



**ESCUELA SUPERIOR POLITECNICA DEL LITORAL
(ESPOL)**

**INSTITUTO DE CIENCIAS HUMANISTICAS Y
ECONOMICAS (ICHE)**

CARRERA DE ECONOMIA Y GESTION EMPRESARIAL

**Plan de Desarrollo y Consolidación
para el Producto Turístico
Puerto Cayo**

TESIS DE GRADO

**Previo a la Obtención del Título de
Economista con Mención en Gestión Empresarial
Especialización: Marketing**

AUTORES:

***Ma. Soledad Lacera Candell
Maritza A. Solis Coronel***

Guayaquil - Ecuador

OCTUBRE - 2003

**ESCUELA SUPERIOR POLITECNICA DEL LITORAL (ESPOL)
INSTITUTO DE CIENCIAS HUMANISTICAS Y ECONOMICAS (ICHE)
CARRERA DE ECONOMIA Y GESTIÓN EMPRESARIAL**

**PLAN DE DESARROLLO Y CONSOLIDACIÓN PARA EL
PRODUCTO TURÍSTICO PUERTO CAYO**

**Tesis de grado, previo a la obtención del título de Economista con
Mención en Gestión Empresarial, Especialización: Marketing**

AUTORES:

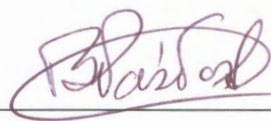
Ma. Soledad Lacera Candell
Maritza A. Solis Coronel

Guayaquil – Ecuador

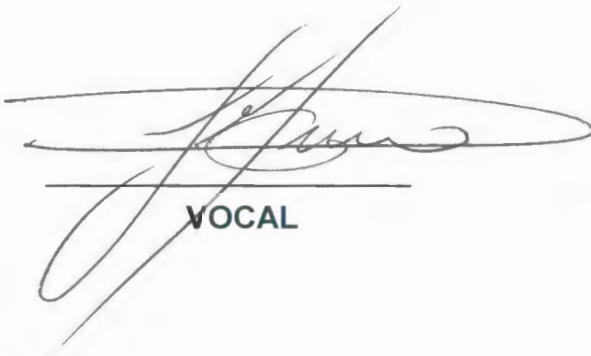
Octubre – 2003



DIRECTOR DEL ICHE



DIRECTOR DE TESIS



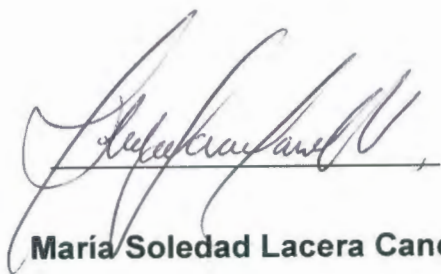
VOCAL




VOCAL

DECLARACIÓN EXPRESA

La Responsabilidad del contenido de esta Tesis de Grado corresponde exclusivamente al autor; y el patrimonio intelectual de la misma a la Escuela Superior Politécnica del Litoral.



María Soledad Lacera Candell



Maritza Alexandra Solis Coronel

Un agradecimiento muy grande a Dios y a nuestros padres por su incondicional soporte en el comienzo de un largo camino a seguir. Agradecemos a nuestro director de tesis, Ing. Bolívar Pástor López por todo el apoyo, entusiasmo y dedicación al trabajo realizado. También deseamos hacer extensivo nuestro sentido de gratitud hacia el Econ. Federico Bocca por su asesoría en el desarrollo empírico del presente trabajo.

Se agradece enormemente a todas aquellas personas residentes de Puerto Cayo, que con su más fiel sinceridad nos ofrecieron el apoyo preciso para la posible realización de este proyecto.

Finalmente agradecemos al ICHE por habernos brindado la oportunidad de adquirir los conocimientos necesarios y vivir gratas experiencias a lo largo de nuestra carrera estudiantil.

*A Dios y a nuestras familias,
por ser el respaldo incondicional en nuestro diario vivir.*

INDICE

Índice General	III
Introducción	VII
Capítulo 1 GENERALIDADES	10
1.1 Antecedentes	10
1.2 El Turismo en el Ecuador	13
1.2.1 Importancia del Turismo en el Ecuador	14
1.2.2 El PIB turístico en el Ecuador	16
1.2.3 Turismo : importante generador de empleo	17
1.2.4 Oferta de servicios turísticos en el Ecuador	18
1.2.5 Número de visitantes promedio anual en el Ecuador	19
1.2.6 Los cinco clusters turísticos del Ecuador	21
1.2.7 Ecuador: el país con mayor densidad de turismo	24
1.2.8 Entidades que ayudan al turismo ecuatoriano	25
1.2.9 Factores que afectan al turismo ecuatoriano	26
1.2.10 Rentabilidad del turismo en el Ecuador	26
1.2.11 El turismo local y su importancia	28
1.2.12 La importancia de invertir en el turismo	30
1.3 Marketing desde el punto de vista del turismo	34
1.3.1 Enfoque del marketing en el turismo	35
1.3.2 Aplicación del marketing en el turismo	36
1.3.3 Diferencias entre el marketing turístico y el marketing de Productos físicos	43
1.4 Datos Generales de Puerto Cayo	46

1.4.1	Reseña Histórica de Puerto Cayo	48
1.4.2	Creación de la Parroquia Puerto Cayo	51
Capitulo 2	ANÁLISIS DE LA INFRAESTRUCTURA, RECURSOS ALOJATIVOS Y DOTACIÓN TURÍSTICA EN PUERTO CAYO	52
2.1	Situación general y análisis de las infraestructuras básicas	52
2.1.1	Medio físico: Situación geográfica	52
2.1.2	Infraestructura de abastecimiento de agua y energía eléctrica	56
2.1.3.	Redes de Comunicación y Medios de Transporte	59
2.1.4	Infraestructura Vial	62
2.2	Análisis actual de la oferta de alojamientos según su tipologías	63
2.3	Expectativas de evolución de la oferta actual	67
Capitulo 3	ANÁLISIS DE LOS RECURSOS Y PRODUCTOS TURÍSTICOS DE LA ZONA Y LA OFERTA DE ACTIVIDADES COMPLEMENTARIAS.	69
3.1	Análisis de los recursos naturales, ambientales y culturales	69
3.2	Análisis del recurso Humano (Población)	72
3.3	Análisis del Producto Turístico	79
3.4	Equipamientos recreativos y de ocio	82
3.4.1	Restaurantes y Comedores	82
3.4.2	Diversiones y Deportes	82



Capítulo 4	ANÁLISIS CUANTITATIVO Y CUALITATIVO DEL PRODUCTO TURÍSTICO PUERTO CAYO.	84
4.1	Análisis cuantitativo	84
4.1.1	Análisis de la demanda real	85
4.1.1.1	Perfil socioeconómico del turista	85
4.1.1.2	Infraestructura turística	89
4.1.1.3	Expectativas del turista hacia el lugar	91
4.2	Análisis cualitativo	97
4.2.1	Diagnóstico de la situación	97
4.2.2	Análisis de la competencia	121
4.2.3	Comercialización y Promoción	123
Capítulo 5	PLAN DE MARKETING	125
5.1	Marketing Estratégico	125
5.1.1	Misión	125
5.1.2	Visión	126
5.1.3	FODA	126
5.1.4	Objetivos: General y Específicos	127
5.1.5	segmentación del Mercado	128
5.1.5.1	Mercado Objetivo	130
5.1.6	Estrategias	132
5.1.7	Posicionamiento	133
5.2	Plan Operativo	137
5.2.1	Las 4 C's	137
5.2.1.1	Consumidor Satisfecho	138

5.2.1.2 Costo a Satisfacer	144
5.2.1.3 Comodidad del Cliente	150
5.2.1.4 Comunicación	163
5.2.1.4.1 Publicidad	164
5.2.1.4.2 Promoción de Ventas	171
5.2.1.4.3 Relaciones Públicas	174
Capítulo 6 ANÁLISIS FINANCIERO	176
6.1 Fuentes de Financiamiento	176
6.2 Costos	179
6.3 Flujo de Efectivo	186
6.4 Valor Presente Neto (VAN)	189
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	191
BIBLIOGRAFÍA	201
ANEXOS:	
Anexo 1	203
Anexo 2	208
Anexo 3	210
Anexo 4	216
Anexo 5	223
Anexo 6	226
Anexo 7	235
Anexo 8	241
Anexo 9	244
Anexo 10	247

INTRODUCCIÓN

El turismo es una actividad importante alrededor de todo el mundo; debido a la generación de riquezas que implica, puesto que se atrae gran cantidad de turistas (internos y externos) e impulsando a los residentes a cuidar y disfrutar de los recursos que goza cada país. “El beneficio más visible del turismo es el empleo directo en hoteles, restaurantes, tiendas y empresas de transporte. Otro beneficio del turismo es su efecto multiplicador conforme los consumos turísticos se reciclan a través de la economía local ”¹.

Para atraer a los turistas, los destinos deben responder a las necesidades turísticas básicas de costos, comodidad y conveniencia. Los turistas, como otros consumidores, comparan los costos con los beneficios que ofrecen los destinos turísticos específicos, es decir, comparan la inversión de tiempo, esfuerzo y recursos con una retribución razonable en educación, experiencia, diversión, descanso y recuerdos.

Los sitios turísticos están desarrollados en eventos con mayor frecuencia con el fin de atraer a los turistas. Los pueblos pequeños o rurales como Puerto Cayo, comúnmente inician un evento, como un festival para definir su identidad, en este caso el Festival de las Ballenas Jorobadas.

Ecuador es un país con una gran biodiversidad, comunidades con costumbres atractivas, riquezas paisajísticas, gastronómicas, étnicas, arquitectónicas y culturales, pero pese a todo ello, estas ventajas no han sido explotadas como deberían. Las ventajas que existen son enormes, basta con recordar que la

¹ Kotler, Bowen y Makens (1997).

“Organización Mundial de Turismo colocó al Ecuador entre los 17 países mega diversos en términos ecológicos, pero pese a ello la tasa de crecimiento anual de turismo ecuatoriano es de tan solo 6%”².

El sector turístico es el tercer rubro generador de ingresos en la economía del país, luego del petróleo y banano, pero el flujo de visitantes es muy inferior frente al potencial con que se cuenta.

El Plan de Desarrollo y Consolidación para el Producto Turístico Puerto Cayo, que se propone, busca implementar beneficios que satisfagan las necesidades del turista, es decir, brindar una buena imagen turística a nivel internacional y nacional con el fin de aumentar el ingreso de la parroquia y a la vez motivar al Ministerio de Turismo y al Gobierno en general, en lo esencial que es invertir en las bellas playas que se encuentran en Ecuador, mediante estrategias y acciones específicas que aumenten la competitividad de este destino turístico y así propiciar el desarrollo integral y el uso de sus recursos naturales y ambientales de manera sostenible en este lugar.

Para el presente estudio hemos utilizado los siguientes métodos de investigación : Investigación por medio de la observación, Investigación por medio de encuesta y el método de contacto personal (entrevistas).

Este estudio está organizado en cinco secciones: el capítulo 1 se refiere a los antecedentes y datos generales de Puerto Cayo y hace una revisión del Marketing turístico y su importancia en el Ecuador. La sección 2 presenta un análisis de las Infraestructuras, Recursos Alojativos y Dotación Turística que posee Puerto Cayo. En el capítulo 3 se analiza los Recursos y Productos Turísticos que ofrece esta zona. En la sección 4 se muestra el análisis

² Revista Vistazo, Un destino Invisible.

Cuantitativo y Cualitativo del producto turístico Puerto Cayo. En el apartado 5 presenta el Plan de Marketing a seguir para la mejora de este destino turístico. Y finalmente la sección 6 muestra el Análisis Financiero que se obtiene del plan que se piensa llevar a cabo.

CAPITULO I

GENERALIDADES

1.1 ANTECEDENTES

El presente trabajo propone estrategias y recomendaciones específicas mediante un Plan de Marketing para el Desarrollo y Consolidación del Producto Turístico Puerto Cayo con el fin de aumentar la competitividad de este destino turístico.

Partiendo de estas consideraciones podemos reflejar una serie de razones por las cuales se hace necesario realizar un Proyecto de Desarrollo Turístico en Puerto Cayo:

- Nunca ha existido un plan de desarrollo turístico conjunto del futuro de esta actividad en éste ámbito territorial.
- Se han producido cambios en las motivaciones de la demanda que visita este destino.
- Que la comunidad de Puerto Cayo considere al turismo como una nueva fuente de ingresos que sirva para su desarrollo sostenible.

El Plan de Desarrollo y Consolidación del Producto Turístico Puerto Cayo no puede considerarse de un modo aislado sino como una parte de un proceso productivo con unas mega tendencias de mercado, unas políticas públicas y unas actuaciones empresariales todas ellas relacionadas entre si para la mejora en la calidad de vida de este sector.

Para la realización de este Plan se propone que la dirección general esté a cargo de un ente civil y apolítico, conformado por los principales prestadores de servicios turísticos de la zona, además de autoridades representativas de la parroquia, quienes se vean directamente vinculadas a la obtención de los resultados mediante las estrategias y actuaciones que este proyecto conlleva.

Este Organismo no gubernamental lleva por nombre, Comité Ecoturístico de Puerto Cayo, fundado el 15 de mayo del 2001, conformado inicialmente por 3 personas vinculadas al sector turístico, entre ellas dos de los dueños de alojamientos turísticos como son: Hostal Zavala (Sr. Colón Zavala) y Hostal “Los Frailes” (Sr. Francisco Parrales). Otro de los fundadores de este Comité fue el Sr. Oscar Pihuave, pescador de la zona quien vio en el turismo una forma alterna y lucrativa de desarrollo para su parroquia.

Actualmente este Comité se ha expandido integrando al resto de los hoteleros, entre ellos la Lcda. Ximena Larrea, Ex-Directora de Turismo de Galápagos, los dueños de restaurantes y las nuevas organizaciones, operadoras y transportadoras turísticas, que se formaron a raíz del auge de visitantes que se logró con el avistamiento de las ballenas jorobadas en los últimos tiempos.

Administrativamente el Comité Ecoturístico está presidido por la propietaria del Hostal Residencia Barandúa, Lcda. Ximena Larrea y la vicepresidencia está a cargo del Sr. Colón Zavala dueño de uno de los hostales de la parroquia. Como secretario se encuentra el Sr. Oscar Pihuave, dueño de una de las operadoras turísticas y en la administración financiera, como tesorera la Sra. Mary de Zavala, propietaria del Bar Comedor “El Gringo”.

Las funciones que desempeñarán cada uno de los que conforman este Comité se presentarán detalladamente en el siguiente párrafo:

Presidente: Se encarga de coordinar todas las funciones referentes a la promoción de Puerto Cayo, además de organizar campeonatos playeros y el desfile de apertura y cierre de temporada de ballenas.

Vicepresidente: Se encarga de buscar contactos, (Junta de Recursos Hidráulicos, Sr. Miguel Castro), que puedan aportar dinero para poder realizar los diversos eventos que organiza el Comité, con el fin de promocionar la zona.

Secretario: Se encarga de ayudar al Presidente y Vicepresidente, llevando de manera organizada una agenda con temas que se han tratado en las diferentes reuniones del Comité, además de aportar con ideas para la promoción de Puerto Cayo.

Tesorera: Se encarga de recolectar el dinero que aportan mensualmente los integrantes del Comité, como son: hoteleros, dueños de restaurantes, operadoras y transportadoras Turísticas y la Junta Parroquial.

Entre los objetivos de este Comité se destaca principalmente promocionar y mercadear el destino turístico Puerto Cayo en los principales mercados nacionales y en un futuro a los mercados internacionales; promocionar y estimular todas las iniciativas destinadas a la conservación y preservación de los recursos naturales y valores ambientales existentes en este balneario para conservarlo por generaciones; mejorar en forma continua la calidad de los servicios mediante la formación y la innovación tecnológica; mejorar el trato personal e individualizado a los turistas; intensificar las relaciones con el Municipio de Jipijapa, el Ministerio de Turismo y demás entes privados



dedicados a servicios turísticos (agencias de viaje, operadoras turísticas nacionales) para así lograr el desarrollo turístico de esta parroquia y a su vez asegurar a los moradores la mejora en su calidad de vida.

