

658.404
JIM



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL ESPOL

FACULTAD DE INGENIERÍA MARÍTIMA Y CIENCIAS DEL MAR

LICENCIATURA EN TURISMO

**“DISEÑO DE UN PRODUCTO TURÍSTICO PARA LA COMUNA DE
PUERTO ENGABAO (PLAYAS), PROVINCIA GUAYAS, ECUADOR”**

Previa a la obtención del Título de:

LICENCIADO EN TURISMO

Presentado por:

ALVARO DENNYS JIMBO LOPEZ

JENNIFER CAROLINA ZAMBRANO CRUZ

GUAYAQUIL- ECUADOR

2015



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL ESPOL
FACULTAD DE INGENIERÍA MARÍTIMA Y CIENCIAS DEL MAR
LICENCIATURA EN TURISMO
“DISEÑO DE UN PRODUCTO TURÍSTICO PARA LA COMUNA DE
PUERTO ENGABAO (PLAYAS), PROVINCIA GUAYAS, ECUADOR”

Previa a la obtención del Título de:

LICENCIADO EN TURISMO

Presentado por:

ALVARO DENNYS JIMBO LOPEZ

JENNIFER CAROLINA ZAMBRANO CRUZ

GUAYAQUIL- ECUADOR

2015

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por todo lo que me ha dado, a mis padres por el apoyo incondicional que me brindan día tras día, gracias a ellos he logrado ser lo que soy, por sus enseñanzas y valores que me inculcaron desde niño. A profesores por toda la confianza que depositaron en mí.

Alvaro Dennys Jimbo Lopez

AGRADECIMIENTO

A Dios por darme la sabiduría necesaria para luchar por mis ideales día a día y jamás desistir en cada meta propuesta, este el primer peldaño de muchos que en su debido momento se concretaran, a mis padres quienes han sido mis mejores maestros de vida y amigos incondicionales, a la M.sc.Cinthy Veintimilla por su guía durante este proceso y en especial a la mujer que más admiraré Alicia Escobar Alvarado mi agradecimiento y respeto infinito a ella, porque este logro lleva su nombre.

Jennifer Carolina Zambrano Cruz

DEDICATORIA

Le dedico esta investigación a mis padres que me dan el amor y la paz que todos necesitamos, a mi esposa y a mi hijo James. Todo lo que he logrado ha sido gracias a ellos que supieron darme la fuerza y la inspiración para hacerlo. Al turismo en Ecuador y el mundo.

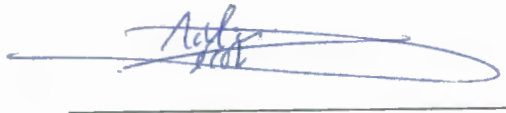
Alvaro Dennys Jimbo Lopez

DEDICATORIA

La gloria es de Dios, a él sea cada triunfo y cada meta obtenida, con todo el amor y de lo más profundo de mi alma este primer paso en mi vida profesional es en honor a la memoria de la señora Alicia Escobar Alvarado, mi abuela, mi amiga y consejera. Ella me enseñó que jamás debemos traicionar nuestra ideología, a luchar por lo que deseamos, a ser honestos y leales, el verdadero valor de la familia, que la vida es cuesta arriba y que la vista desde la cima del éxito es grandiosa.

Jennifer Carolina Zambrano Cruz

TRIBUNAL DE GRADUACIÓN




MSc. Max Matias Pecot
DIRECTOR DEL PROYECTO



MSc. Rafael Arce Bastidas
EVALUADOR DEL PROYECTO

DECLARACIÓN EXPRESA

“La responsabilidad del contenido de esta Tesis de Grado, nos corresponde exclusivamente; y el patrimonio intelectual de la misma a la Escuela Superior Politécnica del Litoral”.



Alvaro Denny's Jimbo Lopez



Jennifer Carolina Zambrano Cruz

RESUMEN

El tipo de investigación presentada en este proyecto integrador, con enfoque cualitativo a través de un estudio de caso. Persigue un eje central el cual es “Diseño de un producto turístico para la comuna de Puerto Engabao del cantón Playas Villamil” realizado en el año 2015.

En la comuna de Puerto Engabao el desarrollo turístico está generando mejora en el desarrollo económico de sus pobladores influyendo positivamente en su calidad de vida gracias al turismo, receptando visitantes de todo el país, la creación de negocios, nuevos sitios para hospedajes como lo son las hospederías comunitarias, práctica de actividades deportivas, cabañas de comidas con gastronomía local, son los factores que incentivan a la inversión de nuevos proyectos.

Por esta razón se considera que Puerto Engabao debe continuar mejorando y aumentando su oferta en cuanto a producto turístico. La finalidad de esta investigación consiste en convertir el surf como el principal producto turístico, con la creación de un torneo de surfing anual, utilizando todas las herramientas necesarias para la promoción, difusión y comercialización para el diseño del mismo luego de evaluar los principales resultados que se han obtenido en la investigación con la implementación de este producto, su proceso de elaboración y las diversas metodologías utilizadas.

ÍNDICE GENERAL

RESUMEN	viii
ÍNDICE DE MAPAS	xii
ÍNDICE DE TABLAS	xiii
ÍNDICE DE ILUSTRACIONES	xv
ÍNDICE DE ANEXOS	xvi
GLOSARIO	xvii
INTRODUCCIÓN	1
CAPITULO 1	2
ANTECEDENTES	2
1 Antecedentes de Puerto Engabao	2
1.1 Objetivo general	4
1.2 Objetivos específicos	4
1.3 Metodología	5
1.3.1 Recolección de datos	5
1.3.2 Fuentes Primarias:	6
1.3.3 Investigación de oferta:	6
1.4 Fuentes Secundarias	8
CAPITULO 2	10
ASPECTOS GENERALES DE PUERTO ENGABAO	10
2.1 Aspectos geográficos	12
2.1.1 División Territorial del Cantón	13
2.2 ASPECTOS CULTURALES	14
2.3 Aspectos ambientales	16
2.4 Aspectos socioeconómicos	18
2.5 Recursos: suelo, hídrico, turísticos y pesqueros	19
2.5.1 Suelo (Infraestructura vial)	20
2.5.2 Recursos hídricos	20
2.5.3 Recursos turísticos	21

2.5.4 Actividad pesquera	22
2.6. Infraestructura de servicios básicos.	23
CAPITULO 3	25
ANÁLISIS DE DEMANDA Y OFERTA	25
3.1 Análisis y resultados de la demanda.....	25
3.1.2 Análisis y resultados de la demanda.....	27
3.1.2 Resultados de encuestas	39
3.2 Análisis de la demanda	39
3.3 Análisis de oferta:	40
3.4 Planta turística.....	41
3.5 FODA: COMUNA PUERTO ENGABAO.	43
3.6 Diagnóstico turístico: situación actual	46
3.6.1 Conclusión de Diagnóstico Actual.....	49
3.7 Situación socio-económica.....	50
3.7.1 Influencia de la actividad pesquera en la economía local.....	51
3.7.2 Influencia de la actividad turística en la economía.....	56
3.7.3 La demanda turística actual, impacto en la economía local.....	57
CAPÍTULO 4	59
DISEÑO DE UN EVENTO DEPORTIVO BASADO EN EL SURF EN LA COMUNA PUERTO ENGABAO.....	59
4.1. Producto turístico.	59
4.2 Justificación del diseño.	62
4.3 Propuesta del diseño.	64
4.4 Propuesta de valor	67
4.4.1 Segmento de mercado	69
4.4.2 Participación de actores en la propuesta.....	72
4.4.3 Lineamientos a seguir para promocionar el producto turístico en Puerto Engabao.	74
4.4.4 Valor Social.....	75
4.4.5 Estructura organizativa	75

4.5 Proceso de comercialización.....	76
4.5.1 Promoción y venta.....	77
4.5.2 Costes.....	77
4.5.3 Fuentes de ingresos para el torneo.....	78
4.5.4 Consideraciones a tomar para el diseño del torneo de surf anual en Puerto Engabao.....	79
4.6 Estrategias de desarrollo para el diseño del producto turístico.....	90
4.7. Estrategias de promoción y comercialización.....	92
CONCLUSIONES	94
RECOMENDACIONES	96
ANEXOS	98
BIBLIOGRAFÍAS	135
1. Consulta en:.....	135

ÍNDICE DE MAPAS

Mapa 1 Ubicación de Puerto Engabao	12
--	----

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla I: Atractivos turísticos.....	11
Tabla II: Comunas de Playas y Guayas	13
Tabla III: Nombre científico de flora y fauna de Puerto Engabao.....	17
Tabla IV: Asociaciones de pesca artesanal en Puerto Engabao.....	52
Tabla V: Escolaridad entre pescadores artesanales	54
Tabla VI: Producción e ingresos promedios en pesca artesanal	55
Tabla VII: Afluencia turística de los últimos cuatro años en Villamil Playas.....	56
Tabla VIII: Categorías de sur para participantes	66
Tabla IX: Torneo de Surfing Puerto Engabao	67
Tabla X: Contenido de presupuestos.....	80
Tabla XI: Estructura de capital	81
Tabla XII: Inversión de capital	82
Tabla XIII: Sueldos y salarios	83
Tabla XIV: Proyección de ingresos	84
Tabla XV: Proyección de costos	85
Tabla XVI: Estado de pérdidas y ganancias.....	86
Tabla XVII: Flujo de caja	87
Tabla XVIII: Punto de equilibrio	88
Tabla XIX: VAN Y TIR	89

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1 Edad de los encuestados.....	27
Gráfico 2 Estado civil del encuestado	28
Gráfico 3: Procedencia del visitante	29
Gráfico 4: Nivel de escolaridad del visitante	30
Gráfico 5: Motivación o actividad a realizar en su visita	31
Gráfico 6: Frecuencia de visitas al mes	32
Gráfico 7: Estaría dispuesto a pagar por un evento de surf.....	33
Gráfico 8: Gasto promedio	34
Gráfico 9: Actividades que el visitante le gustaría realizar.....	35
Gráfico 10: Consideración del visitante sobre del servicio de prestadores de servicios	36
Gráfico 11: Consideración del visitante sobre el servicio de transporte público	37
Gráfico 12: Probabilidad de recomendación del destino para practica de surf	38

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración I. Logo	¡Error! Marcador no definido.
Ilustración II: Producto Turístico.....	74

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo A: Entrevista a presidente de turismo de Puerto Engabao	99
Anexo B: Entrevista a Transportista de buses público	102
Anexo C: Entrevista a artesano de Puerto Engabao	104
Anexo D: Entrevista a pescador artesanal de Puerto Engabao	106
Anexo E: Entrevista a cuidadores del orden (policía) de Puerto Engabao	109
Anexo F: Entrevista a surfista, visitante en Puerto Engabao	110
Anexo G: Informe inicial y plan de trabajo	112
Anexo H: Preguntas para establecer el producto turístico	113
Anexo I: Interrogantes sobre el destino y producto.....	114
Anexo J: Encuestas a Visitantes de Puerto Engabao	116
Anexo K: Fotografías de visitas a Puerto Engabao	119

GLOSARIO

A

ALOJAMIENTO:

Espacio para pernoctar, que ofrece servicios complementarios.

ATRACTIVO TURÍSTICO:

Lugar, objeto o acontecimiento de interés turístico.

ACTIVIDADES TURÍSTICAS

Actos que realiza el consumidor, es el objetivo y razón del viaje.

ACTIVIDAD ECONÓMICA

Es el medio específico por el cual se dedican las unidades económicas para producir bienes o generar servicios que satisfacen las necesidades del individuo.

ACCESIBILIDAD TURÍSTICA

Posibilidad de acceder a los lugares de interés turístico, a través de alguna ruta sea esta por medios terrestres, aéreos o acuáticos.

B

BORDE COSTERO

Franja de territorio nacional que comprende los terrenos de playa fiscales situados en el litoral, la playa, las bahías, golfos, y estrechos

C

CABAÑA:

Unidad habitacional que cuenta con áreas claramente diferenciadas (una social y otra habitacional) y con sus respectivos servicios sanitarios completos.

COMUNIDAD LOCAL (LOS HABITANTES, COSTUMBRES Y TRADICIONES

El producto turístico debe incluir a los residentes, ya que son ellos los que ponen la diferencia principal entre un lugar y otro.

CONSUMO TURÍSTICO

Es el valor monetario de bienes y servicios, que el visitante adquiere antes, durante y después del viaje en el territorio del país que lleva a cabo el estudio del turismo.

CAMPING:

Deporte que consiste en la realización de actividades al aire libre, protegiéndose de la intemperie por medio de una tienda de campaña y realizado en terrenos debidamente acondicionados para tal fin.

D

DESTINO

Es el lugar visitado que es fundamental para la decisión de realizar el viaje.

DEMANDA TURÍSTICA

Corresponde a la totalidad de personas que viajan y hacen uso de un producto turístico y demás servicios fuera de su residencia habitual.

DURACIÓN DEL VIAJE

Es el tiempo invertido durante una visita medida a partir del país o lugar emisor (Organización Mundial del Turismo, 1995:8).

DIAGNÓSTICO TURÍSTICO

Es un estudio que tiene como objetivo principal conocer la situación actual y potencial de la actividad turística en la comuna.

E

ENTORNO HABITUAL

Se define como la zona geográfica en la que una persona realiza sus actividades cotidianas habituales.

ENCUESTA TURÍSTICA

Es la técnica de la investigación de mercados por la cual se recolecta información utilizando cuestionarios (OEA, 1988).

ESTACIONALIDAD

Es la concentración de la afluencia turística en determinadas épocas del año.

EQUIPAMIENTO TURÍSTICO

Son todos los establecimientos administrados por la superestructura, actividad que prestan los servicios básicos al turista, tales como hoteles, restaurantes, transporte turístico, agencias de viajes, etc.

ESTRATEGIA DE DESARROLLO TURÍSTICO

Es una secuencia de acciones que se deben implementar para alcanzar un conjunto dado de objetivos turísticos.

F

FORMAS DE TURISMO

Modalidad en la que se desarrolla el turismo clasificado en: turismo interno, turismo receptor y turismo emisor.

FACILITACIONES PARA EL DESARROLLO TURÍSTICO

Este aspecto está asociado a la existencia de centros poblados urbanos o rurales que cumplen funciones de receptores o distribuidores.

G

GASTO TURÍSTICO

Es la adquisición de bienes y servicios realizados en algún destino visitado.

I

INFRAESTRUCTURA

Son los bienes y servicios básicos que posee en destino.

INSTALACIONES TURÍSTICAS

Son todas las construcciones especiales, que ofrecen la práctica de las actividades turísticas.

M

MOTIVO DEL VIAJE

Es el propósito principal por el cual una persona se desplaza fuera de su residencia o entorno habitual.

O

OFERTA TURÍSTICA

Es el conjunto integrado correspondiente a atractivos turísticos, planta turística e infraestructura turística.

OBSERVACIÓN DE FLORA Y FAUNA

Es la actividad orientada a realizar avistamiento de aves y lugares paisajísticos.

P

PLANTA TURÍSTICA

Conciernen al alojamiento, alimentación, esparcimiento y servicios turísticos.

PRODUCTO TURÍSTICO

Es el servicio ofrecido combinándose en atractivos naturales, culturales y urbanos.

PASEOS MARITIMOS

Paseos fluviales, actividad de navegación turística realizada en una embarcación debidamente autorizada por la Marina.

R

RECREACIÓN

Es el entretenimiento dentro del tiempo libre del hombre.

RECURSOS TURÍSTICOS

Existencia de atractivos turísticos que motiven el viaje al área.

S

SEGMENTO DE MERCADO

Estructurado en diversas categorías de visitantes el cual se divide según los criterios del visitante potencial.

SURF

Forma de deslizarse sobre las olas con una tabla de surf en posición erguida.

T

TEMPORADA ALTA

Es el período en el que se concentran los turistas, su época de ocurrencia dependerá del tipo de atractivo turístico.

TEMPORADA BAJA

Es el período en el que la afluencia de turistas disminuye significativamente.

V

VIAJE TURÍSTICO:

Es todo desplazamiento de una persona a un lugar fuera de su lugar de

residencia habitual, desde el momento de su salida hasta su regreso.

INTRODUCCIÓN

El tema de tesis facilitado en la Materia Integradora como modalidad de graduación fue “diseño de un Producto Turístico para la comuna de Puerto Engabao” perteneciente a Gral. Villamil donde la pesca artesanal y el turismo son sectores que apoyan directamente a la estructura comunal. Cabe mencionar que esta comuna posee el segundo mejor clima del mundo y las mejores olas de la costa ecuatoriana para práctica de surf, las cuales son las razones más influyentes para que lleguen visitantes de todas partes.

