho, nos ayuda a conocer más sobre el estilo de vida de los comuneros, sus historias, entre otros.

#### **1.4.5 Técnicas de recolección de datos**

Las técnicas para obtener información que se ha utilizado en la investigación fueron las encuestas, entrevistas y observación directa para poder conseguir los datos que verifiquen la viabilidad de nuestro proyecto.

“Para estudiar bien las técnicas hay que conocer los métodos que las utilizan y coordina, pero también tener una idea de los fines, de los objetivos, es decir, de las ciencias de que forman parte, del campo al que se aplicarán estos métodos”. (Junyent, 1994, p. 114)

#### **1.4.6 Observación directa**

Donde el observador participante se acerca al objeto de estudio, ya sea este, un grupo, una organización o una comunidad integrada por sujetos o personas, toman un rol o actividad y registra datos que le pueden ser útiles para su investigación (Romero, 2008).

Por medio de la investigación de campo donde tenemos una comunicación directa con los pobladores y los turistas que visitan a la isla teniendo así un diagnóstico real de la situación actual de Santay.

### **1.4.7 Encuestas**

La encuesta es una técnica de adquisición de información de interés sociológico, mediante un cuestionario previamente elaborado, a través del cual se puede conocer la opinión o valoración del sujeto seleccionado en una muestra sobre un asunto dado. (Bernal, 2010, s.p.)

Nuestra encuesta está conformada por 10 preguntas lo cual nos ayuda a profundizar nuestra investigación para conocer las necesidades de los clientes.

### **1.4.8 Entrevista**

“Es una técnica que pretende obtener información que suministra un grupo o muestra de sujetos acerca de si mismos, o en relación en un tema en particular” (Arias, 2006, p. 72).

Se ha realizado 2 entrevistas, una se dirigió al presidente de la comunidad San Jacinto de Santay y la otra a un representante del Ministerio del Ambiente encargado de la administración de la Isla Santay.

### **1.4.9 Población**

La definición de población es “la totalidad de elementos o individuos que tienen ciertas características similares y sobre las cuales se desea hacer inferencia” (Bernal, 2006, p. 176).

La población seleccionada es los habitantes de la provincia del Guayas que es la provincia donde está ubicada la Isla Santay, siendo una de las provincias más activa económicamente.

### **1.4.10 Muestra**

Para una eficiente selección de la muestra es necesario obtener todas las características de la población, la cual es finita ya que se obtendrán las estadísticas del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC, 2010).

Nuestro objetivo es Guayaquil, ya que es la ciudad turística principal más cercana a la Isla Santay, donde se encuentran los turistas más potenciales para el análisis de la investigación por medio de las encuestas con preguntas cerradas.

## Tamaño de la muestra

El tipo de muestreo para nuestra investigación es el aleatorio simple porque todas las muestras tienen la misma posibilidad de ser seleccionadas para nuestro estudio. “Es el método conceptualmente más simple. Consiste en extraer todos los individuos al azar de una lista (marco de la encuesta)” (Casal, J. & Enric, M. 2003, p. 5).

La población a estudiar es los habitantes de Guayaquil que son aproximadamente 2.350.915, lo cual quiere decir que nuestra población es infinita porque sobrepasa los 100.000 habitantes. (INEC, 2010)

La fórmula para calcular el muestreo es:

$$n = \frac{Z^2 * N * p * q}{E^2(N - 1) + Z^2 * p * q}$$

En donde:

$$Z = 95\% = 1,96$$

$$E = \text{Margen de error } 5\% = 0,05$$

$$q = 1 - p; 1 - 0,5 = 0,5$$

$$p = 0,5$$

$$n = \frac{(1,96)^2 * 1510312 * 0,5 * 0,5}{(0,05)^2(1510312 - 1) + (1,96)^2 * 0,5 * 0,5}$$

$$n = \frac{3,8416 * 1510312 * 0,5 * 0,5}{(0,0025) (1510311) + 3,8416 * 0,5 * 0,5}$$

$$n = \frac{1450503,645}{3775,7775 + 0,9604}$$

$$n = \frac{1450503,645}{3776,7379}$$

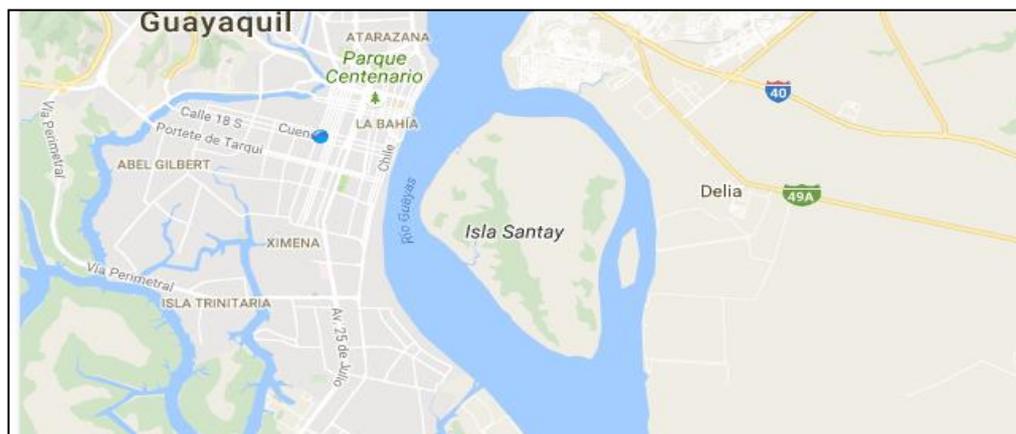
$$n = 384$$

La fórmula dio como resultado que se deben encuestar a 384 personas.

## CAPITULO II

### 2.1 Diagnóstico turístico del sector

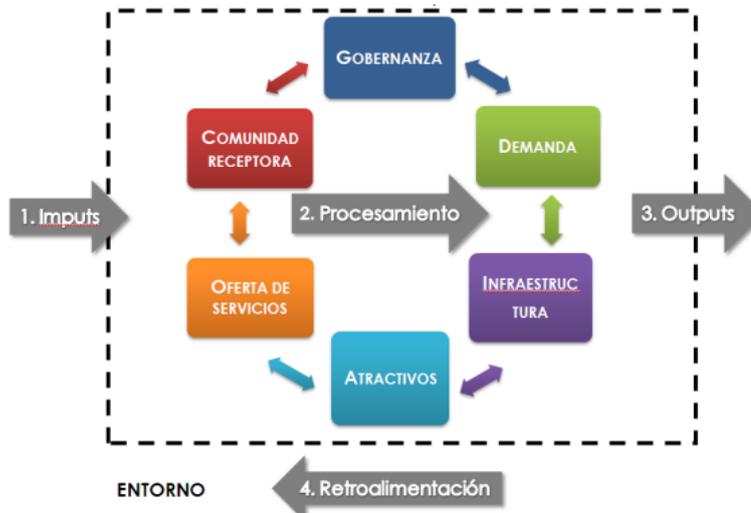
Esta sección se trata del análisis sobre la situación presente del destino; la información recopilada permitirá desarrollar las estrategias de marketing, planes y recomendación de mejoras en caso de necesitarlo.



ubicación de la Isla Santay

**Fuente:** Google maps, 2016

Para realizar el diagnóstico turístico nos apoyamos en el sistema turístico elaborado por Ricaurte (2009), el cual explica los 6 componentes turísticos que regulan el turismo del sector permitiendo un control en las actividades turísticas que se realizan junto a la comunidad.



## 2.2 Gobernanza

**Figura 5.** Estructura del sistema turístico de un destino  
**Fuente:** Manual para el diagnóstico turístico local de Ricaurte, 2009

Se identifica los diferentes órganos reguladores que han apoyado en el desarrollo del turismo en el destino como oficinas nacionales, provinciales o municipales de turismo, así como los planes ejecutados y por ejecutar y la opinión y visión de la comunidad ante la planificación turística. (Ricaurte, 2009, p. 23)

Actualmente el turismo en el Ecuador representa el cuarto ingreso de divisas no petroleras y el gobierno busca posicionarlo al tercer lugar. “Durante febrero pasado 2014 llegaron al país un total de 124.584 turistas, lo que significó un incremento del 20% en relación con igual periodo de 2013” (Andes, 2014)

Según el Art 12 de la Ley de Turismo cita:

Cuando las comunidades locales organizadas y capacitadas deseen prestar servicios turísticos, recibirán del Ministerio de Turismo o sus delegados, en igualdad de condiciones todas las facilidades necesarias para el desarrollo de estas actividades, las que no tendrán exclusividad de operación en el lugar en el que presten sus servicios y se sujetarán a lo dispuesto en ésta Ley y a los reglamentos respectivos. (2014)

### **Asociación Santay**

Es una empresa privada la cual fue creada con el fin de tomar las decisiones con respecto a Isla Santay en conjunto de la comunidad. El presidente Valentín Domínguez y el vicepresidente Alberto Domínguez se reúnen frecuentemente con la comunidad para tratar de temas que tengan que ver con el desarrollo de la isla. De los servicios turísticos que ofrecen destinan un porcentaje de ganancias para invertir en la isla.

El presidente junto con el Ministerio del Ambiente son los encargados de la actualización de plan de manejo y regulaciones de la isla.

**Tabla 1**  
Gobernanza de la Isla Santay

<b>Institución</b>	<b>Nombre</b>	<b>Tipo de organización</b>	<b>Actividad</b>
Nacionales	Ministerio de Ambiente (Subsecretaría Gestión Marina y Costera)	Pública	Administra el Patrimonio de Áreas Naturales protegidas.
	Ministerio de Turismo	Pública	Información de guías naturalistas. Regula las actividades turísticas
	Policía Nacional	Pública	Vigilancia a través de la Policía Ambiental.

	Ministerio de Agricultura, Ganadería, Pesca y Acuicultura.	Pública	Maneja recursos pesqueros y acuícolas a través de la Subsecretaría de Recursos Pesqueros
	Dirección Nacional de Espacios Acuáticos	Pública	Apoyo a la conservación de ambientes marinos y costeros, seguridad fluvial y aplicación de sanciones.
	Gobernación del Guayas (Jefatura Política)	Pública/Provincial	Coordinación entre entidades públicas
	Consejo Provincial del Guayas	Pública/Local	Elaboración de proyectos en zona de amortiguamiento.
	Municipio de Durán (Comisario y Direcciones Municipales)	Pública/Local	Permisos para actividades en la zona de amortiguamiento. Permisos de funcionamiento en coordinación con la administración del Área Protegida.
	Ministerio de Educación	Pública/Local	Apoyo Técnico y Financiero para actividades educativas.
	MIES (Instituto de Economía Popular)	Pública/Local	Apoyo al desarrollo de la participación y organización comunitaria.
	Asociación de Pobladores San Jacinto de Santay Asociación de Pescadores Artesanales Isla Santay	Privada/Local	Participación en la implementación de plan de manejo Apoyo a la conservación y recuperación de los recursos naturales

**Fuente:** Elaborada por autores según la información del MAE

## Zonificación de la Isla Santay

**Tabla 2**

Zonificación de la Isla Santay

Zona	Actividades		
	Permitidas	Condicionadas	Prohibidas

Uso especial	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Vivienda (Eco Aldea)</li> <li>• Comercio menor</li> <li>• Pesca artesanal</li> <li>• Prestación de servicios de alimentos</li> <li>• Reforestación</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Actividades sociales y recreativas</li> <li>• Venta y consumo de bebidas alcohólicas</li> <li>• Crianza de animales para consumo</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Uso diferente al de vivienda</li> <li>• Construcciones/infraestructura no autorizadas</li> <li>• Comercio mayor</li> <li>• Actividades agropecuarias y cacería</li> <li>• Venta y consumo de estupefacientes</li> <li>• Extracción e introducción de especies de flora y fauna</li> </ul>
Uso público	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Caminatas</li> <li>• Ciclismo</li> <li>• Senderismo</li> <li>• Comida campestre (Picnic)</li> <li>• Actividades educativas y culturales, no masivas</li> <li>• Comercio para turismo</li> <li>• Exhibición de cocodrilos</li> <li>• Investigación científica principalmente aquellas dirigidas a los objetos de conservación</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Campamentos</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cacería</li> <li>• Turismo masivo</li> <li>• Fogatas</li> <li>• Tala</li> <li>• Venta y consumo de alcohol/sustancias estupefacientes</li> <li>• Extracción e introducción de especies de flora y fauna no permitidas por la ley</li> <li>• Ingresos de mascotas</li> <li>• Realización de fogatas o fumar al aire libre</li> <li>• Ingreso a sitios no establecidos por el MAE</li> </ul>
Restauración	Reforestación de especies nativas	Construcción de infraestructura para prevención de desastres naturales	Construcción de viviendas

<p>Conservación (Isla Gallo)</p>		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Investigación científica</li> <li>• Turismo fluvial guiado</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ingreso turístico</li> <li>• Cacería</li> <li>• Tala</li> <li>• Fogatas</li> <li>• Camping</li> <li>• Ganadería</li> <li>• Consumo de alcohol y sustancias estupefacientes</li> <li>• Extracción e introducción de especies de flora y fauna</li> </ul>
----------------------------------	--	--	--

