

## 1. RESUMEN EJECUTIVO

La Playa San Gregorio es un balneario ubicado en la Isla Payana, una de las cinco Islas del archipiélago de Jambeli, del Cantón Santa Rosa, Provincia de El Oro, se llega a ella en lancha, en un recorrido de 35 minutos desde puerto Hualtaco del Cantón Huaquillas.

Actualmente la playa se encuentra deshabitada, encontrándose en su interior un conjunto de 5 cabañas y un restaurant que es administrado por la asociación San Gregorio radicada en la ciudad de Huaquillas, la cual provee un escaso servicio a los turistas que actualmente visitan la isla, este servicio solo comprende el traslado a la playa.

El arrastre de las arenas producto de las mareas ha dado a la playa una singular formación y también la ha provisto de dos frentes de arena, uno hacia el mar abierto y otro hacia el canal que divide la playa de la comuna Costa Rica.

Los pobladores de la comuna Costa Rica están dedicados a la pesca, cultivo y recolección de moluscos, siembra de manglar, otra actividad es la captura de cangrejos.

El proyecto contempla tres componentes:

1. Un mayor desarrollo de la oferta turística: Para esto se prevé desarrollar otras alternativas de turismo, es decir los turistas no solo disfrutarán de las bondades de la playa, el sol, la arena y la comida; sino que también podrán tener la experiencia de compartir con las comunas de los alrededores sus faenas diarias ya sea de pesca, recolección de moluscos, captura de cangrejos.

Este componente fácilmente encuentra sostenibilidad ya que el espíritu y la amabilidad de los pobladores es sin duda su mayor carta de presentación.

El recurso natural es uno de los iconos en que se sustenta este componente. La flora en este caso representada por el manglar con sus raíces zancudas, brinda un hermoso paisaje y a la vez es nicho de gran variedad de animales.

Existe en la comunidad de las Huacas los arboles de ciruelos que a decir de sus habitantes muchos de estos tienen ya el centenar de años, sus ramas y troncos puestos de manera caprichosa dan al turista la impresión de encontrarse en un ambiente subreal.

La fauna tiene una característica muy especial y es que fácilmente el viajero puede aproximarse y aprender de ella, gracias a la mansedumbre natural de la mayor parte de sus especies.

2. Capacitaciones a las comunidades en temas turísticos: En este componente se garantiza el conocimiento y las destrezas con que debe contar las comunidades para dar una atención plena a los turistas, acorde a la naturaleza y la cultura de la cual provengan.

Se prevé formar grupos de trabajo que generen unión a la hora interactuar. Estos equipos serán los encargados de difundir los atractivos de la zona, historia, costumbres, tradiciones, etc.

3. Plan de difusión de la zona y sus atractivos turísticos: Considerando que el 70% de los turistas que actualmente visitan la Isla son pobladores de los cantones aledaños y los 30% restantes son habitantes del austro ecuatoriano se deberán buscar los canales apropiados para difundir la información turística, la identificación del mercado al que se debe llegar.

La inversión total del proyecto es 74,154.39 (inversión neta 49,925.00, capital de trabajo 5,311.14, imprevistos 3,278.25 y gastos preoperativos 15,640.00). La duración del proyecto para su monitoreo y evaluación es de 10 años. El análisis económico, es decir sin endeudamiento nos da un VAN de \$33,145.40 y un TIR de 28%. El periodo de retorno de la inversión es 6 años, 1 mes y 24 días.

## **2. ANTECEDENTES**

El balneario San Gregorio es una playa del Ecuador, que se localiza en las coordenadas geográficas 03°23'N 80°21'O2 a 408 kilómetros al suroeste de la capital nacional, la ciudad de Quito, en la costa del Océano Pacífico y que administrativamente hace parte de la Provincia de El Oro.

El Balneario San Gregorio, cuenta con una gran playa, blancas olas y marco de manglar; lugar ideal para tomar sol y mar, realizar caminatas, pesca a cordel, juegos playeros, cámping, observar pelícanos, piqueros de patas azules, gaviotas y fragatas.

La playa está actualmente deshabitada, pero la asociación San Gregorio, cuya sede se encuentra en Puerto Hualtaco de la ciudad de Huaquillas, posee un terreno de 180 metros de frente a la playa por 300 metros de largo, los mismos que dentro de este lote administran unas pequeñas cabañas básicas para atender a los pocos turistas que la visitan en la época de temporada, así mismo es frecuentada por pescadores deportivos de la península de Santa Elena.

En época de turismo los habitantes de las comunidades adyacentes como es el caso de la comuna Costa Rica y de Puerto Hualtaco, emplean sus lanchas para trasladar a las personas que desean visitar la isla y de esta manera incrementar sus bajos ingresos.

Los ingresos económicos de los habitantes de la comuna Costa Rica se derivan de las actividades que realizan como son la recolección de concha, cangrejo y pesca a mar abierto.

El turismo se ha convertido en una opción importante de trabajo e ingresos económicos, actualmente existen operadoras turísticas en algunos cantones de la Provincia de El Oro que no han logrado establecer un verdadero servicio turístico y el desarrollo de las comunidades.

### 3. CONTEXTO

En Tour Huaquillas que es donde la Asociación San Gregorio ofrece los servicios turísticos, ubicado en Puerto Hualtaco de la ciudad de Huaquillas, allí el encargado nos manifestó lo siguiente:

Para visitar el balneario San Gregorio, los turistas se concentran en el malecón de Puerto Hualtaco, allí se aborda la lancha cuando la marea ofrece las condiciones para navegar por el estero de mar. En 35 minutos de viaje el turista llega a la isla ubicada frente a Costa Rica. El tiempo de permanencia depende del tipo de marea, cuando es mala se tiene que ingresar y salir con la misma marea, cuando es buena se puede ingresar en la mañana y salir en la tarde, la tarifa de los paquetes turísticos es la siguiente:

a) \$20 por persona (Uso de las instalaciones de la asociación, almuerzo, transporte ida y vuelta con grupo de 15 personas)

La embarcación que administra la asociación San Gregorio, transporta hasta 40 personas, pero la salida de la embarcación se lo hace hasta con un mínimo 15 personas, pues un menor número de usuarios representa pérdidas.

En temporada alta la asociación San Gregorio, ve superada su capacidad operativa, ya sea en el transporte como de servicio de alimentación al turista, y es la ocasión en que los habitantes de la comuna, así como algunos habitantes de Puerto Hualtaco, aprovechan para con sus embarcaciones de una manera improvisada prestar servicio de transporte de turistas.

La capacidad máxima de las embarcaciones de los habitantes de la comuna Costa Rica y de los habitantes de Puerto Hualtaco es de 7 personas pero en temporada alta llegan a transportar hasta diez turistas.

Los inconvenientes más relevantes a criterio de los operadores turísticos son:

- 1) Dependencia de las mareas para ingresar a la isla.

- 2) No existe muelle para ingresar al balneario San Gregorio
- 3) No existe alcantarillado sanitario en la Isla San Gregorio
- 4) No se dispone de agua potable, solo el agua que provee un pozo profundo.

Las actividades de Turismo consisten en recorrido en lancha por los manglares donde se puede observar la flora y la fauna endémica del lugar, principalmente para visualizar la playa con piqueros de patas azules y arena blanca

La actividad turística genera 20 plazas de trabajo directo y están cubiertas por un 40% de mujeres y un 60% de hombres y cuyo ingreso neto por cada persona bordea los \$10 dólares diarios.

Las actividades turísticas dedicadas por los comuneros son las siguientes:

- a) Guías turísticos
- b) Servicios de alimentación
- c) Traslado en lancha

#### **4. IMPORTANCIA Y JUSTIFICACIÓN**

Dentro del marco de la agenda Zonal 7, y del plan de desarrollo estratégico de la Provincia de El Oro, uno de los programas para el desarrollo de la Zona Sur, es la búsqueda y el incentivo de alternativas turísticas que reduzcan las necesidades básicas insatisfechas (NBI), de las comunidades y poblaciones en el sector.

En este contexto el Archipiélago de Jambelí posee una serie de playas que aún no han sido eficaz y eficientemente gestionadas en el marco de una industria turística amigable con el medio ambiente.

El Gobierno Nacional promueve una política salarial justa como base para resolver la inequidad social existente y alcanzar el salario digno, como mecanismo de justicia social, laboral y salarial en el marco de la igualdad, equidad y disminución de la pobreza entre los ecuatorianos.

Por lo que se hace necesario la creación de proyectos de desarrollo turísticos que ayuden a mejorar el nivel de ingresos económicos de los beneficiarios y a aprovechar el potencial turístico de la zona, atrayendo a visitantes de la propia región costeña, otras regiones y extranjeros, empezado a ver el Balneario San Gregorio y su entorno como una buena opción para vacacionar, aprender del ecosistema de esta zona del litoral ecuatoriano y así disfrutar de unas excelentes vacaciones, feriados y fines de semana, potenciando de esta forma el turismo del cantón.

## 5. DESCRIPCION DEL PROYECTO

### 5.1. Definición del problema central.

El problema central son los bajos ingresos económicos de los habitantes de la comuna Costa Rica del Cantón Santa Rosa, Provincia de El Oro

### 5.2. Análisis de fuerzas e involucrados

Se analizaron las fuerzas involucradas en el proyecto unas fuerzas contribuyen como fuerzas impulsadoras y otras al bloqueo, ver tabla 1.

**Tabla 1**

Análisis de fuerzas que contribuyen y bloquean el proyecto

Situación Empeorada	Situación Actual				Situación Mejorada
El problema Central son los bajos ingresos económicos de los habitantes de la Comuna Costa Rica del Cantón Santa Rosa, Provincia de El Oro.	El ingreso promedio de una familia en la comunidad Costa Rica es de \$300				Incremento en los ingresos económicos de los habitantes de la Isla Costa Rica del Cantón Santa Rosa, Provincia de El Oro.
Fuerzas Impulsoras	I	PC	I	PC	Fuerzas Bloqueadoras
Presidente de la comunidad que promueve el turismo	4	2	4	1	Turismo dependiente de las Tablas de Mareas
Campañas de publicidad por parte de la Prefectura de la Provincia de El Oro	4	2	3	3	Personal no capacitado en el Potencial turístico
Comuneros con deseos de crear más asociaciones turísticas	4	3	3	3	Falta de capacitación en turismo a los comuneros
Incremento en los ingresos económicos	4	3	3	1	Falta de alcantarillado
Precios justos en paquetes Turísticos	4	3	2	1	Limitado horario de turismo
Campañas para fomentar la gastronomía local	2	3	3	2	Falta de activos para producción turística.

I = Importancia PC= Poder del cambio

**Tabla 2**

Análisis de involucrados en el proyecto

Involucrados	Actitud de los involucrados hacia el cambio propuesto		Poder de los involucrados		Coaliciones de los involucrados	
	Actitudes	Objetivos y valores	Adopción	Implementación	Quienes lo Influencian	A quienes Influencian
Presidente de la comunidad	MF	Aumentar las condiciones de vida de los habitantes de Costa Rica	A	B	Gobierno Municipal de Santa Rosa	Pobladores de la comunidad
Gobierno Municipal de Santa Rosa	F	Promocionar los atractivos turísticos de las comunidades	A	A	Alcalde de Santa Rosa	Presidente de la comunidad
Gobierno Provincial Autónomo de El Oro	F	Cumplimiento del Plan estratégico enmarcado en el Desarrollo Integral de la zona 7.	A	A	Ministerio de turismo	Presidente de la comunidad
Tour Huaquillas	MF	Aumentar la venta de los paquetes turísticos	A	A	Presidente de la Comunidad	Pobladores de la comunidad
Comunidad Jambeli	PF	Compartir turismo	B	B	Presidente de la Comunidad	Pobladores de la comunidad
Ministerio de Turismo	F	Fomenta la actividad turística	MA	A	Gobierno Nacional	Alcalde de Machala y Gobierno de El Oro
Ministerio de Salud	PF	Poca densidad poblacional	B	B	Gobierno Nacional	Alcalde de Machala y Gobierno de El Oro
Bancos Privados	PF	Nuevas líneas de crédito	B	B	Gobierno Nacional	Comunidad de Santa Rosa
Bancos del Estado	F	Poco interés en realizar prestamos en pequeños negocios turísticos	B	A	Gobierno Nacional	Comunidad de Santa Rosa
Asociación de pescadores	F	Incremento en la venta de la pesca	MA	A	Presidente de la Comunidad	Pobladores de la comunidad
Comuneros de Santa Rosa	MF	Mayores incrementos netos por turismo	MA	A	Presidente de la Comunidad	Pobladores de la comunidad

MF: Muy Favorable ; F=Favorable; PF=Poco Favorable; MA=Muy Alto;A= Alto; B=Bajo

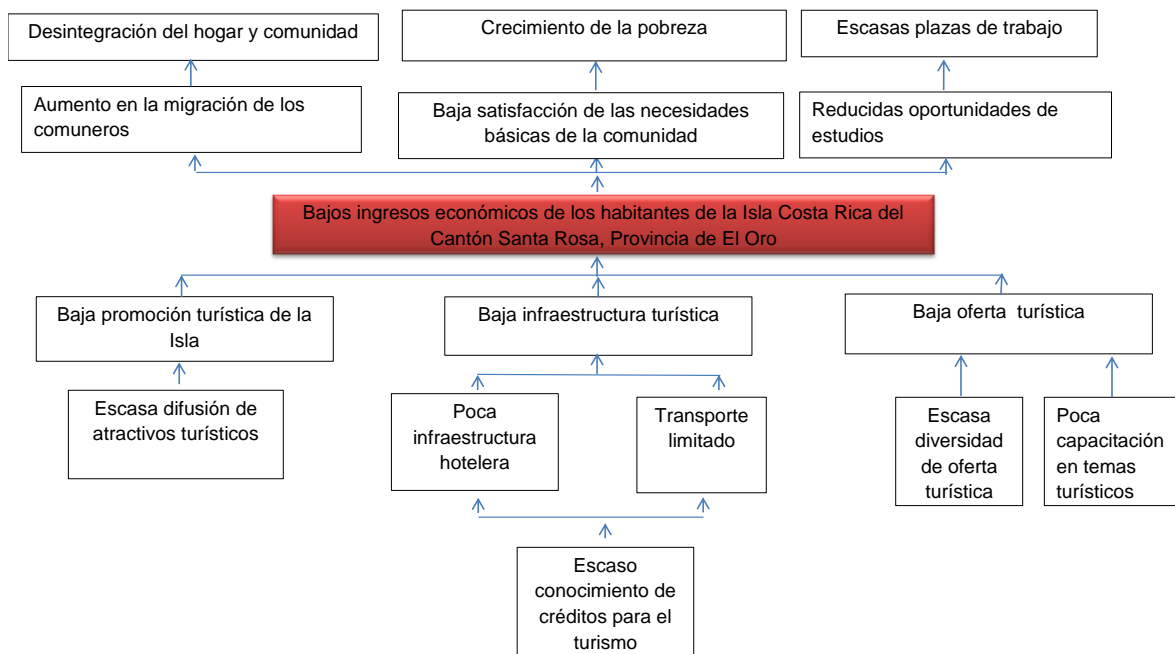


### 5.3 Análisis de problemas

Con la finalidad de levantar la información para determinar el problema central se realizó un taller en la Isla Costa Rica, con la participación de 2 especialistas en turismo, 6 representantes de la comunidad Costa Rica, y 6 de la asociación San Gregorio definiendo el problema central como:

Bajos ingresos económicos de los habitantes de la Isla Costa Rica del cantón Santa Rosa, Provincia de El Oro.