Sin embargo es un sitio muy poco concurrido, los turistas llegan ocasionalmente muchos únicamente por practicar surf con sus amigos o profesores de la misma actividad, además de que el destino no es tan conocido por la baja difusión turística con la que cuenta existiendo poca información sobre el sitio y las bondades que posee como recurso natural. Esta investigación pretende hacer un reconocimiento de la situación actual para el diseño de un producto turístico del destino en evaluación, conociendo sus principales atractivos naturales, planta turística y actores principales que influyen en los distintos sectores mediante el estudio de diversos aspectos: social, ambiental y económico.

Por lo tanto se ha considerado elaborar un producto con relación al surf que es una de las actividades turísticas mayormente practicada en el destino para que los visitantes activos y pasivos de este deporte tengan la oportunidad de ser partícipes de un toreo anual de surf categorizado según el nivel de experiencia en el que los ganadores obtendrán premios económicos e incentivos por su buen rendimiento dentro de la competencia.

CAPITULO 1

ANTECEDENTES

1 Antecedentes de Puerto Engabao

Puerto Engabao es una de las comunas populares creciente del surf, un pueblo pesquero, donde se mantienen vivas las costumbres y tradiciones costeras, el tamaño de sus olas lo convierten en el principal atractivo para los surfistas que ven en este sitio el lugar ideal para practicar dicho deporte, también se conoce a la zona playa paraíso gracias a su ubicación tropical, las aguas cristalinas del pacifico siempre son cálidas.

El clima es regularmente soleado durante los meses de diciembre a abril. Las temperaturas son bastante cálidas, teniendo un promedio de 28°C. De mayo a noviembre, las temperaturas son más calientes, teniendo un promedio de 26°C.

La actividad principal de esta comuna es la pesca, de la cual se originan sus recursos económicos. Puerto Engabao es un lugar para alejarse de todo, ya que ofrece lo necesario a sus visitantes para que tengan unas vacaciones relajantes para quienes buscan descanso y adrenalina al máximo para jóvenes intrépidos que desean nuevas experiencias, ya que se puede poner en práctica las siguientes actividades: pesca deportiva, surf, paseos marítimos recreativos, fútbol y voleibol.

El mar entrega toda su riqueza al cantón con la abundancia de peces tales como: corvina, róbalo, berrugate, cazón, camotillo, sierra entre otros. La combinación de la naturaleza y la tranquilidad del sitio es la que ha atraído a muchos visitantes de todo el país y extranjeros, ya que esto siguen siendo los ingredientes distintivos de la playa de Puerto Engabao, preservados inteligentemente.

En el 2013, fue elegido como la sede del Circuito Nacional de Surf que se realiza todos los años en Montañita, además del Festival Gastronómico de Turismo Guayas, en la recientemente inaugurada ruta del pescador, a inicios del 2015.

Con base a cada una de sus bondades y recursos naturales, consideramos que es el momento de que el surf vuelva a ser protagonista en el puerto, tablas de todos los colores, surfistas de todas las edades y de todo nivel, suben a la gran roca para esperar una ola y lanzarse al agua, un torneo de surfing de primera categoría que atraiga visitantes nacionales y extranjeros puede ser la puerta de desarrollo para el crecimiento económico de la comuna de Puerto Engabao, puesto que lograría acaparar nuevos mercados que aún no han tenido la oportunidad de visitar este recurso natural.

1.1 Objetivo general

Evaluar los impactos sociales, ambientales y económicos al diseñar e implementar un producto turístico relacionado al Surf en la comuna de Puerto Engabao.

1.2 Objetivos específicos

Los objetivos específicos a considerar son los siguientes:

- Establecer el marco conceptual según el análisis de los aspectos geográficos, culturales, ambientales y socioeconómicos.

- Elaborar un análisis de la planta turística, infraestructura y la situación económica de la comuna de Puerto Engabao para su potencial oferta a través de herramientas de Organización y métodos.
- Proponer las directrices para el diseño del producto turístico y las estrategias de promoción para el destino.
- Elaborar un estudio de mercado, conocer el perfil del visitante que recepta la comuna, a través de encuestas y visitas técnicas en el sitio.

1.3 Metodología

El presente proceso de investigación por el cual se sustenta este proyecto es a través de la investigación cuantitativa, sin descuidar los aportes importantes que brinda la investigación cualitativa aunque los lineamientos a seguir son en base a la técnica cuantitativa con el fin de obtener resultados con criterios valorativos sobre el diseño de un producto turístico que cause un impacto positivo en Puerto Engabao

1.3.1 Recolección de datos

Para el proceso de selección de la muestra, a través de técnicas estadísticas, se requiere realizar recolección de la información para determinar las conclusiones del proyecto, utilizando

métodos, técnicas e instrumentos apropiados que determinan en gran medida la calidad de la información, siendo esta la base para las etapas subsiguientes y para los resultados.

1.3.2 Fuentes Primarias:

Se obtiene información por contacto directo con el sujeto de estudio; por medio de observación, cuestionarios, entrevistas, etc.

1.3.3 Investigación de oferta:

Información obtenida a través de trabajo de campo y catastro de establecimientos turísticos además del nicho de mercado establecido en base a la **observación y entrevista**.

Esta técnica aplicada a entes públicos, asociaciones y prestadores de servicios pertenecientes a la comuna de Puerto Engabao.



1.3.4 Observación

Con el propósito de llegar a un método analítico a través del registro visual de lo que ocurre en la situación real, clasificado y consignando los datos de acuerdo con algún esquema previsto y de acuerdo a la problemática características y condiciones de la localidad además de conductas, actividades, y factores ambientales en el entorno

1.3.5 Entrevistas

Con el fin de obtener comunicación interpersonal establecida entre con el sujeto de estudio a fin de obtener respuestas verbales a las interrogantes planteadas sobre el problema propuesto, permitiendo obtener información más completa y precisa.

Base preliminar a través del levantamiento de información, esto realizándose en toda la base de recolección de datos, esta investigación de campo se efectuó en el tiempo y lugar real (Puerto Engabao), combinando técnicas e instrumentos específicos tales como cuestionarios, observaciones entre otras.

Estas entrevistas aplicadas a los actores involucrados:

- Presidente de la comuna.
- Presidente del Comité de Turismo.
- Presidente de Asociación de pescadores.
- Presidente de la Asociación de prestadores de servicios turísticos.

El fin de las entrevistas consiste en determinar el potencial turístico que posee Puerto Engabao, las necesidades prioritarias de la comuna, problemas internos, y las posibles propuestas a ejecutarse dentro de la misma.

1.4 Fuentes Secundarias

La investigación bibliográfica es realizada con el fin de recolección de datos de carácter documental, como tesis empleamos esta técnica con el fin de recoger información de valor a partir de investigaciones ya hechas por otros investigadores con propósitos diferentes, en general, consultas de información relevante al proyecto recabada por otras instituciones y demás. Claro está de manera propicia debidamente analizado e interpretado.

Para este caso la consulta de tesis y demás libros que contenga información útil como referencia de Engabao información obtenida desde documentos de historia, expedientes académicos, fuentes estadísticas, MINTUR, etc.

Como toda investigación se presentan dificultades para desarrollar todos los aspectos planificados en la metodología, en este caso el acceso a la información viene a limitar el desarrollo de algunos resultados, dado que no se cuenta con un catastro ni registros oficiales sobre planta turística ni establecimientos que presten servicios turísticos.

CAPITULO 2

ASPECTOS GENERALES DE PUERTO ENGABAO

Las potencialidades de sus recursos naturales y culturales son significativos, Puerto Engabao, cuenta con playa en todo su perfil territorial y se han encontrado vestigios arqueológicos en sitios funerarios, además de una importante tradición de gráfica popular que se la exhibe en las embarcaciones, donde se han representado las imágenes religiosas veneradas por los pescadores.

La distancia que existe entre la ciudad de Guayaquil a Puerto Engabao es de aproximadamente 106-110, con un tiempo estimado

de 1 hora 30 minutos vía a la costa autopista E40 hasta progreso, tomando la E489 hasta playas.

A 15 minutos al norte del cantón Playas Villamil se encuentra la comuna Puerto Engabao, su temperatura oscila entre 24° C y 26° C por la zona donde se encuentra, tiene buena accesibilidad con ingresos frecuentes de transportes públicos y privados. Existen otros destinos cercanos a Puerto Engabao, como: Data Posorja, Progreso, Bellavista y Agua de Piedra.

Entre los atractivos turísticos que posee Puerto Engabao se sitúan:

Tabla I: Atractivos turísticos

#	ATRACTIVO	CATEGORIA	TIPO	SUB-TIPO
1	Playa Escondida (Punta de Piedra)	Sitio Natural	Costas o Litorales	Playas
2	Aniversario de la comuna	Cultural	Acontecimiento programado	Fiestas Tradicionales
3	Fiestas patronales	Cultural	Etnografía	Manifestaciones religiosas tradicionales y creencias.

Fuente: Autores

2.1. Aspectos geográficos

Se encuentra comunicado con el cantón Playas por una infraestructura vial de caminos secundarios y terciarios. Tiene una playa extensa de 8000 metros, un ancho de 50 metros, y poca pendiente, con oleajes frecuentes.

El puerto pesquero de Puerto Engabao está ubicado entre las coordenadas geográficas; 02° 33.7' Lat. Sur y 80° 29.9' Long. Oeste y pertenece al cantón Playas, provincia del Guayas. A 3 Km. del Recinto Engabao, a 11 Km de la población de General Villamil.

Mapa 1

Ubicación de Puerto Engabao



Fuente: www.googlemaps.com junio 16 del 2015

2.1.1 División Territorial del Cantón

La división territorial del cantón Playas está dada por la zona urbana de Playas con su cabildo, y sus alrededores:

Tabla II: Comunas de Playas y Guayas

CANTÓN	PARROQUIAS	COMUNAS
PLAYAS	General Villamil Playas	San Antonio Engabao
Guayaquil	Progreso, Posorja, El Morro, Puná	El Mamey

Fuente: Autores

Puerto Engabao posee una extensión de 279 Km². del cantón Playas, limita al Norte: con la Península de Santa Elena, Sur y Oeste: con el Océano Pacífico, Este: con las Parroquias Posorja y El Morro del Cantón Guayaquil:

Tabla III: Población de Playas año 2010

CANTÓN	HOMBRES	MUJERES	%	TOTAL	VIVIENDAS	ANALFABETOS	EDAD PROMEDIO
PLAYAS	21.242	20.593	1.1%	41.935	10.508	5.9%	27

Fuente: Autores, referencia INEC junio 16 del 2015

2.2. ASPECTOS CULTURALES

La cantonización de Playas fue una lucha Cívica Patriótica que tuvo como Gestores algunos personajes, en las distintas épocas de la existencia de Playas, así en los años de 1.969, el Sr. Rafael Guerrero Valenzuela dio la idea y luego también el Ab. Zenón Macías Tomalá en los años 1.972, con la ayuda de la Asociación de Estudiantes Universitario que la integraba el egresado de ingeniera. Gustavo De la A Escalante, el Dr. Héctor Onshón Onshón, etc. de igual manera pidió ayuda a los dirigentes barriales y de instituciones que se reunían en el cuerpo de Bomberosde Playas, en una de las reuniones se acordó recaudar fondos, con la venta de bonos Patrióticos que servían para financiar el proyecto.

Las fechas conmemorativas de Puerto Engabao se detallan a continuación:

- El Día del Pescador, es en el mes de Junio
- Cantonización, 15 de Agosto.
- Patronal en honor a la Virgen de la Merced, 24 de septiembre.

Las primeras asociaciones se dieron en la isla Puna (1560-1571) estaba el cacique Don Diego Tumbalá, uno de los primeros habitantes de Playas, Engabao y sus alrededores quedando Integrado de la siguiente manera:

- Presidente Sr. Feliciano Rodríguez Tigrero
- Vice-presidente Sr. Hugo Tomalá
- Secretario Sr. Alberto García Tomalá
- Tesorero Sr. Alfredo Tomalá Vera
- Síndico Sr. Juvencio Tomalá de la A.

Para 1950, se inicia en balsas pequeñas propulsión a remos. En 1990, se creó las facilidades pesqueras en el Puerto de Engabao, donada por el VECEP –Comunidad Europea. Este mismo año se creó la Cooperativa de transporte de camionetas con la ruta Playas-Engabao-Puerto Engabao.

En la actualidad la comuna cuenta con tres escuelas particulares y tres fiscales con grados básicos y un colegio que por el momento solo cuenta con el primer año de bachillerato, un dispensario médico y el hospital más cercano está ubicado en la cabecera cantonal,

2.3 Aspectos ambientales

La franja costera de Guayas se considera una región semidesértica y los pobladores se ven impedidos de explotar el potencial agrícola de la región.

La zona del puerto pesquero y de la comuna de Puerto Engabao, posee un clima árido con una marcada diferencia de las estaciones: seca (mayo-diciembre) y húmeda (enero-abril).

Esta zona se caracteriza por ser un ecosistema marcadamente estacional, donde se presenta una época seca (sin lluvias) de 6 meses, y otra lluviosa, de 6 meses también, por lo cual marca un diferencia entre el paisaje que se puede apreciar en estas dos épocas.

FLORA Y FAUNA

Puerto Engabao cuenta con su propia flora y fauna, para admirar fascinantes especies como: gaviotas, garzas, pelícanos, albatros, cucumbé, entre otros. El mar provee abundancia de peces entre ellos: corvina, róbalo, berrugate, cazón, camotillo y sierra entre otros.

El paisaje de la playa se caracteriza por la vegetación del bosque tropical seco, las especies de la zona son: samán, ficus, falso plástico, peregrina, croto, veranera o buganvilla, palmas, papayo, almendro, jacarandá, algarrobo, madera negra, entre otros. Ciertas épocas llegan a las costas variedad de especies como: lobos marinos, piqueros patas azules. Además el mar entrega toda su riqueza al cantón con la abundancia de peces y entre ellos: corvina, robalo, berrugate, cazón, camotillo, sierra entre otros.

La flora que se puede apreciar en los alrededores de Puerto Engabao es la siguiente:

Tabla III: Nombre científico de flora y fauna de Puerto Engabao

NOMBRE COMUN	NOMBRE CIENTIFICO
Cactus	<i>Armatocereus cartwrightianus</i>
Palo Prieto	<i>Erythrina splendida</i>
Algarrobo	<i>Prosopis Pallida</i>
Cascol	<i>Libidia corymbosa</i>
Muyuyo	<i>Cordia lutea</i>
Licuanco	<i>Coccoloba</i>
Plátano	<i>Musa paradisiaca</i>
Mango	<i>Magifera</i>

Fuente: Tesista, José Julián Silva

2.4 Aspectos socioeconómicos

Durante las visitas técnicas se realizó un inventario de los centros poblados y los recursos socioeconómicos del área de influencia del proyecto, a fin de obtener información que permita identificar impactos actuales y potenciales en la creación de un circuito de deportes recreativos para Puerto Engabao, determinando los siguientes recursos de esta comuna:

- Datos poblacionales oficiales.
- Tenencia y uso del suelo.
- Servicios básicos y de salud existente dentro del área de influencia.
- Infraestructura educativa: identificada.
- Actividades económicas desarrolladas por las poblaciones cercanas.
- Sitios de patrimonio arqueológico.

La pesca es una de las principales actividades del cantón. En la actualidad hay una actividad comercial inusitada, gracias al apoyo de su población, y además se han asentado muchas empresas comerciales, industrias camaroneras y atuneras.

Los habitantes se dedican también a otras labores: comerciantes, mecánicos de motores fuera de borda, reparadores de embarcaciones y artes de pesca, así como expendedores de gasolina y lubricantes; agricultura con cultivos de ciclo corto (principalmente en *época de invierno*); *carpintería para la construcción de sillas, mesas*, a la crianza de ganado porcino para venta y consumo interno un gran número de comuneros se dirigen a la ciudad de Guayaquil para dedicarse también a la construcción y tienen además otras fuentes de ingresos como la venta de arena y ripio.

Las Cooperativas de transporte, también integran la economía de forma importante para Puerto Engabao dependiendo de buses y camionetas doble cabinas que los movilizan de Playas Villamil hasta el Puerto. Actualmente, las casas de Puerto Engabao están legalizadas en el Municipio de Playas como propiedad comunal. La pesca artesanal ha sido ancestralmente una actividad desarrollada por los habitantes del sector.