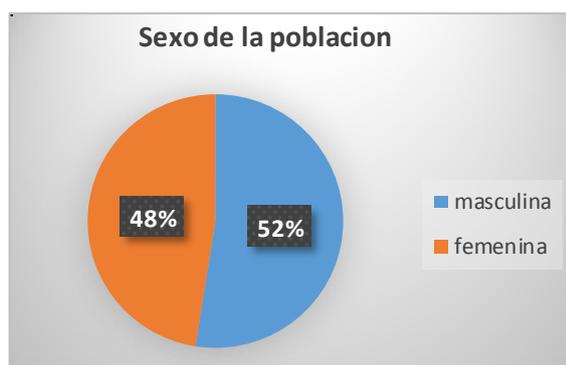
**Fuente:** Elaborada por autores según la información del MAE, 2011

En La zonificación que fue socializada el 21 de octubre del 2010 se destacó la necesidad expuesta por la autoridad ambiental, incluir y ampliar en el área protegida el ecosistema fluvial que la rodea, para consolidar al área como humedal. (MAE, 2011)

### 2.3 Comunidad receptora

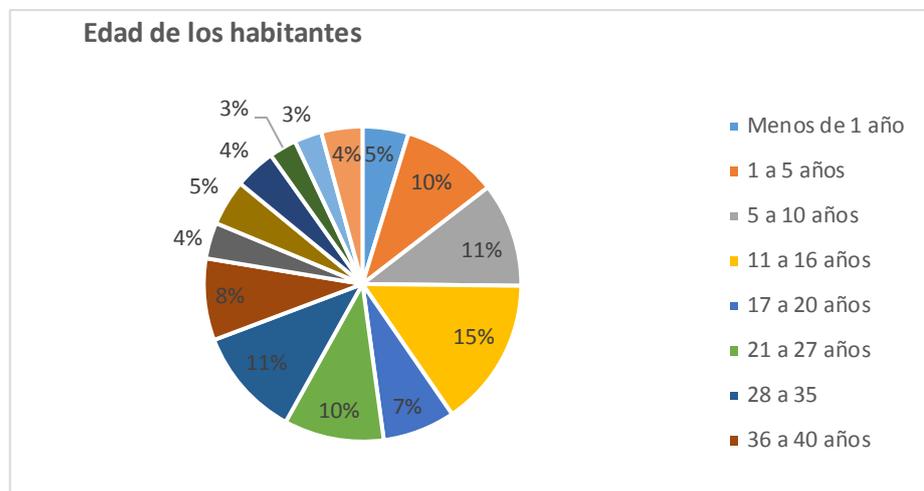
Isla Santay pertenece al cantón de Durán, tiene una población de 229 personas (MAE, 2014).

La comunidad San Jacinto de Santay, conformada por 57 familias, es la que ofrece los servicios turísticos junto a las entidades reguladoras de la zona.



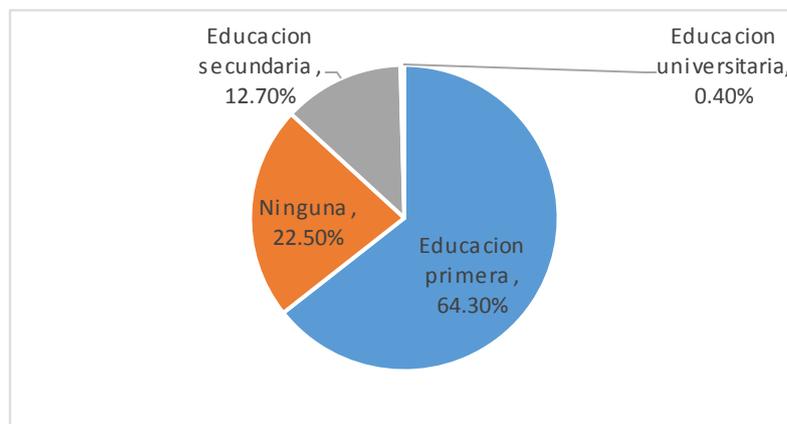
**Figura 6.** Sexo de la población

**Fuente:** Elaboración de autores en base a la información de Calderón & Salas, 2015



**Figura 7.** Edad de los habitantes de la Isla Santay  
**Fuente:** Elaboración de los autores según la información de Calderón & Salas, 2015

La mayoría de la población es la masculina con un 52,5% y el restante es femenino, la edad promedio de los habitantes es entre 11 a 16 años con un 15,3%, luego con el 11,2% los jóvenes entre 28 a 35 años.



**Figura 8:** Nivel de escolaridad de la población  
**Fuente:** Elaboración de los autores según la información de Calderón & Salas, 2015

El nivel de escolaridad es muy bajo ya que las estadísticas indican que la mayoría sólo llegó hasta la primaria con un 64,30%, seguido de los 22,5% que no tienen ningún nivel de educación indicando que muchas son las personas que no tienen formación académica.



**Figura 9:** Actividad económica más representativas en la isla.  
**Fuente:** Elaborada por autores según la información de Calderón & Salas, 2015

La actividad económica que más ingreso genera es la pesca blanca representado el 80% lo cual podemos decir que es la actividad más importante, la segunda fuente de ingreso se genera de todas las actividades turísticas que brinda la isla como la lancha, guianza, restauración, entre otras. Aproximadamente 25 personas están involucradas con el turismo.

Los tipos de actividad en los que participa la isla son asambleas comunitarias en la casa comunal, mingas y trabajos en grupo donde participan todos los pobladores de la isla.

La isla actualmente cuenta con 12 guías capacitados por el Ministerio del Ambiente y el Ministerio de Turismo, ninguno con capacidad de inglés, pero se plantea que el próximo año capacitarlos para estar aptos para los grupos extranjeros ya que actualmente el Ministerio del Ambiente pone los guías a los grupos internacionales.

## 2.4 Infraestructura

La infraestructura está conformada por los servicios básicos, la accesibilidad que posee el destino, servicios de salud, vías de acceso hacia los servicios turísticos, el sistema de energía eléctrica, terminales de transporte y medios de comunicación.

Según Calderón y Salas (2015):

En cuanto los servicios básicos la población hace uso de cilindros de gas para cocinar los alimentos, poseen solamente telefonía móvil, el tipo de conexión de agua es por tubería dentro de la vivienda, los servicios higiénicos están conectados por pozo séptico, en toda la ecoaldea se manejan con luz solar es decir que cada casa posee paneles solares y la eliminación de la basura la hacen llevándola en bote a la ciudad de Guayaquil. (p. 8)

Las principales vías de acceso a la comunidad son terrestre y fluvial. Actualmente si existe la señalización vial y turística, ya que podemos encontrar información de la fauna y flora que posee la isla. Los transportes públicos que existen son lancha, canoa y alquiler de bicicletas.

#### 2.4.1 Distancia

**Tabla 3**

*Recorridos en tiempo*

<b>Lugar</b>	<b>Km</b>	<b>Caminando</b>	<b>Bicicleta</b>	<b>Lancha</b>
Guayaquil	0,8	15 minutos	10 minutos	7 minutos
Duran	4,3	2 horas	35 minutos	20 minutos

Según el Ministerio de Ambiente (2016):

El Ministerio del Ambiente sigue comprometido con el aumento de las áreas verdes en la ciudad de Guayaquil a través del desarrollo del Proyecto Guayaquil Ecológico. Desde el año 2010, el Gobierno ha invertido \$140 millones distribuidos entre el Parque Los Samanes, Isla Santay y el Estero Salado.

## **2.4.2 Agua potable**

En la salida de campo pudimos constatar el sistema de red de agua entubada que tiene la isla lo cual está disponible para todas las viviendas. El agua es tratada con cloro en la fuente de distribución. El agua viene del río al pozo de aproximadamente 15 metros de fondo y luego la planta purificadora se encarga de que sea potable para todas las ecoaldeas.

## **2.4.3 Comunicaciones**

El servicio telefónico que tiene la comunidad es solo por celular, no hay habilitadas cabinas de servicios telefónicos para el público. Los guarda parques y personas de la administración se comunican por radiofrecuencia. La oficina administrativa también se la usa como oficina de correos y de ello se encargan las personas del Ministerio del Ambiente y la Asociación Santay.

## **2.4.4 Sanidad**

La isla no cuenta con un sistema de alcantarillado, las excretas de la población se van a un área establecida denominada como plata de aguas negras. Para la basura hay una empresa que se encarga de la limpieza de la isla la cual se lleva a la ciudad de Guayaquil la basura hacia un container de Puerto Limpio. También cuenta con un centro de reciclaje donde se almacenan los desechos generados por la población y turistas clasificándolos por el tipo del material.

## **2.4.5 Puntos de salud**

Existe 1 establecimiento de salud ubicado cerca del muelle de la isla en el cual solo hay una doctora, lo cual quiere decir que para emergencias deberían recurrir a cualquier clínica u hospital de Guayaquil ya que el punto de salud es muy básico. Está disponible para los visitantes y pobladores, donde hay consulta general, farmacia, centro de acopio y atención odontológica.

## **2.4.6 Energía eléctrica**

El servicio de energía eléctrica que posee la isla es fotovoltaico, es decir que proviene de los paneles solares. Actualmente se encuentran en mantenimiento por lo tanto solo el 70% de viviendas cuentan con energía eléctrica.

## **2.5 OFERTA DE SERVICIOS**

### **2.5.1 Servicio de Hospedaje**

Según informe de acuerdo con el Ministerio de Turismo (2014) se dice que la Isla cuenta con tres cabañas para el servicio de alojamiento y tienen capacidad de poder albergar a 12 turistas, los cuales cuentan con paneles solares para la generación de energía del hospedaje.

El servicio de hospedaje que ofrece Isla Santay es el indicado para acoger unas 12 personas aproximadamente, siendo más específico 4 personas por cabaña y el costo para poder alojarse en dichas cabañas es de \$30 por persona.

### **2.5.2 Servicio de Restauración**

Dentro del servicio de restauración que ofrece Isla Santay cuenta con 1 restaurante que aproximadamente acoge alrededor de 32 personas y está ubicado cerca de la casa comunal, además cuenta con 3 quioscos de comida los cuales se encuentra en la entrada de la Isla y es para que los turistas puedan disfrutar y consumir algunos de los productos que ofrecen dichos establecimientos con precios totalmente cómodos y accesibles para el consumo del turista y 2 puestos de granizados uno a la mitad del camino del sendero y otro ubicado al final del puente que une Guayaquil con Isla Santay.

### **2.5.3 Servicio de Transportación**

El servicio de movilización para trasladarse a Santay se lo puede realizar de manera muy sencilla, puedes movilizarte alquilando bicicletas las cuales están ubicadas al ingreso de la isla y tienen un precio cómodo de tan solo \$4 la única diferencia es que solo tienes 3 horas de alquiler o si quieres también puedes ir por el medio fluvial el cual tiene un costo de \$2 por persona y sale desde el Mercado La Caraguay.

## 2.5.4 Otros Servicios

Isla Santay ofrece una variedad de servicios pero dentro de los otros servicios que ofrece son: cuenta con que puedes realizar un paquete turístico en donde recorres la ruta del golfo saliendo desde Santay y recorriendo por el ferrocarril de Duran, pasas también por el parque histórico, luego recorres el malecón y al final retornando al punto de partida y pueden disfrutarlo a un precio cómodo de tan solo \$20 por 12 personas que caben en la lancha y conoces la historia que tiene los alrededores de la isla. Dentro de la isla también contamos con 12 guías turísticos los cuales 6 tienen licencia de guías turísticos y los otros 6 no cuentan con licencia, pero igual son guías nativos de la zona.

## 2.6 Demanda

**Tabla 4**

*Demanda de visitantes hacia la isla*

Días	Visitantes
Lunes a viernes	4000
Sábados	1200
Domingos	2000
Feriados	6000

**Fuente:** Elaborada por autores, según entrevista a Alberto Domínguez, presidente de la comuna, 2016.

La frecuencia de demanda que posee la isla es estacional, es decir solo por temporadas. La forma de viaje generalmente es independiente ya que no tienen alianzas con operadoras que oferten a la Isla Santay en sus paquetes turísticos. La mayoría de los visitantes son nacionales y vienen más excursionistas.

Las razones principales por las que la gente visita la isla son por la cocodrilera, los paseos en lancha y los senderos rodeados de flora. Los servicios turísticos que más se consumen son los restaurantes, quioscos de comidas, servicio de guía local y alojamiento.

## 2.7 Caracterización de atractivos

### 2.7.1 Atractivos naturales

Son aquellos componentes del medio ambiente, el cual causa interés dentro de la persona provocando satisfacer las necesidades de recreación; como lo son: los bosques, lagos, playas y entre otros.

## 2.7.2 Atractivos culturales

Son aquellos componentes culturales que se encuentran dentro de un lugar rodeado de historia o de personajes antepasados que dejaron una huella cultural como son museos, sitios arqueológicos, entre otros.