Dicho estudio, está basado en el Plan Estratégico Participativo de Desarrollo del Cantón Jipijapa, en el cual consta una evaluación general de las respectivas Parroquias urbanas y rurales, desarrollado por el Gobierno Municipal del Cantón Jipijapa y mediante el cual este Plan de Desarrollo y Consolidación busca hacer un análisis específico de la problemática que se presenta en la Parroquia de Puerto Cayo, y así sugerir estrategias que ayuden al desarrollo turístico de este sector.

1.2 EL TURISMO EN EL ECUADOR

El turismo tiene un impacto económico como sector particular y como parte de la actividad turística en general. Por su naturaleza, el ecoturismo estimula, a la vez que da cabida al nacimiento de micro, pequeños y medianos negocios, tanto rurales como urbanos.

Numerosos estudios realizados por la Organización Mundial del Turismo (OMT) coinciden en reiterar la existencia de condiciones favorables para que en el nuevo milenio continúe la tendencia creciente del turismo. Condiciones derivadas, en primer lugar, del ritmo demográfico, pero también de las políticas sectoriales, cada vez más empeñadas en facilitar el acceso a los distintos productos turísticos, a través de lo que se ha dado en llamar la “sociedad del ocio” favorecen su crecimiento.

En 1997, el turismo representó 443 billones de dólares, a nivel mundial. Hacia el año 2020, se proyecta que este sector moverá 2 trillones de dólares, fruto de 1.6 billones de llegadas internacionales. En los últimos 50 años, el turismo tuvo un crecimiento positivo anual del 4 a 5 por ciento. Sudamérica

casi duplicó esta tasa, al crecer al 8 por ciento. Estas cifras muestran que el sector turístico tiene una proyección de crecimiento mayor que otras ramas de la economía, como la manufactura o la industria. A nadie sorprende entonces, que organismos de ámbito mundial, regional nacional y local presagien un futuro ilusionante alrededor del turismo.

En el caso ecuatoriano, el turismo ha crecido en el último decenio a un ritmo del 6.7 por ciento. Y, a pesar de la crisis generalizada que experimentó el país durante 1999 (-4%), debido a un entorno negativo -porque ésta es una actividad sumamente sensible a impactos como la inseguridad política, la inseguridad pública o la inseguridad física- durante el año 2000, este sector tuvo una rápida recuperación, con un crecimiento cercano al 20 por ciento.

1.2.1 Importancia del Turismo en el Ecuador

El turismo integra actividades y empresas locales, como el transporte, las comunicaciones y los servicios de un mundo cada vez más globalizado y, con la necesidad de los seres humanos, no solo de descansar y de recrearse, sino también de compartir y de educarse.

El movimiento turístico representa entre el 5 y el 10 por ciento del PIB de los países desarrollados, llegando a significar entre el 20 y el 25 por ciento en realidades más pequeñas, como los países emergentes, como Costa Rica o Cuba.

El turismo es un destacado generador de divisas para la economía ecuatoriana. La actividad se ubica en el tercer lugar de importancia entre las exportaciones de bienes y servicios con una participación del 8% en el valor total exportado en el año 2001, siendo superada únicamente por el petróleo crudo y sus derivados (34%) y el banano (15%).

Ecuador: Ranking de exportaciones de bienes y servicios (2000 y 2001)

Rubro	Millones de US\$ 2000	Particip 2000	Millones US\$ Ene-Jun 01	Particip 2001	Posición 00 y 01
Petróleo y derivados	2442	41%	1900	34%	1
Banano y Plátano	821	14%	827	15%	2
Turismo	402	7%	430	8%	3
Camarón	274	5%	278	5%	4
Otros bienes	1505	26%	1680	30%	
Otros servicios	447.3	8%	481.5	9%	
Total de exportaciones	5891	100%	5596	100%	

Fuente: Banco Central del Ecuador

En el año 2001, los viajes de turistas extranjeros al país significaron entradas de recursos por US\$ 430 millones que, comparados con los US\$ 402 millones obtenidos en el 2000 reflejan un crecimiento notable del 7%. Se espera que en el futuro continúe la misma tendencia. Y en el 2002 según el Ministerio de Turismo ingresaron 600 mil turistas que generaron divisas por 540 millones de dólares.

Uno de los retos del sector turístico ecuatoriano es convertirse en el "número 1" en un plazo de 10 años, al pretender generar divisas para el país por US\$ 1600 millones, para ello se están poniendo en ejecución varios programas de estímulo a la inversión, a través de un nuevo marco legal de la actividad turística. Otros de los elementos que permiten fortalecer esa actividad es el programa de descentralización turística, es decir, el mecanismo que involucra a todos los Municipios en los objetivos de impulsar y desarrollar el turismo local.



Fuente : Banco Central del Ecuador

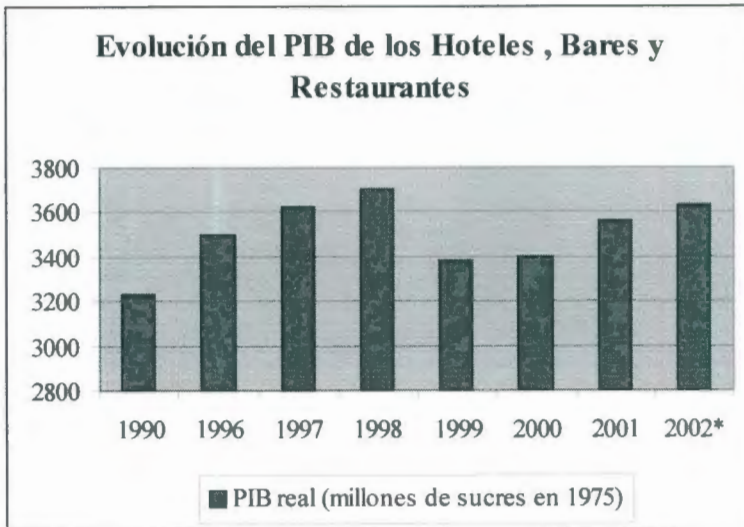
1.2.2 El PIB turístico en el Ecuador

Los sectores del Ecuador experimentan una notable recuperación. El PIB de la rama “ Hoteles, Bares y Restaurantes “ rubro del PIB directamente relacionado con el sector del turismo creció +1% en el 2000 y 4% en el año 2001, superando así las expectativas que se tenían al inicio del año y pese a los problemas generados por los atentados terroristas perpetrados en 11 de septiembre. En el 2002 evolucionó positivamente en un 3%.

Dos factores se conjugan para lograr este comportamiento:

La perspectiva de crecimiento de turismo interno y cierto optimismo respecto al número de llegadas internacionales (turismo receptivo). En el 2001, los hoteles, bares y restaurantes contribuyen al PIB total de la economía ecuatoriana en 1.6%. En el afán de cuantificar el aporte real de esta actividad al país, el Ministerio de Turismo se encuentra en la fase de construcción de una cuenta satélite, que de acuerdo con los resultados de un ejercicio

exploratorio para dos años (1992-1993) elevaría a 4.3% la contribución de la industria turística del Ecuador.



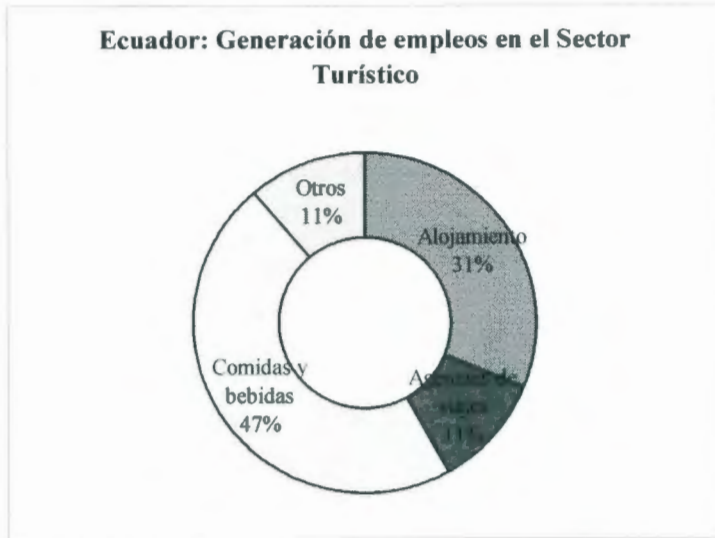
Fuente: Banco Central del Ecuador

1.2.3 Turismo : Importante generador de empleo

Se calcula que mas de 56.000 personas están directamente empleadas en la actividad turística, lo que representa el 3.1% de la población económicamente activa del Ecuador.

A esta cifra hay que sumarle los tres puestos indirectos que se crean por cada plaza directa de trabajo en el sector, lo que significaría que alrededor de 168 mil personas dependen directa o indirectamente de esta actividad.

Respecto al 2000, la oferta de trabajo del sector se incrementó en el orden del 6%. Los mayores generadores de empleo directo para el turismo ecuatoriano son los establecimientos de comidas y bebidas (48%), los de alojamiento (31%) y las agencias de viaje (11%).



Fuente: Ministerio de Turismo

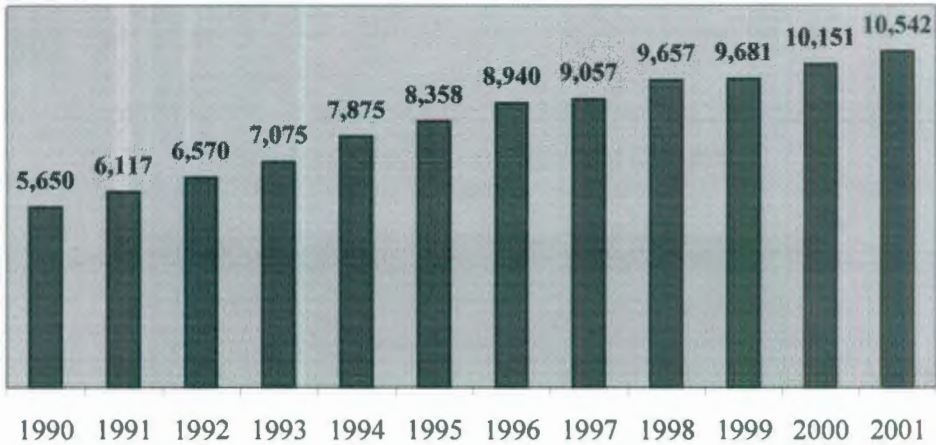
1.2.4 Oferta de servicios turísticos en el Ecuador

Al cierre del 2001, se registraron 10.542 establecimientos oferentes de servicios turísticos a nivel nacional, con la siguiente distribución : comidas y bebidas (57%); alojamiento (23%); agencias de viajes (13%); y otros, como lugares de recreación y líneas aéreas, de transporte terrestre y marítimo (8%).

La oferta representa un incremento de +4% respecto al 2000. La tendencia del número de establecimientos de turismo desde inicios de los años 90 ha sido creciente a una tasa anual de +6%.

Estas cifras dan cuenta de un crecimiento sostenido en las inversiones e infraestructura turística.

Evolución del número de establecimientos turísticos en el Ecuador



Fuente: Ministerio de Turismo

1.2.5 Número de visitantes promedio anual en el Ecuador

En el año 2000 se registraron 615 mil llegadas de extranjeros al Ecuador, que representaron un incremento de +21% respecto a los arribos de 1999.

Es así como superó el crecimiento promedio de la década (+5% anual) y se revirtió el estancamiento del flujo turístico receptivo evidenciado en el año de crisis (1999).

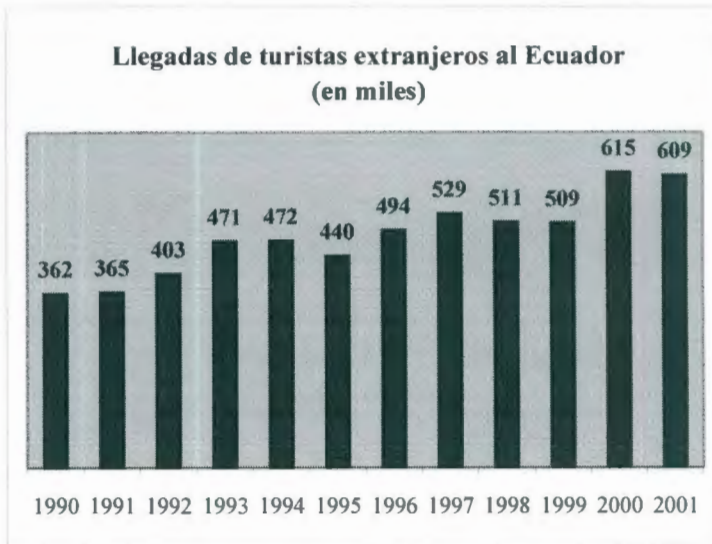
En el 2001 se registraron cerca de 609 mil arribos (una disminución de – 1.06% respecto al 2000).

Los turistas extranjeros que visitan el país proceden en su mayoría de Colombia (30%), Estados Unidos (22%) y Perú (10%).

La meta del Plan de Competitividad Turística es lograr 2 millones de llegadas en el 2010, que implicarían un crecimiento anual medio del +14%. Si se

cumplen estas proyecciones, en el 2006 el turismo receptivo alcanzaría el 10% de la población ecuatoriana (1.2 millones de visitas).

1990-2001



2002-2010

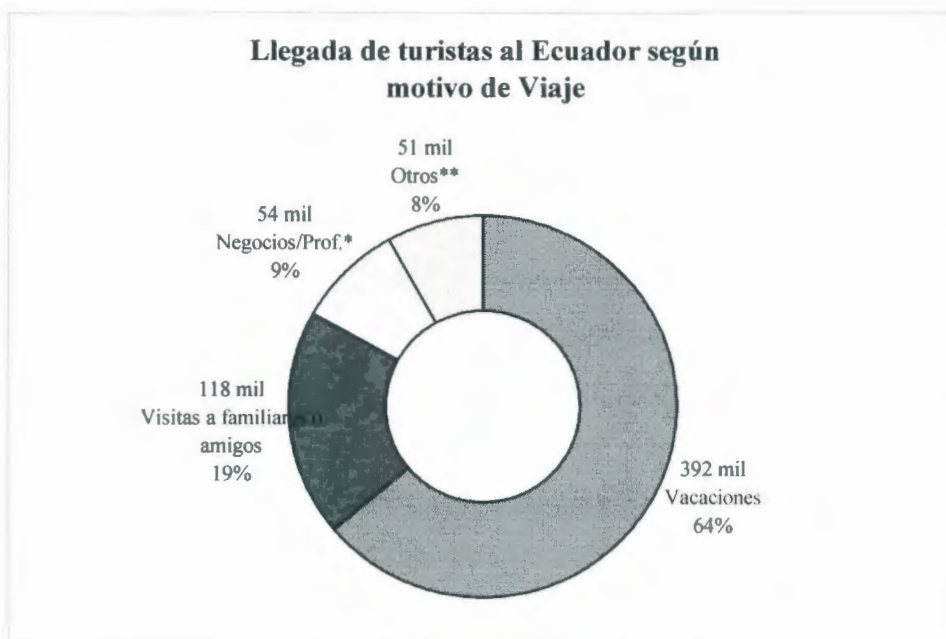


*Proyecciones sobre la base de la meta del Plan de Competitividad Turística del Ecuador.

Fuente : Dirección Nacional de Migración



Según la encuesta realizada en la temporada alta de 2000, el 64% de las personas que ingresaron en el Ecuador en ese período lo hicieron por vacaciones (392 mil), asociándose estas llegadas al turismo de sol, playa, naturaleza y ecología. Un 19% adicional arriba al país para visitar a familiares y amigos (118 mil); este motivo se relaciona fundamentalmente con los arribos de ecuatorianos residentes en el extranjero, quienes invierten parte de estadía en el país en realizar actividades de turismo natural. Razones de negocios, convenciones, ferias y congresos originaron otro 8% de llegadas.



*Negocios y motivos profesionales (convenciones, seminarios, etc.)