2.5 Recursos: suelo, hídrico, turísticos y pesqueros

Playas es una cabecera cantonal que tiene como principal recurso una amplia playa, dada a su corta distancia de la ciudad de

Guayaquil se constituye en un lugar favorito para el turismo de playa, de varios miles de ecuatorianos, de modo especial en época vacacional de la Costa.

La situación actual en este sentido con relación a Puerto Engabao se detalla a continuación:

2.5.1 Suelo (Infraestructura vial)

Las cabeceras cantonales de la provincia del Guayas posee excelentes carreteras ya que Playas es una de las ciudades más importante de la franja costera de la provincia, permitiendo conectarse con las principales ciudades que ofertan turismo de sol y playas tales como: Salinas, La Libertad y Santa Elena.

2.5.2 Recursos hídricos

Uno de los principales problemas que enfrentan los pobladores del borde costero es la escasez de agua, directamente relacionada a la tala indiscriminada de bosques tropicales. Es por esta razón que la franja costera de Guayas se considera una región semidesértica y los

pobladores se ven impedidos de explotar el potencial agrícola de la región.

2.5.3 Recursos turísticos

Uno de los lugares más frecuentados de Playas por el turista es Puerto Engabao, receptando turistas de procedencia de todas las regiones del Ecuador y también del extranjero en los meses de verano. En los fines de semana se tiene la presencia de varios miles de turistas de toda condición social, siendo una gran mayoría de bajos y medianos recursos económicos que utilizan la playa como sitio de esparcimiento y de permanencia durante las jornadas diarias.

La franja costera ofrece algunos de los puntos más interesantes en el aspecto histórico- arqueológico. En este caso su más grande atractivo radica en sus playas,

En la Playa de Puerto Engabao se puede realizar algunas actividades como: pesca deportiva, surf, paseos marítimos recreativos, fútbol y voleibol. Quienes son amantes del deporte extremo contarán con la alternativa de elevar su adrenalina, para intrépidos surfistas que buscan disfrutar al máximo de las grandes olas para poner a prueba

sus destrezas y habilidades en el surf, convirtiéndola a esta actividad en un atractivo más para no dejar de visitar esta playa la cual posee un gran potencial para superar cualquier playa del Ecuador.

2.5.4 Actividad pesquera

La actividad pesquera es una de las más influyentes en la economía local. Se han identificado un total de 6 puertos pesqueros, los mismos que están distribuidos en el cantón de Playas. La mayoría de estos puertos tienen acceso marítimo y carreteras asfaltadas. Preliminarmente se han identificado 600 pescadores y 300 botes de madera. Utilizan arte de pesca pasivo como la red de enmalle y trasmallo, Puerto Engabao es considerado uno de los puertos principales donde la mayoría de asociaciones realizan sus actividades pesqueras a diario.

El mar ecuatoriano brinda a Playas una producción de peces y mariscos, que junto a la actividad camaronera y el turismo constituyen las labores principales de los comuneros. La pesca artesanal de mar es significativa tanto en el consumo doméstico como en la industria peninsular.

Entre las especies capturadas durante la pesca se encuentra corvina, robalo, langostino, lenguado y bagre; la mayoría de la producción realizada se comercializa en la ciudad de Guayaquil.

2.6. Infraestructura de servicios básicos.

Puerto Engabao en cuanto a servicios básicos se encuentra a medias ya que presenta ciertas falencias, a continuación se describe sobre las facilidades de servicios básicos que posee la comuna:

ELECTRICIDAD: (Cnel.), el 84% de las viviendas poseen energía eléctrica con la cual realizan sus actividades diarias, el 16% carece de electricidad siendo el total de las viviendas de 485 familias.

SERVICIO TELEFÓNICO: (CNT), en cuestión de telefonía local es bajo el porcentaje de personas que cuentan con línea telefónica en su mayoría utilizan celulares.

SISTEMA DE AGUAS SERVIDAS ALCANTARILLADOS: El sistema que utilizan los comuneros para la eliminación de las mismas es pozo séptico ya que el sistema de alcantarillado es casi nulo, existen pozos instalados en cada vivienda que solo cuentan con letrinas

ALCANTARILLADOS: La cobertura de alcantarillados sanitarios solo existe en un 60% de la población que se puede beneficiar de este servicio.

AGUA POTABLE: (Hidroplayas S.A.), Puerto Engabao hasta la actualidad cuenta con un sistema de agua potable inconcluso, los comuneros se benefician del suministro de agua potable solo en ciertos sectores, además de que no disponen de alcantarillados de agua lluvias y servidas. Siendo este el 75 % de agua potable, del cual solo el 50 % de la población está conectada a estos y el 25% restante se proveen de camiones (tanqueros) que llegan desde Playas, además de esto extraen agua dulce de ciertos pozos que encuentran los pobladores.

CAPITULO 3

ANÁLISIS DE DEMANDA Y OFERTA

3.1 Análisis y resultados de la demanda

No existe un catastro oficial sobre los visitantes que recepta la comuna precisamente, por lo general Playas Villamil anualmente es visitado aproximadamente por cien mil turistas de los cuales se desplazan a diversos puntos del cantón siendo uno de los destinos preferenciales Puerto Engabao, habitualmente los turistas en su mayoría son de procedencia nacional además de ciertos extranjeros que también visitan esta playa.

Para el tamaño de la muestra se consideró la fórmula de cálculo **población infinita**, ya que no existen datos con exactitud del tamaño de nuestro mercado.

Por lo tanto:

n= tamaño de la muestra a calcular.

P.Q= Varianza media de la población

Z= nivel de confianza 95%; 1,96

e= margen de error 5%

$$n = \frac{Z^2 * p * q}{e^2}$$

$$n = \frac{1.96^2 * 0.5 * 0.5}{0.05^2}$$

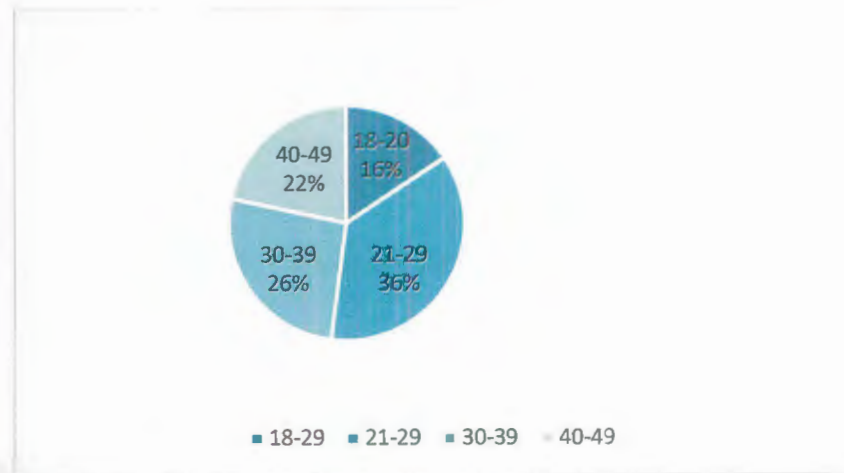
$$0.05^2$$

n= 384 encuestas

3.1.2 Análisis y resultados de la demanda

Perfil del visitante.

Gráfico 1 Edad de los encuestados



Fuente: Autores

ANÁLISIS: El mayor rango de edad de los visitantes que recepta Puerto Engabao está entre los 21 a 29 años con un 36%, seguido por turistas de 30 a 39 años con un 26%.

Gráfico 2 Estado civil del encuestado

Fuente: Autores

ANÁLISIS: El 58% de los encuestados respondieron ser de estado civil **solteros**, el 29% son visitantes casados y el 13% de estado civil divorciado.

Gráfico 3: Procedencia del visitante

Fuente: Autores

ANÁLISIS: Los turistas que recepta Puerto Engabao mayormente provienen de la provincia del Guayas, perteneciente a distintos cantones y de la ciudad de Guayaquil, seguidos por Santa Elena y turistas extranjeros en menor número.

Gráfico 4: Nivel de escolaridad del visitante

Fuente: Autores

ANÁLISIS: Los visitantes en su mayoría han alcanzado nivel de educación de secundaria seguido por turistas con educación superior.

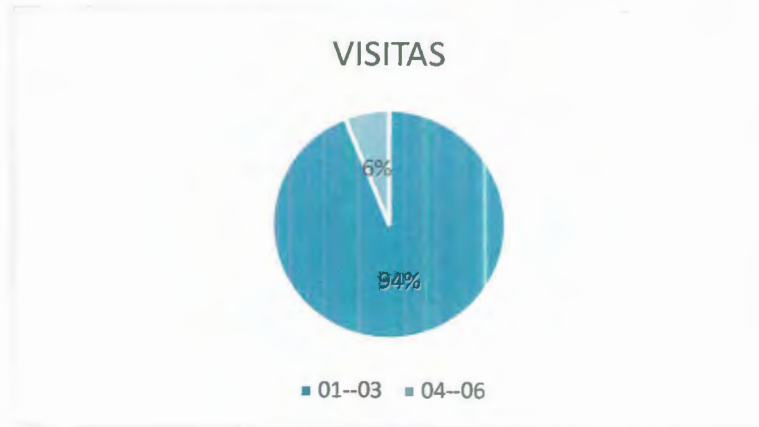
Gráfico 5: Motivación o actividad a realizar en su visita



Fuente: Autores

ANÁLISIS: El 38% de los turistas visitan la playa por surf, seguido por el 32% de turistas que recurren a Puerto Engabao por descanso, el 25% ven la pesca deportiva como una buena opción y el 5% por degustar gastronomía local.

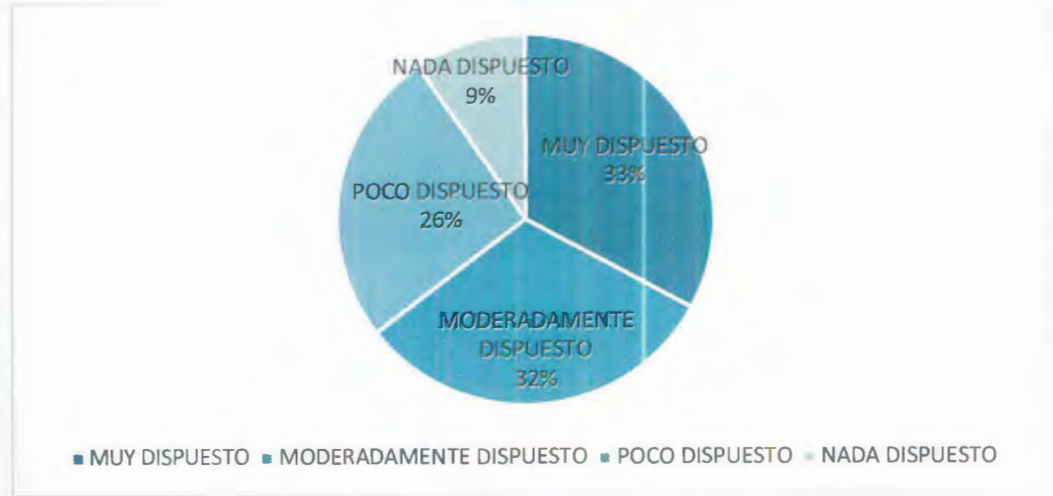
Gráfico 6: Frecuencia de visitas al mes



Fuente: Autores

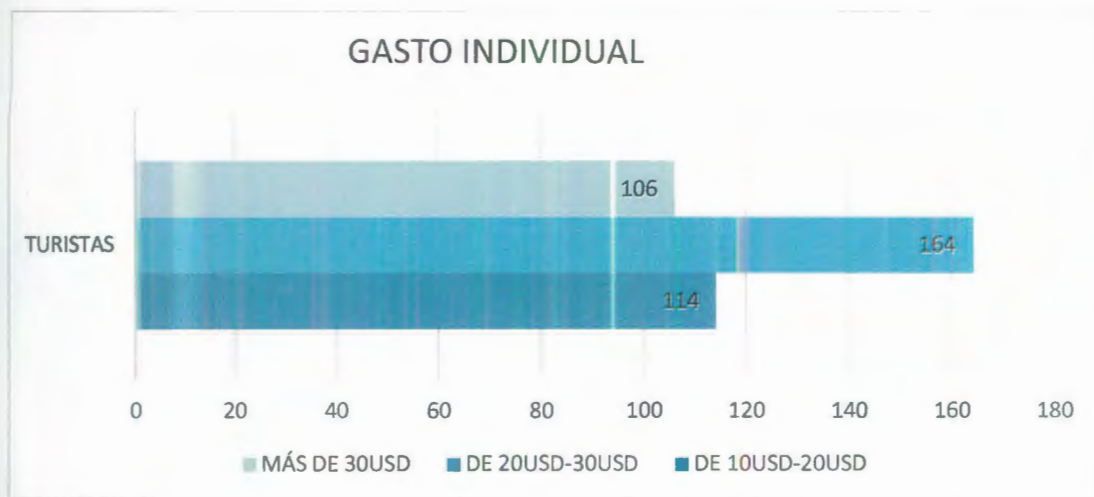
ANÁLISIS: EL 94% de los turistas visitan al menos de 1 a 3 veces al mes la comuna de Puerto Engabao, seguido por un 6% que recurre de 4 a 6 veces al mes por motivos de surf.

Gráfico 7: Estaría dispuesto a pagar por un evento de surf



Fuente: Autores

ANÁLISIS: Los turistas están dispuestos a ser partícipes en algún evento que este sujeto a un precio justificable de lo que se está ofertando como se puede determinar en el diagrama.

Gráfico 8: Gasto promedio

Fuente: Autores

ANÁLISIS: Mayormente el gasto realizado de forma individual no está entre veinte a treinta dólares, seguido por visitantes que gastan alrededor de diez a veinte dólares.

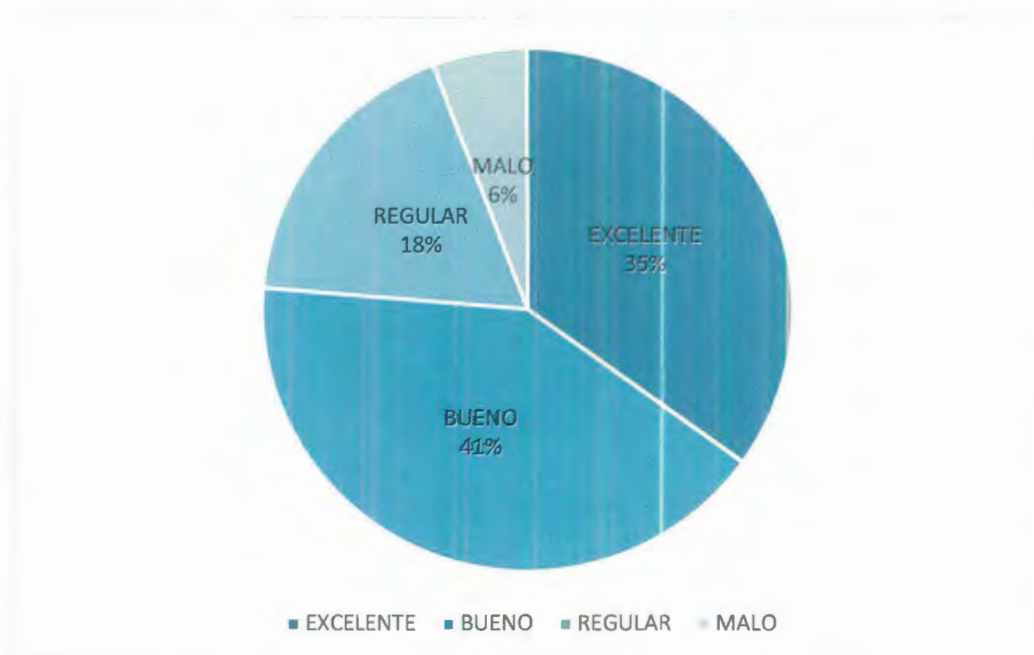
Gráfico 9: Actividades que el visitante le gustaría realizar



Fuente: Autores

ANÁLISIS: Los turistas están interesados en realizar varias actividades si existiera una gama de deportes o actividades recreativas en este destino, como se puede observar se destacan el surf con un 26%, seguido por pesca deportiva 14%, senderismo 12%, y observación de aves con un 12%.