**Tabla 5**  
*Sitios de interés turístico de la Isla Santay*

Atractivo	Categoría	Tipo	Características	Jerarquía
<b>Manglar de Isla Santay</b>	Natural	Mangle	Ubicado dentro de Isla Santay.	Jerarquía 2
<b>Canal Isla Gallo</b>			Está a orillas de Santay y hay abundantes aves.	Jerarquía 1
<b>Estero Huaquillas</b>			Es uno de los sitios que se puede realizar paseo en botes y se puede realizar observación de aves.	Jerarquía 1
<b>La Punta – Estero del amor</b>			Ubicado en el norte de la isla con vista hacia Duran y Guayaquil y su acceso es temporal.	Jerarquía 1
<b>Rio Guayas</b>		Río	Ubicado entre Guayaquil y Duran.	Jerarquía 3
<b>La Pampa</b>		Bosque	Es un sitio donde se puede relajar o acampar en familia o inclusive realizar cualquier actividad y se encuentra alejado del centro comunal.	Jerarquía 2
<b>Museo (Isla Santay)</b>	Cultural	Histórico	Ubicado dentro de la Isla Santay y encierra historias de cómo nació la comunidad y la Isla.	Jerarquía 3

**Fuente:** Elaborada por autores según la información del MAE, 2011

## 2.8 Análisis FODA de la situación actual de Isla Santay e Isla Gallo

### ANÁLISIS FODA

**Tabla 6**

*FODA*

<p style="text-align: center;"><b>Fortalezas</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Su ubicación geográfica, cerca de dos de las ciudades más habitadas del país.</li> <li>• Posee los servicios básicos necesarios.</li> <li>• Guardias y personal privado capacitado para el control de la seguridad.</li> <li>• Generan otros ingresos económicos mediante la actividad pesquera.</li> </ul>	<p style="text-align: center;"><b>Oportunidades</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Interés de la comunidad por capacitarse en temas turísticos.</li> <li>• Apoyo del Ministerio del Ambiente por una mejor organización y administración de la isla para su sostenibilidad.</li> <li>• Convenios con empresas como: operadoras, guías turísticos, transportación, etc.</li> <li>• Apoyo de todas las entidades públicas que tengan convenio para la promoción del producto Isla Santay.</li> </ul>
<p style="text-align: center;"><b>Debilidades</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Deterioro de las facilidades: camineras y cabañas de hospedaje</li> <li>• Bajos indicadores de preparación académica</li> <li>• Insuficiencia de promoción turística de la isla</li> <li>• Escasez de planta turística y áreas de recreación.</li> <li>• Falta de capacitación de inglés en los guías nativos, no les permite comunicarse con los turistas extranjeros</li> </ul>	<p style="text-align: center;"><b>Amenazas</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Contaminación ambiental por parte del turista</li> <li>• Restringida inversión por parte de las entidades gubernamentales involucradas en el Área.</li> <li>• Deficiencia en la administración del lugar.</li> </ul>

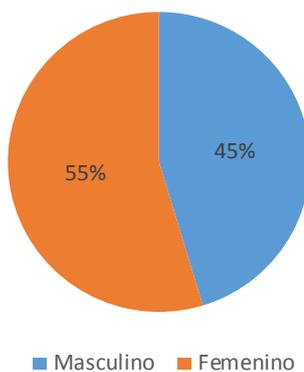
## CAPITULO III

### 3.1 Análisis de la demanda

En el análisis de la demanda se describen todas las características de los encuestados en donde detalladamente especificamos que porcentaje de personas nos prefieren y cuáles no, también encontramos el porcentaje de edad al que vamos a tener en cuenta y de qué lugar nos frecuentan más llegando a saber si son turistas de aquí mismo de la ciudad o de alguno de los alrededores de nuestro país.

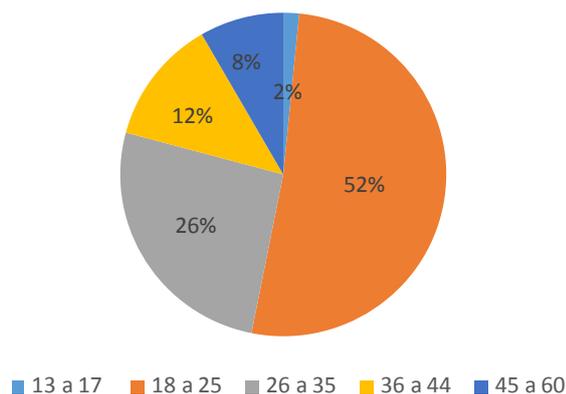
Entre lo más destacado también se observa la preferencia del turista al momento de visitar de los atractivos que tenemos en Isla Santay y están dispuestos a volver a visitar el destino para experimentar de esta aventura rodeada de una maravillosa flora y fauna en donde se puede realizar ciclismo y caminatas en un hábitat de pura naturaleza sin el smog de la ciudad.

Este análisis se lo ha hecho mediante la recolección de datos con un tamaño de muestra en donde con una fórmula determinamos el número de personas que se iban a encuestar que es más o menos 384 personas y mediante eso, se obtiene los resultados de las encuestas



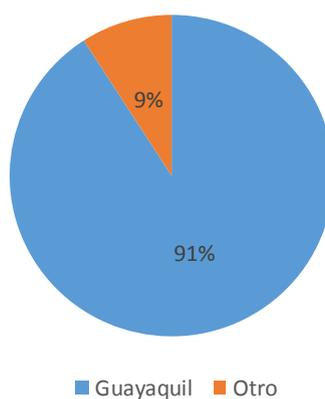
**Figura 10.** Sexo de las personas encuestadas

El 45% de las personas encuestas fueron hombres, mientras que el 55% restante fueron mujeres siendo la mayoría de los visitantes de la isla tal como se muestra en la Figura 10.



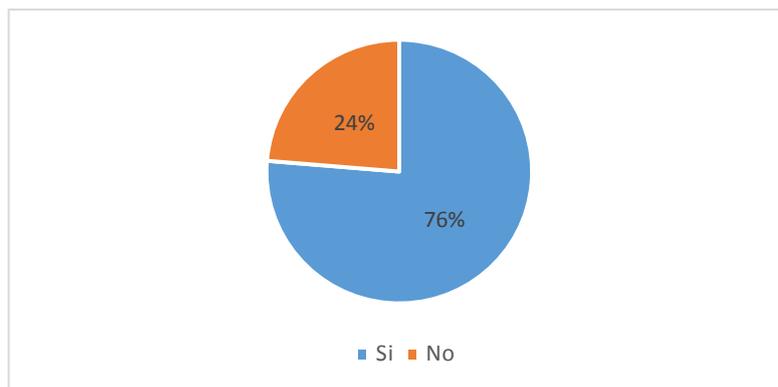
**Figura 11.** Edad de los encuestados

La Figura 11 nos indica que la mayoría de los encuestados fueron jóvenes desde los 18 años de edad hasta los 25 años dando un 52%, siendo los que más visitan la isla ya sea por amigos o por deporte. El menor porcentaje fue de los 13 a 17 años de edad con un 2%. En la edad de los 26 a 35 años dio como resultado el 26%, luego tenemos a los de 36 a 44 años con un 13% y los de 45 a 60 un 8%.



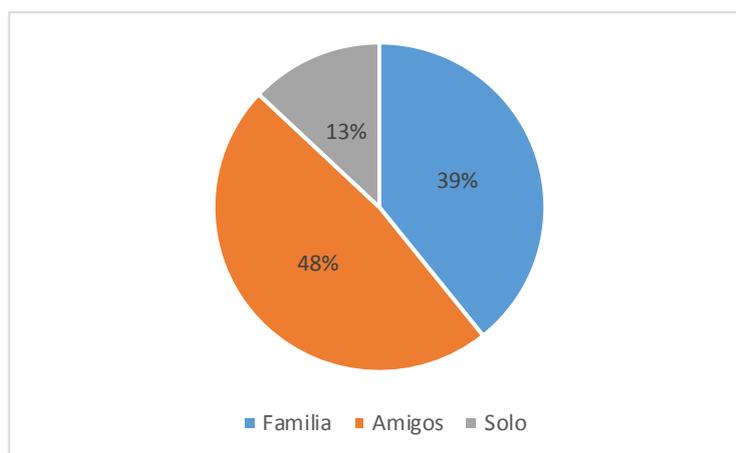
**Figura 12.** Lugar de origen de las personas encuestadas

El 91% de las personas encuestadas según la Figura 12 son de Guayaquil ya que es la ciudad principal donde se ubica la isla, mientras que el restante proviene de ciudades como Quito, Loja y Cuenca dando un 9%.



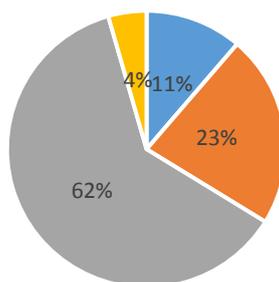
**Figura 13.** Han visitado la Isla Santay las personas encuestadas

De acuerdo a las personas encuestadas sobre si han visitado la Isla Santay, como podemos observar en la Figura 13 que el 76% de las personas si han visitado alguna vez la Isla Santay, el 24% no han ido todavía a la Isla porque no han encontrado información que les llame la atención de visitarla.



**Figura 14.** Con quién realiza la visita la Isla

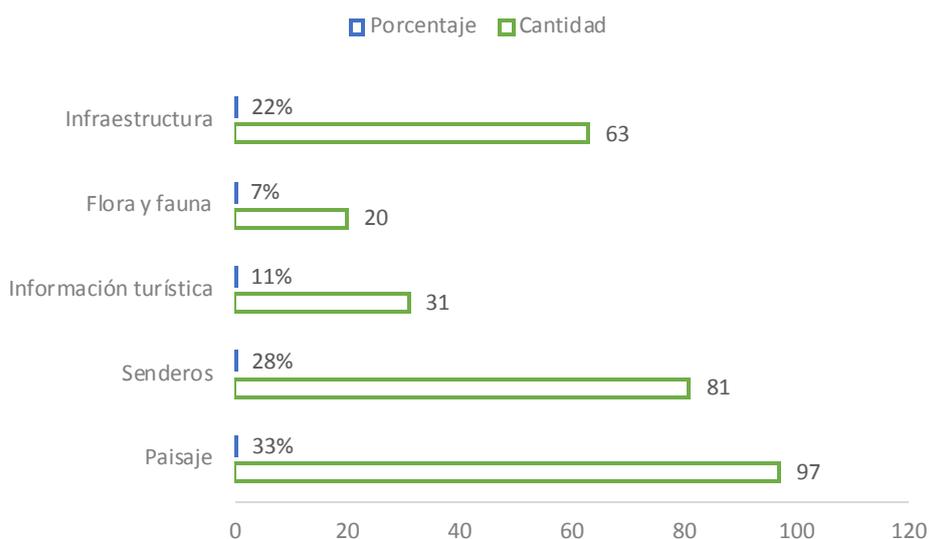
La encuesta nos dio como resultado que la mayoría de los visitantes de la isla van con amigos dando un 48%, el restante se divide en familia con el 39% y con el 13% las personas van solas, según la Figura 14.



■ 1 vez por semana ■ 1 vez por mes ■ 2 en adelante veces en el año ■ Otro

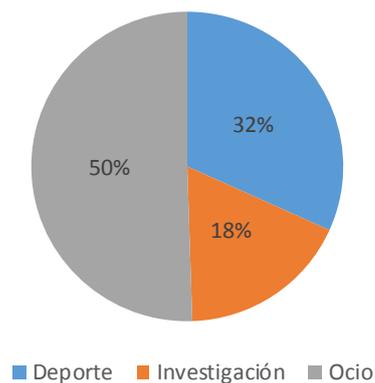
**Figura 15.** Frecuencia de visita a la Isla según los encuestados

La mayoría de las personas encuestadas como se refleja en la Figura 15, han visitado isla Santay 2 en adelante veces en el año con el 62%, seguido del 23% con las personas que van una vez al mes, luego tenemos el 11% a los que van 1 vez por semana y el 4% de personas que han ido solo una vez y no han vuelto a visitar la isla.



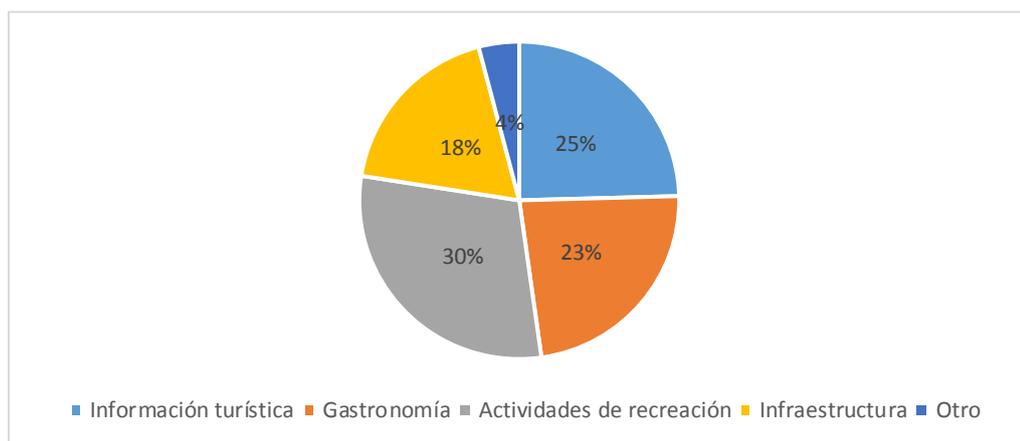
**16.** Lo que más llamó la atención de los visitantes

La Figura 16 nos muestra que el 97% de los turistas visitan la isla porque lo que más le llama la atención es el paisaje natural del que está rodeado Santay, el segundo atractivo más importante son los senderos a pesar de que se están deteriorando, el tercer atractivo es la infraestructura por cómo están hechas las ecoaldeas, el cuarto atractivo es la información turística dada por los guías y el último la flora y fauna con su cocodrilería.