** Otros motivos, salud, religión, etc.

Fuente: Ministerio de Turismo

1.2.6 Los cinco clusters turísticos del Ecuador

Si Ecuador es un país pequeño desde el punto de vista geográfico, su singular topografía, su variedad de zonas climáticas, su multiplicidad de

especies vegetales y animales y la calidez de su gente lo convierte en un “pequeño gigante”.

Es uno de los 17 países con mayor biodiversidad, la más concentrada del mundo. Es la tercera nación rica en anfibios, la cuarta en pájaros, y la novena en vertebrados. Cuenta con 13 nacionalidades indígenas, todas ellas con su propia idioma y costumbre. Su población ha recibido un enorme legado cultural, que proviene de la fuerte presencia indígena y el pasado colonial español. El país posee 280 volcanes, 18 de los cuales se encuentran activos. Más de 2240 especies conocidas de árboles crecen en su selva tropical. Un recorrido por el territorio ecuatoriano traslada al turista en cuestión de horas desde la selva tropical hasta las estribaciones y alturas de la cordillera de los Andes, para descender luego hacia la costa del Pacífico, en un trayecto interminable de paisajes naturales.

Con el fin de descentralizar el desarrollo turístico del Ecuador y utilizar el mercadeo de los atractivos de sus diferentes regiones, El Plan de Competitividad del Ministerio del ramo ha conformado cinco clusters de turismo, definidos como “ El conjunto de lugares que actúan coordinadamente en función de las estrategias de mejoramiento de la oferta turística, ya sea para el turismo receptivo o interno”.

Cluster 1: Andes: Centro-Norte turismo natural e histórico- Etnográfico; ecoturismo, Turismo de Aventura en montaña, Turismo de Negocios, Convenciones y Eventos.

- ❖ Carchi
- ❖ Imbabura
- ❖ Pichincha
- ❖ Cotopaxi

- ❖ Tungurahua
- ❖ Chimborazo

Cluster 2: Litoral: Ecoturismo; Turismo de aventura en mares y ríos; Turismo de sol y playa; Turismo de Negocios, Turismo cultural-Arqueológico.

- ❖ Esmeraldas
- ❖ Manabí
- ❖ Guayas
- ❖ El Oro
- ❖ Los Ríos

Cluster 3: Austro: Turismo cultural, histórico y etnográfico, Ecoturismo

- ❖ Bolívar
- ❖ Cañar
- ❖ Azuay
- ❖ Loja

Cluster 4: Amazonia: Ecoturismo: turismo cultural

- ❖ Sucumbios
- ❖ Orellana
- ❖ Napo
- ❖ Pastaza
- ❖ Morona Santiago
- ❖ Zamora Chinchipe

Cluster 5: Galápagos: Ecoturismo

❖ Galápagos

1.2.7 Ecuador: el país con mayor densidad de turismo

En el 2001, Ecuador aportó el 12% de los ingresos de divisas de la Comunidad Andina de Naciones por concepto de turismo receptivo. Su participación en el número total de arribos a la zona bordea el 18%. Si bien estos porcentajes son menores a los registrados por otros países de la región, Ecuador se posiciona como el de mayor número de llegadas por kilómetro cuadrado de extensión territorial, esto es, una densidad de turismo equivalente a 2 visitas por Km. 2 en el área Andina. Además es el de más cantidad de arribos por cada 100 habitantes, se producen 5 llegadas por cada 100 residentes, igual que Bolivia.

En el 2001, Ecuador se situó como el segundo país en términos de Economía para el viajero con un gasto medio de US\$ 706 por turista (cifra que representa el total gastado durante el tiempo de permanencia del visitante en el país).

Pais	Aporte PIB ⁶ %	Ingresos turismo (millones de \$) (a)	Parti.%	Crec. Anual promedio ² (%)	Turismo receptor (miles llegadas) (b)	Parti.%	Crec. Anual promedio ² (%)
Bolivia	2.10%	150	4%	11%	384	11%	6.40%
Colombia	1.30%	1162	31%	9.50%	966	29%	1.20%
Ecuador	1.50%	430	12%	8.60%	609	18%	5.30%
Perú	1.10%	1088	29%	17.10%	893	27%	14.40%
Venezuela	1.40%	907	24%	15%	661	20%	1%
Total		3737	100%	12.40%	3365	100%	4.10%



Pais	Gasto Medio por llegada (US\$ por llegada) (a/b)	Ingresos turismo (\$ per capita)³	Numero de llegadas por Km cuadrado⁴	Numero de llegadas respecto a poblaci3n⁵
Bolivia	391	18	0.4	5%
Colombia	1203	27	1	2%
Ecuador	706	34	2	5%
Perú	1218	42	1	3%
Venezuela	1372	38	1	3%
Total	1111	33	1	3%

1 Cifras reales para Ecuador; estimaciones en base al comportamiento anual 1991-2000 para los dem3s pa3ses andinos.

2 Crecimiento anual real 1991-2001 para Ecuador; Crecimiento anual real 1991 y estimaciones del 2001 y para los dem3s pa3ses andinos.

3 Ingresos por concepto de turismo receptivo/ n3mero de habitantes

4 N3mero de llegadas de turismo receptivo/ extensi3n territorial

5 N3mero de llegadas de turismo receptivo sobre el n3mero de habitantes

6 A3o 2000

Fuente: Secretar3a de la Comunidad Andina

1.2.8 Entidades que ayudan al turismo ecuatoriano

- CONAMU
- Los Ministerios de Turismo, Ambiente, Trabajo y Recursos Humanos
- La Corporaci3n Financiera Nacional
- El Comit3 Asesor de Empleo
- Proyecto OIT - Ecuador
- El Consorcio de Consejos Provinciales (CONCOPE)
- El Municipio del Distrito Metropolitano de Quito
- El I. Municipio de Cotacachi
- La C3mara de Turismo de Pichincha y
- La FENOCIN.
- Agencias de Viajes

1.2.9 Factores que afectan al turismo ecuatoriano

Entre los problemas que enfrenta el turismo en el Ecuador se menciona la falta de organización para promocionar al país en el exterior, para lo cual es fundamental la coordinación de esfuerzos entre el sector público y privado, participar en ferias internacionales de turismo, publicar folletos promocionales y efectuar una promoción profesional a través del uso de Internet.

Otro problema es el creciente nivel de inseguridad, que hace necesario realizar mayores esfuerzos por parte de las autoridades, señalándose como una posible solución la creación de la policía turística.

Las actividades petrolera y minera ocasionan un alto impacto ambiental que afecta a los frágiles ecosistemas especialmente de la región amazónica y por ende a sus habitantes y a las iniciativas turísticas.

1.2.10 Rentabilidad del turismo en el Ecuador

En el período 1989-1996, el aporte del sector de hoteles bares y restaurantes creció al 1,76% anual promedio, en tanto que el crecimiento promedio del PIB alcanzó el 2.8%. Su participación en el PIB total en el año 1996 alcanzó el 1.6%. Las cifras permiten confirmar que el progreso de la actividad turística en nuestro país es aún limitado, especialmente si consideramos que la industria turística representa entre el 6% y 8% del PIB mundial.

Sin embargo, los recursos generados por el turismo permiten ubicar a la actividad en el tercer lugar como fuente de ingreso de divisas, después de las exportaciones de petróleo y banano. Los ingresos por turismo reflejados en la cuenta viajes de la Balanza de Servicios, registran para 1996 un monto de divisas de US \$ 281 millones, con un incremento del 10% frente a los ingresos de US \$ 255 millones obtenidos en 1995.

La actividad turística se caracteriza por su alto nivel de encadenamientos intersectoriales que estimulan inversiones en otros sectores productivos y de servicios. El turismo en el país se ha desarrollado básicamente por la iniciativa privada en tanto que el sector público ha participado a través de su regulación y control.

En enero de 1997 se emitió la nueva Ley Especial de Desarrollo Turístico, que declara al turismo como actividad prioritaria para el desarrollo del país y como política de estado y prioridad nacional, esta ley permitirá establecer el marco idóneo para su desarrollo, en ella se prevé diversos beneficios a las empresas turísticas calificadas, como la exoneración del pago de impuestos y derechos. Se encuentra pendiente la promulgación del Reglamento respectivo, que completará el entorno legal regulatorio de la actividad.

En cuanto a los establecimientos de servicios turísticos registrados en CETUR se aprecia una tendencia creciente; así, mientras en 1990 existían en el país 1.298 establecimientos de alojamiento, en 1996 el número se incrementó a 1.964 los servicios de comidas y bebidas, en 1990 alcanzaron a 3.675, en tanto que para 1995 su número llegó a 5.383, es necesario señalar que existen en el país muchos sitios proveedores de servicios turísticos que no se encuentran registrados en el CETUR y que se desenvuelven de manera informal sin cumplir con todos los requisitos legales ni proporcionar servicios de calidad.

Entre 1990 y 1996 el ingreso de turistas se incrementó de 362.072 a 500.000 con un crecimiento anual promedio de 4,9%. El principal mercado turístico para el país durante el período señalado lo constituye el continente americano con el 80,4% del total de visitantes, el mayor número de turistas proviene de Colombia y los Estados Unidos. En 1996 arribaron 155.000 visitantes de Colombia y 100.00 norteamericanos. Le siguieron en

importancia los turistas europeos destacándose Alemania con 20.000 y Francia con 15.000.

1.2.11 El turismo local y su importancia

Lo que las cifras globales no reflejan es lo que ocurre en el continente americano con respecto a los beneficios económicos del turismo para las comunidades locales. Se hicieron muchos estudios sobre los aspectos económicos, sociales, culturales y ecológicos del turismo en las comunidades locales. En su mayoría, los resultados son muy positivos. No obstante, toda comunidad local que contemple el turismo como un instrumento de desarrollo económico deberá concretarlo sólo después de efectuar un estudio completo, estudio que se está realizando en este trabajo para una comunidad local, en este caso, Puerto Cayo.

El turismo no es necesariamente una panacea para resolver todas las penurias económicas de una comunidad. Es menester efectuar un análisis cuidadoso de costos y beneficios y estudios sobre el impacto económico, cultural y ambiental. Lo más importante al evaluar de manera integral las repercusiones del turismo es determinar si el desarrollo del turismo sostenible satisface, ahora y en el futuro, las necesidades de los turistas actuales y previstos, así como las necesidades de la comunidad que los recibe.

En general, la mayoría de los estudios sobre el impacto del turismo sobre las comunidades locales han encontrado que un programa de turismo basado en estudios adecuados, bien planificado y bien administrado, que además tiene en cuenta el entorno local, natural y cultural, tiene buenas probabilidades de mejorar la economía local y la calidad de vida de los residentes locales. Algunos de los beneficios económicos incluyen el desarrollo de nuevas actividades empresariales, la creación de empleo, el aumento del ingreso, el

desarrollo de productos y el mejoramiento de la infraestructura, así como oportunidades especiales de vincularse con otros servicios y productos. Si el enfoque es el correcto, también puede promover el orgullo de la comunidad y redundar en una mejor calidad de vida.

Entre los beneficios locales también se incluye el potencial de crear industrias internas rentables - hoteles, restaurantes, sistemas de transporte, artículos de recuerdo y artesanías y servicios de guías turísticos. Si el turismo local atrae grandes números de visitantes internacionales puede generar montos considerables de divisas.

Otros beneficios podrían incluir:

- Diversificación de la economía local, sobre todo en zonas rurales, cuando el empleo en actividades agropecuarias puede ser esporádico o insuficiente;
- Estímulo de la economía rural al crear demanda de productos agropecuarios e inyectar capital;
- Estímulo de mejoras a la infraestructura local de transporte y comunicaciones, que beneficia a la población local.

Una comunidad deberá evaluar cuidadosamente sus lugares y edificios históricos, sus tradiciones, su patrimonio cultural, sus atractivos y su belleza natural. La sostenibilidad del turismo sugerirá entonces la preservación de estos valiosos activos para generaciones futuras y para generar ganancias económicas y sociales durante mucho tiempo. El valor económico de la protección de esos activos ayuda a las comunidades, grandes y pequeñas, a enriquecer el potencial de turismo global. En estudios recientes se ha demostrado que son cada vez más los viajeros interesados en ver y hacer más y están dispuestos a permanecer más tiempo y a gastar más dinero en

zonas donde se da importancia a la cultura y al medio ambiente. Esto es lo que se busca realizar con el estudio que estamos realizando mediante este Plan de Desarrollo y Consolidación del Producto Turístico Puerto Cayo, dar a conocer este maravilloso destino turístico con un potencial enorme en lo que respecta al ecoturismo y al turismo comunitario.

Turismo Sostenible

Es una nueva forma de planificar, ofertar y mercadear el producto turístico nacional, fundamentado en principios éticos y colectivos para el manejo de los recursos naturales y culturales, cuyos beneficios económicos mejoren la calidad de vida de todos los sectores involucrados.

La Organización Mundial del Turismo (OMT) define el turismo sostenible como: "un modelo de desarrollo económico concebido para mejorar la calidad de vida de la comunidad receptora, facilitar al visitante una experiencia de alta calidad y mantener la calidad del medio ambiente del que tanto la comunidad anfitriona como los visitantes dependen".

1.2.12 La importancia de invertir en el turismo

El turismo es una industria como todas, con la gran diferencia de que ésta no contamina como algunas y mas bien su mayor fortaleza es mantener y promover el ambiente en el que se desarrolla.

El Turismo es una actividad esencial de la vida de las naciones por sus consecuencias directas para los sectores sociales, culturales, educativos y económicos de las sociedades nacionales y para las relaciones internacionales; además el Turismo en si genera todo un efecto multiplicador en el apartado productivo, ya que permite desarrollo y empleo en diversas

actividades, es decir que estimula para que se dé un encadenamiento intersectorial para inversiones en otros sectores productivos y de servicios.

Es relevante mencionar la importante biodiversidad de recursos naturales que posee el Ecuador, debido a la ventaja comparativa que tiene por su ubicación geográfica y sus regiones climáticas (Costa, Sierra, Oriente, Amazonía y Archipiélago de Galápagos), en comparación al resto de países, la cual permite que nuestros productos, sobre todo de origen agrícola, posean características únicas en el mundo. Ejemplos conocidos de esta afirmación los encontramos en frutas, vegetales y flores que tienen un reconocimiento a nivel mundial por su excelencia e incomparable calidad.

Con el fin de aumentar el atractivo turístico que tiene nuestro país, se están poniendo en marcha obras de infraestructura y vialidad. Actualmente, se están construyendo dos modernos aeropuertos internacionales en las ciudades de Quito y Guayaquil, cuyo objetivo básico será incrementar la capacidad de entrada y salida de personas. En este mismo sentido, están en proceso proyectos tales como, el Interoceánico de comunicación marítimo-terrestre, en el cual se trasladará mercadería desde la Costa del Pacífico en Ecuador hasta la Costa Atlántica en Brasil.

El sector turismo ha tenido un desarrollo sostenido que permite que el Ecuador sea atractivo para la inversión extranjera y nacional. Un ejemplo conocido de esto, es la playa llamada Montañita, el cual está prácticamente poblada de negocios establecidos por personas de otros países y de diferentes ciudades de el Ecuador.

Ecuador es un país pequeño en territorio, pero cuenta con numerosas y extensas playas, muchas de ellas en estado virgen, como la playa de Puerto Cayo. La riqueza cultural de Ecuador incluye diversas culturas precolombinas

que se pueden admirar en los museos, además de diversos sitios arqueológicos que pueden ser visitados en el país.

Dentro de la modalidad Turismo de Naturaleza, el Ecoturismo promete un excelente modelo de aprovechamiento sustentable que, bien llevado, puede convertirse en sostenible, cumpliendo un doble propósito: aprovechar nuestros recursos naturales y desarrollar una actividad importante en el aspecto económico y social como lo es el turismo; la actividad eco turística debe fomentarse y aprovecharse dentro de estándares de sustentabilidad ; ya que no se justifica poner en riesgo los patrimonios naturales de un país.

El turismo es una actividad que requiere de un seguimiento constante para poder conocer las fortalezas, aprovechar las oportunidades, reforzar las debilidades y estar preparados para las amenazas que se presenten.