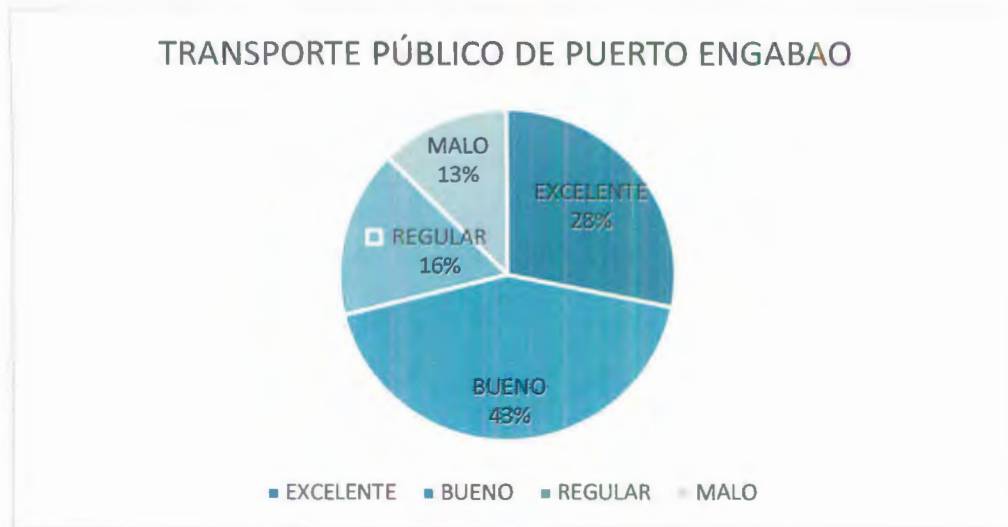
Gráfico 10: Consideración del visitante sobre del servicio de prestadores de servicios



Fuente: Autores

ANÁLISIS: el 41% considera que los prestadores de servicios brindan un buen servicio al turista, el 35% lo considera excelente pero si existe un porcentaje que lo califica entre regular y malo.

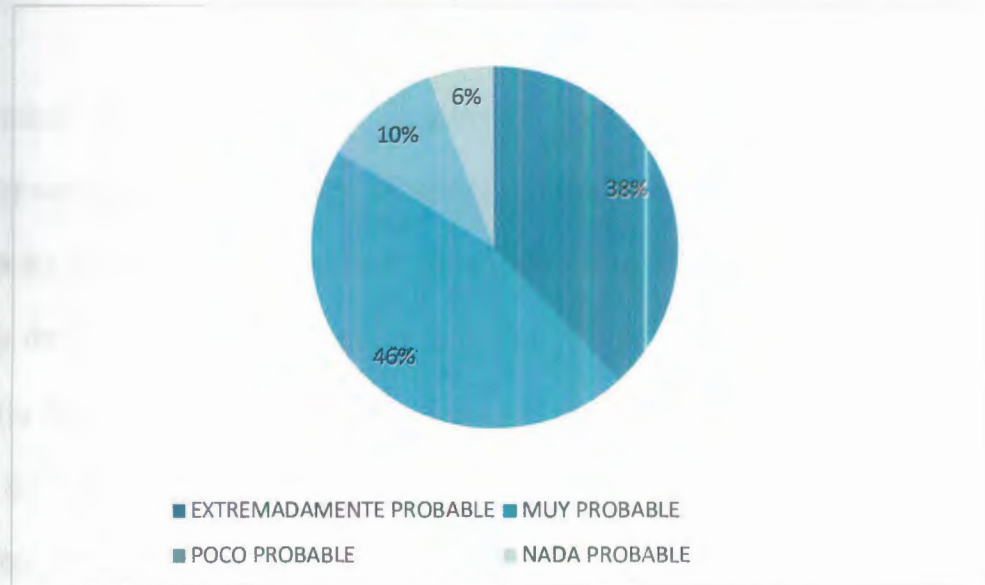
Gráfico 11: Consideración del visitante sobre el servicio de transporte público



Fuente: Autores

ANÁLISIS: se puede estimar que el 43% califican como bueno al servicio percibido, y el 28% lo califican como excelente.

Gráfico 12: Probabilidad de recomendación del destino para practica de surf



Fuente: Autores

ANÁLISIS:

Los visitantes si consideran un destino recomendable a Puerto Engabao para la práctica de deportes recreativos, como se podrá observar el 46% afirman grandes probabilidades de recomendación por lo que se cree que habrá aceptación con la creación de un evento anual de surf.

3.1.2 Resultados de encuestas

A través de las encuestas realizadas se pudo determinar con objetividad que los visitantes disfrutaban del atractivo natural que posee Puerto Engabao, pero a su vez necesitan encontrar y disfrutar de una variedad de actividades dentro de la misma, algo nuevo y diferente con relación al surf ya que la mayoría de visitantes sostuvieron que su principal motivación de visita al lugar es el surf, lo cual daría apertura para la creación de un torneo de surfing clasificándolo en distintas categorías.

3.2 Análisis de la demanda

Para el estudio pertinente se realizaron las encuestas necesarias a los visitantes que recepta Puerto Engabao, con las cuales se logró demostrar la potencialidad del destino y el producto principal que los turistas buscan en el lugar.

El mercado que se desea atraer son los visitantes en busca de surf ya que la demanda principal es motivada por la práctica de dicho deporte.

Los turistas son de procedencia nacional en su mayoría, pertenecientes a la costa ecuatoriana y un flujo no de gran magnitud de turistas extranjeros, en el momento de entrevistar a los turistas y preguntarles que les motiva visitar esta playa en su mayoría coinciden que lo que más les agrada de Puerto Engabao es que no existe turismo en masa y ellos pueden disfrutar con tranquilidad del aire puro, la paz y la tranquilidad aunque les gustaría que exista una planta turística que ofrezca más alternativas para pernoctar en el destino y que no sea un lugar de paso.

3.3 Análisis de oferta:

La oferta turística que se puede disfrutar actualmente en Puerto Engabao son: el faro de Punta Piedra, y su extensa playa que recibe enormes olas, flanqueada por grandes acantilados, llamada por los nativos como –Playa Escondida- un valor agregado con el que cuenta es que posee el aire más puro fresco y saludable de toda la costa ecuatoriana un lugar sumamente privilegiado.

Además de ser una playa hospitalaria y tranquila, los amantes de los deportes acuáticos o de diversas prácticas deportivas este es el lugar perfecto y acogedor para quienes se apasionan por el surf, sus olas permiten que tantos

principiantes y expertos disfruten intensamente del verdadero surf. Para quienes buscan un descanso y algo más relajado pueden realizar paseos marítimos alrededor del Puerto, caminatas, senderismo y pesca vivencial.

3.4 Planta turística

Los establecimientos que se pueden considerar parte de la planta turística que oferta Puerto Engabao son pocos, este planteamiento se lo determinó con la investigación posteriormente realizada.

Tabla V: Planta Turística (inventario)

#	ESTABLECIMIENTO	CANTIDAD	CATEGORIA	TIPO
1	Surfer point	1	Alimentación	Restaurante
2	Cafetería Bar- Restaurante Punta Piedra	1	Alimentación	Restaurante
3	Cabañas Restaurantes	9	Alimentación	Restaurantes
4	Hospederías Comunitarias	19	Alojamiento	Extra- Hotelero
5	Hospederías Independientes	6	Alojamiento	Extra- Hotelero

Fuente: Autores

Playa Escondida (Punta de Piedra) es considerada como un recurso principal dentro del Puerto, este faro se encuentra cerrado no está apto para visitas ya que muchos turistas desean tener acceso al mismo pero se necesita una readecuación. La mayoría de turistas llegan al sector de Punta Piedra ya que es allí donde se encuentran los escasos establecimientos de comida y también es donde pueden bajar para realizar sus actividades recreativas.

Cabe mencionar que adicional a los atractivos oficiales, el campeonato de surf de nativos se suele realizar por fiestas del mes de Agosto y las fiestas de San Pedro los pescadores por la cual realizan competencias marítimas en las que participan pescadores de la localidad en sus respectivas lanchas, esta competencia es realizada el día de los dos de julio la cual tiene mucha afluencia ya que llegan turistas nacionales y extranjeros.

Los acontecimientos tradicionales y populares dentro de la comuna se los considera motivación propia de los pobladores, definidas como fechas cívicas y otras religiosas, de las cuales se destacan la fiesta en conmemoración al aniversario de la comuna la cual celebran cada 3 de julio, sin importar el día de la semana que este acontezca empezando desde la mañana hasta el 4 de julio, donde se realizan varias actividades y participaciones de artistas locales y cercanos a la localidad.



También se puede situar la fiesta en honor a la Virgen "La Dolorosa" patrona de la comuna para fieles creyentes, considerada en la categoría de una manifestación religiosa evento que es realizado cada mayo en la segunda semana del mismo es decir un día posterior al Día de las Madres.

Acontecimientos de esta magnitud son realizados en el Parque Central perteneciente a la comuna, quienes se encargan de la organización de estos eventos es la comitiva del Centro Comunal.

3.5 FODA: COMUNA PUERTO ENGABAO.

La matriz FODA permite establecer un panorama lo más ajustado posible a la realidad de la comuna, para identificar de manera precisa los aspectos positivos sobre los que se puede construir y lo negativo a superar.

Representada de la siguiente manera:

-Fortalezas

- Playa con el aire más puro y fresco de la costa ecuatoriana.
- Las olas más apetecibles por los surfistas.
- Lugar acogedor y tranquilo para el descanso del turista.

- Gente hospitalaria con deseos de trabajar servir y aportar en el crecimiento de su comuna.
- Muy frecuentada por turistas.
- Ubicación territorial estratégica en el perfil costanero.
- Punta Piedra posee un faro que debería ser rehabilitado para el turista.
- Organización comunal, agrupadas en diferentes asociaciones.
- No existe turismo masivo en la playa.
- Apto para turismo de descanso.
- Interés de parte de la localidad por el desarrollo turístico del destino.

-Oportunidades

- Empresa privada trabaja en proyectos los cuales podrían beneficiar a la comunidad local.
- Recursos naturales de gran singularidad.
- Comunidad local dedicada a la pesca artesanal.
- Las mejores olas de surf de toda la costa ecuatoriana.
- Establecer fuentes de trabajo y nuevas oportunidades de superación para los nativos de la comuna.
- Turismo masivo en Playas Villamil en temporadas altas o feriados da apertura a Puerto Engabao como principal opción como destino de poca afluencia turística.

- Créditos del Banco Nacional de Fomento a microempresarios.

-Debilidades

- Algunos aspectos esenciales del sitio no brindan las cualidades necesarias para garantizar una experiencia de calidad al turista.
- Ausencia de infraestructura turística.
- Poco conocimiento sobre el destino.
- Transporte local no ofrece un servicio directo a la comuna.
- Desorganización en las diferentes asociaciones involucradas directamente al desarrollo turístico.
- La playa carece de zonificación.
- Ausencia de salvavidas y resguardo policial en la playa.
- Ausencia de señaléticas.
- Falta de tachos para la clasificación de desechos sólidos para que los turistas no arrojen basura en la playa.

-Amenazas

- Calles y carreteras internas de segundo orden.
- Animales domésticos en principales vías de acceso.
- Proyecto Karibao, los comuneros están completamente seguros que no verán beneficios considerables en el aporte económico para ellos.
- Planta turística no apta para acaparar demanda turística en masa.

- Animales dentro de la comuna (chivos, cerdos y perros) en las calles principales.
- Insalubridad por la proliferación de crías de porcinos y otros animales domésticos.
- Falta de intervención del sector público de Playas dentro de la comuna.
- Litigio de tierras, confrontaciones entre comuneros y personas ajenas a Puerto Engabao.

3.6 Diagnóstico turístico: situación actual

Puerto Engabao es una playa amplia de forma recta, ubicada en acantilados bajos cerca de Engabao la actividad principal como ya se conoce es la pesca artesanal por lo que podrán divisar abundantes fibras pesqueras a lo largo de la franja costera.

Existe un acantilado bajo que separa la zona de recreación con la zona de pescadores en la zona de recreación se encuentra el faro y esta la punta donde rompen las olas más espléndidas que el surfista desea encontrar llenas de adrenalina.

La planta turística con la que cuenta en la actualidad Puerto Engabao es la siguiente:

- **Cabañas que ofrecen alimentación** en total son nueve cabañas, de las cuales seis están abiertas todos los días de la semana.
- **Hospederías (casas comunitarias)** diecinueve casas funcionan como hospederías para el servicio del turista.
- **Hospederías independientes** se cuenta con seis casas que funcionan como departamentos de los cuales cuentan con tres a cuatro habitaciones.

Las vías de acceso son un factor muy necesario para cualquier actividad productiva, las principales vías terrestres que comunican a Puerto Engabao con el resto de provincias pertenecientes a la costa son:

- La carretera Guayaquil – Playas – Posorja.
- La carretera Guayaquil – Salinas que continúa con la vía costera hasta Puerto Cayo.
- La carretera Guayaquil - Machala que conecta con la provincia de El Oro.

Las vías internas de la comuna comprenden vías asfaltadas y lastradas además de caminos vecinales, Puerto Engabao en su mayoría posee calles de segundo orden.

Los transportes que pueden movilizar al turista son:

- Cooperativa Narcisa de Jesús.
- Camionetas (taxis)

La tarifa de los buses en transporte público es la siguiente:

- Puerto Engabao 0.75 centavos cooperativa Narcisa de Jesús desde Villamil.
- Playa Paraíso 0.50 centavos cooperativa Narcisa de Jesús desde Villamil.

La frecuencia de sus recorridos se da cada 25 minutos.

También se puede utilizar los taxis cuya tarifa es de un dólar por persona, con salida de capacidad para pasajeros llena.

Las problemáticas que existen para el uso de transporte hasta Puerto Engabao son:

- De lunes a jueves pocos pasajeros.
- Vías en estados regulares.
- Carreteras de segundo orden.

El tiempo estimado en transporte público es de 35 minutos hasta Puerto Engabao.

3.6.1 Conclusión de Diagnóstico Actual

Esta información indica que en torno a la calidad de servicios se denota falta de atención al cliente en este caso al turista, aunque ofrecen un buen trato cálido y cortés los prestadores de servicio carecen de capacitaciones constantes del servicio al cliente, el turista llega como primer punto de visita a Punta Piedra donde los lugares en los que puede degustar de la gastronomía local son dos, el trato al turista es regular por lo que se ha considerado que el objetivo del prestador de servicios es solo vender más no lograr la satisfacción del cliente mediante el buen trato y servicio proporcionado por parte de ellos.

Ausencia de bares y establecimientos que ofrezcan bebidas y platos afrodisiacos lo cual el mercado potencial como son los turistas buscan en el lugar al menos no en la zona céntrica de la comuna por lo que los turistas una vez realizadas sus actividades recreativas deciden salir de la comuna.

Por lo que es recomendable mejorar la planta turística del lugar, capacitar prestadores de servicios en cuanto a servicio al cliente y que exista una zonificación adecuada en la playa.

3.7 Situación socio-económica

Puerto Engabao en cuanto al sector económico primario y secundario comprende todas las actividades con relación a la naturaleza por ende se ha analizado las actividades económicas que sobresalen dentro de la comuna como lo son: la pesca artesanal, comercio (elaboración de tramoyas de pesca) y turismo de aventura.

Los procesadores de materia prima son comuneros que se dedican a la confección de tramoyas y redes para pescar las mismas que son vendidas en un precio considerable además de dedicarse a la construcción de lanchas para dicha actividad en los alrededores no existen industrias especializadas en esta actividad de hecho se desplazan hasta el cantón Playas donde existen pocas industrias especializadas para proveerse de materia prima cuando se es necesario.

El sector terciario comprende las actividades de servicios básicos (agua, luz y electricidad), comercio (casas comunitarias, hospederías comunitarias, cabañas de comida, artesanías, restaurantes, quioscos de comida rápida y transporte) todo esto conlleva al desarrollo económico del Puerto por lo que se concluye que las actividades económicas principales de la comuna son la pesca artesanal y el turismo que está abriendo paso en el desarrollo económico de forma sustentable y consciente aunque no existe un producto

elaborado por el cual incentive a muchos turistas visitar esta playa con abundante riqueza natural.

3.7.1 Influencia de la actividad pesquera en la economía local

Al sostener una entrevista con los principales representantes de las asociaciones de pescadores de la localidad se pudo determinar el número de socios y trabajadores con los que cuentan:

Tabla IV: Asociaciones de pesca artesanal en Puerto Engabao

COMUNA	ASOCIACIÓN	SOCIOS	TRABAJADORES	TOTAL DE ACTORES
Puerto Engabao	Asociación Puerto Pesquero Engabao	90	315	405
	Asociación 25 de Marzo	59	118	177
	Asociación San Jacinto	110	0	110
	Asociación Brisas del Pacífico	43	65	108
	TOTAL	4	302	498

Fuente: Autores

En la tabla se puede estimar el número de personas dedicadas a la pesca artesanal consideradas como trabajadores autónomos entre ellos mismos colaboran entre sí para su faena pesquera.