**Figura 17.** Motivo de visita a la Isla

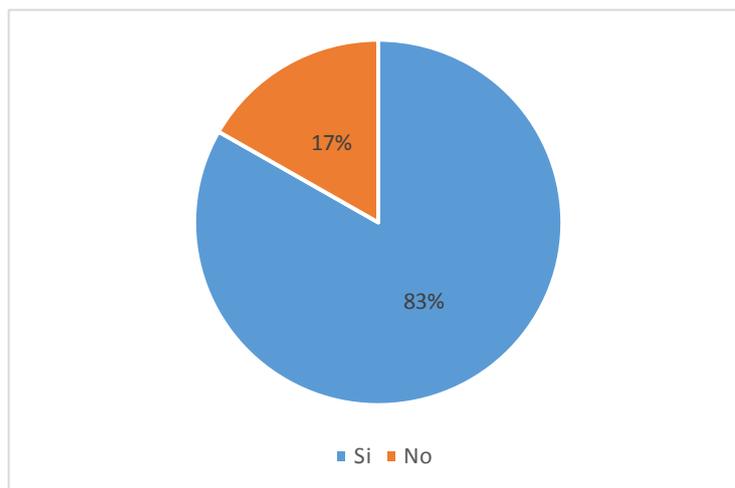
El 50% de las personas han visitado la isla por ocio, ya sea por turismo o por un tiempo de descanso, mientras que por deporte se refleja el 32% y el 18% restante ha ido por motivos de investigaciones y proyectos estudiantiles, según los datos de la



**Figura 17.**

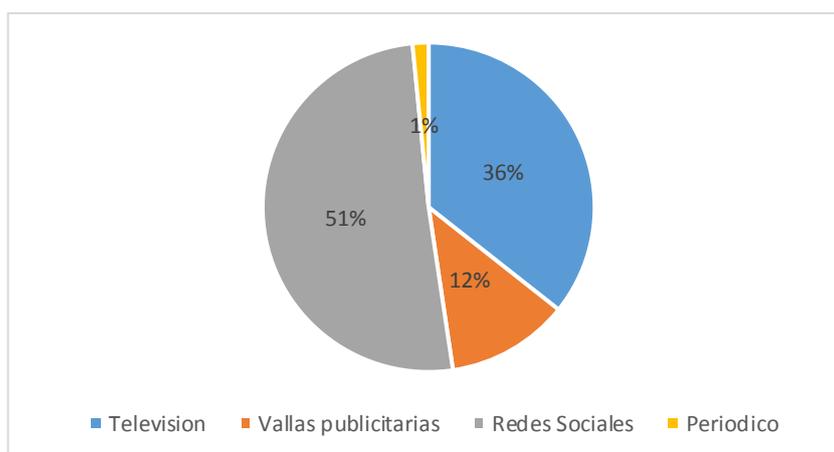
**Figura 18.** Actividades que necesitan mejorar en la isla según los encuestados

Según las personas encuestadas de la Figura 18, el 30% reflejaron que lo que más debería mejorarse en la isla son las actividades de recreación ya que carecen de ellas, no hay una interacción con la comunidad o un área de entrenamiento. Otros factores que se debería mejorar es la información turística con el 25%, luego con el 23% la gastronomía del lugar. El 18% requiere que se mejore la infraestructura ya que está muy deteriorada porque no se ha dado mantenimiento.



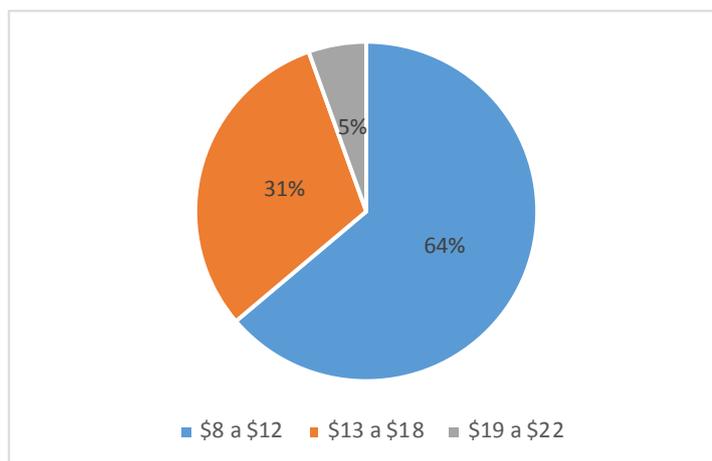
**Figura 19.** Visitarían de nuevo la Isla Santay

El 83% de las personas encuestadas han decidido que, si volverían a visitar la isla por el ambiente tranquilo que los rodea, mientras que el 17% no volverían ya que piensan que no encontraron nada llamativo, tal como se muestra en la Figura 19.



**Figura 20.** Mejor medio de difusión del producto Santay según los encuestados

La Figura 20 nos indica que el mejor medio de difusión del producto Santay son las redes sociales ya que nos reflejó el 51% de aceptación, ya que es el medio más práctico y menos costoso. El 36% decidieron que la televisión es el mejor medio por ser masivo, el restante se divide con 12% para las vallas publicitarias y el 1% para el periódico siendo el medio menos aceptable para las personas.



**Figura 21.** Preferencia de precio de itinerario

El 64% de las personas encuestadas si estaría dispuesta a pagar por un itinerario que incluye restaurante, paseo en lancha y ciclismo con valor de entre \$8 a \$12. El 31% estaría dispuesto a pagar entre \$13 a \$18 y solo el 5% pagaría entre \$19 a \$22 ya que es un precio que no está accesible para la mayoría de personas, según la demostración de la Figura 21.

## **CAPITULO IV**

### **4.1 PROPUESTA DE PLAN DE MARKETING**

Luego de terminar con la etapa del levantamiento de información y haber utilizado las herramientas necesarias para la recolección de datos indispensables para el desarrollo del proyecto, se procede a desarrollar la propuesta de plan de marketing con el objetivo de alcanzar mayor afluencia de turistas en el destino de una manera constante y responsable.

Para la realización de la propuesta de plan de marketing se disponen de los siguientes objetivos:

#### **4.1.1 Objetivo general de la propuesta**

Motivar e impulsar la visita frecuente y responsable de los turistas a la Isla Santay a través de la promoción de los atractivos y la oferta de servicios turísticos, del producto Santay favoreciendo a la comunidad receptora.

#### **4.1.2 Objetivos específicos de la propuesta**

1. Desarrollar un plan de marketing turístico para la Isla Santay en donde se cumpla con los requisitos que demande el turista para satisfacer sus necesidades.
2. Determinar los medios de difusión donde se realizarán las promociones turísticas de la Isla Santay para explotarlo nacionalmente.
3. Incrementar el nivel de reconocimiento del producto Isla Santay

Luego de terminar con el levantamiento de información se ha procedido a realizar las propuestas de marketing en base a los resultados del estudio de mercado, las técnicas de investigación, las teorías, entrevistas y visitas de campo conociendo así las necesidades de la oferta y demanda para las estrategias con la técnica del marketing mix.

El producto debería describirse primero antes de llegar a definir cómo se va a promocionar.

### **4.1.3 Segmentación**

El tipo de segmentación elegido es la segmentación psicográfica que “divide a los consumidores en diferentes grupos según su clase social, estilo de vida, o características de personalidad” (FADU, 2012).

El mercado principal del producto Isla Santay se dirige hacia las personas que van en grupo de amigos ya que la mayoría de porcentaje sobre con quien realizan su visita los encuestados, seguido de las personas que van por deporte ya sea por atletismo o ciclismo que fue el segundo motivo de visita más importante.

Isla Santay está dirigido a las personas que la visitan por ocio ya que fue el motivo que obtuvo más porcentaje en las encuestas, en compañía de sus amigos. También para deportistas y familias que decidan ir de excursión al lugar.

La isla está proyectada para el turismo interno y receptor, los visitantes con más potencial son los de la provincia del Guayas que es donde se encuentra la isla, también se reciben visitantes de otras provincias y un mínimo porcentaje de extranjeros.

Los turistas que han visitado ya Isla Santay si quieren volver a visitarla, mientras que hubo un reducido porcentaje con el 17% que no volverían a visitar Isla Santay porque opinan que le falta más atractivos que hagan el lugar más interesante.

### **4.1.4 Posicionamiento**

Se ambiciona que La Isla Santay se posicione en la mente de los excursionistas y visitantes como un lugar de esparcimiento donde puedan relajarse al estar rodeado de la naturaleza de una manera responsable, sin afectar el ecosistema del destino. En el cual se puede realizar varias actividades turísticas, deportivas y de recreación, motivando a que las personas la tengan como principal sitio de visita por el servicio de calidad que ofrece la isla. E4

## **4.2 Estrategias del marketing mix**

### **4.2.1 Servicio**

Senderos ecológicos, cabañas de hospedajes, alimentación, actividades turísticas.

#### 4.2.2 Logo



Área Nacional de Recreación  
**Isla Santay**

*Figura 22.* Logo de la Isla Santay, 2014

#### 4.2.3 Productos

Isla Santay ofrece servicios turísticos a sus visitantes como realizar ciclismo, visitar la cocodrilera, el museo, interactuar con la comuna, paseo en lancha, etc. Dentro de Santay se quiere mejorar los productos que se va a ofrecer a los turistas es por ello que primero se dará capacitaciones a los guías turísticos y nativos de la Isla para que puedan promocionar el producto Isla Santay como tal al público en general y mostrar algo innovador al turista que pueda convencerlo.

- **La cocodrilera**

La visita a la cocodrilera es para el público en general es un lugar en donde se puede visualizar como viven los reptiles. Es una zona en donde se puede tomar fotos y conocer más acerca de la historia de estas especies que se encuentran en peligro de extinción.

- **Museo**

Dentro del museo esperamos contar con un personal capacitado que tenga conocimiento de la historia de la Santay y de cómo viven los comuneros y a que se dedican para poder subsistir para poder aclarar o despejar cualquier tipo de duda que le surja al turista en base a la Isla Santay.

- **Paseo en lancha**

El paseo en lancha es para que el turista pueda conocer los alrededores de la isla de una manera segura, es por ello que cada lancha estará equipada con chalecos salvavidas en donde el recorrido durara aproximadamente 3 horas partiendo desde la fundación Malecón 2000 hasta el parque

histórico conociendo sus alrededores inclusive pasa por la zona del ferrocarril haciendo una pequeña parada en donde brevemente se explica algo acerca del recorrido y a la historia que rodea Santay y todo esto cuenta con un costo de 20 dólares aproximadamente por persona teniendo un grupo de 12 personas.

- **Cabañas**

Santay cuenta con 3 cabañas de hospedaje en donde entran 4 personas por cabaña dando un total de 12 personas hospedadas y se encuentra ubicada dentro de Santay a 300 metros de la casa comunal ofrece un servicio en donde se incluye la estadía, café, almuerzo y merienda y guía nativos las 24 horas del día en donde se realiza un recorrido nocturno en donde diferentes especies de animales o insectos suelen presentarse y todo este paquete cuesta tan solo \$30 por persona.

## **Paquetes turísticos**

### **Paquete para excursionistas**

- Caminata por el sendero ecológico
- Introducción sobre la historia de la Isla y su estilo de vida por parte del guía en la casa comunal
- Visita a la cocodrilera
- Visita al museo
- Almuerzo en el restaurante principal de la comuna
- Regreso a Guayaquil en canoa hacia la Caraguay

Duración: 2h30 aproximadamente

### **Paquete familiar “Ruta del Golfo”**

- Paseo en lancha desde el La Fundación Malecón 2000
- Llegada al parque histórico
- Paso por el ferrocarril

- Llegada a la Isla Santay
- Visita a la Cocodrilera
- Visita a la casa comunal – charla sobre la vida de los santileños
- Visita al museo
- Regreso a Guayaquil en canoa hacia la Caraguay

Duración: 3 horas aproximadamente

### **Paquete para investigadores**

- Caminata por el sendero ecológico
- Introducción sobre la historia de la Isla y su estilo de vida por parte del guía en la casa con comunal
- Almuerzo en el restaurante de la comunidad
- Visita a la cocodrilera
- Visita al museo
- Cena en el restaurante de la comunidad
- Paseo nocturno por las ecoaldeas con el guía nativo
- Noche de hospedaje en las cabañas
- Desayuno en el restaurante de la comunidad
- Regreso a la ciudad de Guayaquil en canoa hacia la Caraguay

Duración: 2 días – 1 noche

### **4.2.4 Precio**

Paquete para excursionistas: \$8,50

Paquete familiar “Ruta del Golfo”: \$10

Paquete para investigadores: \$30

### **4.2.5 Promoción**

Siguiendo las ideas de Kotler (2003): "consiste en incentivos a corto plazo que fomenta la compra o la venta de un producto o servicio" (p. 495).