Fortalezas

- Variedad de Ecosistemas y contrastes de selvas, nevados y playas.
- Diversidad de Etnias y gran riqueza cultural
- Planes de manejo para Áreas Protegidas.

Oportunidades

- Inversión en infraestructura turística y actividades turísticas.
- Aprovechar riquezas inexploradas, playas vírgenes (Puerto Cayo).
- Genera una verdadera cadena de producción.
- Posibilidad de efectuar convenios de asociaciones relacionadas al turismo para brindar capacitación y apoyo al sector.



Debilidades

- No se da promoción al potencial turístico con el que se cuenta, es decir, carencia de un adecuado Marketing Turístico.
- No se conoce inversionistas con quien relacionarse.
- Escaso desarrollo de conciencia turística nacional.
- Falta de calidad en servicios e infraestructura turística.

Amenazas

- Desastres Naturales.
- Atentados Terroristas.
- Políticas de Estado Cambiantes.
- Sobreexplotación de los recursos por falta de estudios respecto a carga turística.
- Contaminación de áreas protegidas y playas.

Ecuador es un país que recién está incursionando en el mundo del turismo, es por esta razón que hay que recalcar la importancia de la inversión en el mismo, ya que esto atraería el turismo receptivo y el turismo interno, dejando así grandes ingresos en nuestro hermoso país. Es por esta misma razón que debemos fomentar la inversión que el Ecuador necesita en infraestructura y servicios turísticos como por ejemplo:

- Establecimientos Hoteleros y alojamientos diversos.
- Centros de tratamiento de Salud.
- Centros de Capacitación de Recurso Humano.
- Terminales para llegadas de turistas: terrestre, aéreos y marítimos.
- Restaurantes.
- Desarrollo de Ecoturismo y Agroturismo.
- Complejos turísticos.
- Lugares de esparcimiento (discotecas, bares).

- Inversión en áreas protegidas.
- Redes de comunicación.
- Agua potable.
- Entre otros.¹

La calidad de turismo que brinde un país se basa en los atractivos, servicios y seguridad que el mismo ofrezca, además toda inversión que se dé en este sector será beneficiosa para el país siempre y cuando no exista o se trate de evitar la sobreexplotación y contaminación de áreas naturales.

1.3 MARKETING DESDE EL PUNTO DE VISTA DEL TURISMO

A través del tiempo, la forma de comercialización ha estado siempre íntimamente ligada al carácter de la economía dominante, razón por la cual a medida que la sociedad ha ido avanzando de una etapa de desarrollo económico a otra, los negocios han ido cambiando de orientación, tratando de adaptarse así, a la nueva situación imperante.

En las últimas décadas, sin embargo, los negocios se han orientado hacia el *concepto del marketing*, al reconocerse que la orientación hacia las ventas no constituye la solución en una época de rápidos cambios tecnológicos, económicos y sociales, y que se caracteriza, además, por una intensa competencia.

El concepto del marketing por lo tanto, exige un cambio de orientación en el proceso de comercialización por parte del productor, quien debe dejar de mirar hacia adentro, es decir, hacia su propio producto, para pasar a mirar hacia fuera, o sea hacia el cliente. No sólo para tratar de detectar las necesidades o los deseos de este último, sino además, para saber cuáles

¹ Ministerio de Turismo

serán en realidad sus verdaderas oportunidades de ventas, en función de la competencia a la cual el producto se verá expuesto en el mercado.

1.3.1 Enfoque del marketing en el turismo

Antes de la década de los cincuenta el turismo se enfoca como un negocio lucrativo, no es hasta después que se introduce en su proceso de comercialización, el nuevo concepto de marketing, como consecuencia de la entrada en el negocio del turismo de una serie de empresas que, si bien no pertenecían a la actividad, tenían una basta experiencia en otros campos de los negocios y contaban además con el dominio de las modernas técnicas de marketing.

Un estudio efectuado por la Unión Internacional de Organismos Oficiales de Turismo, UIOOT (hoy Organización Mundial del Turismo), relacionado con las formas de distribución en el campo del turismo, dice textualmente al respecto:

Hacia 1950, el sector distributivo de la Industria Turística emprendió una mutación considerable, evolución debido a la tendencia hacia una mayor integración dentro de la Industria, y como consecuencia de la entrada en la misma de empresas hasta entonces activas en esferas no relacionadas directamente con el turismo...

Las entidades Industriales y Financieras, con intereses colaterales (empresas publicitarias, grandes almacenes, empresas de ordenes por correo, bancos, grupos petroleros e industriales), que buscan nuevas posibilidades de colocar sus capitales de manera productiva, no tardaron en darse cuenta del inmenso potencial de negocios que representaba el hombre que viaja. Inyectaron una fuerza capital a la industria de los viajes, e introdujeron técnicas probadas de marketing, ya utilizadas en otras esferas del mundo de los negocios.²

² UIOOT, Estudio sobre las formas actuales y potenciales de los Canales de Distribución.

Con la introducción de las nuevas técnicas de marketing en la actividad turística se cambia el enfoque de la comercialización del turismo y nace, en Europa Occidental, el concepto de Producto turístico, y con éste, la estandarización de la oferta, base del boom que se produce en el turismo mundial, y que llega a su máximo esplendor a fines de la década de los 60 y principalmente de los 70.

Es en este periodo en el que el proceso de comercialización del turismo, se deja de mirar hacia adentro, o sea hacia el atractivo turístico, y se pasa a mirar hacia fuera, es decir, hacia el turista, quien en definitiva es el que hace uso de los servicios ofrecidos por las distintas empresas que desarrollan sus actividades en el campo del turismo.

1.3.2 Aplicación del marketing en el turismo

Básicamente el proceso de marketing orientado hacia el turismo parte de la definición propia de lo que comprende el marketing. La Asociación Americana del Marketing describe al marketing de la siguiente forma:

La ejecución de actividades comerciales encaminadas a transferir productos o servicios del fabricante al consumidor de modo que satisfaga al consumidor, y cumpla con los objetivos de la empresa.³

En el contenido de esta definición está comprendida una serie de actividades, las cuales en su conjunto, integran un proceso que es el que hace posible la transferencia de los productos, o de los servicios, tanto del fabricante como del prestador de servicios turísticos, en el caso concreto del turismo, al consumidor final o turista, según sea la naturaleza de los servicios consumidos.

³ Asociación Americana del Marketing

Básicamente este proceso puede sintetizarse en las siguientes actividades: obtención de la información para la toma de decisiones; preparación de un plan de marketing; ejecución de los diferentes programas integrantes del plan; y el control de la gestión llevada a cabo.

A) Obtención de la información para la toma de decisiones

Para esta actividad es preciso realizar una investigación de marketing, a fin de reunir información relacionada con: el mercado en el cual se va a actuar, las características del consumidor y su comportamiento con relación al viaje, las ofertas presentadas por los países, los canales de distribución empleados por la competencia, así como los sistemas de promoción y venta utilizados y las características de los medios de difusión disponibles y su respectivo costo.

B) Toma de decisión

Una vez reunida la información mediante la investigación de marketing, se toman las decisiones que posteriormente orientarán a todo el proceso destinado a la comercialización y venta de la oferta turística comenzando por la realización de un Plan de Marketing. Es necesario recordar que el Marketing, no es una actividad aislada, sino que forma parte integral de un conjunto de operaciones destinadas al fomento y desarrollo de la actividad turística.

C) Preparación del plan de marketing

El plan de marketing es un documento en el cual se especifican las decisiones adoptadas con relación al mercado, al tipo de producto, a los canales de distribución a utilizar para hacer llegar dicho producto al

consumidor, a los precios a los cuales tal producto se debe vender, y a las características generales de las actividades de promoción y operaciones de venta a desarrollar durante el proceso de comercialización.

a) Planificación y desarrollo del producto

El producto turístico tal cual como se concibe en la actualidad, tiene su origen en Europa Occidental a principios de la década de los 50. Aunque debe mencionarse que sus antecedentes remotos datan del año 1850, cuando Thomas Bennett, un agente de viajes inglés, crea el denominado Individual Inclusive Tour, conocido por la sigla IIT.

Desde el punto de vista conceptual, el producto turístico no es más que un conjunto de prestaciones, materiales e inmateriales, que se ofrecen con el propósito de satisfacer los deseos o las expectativas del turista. En realidad un producto turístico comprende tres componentes básicos: atractivos, facilidades y acceso.

El primero, y más importante de estos componentes, lo constituyen los atractivos turísticos, por cuanto son los que determinan la selección, por parte del turista, del punto de destino de su viaje, y los que generan una corriente, una corriente turística hacia su localización. Los atractivos turísticos pueden ser de dos tipos: atractivos de sitio y atractivos de eventos.

- **Atractivos de sitio**

Los atractivos de sitio están determinados por las condiciones naturales, o por los factores de vida y actividad humana existentes en el lugar, o en sus alrededores, y que constituyan el principal motivo para que el turista lo visite. Estos atractivos pueden clasificarse desde el punto de vista del marketing, en tres tipos: *atractivos naturales*: clima, paisaje, flora, fauna,

etc.; atractivos relacionados con los *usos y costumbres* de la población, es decir, todo lo referente a sus manifestaciones culturales incluidos los vestigios de culturas antiguas; y atractivos relacionados con la *infraestructura*, como pueden ser las características generales de las aglomeraciones urbanas.

- Atractivos de eventos

Los atractivos de eventos por su parte, son aquellos donde un acontecimiento se constituye en el principal factor para que el turista visite el lugar, tales como son: ferias, exposiciones, un evento deportivo, un festival o algún otro acontecimiento especial.

El segundo elemento está constituido por las facilidades existentes en el destino, o en el lugar en el cual se localizan los atractivos turísticos. Son aquellos componentes del producto turístico hacia el lugar que, normalmente, no generan por sí mismas una corriente turística hacia el lugar, pero cuya ausencia puede impedir la integración del producto. Las facilidades permiten la permanencia y el disfrute de una estancia agradable. Estas facilidades comprenden todas aquellas instalaciones y servicios destinados a facilitar el alojamiento y la alimentación, igual que las distracciones, amenidades y servicios complementarios para el turista.

Y por último el tercer elemento del producto turístico, es el acceso. Es decir, la disponibilidad de transporte de aproximación al destino, desde el lugar de origen del turista para poder llegar al lugar donde piensa disfrutar el turista.

De los tres elementos, los atractivos constituyen el elemento básico, por cuanto son los capaces de satisfacer las motivaciones primarias de viaje de los turistas. El transporte y las facilidades del lugar constituyen el complemento, es decir, los servicios que se ofrecen y que lógicamente se

cobran para que estos turistas puedan satisfacer sus deseos. En turismo por lo tanto, no se venden los atributos físicos del producto, sino más bien la capacidad que éste tiene para satisfacer los deseos o las expectativas de los turistas.

b) Selección de los canales de distribución

En el caso del turismo, las decisiones en cuanto a los canales de distribución son un tanto complejas, dadas las características particulares que éste presenta si las acciones se llevan a cabo a nivel nacional. En efecto, como se trata de un macro-marketing donde intervienen organismos oficiales y empresas privadas en la comercialización de la oferta turística del país, es necesario tener en cuenta en primer lugar, que en este contexto el país o el destino turístico, según sea el caso, en su conjunto constituyen una entidad productora, cuya organización de venta está conformada por las organizaciones de ventas individuales de los prestadores de servicios turísticos nacionales o locales, más las organizaciones de ventas de los intermediarios que participan en el proceso de comercialización de su oferta en el mercado elegido.

Desde el punto de vista de la distribución, la prestación de servicios turísticos no produce ningún envío físico al cliente, sino que por el contrario el turista tiene que desplazarse para efectuar el consumo al destino turístico escogido. Para el turista, por lo tanto, cuando se encuentra en su lugar de origen, el producto turístico es abstracto, por cuanto que no puede verlo por adelantado antes de efectuar la compra.

Este hecho presenta dos aspectos que, lógicamente, deben ser resueltos; en primer lugar, la inmaterialidad del producto, y en segundo, la distribución física del mismo, la cual impide el mantenimiento de un stock en los puntos

de venta al público. La inmaterialidad se soluciona por medio del empaquetado del producto en folletos o magazines, en los cuales se describen sus atributos, se indican los servicios que lo integran, las condiciones de utilización, y su precio de venta. Una vez empaquetado, se procede a la distribución de los programas a través de los canales de distribución, para posteriormente concentrar todos los esfuerzos de venta sobre los mismos. Esto ,sin embargo, no soluciona los problemas relacionados con el mantenimiento del stock en los puntos de venta. Este aspecto debe ser solucionado por medio de la implantación de un sistema de reservaciones, que es precisamente la forma como puede ser sustituida la distribución física del producto, en el caso concreto del turismo.

c) Fijación del precio de venta del producto

La fijación de precios normalmente es una tarea difícil dentro del marketing, en turismo adquiere aún una mayor relevancia dado que el precio puede convertirse, en un momento determinado, en el factor principal de decisión, por parte del turista, sobre el lugar de destino al cual se dirigirá a pasar sus vacaciones.

Por otra parte, el hecho de tratarse de un marketing internacional exige, además, que las decisiones deban ser adoptadas en función de las condiciones imperantes en cada uno de los mercados en los cuales se comercializará el producto, donde los precios de venta no responden a la estructura de costos existentes en el país en el cual se prestan los servicios, sino, en realidad, a las posibilidades económicas del consumidor y a las ofertas de la competencia, factores que son los que determinan el precio de mercado. Como en turismo no puede decirse que exista un producto nuevo, puesto que la mayoría de los casos se trata de variaciones de un producto conocido, que se ofrece como una alternativa en el mercado, el precio de

venta se convierte en un elemento diferenciador sobre el cual recae la mayor atención de las actividades de promoción.

d) Determinación de las acciones promocionales

Las actividades de promoción son aquellas actividades del marketing que tienen como fin persuadir al prospecto, es decir, al turista potencial, para que adopte una decisión de compra a favor de un determinado producto. Estas actividades se llevan a cabo a dos niveles: a un nivel institucional, es decir, de entidad vendedora, y a un nivel de producto.

Cuando se trata de marketing nacional, las actividades de promoción en el ámbito institucional las desarrolla el organismo nacional de turismo, y las actividades a nivel de producto específico, cada uno de los prestadores de servicios turísticos nacionales que participan en el proceso de promoción y venta de la oferta turística del país.

D) Ejecución de los programas

Una vez preparado el plan de marketing, lo que sigue es programar y coordinar la ejecución de las distintas acciones previstas en el mismo. En la ejecución de estas acciones intervendrá el organismo nacional de turismo y las empresas prestadoras de servicios turísticos en forma individual, es necesario establecer un plan de acción conjunto, que permita coordinar e integrar los esfuerzos de todos quienes participarán en las operaciones, para lograr una adecuada concentración en el tiempo, lugar y producto por vender.

El primer paso de este plan de acción conjunta, está destinado a definir la organización territorial de las operaciones, es decir, dónde se van a vender los productos, en qué momento, por qué medios, y quién o quiénes llevarán a

cabo las operaciones. Luego el Organismo Nacional de Turismo se encarga de las actividades de promoción a nivel institucional y los prestadores de servicios turísticos se encargan de las operaciones de venta de los productos individuales.

E) Control de gestión y evaluación de resultados

Para ello se hace necesario establecer un sistema de información y control, que permita medir las desviaciones en función de lo previsto y retroalimentar así el proceso de toma de decisiones. Este sistema de información y control debe prever, tanto el control y la evaluación de resultados a nivel de las actividades de marketing en su conjunto como a nivel individual de cada una de ellas en los distintos programas especialmente para las actividades de promoción y ventas.

1.3.3 Diferencias entre el marketing turístico y el marketing de productos físicos

Las diferencias entre el marketing turístico y el marketing de productos físicos surge como consecuencia de la naturaleza de los servicios como tales, de las características del producto turístico en particular, y del grado de incertidumbre a que están expuestas las decisiones en la comercialización del turismo.

1. Naturaleza de los servicios.- Las principales diferencias están dadas por los siguientes aspectos:
 - a) Intangibilidad: Los productos turísticos tienen componentes tangibles y otros intangibles.