**Figura 1**  
Árbol de problemas

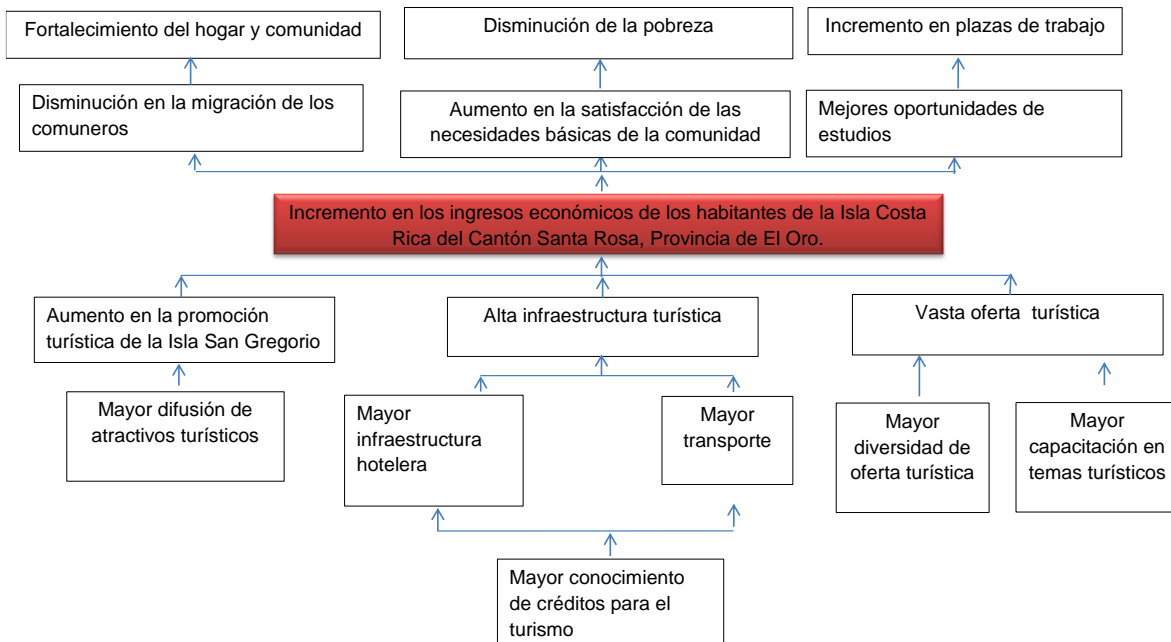


## 5.4 Análisis de objetivos

Al solucionar el árbol de problemas nos permite encontrar el propósito de este proyecto que consiste en lograr:

Incremento en los ingresos económicos de los habitantes de la Isla Costa Rica del Cantón Santa Rosa, Provincia de El Oro.

**Figura 2**  
Árbol de objetivos



## 5.5 Análisis de alternativas

Tomando el árbol de objetivo como base identificamos los componentes de mayor factibilidad en su ejecución e impacto.

Realizando el análisis de alternativas se seleccionan los siguientes objetivos según su grado de importancia en:

**Tabla 3**  
Matriz de análisis de alternativas

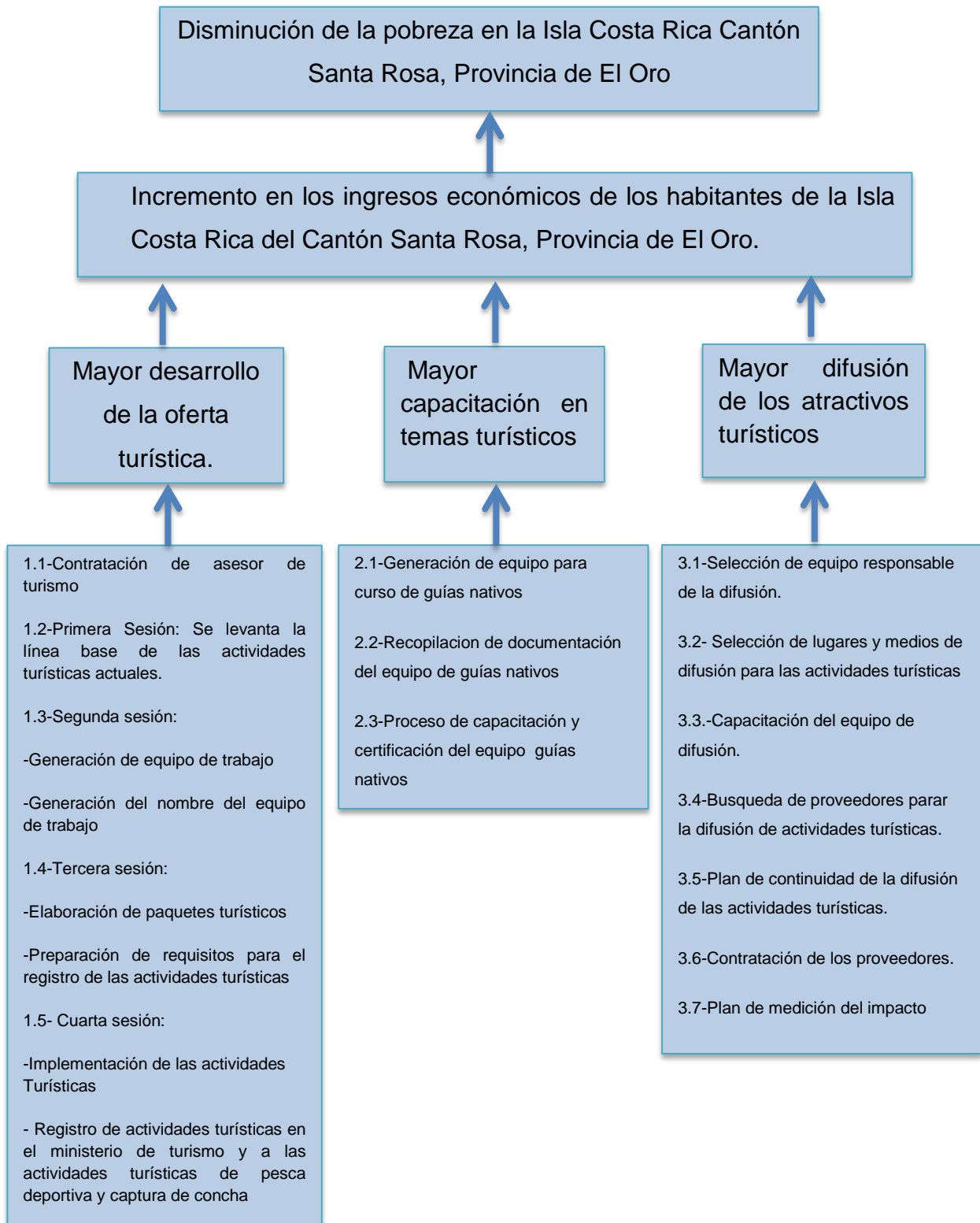
Objetivos	Impacto sobre el propósito	Factibilidad					Categorías
		Técnica	Financiera	Social	Política	Total	
Mayor difusión de los atractivos turísticos	5	3	3	5	3	19	Alto
Mayor conocimiento de créditos para el turismo	5	2	3	3	3	16	Medio
Mayor diversidad de oferta turística	5	4	4	4	3	20	Alto
Mayor capacitación en temas turísticos	5	5	3	3	3	19	Alto
Total	20	14	13	15	12	74	

Bajo =1; Medio =3; Alto =5

- a) Mayor desarrollo de oferta turística
- b) Mayor capacitación en temas turísticos
- c) Mayor difusión de los atractivos turísticos

Para ello necesitamos el apoyo de los comuneros, de las autoridades municipales del Gobierno de Santa Rosa del Ministerio de Turismo y Ambiente.

**Figura 3**  
Diagrama de Estrategias



## 5.6 Construcción de matriz de marco lógico

**Tabla 4**  
Matriz del marco lógico

	Objetivos	Línea base	Indicadores	Medios de verificación	Supuestos importantes
<b>Fin</b>	Disminución de la pobreza en la isla Costa Rica cantón Santa Rosa, Provincia del Oro	El 90% de la población es pobre	Disminución al 80 % de la pobreza en la comunidad a enero del 2016	Índice la pobreza respecto a la canasta básica	Diversificación en las actividades turísticas de los comuneros de Costa Rica
<b>Propósito</b>	Incremento en los ingresos económicos de los habitantes de la Isla Costa Rica del cantón Santa Rosa, Provincia de El Oro.	La PEA del sector turístico recibe un ingreso neto de \$10 diarios	Aumento del ingreso de la PEA del sector turístico de \$10 a \$15 netos diarios a enero del 2016	Registro de pago por servicios, de los promotores turísticos. registro de venta de ticket por parte los comuneros.	Permisos por parte de los ministerios involucrados para la difusión de nuevas actividades turísticas
<b>Componentes</b>	1.-Mayor desarrollo de la oferta turística.	Existe un solo paquete turístico	Aumento de 1 a 3 paquetes turísticos a enero del 2015	Registro de pago por paquete de servicios, de los promotores turísticos. registro de venta de ticket por parte los comuneros.	Aceptación y capacitación de los comuneros en los distintos paquetes
	2.-Mayor Capacitación en temas turísticos	Ningún miembro de la comunidad está capacitado como guía turístico	Aumentar a 1 equipo turístico capacitado a enero del 2015	Certificados de guías nativos otorgado por el ministerio de Turismo	Aceptación de la comunidad en formar el equipo turístico
	3.-Mayor difusión de los atractivos turísticos	1 Asociación externa que posee medios de difusión como folletos y pagina web	Aumentar 1 equipo para difundir el turismo a diciembre del 2015	Registro de la nueva Asociación en el ministerio de turismo	Aceptación de la comunidad en formar la asociación
<b>Actividades</b>	1.1-Contratación de Asesor de Turismo	Cero asesores turísticos	El presupuesto anual para estas actividades comprende \$88,879.74 dólares americanos. Comprenden los Costos Operativos.	Contrato del asesor turístico	Aceptación de la comunidad para contratar al asesor turístico.
	1.2-Primera Sesión: Se levanta la línea base de las actividades turísticas actuales.	1 Actividad turísticas		Acta de nuevas actividades turísticas	Aceptación de la comunidad para contratar al asesor turístico.
	1.3-Segunda sesión: - Generación de equipos de trabajo. -Generación del nombre del equipo de trabajo	Cero equipos de Trabajo		Acta de formación de 2 equipos de trabajo	Aceptación de la comunidad para contratar al asesor turístico.
	1.4-Tercera sesión: -Elaboración de paquetes turísticos -Preparación de requisitos para el registro de las actividades Turísticas	1 paquete turístico		Acta de 2 nuevos paquetes turísticos	Aceptación de la comunidad para contratar al asesor turístico.
	1.5- Cuarta sesión: -Implementación de las actividades turísticas - Registro de actividades turísticas en el Ministerio de Turismo y a las actividades turísticas de pesca deportiva y captura de concha	1 Actividad turística		Registro de actividades turísticas en el ministerio de turismo	Aceptación de la comunidad para contratar al asesor turístico y su gestión

Actividades	2.1-Generación de equipo para curso de guías nativos	Cero personas de la comunidad formadas como guías turísticos	El presupuesto anual para estas actividades comprende \$49,598.23 dólares americanos. Comprenden , servicios Generales, Gastos de Publicidad y Promoción, Gastos de Personal, Mantenimiento	Acta de formación del equipo para guía nativo	Participación de la comunidad
	2.2-Recopilacion de documentación del equipo de guías nativos	No existe documentación tomada		Acta de la documentación recolectada	Contar con la participación de la comunidad para la recolección de la documentación
	2.3-Proceso de capacitación y certificación del equipo guías nativos	Cero personas de la Comunidad formadas como guías turísticos		Certificación de guías nativos otorgada por el Ministerio de Turismo	Contar con la participación de la comunidad para la capacitación
	3.1-Selección de equipo responsable de la difusión.	Cero personas de la comunidad encargadas de la difusión		Acta de conformación del equipo de difusión	Contar con la participación de la comunidad para la capacitación
	3.2- Selección de lugares y medios de difusión para las actividades turísticas	1 Actividad turística con 1 medio de difusión		Acta de selección de lugares a difundir y medios de difusión de las actividades turísticas	Contar con la participación de la comunidad para la capacitación
	3.3.-Capacitación del equipo de difusión.	Cero personas de la comunidad encargadas de la difusión		Acta de conformación del equipo de difusión	Contar con la participación de la comunidad
	3.4-Búsqueda de proveedores para la difusión de actividades turísticas.	Cero proveedores conocidos		Acta con el numero de proveedores	Contar con la participación de la comunidad
	3.5-Plan de continuidad de la difusión de las actividades turísticas.	No existe plan de continuidad		Plan de continuidad	Contar con la participación de la comunidad
	3.6-Contratación de los proveedores.	Cero proveedores Conocidos		Contrato con el proveedor	Contar con la participación de la comunidad
	3.7-Plan de medición del impacto	No existe plan de medicion de impactos		Plan de medicion de impactos	Contar con la participación de la comunidad

## 5.7 Monitoreo y evaluación del proyecto

**Tabla 5**  
Matriz de monitoreo y evaluación

		Medios de Verificación Expandido						
Objetivos	IVOs	Medios de verificación						
Jerarquía de objetivos	Indicadores	Fuentes de información	Metodología en la recolección de la documentación	Metodología en el análisis de la información	Frecuencia	Usuarios de Información	Formulario de Información	Aplicación esperada
Incremento en los ingresos económicos de los habitantes de la Isla Costa Rica del Cantón Santa Rosa, Provincia de El Oro.	Aumento del PEA del sector turístico de \$10 a \$15 netos diarios a enero del 2015	Roles de pago	Gerente del proyecto más colaboración del presidente de la comunidad	Avance del project	Cada mes	Gerente del proyecto	Registro de ingresos	Indicador del nivel de pobreza

1.-Mayor desarrollo de la oferta turística.	Aumento de 1 a 3 paquetes turísticos a enero del 2015	Registro de pago por paquete de servicios, de los promotores turísticos. registro de venta de ticket por parte los comuneros.	Solicitando los registros al presidente de la comunidad	Revisiones de paquetes turísticos	cuando sea necesario	Turistas	Programa de paquetes turísticos	Para difundir en los distintos medios de comunicación
2.-Mayor Capacitación en temas turísticos	Aumentar a 1 equipo turístico capacitado a enero del 2015	Certificados de guías nativos otorgado por el Ministerio de Turismo	Solicitando los registros al presidente de la comunidad	Observaciones tomadas por todo el equipo	cada 3 años	Turistas	Programa de guías turísticos	Para evidenciar la formación de nuestros guías
3.-Mayor difusión de los atractivos turísticos	Aumentar 1 equipo para difundir el turismo a diciembre del 2014	Registro de la nueva asociación en el Ministerio de Turismo	Solicitando los registros al presidente de la comunidad	Registro en la factura si es un nuevo turista	cada mes	Gerente del Proyecto	En programa de dípticos	Mejores diseños de difusión



## **6. MARCO LEGAL**

La Constitución de la República del Ecuador, en los artículos 56,57,58,59 del capítulo IV, publicada el 20 de octubre del 2008 en el Registro Oficial No. 449 reconoce y garantizan derechos colectivos a los pueblos, comunidades, montubios, indígenas y afroecuatorianos, los mismos que forman parte del Estado Ecuatoriano.