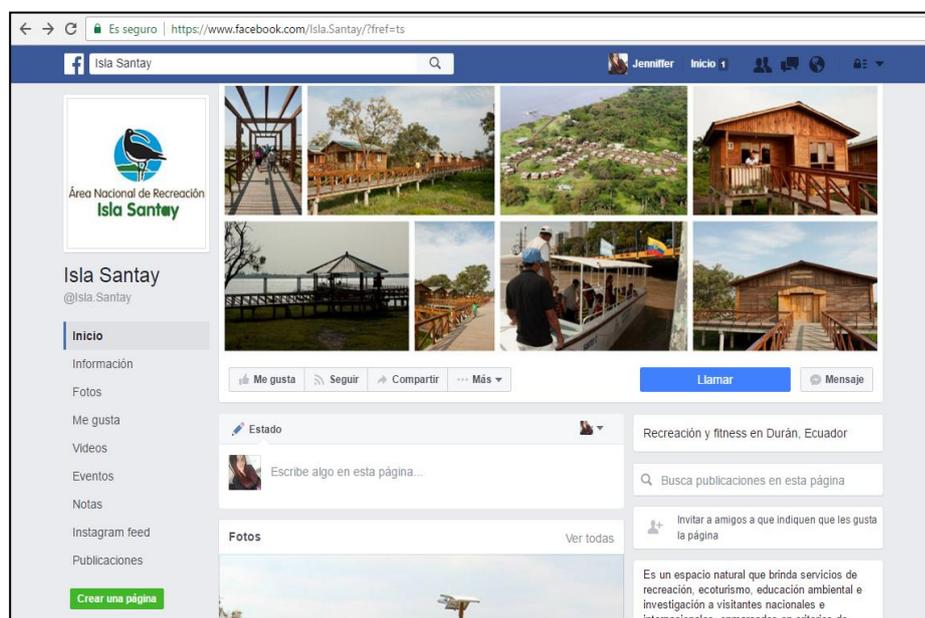
La promoción es indispensable para el posicionamiento del producto lo cual permitirá persuadir al cliente para atraerlo y conseguir afianzarlo a nuestro producto.

Tiene que existir una comunicación entre el vendedor y el consumidor con herramientas de comunicación como la publicidad.

### Medios de difusión

El principal y único medio de difusión es el Internet para llegar directamente y rápido a los consumidores potenciales. La herramienta que se utiliza para la promoción y publicidad son las redes sociales tales como Facebook, Twitter e Instagram ya que son las que más aceptación tienen por las personas y las menos costosas.

Fac  
ebo  
ok



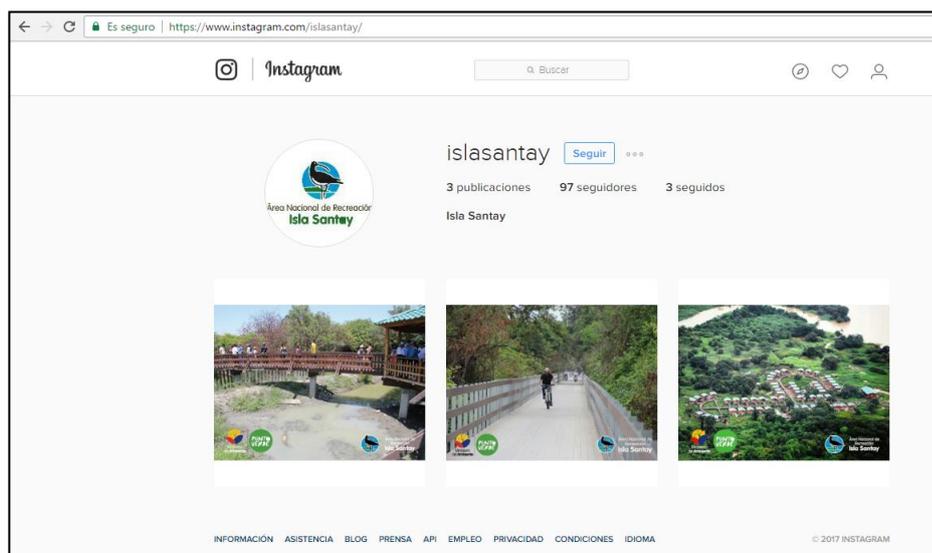
**Figura 23.** Facebook oficial de la Isla Santay, 2014



## Twitter

## Instagram

*Figura 24.* Twitter oficial de la Isla Santay, 2014



**Figura 25.** Instagram oficial de la Isla Santay, 2014

#### 4.2.6 Plaza

Dentro de Santay podemos observar que hay un solo canal de distribución por el cual se da a conocer al público o turista en general y es un proyecto que ya lleva año y medio aproximadamente desde que se puso en marcha y se llama “Turismo en el Golfo”.

Este proyecto es un incentivo dirigido al turista ya sea nacional o extranjero, con el fin de motivarlos a visitar uno de los tantos ecosistemas del cual está rodeado nuestra ciudad y poder interactuar con la naturaleza más de cerca es por ello que “Turismo en el Golfo” plantea un itinerario en donde se puede visitar diferentes puntos turísticos alrededor de la Isla como lo son:

- Estación de ferrocarriles (Durán)
- Parque histórico (Samborondón)
- Malecón 2000 (Guayaquil)
- Isla Santay

Esto nos beneficia mucho ya que dentro de los puntos turísticos que ofrece “Turismo en el Golfo” se encuentra Isla Santay y esto incitaría al turista a visitar más seguido Santay a un precio de \$17 donde incluye recorrido en lancha con guías turísticos capacitados, realizando paradas en cada uno de los puntos mencionados y que el turista conozca más de la historia de cada sitio turístico.



**Figura 26.** Recorrido Ruta del golfo, 2016



**Figura 27.** Logo de la operadora turística en Santay, 2016

## 4.3 Marketing Estratégico

### 4.3.1 Estrategias de producto

- Lograr obtener ingresos fijos.
  - Llevar la contabilidad de los servicios turísticos.
  - Servicio en lancha hacia la ciudad de Guayaquil.
  - Implementación de deportes de aventura: canopy, kayak, escalada, pesca,
- Campañas de publicidad para atraer nuevos clientes y que consuman primero nuestro producto.
  - Se invertirá 10% de las ganancias de los servicios anualmente.
- Mejorar la infraestructura para una mejor calidad en el servicio
  - Se invertirá 20% de las ganancias de los servicios cada 2 años.

### **4.3.2 Estrategias de precio**

El producto Isla Santay ya está instalado en el mercado, lo que se quiere lograr es establecer un precio para este producto y dentro de ello lo que ofrece y poder ver cuánto le podrá costar al turista visitarnos a un precio cómodo.

Como estrategias queremos tratar de reducir el costo de los productos que se ofrecen en Santay, a pesar de que los precios establecidos no son exagerados, pero igual trataremos de reducirlos un poco, también se realizarán ofertas o promociones 1 o 2 veces a la semana, los días serán rotativos con el fin de incrementar turistas por día ya que la afluencia de turistas se incrementa más solo en los fines de semana y lo que queremos lograr es tener un nivel promedio de visitantes diarios.

### **4.3.3 Estrategias de plaza**

- **Fam Trips**

Como una de las estrategias a tomar en cuenta, podría ser los fam trips ya que esto beneficiaría a la Isla Santay a impulsarse en el turismo local y en base a esto pueda tomar fuerza y hacerse conocido no solo a nivel nacional sino inclusive a nivel internacional y poder tener reseñas positivas de ambos lados.

Los fam trips es poder contactar algunas agencias de viajes en donde podamos llevarlos a mostrar el producto por medio de un recorrido en donde se quiere lograr que las agencias de viajes se fijen más en este proyecto y puedan promocionar Santay en sus aspiraciones, en donde se establezca un convenio con la mejor empresa que nos va a vender como punto turístico y así poder interactuar en el mercado nacional e internacional, siendo el medio local nuestro principal mercado a tomar en cuenta.

- Acrecentar la promoción a través de convenios con agencias de viajes.
  - Establecer convenios con operadoras turísticas y agencias de viajes que incluyan como destino turístico a Santay en city tour de Guayaquil.

#### 4.3.4 Estrategias de promoción

- Charlas informativas en los colegios sobre Isla Santay
  - Charlas sobre su riqueza ambiental y la importancia de su sostenibilidad
  - Oferta de paquetes turísticos especiales para estudiantes
- Elaboración de trípticos
- Repartir trípticos en las charlas con estudiantes para que tengan clara su información y actividades que se pueden realizar.
- Darles mantenimiento a las redes sociales de la Isla Santay
  - Actualización de fotos del destino turístico
  - Publicar semanalmente las actividades que se pueden realizar en la isla.
  - Incrementar los seguidores en todas las redes sociales de Santay

#### Merchandising

Como segunda opción y no menos importante realizaremos un tipo de merchandising en donde trataremos que nuestro producto denominado Santay pueda venderse como tal, es por ello que pondremos publicidad en diferentes puntos de la ciudad en donde incentivemos a la gente visitar un lugar rodeado de una naturaleza maravillosa y así captar la atención del turista.

Página web de la Isla Santay donde los turistas podrán realizar sus reservaciones y contar con un guía para su recorrido.

#### 4.4 Plan de Acciones

##### 4.4.1 Acciones estratégicas de Producto

###### Capacitación a los comuneros

**Responsable:** MAE

**Tabla 7**

*Acciones de las capacitaciones*

Descripción	Costo referencial	Tiempo
Charlas sobre administración de negocios	\$120	2 veces, cada 6 meses en un año.

## Implementación de Kayaks

**Responsable:** MAE

**Tabla 8**

*Acciones de la implementación de kayaks*

Descripción	Costo referencial	Tiempo
5 botes de kayak, cada uno con 2 chalecos salvavidas y el par de remos	\$1600	Todo el año

## Mejora de facilidades y equipamiento

**Responsable:** MAE

**Tabla 9**

*Acciones de la mejora de infraestructura*

Descripción	Costo referencial	Tiempo
Remodelación de las camineras y ecoaldeas	\$5000	4 meses
Habilitación y remodelación de las cabañas de hospedaje	\$5000	4 meses

## 4.4.2 Acciones estratégicas de Precio

### Tour en Santay

**Responsable:** Asociación Santay

**Tabla 10**

*Acciones de Tour Santay*

Descripción	Costo Referencial	Tiempo
Paquete turístico: recorrido completo de la Isla Santay, incluido el con un guía turístico capacitado, el traslado y la comida	\$50	2 meses

#### 4.4.3 Acciones estratégicas de Plaza

##### FamTrip

**Responsable:** Asociación Santay

**Tabla 11**

*Acciones de FamTrip*

<b>Descripción</b>	<b>Costo Referencial</b>	<b>Tiempo</b>
Contactar 5 agencias de viajes, cada una llevará 2 representantes por agencia y se realizará un recorrido por Isla Santay y sus alrededores.	\$80	2 veces al año.

##### Tienda de Souvenirs

**Responsable:** Asociación Santay

**Tabla 13**

*Acciones de la tienda de souvenirs*

<b>Descripción</b>	<b>Costo Referencial</b>	<b>Tiempo</b>
Se establecerá un mini puesto dentro de Santay donde se venderá libros sobre Isla Santay y sus alrededores, su flora y su fauna para colorear y también se venderá al turista en general recuerdos de Santay como llaveros, imágenes, pulseras, etc.	\$2.750	Todo el año

#### 4.4.4 Acciones estratégicas de Promoción

##### Merchandising

Descripción	Costo Referencial	Tiempo
Entrega de termos y gorras con el logotipo de Santay a un grupo de ciclistas que será creado mediante las redes sociales y ellos nos harán una donación voluntaria para mejorar Santay.	\$6.000	3 meses

**Responsable:** MAE

##### Tabla 12

*Acciones del merchandising*

##### Community manager para el mantenimiento a las redes sociales

**Responsable:** Asociación Santay

##### Tabla 14

*Acciones del Community manager*

Descripción	Costo Referencial	Tiempo
Publicación frecuente de las actividades turísticas que se realizan en la isla y las promociones	\$800	6 meses
Trivias y concursos para interactuar con nuestros seguidores (premios)	\$204	6 meses

##### Elaboración de trípticos

**Responsable:** Asociación Santay

##### Tabla 15

*Acciones de la elaboración trípticos*

Descripción	Costo referencial	Tiempo
Entrega de trípticos a las personas que visitan Isla	\$500	2 meses

Santay con el objetivo de que conozcan nuestras redes sociales y nuestras actividades		
---	--	--

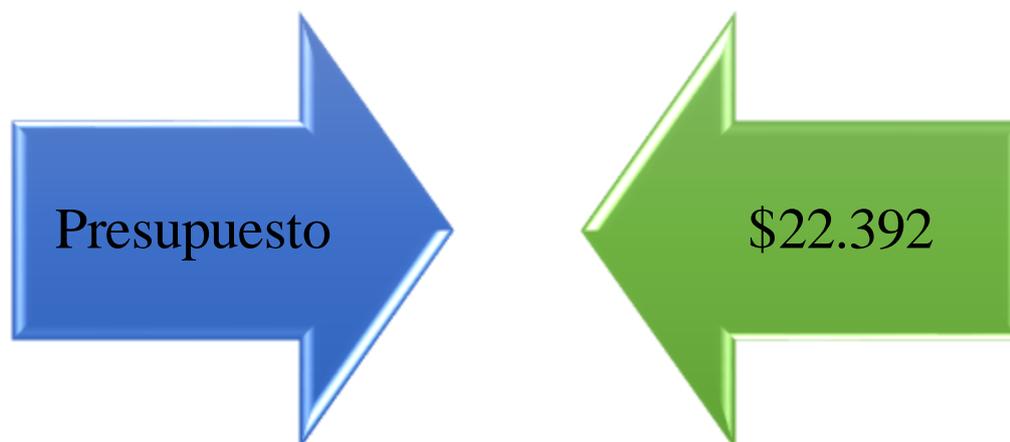
### **Campañas de publicidad en instituciones educativas**

**Responsable:** MAE

**Tabla 16**

*Acciones de las campañas de publicidad*

<b>Descripción</b>	<b>Costo referencial</b>	<b>Tiempo</b>
Charlas en los colegios sobre la importancia de nuestras Áreas Protegidas – Isla Santay	\$0	6 meses, 1 colegio por semana.
Cada sábado se recibirá un grupo de 35 personas de un colegio para hacer mingas	\$288	1 vez cada 2 meses



### **4.5 Presupuesto del Plan de Marketing**

*Figura 28.* Presupuesto del Plan de Marketing

#### 4.6 Cronograma de actividades del Plan de Marketing de Isla Santay

Tabla 17

*Cronograma de actividades*

Actividades	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
Fan trip												
Merchandising												
Tienda de souvenirs												
Tour a Santay												
Capacitación a los comuneros												
Implementación de kayaks												
Remodelación de infraestructura												
Community manager												
Elaboración de trípticos												
Charlas informativas en los colegios												
Mingas												

## CONCLUSIONES

En el avance de esta investigación pudimos constatar la falta de marketing que tiene la Isla Santay, por eso no tienen una estabilidad en la cantidad de visitantes y sus ingresos económicos fuertes son solo por temporadas por lo cual en ciertas ocasiones han excedido su capacidad de carga. Seguidamente del diagnóstico del lugar se observó insuficiencia de promoción turística del producto Isla Santay. Muchas entidades gubernamentales fueron involucradas en el desarrollo del lugar las cuales han sido de un soporte importante para que la isla se mantenga adecuadamente.