La tangibilidad se observa en la cama de un hotel, la calidad de la comida. La parte tangible la constituye el producto turístico en sí, tal y como es ofrecido por la empresa de servicios turísticos.

La intangibilidad se deduce del hecho de que las características de los componentes de un producto turístico no se pueden testar por medio de los sentidos. Los turistas generan expectativas, imaginan cómo es el producto, qué uso le darán, y qué resultados esperan obtener. Este componente de intangibilidad hace que los consumidores no estén seguros de lo que compran, ni del beneficio que realmente van a obtener cuando consuman el producto.

- b) Inseparabilidad: Los servicios son inseparables de la fuente que los presta. En otras palabras, la producción y el consumo ocurren simultáneamente.

En turismo sucede lo mismo, el servicio está ligado a un determinado lugar y a una determinada empresa, y es el turista quien tiene que trasladarse para efectuar el consumo en el lugar. Con los productos físicos no ocurre lo mismo, son producidos en un lugar y consumidos en otro.

- c) Heterogeneidad: Los servicios son claramente disímiles unos de otros, debido a que dependen no sólo de quien los brinde, sino además del momento en el cual son brindados. Por otra parte, el estado de ánimo de las personas encargadas de prestar el servicio no es siempre el mismo, varía de acuerdo con situaciones personales. Situación que no sucede con los productos físicos, la mayoría de los cuales son estandarizados.

Desde luego esta heterogeneidad de los servicios permite adaptarlos a las necesidades individuales de los usuarios y exige

por parte del vendedor, un mayor grado de conocimiento por lo cual los hoteles y las líneas aéreas desarrollan un gran esfuerzo en la capacitación y adiestramiento de su personal.

- d) Perecibilidad: Los productos turísticos no se pueden almacenar, sino que deben ser consumidos en un determinado tiempo y lugar, cosa que no sucede con los productos físicos los cuales pueden mantenerse en inventario hasta el momento de ser vendidos.

2) Características particulares del producto

El producto turístico es un conjunto de elementos que integrados armoniosamente conforman la oferta que se le presenta al turista. Para ofrecer un producto con estas características se requiere una perfecta complementación entre los elementos que lo integran. Esta complementación tiene que darse tanto en lo que se refiere en los atractivos y sus facilidades, como en lo que respecta a la prestación de servicios brindados por todas aquellas empresas que en él intervienen.

En el primer caso , la necesidad de complementación se origina como consecuencia de que los atractivos, constituyen la denominada oferta original, es decir, la que genera la corriente turística hacia el lugar; y las facilidades constituyen la oferta derivada que se desarrolla para que el turista pueda permanecer y disfrutar de los atractivos que motivaron su viaje.

En lo que se refiere al segundo aspecto, la necesidad de complementación que liga a los prestadores de servicios entre sí , surge del hecho de los requisitos de la demanda, por lo general, no pueden ser satisfechos por una sola empresa. En efecto, para poder trasladarse el

turista requiere de transporte para llegar a su destino, alojamiento para su permanencia y amenidades que le hagan grata su estancia. Lo que realmente demanda es un conjunto de servicios que resultan de la prestación de servicios de varias empresas.

3) El grado de incertidumbre al cual están expuestas las decisiones

El grado de incertidumbre reúne una serie de elementos, la mayoría de ellos no controlables, que pueden presentarse tanto en el mercado emisor como en las zonas receptoras de turismo, y llegar a afectar seriamente las actividades del marketing.

Entre los elementos a los cuales se hacen mención pueden citarse, en el caso del mercado emisor, los cambios ocurridos en las condiciones económicas; y en lo que respecta a la zona receptora, las condiciones climatológicas y los acontecimientos políticos que pudieran alterar el orden social.

1.4 DATOS GENERALES DE PUERTO CAYO

Puerto Cayo, una Parroquia perteneciente al Cantón Jipijapa de la Provincia de Manabí, República del Ecuador, está ubicada en la latitud 1° 20' 30" sur y una longitud de 80° 44' 10" oeste. Está a tan solo 17 millas náuticas de la Isla de la Plata, en una dirección noreste (285°) y a 28 kilómetros por tierra de Jipijapa.

Puerto Cayo consta de una población aproximada de 3142 personas dividida por la cabecera parroquial (1818 habitantes) y el resto de la parroquia (1340). El ingreso a este interesante Puerto turístico se lo puede hacer por 3 carreteras que son: Jipijapa, Manta y por la Ruta del Sol, las cuales por el momento se encuentran en buen estado.

Las fechas representativas en esta Parroquia son : 29 de Abril , en el cual se celebra la parroquialización de Puerto Cayo, otra fecha importante es el 24 de Septiembre, en el que se celebra el día de la Virgen de la Merced, Patrona de Puerto Cayo y el 28 de Junio es la inauguración de la Danza de las Ballenas Jorobadas. Esta parroquia tiene la costumbre de celebrar la llegada de las Ballenas Jorobadas realizando un desfile por sus principales calles, con carros alegóricos y con la participación de los estudiantes de las tres escuelas y el colegio de Puerto Cayo, además de ellos también desfilan las principales dignidades del Cantón y de la Parroquia.

Puerto Cayo goza de un clima primaveral durante todo el año, en la época calurosa de Enero a Abril, la temperatura nunca pasa de los 30 ° y en la época de verano de Junio a Diciembre la temperatura no baja de los 22° centígrados. Sus playas son amplias y de muy buena arena y es considerada en todo el país como uno de los lugares más hermosos como balneario y como centro turístico.

Puerto Cayo es un balneario que la naturaleza lo ha dotado de un variado contraste natural, playas, acantilados, bosques secos, pre-montañosos y tropicales, así como también de una fauna muy variada. Además, frente a sus costas desde el mes de Junio a Septiembre, es el sitio ideal de observación de las Ballenas Jorobadas, que cada año hacen su paso y hábitat en esta zona, llegando desde la Antártida haciendo un recorrido de 9000 kilómetros, ahí permanecen 3 meses, tiempo en el que se aparean y paren a sus crías para regresar a su lugar de origen en Septiembre. Las Ballenas Jorobadas se las puede encontrar desde el Islote de Pedernales, frente a Puerto Cayo, hasta el bajo de Cantagallo; a tal punto que desde las playas se las puede observar jugando , cantando, saltando y realizando sus acrobacias.

La Boca es otra playa muy extensa de arena muy fina y rodeada de variada vegetación. Otro atractivo de Puerto Cayo es el Islote de Pedernales, en donde se puede realizar buceo de profundidad y snorkeling, camping y observación de aves, tales como piqueros de patas azules, fragatas , pelícanos, etc. Para los amantes de los deportes, Cayo presta las condiciones ideales para la práctica de parapente, alas delta, surf, bicicleta de montaña , pesca deportiva y artesanal, deportes de playa, etc.

También cuenta con las condiciones necesarias para los amantes del ecoturismo, ya que a través de senderos interpretativos se podrán desplazar hacia el interior del bosque seco tropical, bosque de transición y bosque húmedo para observar la flora y fauna que ofrece este sector.

Puerto Cayo, además de ser un Puerto turístico es un importante Puerto artesanal; ya que existe una flota de más de 200 embarcaciones que se dedican a la pesca blanca y a la pesca de camarón y larvas; esto hace que el usufructo del mar sea el modo de vida de casi la mayoría de los pobladores de la parte del pueblo que se conoce como Cayo Viejo. En cambio, la parte Sur de Puerto Cayo es el sector residencial, con villas, calles y servicios turísticos de primer orden, que hacen de Cayo un balneario único del Ecuador.

1.4.1 Reseña Histórica de Puerto Cayo

Los primeros registros de la actual Parroquia de Puerto Cayo datan del año 1763 – debido entre otras cosas a la poca información existente producto de la oscuridad en la que se desarrolló la época colonial – año durante el cual y ante la amenaza por parte de los Españoles de apropiarse de propiedades comunales; la población indígena de Jipijapa solicita a las autoridades respectivas que se les reciba una información sumaria para probar que estos

venían gozando desde hace muchos años atrás de estas tierras. Como parte de esta información se detallan las tierras comunales pertenecientes a Jipijapa de la siguiente manera:

Por Santa Elena con el cerro de Ayampe; por Daule el punto Caimito sobre el río Paján; por Montecristi el sitio Aquaque del río San José; con Portoviejo el punto Animas, conocido antes con el nombre de El Secal; hacia el occidente el mar del Sur (Océano Pacífico) con los puertos de Cayo, Machalilla y Salango; al sureste con Balzar; el Río Guineal ⁴ (Loor 1969).

Durante esta época lo que es la actual Provincia de Manabí contaba ya con una población de 5200 habitantes, no obstante, el progreso de la provincia y la formación de pequeñas poblaciones en la costa estuvieron plagadas de un sinnúmero de calamidades, tales como, enfermedades, desastres naturales y los frecuentes saqueos por parte de los piratas. Existieron dos acontecimientos importantes que coadyuvaron a evitar el colapso de la provincia en la época del coloniaje, uno de estos fue el papel que jugaron los Padres Mercedarios en el desarrollo de los pueblos, siendo el otro la parada casi obligada de buques provenientes del Norte o del Sur a dejar pasajeros en Manta ante el temor de ingresar al Golfo de Guayaquil y ser saqueados de los piratas.

San Lorenzo de Xipi Xapa (Jipijapa) constituía unos de los pueblos más importantes de la provincia, con dos iglesias y una población aproximada de 2400 habitantes entre indios, negros, mestizos y españoles, las localidades de Manta , Cayo, Machalilla y Salango escaseaban de caseríos por miedo a los piratas estos sitios eran más bien utilizados para vigilar el océano ante cualquier eventualidad para lo que Jipijapa y Montecristi enviaban a estos lugares uno o dos individuos como vigías permanentes.

⁴ Manejo Participativo Comunitario del Recurso Camarón en Puerto Cayo.

En el año 1782 en la provincia de Manabí la agricultura y el comercio empiezan a crecer y a desarrollarse de manera paulatina, por lo que Jipijapa ante la falta de tierras fértiles donde desarrollar los diversos cultivos de la época decide conservar y ratificar los lugares húmedos o tierras comunales o ancestrales. Esto se logra mediante la oportunidad de adquirir tierras a través de la Real Cédula del 2 de Agosto de 1780, donde se manifiesta que todos aquellos que tuvieran tierras en propiedad, se les expediría el respectivo título una vez hechos los justificativos de tenencia de las mismas.

Dentro de este largo proceso se realizó un sinnúmero de mediciones en donde se describen situaciones de diversa índole, entre éstas la visita al paraje de San José del cual es lindero con Montecristi y limita con la playa cercana a la localidad de Cayo; donde una comitiva encabezada por autoridades de esta época disponen que el Río Guale sea el lindero de Jipijapa. La comitiva continua con su recorrido llegando a Cayo, Aquaque y San José donde observan :

En Cayo una pequeña vertiente, y a distancia de una legua, existe una quebrada donde también existe agua por espacio de cuatro cuadras. Aquí sacian su sed las bestias que día y noche acarrear verduras y plátanos para el servicio del pueblo de Jipijapa. Las tierras húmedas que proveen del alimento a Jipijapa y Montecristi están a dos , tres y más leguas de la población, lo que exige un continuo servicio de bestias de carga. En general son terrenos prodigiosos para la agricultura, pero faltos en lo absoluto de agua corriente. La provincia debió ser no muy húmeda en época no muy remota, quizá así se explica la fertilidad de la tierra⁵. (Loor 1969).

Conviene advertir que por esta época no estaban poblados los puertos. El miedo a las excursiones piratas y la sequedad de las tierras costaneras donde la vida no era posible sin el comercio, que trajese el alimento de otros

⁵ Manejo Participativo Comunitario del Recurso Camarón en Puerto Cayo.

lugares, quitaba a los habitantes todo aliciente de agruparse en poblaciones junto a la orilla del mar, considerando que en la costa es abundante la pesca.

1.4.2 Creación de la Parroquia Puerto Cayo

Puerto Cayo es elevada a Parroquia un 29 de Abril de 1911, consideración que se hace con relación a que la población conforma una agrupación importante por su comercio, riqueza y calidad de Puerto habilitado, haciéndose indispensable la presencia de autoridades del orden político para mayor seguridad de los asociados con lo que se inicia el desarrollo de la parroquia.

Según el artículo dos del Registro Oficial número 1615 de la República del Ecuador , la Parroquia de Cayo se compondrá de los siguientes sitios : Del puerto de esta designación, de Cantagallo, Jurón, Manantiales, La Boca, Galán, Olinas, El Barro, Homo.

CAPÍTULO II

ANÁLISIS DE LA INFRAESTRUCTURA, RECURSOS ALOJATIVOS Y DOTACIÓN TURÍSTICA EN PUERTO CAYO

2.1 SITUACIÓN GENERAL Y ANÁLISIS DE LA INFRAESTRUCTURA BÁSICA

2.1.1 Medio físico: Situación geográfica

Aspectos Físicos

- País: Ecuador
- Provincia: Manabí
- Cantón: Jipijapa
- Superficie: 21.500 ha.
- Clima: Templado 22° - 30°

Aspectos geográficos

Límites

- Norte: Río San José que demarca los límites de este Cantón
- Sur: Parroquia de Machalilla, hasta Salaite
- Este: Parroquia de Jipijapa, hasta Hache
- Oeste: Océano Pacífico

Relieve

El territorio de la Parroquia Puerto Cayo es regularmente accidentado; en el trayecto Jipijapa-Puerto Cayo se puede distinguir dos zonas, una bastante rocosa y la otra zona con mucha vegetación. Es por ello que a diferencia de la Parroquia, sus recintos poseen una tierra mucho más fértil que la de la cabecera parroquial cuyo suelo es arenoso por lo que se hace difícil sembrar.

El Cerro más notable de esta parroquia es el de Olina, lugar donde más se siente la presencia de la Cordillera de la Costa, la cual pasa por la provincia de Manabí lugar en el que recibe el nombre de Cerro de Paján y Puca. Estos dos cerros se encuentran al sur del valle donde se une el Río Olina con el Río Jipijapa motivo por el cual el clima sufre variaciones presentándose mañanas frías y tardes con repentinias lluvias.

En el relieve de la playa junto a la orilla del mar se pueden encontrar piedras y restos de conchas, que poseen diversos colores, esto las diferencia de las que existen en las costas de la provincia del Guayas.

Característica del suelo

El suelo de Puerto Cayo posee una temperatura media de 25° centígrados y la humedad relativa oscila entre el 70 y 100 % durante el día y en el transcurso de todo el año.

Esta zona está cubierta de vegetación escasa debido a la variación de las lluvias, observándose una vegetación propia del clima tropical.

El subsuelo posee una gran riqueza natural lo que produce que se convierta en un factor fundamental para obtener los recursos que se necesita y poder subsistir.

Ubicación

Puerto Cayo se encuentra en el Hemisferio Occidental de acuerdo con la línea de Greenwich y en el Hemisferio Sur de acuerdo con la línea Equinoccial.

División política

Cabecera Parroquial: Puerto Cayo

Resto de la Parroquia: Cantagallo, Jurón, Manantiales, La Boca, Galán, Olinas, El Barro, Homo.

Situación Astronómica

Por Puerto Cayo cruzan los siguientes paralelos y meridianos:

El paralelo de 1° 21' de longitud occidental y el meridiano de 80° 44' de latitud sur, en forma aproximada.

Hidrografía

En lo que respecta al sistema hidrográfico, los ríos corren especialmente en el invierno, en sus cabeceras montañosas hay solo esteros que únicamente durante la estación lluviosa tienen agua. Entre los ríos que existen en esta parroquia tenemos: Río Jipijapa, el que tiene como afluentes al Río Olina y al Río Barán que van a desembocar en la ensenada de Puerto Cayo.

La sequedad de la mayor parte de su territorio se debe a la carencia de bosques, ausencia de lluvias y a la falta de obras de sistemas de riego, las tierras en algunos sectores son áridas, pero en la actualidad la población está progresando ya que se están implementando nuevas técnicas a fin de desarrollar el sector de la agricultura.