Las actividades que el proyecto propone desarrollar con las comunidades cumplen con el Reglamento para el registro de centros turísticos comunitarios, publicado en el Registro Oficial No 154, el viernes 19 de marzo del 2010. Acuerdo Ministerial No 20100016.

El proyecto también cumple con el Acuerdo Ministerial No. 20140001 del Reglamento de Operación Turística de Aventura del 8 de enero del 2014.

Dentro del régimen de incentivos a favor del sector turístico está la inclusión en el catálogo de la oferta turística, reinversión de utilidades, crédito para el sector turístico, capacitación, facilidades para los viajes de estudio e investigación de estudiantes. Devolución de IVA a favor de los turistas, devolución de IVA a favor de los prestadores de servicios turísticos que vendan paquetes de turismo receptivo. Depreciación acelerada de activos, y deducción de gastos.

Adicionalmente se identifican Incentivos especiales tales como devolución de derechos arancelarios a favor de personas naturales, o empresas, o personas jurídicas, que cuenten con proyectos calificados. Los Municipios y Gobiernos Provinciales podrán establecer incentivos especiales para inversiones relacionadas con la prestación de servicios de turismo interno y/ o receptivo; entre otras propuestas que deben ser analizadas, puestas a consideración de otras instituciones por la comisión correspondiente y finalmente aprobadas por la Asamblea Nacional del Ecuador.

El Código de la Niñez y Adolescencia en su Título V del trabajo de niños, niñas y adolescentes plante de parte del Estado y la sociedad la no explotación laboral, edad mínima de 15 años, erradicación del trabajo infantil, etc., así los artículos 81, 82, 83, 84 y 86, son aplicados en las diferentes etapas el proyecto.

## **7. ESTUDIO DE IMPACTO AMBIENTAL**

### **7.1. Introducción**

El estudio de impacto tiene como finalidad que a través de un grupo interdisciplinario de profesionales identificar las acciones que las distintas actividades del proyecto tendrán así como también los componentes ambientales que se verían más afectados una vez puesto en marcha el proyecto. La cuantificación y calificación de los impactos según magnitud e importancia determinará si el proyecto es amigable con el medio ambiente y por tanto viable, en caso contrario se plantearán los planes de mitigación, remediación ambiental, manejo de impactos y contingencia si fuese necesario.

### **7.2. Metodología de evaluación de impactos**

La matriz de Leopold, es un método cuantitativo de evaluación de impacto ambiental creado en 1971. Se utiliza para identificar el impacto inicial de un proyecto en un entorno natural. El sistema consiste en una matriz con columnas representando varias actividades que ejerce un proyecto (p. ej.: desbroce, extracción de tierras, incremento del tráfico, ruido, polvo...), y en las filas se representan varios factores ambientales que son considerados (aire, agua, geología...). Las intersecciones entre ambas se enumeran con dos valores, uno indica la magnitud (de -10 a +10) y el segundo la importancia (de 1 a 10) del impacto de la actividad respecto a cada factor ambiental.

Las medidas de magnitud e importancia tienden a estar relacionadas, pero no necesariamente están directamente correlacionadas. La magnitud puede ser medida en términos de cantidad: Área afectada de suelo, volumen de agua contaminada... Por ejemplo, el caso de una corriente de agua que erosiona una gran cantidad de suelo. En este caso, el impacto tiene una magnitud significativa, pero la importancia que tenga respecto al medio ambiente puede ser baja, ya que es una pequeña parte de suelo.

Al final se suma el producto de la multiplicación de los valores dados por magnitud e importancia. A estos resultados se les da un color de manera que visualmente sea fácil de identificar los impactos. Ver tabla N° 7.

### **7.3. Fichas ambientales.**

#### **7.3.1. Identificación del proyecto**

La identificación del proyecto se realiza con la ayuda de fichas ambientales, ver anexo 1.

Las fichas cuentan con:

- Localización
- Clima
- Geología, geomorfología y suelos
- Hidrología
- Aire
- Ecosistema
- Flora
- Fauna silvestre
  
- Demografía
- Infraestructura social
- Actividades socio-económicas
- Organización social
- Aspectos culturales
- Medio Perceptual
- Riesgos Naturales e inducidos

## 7.4 Ilustración Geográfica.

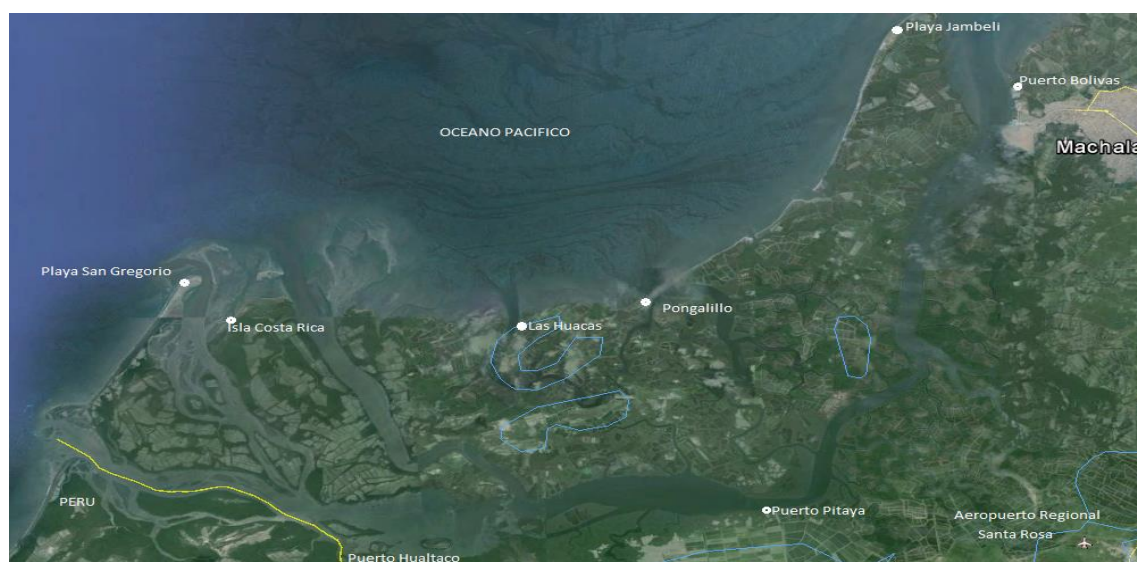
**Figura 4**

Ubicación geográfica de San Gregorio, respecto a la Provincia de El Oro



**Figura 5**

Ubicación geográfica de San Gregorio respecto al Archipiélago de Jambelí



## 7.5 Matriz identificación de impactos ambientales.

**Tabla 6**  
Matriz de identificación de impactos ambientales

MATRIZ DE IDENTIFICACION DE IMPACTOS AMBIENTALES																					
Actividades del Proyecto			Planificación												Operación						
Componentes ambientales			Contratación de asesor de turismo	Línea Base de Actividades turísticas	Generación de equipos de trabajo	Elaboración de paquetes turísticos	Implementación de las actividades	Generación de equipo de guías nativos	Capacitación y certificación del	Selección de equipos responsables de la	Selección lugares y medios de difusión	Capacitación del equipo de difusión	Busqueda de proveedores para la	Contratación de Proveedores	Transporte de Turistas	Visitas de Turistas	Uso de Infraestructura	Visita de vendedores	TOTAL		
Físico	Suelo	Compactación	no	no	no	no	no	no	no	no	no	no	no	no	no	si	si	no	si	2	
		Desechos sólidos y líquidos	no	no	no	no	si	si	si	si	no	si	no	no	si	si	si	si	si	9	
		Erosión	no	no	no	no	si	no	no	no	no	no	no	no	no	si	si	si	si	4	
		Desechos sólidos y líquidos	no	no	no	no	si	si	si	no	no	si	no	no	si	si	si	si	si	8	
	Agua	Sedimentación y turbidez	no	no	no	no	no	no	no	no	no	no	no	no	si	si	si	si	si	4	
		Eutrofización	no	no	no	no	no	no	no	no	no	no	no	no	si	si	si	si	si	4	
		Aire	Ruido	no	no	no	no	no	no	no	si	no	si	no	no	si	si	no	si	5	
	Biótico	Flora	Perdida de la biodiversidad	no	no	no	no	no	no	no	no	no	no	no	no	no	si	si	si	si	3
			Perdida cobertura vegetal	no	no	no	no	no	no	no	no	no	no	no	no	si	si	no	si	si	3
Introducción de especies exóticas			no	no	no	no	no	no	no	no	no	no	no	no	si	no	si	no	si	2	
Interrupción de Procesos reproductivos			no	no	no	no	no	no	no	no	no	no	no	no	si	si	si	si	si	4	

Actividades del Proyecto			Planificación											Operación						
Componentes ambientales			Contratacion de asesor de turismo	Linea Base de Actividades turísticas (AT)	Generacion de equipos de trabajo	Elaboración de paquetes turísticos	Implementación de las actividades turísticas	Generación de equipo de guías nativos	Capacitación y certificación del equipo guías nativos	Selección de equipos responsables de la difusión.	Selección lugares y medios de difusión para las AT	Capacitación del equipo de difusión	Busqueda de proveedores para la difucion de AT	Contratación de Proveedores	Transporte de Turistas	Visitas de Turistas	Uso de Infraestructura	Visita de vendedores	TOTAL	
Biotico	Fauna	Introduccion de especies exóticas	no	no	no	no	no	no	no	no	no	no	no	no	no	si	no	si	2	
		Interrupción de Procesos reproductivos	no	no	no	no	no	no	no	no	no	no	no	no	no	si	no	no	no	1
		Cambio de Patrones de Conducta	no	no	no	no	no	no	no	no	no	no	no	no	no	no	si	no	no	1
		Disminución tamaño de la población	no	no	no	no	no	no	no	no	no	no	no	no	no	si	si	no	si	3
		Migracion de especies	no	no	no	no	no	no	no	no	no	no	no	no	no	si	si	si	si	4
	Ecosistemas	Alteracion de hábitads	no	no	no	no	no	no	no	no	no	no	no	no	no	si	si	no	si	3
		Alteracion de paisajes	no	no	no	no	no	no	no	no	no	no	no	no	no	si	si	no	si	3

Actividades del Proyecto			Planificación												Operación					
Componentes ambientales			Contratación de asesor de turismo	Linea Base de Actividades turísticas (AT)	Generación de equipos de trabajo	Elaboración de paquetes turísticos	Implementación de las actividades turísticas	Generación de equipo de guías nativos	Capacitación y certificación del equipo guías nativos	Selección de equipos responsables de la difusión.	Selección lugares y medios de difusión para las AT	Capacitación del equipo de difusión	Busqueda de proveedores para la difusión de AT	Contratación de Proveedores	Transporte de Turistas	Visitas de Turistas	Uso de Infraestructura	Visita de vendedores	TOTAL	
Humano	Culturales	Degradación Social	no	no	no	no	no	no	no	no	no	no	no	no	no	si	si	no	si	2
		Impactos en los valores culturales y comunitarios	no	no	no	no	no	no	no	no	no	no	no	no	no	si	si	no	si	3
		Perdida de prácticas tradicionales y estilos de vida	no	no	no	no	no	no	no	no	no	no	no	no	no	si	si	no	si	3
	Económico	Generación de nuevos ingresos alternativos	no	no	no	no	no	no	no	no	no	no	no	no	no	si	si	si	si	4
		Provision de fuentes de empleo	no	no	no	no	no	no	no	no	no	no	no	no	no	si	si	si	no	3
TOTAL			0	0	0	0	3	2	2	2	0	3	0	0	17	21	11	19	0	

En la tabla precedente hemos identificado los factores, y la interacción que estos tienen con las actividades que se desarrollen para lograr nuestros componentes. Hemos asignado un peso, al SI=1 y al NO=0 a esta metodología de ponderación se le conoce como METHODODO DELPHI.

Como indica en las tablas no todos los componentes ambientales tienen la misma importancia, así podemos observar que en el medio físico los componentes suelo, agua, aire tienen un mayor peso, le siguen los medios bióticos y humanos. Todos los medios cómo se pueden observar están más intervenidos en la etapa de operación del proyecto

## **7.6 Matriz de evaluación impactos ambientales (Intensidad)**

La intensidad es el grado de destrucción del impacto (actividades), en los componentes, se pondero de la siguiente manera: bajo = 1, media = 4, alta = 6.

Como se indica en la tabla el grado de destrucción de los impactos fue bajo, ver anexo 2.

### **7.6.2 Matriz de importancia del Impacto (Extensión)**

La extensión es el área de influencia del impacto se ponderó de la siguiente manera: puntual = 1, local = 2, regional = 4.

En su mayoría los impactos fueron puntuales y locales, sin embargo en el medio humano, específicamente en el factor generación de fuentes de empleo por ser un proyecto que implica capacitaciones, promoción, marketing etc., se prevé tenga un impacto regional, ver anexo 3

### **7.6.3 Matriz de importancia del Impacto (Periodicidad)**

Se relacionan los medios con los componentes y se valora la periodicidad de los impactos ambientales, según los siguientes valores: discontinuo=1, periódico=2, continuo=4.

Los impactos en la etapa de operación serán de carácter continuo, en la etapa de planificación por tratarse en su mayoría actividades de capacitación la periodicidad es discontinua, ver anexo 4



#### **7.6.4 Matriz de importancia del Impacto (Reversibilidad)**

Se analiza desde el punto de vista de la reversibilidad del impacto en el tiempo por medios naturales, las valoraciones establecidas fueron las valoraciones establecidas fueron corto plazo = 1 (menos de 1 año), mediano plazo (1 a 5 años) = 2, largo plazo=3 (mayor a 5 años).

Las actividades de planificación prácticamente se realizarán bajo espacios controlados por esta razón no se prevé impacto.

En la etapa de operación las actividades se realizarán en zonas del balneario prácticamente desérticas como son las playas, y en mar abierto como es el caso de la pesca deportiva, así tenemos que la reversibilidad si hubiera un impacto sería en su mayoría a corto plazo ver anexo 5

#### **7.6.5 Matriz de importancia del Impacto (Acumulación)**

Se relacionan los medios con los componentes y se valora la acumulación de los impactos ambientales, en nuestro caso las valoraciones establecidas fueron: sin acumulación = 1, acumulativo = 3, sinérgico = 6,

De darse la generación de desechos sólidos se produciría un impacto sinérgico es decir, el impacto final sería mayor que la suma de todos los impactos que lo generaron por esta razón este factor es el de mayor valor, ver anexo 6.

#### **7.6.6 Matriz de importancia del Impacto (Efecto)**

Se relacionan los medios con los componentes y los efectos de los impactos ambientales se valoraron según: indirecto = 1, directo = 4.

El impacto de la interacción de los turistas es directo, sobre el componente abiótico, ver anexo 7

#### **7.6.7 Matriz de importancia del Impacto (Recuperabilidad)**

Se relacionan los medios con los componentes y se valora la recuperabilidad de los impactos ambientales, la recuperabilidad se valora según: recuperación inmediata =1. A mediano plazo (1 a 5 años) =2, mitigable = 4, recuperación a largo plazo (mayor a 5 años) = 6.