Para buscar el bienestar común de todos los socios se han seleccionado representantes de cada asociación para trámites legales, participación social,

todos los permisos, matrículas y permisos que conlleven o se relacionen a la actividad pesquera por lo que se han estructurado de la siguiente forma:

- Presidente.
- Vicepresidente.
- Gerente.
- Secretario.
- Consejo de vigilancia consejo de administración.

Cabe tener en consideración que aunque la pesca artesanal es una actividad constante las temporadas altas no existen por lo general la producción siempre está en un nivel medio es decir, de diciembre a julio las ventas están regulares gracias a que existen olas de cuatro a seis metros el mar bravo beneficia totalmente a la pesca, y la temporada baja empieza de agosto a noviembre meses que son completamente difícil para la producción pesquera por lo cual la economía de cierta forma va en declive en las fechas ya mencionadas.

En cuanto a escolaridad de los comuneros dedicados a la pesca según las asociaciones registradas se estableció que:

Tabla V: Escolaridad entre pescadores artesanales

ASOCIACIÓN	PRIMARIA	SECUNDARIA	SUPERIOR
Asociación Puerto Pesquero Engabao	255	150	0
Asociación 25 de Marzo	167	10	0
Asociación San Jacinto	100	10	0
Asociación Brisas del Pacífico	93	15	0
TOTAL	615	185	0

Fuente: Autores

Las personas dedicadas a dicha actividad en su minoría han culminado la secundaria es un gran número de comuneros que solo cuentan con estudios primarios quienes necesitan de constantes capacitaciones para desarrollarse en el sector turístico como se puede notar no cuentan con estudios superior por lo general mencionan que siempre se están capacitando pero no con relación a la pesca artesanal sino a desarrollo de cooperación y voluntariado, dentro de la comuna solo dos asociaciones recibieron capacitaciones técnica

en cuanto a su actividad como lo son la Asociación de Puerto Pesquero y San Jacinto.

En un registro facilitado se sostiene los últimos ingresos económicos de pesca artesanal (2012 – 2013).

Tabla VI: Producción e ingresos promedios en pesca artesanal

ASOCIACIÓN	Producción anual (libras)		Ingreso promedio anual		Precio libra promedio		Productos
	2012	2013	2012	2013	2012	2013	
Asociación Puerto Pesquero Engabao	3180704	3175200	1656036	1724927	0,52	0,54	Pescado
Asociación 25 de Marzo	2254261	2250360	1173683	1222508	0,52	0,54	Pescado
Asociación San Jacinto	4350329	4342800	2265002	2359226	0,52	0,54	Pescado
Asociación Brisas del Pacifico	2026227	2022720	1054956	1098843	0,52	0,54	Pescado
TOTAL	32'111 521	29'181,030	6'149,677	6'405,504			

Fuente: Autores

El precio promedio se mantuvo durante esos dos años, en la actualidad no se cuenta con un catastro oficial para un análisis económico comparativo entre el año 2014 y el 2015. En la actualidad los pescadores sostienen que la producción de mayor comercialización son los langostinos por lo que se estima el 50% de venta, el 25% pescado y el otro 25% camarones; el destino de la materia prima es la ciudad de Guayaquil (mercado de Caraguay) en

grandes cantidades, seguido por el cantón Playas y cantones cercanos de la provincia del Guayas.

3.7.2 Influencia de la actividad turística en la economía

Se han determinado dos estacionalidades en el transcurso del año como son las temporadas altas y bajas, la demanda en temporadas altas se sitúan en un gran porcentaje de visitantes. A continuación se puede observar según el catastro de los turistas visitantes en General Villamil Playa.

Tabla VII: Afluencia turística de los últimos cuatro años en Villamil Playas

AÑO	FIN DE SEMANA Y FERIADOS	TEMPORADAS	AFLUENCIA TURISTICA
2010	Fin de semana	Alta	Cuarenta mil
2011	Fin de semana	Alta	Ochenta mil
2012	Carnaval	Alta	Doscientos mil
2013	Fin de semana	Alta	Trescientos mil
2014	Carnaval	Alta	Cuatrocientos mil
	TOTAL		Un millón doscientos mil

Fuente: Autores

Con referencia a temporadas altas los comuneros sostienen que en los últimos años es decir del 2010 – 2014 la afluencia turística en cuanto al destino de Puerto Engabao supera a las doscientos sesenta mil personas que se desplazan de Playas Villamil a esta comuna por su tranquilidad y poca afluencia de masa.

Se puede determinar según catastro del cantón Playas que sería en 25 % de la afluencia turística que recepta General Villamil concurre a Puerto Engabao. A continuación se puede observar el siguiente análisis:

3.7.3 La demanda turística actual, impacto en la economía local.

Como se mencionaba anteriormente en el estudio de demanda, refiriéndose al perfil del turista que visita Puerto Engabao concluye que el 95% son turistas nacionales y el 5% turistas extranjeros.

Los visitantes en su mayoría visitan la comuna por ocio, descanso, contacto con el entorno y sobretodo surf por efecto son considerados excursionistas ya que preferiblemente al no existir una planta turística que cumpla la satisfacción o expectativas del cliente se desplazan al cantón Playas

Lo mismo que es perjudicial para Puerto Engabao en cuanto a economía puesto que sus gastos de estadía lo realizan fuera según fuentes de la asociación de hoteleros perteneciente a Playas el gasto promedio por tres días fluctúa entre los ciento cincuenta y doscientos dólares.

El Reef Classic que se desarrolló el 28 de enero y el 1 de febrero del 2013, fue el principal atractivo y la época donde Puerto Engabao acogió a miles de turistas nacionales y extranjeros dándoles una oportunidad de desarrollo económico de forma eventual aunque existe la problemática de pocos establecimientos que no se alcanzan abastecer con dicha demanda.

De manera general se puede establecer que el turismo pese a estar considerado dentro de la cadena productiva económica en lo que respecta al sector terciario, no tiene un alto impacto económico dentro de la comuna, debido a la ausencia de actividades involucradas al sector turístico aunque de forma indirecta existen actores que aportan con la economía local.

CAPÍTULO 4

DISEÑO DE UN EVENTO DEPORTIVO BASADO EN EL SURF EN LA COMUNA PUERTO ENGABAO

4.1. Producto turístico.

Un producto turístico es un conjunto de componentes tangibles e intangibles que incluyen recursos o atractivos turísticos, infraestructura, actividades recreativas, imágenes y valores simbólicos para satisfacer motivaciones y expectativas, siendo percibidos como una experiencia turística.

Todo producto turístico consta de tres componentes:

- **Experiencial.-** Relacionado a la participación en festividades, eventos, actividades de esparcimiento, vínculo con las comunidades, calidad en el servicio, tranquilidad y seguridad.
- **Emocional.-** Factor humano y cultural, así como a la hospitalidad de los anfitriones del destino.
- **Material.-** Infraestructura, atractivos turísticos, instalaciones, planta turística.

Conceptualizar un producto turístico implica plantear la temática principal del producto, así como las características y elementos básicos que debe tener para diferenciarlo de la oferta actual.

Con base a esto para establecer nuestro producto, luego de haber indicado la oferta turística de Puerto Engabao, se realizó un enfoque hacia la necesidad del visitante:

Posteriormente, se plantea el diseño de torneo de surfing anual para la comuna de Puerto Engabao considerando todas las bondades del sitio para dicho evento.

Con los resultados previamente obtenidos en Puerto Engabao, es notoria la necesidad de iniciar el diseño e implementación de un producto turístico que también contribuya al desarrollo social y económico de forma sustentable, para

un turismo diferente con una visión amplia y conservadora, sin implicar impactos negativos al recurso natural e intacto de este destino logrando la satisfacción total del turista.

Dadas las circunstancias se plantea diseñar **“Un torneo de competencia anual de surf para la comuna de Puerto Engabao”** lo mismo que también generaría plazas de empleo y nuevos negocios (implementación de planta turística) para la población creando nuevas oportunidades para la región local.

Un antecedente por el cual se prevé este torneo fue porque en años posteriores se efectuó el REEF CLASIC, la única vez que se realizó tuvo una demanda excepcional por ende el producto turístico estará basado en un evento anual que cite a turistas de todos partes del país y del mundo, además que la mayoría de visitantes como se puede verificar en las encuestas acuden por practica y observación de dicho deporte.

¿Por qué diseñar el evento?

Para fomentar la afluencia de visitas al destino y consolidar este sitio como la mejor opción para práctica de surf, y de esta manera lograr un beneficio para la comunidad local.

¿Por qué en Engabao?

Las características geográficas que posee el destino son una de las mejores para la práctica de la actividad ya que posee oleajes frecuentes con olas que fluctúan entre el 1.35 y 1.45 metros, además posee atractivos naturales como su playa y un rompeolas natural y según la UNESCO el segundo mejor clima del mundo.

Se diferencia de otras playas en las que se practica surf porque es la más cercana a la ciudad de Guayaquil que es donde proviene la gran mayoría de visitas según las encuestas realizadas, para los turistas que practican el deporte las características físicas como el rompeolas es su principal motivo de visita, para otro porcentaje la playa es su motivo de turismo.

La comunidad local se encuentran muy receptivas a esta clase de eventos porque conocen de sus beneficios, y quieren formar parte del mismo.

4.2 Justificación del diseño.

La elaboración de este diseño de producto turístico es en base al potencial más destacado con el que cuenta Puerto Engabao lo mismo que se

determinó mediante los análisis debidamente enfocados a una realidad actual, como se puede observar en el capítulo 3 que contiene el estudio técnico de la presente investigación luego de entrevistas, encuestas y participación de actores claves con los que se fueron contando conforme se avanzaba en la recolección de información.

Se ha buscado determinar el potencial del destino ya antes mencionado pretendiendo realzar el diseño basado en la ausencia de actividades recreativas de aventura por un amplio mercado de surf y demás actividades acuáticas, con propósitos de reactivar la demanda apuntando a nuevos mercados para la integración de cada uno de los sectores productivos de la localidad.

Para lograr dicha investigación se suscitaron muchos inconvenientes debido a: falta de un catastro actualizado, bajo nivel tecnológico, falta de capacitación en cada sector con referencia a la actividad turística, planta turística no estructurada, debido a informalidad de los servicios de hospederías comunitarias y servicio de restauración.

4.3 Propuesta del diseño.

Para realizar la propuesta de negocio se utilizaron técnicas de emprendimiento para el desarrollo de productos, llamado lienzo de modelo de negocios el cual permite describir los procesos claves para el desarrollo del mismo.

El torneo a realizarse se compone de las siguientes características:

Nombre del evento:

Actividades a realizarse:

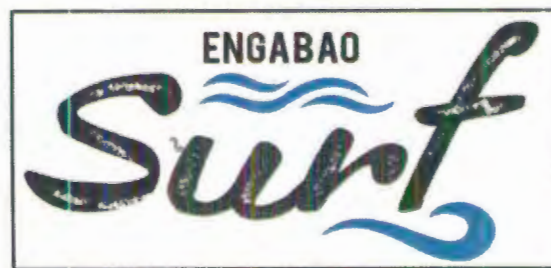
Lugar:

Periodo:

Horario:

Valor de inscripción:

Figura 1: Logo de Producto Turístico



Fuente: Autores

Torneo de surfing 2016

Playas General Villamil, 23 y 24 de Agosto del 2016 playa de Puerto

Engabao

Requisitos para participantes: Presentar documentación de ser federados, cedula de identidad o pasaporte y 2 fotografías.

Costo de Inscripción: \$250 USD por categoría.

Inscripciones:

Desde el 5 de agosto al 10 de agosto del 2016 en Playa Puerto Engabao desde las 10h00 a las 15h00, en Sumbawa shop de San Marino a partir de las 14h00 hasta las 18h00 y en el hotel Montañita desde las 14h00 hasta las 18h00.

Las inscripciones para menores de edad, deberán ser firmadas con responsabilidad absoluta de padre o tutor.

GANADORES DEL TORNEO:

Serán dos días de competencia, se contabilizarán los puntos de ambos días y el primer lugar de las categorías surfing gran master y surfing master serán acreedores de pasajes con todo incluido para el evento anual de surf en Hawaii (Meca del Surf) reconocido por ostentar algunas de las más altas y limpias olas que existen en el mundo. Y para las demás categorías, ellos serán acreedores de dinero en efectivo es decir segundo y tercer lugar.

Tabla VIII: Categorías de surf para participantes

Cantidad ¹	CATEGORIAS ²	EDAD ³
10 ⁴	Surfing libre varonil ⁵	17 años en adelante ⁶
10 ⁷	Surfing libre femenin ⁸	17 años en adelante ⁹
10 ¹⁰	Surfing gran master ¹¹	40 años en adelante ¹²
10 ¹³	Surfing master ¹⁴	35 años en adelante ¹⁵
10 ¹⁶	Surfing master femenin ¹⁷	35 años en adelante ¹⁸
10 ¹⁹	Surfing senior ²⁰	28 años en adelante ²¹

Fuente: Autores

JUECES:

Serán asignados por la Federación Ecuatoriana de surf, y sus decisiones serán respetadas es decir inapelables.

REGLAMENTO:

El que rige la International de Surf Association.



LACTUR - BIBLIOTECA

4.4 Propuesta de valor

El evento va a consistir en un torneo (competencia de surf) bajo el concepto de turismo deportivo, además de contacto con la naturaleza, ejercicio físico se integran para crear un producto que va más allá en una competencia sino que se basa en promocionar el destino y el deporte en sí en pocas palabras promover y desarrollar el surf.

Tabla IX: Torneo de Surfing Puerto Engabao

	DE GOBIERNO	PROVEEDORAS DE SURF	PRODUCTORAS DEL EVENTO
FIN	Promover y desarrollar el surf en la comuna de Puerto Engabao		
MISION	Fomentar el turismo a través del surf dentro de un ámbito de competencia de esta modalidad deportiva.	Satisfacer la necesidad del visitante activo (comunidad practicante del surf) tanto de amateur como la de profesionales y del visitante pasivo generando un espectáculo de agrado y desarrollar el nivel del surf en este destino.	Proteger los intereses de los competidores y sus equipos en cada torneo.
OBJETIVO	Liderar como principal destino de la costa ecuatoriana para torneos de surf de forma que se asegure el desarrollo a nivel turístico y deportivo en la organización de competencias de surf.	Proveer a la comunidad de actividades deportivas profesionales y amateur.	Organizar un evento anual deportivo con un sistema de competición periódico regularizado bajo un mismo reglamento.
ACTIVIDAD PRINCIPAL	Creación de eventos de surf de mayor realce dentro de la comuna de Puerto Engabao.	Facilitar la práctica y la competición de surf como mayor atractivo en la playa de Puerto Engabao	Generar afluencia de visitantes y espacio para competidores.

Fuente: Autores

Los puntos favorables que se han tenido en cuenta para el desarrollo del surf en este destino son:

- Dos horas de distancia entre Guayaquil y Puerto Engabao.
- El recurso natural que posee son sus oleajes frecuentes. Las características geográficas que tiene como su “rompeolas natural” que lo hace muy atractivo a los deportistas y también a los que visitan el sitio solo en calidad de turistas. Además de varios kilómetros de playas.
- Posee olas casi todos los días del año por lo que es un punto reconocido a nivel nacional a diferencia de otras playas aquí se practica surf todo el año.
- Playas posee el segundo mejor clima del mundo, aguas calientes y sol la mayoría del día.
- En los últimos años el surf es el deporte que demanda mayor afluencia de visitantes.

4.4.1 Segmento de mercado

Se ha procedido a segmentar el mercado de los visitantes que son amantes del surf principalmente de Guayas por tal motivo se establece las personas que participen en el deporte de forma activa y pasiva.

Los visitantes que participan de forma activa busca experimentar la actividad del surf y también el contacto con la naturaleza, emociones varias, y el riesgo. La actividad es el principal motivo de viaje de este turista sin importarle los atractivos que posea el sitio. Realizan la actividad para experimentar la adrenalina y sensaciones extremas. Siempre midiendo la etapa en la que se encuentre el deportista. Por lo general organiza su viaje sin necesidad de intermediarios por lo que ellos mismos planifican su experiencia.

Los visitantes que participan de forma pasiva especialmente llama su atención el contacto con la naturaleza por lo que prefieren actividades relacionadas a la observación de flora y fauna y los atractivos que posea el sitio. La sensación de tranquilidad y la oportunidad de escapar de la rutina es su principal motivación por lo que sus actividades están más relacionadas al contacto con el medio ambiente y mantener contacto con la comunidad local y la observación de los que practican surf.