Aspectos Demográficos

- Población total: 3142 habitantes
- Cabecera Parroquial: 1818
- Resto de la Parroquia: 1324



La población de la parroquia Puerto Cayo según el Censo del año 2001, representa el 4,77% de la población total del Cantón Jipijapa. El Cantón Jipijapa está formado por 7 parroquias urbanas y 3 parroquias rurales, Puerto Cayo se encuentra como zona rural de este Cantón. El ritmo de crecimiento en el último período del Cantón Jipijapa: 1990-2001 es de -0,5% promedio anual. El 45,2% residen en las zonas rurales; la población del Cantón se caracteriza por ser eminentemente joven, más de la mitad son menores de 20 años.

Particularmente, Puerto Cayo tiene una población masculina de 1705 y una población femenina de 1437 y del total de la población de este Puerto se puede distinguir que el 47% (1481 hab.) son personas menores de 20 años y el 53% (1661 hab.) corresponden al rango de 20 años en adelante de los cuales el 52.9% son jóvenes adultos y personas de edad madura (20 – 39 años). Considerando estos datos se puede ratificar el hecho de que en este Cantón y específicamente en esta parroquia existe un alto porcentaje de gente joven.

A pesar que hay 734 mujeres en edad fértil, la población no ha crecido aceleradamente por que existe un mayor control de natalidad, otro factor es el alto índice migratorio dentro y fuera del país. Así tenemos que según el Censo del 90 las corrientes migratorias de Manabí a Guayas es de 196.200 inmigrantes y de Manabí a Pichincha 54.400 inmigrantes, su principal razón es la falta de alternativas de trabajo y ocupación.

Aspectos Productivos

- Producción agrícola: Maíz, tomate, cebolla, pimiento, sandía, melón, papaya, limón, lima, badea, grosella, plátano, café.
- Producción pesquera: Artesanal.
- Turismo: Ecológico, deportivo, de verano.
- Artesanías: Madera (el Ceibo, Bálsamo).
- Producción ganadera: Porcino, caprino y vacuno.

Fechas de celebración

- Parroquialización: 29 de Abril
- Danza de las Ballenas: 28 de Junio
- Día de la Virgen de la Merced: 24 de Septiembre

2.1.2 Infraestructura de abastecimiento de agua y energía eléctrica

Para la obtención de la información que se denota en esta sección, y la secciones 3 que sigue más adelante, se realizaron entrevistas y encuestas a moradores de la parroquia, las cuales arrojaron datos que sirvieron para nuestro análisis. Tales encuestas y entrevistas siguieron una estructura definida que se muestran en el Anexo 1 y Anexo 2. Los resultados que se obtuvieron en las encuestas realizadas a los pobladores se encuentran en el Anexo 3.

Abastecimiento de Agua

El agua es un recurso esencial que se hace cada vez más necesario, pues resulta primordial para el desarrollo biológico y para la actividad económica, y por ende para el turismo.

En Puerto Cayo hay un total de 678 viviendas del cual 387 pertenecen a la cabecera parroquial y 291 pertenecen al resto de la parroquia. Las viviendas que se encuentran en Puerto Cayo se abastecen de agua de la siguiente manera:

- Por tubería dentro de la vivienda, hay un total de 127 viviendas del cual 95 pertenecen a la cabecera parroquial y las 32 al resto de la parroquia.
- Por tubería fuera de la vivienda pero dentro del edificio, lote o terreno. Son 300 viviendas de las cuales 202 son de la cabecera parroquial y 48 al resto de la parroquia
- Por tubería fuera del edificio, lote o terreno, hay un total de 94 viviendas del cual 32 son de la cabecera y 62 del resto de la parroquia.

- Viviendas que no reciben agua por tubería, son 157 del cual 58 pertenecen a la cabecera parroquial y 99 al resto de la parroquia.

Los medios de donde proviene el agua que recibe cada vivienda de Puerto Cayo son:

- Por red pública, hay un total de 302 viviendas en el que 202 pertenecen a la cabecera parroquial y 100 al resto de la parroquia. Existe un acuífero subterráneo en el Recinto de Cantagallo, en donde se realiza la distribución de agua a las respectivas viviendas por medio de un sistema de bombeo el cual es eléctrico, desde el lugar en donde se encuentra el acuífero hacia los tanques de reservorio ubicados en el mismo recinto y los cuales tienen una capacidad de almacenamiento de agua de (50m³) y finalmente se distribuye por tuberías lo que comúnmente la población de Puerto Cayo conoce como agua entubada.
- Por pozo, son 281 viviendas en el 141 viviendas pertenecen a la cabecera parroquial y 130 al resto de la parroquia.
- Por río, vertiente, acequia o canal son 40 viviendas en el que 10 pertenecen a la cabecera parroquial y 30 al resto de la parroquia.
- Por carro repartidor son 46 viviendas del cual 17 pertenecen a la cabecera parroquial y 29 al resto de la parroquia.
- Otro medio, son 9 viviendas del cual 7 pertenecen a la cabecera parroquial y 2 al resto de la parroquia

Puerto Cayo cuenta en mayor porcentaje con un sistema de agua entubada no tratada en forma técnica y especializada para el consumo humano, es decir, el agua que consume esta parroquia no es potable.

Este sistema de agua entubada se encuentra en regular estado y atiende a parte de la parroquia por lo que el Cantón Jipijapa ha mostrado un interés futuro en este tema considerando que en los años próximos se construya un sistema de agua potable para las cabeceras parroquiales, esto se encuentra previsto realizar mediante el Programa Infraestructura Prioridad Social cuyo proyecto se llama Agua Segura y Permanente.

Energía Eléctrica

La Empresa Eléctrica de Manabí ofrece un servicio de energía eléctrica aceptable. En 1999 se instalaron en Puerto Cayo y Machalilla subestaciones de "2.5 MVA"⁶ que mejoraron el servicio eléctrico en estas parroquias.

El servicio de energía eléctrica con el que cuenta la Parroquia de Puerto Cayo cubre aproximadamente un 90% del total de viviendas y establecimientos del sector, es decir, del total de 678 viviendas que hay en Puerto Cayo 595 (87,75%) cuentan con el servicio eléctrico, del cual 349 pertenecen a la cabecera parroquial y las 246 viviendas restantes al resto de la parroquia. Los habitantes opinan que el servicio de energía eléctrica es mejor que el servicio de abastecimiento de agua. Los moradores sufren rara vez de apagones, es decir que la mayoría de las viviendas cuenta con este servicio los 365 días del año.

El servicio requiere de mantenimiento, al no proporcionarlo se encuentra constantemente luminarias públicas fuera de servicio, además existen robos de materiales que contribuyen al mal funcionamiento del sistema.

En conclusión, los usuarios de estos dos servicios básicos lo catalogan como: muy bueno puesto que cuentan con el servicio que es lo más

⁶ Empresa Eléctrica de la Provincia de Manabí

importante para ellos. La opinión que se obtuvo sobre este servicio arrojaron los siguientes datos:

- El 13.16% de la muestra estudiada (327 hab.) opinó que el servicio es excelente.
- El 32.70% de la muestra estudiada (327 hab.) opinó que el servicio es muy bueno.
- El 18.44% de la muestra estudiada (327 hab.) opinó que el servicio es bueno.
- El 12.36% de la muestra estudiada (327 hab.) opinó que el servicio es regular.
- El 5.7% de la muestra estudiada (327 hab.) opinó que el servicio es malo.

2.1.3 Medios de Transporte y Redes de Comunicación

Medios de Transporte

Puerto Cayo carece de una terminal terrestre a donde lleguen y partan los buses de diferentes lugares del país, con lo único que se cuenta es con el servicio de un bus, Jipijapa, que sale de Puerto Cayo hacia Jipijapa a las ocho de la mañana y regresa de esta ciudad al mediodía. Existen dos medios de poder transportarse en esta parroquia, el primero sería mediante el bus que pasa por dentro de la parroquia a una hora fija y la otra manera sería esperar los buses que pasan en la vía principal de Jipijapa – Puerto Cayo – Puerto López. El servicio de transporte es calificado por sus propios residentes como un servicio malo, ya que todos los habitantes que tienen que movilizarse cuentan con sólo un horario para salir y coger el bus al frente de sus casas, por lo que tienen que levantarse muy temprano y esperar este transporte que pasa por las calles principales de esta parroquia o caminar hacia una de las lomas con las que cuenta esta parroquia y donde se

encuentra su única gasolinera , que se ha convertido en el terminal provisional de buses para sus pobladores. Esta información se la pudo obtener de las encuestas que se realizó a los moradores y de las cuales se pudo obtener los siguientes resultados:

- El 2,63% de la población estudiada (323 hab.) calificó el servicio como excelente.
- El 8,18% de la población estudiada (323 hab.) calificó el servicio como muy bueno.
- El 14,71% de la población estudiada (323 hab.) calificó el servicio como bueno.
- El 20,04% de la población estudiada (323 hab.) calificó el servicio como regular.
- El 28,48% de la población estudiada (323 hab.) calificó el servicio como malo.

Existen tres buses que pasan por Puerto Cayo, el bus Jipijapa, antes ya mencionado, la cooperativa Coactur que viene desde lo que se conoce como la Ruta del Sol y pasa por la gasolinera de Puerto Cayo a las siete de la noche con destino a Quito y el otro bus es el Manglaralto que viene de La Libertad y su destino es Jipijapa, Manta y de regreso lo que es la Ruta del Sol.

El bus Jipijapa es el único bus que entra a la Parroquia, recorre Puerto Cayo viejo y va de regreso al Cantón Jipijapa, los otros buses conocidos como la Coactur y Manglaralto no entran a la parroquia , ya que se desvían mucho para llegar al destino previsto, y es aquí donde las personas que viajan en estos buses no tienen la oportunidad de conocer este lindo destino turístico, y pierden la oportunidad de saber lo que realmente ofrece Puerto Cayo.

Existen tres vías de acceso a Puerto Cayo, que son: Por Manta, Jipijapa y por la Ruta del Sol. Estas vías se encuentran en buen estado, a pesar de que existen algunos baches que se estiman arreglar este año para la facilidad y comodidad de las personas que pasan por estas vías.

Redes de Comunicación

En cuanto a medios de comunicación Puerto Cayo cuenta con televisión, radio y prensa que no son propios del sector sino de ciudades aledañas, por este motivo, para transmitir noticias o eventos acerca de Puerto Cayo, el presidente de la Junta Parroquial, se encarga de que los moradores y demás personas cerca de esta parroquia se informen de los acontecimientos que pasan y que están por pasar en Puerto Cayo , comunicándose con la estación de radio más sintonizada por los moradores, que es Radio Caribe 106. 7 FM que se encuentra en Jipijapa, en lo que se refiere a canales de televisión, se dirige al canal más sintonizado que es en este caso Gamavisión cuyas oficinas están en Portoviejo.

Puerto Cayo anteriormente contaba con cabinas telefónicas de Pacifictel, pero debido a la falta de mantenimiento , a las repentinas lluvias y a la salinidad que reina en el ambiente, los cables se deterioraron; esto trajo consigo el cierre de esta central telefónica que hasta ahora no recibe la atención que se requiere por parte del Municipio de Jipijapa y de la Empresa de Telefonía del Guayas, quien es el ente que regula el servicio telefónico en la Provincia de Manabí.

En Puerto Cayo aproximadamente 51 (7.52% del total de viviendas) viviendas cuentan con servicio telefónico de las cuales 41 son de la cabecera parroquial y 10 del resto de la parroquia, por lo que los moradores opinan que este servicio no es suficiente para el total de pobladores que existe y han

pedido a la Municipalidad de Jipijapa que se les otorgue más líneas telefónicas, pero el precio que deben pagar por ello es un atenuante para que no todos tengan la capacidad de contar con este servicio.

Las personas que cuentan con el servicio telefónico han encontrado en este un medio de ingreso, mediante el alquiler de llamadas locales, nacionales e internacionales. El precio que se paga por una llamada excede al costo por llamada que se cobra normalmente en una cabina de Pacifictel o en la misma vivienda donde se alquila.

Los problemas que se presenta en este servicio son el motivo por el cual los moradores de la parroquia Puerto Cayo lo califican como malo, resultado que se consiguió en las 323 encuestas que se realizó , del cual se pudo obtener la siguiente información:

- El 5,26 % de la población estudiada calificó como excelente el servicio.
- El 9,43% de la población estudiada calificó como muy bueno el servicio.
- El 12,84% de la población estudiada calificó como bueno el servicio.
- El 23,41% de la población estudiada calificó como regular el servicio.
- Y el 25,94% de la población estudiada calificó como malo el servicio.

2.1.4 Infraestructura Vial

Puerto Cayo está conectado al sistema vial regional por el eje vial Jipijapa- Puerto Cayo- Machalilla- Puerto López- Manglaralto- Santa Elena. Las tres vías que existen para llegar a Puerto Cayo, en su mayoría, están en buenas condiciones y existe una excelente visibilidad que fortalece al turismo, pero presentan una propensión a los deslaves y cortes por no contar con el drenaje y mantenimiento de cunetas.

El 30% de las vías internas de Puerto Cayo se encuentran adoquinadas, aproximadamente el 20% se encuentran asfaltadas y el 50% se encuentra en su estado natural, es decir son calles lastradas. Las vías que conectan a la cabecera parroquial con cada uno de los recintos, se encuentran en estado natural y esto dificulta muchas veces el acceso de camiones a los mismos, lo que hace que disminuya, y muchas veces que se pierda, la posibilidad de comercializar los productos agrícolas que se siembran en las tierras fértiles de los recintos de Puerto Cayo.

Uno de los principales problemas en lo que se refiere a infraestructura vial es la falta de planificación para el mejoramiento, puesto que la comunidad le presta poca importancia a esto y no se organizan ni se preocupan por dar solución utilizando recursos naturales que la zona les ofrece, como el material pétreo con el que cuentan y que serviría de mucho para la adecuación de estos caminos.

2.2 ANÁLISIS ACTUAL DE LA OFERTA DE ALOJAMIENTO SEGÚN SU TIPOLOGÍA

El análisis principal de la oferta de alojamientos turísticos en Puerto Cayo se ha realizado a través del inventario de alojamientos recogidos en la lista de Hoteles, Hostales, Hosterías, Hostal Residencia y Cabañas que se encuentra en el Municipio del Cantón Jipijapa. A través de esta fuente hemos podido estudiar los diferentes alojamientos turísticos que se encuentran en la parroquia.

Puerto Cayo es una parroquia que no cuenta con una gran variedad y cantidad de alojamientos turísticos, por el mismo hecho de ser una de las playas ecuatorianas poco conocida por las personas que viven dentro del país y en el extranjero.

Los tipos de alojamientos turísticos que podemos encontrar en Puerto Cayo son:

- Hotel
 - Puerto Cayo
- Hostal
 - Los Frailes
 - Zavala's
- Hostal Residencia
 - Barandhúa N° 2
- Cabañas
 - Alejandra
 - Expediciones Cayo
 - Palmeras
- Hostería
 - Luz de Luna

Estos alojamientos turísticos están categorizados por el Ministerio de Turismo como Pensiones, a excepción de la Hostería Luz de Luna, que por su cantidad de habitaciones ingresa en la clase de Hostal . Los propios dueños de estos lugares tienen la libertad de ponerle a su establecimiento un nombre cualquiera y de esta manera tratar de conquistar al turista.

Lamentablemente, estos alojamientos no constan con un permiso del Ministerio de Salud, lo que indica que no hay un control constante en la limpieza con que trabajan los hoteleros, pero a raíz de esto, los propios dueños son quienes se encargan de mantener el lugar extremadamente impecable, para así poder brindarle al turista un ambiente agradable y acogedor.

Estos tipos de alojamientos turísticos tienen una categoría de dos estrellas, lo que hace entender que no son lugares donde uno puede disfrutar de habitaciones lujosas como se encontraría en un alojamiento de cuatro o cinco estrellas, pero si se asegura que el turista encontrará una habitación limpia y cómoda.

A pesar de esto, los dueños de estos lugares tratan de brindar la mejor atención posible para que el turista se sienta importante y que al regresar a su ciudad o país, vuelva con alegría de haber encontrado lo que buscaba en un lugar tan bello como lo es Puerto Cayo.