La recuperabilidad es por medios humanos, entonces la mayor cantidad de impactos de nuestro proyecto son de recuperación inmediata, salvo caso de la generación de desechos sólidos que son de carácter mitigable, ver anexo 8

### **7.6.8 Matriz de importancia del Impacto (Momento)**

El plazo de la manifestación del impacto se valora de la siguiente manera: largo plazo (mayor a 5 años) = 1, mediano plazo (1 a 5 años) = 2, corto plazo (menor a un año)= 3.

Excepto los factores de desechos sólidos en el componente suelo y agua, como del componente aire por los factores calidad del aire y ruido cuyos impactos se manifestaran a mediano plazo, el resto de impactos sobre todo en la etapa operativa se manifestarán a largo plazo, ver anexo 9

### **7.6.9 Matriz de importancia del Impacto (Persistencia)**

Se relacionan los medios con los componentes y se valora la persistencia de los impactos ambientales, de la siguiente manera: fugaz = 1, Temporal = 2, Permanente = 4.

Los impactos permanentes se generaran en el componente suelo y agua por los factores desechos sólidos, ver anexo 10.

### **7.6.10 Matriz de importancia del Impacto (Ponderación)**

En la ponderación como se puede observar los impactos negativos más importantes se dan sobre el componente suelo, agua, le sigue el componente aire, un impacto positivo que hay que tener en cuenta es el componente económico, cuyo factor generación de fuentes de empleo es un objetivo del proyecto. Ver anexo 11

### 7.6.10 Matriz de Leopold.

**Tabla 7**  
Matriz de Leopold

Tabla. MATRIZ DE LEOPOLD																																
IMPORTANCIA DEL IMPACTO			(ETAPA DE CONSTRUCCION )											(ETAPA DE OPERACION)																		
IMPORTANCIA IMP		MAGNIT. IMPACT.																														
MEDIOS	COMPONENTES	FACTORES	SIGNO	INTENSIDAD	EXTENSION	PERIODICIDAD	REVERSIBILIDAD	ACUMULACION	EFEECTO	RECUPERABILIDAD	MOMENTO	PERSISTENCIA	SUMATORIA	NORMALIZACION	MAGNITUD	VIA	SIGNO	INTENSIDAD	EXTENSION	PERIODICIDAD	REVERSIBILIDAD	ACUMULACION	EFEECTO	RECUPERABILIDAD	MOMENTO	PERSISTENCIA	SUMATORIA	NORMALIZACION	MAGNITUD	VIA		
ABIOTICO	SUELO	Compactación	-	0	1	1	0	0	0	0	0	0	2	0	4	0	-	4	1	4	0	1	1	1	1	1	14	0.9	4	3.6		
		Desechos sólidos y líquidos	-	5	1	1	0	0	0	0	0	0	0	7	0	10	0	-	4	2	4	5	3	4	4	2	2	30	15	10	155	
		Erosión	-	1	1	1	0	0	0	0	0	0	0	3	0	4	0	-	3	1	4	3	1	1	1	1	1	16	2.7	4	11	
	AGUA	Desechos sólidos y líquidos	-	5	1	1	0	0	0	0	0	0	0	7	0	10	0	-	4	2	4	5	6	4	4	2	2	33	18	10	182	
		Sedimentación y Turbidez	-	0	2	1	0	0	0	0	0	0	0	3	0	6	0	-	4	2	4	3	1	4	4	2	2	26	12	5	59	
		Eutrofización	-	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	2	0	5	0	-	4	1	4	4	1	1	1	1	1	18	4.5	5	23	
	AIRE	Calidad del Aire	-	2	1	1	0	0	0	0	0	0	0	4	0	5	0	-	3	1	4	2	1	3	3	2	2	21	7.3	5	36	
Ruido		-	2	2	1	0	0	0	0	0	0	0	5	0	5	0	-	4	2	4	5	3	4	3	2	2	29	15	9	131		
BIOTICO	FAUNA	Introducción de Especies	-	0	2	1	0	0	0	0	0	0	3	0	5	0	-	2	2	4	3	1	1	1	1	1	1	16	2.7	5	14	
		Interrupción de Procesos Reproductivos	-	0	2	1	0	0	0	0	0	0	0	3	0	5	0	-	1	2	4	3	2	1	1	1	1	1	16	2.7	5	14
		Cambio de Patrones de Conducta	-	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	2	0	5	0	-	4	1	4	2	1	1	1	1	1	1	16	2.7	5	14
		Disminución tamaño de la población	-	0	2	1	0	0	0	0	0	0	0	3	0	5	0	-	3	2	4	2	1	1	1	1	1	1	16	2.7	5	14
		Migración de especies	-	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	2	0	5	0	-	4	1	4	2	1	1	1	1	1	1	16	2.7	5	14
	FLORA	Pérdida de la biodiversidad	-	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	2	0	4	0	-	3	1	4	4	1	1	1	1	1	1	17	3.6	5	18
		Pérdida de cobertura	-	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	2	0	4	0	-	3	1	4	4	1	1	1	1	1	1	17	3.6	5	18
		Introducción de Especies	-	0	2	1	0	0	0	0	0	0	0	3	0	4	0	-	2	2	4	3	1	1	1	1	1	1	16	2.7	5	14
	ECOSISTEMA	Interrupción de Procesos Reproductivos	-	0	2	1	0	0	0	0	0	0	0	3	0	4	0	-	4	2	4	2	2	1	1	1	1	1	18	4.5	5	23
		Alteración de hábitads	-	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	2	0	4	0	-	3	1	4	4	1	1	1	1	1	1	17	3.6	5	18
HUMANO	CULTURAL	Alteración de Paisajes	-	0	1	1	0	0	0	0	0	0	2	0	4	0	-	2	1	4	2	2	1	1	1	1	1	1	15	1.8	5	9.1
		Degradación Social	-	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	2	0	4	0	-	2	1	4	2	1	2	2	2	2	18	4.5	5	23	
		Valores culturales y comunitarios	-	0	2	1	0	0	0	0	0	0	0	3	0	4	0	-	3	2	4	2	1	1	1	1	1	1	16	2.7	5	14
	ECONÓMICO	Pérdida de practica tradicionales y estilos de vida	-	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	2	0	4	0	-	3	1	4	4	1	1	1	1	1	1	17	3.6	5	18
		Generación de nuevos ingresos alternativos	+	0	2	1	0	0	0	0	0	0	0	3	0	4	0	+	4	2	4	4	1	1	1	1	1	19	5.5	5	27	
		Provision de fuentes de empleo	+	0	4	4	0	0	0	0	0	0	8	0	4	0	+	3	4	4	4	3	1	1	1	2	23	9.1	5	45		

### 7.6.11 Clasificación de las medidas de mitigación.

En las tablas ponderadas se encuentra la clasificación de las medidas de mitigación, ver anexo 12.

En la Matriz de Leopold, establecemos que la importancia y magnitud de los impactos ambientales derivados del proyecto tiene una mayor incidencia en la etapa de operación para el medio abiótico tanto en el componente suelo como en el componente agua, en el factor desechos sólidos y líquidos, en cambio en el componente aire la incidencia mayor es en el factor ruido.

En el medio humano a diferencia de los componentes culturales los impactos en los factores económicos son positivos, entonces estos efectos no serán considerados en las medidas de mitigación.

### 7.7 Medidas de mitigación.

En base a la ponderación de la matriz de Leopold, siguiendo la metodología del método DELPHI, se ha calcificado a los valores de impactos ambientales obtenidos para cada componente y factor según rangos establecidos de la siguiente manera:

**Tabla 8**

Clasificación del rango de acuerdo al tipo de impacto

RANGO	TIPO IMPACTO
de 0-10	Impacto no Considerable
de 11-40	Impacto Bajo
de 41-70	Impacto Medio
de 71-100	Impacto Alto

A continuación se muestran los tipos de mitigación en base a los valores de impacto ambiental, así como las medidas de mitigación a tomar para reducir y

controlar los impactos ambientales que genera la operación del proyecto de turismo.

**Tabla 9**

Matriz de medidas de mitigación a evaluar.

MEDIDAS DE MITIGACION A EVALUAR			
IMPORTANCIA DEL IMPACTO			MEDIDAS
MEDIOS	COMPONENTES	FACTORES	
ABIOTICO	SUELO	Desechos sólidos y líquidos	<ul style="list-style-type: none"> <li>*Manejo apropiado de basura y residuos sólidos.</li> <li>*Habilitación de baños públicos.</li> <li>*Recolección permanente de basura.</li> <li>*Contenedores de basura clasificados.</li> <li>*Disponibilidad de personal de limpieza, en cantidad y calidad.</li> <li>*Control de aceites o substancia que contamina el suelo (arena),</li> <li>*Exigir revisión técnica de los motores de los botes para la playa.</li> <li>*Educación ambiental a los veraneantes, vendedores y pobladores de zonas aledañas.</li> <li>*Tratamiento diferenciado de desechos sólidos y líquidos. Sistemas apropiados de tratamiento.</li> <li>*Verificar la capacidad local de control.</li> <li>*Sistemas propios de tratamiento en lugares sin red de alcantarillado</li> </ul>
	AGUA	Desechos sólidos y líquidos	<ul style="list-style-type: none"> <li>*Habilitación de duchas.</li> <li>*Habilitación de servicios higiénicos.</li> <li>*Medir la capacidad de carga de las playas.</li> <li>*Ubicación de contenedores en lugares estratégicos.</li> <li>*Depuración de aguas residuales.</li> <li>*Revisión periódica de embarcaciones náuticas de recreo.</li> <li>*Educación ambiental a pobladores de la zona.</li> <li>*Evitar derrame de combustible al estero por transporte de botes</li> <li>*Evitar derrame de residuos de petróleo y/o residuos químicos.</li> <li>*Prohibición de eventos en temporadas que coincidan con períodos de reproducción de las especies naturales.</li> <li>*Exigir revisión técnica de los motores de los botes para la playa</li> </ul>
	AIRE	Ruido	<ul style="list-style-type: none"> <li>*Evitar bullicio, para alteración de las aves.</li> <li>*Normas claras sobre niveles de sonidos en concordancia con la dinámica de la fauna silvestre.</li> <li>*Chequeo de condiciones óptimas de vehículos</li> </ul>

## 8. ESTUDIO DE MERCADO

### 8.1. Definición del problema de Investigación.

#### 8.1.1. Problema de Decisión gerencial.

El problema que se busca resolver es la aceptación o no por parte de los turistas, de dos actividades nuevas en el campo turístico, definidas por los comuneros de Costa Rica.

Las actividades a diversificar son:

- a) Captura de concha
- b) Pesca deportiva

#### 8.1.2. Problema de investigación de Mercado.

Determinar las preferencias e intención del turismo y de potenciales clientes para las actividades a diversificar en la Isla San Gregorio.

### 8.2. Planteamiento del problema de investigación.

Determina el modelo del planteamiento del problema.

#### 8.2.1. Descripción del modelo.

#### Figura 6.

Modelo de investigación de mercado



### 8.2.2. Hipótesis.

Existen varias hipótesis para el presente estudio de mercado, las cuales se representan en la siguiente matriz:

**Tabla 10**

Matriz de investigación de mercado: componentes e hipótesis.

Problema de investigación de mercado	Componentes (objetivos generales)	Hipótesis
Determinar las preferencias e intención de turismo de los potenciales clientes para las actividades a diversificar.	Sobre el perfil de los potenciales turistas	Las playas que regularmente visitan los turistas y las de la Isla San Gregorio tienen elementos básicos para el turismo
		Los turistas que visitan una Isla valoran el turismo por sus playas
		Los turistas prefieren diversidad en las actividades de turismo
		Las empresas turísticas consideran contratar estudios de medición en calidad del servicio
	Identificación de la competencia potencial para el turismo	Varias empresas turísticas ofrecen servicios similares
		Existen canales establecidos para dar a conocer los diferentes atractivos turísticos de varias playas e Islas
		El servicio que ofrecen tienen características diferenciadoras
		Tour Huaquillas es una de las empresas mejor posicionadas en Machala
	Evaluación de las características diferenciadoras del turismo propuesto	La captura de conchas y la pesca es atractivo para los turistas
		Debería incluir charlas turísticas por el manglar
		Los turistas que visitan las playas en general y las de Isla San Gregorio prefieren elementos diferenciadores
		Es muy importante difundir las Islas ecuatorianas

### **8.3 Alcance, recursos y limitaciones.**

El alcance del presente estudio son las personas que deseen realizar turismo desde la ciudad de Machala. Se escogió la ciudad de Machala, capital de la provincia del El Oro, por ser una de las más grandes y pobladas del Ecuador.

Para realizar el presente estudio se consideran los recursos y limitaciones por lo que en esta investigación se ha tomado en cuenta los recursos logísticos y humanos disponibles, el tiempo presupuestado y el alcance.

### **8.4 Diseño de la Investigación de Mercado.**

#### **8.4.1. Información Necesaria.**

Se necesita conocer el tipo de turistas y sus necesidades para formar paquetes accesibles y asequibles.

#### **8.4.2. Fases de la Investigación.**

Para realizar esta investigación de mercado usamos la investigación exploratoria - cualitativa

##### **8.4.2.1. Investigación Exploratoria – Cualitativa.**

Como parte de la investigación se realizaron entrevistas con las personas que viven en la comunidad y con personas expertas en captura de concha y pesca. Ver anexo 13.

##### **8.4.2.2. Investigación concluyente descriptiva basada en datos secundarios.**

En esta investigación se toman los datos de la Asociación Huaquillas quienes nos proporcionaron información sobre la demanda de turistas que tuvieron durante el 2013.



**Tabla 11**

Demanda de turistas 2012- 2013 (sábados y domingos)

<b>Demanda 2012</b>		<b>Demanda 2013</b>	
<b>Meses</b>	<b>Tour Huaquillas</b>	<b>Meses</b>	<b>Tour Huaquillas</b>
Enero	372	Enero	392
Febrero	420	Febrero	452
Marzo	426	Marzo	444
Abril	296	Abril	348
Mayo	489	Mayo	504
Junio	205	Junio	216
Julio	376	Julio	404
Agosto	630	Agosto	692
Septiembre	269	Septiembre	292
Octubre	162	Octubre	184
Noviembre	292	Noviembre	304
Diciembre	177	Diciembre	192
<b>Total</b>	<b>4113</b>	<b>Total</b>	<b>4424</b>

**Fuente: Tour Huaquillas****8.4.2.3. Investigación Concluyente Descriptiva Basada en Encuestas.**

Para la presente investigación cuantitativa fue necesario realizar una prueba piloto previa, basadas en preguntas estructuradas en el marco teórico, expuesto anteriormente.

**8.5. Matriz de Investigación de mercado.**

En la siguiente matriz de investigación de mercado se indican las preguntas e hipótesis que serán solucionadas por la investigación, método y diseño que se realizara.

**Tabla 12**

Matriz de investigación de mercado del componente competencia potencial.