4.4.2 Análisis del producto y el visitante:

Se ha tomado en cuenta los siguientes aspectos:

- La línea, que es la variedad de productos a ofertarse por categorías.
- La marca, que es el nombre comercial que se le otorga al producto.
- Los servicios adicionales o complementarios que tiene que ver con lo ofertado al cliente y que facilite su uso y consumo.

Conociendo la demanda de nuestro destino que va más allá de la información básica como se trata de conocer de cerca sus motivaciones, expectativas, se realizó un análisis cuantitativo de la demanda turística a través de las encuestas.

Para el análisis fue pertinente responder a las interrogantes de:

- Perfiles adecuados al estilo de vida (Lifestyles) que tipo de actividades le gustan realizar.
- Perfil del turista extranjero, en busca de nuevas experiencias.
- Perfil del vacacionista nacional, en busca de deporte, ocio y otros.

Con base a los resultados obtenidos en el estudio de mercado se ha determinado el perfil del cliente (turista) de la siguiente forma:

1) Demanda potencial.- Aquella población turística con capacidad de gasto y tiempo libre, que conforma el mercado turístico con diferentes motivaciones como: tradicional o de circuito, de aventura o desafío en este caso la afluencia mayor de Puerto Engabao inclinada por deportes acuáticos (surf), turistas nacionales y extranjeros.

2) Demanda real.- La demanda potencial, (visitante pasivo) con capacidad de pago, que compra un viaje y genera una reservación de servicios en la oferta, la cual es muy baja por la falta de establecimientos turísticos.

3) Demanda efectiva.- Población que consume el producto turístico (visitante activo) con los siguientes resultados:

- a) Una experiencia intangible para el turista.
- b) Un ingreso económico directo para los prestadores de servicios.
- c) Un ingreso económico indirecto para los otros agentes de la producción que han participado en la elaboración del producto turístico.

La demanda real y la demanda efectiva son a las que se quiere atraer con la creación de este torneo competitivo de surf.

4.4.2 Participación de actores en la propuesta

La participación de actores clave es fundamental para el logro de la propuesta del producto creado en un espacio de diálogo, donde se exponen y debaten ideas con el objetivo de llegar a un consenso, buscando las opciones de producto con mayor viabilidad de desarrollo.

Es importante identificar a los actores vinculados directa o indirectamente a la actividad turística y al desarrollo de los productos turísticos. En la etapa de análisis del destino turístico se ha obtenido la base de datos de los principales representantes de cada asociación, información sobre la planta turística (hospederías comunitarias y cabañas de comidas), además de representantes del gobierno local.

El propósito es contar con tres puntos de vista:

- **Desde el gobierno local**, por la disposición económica y apoyo institucional a la propuesta de desarrollo del producto y permisos necesarios del ayuntamiento por el espacio público, caminos de accesos, parking y demás.

- **Desde los empresarios locales**, por la visión de mercado, su proyección empresarial, y capacidad de gestión y participación en propuestas que involucran trabajo en conjunto con el sector público para el desarrollo local y mejora de la planta turística.
- **Desde la población local**, medir la aceptación y comodidad frente a propuestas de desarrollo turístico a través de **un torneo basado en el surf**.

4.4.3 Lineamientos a seguir para promocionar el producto turístico en Puerto Engabao.

Figura 2: Producto Turístico



Fuente: Autores

4.4.4 Valor Social

Contribuir al desarrollo turístico y aprovechar sus servicios y la hospitalidad de su gente además del impulso de los valores del surf en la sociedad (ecología, sostenibilidad, alternativa de ocio).

4.4.5 Estructura organizativa

La estructura organizativa depende de las funciones asignadas que se desarrollaran dentro del evento

1. Producción de torneo.

- Administrativa.
- Relaciones Públicas.
- Economía y finanzas (inversión, costos y gastos).

2. Relaciones externas.

- Comercialización del producto.
- Marketing y promoción.
- Comunicación y medios.

3. Área de producción

- Coordinación de montaje y apoyo.
- Equipo técnico deportivo. (staff).
- Director informático.

4. Director deportivo personal capacitado (jueces)

- Jueces (3 a 5 personas)
- Y otros para actividades varias (de 3 a 5 personas).

4.5 Proceso de comercialización

Para la comercialización del producto, se focalizará este proyecto con sponsors públicos y privados.

Los socios claves serán las empresas deportivas asociadas al surf y las más frecuentes en Ecuador son las siguientes:

- Federación ecuatoriana de surf.
- Directiva de la comuna.
- Ministerio de turismo.
- Reef Clasic.
- Escuela de surf montañita.

- <http://visit.ecuador.travel/surf/>
- Sumbawa.
- Hospederías comunitarias Puerto Engabao.
- Establecimiento de alimentos y bebidas Puerto Engabao.

4.5.1 Promoción y venta

Se busca el posicionamiento y la promoción del torneo anual de surf mediante:

- Las web redes sociales y revistas especializadas.
- Venta en web propia y agencias o tour operadoras especializadas.
- Tiendas de accesorios, ropa y equipos relacionada al surf.

4.5.2 Costes

Para presupuestar el evento se han determinado las siguientes claves enfocadas a:

Exhaustividad

Determinar los costes que son necesarios para la valoración del producto turístico a ofrecer.

Realismo

Presupuestar sobre lo seguro, gastos fijos y gastos variables.

Claridad

Calcular un beneficio en función a un porcentaje realizando el TIR Y VAN.

4.5.3 Fuentes de ingresos para el torneo

Todo está establecido para contar con el aporte de quienes facilitan la actividad deportiva privada y profesional:

- Inversión de socios.
- Acreedores (préstamo bancario).
- Venta de material deportivo. (viseras, gorras, camisetas etc).
- Sponsors.
- Venta de servicios asociados al surf. (alquiler de tablas y demás equipos).
- Inscripciones de participantes en cada categoría.

4.5.4 Consideraciones a tomar para el diseño del torneo de surf anual en Puerto Engabao

Es necesario realizar un presupuesto de organización basado en:

- Presupuesto de organización técnico (personal y materiales).
- Presupuesto de comunicación y difusión.
- Presupuesto de valor añadido. (premios para participantes, gastos de gestión, imprevistos).

Tabla X: Contenido de presupuestos

PRESUPUESTO CORE EVENT	LOGISTICA	FUNCIÓN	MATERIALES	GASTOS
PRESUPUESTO TÉCNICO DEPORTIVO	<ul style="list-style-type: none"> Personal de montaje. Personal técnico. Personal administrativo. Equipo del proyecto. 	<ul style="list-style-type: none"> Permisos y licencias y Seguros y costes. 		<ul style="list-style-type: none"> Premios. Transporte.
PRESUPUESTO TÉCNICO MATERIALES		<ul style="list-style-type: none"> Montaje de infraestructuras en el torneo. 	<ul style="list-style-type: none"> Material deportivo. Material técnico de apoyo. Material administrativo. Material de difusión. Material publicitario. 	
PRESUPUESTO COMUNICACIÓN Y DIFUSIÓN		<ul style="list-style-type: none"> Producción audiovisual. Plan de comunicación. (antea, durante y post evento). Gastos de gestión. 		<ul style="list-style-type: none"> Gastos de alojamiento y alimentación para representantes del evento.
PRESUPUESTO VALOR AÑADIDO	<ul style="list-style-type: none"> Personal de montaje. Personal de coordinación. 	<ul style="list-style-type: none"> Comunicación con actores claves. (presidente de asociaciones locales) 	<ul style="list-style-type: none"> Material técnico. Material de difusión. Material publicitario. Material de difusión. 	<ul style="list-style-type: none"> Gastos de gestión. Transporte. Alimentación.

Fuente: Autores

Tabla XI: Estructura de capital

FUENTE DE FINANCIAMIENTO	MONTO	PORCENTAJE
Fondos propios	\$ 42,125.00	25%
Ayudas y/o aportes	\$ 42,125.00	25%
Financiación bancaria	\$ 84,250.00	50%
TOTAL	\$ 168,500.00	100%

Fuente: Autores

Hemos considerado que para nuestras fuentes de financiamiento contaremos con el 25% de fondos propios que corresponde al monto de \$42,125.00, el 25% de ayuda y/o aportes de otros inversionistas que corresponde también al \$42,125.00 y el monto mayor o sea el 50% se cubrirá con el préstamo bancario es decir \$84,250.00. Siendo el monto de inversión \$168,500.00.

Tabla XII: Inversión de capital

INVENTARIO			
DESCRIPCIÓN	UNIDADES	RECIO POR UNIDA	PRECIO TOTAL
Gastos Administrativos			5,000
Permisos y licencias para el evento			\$ 1,900.00
Costo de infraestructura para evento (tarimas)	2	\$ 1,000.00	\$ 2,000.00
PRESUPUESTO DE VALOR AÑADIDO PREMIOS Y DEMAS			\$ 10,000.00
TOTAL			\$ 18,000.00
MATERIALES Y PUBLICIDAD PARA EL TORNEO			
Brochure general information (material economico)	5000	\$ 5.00	\$ 25,000.00
Stands medianos para ferias	3	\$ 3,000.00	\$ 9,000.00
Souvenirs (gorras, camisetas, postales, plumas, carpetas, agendas, etc.)	2000	\$ 3.00	\$ 6,000.00
Website	1	\$ 500.00	\$ 500.00
PRENSA			\$ -
Compañía de relaciones publicas (only for 4 onths)	3	\$ 5,000.00	\$ 15,000.00
COMERCIALIZACION			\$ -
Ferias	4	\$ 5,000.00	\$ 20,000.00
Fam trips	4	\$ 3,000.00	\$ 12,000.00
Publicidad y promocion a traves de medios vinculados(1 pagina)	4	\$ 3,000.00	\$ 12,000.00
CONSUMIDORES			\$ -
Publicidad en medios impresos (1 pagina)	2	\$ 5,000.00	\$ 10,000.00
Spot en TV 30 segundos. 2 anuncios fines de semana por un mes	2	\$ 6,000.00	\$ 12,000.00
Espacio en la radio (30 segundos)	4	\$ 800.00	\$ 3,200.00
Publicidad online (google, FB, twitter por un mes dos ciudades)	10	\$ 2,500.00	\$ 25,000.00
TOTAL			\$ 149,700.00
TOTAL DE INVERSIÓN			\$ 168,500.00

Fuente: Autores

Una vez que se ha inventariado los gastos a realizarte en este proyecto para la estructura de la inversión del capital hemos clasificado el capital para la inversión necesaria en 2 secciones:

1.- Para valor añadido que corresponde a licencias, premios, gastos administrativos y otros donde se invertirá \$18.800.

2.- Para materiales y publicidad incluyendo prensa, comercialización, consumidores un gasto de \$149.700.

Sumando ambos valores se calcula una inversión total de \$168,500.00.

Tabla XIII: Sueldos y salarios

DETALLE DEL PERSONAL POR EVENTO	SUELDO BÁSICO	DECIMO TERCERO	DECIMO CUARTO	APORTE PERSONAL (8,45%)	SUELDOS	APORTE PERSONAL (8,45%)	APORTE PATRONAL (11,11% ICFE Y SECAP)	TOTAL SEGURIDAD SOCIAL
Diseñadores del evento (2)	\$3.000,00	\$3.000,00	\$354,00	\$283,50	\$35,952,00	\$283,50	\$334,50	\$1.776,00
Personal de montaje (3)	\$2.550,00	\$2.550,00	\$304,00	\$240,90	\$30,612,30	\$240,90	\$284,35	\$1.609,60
Personal técnico (3)	\$2.550,00	\$2.550,00	\$304,00	\$240,90	\$30,612,30	\$240,90	\$284,35	\$1.609,60
Jueces (3)	\$1.250,00	\$1.250,00	\$354,00	\$118,13	\$15.188,50	\$118,13	\$138,36	\$1.240,00
TOTAL A PAGAR PERSONAL POR EVENTO	\$9.350,00				\$112,363,10			\$2.235,20

Fuente: Autores

Para sueldos y salarios se ha considerado que el personal a contratar para este evento estará estructurado de la siguiente manera:

- Diseñadores del evento (2 personas), con un sueldo de \$1500,00 cada uno.
- Personal de montaje (3 personas), con un sueldo de \$ 850,00 cada uno.
- Personal técnico (3), con un sueldo de \$ 850,00 cada uno.
- Personal técnico (3),

- Jueces para la competencia (3 personas), con un sueldo de \$1250,00 por evento.

Para el préstamo bancario se ha establecido un monto de \$84,250.00 el mismo que tendrá una tasa de interés del 9.50% financiado en 120 meses es decir 10 años exactamente incluido los interés que corresponden al mismo.

Tabla XIV: Proyección de ingresos

Producto	AÑO 1			AÑO 2			AÑO 3			AÑO 4			AÑO 5		
	Unidades	Precio	Total Ingresos	Unidades	Precio	Total Ingresos	Unidades	Precio	Total Ingresos	Unidades	Precio	Total Ingresos	Unidades	Precio	Total Ingresos
Material deportivo (trunks, camisetas)	3000	\$ 20.00	\$ 60,000.00	3300	\$ 20.87	\$ 68,977.60	3630.0	\$ 21.78	\$ 79,068.75	4029.9	\$ 22.73	\$ 91,582.90	4512.82	\$ 23.72	\$ 107,210.77
Venta de servicios asociados al surf. (alquiler de tablas y demás accesorios)	1500	\$ 20.00	\$ 30,000.00	1650	\$ 20.87	\$ 34,438.50	1815.0	\$ 21.78	\$ 39,534.36	2014.7	\$ 22.73	\$ 45,796.45	2256.41	\$ 23.72	\$ 53,530.93
Inscripciones de participantes en cada categoría	60	\$ 250.00	\$ 15,000.00	66	\$ 260.90	\$ 17,219.40	72.6	\$ 272.28	\$ 19,767.18	80.6	\$ 284.15	\$ 22,898.33	89.26	\$ 296.54	\$ 26,442.22
Patrocinadores	7	\$ 5,000.00	\$ 35,000.00	7.7	\$ 5,218.00	\$ 40,178.60	8.5	\$ 5,445.50	\$ 46,223.45	9.4	\$ 5,682.93	\$ 53,428.19	10.33	\$ 5,930.70	\$ 61,300.00
Derecho de imagen	1	\$ 2,000.00	\$ 2,000.00	1.1	\$ 2,087.20	\$ 2,295.92	1.2	\$ 2,178.20	\$ 2,635.62	1.3	\$ 2,279.17	\$ 2,963.10	1.50	\$ 2,372.28	\$ 3,558.42
Total Ingresos Anuales			\$ 142,000.00			\$ 163,910.32			\$ 187,128.33			\$ 216,768.86			\$ 253,109.33
Ingresos Extraordinarios															
Total Ingresos												\$ 216,768.86			\$ 253,109.33

Tasa de inflación 2015

4.96% BANCO CENTRAL

Porcentaje de incremento de ventas de productos para el siguiente año:

	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
	10%	10%	11%	12%	13%	14%	15%	16%	16%

AÑO 5		AÑO 6		AÑO 7		AÑO 8		AÑO 9		AÑO 10			
Precio	Total Ingresos	Unidades	Precio	Total Ingresos	Unidades	Precio	Total Ingresos	Unidades	Precio	Total Ingresos	Unidades	Precio	Total Ingresos
\$ 23.72	\$ 107,056.71	5029.48	\$ 24.8	\$ 126,248.6	5813.4	\$ 25.8	\$ 150,198.4	6066.9	\$ 29.7	\$ 180,259.1	7057.6	\$ 31.0	\$ 218,217.4
\$ 23.72	\$ 53,528.36	2549.74	\$ 24.8	\$ 63,124.3	2906.7	\$ 25.8	\$ 75,099.2	3033.4	\$ 29.7	\$ 90,129.6	3518.8	\$ 31.0	\$ 109,108.7
\$ 296.54	\$ 26,764.18	101.99	\$ 309.5	\$ 31,562.1	116.3	\$ 322.0	\$ 37,549.6	121.3	\$ 371.4	\$ 45,064.8	140.8	\$ 387.6	\$ 54,554.3
\$ 5,990.70	\$ 62,449.75	11.90	\$ 6,189.3	\$ 73,645.0	13.6	\$ 6,459.1	\$ 87,615.7	14.2	\$ 7,428.0	\$ 105,251.2	16.4	\$ 7,751.9	\$ 127,299.5
\$ 2,372.28	\$ 3,568.56	1.70	\$ 2,475.7	\$ 4,208.3	1.9	\$ 2,585.7	\$ 5,006.6	2.0	\$ 2,971.2	\$ 6,008.6	2.3	\$ 3,100.7	\$ 7,273.9
	\$ 253,967.55		\$ 298,788.2		\$ 355,468.6		\$ 426,613.3		\$ 516,447.8		\$ 625,109.3		\$ 753,109.3
			\$ 1.3		\$ 704.8								18793.0
			\$ 298,789.6		\$ 356,254.4								\$ 643,902.3

Fuente: Autores

Para la proyección de ingresos durante el torneo de surfing se prevé vender material deportivo, venta y alquiler de equipos de surf, las inscripciones por categoría tendrán un valor, además de contar con auspiciantes que aporten un valor significativo dentro del evento por lo cual se ha considerado una proyección de 10 años para obtener resultados positivos con el diseño de este evento.