Analizando detalladamente cada tipo de alojamiento turístico que se encuentra en Puerto Cayo, tenemos:

➤ Hotel

El único Hotel que existe en Puerto Cayo tiene el mismo nombre de la Parroquia, en representación a la misma. Este hotel cuenta con 30 habitaciones y tiene funcionando aproximadamente 20 años, es el típico hotel que le entrega al turista un ambiente rústico y un agradable momento cerca de la naturaleza. La dueña de este hermoso alojamiento se llama Aulida Kuffo Ferrin, quien es una persona muy amable y le encanta estar al tanto de las necesidades del turista.

➤ Hostal Residencia

El Hostal residencia Barandhúa N° 2 anteriormente tuvo un buen funcionamiento de aproximadamente 6 años, pero por problemas administrativos cerró durante dos años, luego este lugar fue vendido y está al servicio del turista desde Enero del 2003. Este lugar cuenta con 10 habitaciones y la dueña es Ximena Larrea, quien es una persona muy amigable con todos los turistas que se acercan a este lugar y hacen uso del mismo y está al tanto de las necesidades que

ellos tienen. Para Ximena, el turista es lo principal, ya que depende de el buen servicio que se le ofrece para que sea un cliente fiel cada vez que visite este destino turístico.

➤ Hostal

El Hostal Los Frailes es un lugar que está ubicado en el malecón de Puerto Cayo Nuevo, conocido como la Ciudadela Antonio Vallejo. El dueño del alojamiento es el Sr. Francisco Parrales. El establecimiento cuenta con 18 habitaciones y tiene en funcionamiento aproximadamente 9 años.

El Hostal Zavala's está ubicado en la ciudadela Antonio Vallejo . El fundador de este lugar es el Sr. Colon Zavala Ponce, quien a su vez forma parte del Comité de Turismo para el desarrollo de la Parroquia. Este hostal cuenta con 14 habitaciones y lleva en funcionamiento aproximadamente 15 años.

➤ Cabañas

Las cabañas Alejandra fueron fundadas por la Sra. Josefa Rodríguez de Contreras. Existen 8 cabañas que llevan en funcionamiento 8 años y están ubicadas en vía a la Boca de Cantagallo .

Las cabañas Expediciones Cayo fueron fundadas por el Sr. Silvino Robles Flores. Existen 7 cabañas que llevan en funcionamiento 14 años y están ubicadas en la Av. Guayas y Malecón.

Las cabañas Palmeras fueron fundadas por el Sr. Jack Orson Field. Existen 5 cabañas y 3 habitaciones que están en funcionamiento desde hace 6 años y están ubicadas en la vía a la Boca de Cantagallo.

➤ Hostería

La Hostería Luz de Luna, es el establecimiento más grande que hay en Puerto Cayo, ubicado exactamente en la vía a la Boca de Cantagallo. El fundador de esta hostería es el Sr. Ángel Haro Gordillo. Luz de Luna cuenta con 48 habitaciones y está en funcionamiento aproximadamente 14 años.

2.3 EXPECTATIVAS DE EVOLUCION DE LA OFERTA ACTUAL

Los proyectos de inversión, públicos y privados que se pretenden realizar en Puerto Cayo están tomando cuerpo en el Plan de Desarrollo Participativo del Cantón Jipijapa. Existen proyectos en estudio muy importantes que harían de este puerto no sólo un lugar de paso para los que recorren la Ruta del Sol, sino un futuro destino turístico nacional e internacional que ofrece sus recursos naturales, culturales y ambientales a todo aquel que busque de un lugar tranquilo, cálido e ideal para conjugar la diversión y el descanso.

Las expectativas con la puesta en marcha del mayor proyecto que tiene el Municipio de Jipijapa que es la construcción de la Bahía Protegida, la consolidación en el mercado de los destinos turísticos costeros (manabitas), la buena valoración que hacen los turistas de su visita a la zona y las perspectivas del crecimiento turístico a nivel internacional, hacen que Puerto Cayo sea tenido en cuenta como uno de los destinos turísticos que tienen mayor proyección en los próximos años.

La previsión de inversión en proyectos que terminen de configurar esta zona, tanto de infraestructura urbanística como hotelera, están siendo apoyadas por la iniciativa pública, en concreto, el Municipio de Jipijapa, quienes están gestionando todos los trámites necesarios como: búsqueda de inversionistas, apoyo del Gobierno Nacional y concienciación de la

comunidad de Puerto Cayo, para que los proyectos sean realizados en la brevedad posible.

Los proyectos que se encuentran dentro de la propuesta de Desarrollo Participativo del Cantón Jipijapa incluyen a su ciudad Jipijapa y a sus parroquias, en este caso Puerto Cayo, forma parte de este proyecto que engloba los siguientes ámbitos: Salud, Educación, Social, Producción, Turismo, Ambiente e Infraestructura que lo detallamos en Anexo 4.

CAPITULO III

ANÁLISIS DE LOS RECURSOS Y PRODUCTOS TURÍSTICOS DE LA ZONA. LA OFERTA DE ACTIVIDADES COMPLEMENTARIAS.

3.1 ANÁLISIS DE LOS RECURSOS NATURALES, AMBIENTALES Y CULTURALES

Recursos Naturales y Ambientales

Los recursos naturales básicos son aquellos que, como su propio nombre indica, aparecen como esenciales para que fructifique cualquier actividad, incluida la turística. Se trata fundamentalmente del clima y el paisaje.

Puerto Cayo disfruta de una situación geográfica privilegiada en cuanto al clima, en general toda la tierra ecuatoriana constituye una zona térmicamente privilegiada, pero muy especialmente la franja costera, donde el rigor del invierno apenas se deja sentir. Este carácter semitropical propicia temperaturas suaves y el disfrute de un gran número de días de sol a lo largo del año, factor que hace agradable la visita a Puerto Cayo en cualquier época del año. Puerto Cayo cuenta con un fenómeno natural en el área de Chorrillo entre Jipijapa y la bajada de Puerto Cayo, que es un micro clima único por el cual el municipio de Jipijapa está trabajando con la Sub-secretaria de Recursos Pesqueros y de Medio Ambiente para que se demuestre científicamente, si ese micro clima es el mismo que les permite a las ballenas venir a realizar sus diferentes actividades en estas playas.

Directamente relacionadas con el clima se encuentran las playas, porque éste permite el disfrute de las mismas. La playa de Puerto Cayo está dividida en tres playas que son Puerto Cayo, La Boca y Cantagallo . Esta playa es la

más extensa en kilómetros de toda la costa Ecuatoriana, la cual tiene aproximadamente unos 3000 m. de largo y unos 70 m. de ancho, y empieza por la parte sur, desde el Islote Pedernales y termina frente a la Isla de la Plata, por el sector de San José.

Puerto Cayo ofrece un paisaje agradable para los visitantes nacionales y foráneos. En primer lugar se puede disfrutar observando las hermosas playas ecuatorianas que existen en toda la ruta para llegar a Puerto Cayo, también se puede disfrutar de los acantilados que se encuentran en su máximo esplendor por la vía Puerto López – Puerto Cayo, y que sirve como punto de partida para muchos deportistas que practican parapente y alas delta. En fin, Puerto Cayo es un conjunto de riquezas naturales propias dotado de playas, acantilados, bosques secos, premontañosos y tropicales, así como también de una fauna muy variada.

Recursos Culturales

Puerto Cayo cuenta con un recurso cultural muy importante que es la Iglesia parroquial de Las Mercedes, edificada en el año 1763 y reformada, con un estilo moderno, en el 2001. Anteriormente junto a esta iglesia se encontraba la escuela Guayas, la cual funcionaba en una casa antigua construida de madera y fue por esa razón que la escuela fue cambiando su establecimiento para seguir funcionando en otro más adecuado donde se vele por la seguridad de los alumnos. Frente a esta iglesia se puede observar un parque que ha sido construido para uso de los niños, jóvenes y adultos. Este parque cuenta con una cancha de fútbol y con una de básquetbol, además tiene todos los juegos que necesitan los niños como columpios, resbaladeras, etc, y tiene también bancos para que los adultos disfruten de la tranquilidad que ofrece este sector.

La ciudadela Antonio Vallejo, conocida como Puerto Cayo Nuevo, es el lugar favorito de los turistas ya que es aquí donde se encuentran bellas casas con estilo moderno y además se puede disfrutar de una hermosa vista al mar. Frente a esta ciudadela existen cabañas, donde se ofrece al turista un sinnúmero de platos marineros a un buen precio. También se puede encontrar una cancha de fútbol y de básquetbol frente al mar, para que los moradores disfruten realizando su deporte favorito, y deleitándose del cálido clima que reina en esta parroquia. En esta ciudadela se puede encontrar que algunos propietarios de las hermosas casas que existen, han puesto su propio negocio relacionado con la venta de helados y de almuerzos, para de esta manera brindarle mayor servicio al turista y poder adquirir ingresos para la familia.

Es importante destacar que aquí se encuentra la mayoría de los alojamientos turísticos que ofrecen además de tranquilidad, tours para la observación de las ballenas jorobadas.

Analizando lo que Puerto Cayo puede ofrecer como característica cultural propia, tenemos:

Gastronomía

La cocina que encontramos en esta zona se destaca por sus fuertes contrastes y sabores. Se cuenta con una amplia variedad gastronómica, en donde se puede degustar desde carnes hasta el típico plato de pescado frito. Entre los platos más significativos de la zona encontramos: "El Greñoso" elaborado con maíz, especias y carnes, el tradicional ceviche de pescado con maní y demás ceviches como ceviche mixto, ceviche de langosta, ceviche de pulpo, ceviche de camarón. Otras especialidades son: el sudado de pescado, camarones reventados, camarones apanados, en fin un sinnúmero de platos marineros, todos en compañía de una porción de patacones que le da el toque distintivo a la comida manabita.

Actualmente, en Puerto Cayo se está realizando un Festival de Comida Típica de la zona, el cual se lo realiza dos semanas después de la apertura de la observación de las Ballenas Jorobadas, para así fomentar el turismo y poder generar ingresos para la parroquia.

3.2 ANALISIS DEL RECURSO HUMANO (POBLACIÓN)

En este punto se pasa a analizar las características de la población, recogidas de estudios precedentes que se explican a continuación:

1. Los datos acerca de la población de Puerto Cayo fueron proporcionados por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos quienes nos facilitaron la más reciente información estadística del último Censo del 2001.
2. Luego se prosiguió a revisar los datos obtenidos de donde sacamos la población total de Puerto Cayo (3142 hab.) y seleccionamos la población meta que consistió en todos los residentes mayores de 20 años que ya puedan tener un conocimiento exacto y certero de lo que existe en su sector.
3. La población a estudiarse dio un total de 1661 habitantes de los cuales sacamos la muestra para la realización de las encuestas utilizando la siguiente fórmula:

$$n = \frac{(4 * P * Q * N)}{e2(N - 1) + (4 * P * Q)}$$

Donde :

n = Tamaño de la muestra (323)

P = Probabilidad de que el evento ocurra (50%)

Q = Probabilidad de que el evento no ocurra (50%)

e = Error permitido (5%)

N-1= Factor de corrección por finitud (1661 -1)

Esta fórmula se emplea cuando se trabaja con un intervalo de confianza del 95% y con un universo finito.

4. La muestra que se obtuvo fue de 323 personas a encuestar.

A continuación analizaremos las principales características de los pobladores de Puerto Cayo:

Tiempo de residencia

El mayor porcentaje de pobladores reside por más de 3 años en esta parroquia y representan el 93% de la población encuestada. El 7% restante está dividido entre personas que habitan en Puerto Cayo menos de 1 año (3%) y entre 1 a 3 años (4%).

Tipo de residencia

El 81.33% de la población tiene vivienda propia y el 18.67% habita en esta parroquia alquilando por diversos motivos que mencionaremos a continuación.

Motivación para alquilar

La principal razón por la que algunos habitantes de esta parroquia alquilan es por familia (falta de recursos económicos) que representa el 64.29% del total de personas que alquilan , el 32,14% de habitantes es motivada a alquilar por trabajo y finalmente el 3,57% alquila por el clima cálido que ofrece esta parroquia.



Número de personas que viven en la residencia

El número de personas que suelen compartir la residencia oscila en su mayoría entre 4 y 6 personas lo que representa el 44.67% de la población en estudio. El 31.33% de los encuestados dicen que en su residencia habitan de 1 a 3 personas y el porcentaje restante (24%) son hogares de más de 6 personas.

Opinión de los moradores sobre su estancia en Puerto Cayo

Solo el 1.67% de los pobladores opinaron que no les agrada vivir en Puerto Cayo, mientras que el 98.33% está muy complacido de todo lo que les ha ofrecido este bello balneario. Las principales razones por las que les agrada vivir en Puerto Cayo son: por los recursos naturales (clima, playa, paisaje) un 48.99%, por la tranquilidad que ofrece este puerto un 26.13%, por haber nacido ahí un 12.31% , con un 8.29% están las personas que les agrada porque existe trabajo, y con porcentaje menor (4.27%) se encuentran las personas que les encanta su estancia en esta parroquia por la infraestructura, por los medios de comunicación, gran variedad gastronómica, ornato del pueblo y la hospitalidad de primera.

Las razones por las que el 1.67% no les agrada vivir en Puerto Cayo son porque piensan que no existe oportunidades para trabajar, una adecuada infraestructura y no cuentan con muchos atractivos para poder distraerse.

Opinión de los moradores sobre los servicios en Puerto Cayo

Servicios básicos

El 1.67% de los encuestados opinó que los servicios son excelentes, el 17.33% cataloga los servicios como muy bueno, el 56% opina que el servicio es bueno, el 22% lo califica de regular y el 3% dice que el servicio es malo. Sobre el servicio de luz eléctrica las personas no se quejan de él, puesto que la mayoría de las viviendas poseen luz eléctrica y muy rara vez sufren

de apagones. En cuanto al servicio de agua potable los moradores opinaron que no es tan bueno ya que en algunos sitios este vital recurso no llega y tienen que comprar el agua a los tanqueros que pasan por la zona. Otro problema que tienen con este servicio es que el agua que se distribuye a las casas no está tratada técnicamente por especialistas que revisen que este recurso llegue apto para el consumo humano. En promedio el análisis de los servicios básicos por parte de los pobladores son considerados como buenos.

Medios de Comunicación

La mayoría de los habitantes de Puerto Cayo catalogan los medios de comunicación como regular dándole un 41.67%, seguido muy de cerca por el 39% de personas que piensan que el servicio es bueno. Con un 13.7% se encuentran los moradores que opinan que el servicio es malo y en menores porcentajes se encuentran los habitantes que califican al servicio como muy bueno (5%) y excelente (0.67%).

El mayor porcentaje de pobladores mencionó que el principal problema que tienen en cuanto a medios de comunicación es que no se cuenta con una central telefónica que facilite la comunicación a un menor costo, ya que existen muy pocas personas que poseen línea telefónica y que se valen de ello para alquilar a precios irrisorios. En cuanto a la señal de celulares esta es nula en la cabecera parroquial, debido a las montañas que existen cerca del sector hacen imposible la comunicación por este medio; hay que tomar en cuenta que en sectores como Cantagallo y Manantiales el servicio de telefonía pública no existe pero sin embargo en estos lugares los teléfonos celulares si tienen señal y este es el medio que tienen para comunicarse.

La señal de televisión y radio se lo considera también regular porque solo poseen cuatro canales de televisión (Gamavisión, Teleamazonas, Telesistema y Manavisión) y muy pocas emisoras de radio que sintonizar.

Medios de Transporte

El 0.33% de los habitantes de Puerto Cayo opina que el servicio es excelente, el 4.33% lo califica como muy bueno, el 44.67% cataloga al servicio como bueno, el 35.67% dice que el servicio es regular y el 15% restante opina que es malo.

El servicio de transporte para los moradores de Puerto Cayo en general es bueno a pesar de que no tienen la facilidad de que dicho servicio pase cerca de las viviendas, pero como dijimos anteriormente la población ya está acostumbrada a caminar a la vía principal para tomar su bus que en la cabecera parroquial no significa gran distancia a diferencia de los recintos en donde se tienen que hacer largas caminatas de aproximadamente 1 a 2 horas para esperar el bus que los lleve al lugar de destino.