Problema de investigación de mercado	Componentes (objetivos generales)	Preguntas de investigación (objetivos específicos)	Hipótesis	Método	Diseño
Determinar las preferencias e intención de turismo de los potenciales clientes para las actividades a diversificar.	Sobre el perfil de los potenciales turistas	¿Cómo son actualmente las playas que visitan los turistas?	Las playas que regularmente visitan los turistas y las de la isla San Gregorio tienen elementos básicos para el turismo	Investigación exploratoria	Cualitativa
				Investigación concluyente descriptiva	Encuestas
				Investigación concluyente descriptiva	Datos secundarios
		¿Cómo son actualmente los tipos de turistas que visitan las playas?	Las playas que regularmente visitan los turistas y las de la isla San Gregorio tienen elementos básicos para el turismo	Investigación exploratoria	Cualitativa
				Investigación concluyente descriptiva	Encuestas
				Investigación concluyente descriptiva	Datos secundarios
		¿Por qué el turista valora el turismo de una Isla por sus playas?	Los turistas que visitan una Isla valoran el turismo por sus playas	Investigación exploratoria	Cualitativa
				Investigación concluyente descriptiva	Encuestas
				Investigación concluyente descriptiva	Datos secundarios
		¿Qué características de servicios prefieren las personas en las playas?	Los turistas prefieren diversidad en las actividades de turismo	Investigación exploratoria	Cualitativa
				Investigación concluyente descriptiva	Encuestas
				Investigación concluyente descriptiva	Datos secundarios

**Tabla 13**

Matriz de investigación de mercado del componente posibles características diferenciadoras del producto.

Problema de investigación de mercado	Componentes (objetivos generales)	Preguntas de investigación (objetivos específicos)	Hipótesis	Método	Diseño
Determinar las preferencias e intención de turismo de los potenciales clientes para las actividades a diversificar.	Evaluación de las características diferenciadoras del turismo propuesto	¿Qué percepción tienen los turistas de la pesca y la captura de conchas?	La captura de conchas y la pesca es atractivo para los turistas	Investigación exploratoria	Cualitativa
				Investigación concluyente descriptiva	Encuestas
				Investigación concluyente descriptiva	Datos secundarios
		¿Qué características adicionales se debería considerar en los paquetes turísticos?	Debería incluir charlas turísticas por el manglar	Investigación exploratoria	Cualitativa
				Investigación concluyente descriptiva	Encuestas
				Investigación concluyente descriptiva	Datos secundarios
		¿Qué elementos diferenciadores prefieren los turistas?	Los turistas que visitan las playas en general y las de Isla San Gregorio prefieren elementos diferenciadores	Investigación exploratoria	Cualitativa
				Investigación concluyente descriptiva	Encuestas
				Investigación concluyente descriptiva	Datos secundarios
		¿Cuán importante es para las personas visitar paisajes Ecuatorianos?	Es muy importante difundir las Islas Ecuatorianas	Investigación exploratoria	Cualitativa
				Investigación concluyente descriptiva	Encuestas
				Investigación concluyente descriptiva	Datos secundarios

## **8.6 Diseño de Encuestas.**

Todas las encuestas realizadas para la investigación de mercado incluyeron procedimientos e instructivos previos para el trabajo de campo, los encuestados fueron voluntarios sin ningún tipo de recompensa y con deseos de participar.

Las especificaciones de la información fueron detalladas en el componente de la matriz de investigación de mercado y la estructura, redacción, formato, diseño aplicación y organización, fueron depuradas después de la prueba piloto. Ver anexo 14.

### **8.6.1. Determinación del tamaño de muestra.**

#### **8.6.1.1. Población meta.**

Se definió la población meta según los criterios de la siguiente tabla:

**Tabla 14**

Parámetros de la población meta.

<b>Elementos</b>	Hombres o Mujeres que deseen realizar turismo en una Isla de Machala
<b>Unidades de Muestreo</b>	Puerto y centros comerciales de Machala
<b>Extensión</b>	Ciudad de Machala
<b>Tiempo</b>	Mayo - junio del 2014

#### **8.6.1.2. Marco de Muestreo.**

La población donde sale la muestra corresponde a las personas que transitan en Puerto Bolívar de la parroquia de Machala y el paseo shopping de Machala.

### **8.6.2. Técnica de muestreo**

La técnica de muestreo utilizada para realizar el análisis fue, muestreo no probabilístico por conveniencia, debido a que los participantes fueron elegidos por su interés en el turismo.

### 8.6.3 Tamaño de la muestra.

El tamaño de muestra es de 215 encuestas, con un error admitido del 5.6% y un nivel de confianza del 90%.

#### Figura 7

Fórmula para calcular el tamaño de la muestra.

$$N = \frac{Z^2 P q}{B^2}$$

Donde:

- N = Tamaño de muestra
- Z = 1.645 para el 90% de confianza
- P = Frecuencia esperada del factor a estudiar
- q = 1-P
- B = Precisión o error admitido

Fuente: Libro Naresh K. Malhotra

## 8.7 Recolección y preparación de los datos.

### 8.7.1 Trabajo de campo.

Para el trabajo de campo los diseñadores se encargaron de realizar la investigación de mercado con entrevista a expertos y las encuestas presenciales.

Las encuestas fueron llenadas directamente por el encuestador quien realizaba las preguntas y escribía los resultados. En el caso de las entrevistas fueron grabadas con expertos en el tema y posteriormente transcritas.

Además se realizaron reuniones con la comunidad involucrada en el proyecto para complementar la investigación de mercado. Los participantes fueron presenciales con una duración en la entrevista de 45 minutos con la formulación de 10 preguntas base y cuyo planteamiento dependería de las respuestas del entrevistado.

### 8.7.2. Preparación de datos.

La preparación de datos comenzó con la revisión de los cuestionarios y validación que todos estén completamente llenos. La edición en la revisión de los cuestionarios se realizó con preguntas cruzadas que indicaron la congruencia de las respuestas, después se procedió a codificar las encuestas.

La herramienta usada para el análisis de las encuestas fue el software SPSS definiendo internamente las variables y la información deseada.

### 8.8. Análisis y presentación de datos.

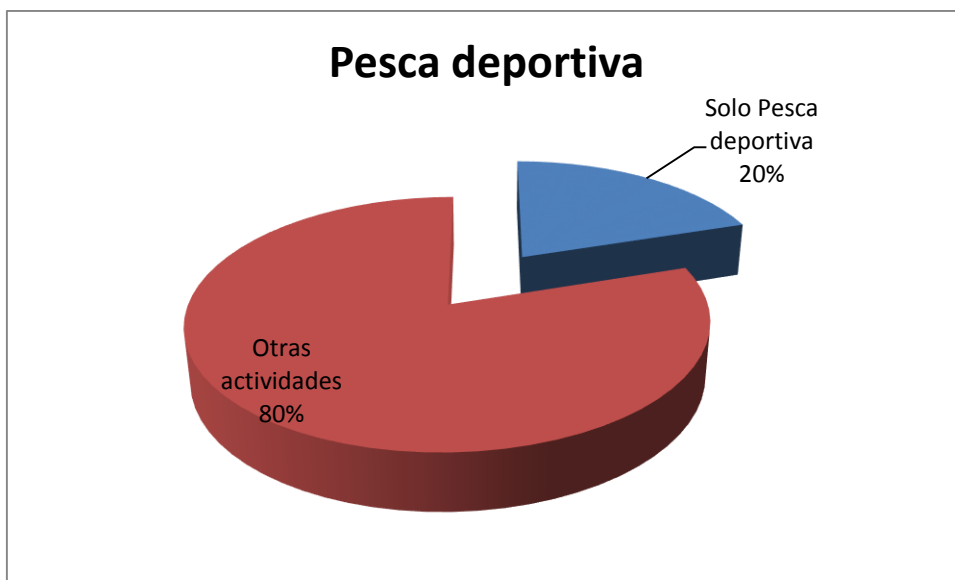
Aquí se visualizaran los diferentes análisis realizados con los datos encuestados.

#### 8.8.1. Análisis No 1: Gusto por las actividades turísticas.

En cuanto al gusto solo por la pesca deportiva de las 215 encuestas tenemos que el 20% de las personas prefieren solo la actividad de pesca.

**Figura 8**

Gusto solo por pesca deportiva



**Fuente: Encuesta propia.**

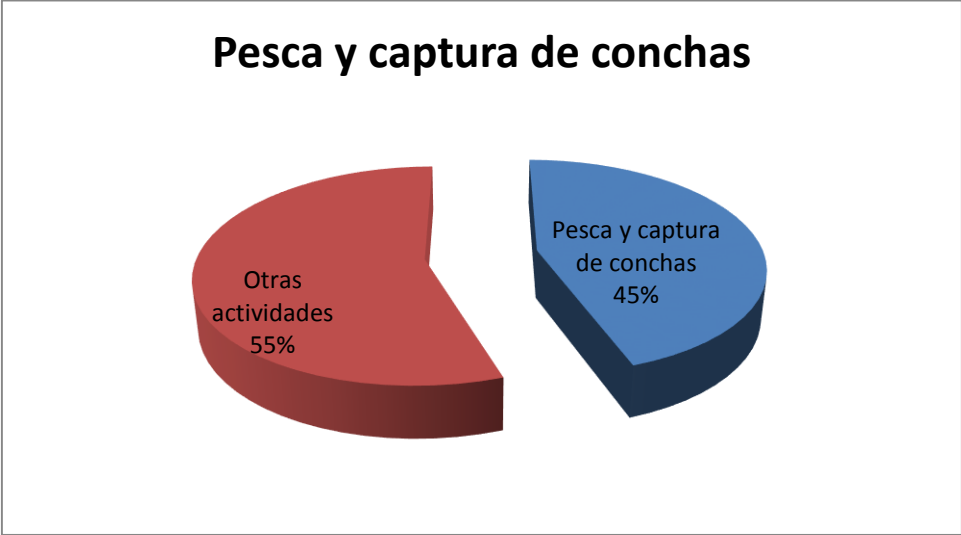
En cuanto al gusto solo por la captura de concha de las 215 encuestas tenemos los siguientes resultados:

**Figura 9**  
Gusto solo por captura de concha.



Fuente: Encuesta propia

**Figura 10**  
Gusto por pesca y captura de conchas.



Fuente: Encuesta propia.

### **8.8.2. Cualidades del guía turístico.**

Las encuestas establecen que los encuestados prefieren un experto en el tema, lo que fortalece la necesidad de capacitación en guías turísticos nativos. Ver anexo 15.

### **8.8.3. Dispuesto a pagar por diferentes servicios.**

Se observa que el 69% de los encuestados prefieren pagar la tarifa de \$10 dólares por hora en pesca deportiva, teniendo en cuenta que el 54% de los encuestados prefieren utilizar 2 horas para esta actividad.

Para la captura de conchas se observa que el 62% prefieren pagar la tarifa de \$10 dólares por hora, con una aceptación del 68% para realizar esta actividad por 1 hora.

La aceptación de los encuestados al tarifario de comida es del 100% superior a \$5 dólares. Ver anexo 16.

### **8.8.4. Pesca deportiva versus ingresos económicos.**

Realizando el análisis de variables cruzadas el 64% de los encuestados tienen un ingreso económico entre \$341 y \$800. Ver anexo 17

### **8.8.5 Pesca deportiva versus edad.**

Realizando el análisis de variables cruzadas el 89% de los encuestados que le gusta la pesca tienen entre 19 y 40 años. Ver anexo 18

### **8.8.6 Pesca deportiva versus el género.**

Realizando el análisis de variables cruzadas el 49% de género femenino le gusta la pesca y el 51% es de género masculino. Ver anexo 19

### **8.8.7 Captura de concha versus ingresos económicos.**

Realizando el análisis de variables cruzadas el 62% de los encuestados tienen un ingreso económico entre \$340 y \$800. Ver anexo 20



#### **8.8.8 Captura de concha versus edad.**

Realizando el análisis de variables cruzadas el 84% de los encuestados entre 19 y 40 años le gusta la pesca. Ver anexo 21

#### **8.8.9 Captura de concha versus género.**

Realizando el análisis de variables cruzadas el 43% de género femenino le gusta la captura de concha y el 57 % corresponde al género masculino. Ver anexo 22

#### **8.8.10 Relación entre marca**

Se observa a Huaquillas tour como una de las marcas más conocidas con un 27% de aceptación por parte de los encuestados. Ver anexo 23

#### **8.8.11 Relación entre costos de Pesca versus servicios complementarios.**

En el análisis de variables cruzadas, el 64% consideran pagar en promedio por paquete turísticos versus actividades complementarias un valor de \$35 dólares

#### **8.8.12 Relación entre costos de captura de concha versus servicios complementarios.**

En el análisis de variables cruzadas, el 58% consideran pagar en promedio por paquete turísticos versus actividades complementarias un valor de \$32 dólares

#### **8.8.13 Duración de la actividad de pesca versus aceptación del paquete turístico.**

En el análisis de variables cruzadas el 81% considera de 2 a 3 horas como duración para la actividad de pesca deportiva. Ver anexo 24

#### **8.8.14 Duración de la actividad de captura de concha versus aceptación del paquete turístico**

En el análisis de variables cruzadas el 94% considera de 1 a 2 horas como duración para la actividad de captura de concha. Ver anexo 25

### **8.8.15 Conclusiones del estudio de mercado.**

Se observa una buena aceptación de las actividades de pesca deportiva con un 64.2% y la captura de conchas con un 58.6%

El gusto por las actividades de pesca y concha tienen relación con la edad entre 19 y 40 años con un gran margen de aceptación del 90%, por el género femenino un 48% y un 52% por el género masculino.

El 44.7% de las personas se encuentran interesadas en la pesca deportiva y captura de conchas con ingresos superiores a \$340 dólares, por lo que el proyecto debe estar dirigido para este segmento de mercado.

La marca más conocida por las personas es con un 44.2% Tour Huaquillas y los que más eligieron esta marca fueron personas de género masculino de edad entre 19 y 40 años con un 82%.

El 68% de los turistas que visitarían la Isla estarían dispuestos a pagar más de \$30 dólares por paquete turístico.

El 63% de las personas les gustaría ir a la isla paseando en lancha por el manglar, para la actividad de pesca el 62% de los turistas consideran pescar por más de 2h con un valor de más de \$10 dólares.

Para la captura de conchas el 58% de las personas consideran realizar esta actividad con un valor de más de \$10 dólares.

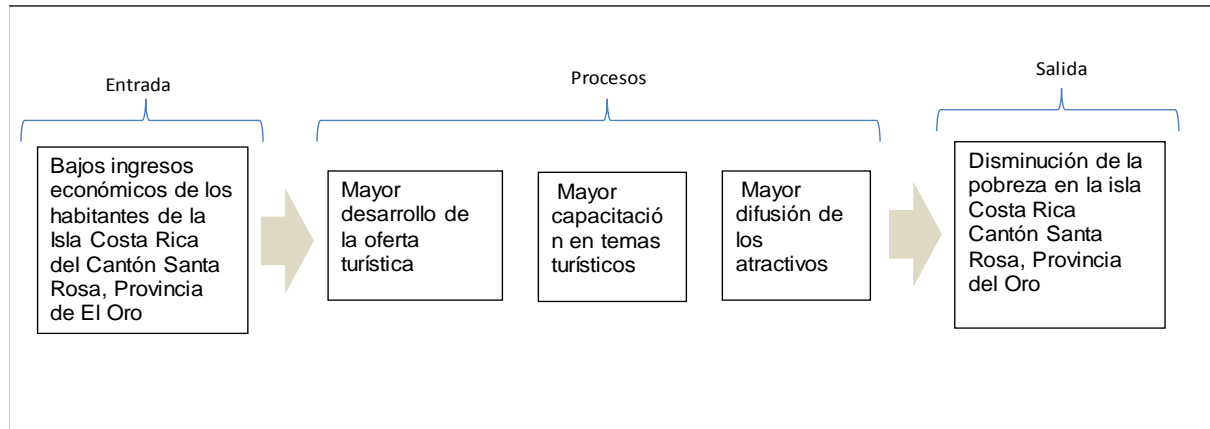
Para estimar el mercado potencial de la pesca deportiva y captura de concha consideramos a las personas de Machala, entre 19 y 30 años de edad (112.070 personas, fuente censo poblacional 2010) con recursos mayores a \$340 dólares para poder cubrir los costos del paquete turístico (10188 personas) y de las cuales muestran interés en el turismo de playa el 43,7% es decir 4788 personas que sería nuestro mercado meta con un promedio de 3 acompañantes para nuestro mercado potencial.