La comunidad debe instruirse más en el área de administración de negocios para tener una correcta inversión de sus ganancias, se expuso de ideas que ayuden a incrementar el turismo pero de una forma responsable para a su vez preservar a la flora y fauna del sitio. No poseen convenios con operadoras turísticas que incluyan a la isla y lo potencien como un destino por lo tanto existe la propuesta de los Fan Trip para que los operadores puedan conocer nuestro producto y ofertarlo correctamente.

La mayoría de las personas conocen de la Isla Santay ya que tiene 3 años desde que fue inaugurada pero muchos no vuelven ya que no lo encuentran atractivo, a diferencia de las personas que practican algún deporte, por ser el mayor motivo de visita, o necesitan de un lugar que esté rodeado de flora y fauna.

Lo principal de la Isla Santay es el turismo comunitario, no cobran un valor para entrar al lugar pero sí para sus servicios de restauración, alojamiento o transporte. Con la creación de la Asociación Santay que es la empresa propia de la comunidad que maneja los ingresos de dichos servicios y llevan un control de aquello.

El propósito del Plan de Marketing es promocionar las actividades y servicios turísticos que ofrece la isla de una manera responsable, con la disminución del impacto ambiental del lugar por tratarse de una Área Protegida, con el apoyo de la comunidad que son los beneficiarios principales de la sostenibilidad del lugar.

## RECOMENDACIONES

Se recomienda que dentro de Isla Santay exista más variedad en lo que se refiere piqueos y comidas, ya que solo cuentan con dos pequeños puestos en donde uno ofrece dos platos de comidas y el otro cosas sencillas de piqueos y nada más, por lo cual se recomienda a la comuna tener mayor variedad gastronómica que llame la atención al turista y que pueda degustar de variedad de platos típicos de la zona.

El plan de marketing propuesto debe socializarse con la comuna ya que las acciones estratégicas que planteamos nosotros como implementar algunos puntos de venta de souvenirs, capacitaciones, implementación de kayaks, etc. son una muy buena alternativa para que Isla Santay incremente su nivel turístico, con el objetivo de que se consolide estas ideas propuestas y que la comuna goce de beneficios económicos y sea una de las zonas más visitadas de la ciudad.

Se recomendaría mejorar la seguridad de Santay durante las 24 horas con el resguardo de la policía nacional o alguna otra entidad de seguridad que trabaje en conjunto con la policía y los mantenga al tanto de cualquier problema o perjuicio dentro y a los alrededores de la Isla

Se recomienda al MAE que disponga de más áreas de recreación o deportivas en Santay para la atracción de turistas, o para que los mismos comuneros practiquen otro tipo de deporte sin desplazarse a otro lado y lo hagan cerca de donde habitan.

Se recomienda también que a nivel de infraestructura las camineras por donde transita a diario el turista o comunero de la zona, sea la adecuada para realizar caminatas, senderismo o ciclismo de una manera que se le preste seguridad al visitante.

Se puede recomendar también que durante el recorrido por Santay haya mayor señalización para los turistas para saber a cuanto tiempo de distancia se encuentra entre un punto y otro.

## LISTADO DE REFERENCIAS

- Andes. (2014). *El turismo es la cuarta fuente de ingreso de divisas no petroleras en Ecuador*. Recuperado de: <http://www.andes.info.ec/es/noticias/turismo-es-cuarta-fuente-ingreso-divisas-no-petroleras-ecuador.html>
- Andes. (2015). *El turismo generó ingresos por 1.487 millones de dólares para Ecuador en 2014*. Recuperado de: <http://www.andes.info.ec/es/noticias/turismo-genero-ingresos-1487-millones-dolares-ecuador-2014.html>
- Arias, F. (2006). *El Proyecto de Investigación*. (5ta Ed.). Caracas, Venezuela: Editorial Episteme
- Bernal, C. (2006). *Metodología de la Investigación: para administración, economía, humanidades y ciencias sociales*. México: Pearson Education.
- Bernal, C. (2010). *Metodología de la investigación*. (2da Ed.). México: Pearson
- Calderón, V., Salas, D. (2015). *Plan de mejora de la situación actual del turismo en la comuna San Jacinto de Santay*. (Tesis de grado). Recuperado de: <https://www.dspace.espol.edu.ec/retrieve/88857/D-101005.pdf>
- Casal, J., Enric, M. (2003). *Tipos de Muestreo*. Universidad Autónoma de Barcelona. Recuperado de: [http://s3.amazonaws.com/academia.edu.documents/34046243/TiposMuestreo1.pdf?AWSAccessKeyId=AKIAJ56TQJRTWSMTNPEA&Expires=1479232518&Signature=wgHQRjGjidAM3EflmA2PcColkU%3D&response-content-disposition=inline%3B%20filename%3DTipos\\_Muestreo1.pdf](http://s3.amazonaws.com/academia.edu.documents/34046243/TiposMuestreo1.pdf?AWSAccessKeyId=AKIAJ56TQJRTWSMTNPEA&Expires=1479232518&Signature=wgHQRjGjidAM3EflmA2PcColkU%3D&response-content-disposition=inline%3B%20filename%3DTipos_Muestreo1.pdf)
- Convención de Ramsar. (2012). Un estudio de caso de Ramsar sobre los humedales y turismo. Octubre 31, 2016, de Convención de Ramsar. Recuperado de: [http://www.ramsar.org/sites/default/files/documents/library/colombia\\_humedal\\_sp-.pdf](http://www.ramsar.org/sites/default/files/documents/library/colombia_humedal_sp-.pdf)

El Comercio. (2014, Junio 17). *Turismo comunitario, la mejor manera de conocer Los Andes ecuatorianos*. Recuperado de: <http://www.elcomercio.com/tendencias/turismo/comunitario-conocer-andes-ecuador.html>

El Universo. (2016, Mayo 18). *Rafael Correa pide abstenerse de ir a ciclear en isla Santay hasta arreglar daños*. Recuperado de: <http://www.eluniverso.com/noticias/2016/05/18/nota/5585997/mandatario-pide-abstenerse-ir-ciclear-isla-hasta-arreglar-danos>

Espinosa, R. (2014). *Marketing Mix Las 4Ps*. Roberto Espinosa, Recuperado de: <http://robertoespinosa.es/2014/05/06/marketing-mix-las-4ps-2/>

Fundación Kawsay . (2006). *Pueblo Kichwa Saraguro*. Fundación Kawsay. Recuperado de: <http://www.kawsay.org/contenido.aspx?Mid=3&Sid=14>

Grajales, T. (2000). *Tipos de Investigación*. Revista de Educación. Recuperado de: <http://tgrajales.net/investipos.pdf>

Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P.. (2006). *Concepción o elección del diseño de investigación*. Metodología de la investigación (p. 158). México, D.F.: McGRAWHILLINTERAMERICMA EDITORES.

<http://www.eluniverso.com/noticias/2016/05/18/nota/5585997/mandatario-pide-abstenerse-ir-ciclear-isla-hasta-arreglar-danos>

INEC. (2010). *Resultados del Censo*. Recuperado de [http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Infografias/asi\\_esGuayaquil\\_cifra\\_a\\_cifra.pdf](http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Infografias/asi_esGuayaquil_cifra_a_cifra.pdf)

INEC. (2010). *Resultados del Censo*. Recuperado de: <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/descargas/Manulateral/Resultados-provinciales/guayas.pdf>

Isla santay.info

Junyent, J. B. (1994). *La investigación social, introducción a los métodos y las técnicas*. Barcelona: S.A PPU.

- Koltko M. (2006). *Rediscovering the Later Version of Maslow's Hierarchy of Needs: Self-Transcendence and Opportunities for Theory, Research, and Unification*. *Review of General Psychology by the American Psychological Association*. Vol. 10, No. 4, 302–317
- Kotler, P. & Armstrong, G. (2003). *Fundamentos de marketing*. 6ta. Edición. México: Editorial Pearson-Prentice Hall
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). *Principios de Marketing*. Madrid: Pearson Educación, S.A
- Malhotra, N. (2006, Julio). *Estudio de encuestas*. [pdf]. Recuperado de: [https://www.uam.es/personal\\_pdi/stmaria/jmurillo/InvestigacionEE/Presentaciones/Curso\\_10/ENCUESTA\\_Trabajo.pdf](https://www.uam.es/personal_pdi/stmaria/jmurillo/InvestigacionEE/Presentaciones/Curso_10/ENCUESTA_Trabajo.pdf)
- Martínez, H.; Ávila, E. (2010). *Metodología de la investigación: método deductivo*.
- McCarthy, J., & Perreault, W. (1997). *Marketing Planeación Estratégica de la Teoría a la práctica*, Onceava edición, México D.F., México: Mc Graw Hill.
- Mera, E. L. (2010). *Técnicas de Marketing*. Bogotá: Ediciones de la U. Primera Edición.
- Ministerio de Ambiente. (2002). *Sistema Nacional de Áreas Protegidas del Ecuador*. Octubre 31, 2016, de Ministerio de Ambiente. Recuperado de: <http://areasprotegidas.ambiente.gob.ec/es/areas-protegidas/%C3%A1rea-nacional-de-recreaci%C3%B3n-parque-lago>
- Ministerio de Ambiente. (2006). *Sistema Nacional de Áreas Protegidas del Ecuador*. Octubre 31, 2016, de Ministerio de Ambiente. Recuperado de: <http://areasprotegidas.ambiente.gob.ec/es/info-snap>
- Ministerio de Ambiente. (2011). *Plan de Manejo Isla Santay*. Recuperado de: <http://suia.ambiente.gob.ec/documents/10179/242256/19+PLAN+DE+MANEJO+ISLA+SANTAY+ANR+Isla+Santay.pdf/a13669f7-b6e6-4592-93c6-c339f48b00ea>
- Ministerio de turismo. (2014). *El desarrollo turístico en la Isla Santay avanza con capacitaciones*. Recuperado de: <http://www.turismo.gob.ec/el-desarrollo-turistico-en-la-isla-santay-avanza-con-capacitaciones/>

- Ministerio del Ambiente. (2011). *Plan de Manejo*. Ministerio del Ambiente. Recuperado de: [http://simce.ambiente.gob.ec/sites/default/files/documentos/anny/Producto%2003,%20PLAN%20DE%20MANEJO%20\(corregido%20abr%202011\).pdf](http://simce.ambiente.gob.ec/sites/default/files/documentos/anny/Producto%2003,%20PLAN%20DE%20MANEJO%20(corregido%20abr%202011).pdf)
- Ministerio del Ambiente. (2016). *Trabajos de mejoramiento en servicios e infraestructura de Isla Santay*. Ministerio del Ambiente. Recuperado de: <http://www.ambiente.gob.ec/trabajos-de-mejoramiento-en-servicios-e-infraestructura-de- isla-santay/>
- Ricaurte, C. (2009). *Manual para el diagnóstico turístico local*. Recuperado de: <http://unrn.edu.ar/blogs/pt/files/2013/03/6-Ricaurte09-GuiaPlanTuris-verfichas-al-final-post-2007.pdf>
- Rubén, G. (2001). *Glosario básico de turismo y hotelería: curso de admisión universidad nacional de Lanús*. [Lectura en línea]. Recuperado de: [www.observatur.edu.ar/index2.php?option=com\\_content&do\\_pdf=1&id=53](http://www.observatur.edu.ar/index2.php?option=com_content&do_pdf=1&id=53)
- Subgerencia Cultural del Banco de la República. (2015). *Oferta y demanda*. Recuperado de: [http://www.banrepcultural.org/blaavirtual/ayudadetareas/economia/oferta\\_y\\_demanda](http://www.banrepcultural.org/blaavirtual/ayudadetareas/economia/oferta_y_demanda)
- UNWTO. (1998). *Producto turístico*. ffg, de Eumed Sitio web: <http://www.eumed.net/libros-gratis/2010a/655/Producto%20turistico.htm>
- W. Arthur Lewis. (1957). *Teoría del desarrollo económico*. Inglaterra: Fondo de Cultura Económica.