Tabla XV: Proyección de costos

	AÑO 1			AÑO 2			AÑO 3			AÑO 4			AÑO 5		
	Cantidad	Costo Unitario	Total	Cantidad	Costo Unitario	Total	Cantidad	Costo Unitario	Total	Cantidad	Costo Unitario	Total	Cantidad	Costo Unitario	Total
COSTOS VARIABLES															
Materia para Publicidad	1	\$ 17,100.00	\$ 17,100.00	\$ 1.10	\$ 17,845.56	\$ 19,630.12	\$ 1.21	\$ 18,623.63	\$ 22,534.59	\$ 1.34	\$ 19,435.62	\$ 25,484.08	\$ 1.49	\$ 20,281.01	\$ 30,238.74
TOTAL COSTOS VARIABLES			\$ 17,100.00			\$ 19,630.12			\$ 22,534.59			\$ 25,484.08			\$ 30,238.74
GASTOS FIJOS															
Sueldos y Salarios			\$ 112,363.10			\$ 117,262.13			\$ 122,574.76			\$ 127,710.30			\$ 133,278.47
Seguridad Social			\$ 24,235.20			\$ 25,291.85			\$ 26,394.58			\$ 27,545.38			\$ 28,746.36
Pago de Préstamo			\$ 16,061.91			\$ 15,261.54			\$ 14,461.16			\$ 13,660.79			\$ 12,860.41
Licencias y Permisos			\$ 1,800.00			\$ 1,878.40			\$ 1,960.38			\$ 2,045.35			\$ 2,135.05
Comercialización			\$ 16,000.00			\$ 16,697.60			\$ 17,425.62			\$ 18,185.37			\$ 18,978.25
Prensa			\$ 15,000.00			\$ 15,654.00			\$ 16,336.51			\$ 17,048.79			\$ 17,793.11
TOTAL GASTOS FIJOS			\$ 185,460.21			\$ 192,045.68			\$ 198,953.01			\$ 206,196.40			\$ 213,798.66
TOTAL GASTOS FIJOS Y COSTOS VARIABLES			\$ 202,560.21			\$ 211,675.72			\$ 221,487.60			\$ 231,680.57			\$ 244,029.41

AÑO 6			AÑO 7			AÑO 8			AÑO 9			AÑO 10		
Cantidad	Costo Unitario	Total	Cantidad	Costo Unitario	Total	Cantidad	Costo Unitario	Total	Cantidad	Costo Unitario	Total	Cantidad	Costo Unitario	Total
\$ 1.68	\$ 21,167.35	\$ 35,659.58	\$ 1.92	\$ 22,090.25	\$ 42,424.15	\$ 2.21	\$ 23,053.38	\$ 50,915.15	\$ 2.56	\$ 24,058.51	\$ 61,636.66	\$ 2.97	\$ 25,107.41	\$ 74,615.87
		\$ 35,659.58			\$ 42,424.15			\$ 50,915.15			\$ 61,636.66			\$ 74,615.87
		\$ 139,089.41			\$ 145,153.71			\$ 151,482.41			\$ 158,087.04			\$ 164,979.64
		\$ 29,999.70			\$ 31,307.39			\$ 32,672.71			\$ 34,097.24			\$ 35,589.88
		\$ 13,101.17			\$ 12,234.39			\$ 10,459.29			\$ 9,658.91			\$ 8,858.54
		\$ 2,228.14			\$ 2,325.39			\$ 2,436.67			\$ 2,552.47			\$ 2,672.89
		\$ 19,805.71			\$ 20,669.34			\$ 21,570.41			\$ 22,510.88			\$ 23,482.36
		\$ 18,367.85			\$ 19,377.41			\$ 20,422.26			\$ 21,508.95			\$ 22,624.09
		\$ 222,791.98			\$ 231,067.43			\$ 238,833.75			\$ 247,990.50			\$ 257,581.38
		\$ 258,451.56			\$ 273,491.77			\$ 289,748.90			\$ 306,627.17			\$ 332,187.25

COSTO DE PUBLICIDAD			
Brouchers y souvenirs	Precio	Cantidad	Valor Unitario
Material informativo	\$ 5,100.00	5000	\$ 1.02
Stands en ferias	\$ 6,000.00	3	\$ 2,000.00
Souvenirs (agendas, pluri	\$ 6,000.00	2000	\$ 3.00
COSTO DE PUBLICIDAD	\$ 17,100.00		\$ 2,004.02

Fuente: Autores

En la proyección de costos se va incrementado el porcentaje de ocupación de cada año tanto en costos variables como en los gastos fijos.

Tabla XVI: Estado de pérdidas y ganancias

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ingresos Operacionales	\$ 142.000,00	\$ 163.010,32	\$ 187.129,33	\$ 216.769,86	\$ 253.367,55
Ingresos Extraordinarios				\$ -	
Total Ingresos	\$ 142.000,00	\$ 163.010,32	\$ 187.129,33	\$ 216.769,86	\$ 253.367,55
Costos Variables	\$ 17.100,00	\$ 19.630,12	\$ 22.534,59	\$ 25.464,08	\$ 30.238,74
Margen de contribución	\$ 124.900,00	\$ 143.380,20	\$ 164.594,74	\$ 191.305,78	\$ 223.128,81
Gastos Fijos	\$ 185.460,21	\$ 192.045,60	\$ 198.953,01	\$ 206.196,48	\$ 213.790,66
Beneficio de Participación de Empleados	\$ (60.560,21)	\$ (48.665,40)	\$ (34.358,27)	\$ (14.890,70)	\$ 9.338,15
Participación de Empleados (15%)					
Beneficio antes de Impuestos	\$ (60.560,21)	\$ (48.665,40)	\$ (34.358,27)	\$ (14.890,70)	\$ 9.338,15
Impuesto a la Renta (22%)					
Beneficio Neto	\$ (60.560,21)	\$ (48.665,40)	\$ (48.665,40)	\$ (14.890,70)	\$ 9.338,15

AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
\$ 298.788,25	\$ 355.469,57	\$ 426.613,25	\$ 516.447,77	\$ 625.199,27
\$ 1,33	\$ 784,80			\$ 18.792,99
\$ 298.789,58	\$ 356.254,37	\$ 426.613,25	\$ 516.447,77	\$ 643.992,26
\$ 35.659,58	\$ 42.424,35	\$ 50.915,15	\$ 61.636,66	\$ 74.615,87
\$ 263.130,00	\$ 313.330,03	\$ 375.698,10	\$ 454.811,10	\$ 569.376,40
\$ 222.791,98	\$ 231.067,43	\$ 238.833,75	\$ 247.990,50	\$ 257.581,38
\$ 40.338,02	\$ 82.762,60	\$ 136.864,35	\$ 206.820,60	\$ 311.795,01
\$ 40.338,02	\$ 82.762,60	\$ 136.864,35	\$ 206.820,60	\$ 311.795,01
\$ 40.338,02	\$ 82.762,60	\$ 136.864,35	\$ 206.820,60	\$ 311.795,01

Fuente: Autores

Se manifiestan ganancias en cada año lo cual es favorable.

Tabla XVII: Flujo de caja

DETALLE	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
UTILIDAD NETA		\$ (60,560.21)	\$ (48,665.40)	\$ (48,665.40)	\$ (14,890.70)	\$ 9,338.15	\$ 26,744.11	\$ 54,871.61	\$ 90,741.06	\$ 137,122.06	\$ 206,720.09
INVERSION INICIAL	\$ 168,500.00										
REINVERSION											
DEPRECIACION		\$ 23,760.00	\$ 23,760.00	\$ 23,760.00	\$ 23,760.00	\$ 23,760.00	\$ 23,761.33	\$ 24,546.13	\$ 24,546.13	\$ 24,546.13	\$ 24,554.32
SALDO DE CAJA	\$ (168,500.00)	\$ (36,800.21)	\$ (24,905.40)	\$ (24,905.40)	\$ 8,869.30	\$ 33,098.15	\$ 50,505.44	\$ 79,417.74	\$ 115,287.20	\$ 161,668.19	\$ 231,274.42

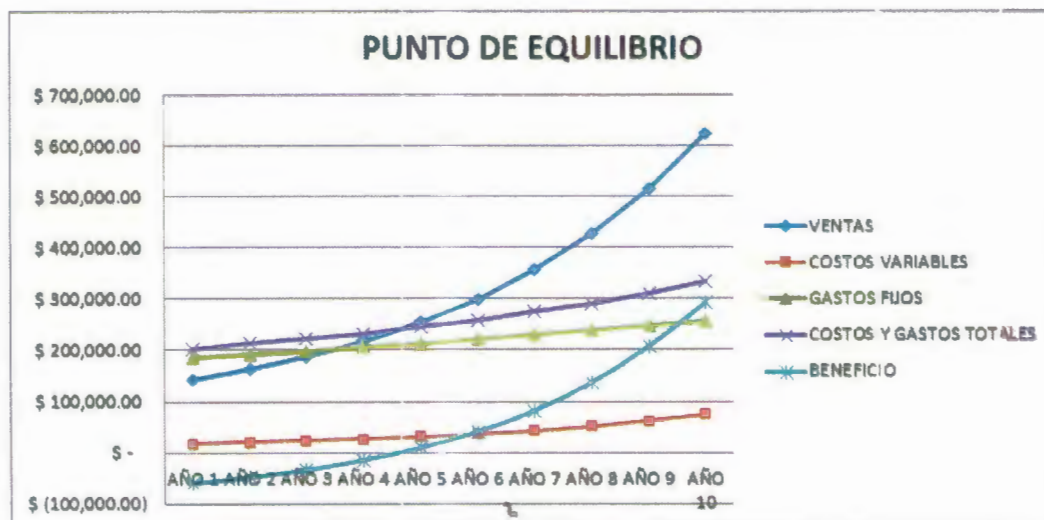
Fuente: Autores

Como se puede observar dentro del flujo de caja que hay pérdidas hasta el tercer año, a partir del cuarto año al décimo se reflejarían muchas ganancias.

Tabla XVIII: Punto de equilibrio

CONCEPTOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
VENTAS	\$ 142,000.00	\$ 163,010.32	\$ 187,123.33	\$ 216,769.86	\$ 253,367.55	\$ 298,788.25	\$ 355,469.57	\$ 426,613.25	\$ 516,447.77	\$ 625,199.27
COSTOS VARIABLES	\$ 17,100.00	\$ 19,630.12	\$ 22,534.59	\$ 25,464.08	\$ 30,238.74	\$ 35,659.58	\$ 42,424.35	\$ 50,915.15	\$ 61,636.66	\$ 74,615.87
GASTOS FIJOS	\$ 185,460.21	\$ 192,045.60	\$ 198,953.01	\$ 206,196.48	\$ 213,790.66	\$ 222,791.98	\$ 231,067.43	\$ 238,833.75	\$ 247,990.50	\$ 257,581.38
COSTOS Y GASTOS TOTALES	\$ 202,560.21	\$ 211,675.72	\$ 221,487.60	\$ 231,660.57	\$ 244,029.41	\$ 258,451.56	\$ 273,491.77	\$ 289,748.90	\$ 309,627.17	\$ 332,197.25
BENEFICIO	\$ (60,560.21)	\$ (48,665.40)	\$ (34,358.27)	\$ (14,890.70)	\$ 9,338.15	\$ 40,336.69	\$ 81,977.80	\$ 136,864.35	\$ 206,820.60	\$ 293,002.02

PUNTO DE EQUILIBRIO	\$ 210,851.48
---------------------	---------------



Fuente: Autores

El punto de equilibrio cuyo valor es \$210,851.48 nos servirá para saber la Tasa Interna de Retorno (TIR) y el VAN.

Tabla XIX: VAN Y TIR

VAN	\$ 532,426.67
TIR	18%

Fuente: Autores

Los resultados del **Tir** señalan que el porcentaje es mayor que la tasa de interés impuesta por el Banco, lo que apunta a que esta inversión si sería factible obteniendo un **18%** de rentabilidad.

4.6 Estrategias de desarrollo para el diseño del producto turístico.

Las estrategias de desarrollo están enfocadas en ofrecer un producto aceptable, confortable y de esparcimiento para el turista:

- Mejora de la infraestructura de restauración.
- Alianzas estratégicas entre Municipalidad del cantón Playas y Prefectura del Guayas.
- Realizar programas de capacitación con la Escuela Superior Politécnica del Litoral, mediante su departamento de Vínculos de la colectividad, para que sean los estudiantes de turismo los llamados a capacitar a la comunidad de Engabao en las áreas competentes al turismo, como el manejo del servicio al Cliente, estándares de calidad, funcionamiento correcto de la planta turística, requisitos mínimos para cumplir con lo solicitado por entidades que otorgan permisos de funcionamiento y temas de interés que den resultados positivos frente al desarrollo económico de la localidad.
- Implementación de cabañas, bares, centros nocturnos para el turista, como es el caso de los surfistas.

- Lograr créditos para los comuneros que quieran involucrarse ofreciendo servicios extra-hoteleros poniendo a disposición hospederías comunitarias.
- Mitigar impactos negativos en el entorno.
- Trabajar con la asociación de pescadores y relacionarlos directamente con el turismo para que ellos se enfoquen en la creación de paquetes que ofrezcan pesca deportiva o pesca vivencial al turista.
- Concientizar a comuneros sobre las oportunidades de desarrollo socioeconómicas que ofrece la actividad turística, que no solo se trata de vender un producto, sino lograr llenar las expectativas del visitante fidelizándolos a través de un servicio de calidad lo cual permitirá que a través del marketing boca a boca se siga propagando Puerto Engabao como una nueva opción para descanso, ocio y recreación.
- Creación de eventos anuales que involucren deportes acuáticos, como campeonatos de surf, competencias de lanchas, motos acuáticas etc. en los que tengan que intervenir distintas provincias y turistas extranjeros.

- Zonificar adecuadamente el territorio de la plaza implementado servicio de guardacostas y seguridad policial además de implementación de señalética en cuanto a servicios y advertencias para información del turista.
- Crear convenios con la Cruz Roja del Ecuador y con el Benemérito Cuerpo de Bomberos para que participen en el evento y realicen capacitaciones constantes a los miembros de la comunidad.

4.7. Estrategias de promoción y comercialización.

Realizar un plan de marketing que logre posesionar a Puerto Engabao como un destino alternativo que oferte actividades de mayor acogida y diversión para el turista actual en busca de nuevas experiencias tanto en adrenalina como contacto directo con un entorno de relajación por ende las estrategias a seguir serán las siguientes:

- Potenciar Punta Piedra como principal recurso de la zona de surf.
- Crear herramientas para involucrar a los representantes del sector turístico con la Prefectura del Guayas para realizar un plan de marketing para Puerto Engabao.

- Utilizar todas las herramientas de marketing actuales para el mercado ya establecido y difundir una amplia promoción turística que atraiga turistas de cualquier lugar.
- Ofertar surf, pesca vivencial, senderismo, observación de fauna y paseos marítimos como productos principales de la comuna.



ICTUR - BIBLIOTECA

CONCLUSIONES

1. Puerto Engabao no cuenta con una planta turística adecuada para acoger visitantes que no vayan solo como excursionistas.
2. La localidad ve el turismo como una gran posibilidad de desarrollo económico para su comuna.
3. Varias actividades económicas que se realizan en Puerto Engabao pueden coexistir con el turismo.
4. Puerto Engabao es poseedor de un recurso natural como son sus hermosas playas y acantilados bajos en un espacio territorial accesible para práctica de surf y demás actividades que el visitante desee realizar.

5. Es importante mejorar el servicio ofrecido por los prestadores de servicios.
6. Un destino no frecuentado en masa lo cual permite que su playa este siempre en buenas condiciones.

RECOMENDACIONES

Luego de la investigación realizada recomendamos que se debería implementar lo siguiente:

1. Ausencia de restaurantes con gastronomía local, es indispensable y de carácter urgente que existan cabañas debidamente arregladas de fácil acceso y precios accesibles para el turista brindando un servicio de calidad y único.
2. No existe un equipo de salvavidas, se debe establecer profesionales en esta actividad para la seguridad del turista.
3. Parquaderos en determinada zona para que no cause molestias a turistas que caminan a lo largo de la playa.
4. Creación de cabañas con diseño atractivo para el descanso del visitante que busca disfrutar de momentos de tranquilidad y relax.