## 9. ANALISIS TECNICO.

### 9.1. Diseño técnico del proceso.

El fin del proyecto es disminuir la pobreza en la Isla Costa Rica y se evidencia en el siguiente macro proceso.

**Figura 11**  
Macro proceso.



#### 9.1.1. Componentes del proyecto.

1. Mayor desarrollo de oferta turística
2. Mayor capacitación en temas turísticos
3. Mayor difusión de los atractivos turísticos

##### 9.1.1.1. Mayor desarrollo de la Oferta Turística.

El desarrollo de la oferta turística es el eje principal del proyecto y su objetivo principal es conseguir más clientes recurrentes a los atractivos turísticos de la Isla.

Luego de la conversación con la comunidad de Costa Rica, se consensuaron que la pesca deportiva y la captura de concha, son las actividades más viables a desarrollar. Una vez definidas las actividades se organizaron sesiones para socializar detalladamente cada una de las tareas.

El resultado de las reuniones es el nombramiento de los participantes del proyecto, que se elegirán en cada reunión a realizar, todo esto se realizará una vez que se ha concretado la primera sesión.

#### **9.1.1.2. Mayor capacitación en temas turísticos**

La capacitación en temas turísticos iniciara conformando un grupo comunitario designado y aprobado por la comunidad. La documentación respectiva será recolectada y enviada al Ministerio de Turismo para la inscripción y posterior capacitación en guías nativos.

Los cursos para guías nativos están dirigido para pobladores de las comunidades tendrán una duración de 420 horas. Los requisitos son los siguientes:

Primera emisión:

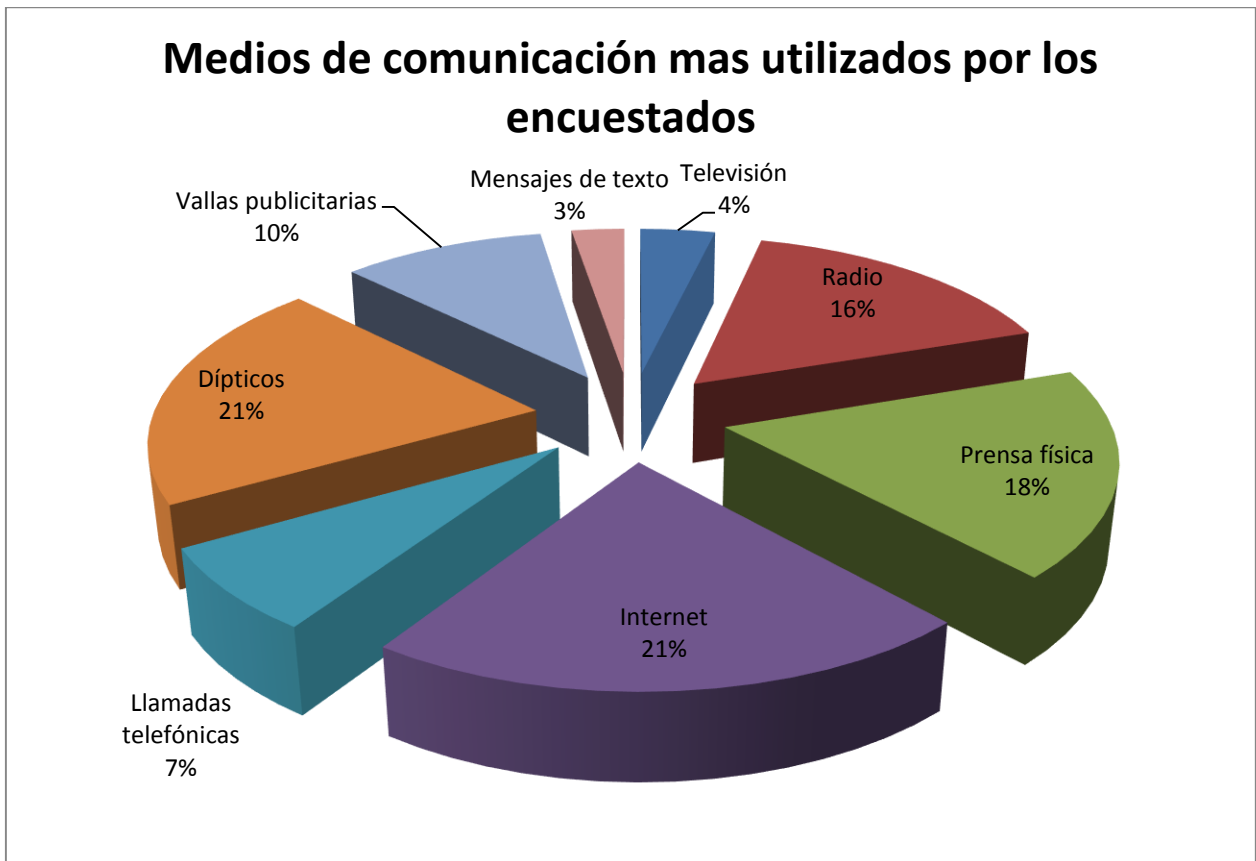
- a) Documentos académicos / profesionales:
  - Certificado de aprobación del curso de guías nativos (el MINTUR entregaría el mismo una vez aprobado el curso)
  - Original y copia del título de bachiller (de preferencia si tienen los participantes)
- b) Documentos personales:
  - Copia sencilla del certificado de tipo de sangre
  - Copia de la cédula de identidad
  - Copia de la papeleta de votación
  - Currículo vitae (incluye fotografía) – Formato GT001
- c) Solicitudes:
  - Solicitud de realización de curso para Guías Nativos – Formato GT005
  - Carta firmada por el Presidente de la comunidad – Formato GT004

### 9.1.1.3 Mayor difusión de los atractivos turísticos.

El proyecto contempla la formación de un grupo de personas encargadas de la difusión en temas turísticos, luego se realizara la contratación de proveedores para su posterior validación con un plan de medición de impactos.

Se considera el uso de:

**Figura 12**  
Medios de comunicación más utilizados.



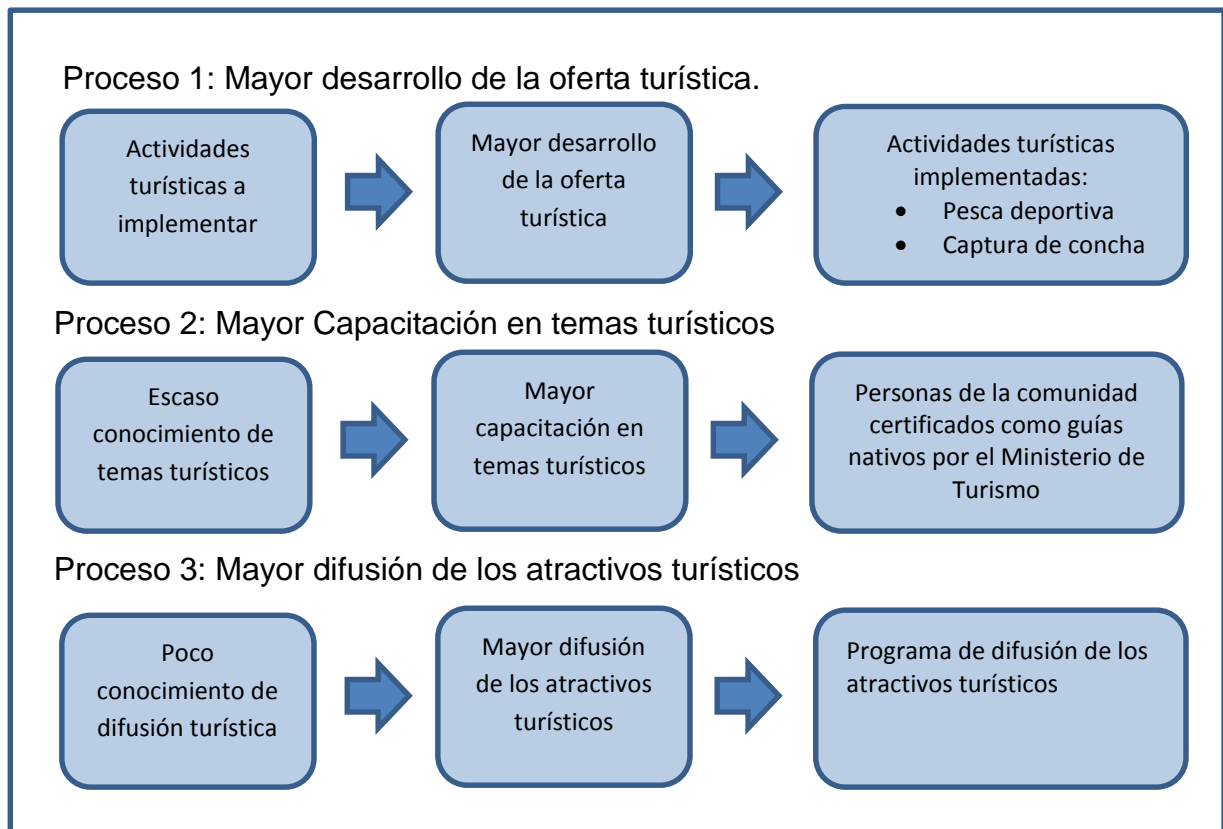
Fuente: Encuesta propia.

### 9.1.2 Inicio y fin de cada proceso

Los tres componentes planteados tienen su inicio y fin que a continuación se detallan:

#### Figura 13

Inicio y fin de cada proceso.



### 9.2. Movimiento y provisión de equipos.

Con la finalidad de suministrar equipos para la pesca y captura de conchas se realizara un análisis de las proformas para escoger el precio y calidad óptima. Ver anexo 1

#### 9.2.1. Actividad de pesca deportiva.

Se utilizaran 20 Kits de pesca, que constan de 1 caña de pescar con carrete con su respectivo hilo nylon, anzuelos, accesorios varios y 20 chalecos salvavidas.

### 9.2.2. Actividad captura de concha.

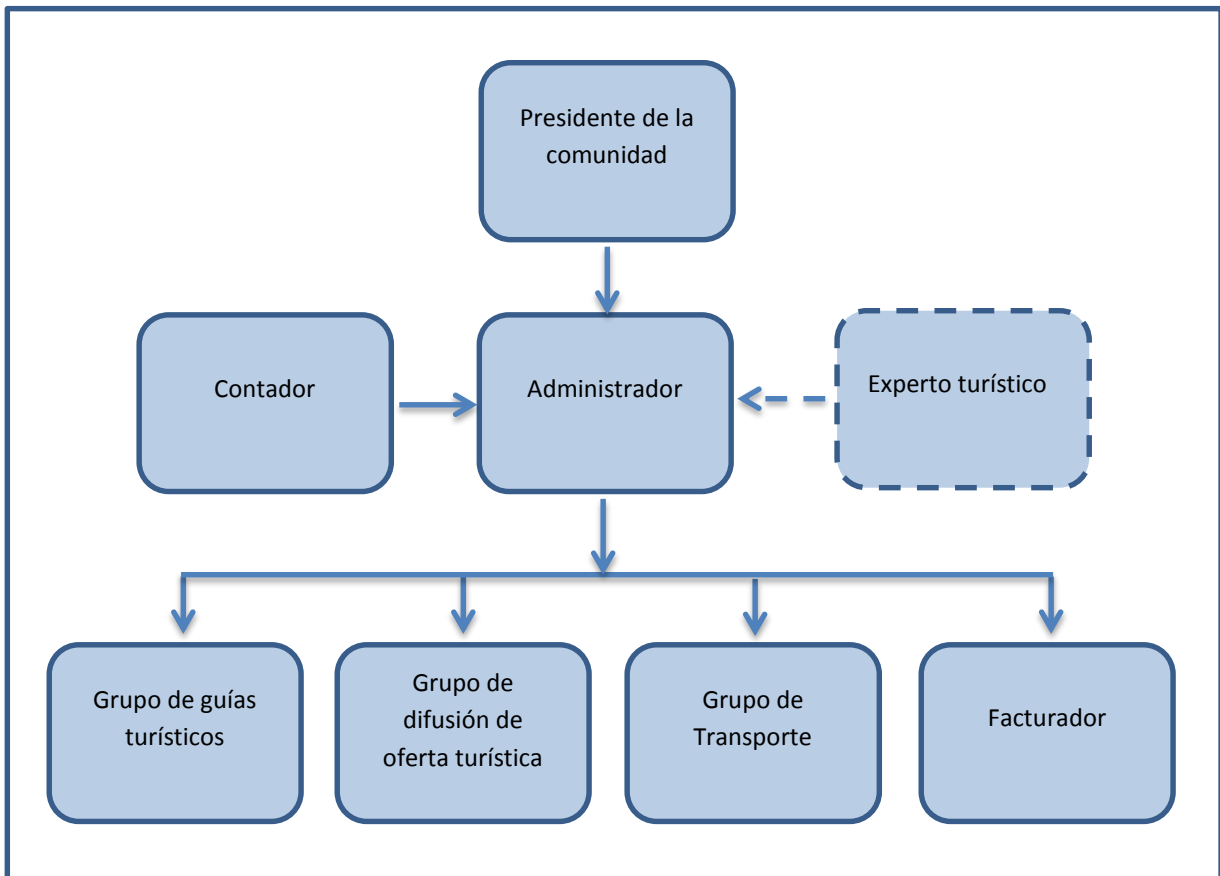
30 Kits para la captura de concha que consta de botas, guantes, sacos para colocar las conchas y 30 chalecos salvavidas.

### 9.3.3. Equipamiento de oficinas.

Se necesitaran 1 computadora, 1 impresora, 1 regulador de voltaje, 10 resmas de papel para impresión formato A4 y programas de administración turística.

### 9.3. Aspectos organizacionales.

**Figura 14**  
Organigrama.



#### **9.4. Aspectos legales**

Dentro del marco de la ley ecuatoriana para el registro de Centros Turísticos comunitarios están capacitadas a inscribirse:

Ciudadanos y empresas:

a) Descripción:

- El programa pretende mejorar el producto turístico comunitario mediante el apoyo directo del Ministerio de Turismo a las comunidades que desarrollan actividades turísticas.

b) Requisitos:

- Ser una comunidad legalmente reconocida por la Secretaria de los Pueblos y Nacionalidades.
- Ser una comunidad en proceso de legalización como CTC ante el MINTUR.

c) Formatos:

- Solicitud de registro centros turísticos comunitarios versión 0.1.doc

d) Procedimiento:

- Solicitud de registro dirigida al Ministerio de Turismo en el que se indicará el o los servicios turísticos a prestar.
- Documento que demuestre la personería jurídica de la comunidad.
- Nombramiento que acredite la representación del peticionante.
- Acta de asamblea general de la comunidad en la que conste que ha decidido registrarse en el Ministerio de Turismo, con la firma de los miembros presentes.
- Documentos que demuestren que los responsables de los servicios a prestarse por la comunidad hayan recibido capacitación y/o formación profesional sobre turismo por un mínimo de 40 horas. Adicionalmente es necesario que el CTC entregue al Ministerio de Turismo un documento de estructura orgánica del Centro de Turismo Comunitario.