## APÉNDICE

### Apéndice A

#### Entrevista al presidente de la comuna

**Presidente:** Alberto Domínguez

**¿Cómo son capacitados los comuneros de la isla para la oferta de servicios turísticos?**

El Ministerio de Turismo y el Ministerio del Ambiente. El MAE da discursos sobre la flora que existe en la isla para poder explicar a los visitantes y el MINTUR se encarga de charlas para la oferta de servicios turísticos en la casa comunal.

**¿Cree usted que la Entidad que está a cargo de la isla está realizando una buena gestión turística?**

El Ministerio del Ambiente por medio de la Subsecretaría de Gestión Marina y Costera son los que más apoyo nos brindan, pero principalmente la Asociación Santay, que es la asociación creada por los propios comuneros es la que toma las decisiones.

**¿Cuáles son los principales inconvenientes en la Isla Santay?**

La infraestructura se está deteriorando, pero está en proceso de mantenimiento junto con las Ecoaldeas, camineras, entre otras que también necesitan de mantenimiento.

**¿Cuál es el perfil de los turistas que visitan la Isla?**

Tenemos turistas de todas partes, nacionales y extranjeros, pero la calidad de turistas ha bajado bastante, del 100% de turistas que ingresaban en el 2014, actualmente solo ingresan el 60% o 50%. Siempre los últimos meses del año se baja bastante, la mayoría de turistas son nacionales, extranjeros pocos.

**¿Qué servicios turísticos ofrece la isla?**

- Paseos en lancha que se llama la ruta del golfo
- Guías para los recorridos dentro de la isla, a los turistas que vienen en lancha y los turistas del puente, explicando la vida de los santileños. El recorrido dura aproximadamente 3 horas desde la Fundación del Malecón 2000 hasta el parque

- histórico, también se para por el ferrocarril y finalmente se llega a Santay, donde más tiempo se estacionan es en el Parque Histórico de Guayaquil y Santay, en el ferrocarril la lancha se estaciona algo cerca para una breve explicación, pero no se bajan porque el lugar no cuenta con muelle.
- Las cabañas de hospedaje, dentro de este paquete se incluye la lancha, café, almuerzo y merienda las 24 horas, guías nativos en el día y en la noche, en la noche también se pueden ver las Ecoaldea, con suerte se observan tigrillos, mapaches, hormigueros, todo dentro de la isla. El costo es de \$30 por persona todo el paquete.

### **¿Cuántos guías turísticos con licencia hay en la isla?**

Aproximadamente 6 guías cuentan con licencia, por parte del Ministerio de Turismo y la Subsecretaria se han capacitado a 12 guías pero solo la mitad tienen licencia, normalmente solo hay 5 o 6 guías, en feriado y temporada se requieren de todos.

### **¿Cuál es la visión de la isla en un horizonte de 5 años?**

Se programa año a año, conforme el avance turistas y la ganancia de eso, en base a ese presupuesto se plantea los proyectos para el próximo año. El presupuesto sale de los servicios turísticos que ofrece la isla como los restaurantes, las lanchas, etc. Tenemos una nueva administración y durante 3 meses se evalúan las ganancias y se establece la base para poder trabajar con ese presupuesto. No todos los días hay 2000 turistas, a veces hay 400, los fines de semana hasta 1000 turistas y baja el recaudo del dinero, es necesario llevar una buena contabilidad.

Se está elaborando un nuevo plan de manejo conjunto al ministerio del ambiente, cada cierto tiempo se lo actualiza para poder subsistir y trabajar en base al plan de manejo.

## **Apéndice B**

### **Entrevista al representante de MAE (Ministerio del Ambiente)**

**Encargado:** Biólogo Rafael Alonso

#### **¿Cuáles son los atractivos turísticos de la Isla?**

Como parte emblemática tenemos la cocodrilera, donde hay 11 hembras y 1 un macho. Las hembras fueron traídas del parque histórico y vienen de vida cautiva a vida cautiva, el macho viene de vida libre desde que lo capturaron en Esmeraldas y por eso es agresivo porque no se acostumbra a la vida cautiva, Santay es un lugar donde pueden ver a sus animales en su habitat.

También tenemos la flora y la fauna, 5 tipos de manglares, es importante saber para que nos sirve y todo lo que sale de ahí el mangle rojo, negro, colorado, blanco con señalética incluida a partir de entrar a la isla. Están los senderos para proteger a la fauna del lugar. Hay múltiples atractivos, a solo 40 minutos tenemos la cocodrilera.

#### **¿Con que frecuencia los turistas visitan Isla Santay?**

Tiene una variabilidad, depende de día ordinario, fin de semana o festivo. Hace 2 años en un día tuvieron 30.000 personas visitando la isla después de la inauguración. Un fin de semana normal suele tener una carga de 3000 a 5000 personas, si es fin de semana de feriado se espera una carga de 12000 a 15000 personas, por ejemplo en feriado de carnaval estamos listos para soportar esa carga con la capacitación correcta a los guías turísticos de la comunidad y guardaparques.

#### **¿Cuál es el perfil de los turistas que visitan la isla?**

Son nacionales o extranjeros de toda edad, de todo tipo, familias enteras, turistas de todas partes como asiáticos, europeos, norteamericanos sudamericanos y a todos se los recibe igual desde el más humilde hasta el que no es muy humilde. Los que vienen por fin científico deben sacar permiso en la Subsecretaría para la respectiva orientación académica.

#### **¿Cree usted que la promoción turística que ha recibido la isla ha sido la adecuada?**

Si, se está agrandando el tema de paquete turístico, se lo hará con eventos, talleres profesionales. La implementación de la ruta del golfo los fines de semana con la visita del parque histórico y ferrocarril, se hace con toda la seguridad la ruta con una capacidad de 25 personas, con guías turísticos desde la mañana hasta las 5:30 de la tarde. El festival más grande es el Festival Espátula y el nombre viene de un símbolo emblemático, por una garza rosada con aquel nombre que se llama así. Donde se realizan shows de artistas nacionales o extranjeros, de danza, baile, teatro, entre otros. Además tenemos las cabañas

de hospedaje que incluyen guianza nocturna con antorchas, tienen la oportunidad de pisar el suelo de la isla y en las habitaciones pueden entrar cómodamente 5 o 6 personas.

### **¿Qué servicios turísticos ofrece la isla?**

Entre los servicios turísticos que ofrece Santay se encuentra dentro de los paquetes turísticos ofrecen las cabañas de hospedaje, la ruta del golfo en donde incluye la triangulación ferrocarriles del estado, parque histórico, Isla Santay mediante una guianza personalizada y el costo es de 10 dólares por persona y puede recorrer diferentes puntos turísticos de Santay y degustar de los platos típicos principales de la zona.

### **¿Cómo son capacitados los comuneros de la isla para la oferta de servicios turísticos?**

Los comuneros son capacitaciones por parte del Ministerio del Ambiente por parte del departamento de capacitación y le exige que sigan talleres, como incentivar al turista a que regrese nuevamente.

### **¿Cuál es la visión de la isla en un horizonte de 5 años?**

La visión que tiene es aumentar en infraestructura y mejorar día a día lo elaborado ya que solo se ha trabajado en 30 hectáreas de las 2.174 hectáreas y por ende hay mucho por explorar y trabajar en ello.

### **¿Qué proyectos tienen planificados para el desarrollo turístico de la Isla?**

Uno de los proyectos es innovar en otras rutas como por ejemplo la creación de la estructura de un muelle y además potenciar el muelle Santay y también hacer un muelle en Duran ya que en ambos lados se encuentran muelles improvisados y se quiere tener algo fijo.

### **¿Cuántos guías turísticos con licencia hay en la isla?**

Dentro de los guías turísticos están capacitados todos y hay 30 guías de los cuales ninguno cuenta con licencia en donde 25 de ellos son guardaparques 1 técnico y 1 administrador y 5 son guías nativos de la comuna.

## Apéndice C

### Manual de Diagnóstico

#### FICHA 1

## CARACTERIZACIÓN TURÍSTICA DE COMUNIDADES

### 1. DATOS GENERALES

#### 1.1 Ubicación de la comunidad

NOMBRE DE PROVINCIA

NOMBRE DE CANTÓN

NOMBRE DE PARROQUIA

NOMBRE DE COMUNIDAD

1.2 Número aproximado de habitantes en el conglomerado urbano.  
(Esta información la puede encontrar en la página Web del INEC)

\_\_\_\_\_

Fuente \_\_\_\_\_

### 2. OFERTA DE SERVICIOS

#### 2.1 Alojamiento

Identifique el tipo y número de establecimientos de alojamiento existentes en la comunidad (Una vez identificados los establecimientos de alojamiento, sírvase llenar el Apéndice No. 1).

1. HOTELES
2. HOSTERIAS
3. HOSTALES
4. PENSIONES

#		#
<input type="text"/>	5. MOTILES	<input type="text"/>
<input type="text"/>	6. HOSPEDERIAS COMUNITARIAS	<input type="text"/>
<input type="text"/>	7. CAMPING	<input type="text"/>
<input type="text"/>	8. OTRO _____	<input type="text"/>

## 2.2 Alimentación

Identifique el tipo y número de establecimientos de alimentos y bebidas existentes en la comunidad (Una vez identificados los establecimientos de alimentación, sírvase llenar el Apéndice No. 2).

1. RESTAURANTES	#	4. BARES	#
2. CAFETERIAS	<input type="text"/>	5. CANTINAS	<input type="text"/>
3. FUENTES DE SODA	<input type="text"/>	6. KIOSKOS DE COMIDA	<input type="text"/>
		7. OTROS _____	<input type="text"/>

## 2.3 Esparcimiento

Identifique el tipo y número de establecimientos de esparcimiento existentes en la comunidad.

1. DISCOTECAS	#	3. INSTALACIONES DEPORTIVAS	#
2. CINES/ TEATROS	<input type="text"/>	4. BINGOS	<input type="text"/>
		5. OTROS	<input type="text"/>

## 2.4 Otros servicios

Identifique el tipo y número de establecimientos de otros servicios existentes en la comunidad.

1. AGENCIAS DE VIAJE	#	4. GUÍAS DE TURISMO	#
2. OPERADORAS	<input type="text"/>	5. BANCOS	<input type="text"/>
3. INFORMACIÓN AL TURISTA	<input type="text"/>	6. CAJEROS AUTOMÁTICOS	<input type="text"/>
		7. OTROS	<input type="text"/>

# 3. INFRAESTRUCTURA DE SERVICIOS BÁSICOS

## TRANSPORTE Y ACCESIBILIDAD

### 3.1. Distancias

Identifique las distancias que hay desde el punto de partida (centro turístico más cercano o ciudad principal) hasta la parroquia, así como el tiempo de recorrido y medio de transporte.

1	2	3	4	5	6	7	8
Bus	Camioneta	Lancha	Canoa	Avión	Avioneta	Bestia	Caminando

3.2. Principales vías de acceso a la comunidad:

1. PAVIMENTADA/ ASFALTADA	<input type="checkbox"/>	6. FLUVIAL	<input type="checkbox"/>
2. ADQUINADA	<input type="checkbox"/>	7. MARÍTIMA	<input type="checkbox"/>
3. EMPEDRADA	<input type="checkbox"/>	8. AÉREA	<input type="checkbox"/>
4. LASTRADA	<input type="checkbox"/>	9. SENDERO	<input type="checkbox"/>
5. DE TIERRA (CARROSABLE)	<input type="checkbox"/>	10. OTRO _____	

3.3. Para llegar a la comunidad (o dentro de ella) existe señalización:

a) VIAL

1. SÍ	<input type="checkbox"/>
2. NO	<input type="checkbox"/>

b) TURÍSTICA

1. SÍ	<input type="checkbox"/>
2. NO	<input type="checkbox"/>

3.4. En la comunidad se hace uso de los siguientes transportes públicos (puede marcar más de una opción):

1. BUS	<input type="checkbox"/>	5. CANOA	<input type="checkbox"/>
2. CAMIONETA	<input type="checkbox"/>	6. AVIÓN	<input type="checkbox"/>
3. TAXIS	<input type="checkbox"/>	7. AVIONETA	<input type="checkbox"/>
4. LANCHA	<input type="checkbox"/>	8. NINGUNO	<input type="checkbox"/>
		9. OTRO _____	

3.5. En la comunidad existen las siguientes terminales o estaciones de transporte (puede marcar más de una opción):

1. BUS	<input type="checkbox"/>	5. MARÍTIMO	<input type="checkbox"/>
2. CAMIONETA	<input type="checkbox"/>	6. FLUVIAL	<input type="checkbox"/>
3. CAMIONES	<input type="checkbox"/>	7. LACUSTRE	<input type="checkbox"/>
4. TAXIS	<input type="checkbox"/>	8. AÉREO	<input type="checkbox"/>
		9. OTRO _____	

3.6. Descripción del transporte público terrestre que presta servicio a la comunidad

Nombre de la Cooperativa	Estación/Terminal	Tipo de transporte (MARQUE CON UNA X)		Frecuencia del servicio	Tipo de vehículo
		LOCAL	INTER-CANTONAL		

3.7. Si no existe medio de transporte público, señale la distancia a la que se puede abordar cualquier tipo de transporte motorizado \_\_\_\_\_ Km.