5. Centro de información turística dentro de la comuna sobre la misma y sus alrededores.
6. Locales que ofrezcan servicios de recreación para el turista.
7. Implementación de baños portátiles.
8. Venta de souvenirs, la artesanía local es escasa

ANEXOS

2

Anexo A: Entrevista a presidente de turismo de Puerto Engabao



Nombre: Pedro Tomalá

Entrevistado por: Jennifer Zambrano y Alvaro Jimbo

Asociación: Presidente de Turismo

Fecha: 1 de julio del 2015

Hora: 14: 26

1.-) Historia de la comuna: festividades, actividades principales, conflictos internos y externos.

La cantonización de Playas fue una lucha Cívica Patriótica que tuvo como Gestores algunos personajes, en las distintas épocas de la existencia de Playas, así en los años de 1.969, el Sr. Rafael Guerrero Valenzuela dio la idea y luego también el Ab. Zenón Macías Tomalá en los años 1.972, con la ayuda de la Asociación de Estudiantes Universitario que la integraba el egresado de ingeniera. Gustavo De la A Escalante, el Dr. Héctor Onshón Onshón, etc. de igual manera pidió ayuda a los dirigentes barriales y de instituciones que se reunían en el cuerpo de Bomberosde Playas, en una de las reuniones

se acordó recaudar fondos, con la venta de bonos Patrióticos que servían para financiar el proyecto.

Las fechas conmemorativas de Puerto Engabao se detallan a continuación:

- El Día del Pescador, es en el mes de Junio
- Cantonización, 15 de Agosto.
- Patronal en honor a la Virgen de la Merced, 24 de septiembre.

Las primeras asociaciones se dieron en la isla Puna (1560-1571) estaba el cacique Don Diego Tumbalá, uno de los primeros habitantes de Playas, Engabao y sus alrededores quedando Integrado de la siguiente manera:

- Presidente Sr. Feliciano Rodríguez Tigrero
- Vice-presidente Sr. Hugo Tomalá
- Secretario Sr. Alberto García Tomalá
- Tesorero Sr. Alfredo Tomalá Vera
- Síndico Sr. Juvencio Tomalá de la A.

2.-) ¿Cuáles son las principales actividades turísticas que se realizan en Engabao?

La actividad principal de esta comuna es la pesca, de la cual se originan sus recursos económicos. Puerto Engabao es un lugar para alejarse de todo, ya que ofrece lo necesario a sus visitantes para que tengan unas vacaciones relajantes para quienes buscan descanso y adrenalina al máximo para jóvenes intrépidos que desean nuevas experiencias, ya que se puede poner en práctica las siguientes actividades: pesca deportiva, surf, paseos marítimos recreativos, fútbol y voleibol.

Anexo B: Entrevista a Transportista de buses público

Nombre: Lucia Muñoz.

Entrevistado por: Jennifer Zambrano y Alvaro Jimbo

Actividad: Conductora de bus Cooperativa Narcisca de Jesús.

Fecha: 1 de julio del 2015

Hora: 10:32

1. ¿Mediante qué transporte el turista se puede dirigir a Engabao?.

Los transportes que pueden movilizar al turista son:

- Cooperativa Narcisca de Jesús.
- Camionetas (taxis)

TARIFA BUSES

- Puerto Engabao 0.75 centavos cooperativa Narcisca de Jesús desde Villamil.

- Playa Paraiso 0.50 centavos cooperativa Narcisa de Jesús desde Villamil.

FRECUENCIA:

- Cada 25 minutos.

TARIFA TAXIS

- Un dólar por persona, con salida de capacidad para pasajeros llena.

PROBLEMÁTICAS:

- De lunes a jueves pocos pasajeros.
- Via en estados regulares.
- Carreteras de segundo orden.

- **TIEMPO DE VILLAMIL A ENGABAO**

El tiempo estimado en transporte público es de 25 minutos hasta Puerto Engabao y de 20 minutos a playa Paraiso.

Anexo C: Entrevista a artesano de Puerto Engabao



Nombre: Rodolfo Salomón Eugenio Mateo

Edad: 62 años

Actividad que realiza: Artesano.

Entrevistado por: Jennifer Zambrano y Alvaro Jimbo.

Asociación: Independiente

Fecha: 1 de junio del 2015

Hora: 12h10 am.

1.- Descripción sobre la actividad que realiza

Artesano independiente no existe ninguna asociación artesanal dentro de Puerto Engabao, más que realizar recuerdos del destino se dedican en su mayoría a la realización de tramallas para la pesca ya que es el mayor ingreso económico que perciben los pobladores tiene 32 años realizando esta actividad.

2.- Precios de tramallas

Está valoradas en doscientos dólares cada tramalla.

3.- ¿Por qué no existen cooperativas o asociaciones de artesanos?

No existe un orden hay mucha desorganización y consideran que ser independientes es lo mejor para ellos ya que existen malas administraciones en las cooperativas como por ejemplo la de pescadores.

Anexo D: Entrevista a pescador artesanal de Puerto Engabao

Nombre: Jhony Tomalá

Edad: 41 años

Actividad que realiza: Pescador

Entrevistado por: Jennifer Zambrano y Alvaro Jimbo

Asociación: Cooperativa de pesca artesanal.

Fecha: 01 de junio del 2015

Hora: 11h43 am.

1.- Descripción sobre la actividad que realiza

Dedicado a la pesca artesanal, existen cuatro cooperativas las mismas que están ubicadas en Puerto Engabao, por lo general realizan la pesca diaria en horarios de la mañana y tarde los mismos horarios que son organizados por la cooperativa a la cual pertenecen. Se trasladan en sus fibras a alta mar con un recorrido entre 25 a 30 millas tomándose un tiempo de una a dos horas hasta la isla Puná, la producción se la llevan directo a los microempresarios de la zona para que luego ellos se encarguen de venderlas a demás proveedores de Guayaquil (Caraguay).

2.- ¿Qué tipo de mariscos comercializan generalmente?

En estos momentos está la temporada de langostinos en su mayoría siempre se comercializa pescado (robalo, corvina y otros) además del camarón. La pesca diaria por persona es de una a una y media gaveta la cual es vendida a precio de cuarenta dólares.

3.- ¿En porcentaje como está dividida la producción diaria entre pescados, langostinos y camarones en la actualidad?

Como los langostinos son quienes tienen mayor comercialización se estima el 50% de venta, el 25% pescado y el otro 25% camarones.

4.- ¿Cuál es el precio de cada producto?

Por libra langostinos a cuatro dólares, camarones dos dólares, y pescado por gaveta cuarenta dólares.

5.- ¿Qué temporadas son altas y bajas?

Las temporadas altas no existen por lo general siempre están en un nivel medio es decir de Diciembre a Julio las ventas están regulares gracias a que existen olas de cuatro a seis metros el mar bravo beneficia totalmente a la pesca, y la temporada baja empieza de agosto a noviembre meses que son completamente difícil para la producción pesquera.

6.- ¿Existe algún apoyo de algún ente público hacia el sector pesquero?

Ninguno, no se cuenta con el apoyo de entes públicos, la municipalidad está completamente ausente, lo mismo el gobierno, la cooperativa de pescadores de igual forma la función de la misma es solo organizar horarios de salidas para la pesca pagan impuestos hasta de \$800 en la cooperativa.

7.- ¿Qué debilidades existen en sus funciones?.

Fibras no completamente en buen estado o adecuadas para zarpar hasta alta mar, lo que toma mayor uso de combustible. Por lo cual les gustaría contar con financiamiento del gobierno para la adquisición de nuevas fibras.

8.- ¿Qué amenazas consideran de total perjuicio?

Proyecto Karibao (sector privado) gran amenaza para la comuna en realidad ya que consideran que no darán fuentes de trabajo para ellos debido a no estar altamente capacitados para laborar en este lugar.

Anexo E: Entrevista a cuidadores del orden (policía) de Puerto Engabao

Nombre: C. Rosillo

Edad: 36 años

Actividad que realiza: Policía.

Entrevistado por: Jennifer Zambrano y Alvaro Jimbo

Asociación: UPC

Fecha: 1 de junio del 2015

Hora: 13h30 pm.

Teléfono:

1.- Descripción sobre la actividad que realiza

Agente policial, encargado de la seguridad de los habitantes de Puerto Engabao se encuentran estables las 24 horas los siete días de la semana, consideran a Puerto Engabao.

2.- ¿Cuentan con el apoyo de alguna otra institución?

Si, trabajan en conjunto a la Armada del Ecuador.

3.- ¿Problemas principales de la ciudadanía de Engabao?

Tenencias de tierra a discusión.

Anexo F: Entrevista a surfista, visitante en Puerto Engabao

Nombre: Andrés Tapia

Edad: 25 años

Procedencia: Guayaquil

Nivel de estudios: Superior

Fecha: 1 de junio del 2015

Hora: 10:46 am.

1.- Descripción sobre la actividad que realiza

Surfista de nivel medio, considera que Puerto Engabao posee las mejores olas para practicar este deporte además de su cercanía a la ciudad de Gye de la cual procede.

2.- Destinos de preferencia para el surf

Engabao y playa Valentina.

3.- ¿Cómo considera el servicio de transporte a Engabao?

De Guayaquil a Villamil buen servicio pero de Villamil a Engabao es pésimo.

4.- ¿Con que frecuencia visita Engabao?

Dos veces por semana.

5.- ¿Por qué elige el Puerto y no playa Paraiso para realizar deportes?

Además de que la playa no está acta el Puerto es más limpio que playa Paraiso y existe Punta piedra que es la meta para todo surfista.

6.- ¿Qué otra actividad además del surf le gustaría realizar?

El Winsurf, no existen centros de deportes para realizar además del surf.

7.- ¿Qué temporadas considera adecuadas para practicar deportes recreativos?

Todo el año.

8.- ¿Estaría dispuesto a pagar por actividades de deportes extremos?

Por supuesto, si existieran.

9.- ¿Presupuesto que gasta en cada visita hasta la actualidad?

De 10 a 15 dólares ya que posee su propia tabla y de lunes a jueves los prestadores de servicios no se encuentran disponibles.

Anexo G: Informe inicial y plan de trabajo

Al iniciar la consultoría de este proyecto se estableció un plan de trabajo junto al cronograma establecido para cumplir con el objetivo de un producto turístico por lo que se identificaron cuatro fases principales para la ejecución de dicho estudio.

FASE 1

Planificación y levantamiento de información.

FASE 2

Visitas técnicas para determinación de diagnóstico situacional de Puerto Engabao.

FASE 3:

Producto turístico (estrategias de comercialización y promoción).

FASE 4

Estudio y análisis financiero.

Anexo H: Preguntas para establecer el producto turístico

Luego de haber indicado la oferta turística de Puerto Engabao, se realizó un enfoque hacia la necesidad del visitante:

- ¿Qué es lo que el turista busca experimentar? más que en ¿Qué es lo que tenemos por ofrecer”.
- ¿Qué nos hace auténticos/únicos/atractivos para el turista?
- ¿Qué íconos son los que generan demanda a nuestro destino?
- ¿Qué tenemos por compartir con el visitante? (ligado a lo físico)
- ¿Qué experiencias o emociones queremos que el viajero se lleve de su visita? (ligado a lo emocional)
- ¿Lo que queremos ofrecer le interesa al visitante?
- ¿Qué nos hace falta para ofrecer lo que tenemos en mente?
- ¿Lo que queremos ofrecer aporta a la oferta del destino (PPV y marca)?

Anexo I: Interrogantes sobre el destino y producto

¿Cuál es la temática?

Surf y naturaleza.

¿Qué lo hace especial?

Sus acantilados bajos, olas únicas para el surf y el aire más puro de las costas ecuatorianas.

¿Qué actividades se pueden ofrecer?

Campeonatos de Surf, paseos marítimos, competencias de lanchas, fogatas en la playa, visita a talleres artesanales, observación de especies de fauna silvestre,

¿Qué recuerdo queremos que se lleve el turista?

Experiencias agradables, deseos de regresar al destino.

¿Qué actores locales podrían estar interesados en participar del producto?

Artesanos, proveedores de productos locales, operadores de turismo, restaurantes...

¿Qué expectativas queremos superar ofreciéndole al turista este producto?

Consolidar a Puerto Engabao como una nueva alternativa para el surf y demás actividades acuáticas a través de un evento anual.

Anexo J: Encuestas a Visitantes de Puerto Engabao**1. PERFIL DEL TURISTA VISITANTE A PLAYA ENGABAO****1. Sexo y****Procedencia** _____

- Masculino Femenino

2. ¿Cuál es su categoría de edad?

- 18-20 21-29 30-39 40-49
 Otro (especifique)

3. ¿Cuál es su estado civil actual?

- Casado/a Divorciado/a Soltero/a

4. ¿Cuál es el nivel de educación más alto que ha recibido?

- Primaria Superior
 Secundaria Posgrado (maestría, doctorado, etc.)

6. ¿Cuál es la motivación principal para visitar playa Engabao?

- Descanso Pesca deportiva Surfing
 Otro (especifique)

6. Aproximadamente, ¿cuántas veces al mes suele visitar la comuna?

- 1-3 4-6
 Otro (especifique)

7. En general, ¿cuál es la probabilidad de que usted le recomiende este producto a sus amigos y familiares?

- Extremadamente probable Bastante probable Nada probable

8. En general, ¿qué tan dispuesto estaría de pagar un precio alto por un circuito de deportes recreativos en la comuna?

- Muy dispuesto Poco dispuesto
 Moderadamente dispuesto Nada dispuesto

9. Aproximadamente, ¿cuál es su gasto promedio durante su estadía en la playa?

- De \$0.00 a \$10.00 De \$20.00 A \$30.00
 De \$10.00 a \$20.00 Más de \$30.00
 Otro (especifique)

10. En su opinión, ¿Qué actividades recreativas le gustaría realizar en la playa?

- Surf Pesca deportiva Voleibol playero
 Fútbol Playero Cabalgata Paseos marítimos
 Snorkeling Observación de aves Senderismo
 Otro (especifique)

11. En general, ¿cómo calificaría la calidad del servicio que brindan los prestadores de servicios?

- Excelente Regular
 Bueno Malo



12. En general, ¿cómo calificaría el servicio de transporte que los dirige a playa Engabao?

- Excelente Regular
- Bueno Malo

13. ¿Cuál es la probabilidad de que usted le recomiende este destino a otras personas para práctica de deportes de aventura?

- Extremadamente probable Poco probable
- Bastante probable Nada probable
- Algo probable

Anexo K: Fotografías de visitas a Puerto Engabao

































BIBLIOGRAFÍAS

1. Consulta en:

- Altozano, P. B. (16 de junio de 2015). *PDF en la web*. Obtenido de http://www.ub.edu/doctorat_eapa/wp-content/uploads/2012/12/El-art%C3%ADculo-cient%C3%ADfico_aspectos-a-tener-en-cuenta.pdf
- Aventura, E. (17 de junio de 2015). *Ecuador Aventura*. Obtenido de <http://ecuadorcostaaventura.com/guayas/engabao.html>
- Chain, N. S. (Tercera Edición). *Preparación y Evaluación de Proyectos*. Guayaquil: Sepulveda.
- Ecuador, M. (17 de junio de 2015). Obtenido de <http://makecuador-es.blogspot.com/2012/04/playa-puerto-engabao-un-montanita-en.html>
- Engabao, P. (6 de agosto de 2015). *Natura Ecuador*. Obtenido de <http://www.soloconnaturaecuador.org/engabao2011.html>
- Fedetur. (8 de agosto de 2015). *Fedetur*. Obtenido de http://www.fedetur.org/otros_estudios_y_publicaciones/Glosario-de-Turismo-2008-SERNATUR.pdf
- Jr. Juan Dellepiani 585, S. I. (17 de junio de 2015). *Fundación Suiza de Cooperación para el Desarrollo Técnico*. Obtenido de <http://web01.swisscontact.vserver.apexis.ch/fileadmin/documents/Peru/4.pdf>
- Puerto Engabao*. (1 2 3 de agosto de 2015). Obtenido de <http://www.revistavive.com/puerto-engabao-lugar-donde-las-olas-estan-mas-cerca-del-cielo/>

Turismo, M. d. (5 de junio de 2016). *Ministerio de Turismo de Ecuador*. Obtenido de <http://www.mintur.gob.ve/descargas/glosariof.pdf>