- Copia del registro único de contribuyentes, de la persona jurídica solicitante, en la que conste, como uno de sus objetivos la prestación de servicios turísticos.
  - Informe técnico que justifique la calidad comunitaria de la iniciativa que solicita el registro, expedido por la Secretaría de Pueblos, movimientos sociales y participación ciudadana.
  - Declaración de activos fijos para la cancelación del 1 por mil (formulario del Ministerio de Turismo).
  - Inventario valorado de maquinaria, muebles, enseres y equipos. (firmado bajo la responsabilidad del representante legal, sobre los valores declarados).
- e) Costo:
- Valor de registro \$ 94,40 dólares
- f) Tiempo estimado de entrega:
- Tiempo aproximado de entrega: Después de la evaluación de los servicios ofertados, el certificado se otorga en aproximadamente 30 minutos.

## **9.5 Tamaño del proyecto.**

El tamaño del proyecto será determinado por:

- a) Niveles de ingreso
- Demanda
  - Insumos – capacidad de regeneración de recursos naturales
  - Localización
  - Plan estratégico comercial
- b) Inversiones y costos

### **9.5.1 Niveles de ingreso.**

#### **9.5.1.1. Demanda.**

En el año 2012 el número de turistas que visitó la isla San Gregorio, fue de 4113, si consideramos un aumento al 2013 de 4424 turistas se proyecta un crecimiento

lineal de 7% llegando a tener 5067 turistas para el 2015, dando un promedio de 97 turistas por semana.

Al aumentar los servicios turísticos los encuestados manifiestan que están dispuestos a pagar las tarifas de los nuevos servicios. Ver anexo 16.

**Tabla 15**

Demanda de los turistas proyectada 2012 - 2015 (sábados y domingos)

Demanda 2012		Demanda 2013		Demanda 2014		Demanda 2015	
Meses	Tour Huaquillas	Meses	Tour Huaquillas	Meses	Tour Huaquillas	Meses	Tour Huaquillas
Enero	372	Enero	392	Enero	420	Enero	449
Febrero	420	Febrero	452	Febrero	484	Febrero	518
Marzo	426	Marzo	444	Marzo	475	Marzo	509
Abril	296	Abril	348	Abril	372	Abril	399
Mayo	489	Mayo	504	Mayo	539	Mayo	577
Junio	205	Junio	216	Junio	231	Junio	247
Julio	376	Julio	404	Julio	432	Julio	463
Agosto	630	Agosto	692	Agosto	741	Agosto	793
Septiembre	269	Septiembre	292	Septiembre	313	Septiembre	334
Octubre	162	Octubre	184	Octubre	197	Octubre	211
Noviembre	292	Noviembre	304	Noviembre	325	Noviembre	348
Diciembre	177	Diciembre	192	Diciembre	205	Diciembre	220
<b>Total</b>	<b>4113</b>	<b>Total</b>	<b>4424</b>	<b>Total</b>	<b>4735</b>	<b>Total</b>	<b>5067</b>

**Fuente: Tour Huaquillas.**

### 9.5.1.2. Insumos.

Los insumos y equipos son de fácil adquisición que no requieren tiempo extendido para adquirirlos.

### 9.5.1.3. Localización.

Las instalaciones de boletería, abastecimiento de combustible e insumos se encuentran en el muelle, minimizando los costos de transporte y operación.

#### 9.5.1.4. Plan estratégico de difusión turística.

Con la ayuda de las encuestas se ha logrado encontrar el mejor plan estratégico de difusión que tiene la aceptación de los turistas, como son: Cuñas radiales, internet, dípticos, prensa.

#### 9.5.2 Inversiones y costos.

La inversión para una capacidad mínima de instalación es de \$49,925.00. Son todos los costos relacionados con el terreno e instalaciones, equipos de auxiliares, de oficina y adquisición de equipos. La descripción de estos costos se especifica en los anexos 28,29 y 30.

La inversión fija en la etapa pre-operacional es de \$15,640.00. Ver anexo 31. Los imprevistos se han considerado el 5% de todos los costos fijos descritos en los anexos 28, 29, 30 y 31, que suman \$65,565.00, es decir el valor de \$3,278.25. En total el balance de la inversión fija es de \$68,843.25. Ver anexo 32.

La inversión total del proyecto considerando el capital de trabajo de \$5,311.14, (valor necesario para los días de desfase), es de \$74,154.39. Ver anexo 33.

El costo de operación para el primer año es de \$138,468.57, es la suma de los costos variables y fijos como se observa en la siguiente tabla.

**Tabla 16**

Costos de operación Anual.

RUBRO	TOTAL MENSUAL \$	TOTAL ANUAL \$
<b>COSTOS VARIABLES</b>	<b>7,406.64</b>	<b>88,879.74</b>
Costos operativos de la actividad	7,406.64	88,879.74
<b>COSTOS FIJOS</b>	<b>4,132.44</b>	<b>49,589.23</b>
Servicios Generales	621.00	7,452.00
Gastos de Publicidad y promoción	749.17	8,990.00
Gastos de Personal	2,377.27	28,527.23
Mantenimiento	385.00	4,620.00
<b>TOTAL COSTOS VARIABLES Y FIJOS</b>	<b>11,539.08</b>	<b>138,468.97</b>

En los anexos 34, 35, 36, 37 y 38 se desglosan los costos de operación.

## 9.6. Flujo económico.

Las actividades incluyen alimentación, transporte así como el uso de los equipos necesarios para cada actividad.

El flujo económico se calcula de la siguiente forma:

Actividades de pesca deportiva:

- Demanda cíclica estimada primer año 990 turistas
- Precio del paquete \$32 dólares por persona

Actividad de captura de concha:

- Demanda cíclica estimada primer año 707 turistas
- Precio del paquete \$32 dólares por persona

Actividades de pesca deportiva y captura de concha:

- Demanda cíclica estimada primer año 2280 turistas
- Precio del paquete \$36 dólares por persona

Actividades de Bañistas:

- Demanda estimada 1090 turistas
- Precio del paquete \$15 dólares por persona

El número de turistas en el primer año es de 5067 y el promedio del costo del paquete turístico es de \$30.14. Ver anexo 27.

Con estos supuestos se procede a calcular los ingresos del proyecto que para el primer año ascienden a US\$152,737.48, la inversión total del proyecto y el capital de trabajo necesario para cubrir 14 días de operación se detallan en el anexo 33. El flujo económico del proyecto para un periodo de duración de 10 años se detalla en el anexo 42.

La tasa interna de retorno (TIR) de nuestro análisis económico es del 28%. Tasa de interés necesaria para que mi dinero tenga mejor rentabilidad en el proyecto como de invertirlo en el mercado

El valor actual neto (VAN) nos dice que la ejecución del proyecto significa \$33,145.40 más, que si se invirtieran los valores en el mercado.

### **9.7. Conclusiones del análisis técnico.**

El proyecto se encuentra estructurado con sus respectivos presupuestos, medios de verificación y mitigación ambiental que no presentan mayores inconvenientes para el desarrollo del proyecto.

Se tomó la decisión de pagar a manera de servicios prestados el uso de lanchas, fijando una tarifa a cancelar en los diversos paquetes y logística de los turistas. Esto permitirá agilizar el pago de los servicios prestados por los comuneros y el resto del tiempo lo dedicarán al mantenimiento de lanchas, motores.

## **10. ANÁLISIS FINANCIERO.**

### **10.1. Metodología de la evaluación financiera y económica.**

Se ha considerado la actividad interdisciplinaria denominada evaluación privada de proyectos. Se sustenta en un concepto central de la teoría de finanzas y de economía: el valor de un activo cualquiera equivale a la suma de los flujos que genere en el futuro, calculada en el momento del estudio.

Es decir, el proyecto vale el equivalente a tomar cada flujo monetario que el proyecto generará en el futuro, expresado en moneda actual, y sumarlo a los otros flujos, restándoles la inversión inicial. Este es el concepto de valor actual neto, que será el criterio central de decisión.

La actualización consiste en descontar de los flujos futuros los intereses que esos flujos habrían generado de haber ocurrido hoy: es decir, una operación inversa a calcular los intereses que gana un capital invertido.

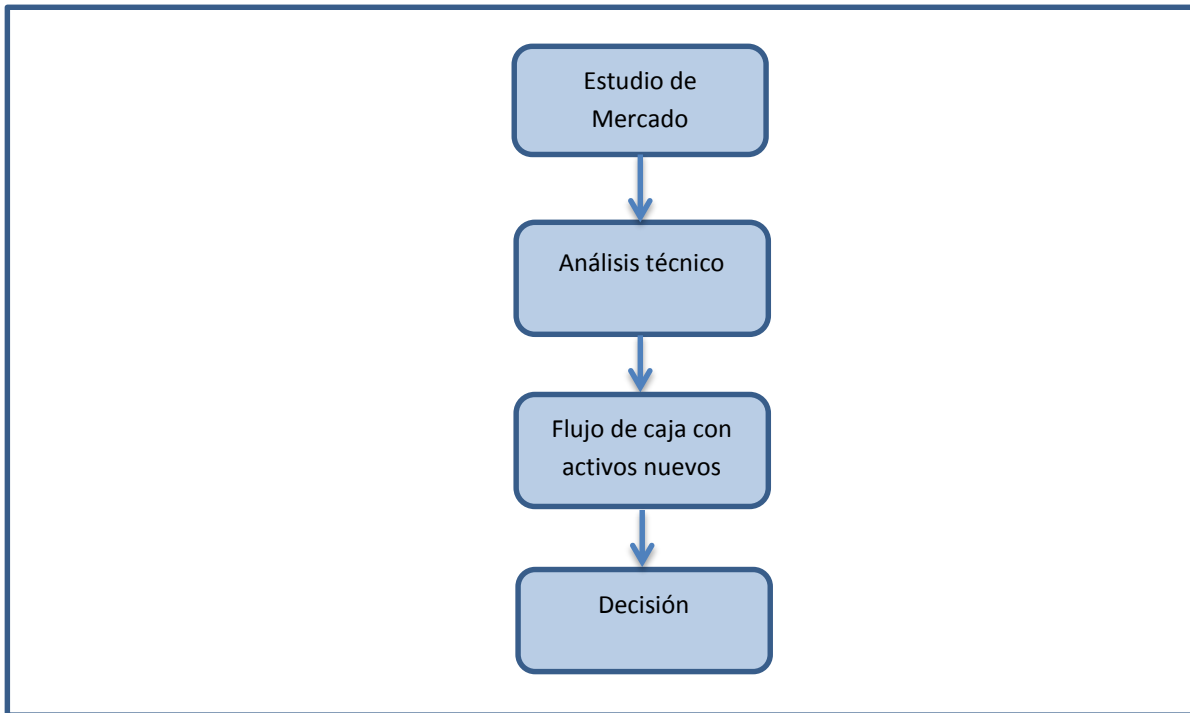
En consecuencia, para evaluar un proyecto necesitamos conocer al menos dos elementos: un flujo de fondos y una tasa de descuento. El flujo de fondos nos muestra los beneficios, inversiones y costos que el proyecto va a generar de aquí hasta su finalización, y la tasa de interés nos permitirá actualizarlos, es decir, estimar cuánto valen hoy esos flujos futuros.

La información y herramientas que nos permitieron hacer el correspondiente análisis financiero y económico son:

Detalle de Inversión, estadísticas de visitas diarias de turistas al balneario, cuantificación de los ingresos mensuales y anuales, que considera los datos obtenidos del estudio de mercado, cuantificación de los egresos, cálculo de costo de capital, cálculo del WACC, cálculo del valor de desecho contable, flujo económico, flujo financiero (previsto, pesimista, optimista), análisis de sensibilidad, determinación de la porción adecuada de deuda, alternativas de deuda, cálculo del VAN descontado.

## Figura 15

### Metodología de la evaluación



En los anexos financieros (anexo 26 hasta 49) el análisis financiero está dividido en las siguientes tablas:

- a) Demanda mensual estimada y demanda anual proyectada.
- b) Cuantificación de los egresos.
- c) Cuantificación de los Ingresos con respecto a la demanda del estudio de mercado.
- d) Cálculo de costos de capital.
- e) Cálculo del WACC
- f) Cálculo del valor de desecho contable
- g) Determinación de la porción adecuada de deuda
- h) Flujo económico
- i) Flujo financiero (Previsto, Pesimista, optimista)
- j) Análisis de sensibilidad
- k) Cálculo del Van Ajustado.

## 10.2 Cálculo del nivel adecuado de endeudamiento.

Para efectos de posible financiamiento con entidades financieras, se planearon algunas opciones de porcentaje de endeudamiento con relación al monto de inversión del proyecto (ver anexo 44), en estas se procedió a calcular el beneficio tributario de la deuda, el valor actual neto, y el índice de cobertura del servicio de la deuda (pago de intereses y pago de capital). Determinación de la deuda:

**Tabla 17**

PORCION DEUDA-CAPITAL												
Inversión Proyecto	74,154.39											
		PORCENTAJE DE DEUDA										
Valores	5%	40%	45%	55%	60%	65%	75%	85%	90%	95%		
Deuda	\$3,707.72	\$29,661.76	\$33,369.47	\$40,784.91	\$44,492.63	\$48,200.35	\$55,615.79	\$63,031	\$66,739	\$70,447		
Gastos Intereses	\$1,308.27	\$10,466.20	\$11,774.47	\$14,391.02	\$15,699.29	\$17,007.57	\$19,624.12	\$22,240.67	\$23,548.94	\$24,857.22		
Beneficio Tributario	#¡REF!	\$6,926.03	\$7,791.78	\$9,523.29	\$10,389.04	\$11,254.80	\$12,986.30	\$14,717.81	\$15,583.57	\$16,449.32		
Valor Actual Neto	\$67,998.08	\$69,578.06	\$69,803.78	\$70,255.20	\$70,480.91	\$70,706.62	\$71,158.05	\$71,609.47	\$71,835.18	\$72,060.90		
WACC	19.32%	16.26%	15.82%	14.94%	14.50%	14.07%	13.19%	12.31%	11.88%	11.44%		
Indice Cobertura UAI/ intereses y repago del K	14.57	1.82	1.62	1.32	1.21	1.12	0.97	0.86	0.81	0.77		
		Inversión Proyecto	74,154.39									
		Plazo (años)	5									
		Interes	11.00%									

La Corporación Financiera Nacional (CFN) otorga créditos para este tipo de proyectos, pero para esto requiere de un aporte del inversionista cuyo porcentaje debe constituir el 35% y la CFN financia el 65% del monto del proyecto como contraparte, todo esto en cumplimiento de los requisitos y norma de la entidad.



### 10.3 Capacidad de Pago.

El índice cobertura de deuda es de 1.12 veces, entonces el proyecto cuenta con \$1.12 dólares para cancelar cada dólar de deuda, sin considerar los gastos de depreciación en el cálculo de la utilidad antes de intereses e impuestos. Ver anexo 46.

### 10.4 Punto de equilibrio.

Durante los diez años del periodo operativo el proyecto generará en promedio \$ 145,735.00 dólares, en ventas anuales para no ganar ni tampoco perder.