**COMUNICACIONES**

3.8. Existe servicio telefónico en la comunidad: Marque con una X

- 1. Sí
- 2. No

3.9. La oficina de teléfonos más cercana se encuentra a \_\_\_\_\_ Kms.

3.10. Existe señal de servicio telefónico celular en la comunidad:

- 1. sí
- 2. No

3.11. En la comunidad existen \_\_\_\_\_ cabinas de servicio telefónico para uso público.

3.12. En la comunidad existen \_\_\_\_\_ cibercafés o establecimientos de uso público de internet.

3.13. Existe oficina de correos en la comunidad:

- 1. sí
- 2. No

**SANIDAD**

3.14. Existe red de agua entubada:

- 1. sí  % de la población con agua entubada \_\_\_\_\_
- 2. No

3.15. Se trata con cloro el agua en la fuente de distribución:

- 1. sí
- 2. NO

3.16. Fuente principal de abasto / Qué tipo de agua se consume:

- |                            |                          |                            |                          |
|----------------------------|--------------------------|----------------------------|--------------------------|
| 1. RED PÚBLICA             | <input type="checkbox"/> | 6. POZO                    | <input type="checkbox"/> |
| 2. PILA O LLAVE PÚBLICA    | <input type="checkbox"/> | 7. RIO, VERTIENTE, ACEQUIA | <input type="checkbox"/> |
| 3. OTRA FUENTE POR TUBERÍA | <input type="checkbox"/> | 8. AGUA LLUVIA             | <input type="checkbox"/> |
| 4. CARRO REPARTIDOR        | <input type="checkbox"/> | 9. OTRO _____              | <input type="checkbox"/> |

3.23. Existe servicio de energía eléctrica en la comunidad:

1. Sí
2. No

3.24. Distancia al lugar más cercano con energía eléctrica: \_\_\_\_\_ Km.

3.25. Qué porcentaje de la población tiene energía eléctrica: \_\_\_\_\_.

3.26. Existen gasolineras en la comunidad

1. Sí  ¿Cuántas? \_\_\_\_\_
2. No

3.27. Distancia a la gasolinera más cercana: \_\_\_\_\_ Km.

#### 4. GOBERNANZA

4.1. De qué instituciones recibe o ha recibido apoyo la comunidad para su desarrollo: nombre a las instituciones involucradas, el periodo en que se recibió el apoyo de las mismas. Puede obtener información en municipios, juntas parroquiales o el líder de la comuna.

INSTITUCIÓN	NOMBRE	DESDE	HASTA	ACTIVIDAD
1 NACIONALES				
2 INTERNACIONALES				

4.2. Existen planes de desarrollo en la comunidad. Si es así, nombre el plan y el año en que se empezó o empezara a ejecutar.

1. Sí

PLAN	AÑO

4.3. Qué tipo de organizaciones tiene la comunidad (marque con una x):

TIPO DE ORGANIZACIÓN	
1. JUNTA PARROQUIAL	<input type="checkbox"/>
2. COMITÉ DE BARRIO	<input type="checkbox"/>
3. DIRECTIVA COMUNITARIA	<input type="checkbox"/>
4. COMITÉ DE DESARROLLO	<input type="checkbox"/>
5. COOPERATIVAS	<input type="checkbox"/>
6. ORGANIZACIÓN DE MUJERES	<input type="checkbox"/>
7. COMITÉ DE PADRES DE FAMILIA	<input type="checkbox"/>
8. ORGANIZACIONES RELIGIOSAS	<input type="checkbox"/>
9. CLUBES	<input type="checkbox"/>
10. ASOCIACIONES DE TURISMO	<input type="checkbox"/>
11. Otras	<input type="checkbox"/>

## 5. COMUNIDAD RECEPTORA

5.1. A qué actividades económicas principales se dedica la población (Para contestar esta pregunta se puede consultar en el INEC. Llene las casillas con porcentajes):

1. AGRICULTURA, CAZA, AVICULTURA, PESCA, GANADERÍA	<input type="checkbox"/>	6. SERVICIOS COMUNALES, SOCIALES Y PERSONALES	<input type="checkbox"/>
2. EXPLOTACIÓN DE MINAS Y CANTERAS	<input type="checkbox"/>	7. TRANSPORTE Y COMUNICACIÓN	<input type="checkbox"/>
3. INDUSTRIAS MANUFACTURERAS	<input type="checkbox"/>	8. ESTABLECIMIENTOS FINANCIEROS	<input type="checkbox"/>
3.1 ARTESANÍAS	<input type="checkbox"/>	9. COMERCIO	<input type="checkbox"/>
4. ELECTRICIDAD, GAS Y AGUA	<input type="checkbox"/>	10. TURISMO, HOTELES Y RESTAURANTES	<input type="checkbox"/>
5. CONSTRUCCIÓN	<input type="checkbox"/>	11. ACTIVIDADES NO ESPECIFICADAS	<input type="checkbox"/>

Fuente: \_\_\_\_\_

5.2. ¿Cuáles son las tres actividades productivas más rentables de la comunidad? Nómbralas.

1. \_\_\_\_\_
2. \_\_\_\_\_
3. \_\_\_\_\_

Fuente: \_\_\_\_\_

5.3. Tipo de empleo turístico (Sólo para comunidades que prestan servicios turísticos). Para contestar esta pregunta se encuestó a \_\_\_\_\_ personas.

	Porcentaje%
1. EMPLEOS FORMALES EN TURISMO (PERSONAL CON CONTRATO VERBAL O ESCRITO, ESTABLECIMIENTOS CON DOCUMENTOS EN REGLA)	<input type="checkbox"/>

5.4. Tipo de actividad en la que participa la comunidad: puede marcar más de uno si así fuere el caso.

- |                         |                          |
|-------------------------|--------------------------|
| 1. TRABAJO EN GRUPO     | <input type="checkbox"/> |
| 2. MINGA                | <input type="checkbox"/> |
| 3. ASAMBLEA COMUNITARIA | <input type="checkbox"/> |
| 4. OTRAS                | <input type="checkbox"/> |

Comentarios:

---



---



---

5.5. Ha participado la Comunidad o la Directiva Comunitaria en la elaboración de los Planes Estratégicos locales con:

- |                        |                          |                          |
|------------------------|--------------------------|--------------------------|
|                        | SI                       | NO                       |
| 1. MUNICIPIO           | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 2. GOBIERNO PROVINCIAL | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

5.6. Destrezas para turismo encontradas en la comunidad. El encuestador puede preguntar dentro de la comunidad una vez que haya logrado el acercamiento y establecerá el número de personas que tengan las siguientes habilidades (Se puede obtener esta respuesta a través de un taller).

- |                                      |                      |
|--------------------------------------|----------------------|
|                                      | # de personas        |
| 1. INGLÉS                            | <input type="text"/> |
| 2. CAPACIDAD O EXPERIENCIA EN GUANZA | <input type="text"/> |
| 3. COCINA                            | <input type="text"/> |
| 4. CONTABILIDAD / ADMINISTRACIÓN     | <input type="text"/> |
| 5. OTRA _____                        | <input type="text"/> |

5.7. Actitud de la comunidad hacia la actividad turística. El encuestador puede preguntar dentro de la comunidad una vez que haya logrado el acercamiento y establecerá el número de personas que tengan las siguientes habilidades (Se puede obtener esta respuesta a través de un taller).

Para contestar esta pregunta se encuestó a \_\_\_\_\_ personas.

- |   |                      |
|---|----------------------|
|   | % relativo           |
| 1. El turismo es considerado como un instrumento importante de desarrollo (es considerado en planes, políticas, hay asociaciones de prestadores de servicios turísticos, etc.)                    | <input type="text"/> |
| 2. El turismo es una actividad económica alterna y estacional (La comunidad se dedica a la actividad turística solamente durante temporada alta, en temporada baja se dedica a otras actividades) | <input type="text"/> |
| 3. Indiferencia hacia el desarrollo local de la actividad turística (La comunidad no contesta preguntas relacionadas al turismo, no opinan)   | <input type="text"/> |

5.8. Problemas sociales que según el encuestador pueden afectar al desarrollo turístico de la comunidad. Se pueden identificar también necesidades de capacitación de acuerdo a los resultados obtenidos en la pregunta (5.6).  
Comentarios:

---

---

---

---

---

Auxiliar de campo:  
Fecha:

## Apéndice 2

(Opcional si no existe información disponible en el Catastro del MINTUR)

### ESTABLECIMIENTOS DE ALIMENTACIÓN

#	NOMBRE DEL ESTABLECIMIENTO	TIPO	CAPACIDAD	ESPECIALIDAD	TIPO DE SERVICIO
1					
2					
3					
4					
5					
6					
7					
8					
9					
10					
		TOTALES			



Presidencia  
de la República  
del Ecuador



Plan Nacional  
de Ciencia, Tecnología,  
Innovación y Saberes



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

## DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN

Yo, Loaiza Correa Jhon Fernando, con C.C. # 0924653629 autor/a del trabajo de titulación: **Actualización del Plan de Marketing turístico para el nuevo Producto Isla Santay e Isla Gallo, cantón Durán - provincia del Guayas** previo a la obtención del título de **INGENIERO/A EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y HOTELERAS** en la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.

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

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

Guayaquil, 20 de febrero del 2017

---

Loaiza Correa Jhon Fernando

C.C: 0924653629



Presidencia  
de la República  
del Ecuador



Plan Nacional  
de Ciencia, Tecnología,  
Innovación y Saberes



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

## DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN

Yo, Chávez Arbeláez Jenniffer Stephania, con C.C. # 0926814492 autor/a del trabajo de titulación: **Actualización del Plan de Marketing turístico para el nuevo Producto Isla Santay e Isla Gallo, cantón Durán - provincia del Guayas** previo a la obtención del título de **INGENIERO/A EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y HOTELERAS** en la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.

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

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

Guayaquil, 20 de febrero del 2017

---

Chávez Arbeláez Jenniffer Stephania

C.C: 0926814492



Presidencia  
de la República  
del Ecuador



Plan Nacional  
de Ciencia, Tecnología,  
Innovación y Saberes



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

**REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA**

FICHA DE REGISTRO DE TESIS/TRABAJO DE TITULACIÓN

<b>TÍTULO Y SUBTÍTULO:</b>	<b>Actualización del Plan de Marketing turístico para el nuevo Producto Isla Santay e Isla Gallo, cantón Durán - provincia del Guayas</b>		
<b>AUTOR(ES)</b>	Loaiza Correa, Jhon Fernando – Chávez Arbeláez, Jenniffer Stephania		
<b>REVISOR(ES)/TUTOR(ES)</b>	Gutiérrez Northía, Aline		
<b>INSTITUCIÓN:</b>	Universidad Católica de Santiago de Guayaquil		
<b>FACULTAD:</b>	Facultad de Especialidades Empresariales		
<b>CARRERA:</b>	Escuela de Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras		
<b>TÍTULO OBTENIDO:</b>	Ingeniero en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras		
<b>FECHA DE PUBLICACIÓN:</b>		<b>No. DE PÁGINAS:</b>	73
<b>ÁREAS TEMÁTICAS:</b>	Turismo, Marketing turístico		
<b>PALABRAS CLAVES/ KEYWORDS:</b>	Hostería ecológica, área nacional de recreación, biodiversidad, comuneros, actividades turísticas, atracción turística, fauna y flora.		
<b>RESUMEN/ABSTRACT:</b>	<p>Nuestro proyecto es presentar una propuesta de actualización de plan de marketing en Isla Santay e Isla Gallo del cantón Duran de la provincia del Guayas con la finalidad de promover ciertas actividades turísticas y potenciarlas en un futuro.</p> <p>Dentro de Santay existe una afluencia de turistas que día a día visitan la isla con el fin de experimentar con la naturaleza más de cerca e interactuar con la fauna y flora que los rodea, pero muchas de las personas que la visitan desconocen de las actividades que se pueden ejecutar dentro de ella, también se quiere lograr es que dentro de Isla Santay no solo haya afluencia de turistas nacionales sino también lograr mejorar la asistencia de turistas extranjeros y es en lo que se está trabajando en ello para mejorar y atraer más la atención del turista con algo innovador.</p> <p>El Área Nacional de Recreación Isla Santay lo que quiere lograr es que el turista que la visite se sienta como en casa, el lugar cuenta con un pequeño museo en donde se puede ver todo lo que nos muestra Santay desde su historia hasta su biodiversidad que está rodeada y por ultimo contamos con 3 hosterías ecológicas en donde se puede alojar hasta 12 personas, 4 por cabaña.</p>		
<b>ADJUNTO PDF:</b>	<input checked="" type="checkbox"/> SI	<input type="checkbox"/> NO	
<b>CONTACTO CON</b>	<b>Teléfono:</b> 0999457563 /	E-mail: jhon_loaiza_1994@hotmail.com /	

<b>AUTOR/ES:</b>	0990371753	jennifferchavez27@gmail.com
<b>CONTACTO CON LA INSTITUCIÓN:</b>	<b>Nombre:</b> Guzmán Barquet Eduardo Andrés	
	<b>Teléfono:</b> +593-4-2206950 ext 5027; 0997202912	
	<b>E-mail:</b> eduardo.guzman01@cu.ucsg.edu.ec	