**Tabla N°18**

PUNTO DE EQUILIBRIO EN USD= (Costo Fijo/ (1-(costo Variable/ Ingresos))

	Periodo Operativo									
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Ventas	152737.48	166697.68	181933.85	198562.61	216711.23	236518.63	258136.44	281730.11	307480.24	335583.93
Costos Fijos	49619.51	53092.88	56809.38	60786.04	65041.06	69593.93	74465.51	79678.09	85255.56	91223.45
Costos Variables	88934.01	95159.39	101820.55	108947.99	116574.35	124734.55	133465.97	142808.59	152805.19	163501.55
P. Equilibrio	118782.88	123716.40	129011.65	134685.99	140758.61	147250.50	154184.56	161585.61	169480.47	177898.07
Promedio	145735.47									

En el anexo 43 del flujo financiero previsto están los valores de costo fijos, costos variables y egresos necesarios para calcular el punto de equilibrio por año.

### 10.5 Viabilidad financiera.

Para el análisis de la viabilidad financiera usamos el flujo financiero (previsto) que a diferencia del flujo económico, se incluye el capital en préstamo, la amortización del capital y los intereses en los que se va a incurrir al obtener el crédito. Ver anexo 43.

Para encontrar la tasa de descuento apropiada se calculó la tasa del costo de oportunidad del inversionista o también denominada rentabilidad esperada de la industria, el costo promedio ponderado del capital antes de impuestos CPPC es de 14.07%. Ver anexo 41.

Para encontrar valor actual neto se aplicó el análisis del VAN ajustado, ver anexo 43 (parte inferior), considerando para el cálculo del VAN de la deuda, los cinco primeros años que es el tiempo en el que se tendrá para cancelar la misma.

El cálculo de los indicadores de factibilidad financiera son:

Valor Actual Neto (VAN) de \$70,706.62  
Tasa Interna de Retorno (TIR) de 29.25%  
Tasa de descuento es 14.07%  
Impuesto que se aplicará al proyecto. 11%

Como se observa en los valores precedentes, los indicadores de evaluación financiera del proyecto son favorables, por cuanto se cuentan con VAN positivo y una TIR superior al costo del capital.

#### **10.6 Periodo de recuperación de la inversión (PRI).**

Sin tomar en cuenta la rentabilidad exigida, la inversión del proyecto se recuperará en de 6 años 1 mes y 24 días, lo cual se calculó mediante la suma de los flujos anuales, como se observa en el anexo 47. Cabe indicar que la inversión total de \$74,154.39 está dentro de la suma de estos flujos.

#### **10.7 Análisis de riesgos financieros.**

Las definiciones de variables de riesgos son:

Escenario pesimista. Ver anexo 49.

- a. Reducción de la demanda anual probable en un 10%, por causas como fenómeno del niño, brote epidemiológico o dengue.
- b. Incremento de los costos (en caso que el gobierno anule los subsidios del combustibles), del 5% anual.

Escenario optimista. . Ver anexo 50.

- a. Aumento en la demanda anual probable en un 7% .
- b. Reducción de los costos variables 2% l.

### 10.8 Análisis de sensibilidad.

Para el análisis de sensibilidad se consideran las variables críticas de riesgo establecidas en al acápite anterior. Para cada caso se calculan los índices de evaluación, VAN, TIR.

Los resultados del cálculo realizado se describen a continuación:

**Tabla N° 18.**

<b>RESULTADOS DEL ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD(escenario pesimista)</b>			
<b>Análisis de Riesgo</b>		<b>TIR</b>	<b>VAN</b>
<b>Definición de las Variables Críticas de Riesgo:</b>			
Reducción de la Demanda Anual Probable	10.00%	17.85%	16,486.45
Incremento de los Costos Variables	5.00%		
<b>ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD</b>			
Aun cuando se analiza un escenario desfavorable del negocio, como el de la reducción de la Demanda Anual en un 10% y un incremento en los costos del 5%, el proyecto sigue siendo viable financieramente hablando.			
<b>RESULTADOS DEL ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD(escenario previsto)</b>			
<b>Análisis de Riesgo</b>		<b>TIR</b>	<b>VAN</b>
<b>Definición de las Variables Críticas de Riesgo:</b>			
Demanda Anual Probable	5067	29.25%	70,706.62
Costos Anuales (fijos y Variables)	88934		
<b>RESULTADOS DEL ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD(escenario optimista)</b>			
<b>Análisis de Riesgo</b>		<b>TIR</b>	<b>VAN</b>
<b>Definición de las Variables Críticas de Riesgo:</b>			
Aumento de la Demanda Anual Probable	7.00%	32.46%	87,508.30
Reducción de los Costos Variables	2.00%		
<b>ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD</b>			
En el escenario optimista como se puede observar la tasa interna de retorno es 3.20% mas arriba que el escenario previsto para nuestro proyecto.			

## **10.9 Análisis económico del proyecto.**

Se consideró el flujo de efectivo del proyecto con recursos propios, es decir sin deuda y como tasa de descuento para calcular el VAN la tasa del CAMP, que en los cálculos nos dio 19.76%, ver anexo 41. Se determina entonces que el proyecto es factible desde el punto de vista del análisis económico, por cuanto el VAN es \$33,145.40 y positivo, la TIR es de 28% por tanto mayor a la tasa del costo de oportunidad del inversionista o rentabilidad esperada de la industria.

## **11. ANALISIS SOCIOECONOMICO.**

### **11.1 Línea base socioeconómica.**

Para la obtención de la línea base socioeconómica de la Isla de Costa Rica, se realizaron varias visitas a la isla con la finalidad de conocer más sobre las actividades económicas de sus habitantes. Adicionalmente se realizaron entrevistas con grupos focales junto con el presidente de la comunidad.

El siguiente capítulo identifica y evalúa los posibles efectos socioeconómicos sobre los involucrados del proyecto.

Se analiza el efecto que tienen los nuevos paquetes turísticos respecto a los paquetes actuales, y su impacto sobre los ingresos de la comunidad.

### **11.2 Información general.**

La mayor parte de la población son considerados usuarios ancestrales del manglar, quienes vienen desarrollando estas actividades en el mar desde tiempos antiguos heredados por sus ancestros. Las principales actividades son la pesca, extracción de cangrejos y recolección de conchas de forma artesanal.

Por lo general los pescadores luego de las faenas de trabajo llevan los productos del mar para comercializarlos en los principales puertos de la provincia de El Oro como: Puerto Bolívar, Puerto Jelí y Puerto Hualtaco. La mayor cantidad es vendida y una mínima porción es destinada al consumo familiar.

Una de las actividades alternativas para el caso de la Comunidad de Isla Costa Rica es el turismo, la misma que se ha visualizado como una alternativa a las faenas de los comuneros y como una estrategia de conservación del ecosistema de manglar. A pesar de que se viene ejecutando desde el 2004, esta actividad no se ha consolidado por falta de recursos.

Los tipos de conchas que recolectan son: la concha negra (*Anadara tuberculosa*), concha macho (*Anadara similis*) y concha pata de mula (*Anadara grandis*). La población de estas especies se encuentra en peligro de extinción por problemas de sobreexplotación, tala y contaminación principalmente. Ante ello el número de individuos recolectados está entre cien unidades, con jornadas de 4 a 6 horas. El trabajo va entre 4 y 6 días a la semana. El costo de un ciento de conchas tiene un precio de 15 dólares aproximadamente; este valor aumenta o disminuye dependiendo del número que recolecten diariamente; siendo un número promedio, cien.

El trabajo de pesca corresponde a las actividades ancestrales desarrolladas en los esteros y canales del Archipiélago de Jambelí. Los tipos de peces capturados corresponden a especies como: pámpano, lisas, caritas, parvo, cachema, picudo, rayas, roncós y Leonor entre los principales. En los meses de junio y julio que corresponde a la época fría la pesca también es de camarón silvestre. Los ingresos económicos que un pescador obtiene por cada faena son de \$ 15 y \$ 55.

### **11.3 Análisis socioeconómicos de los asociados.**

Las actividades más comunes de La Isla Costa Rica son la pesca artesanal, recolección de conchas. De tal forma las dos primeras son realizadas en porcentaje mayor por parte de la población isleña, convirtiéndose en el motor de la económica local a lo largo de la historia.

Los ingresos obtenidos por estas actividades oscilan entre los \$200 y \$300 los cuales no son suficientes para cubrir necesidades de la familia como:

alimentación, salud, educación, vestido. Parte de estos ingresos también son invertidos en combustible y herramientas de trabajo.

Respecto a las acciones de turismo esta ha sido solo desarrollada dentro de la Comunidad de Isla Costa Rica lo cual en comparación con toda la parroquia Jambelí ocupa un porcentaje de ingresos y participación comunitaria mínimo. Esta no se ha ejecutado continuamente por falta de financiamiento provocando que la afluencia de visitantes sea esporádica.

Otras actividades económicas de la Isla Costa Rica están relacionadas a la elaboración de carbón y trabajos en camaronerías. Así también, el cultivo de plantas agrícolas que de alguna manera contribuye a la economía local, la cosecha está destinada a la dieta familiar más y en pequeñas cantidades al comercio como mecanismo de generación de ingresos sino más bien de sustento.

Actualmente 48 familias se dedican a la pesca, 37 familias se dedican a la captura de conchas y 10 familias se dedican al turismo.

	Pescado	Concha	Turismo
Cantidad promedio por mes	250 libras	63000 unidades	368 turistas
Familias involucradas por mes	48	37	10

**Población:**

TOTAL	HOMBRES	MUJERES	FAMILIAS
466	231	235	84

**Características de la población.**

Hogares censados	=	84
Total de miembros	=	466 personas
Total Hombres	=	231 (49,60 %)
Mujeres	=	235 (50,40 %)
Niños menores de 12 años	=	30 (6,5 % de la población)

## Característica de la población

### Descripción étnica

Los habitantes de la parroquia se describen étnicamente de la siguiente manera:

**Tabla N° 19**

DESCRIPCIÓN ÉTNICA		%
MESTIZOS	466	100%
INDIGENA	0	0,00%
<b>TOTAL</b>		<b>100%</b>

**Fuente: Comunidad San Gregorio**

#### **11.4 Efectos del proyecto sobre los comuneros de la Isla Costa Rica.**

El proyecto tiene como objetivo incrementar los ingresos de la Isla Costa Rica y mejorar el nivel de vida de los habitantes.

Actualmente se benefician 10 familias durante todo el año. Cuando inicie el proyecto se pretende que se involucren las 84 familias durante todo el año si consideramos que cada familia tiene en promedio 5.5 personas tendríamos un promedio de beneficiados de 466 personas.

## **12. CONCLUSIONES.**

El Balneario San Gregorio y el sitio Costa Rica presentan sin duda alguna un potencial turístico tanto en los recursos naturales como en la hospitalidad propia de los habitantes isleños, estas características son causa suficiente para atraer la oferta turística local y regional.

Se propuso diversificar la oferta turística que hasta ahora consistía solo en la visita a la playa, y en dos actividades más, como son la pesca deportiva y la recolección de conchas, estas actividades irán acompañadas de un componente de publicidad el cual consiste en la difusión de los atractivos y los paquetes turísticos.

Todas las actividades se realizarán amparadas en el marco legal que establece la Constitución del Ecuador.

Los colaboradores, están divididos en los que pertenecen al área administrativa como los que representan toda la logística que contempla la atención al turista, en todo caso la prioridad es siempre dar trabajo a los habitantes de la comuna Costa Rica que realicen las actividades de acuerdo a la posibilidad que le dé su formación académica o destreza personal.

Se detectó en las entrevistas poco conocimiento del modelo de negocio, entonces otro componente a desarrollar es la capacitación de todos los pobladores adultos de la isla Costa Rica que quieran ser parte del proyecto. De tal forma que exista el profesionalismo en cada una de las áreas y actividades a desarrollar.

El modelo de negocio es inclusivo ya que considerará a todos los comuneros sin distinción de género o condición como colaboradores del proyecto.

El proyecto es un negocio rentable, así lo demuestra el análisis económico y financiero, para este último se manejaron distintos escenarios de deuda. Los capitales pueden ser financiados con alguna entidad financiera, entidades gubernamentales o no gubernamentales. El monto de inversión necesario para la implementación del proyecto es \$74,154 dólares y 39 centavos. Ver anexo 33.



La afectación al ambiente más importante se da en lo que respecta a las actividades donde directamente se involucra el turista, sin embargo esta afectación es moderada negativa, lo cual implica que aplicando medidas de mitigación y prevención se reducirán significativamente estos impactos.

### **13. RECOMENDACIONES.**

Difundir y hacer cumplir la puntualidad en los horarios de salida de las embarcaciones, por cuanto la navegación marítima de ida y vuelta a los destinos depende de las mareas.

Respetar y cumplir con las medidas de seguridad en la navegación, estas dependen de capacidad máxima de carga, equipos salva vidas, estado de las embarcaciones, condiciones de funcionabilidad de motor.

En vista que se prevé un crecimiento en el ingreso de turistas se debe realizar un estudio de capacidad de carga pasado el primer año de operación para que las condiciones de funcionalidad de las instalaciones, generación de desechos sólidos sean acordes a la demanda estimada.

Crear un código de ética, cumplimiento de normas y reglamentaciones con el fin de que se logren los objetivos del proyecto, la comunidad debe estar consciente de la importancia que representa el turismo como actividad diversificadora y equitativa de sus ingresos.

Capacitar y evaluar semestralmente a los miembros de la comunidad en los roles que deben desempeñar y lograr el grado profesional que requieren los nuevos niveles de la industria turística.

Capacitar en contabilidad a los miembros, con el fin de que puedan comprender cuentas básicas y apropiarse del proyecto teniendo conocimiento de las verdaderas utilidades y dirigir las a la reinversión para garantizar sostenibilidad del proyecto.

#### 14. BIBLIOGRAFIA

Guías turísticas extraído de <http://www.turismo.gob.ec/licencias-guias-de-turismo/>

Código de la niñez y de la adolescencia  
[http://www.oei.es/quipu/ecuador/Cod\\_ninez.pdf](http://www.oei.es/quipu/ecuador/Cod_ninez.pdf).

Gobierno Parroquial de Jambelí, Gobierno Provincial Autónomo de El Oro, Asociación de Juntas Parroquiales Rurales de El Oro, Fundación Arcoiris. (2010). Plan de Desarrollo Estratégico de la Parroquia Jambelí 2010-2025.

Ministerio de Turismo del Ecuador. (2008). Reglamento para los Centros de Turismo Comunitario. Quito.

MINTUR. (2011). Propuesta de Norma Técnica de Turismo de Aventura.

Gobierno Autónomo descentralizado del Cantón Santa Rosa. (2014).

Municipio del Cantón Santa Rosa. (2004). Plan de Desarrollo Estratégico Cantonal de Santa Rosa.

Plan de Negocios para la implementación de la Ruta Ecoturística Comunitaria. “Ruta del Cholo Pescador”. UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DEL ECUADOR. Tanya Vanessa Romero Maldonado. Ecuador 2012

Metodología general de identificación, preparación y evaluación de proyectos de inversión pública. Instituto Latinoamericano y del Caribe de Planificación Económica y Social (ILPES) Área de proyectos y programación de inversiones. Naciones Unidas. CEPAL. Santiago de Chile, Agosto del 2005

Texto Unificado de la Legislación Secundaria (31 de Marzo de 2003) en 9 libros.