Ornato del pueblo

La mayor parte de los pobladores califica al ornato del pueblo como bueno otorgándole un 44.67% , seguido por el 29.67% de personas que opina que la limpieza en este lugar es regular. Con el 19.3% se encuentran los moradores que catalogan como malo al ornato de la parroquia y en menores porcentajes se encuentran los que opinan que la limpieza del pueblo es muy buena (5%) y excelente (1.33%).

Según los resultados obtenidos se puede observar que la mayoría de los habitantes de Puerto Cayo estiman que en lo que se refiere a limpieza el servicio que se ofrece es bueno debido a que sí existe servicio de recolección de basura que va los lunes, miércoles y viernes por cada vivienda recogiendo estos desechos. Cuentan los moradores que en lo que se refiere a limpieza la parroquia ha mejorado ya que ahora existe mayor preocupación por los moradores de tener sus veredas limpias y de cuidar que sus animales no circulen por las calles ensuciándolas y dejando mal aspecto; aunque se podría mencionar que todavía existen personas que lo hacen pero en menor proporción.

En general los servicios que ofrece Puerto Cayo son apreciados por sus moradores como económicos y accesibles (73.67%), dando una clara muestra de que en Puerto Cayo la vida es barata.

Recomendaciones de los moradores para la mejora de Puerto Cayo

La mayor parte de los pobladores (17.24%) están de acuerdo en realizar promoción a la parroquia, ya que esto atraería además de el turismo nacional y receptivo un aumento en el poder adquisitivo de los moradores. El 16.036% de las personas encuestadas recomendaron que es necesario y urgente la pavimentación de sus vías, ya que depende de esto la facilidad de acceso que existe entre la cabecera parroquial y el resto de la parroquia. El 9.83% de los encuestados pidieron el mejoramiento de los servicios básicos ya que como se dijo anteriormente el tratamiento del agua es indispensable para la salud de los moradores. El 9.22% de las personas que fueron encuestadas recomiendan al municipio, para el desarrollo de la parroquia y el cuidado de la misma, el mejoramiento del ornato del pueblo. El 8.32% de los moradores piensa que es muy importante aumentar la inversión en la formación de los niños, aumentando y mejorando así, los establecimientos educativos de la parroquia. El 6.35% opina que es imprescindible la realización de alcantarillado pluvial y de aguas servidas, de tal manera que al estar en época de invierno los moradores no sufran de inundación y se les haga más fácil dirigirse a la parroquia y demás recintos. El 5.44% de las personas encuestadas recomienda que exista unión entre los propios moradores con su respectiva junta parroquial, de tal manera que juntos puedan realizar mejoras para esta parroquia. El 5.24% recomienda una mejor atención en el sub-Centro de Salud y piden que se les otorgue un médico permanente, tanto en la cabecera parroquial como en los recintos, ya que la mayor parte de los pobladores que viven fuera de la cabecera parroquial tienen que dirigirse al sub-centro de salud que está ubicado en Puerto Cayo, por la

misma razón de no contar con un sub-centro propio. El 4.68% del total de las personas encuestadas, recomienda el mejoramiento de los Medios de Comunicación, pidiendo así que se les otorgue líneas telefónicas o que proporcionen un adecuado mantenimiento a las oficinas de Pacifictel, que actualmente se encuentran abandonadas. El 3.93% de los moradores recomienda el mejoramiento de los medios de transporte, sugiriendo que se hable con las cooperativas de buses para que ingresen por la cabecera parroquial y puedan así conocer este hermoso balneario. El 13.76% restante recomienda que hay que invertir en : Trabajo, seminarios para mejorar el pueblo, capacitación a los residentes, creación de infraestructura playera (un malecón, muelle), parque y otros.

Opinión sobre la competencia de Puerto Cayo

El 45.47% de las personas que fueron encuestadas opinan que Puerto López es la mayor competencia que tiene Puerto Cayo, ya que desde ahí se realizan tours para la observación de ballenas jorobadas, visitas al Parque Nacional Machalilla, a la playa Los Frailes, la playa Agua Blanca y a la Isla de la Plata, destino que no puede ser visitado desde Puerto Cayo, ya que la capacidad de personas que pueden ingresar a esta Isla es muy limitada, limite que se ha alcanzado con las 12 embarcaciones de las operadoras turísticas que ofrecen tours hacia estos lugares turísticos. El 27.65% opina que Puerto Cayo no tiene competencia alguna, por el simple hecho de la gran extensión y limpieza que tiene la playa de esta parroquia, que no se compara con ninguna playa aledaña. Finalmente, el porcentaje restante de las personas que fueron encuestadas (26.86%), opina que playas como Manta, Salinas, Montañita, Bahía de Caráquez, etc, son competencia de la cabecera parroquial, por el simple hecho de ser lugares más desarrollados y promocionados que Puerto Cayo.

Razones por las que los moradores recomiendan la visita a Puerto Cayo

El 44.12% de los moradores recomiendan la visita a este destino turístico por los recursos naturales que tiene Puerto Cayo (clima y paisaje). El 24.85% de las personas que fueron encuestadas recomiendan Puerto Cayo puesto que es un lugar donde se puede realizar una variedad de actividades culturales, entre estas, la observación de las ballenas jorobadas en los meses de junio a septiembre. El 9.24% invita a los turistas a conocer Puerto Cayo por la seguridad que este lugar les ofrece y finalmente el 21.77% restante recomienda este destino turístico por razones como: la calidez de su gente, la variedad gastronómica, etc.

3.3 ANÁLISIS DE LOS PRODUCTOS TURÍSTICOS DE LA ZONA

Los productos turísticos que se observó al realizar el estudio de esta parroquia son :

- Los Bosques Secos y Húmedos.

Puerto Cayo es parte del Bosque seco tropical, debido a que se encuentra en la franja costera, razón por la cual existen diferentes áreas en las que se pueden realizar actividades de excursión sin necesidad de un guía turístico ya que por su fácil acceso todo el mundo puede apreciar este recurso. En realidad este proyecto no se encuentra como prioridad porque hacer caminatas por senderos dentro de estos bosques secos no es muy rentable, por la accesibilidad que tiene todo el mundo. En la parte del área húmeda, por el sector de Chorrillo se quiere realizar esta actividad, pero después de realizar estudios científicos que demuestren la flora y fauna que se pueden encontrar en este sitio.



- Otro atractivo de Puerto Cayo es su Islote que por nombre lleva Pedernales, ubicado a solo cinco kilómetros mar adentro de Puerto Cayo, por la pequeña playa que tiene y a la que se puede acceder cuando baja la marea. En este Islote se puede realizar buceo de profundidad y snorkeling, camping y observación de aves tales como piqueros de patas azules, fragatas, pelícanos, etc.

- La Observación de las Ballenas Jorobadas .

Tal como lo dijo el Sr. Fernando Félix, autor de la Guía de Campo para la observación de Ballenas Jorobadas en la costa de Ecuador, esta actividad se está abriendo campo cada día más debido al auge turístico que estos mamíferos traen consigo:

Observar Ballenas Jorobadas se ha vuelto una actividad popular en la costa ecuatoriana en los últimos años. No mucho tiempo atrás, sin embargo, su presencia era prácticamente desconocida aún para la mayoría de los pobladores locales. El inicio de la actividad se remonta apenas a 1994, cuando las organizaciones no gubernamentales, Fundación Ecuatoriana para el Estudio de Mamíferos Marinos (FEMM), Ecuador y de Whale and Dolphin Conservation Society (WDCCS) de Inglaterra, junto con el Parque Nacional Machalilla, desarrollaron un proyecto para impulsar en la parte sur de la provincia de Manabí. Desde entonces la observación de Ballenas ha crecido y se extiende a otras provincias al punto de convertirse en la más importante actividad eco turística de la costa Ecuatoriana. Se estima que el año 2002 más de 20.000 personas tomaron este tipo de tour en al menos 6 sitios diferentes.

- En uno de los recintos de Puerto Cayo llamado El Barro podemos encontrar vestigios de culturas aborígenes que poblaron la zona y que los turistas nacionales y extranjeros puedan visitar y aprender más de la prehistoria de esta parroquia.
- Otro producto turístico con el que se cuenta y que se piensa explotar en un futuro no muy lejano, es una clase de monos llamada monos aulladores, que se encuentran en el Recinto de Cantagallo y donde se está gestionando la pertenencia de estos territorios que son de propiedad privada para que pasen a ser un sitio ecoturístico natural donde podemos encontrar estos animales de los cuales se tienen reportes que son los mismos que podemos hallar en el Parque Nacional Machalilla en el área de San Sebastián.

Las actividades que se realizan en Puerto Cayo para proteger sus playas, paisajes y todo el ecosistemas con que cuentan son:

- Los pescadores llevan un riguroso control en cuanto a la limpieza de los productos que sacan del mar, de manera que se cuide del ornato de su playa, realizando las actividades de esviceramiento en sus hogares.
- Los propios moradores de esta parroquia cumplen con la limpieza de sus atractivos para dar a los turistas una buena impresión de este destino turístico.
- La municipalidad de Jipijapa también forma parte de este cuidado y preservación ya que realiza actividades periódicas de limpieza para la playa y el pueblo.

3.4 EQUIPAMIENTOS RECREATIVOS Y DE OCIO

Restaurantes y Comedores

Dentro del conjunto de establecimientos dedicados a la venta de comidas rápidas y típicas de la zona, se engloban los restaurantes, comedores, fuentes de sodas y heladerías que suman un total de 40 establecimientos que dan el 100%.

Del total de estos establecimientos el 50% está formado por cabañas que son comedores típicos que se encuentran al frente de la playa, conocidas como Cabañas Ruta del Sol. En los hoteles no sólo podemos encontrar servicio de alojamiento, sino también restaurantes los cuales brindan a los huéspedes variedad de platos típicos de la zona, el 20% del total de estos establecimientos pertenece a esta categoría (restaurantes de hoteles). Como fuentes de soda y comedores se encontró 8 sitios dedicados a esta actividad (20%). Hay que destacar la ausencia de cafeterías y bares en esta parroquia, debido a que la demanda de turistas no es suficiente para invertir en este tipo de servicio. La presencia de heladerías es escasa, pues sólo representa el 10% del total de locales dedicados a la venta de comida y golosinas.

Hay que recalcar que todos los servicios de restaurantes, comedores/fuentes de soda y heladerías se encuentran solamente en la cabecera parroquial.

Diversión

Los centros de diversión en esta parroquia son muy escasos debido a la poca afluencia de turistas que hacen que la inversión en este tipo de infraestructura sea casi nula.

Puerto Cayo cuenta con sólo una discoteca que se encuentra en el Malecón y que se abre al público en los meses de temporada alta que son, de enero a

marzo y los demás meses permanece cerrada por la insuficiente demanda de turistas.

Por tal motivo los hoteleros han buscado formas de entretener a sus huéspedes adecuando sus instalaciones con equipamiento recreativo tales como: salas de billar, videojuegos, futbolín, piscina y muchas veces son los propios hoteleros los que organizan fiestas de bienvenida a los turistas.

Deportes

La actividad deportiva en esta zona se divide en tres categorías; deportes aéreos, acuáticos y terrestres.

Los deportes aéreos que se pueden realizar debido a los acantilados existentes en esta zona son: parapente y alas delta. El clima favorable y los precipicios idóneos hacen de este sector un sitio favorable para los entrenamientos de los soldados del ejército.

Entre los deportes acuáticos más representativos realizados en este lugar especialmente en los alrededores del Islote Pedernales podemos encontrar los siguientes: snorkeling y buceo. También las olas de este balneario hacen propicio la práctica de surf y morey-boogie.

Como deportes terrestres podemos encontrar que esta parroquia es muy común jugar volley playero, fútbol, basketball, tanto así que se organizan torneos en la que varios equipos tanto de hombres como de mujeres participan demostrando sus destrezas . Los hoteles también forman parte de la organización de estos torneos, en donde se busca integrar a equipos de turistas con equipos propios de la parroquia.

CAPITULO IV

ANÁLISIS CUANTITATIVO Y CUALITATIVO DEL PRODUCTO TURÍSTICO PUERTO CAYO

Con el presente análisis se persigue aportar al Comité Eco-turístico de Puerto Cayo y demás agentes involucrados del sector, los datos reales de las características de la demanda turística interna y receptiva de Puerto Cayo, con el objetivo de mejorar la competitividad de este destino turístico.

El proceso de la investigación realizada en este capítulo ha seguido las siguientes fases: recolección, revisión, análisis e interpretación de la información. Recolección, en cuanto al trabajo de campo realizado en la zona, revisión, en cuanto a la comprobación del trabajo de campo y supervisión de los datos integrantes de cada encuesta; análisis en cuanto al estudio de la información obtenida, e interpretación, es decir, la explicación de los resultados en su vertiente cuantitativa (Anexo 5 y 6) y cualitativa (Anexo 7).

4.1 ANÁLISIS CUANTITATIVO

Para poder obtener información acerca de las opiniones de los turistas referente a Puerto Cayo, se ha utilizado una fórmula de universo infinito, ya que no existe información real acerca del número de turistas que llegan a este destino turístico.

La fórmula utilizada fue:

$$n = \frac{4 * P * Q}{e^2}$$

Donde:

n = Tamaño de la muestra

P = Probabilidad que el evento ocurra (50%).

Q = Probabilidad de que el evento no ocurra (50%).

E = Error permitido (5%).

Realizando esta fórmula obtuvimos que la muestra fue de 400 encuestas que hay que hacer a los turistas, tanto internos como externos.

A continuación explicaremos detalladamente las diferentes respuestas que hemos obtenido de las encuestas que fueron hechas a los turistas.

4.1.1 Análisis de la demanda real

En las características de la demanda de turistas que visitan Puerto Cayo, se estudian una serie de aspectos de las personas que la visitan, y que mediante ellos, nos indica el perfil de nuestros turistas.

4.1.1.1 Perfil socioeconómico del turista

Nacionalidad

De las 400 encuestas que se realizaron a los turistas que visitan este destino obtuvimos que el turista de Puerto Cayo es predominantemente de origen Ecuatoriano, específicamente de Quito (36.46%), Cuenca (16.46%) y Guayaquil (11.39%). En una menor medida nos encontramos con los demás turistas nacionales que alcanzan un 20.76% procedentes de : Portoviejo Jipijapa, Manta, Loja, Riobamba, Latacunga , Tulcán, Quevedo, Ambato, Guaranda, Chone, Cañar, y Bahía de Caráquez.

Otras nacionalidades que podemos encontrar en este destino turístico son: Estadounidenses con un 4.05%, Europeos con un 7.58% y demás países de América con 3.29% (Colombia con 1.27%, Venezuela con 0.51%, Perú con 0.25%, Argentina con 1.01% y Brasil con 0.25%).

Como podemos observar los datos obtenidos en estas encuestas nos indican que los turistas internos son por tanto los que constituyen la demanda mayoritaria de Puerto Cayo, seguidos de los europeos y en menor medida los estadounidenses y países bajos de América.

Edad

La edad de los turistas tanto internos como externos que visitan con mayor frecuencia este destino turístico oscila entre los 21 a 30 años de edad con un 30.63%, a estos le siguen personas de 10 a 20 años de edad con un 22.78%, luego están los turistas con edades entre 31 a 40 años con un 20.25%, en cuarto lugar podemos encontrar a personas que tienen edades entre los 41 a 50 años de edad con un 16.71%, en quinto lugar se ubican los turistas con edades entre 51 a 60 años con un 6.33% y finalmente turistas mayores a los 61 años de edad con un 3.29%.

De acuerdo a los resultados de las encuestas que se realizaron a los diferentes turistas, podemos darnos cuenta que Puerto Cayo es visitado por jóvenes, adolescentes y adultos, predominando las personas con edades entre 20 a 31 años, quienes son las que más practican, en su vivista a este destino turístico, deportes de aventura y se atreven a vivir las maravillas que se encuentran en Puerto Cayo.



Número de visitas a Puerto Cayo

El 75.19% de los turistas ha visitado este balneario de 2 a 3 veces, luego pudimos obtener de las investigaciones que el 16.20% de los turistas han estado en este destino turístico más de 10 veces y finalmente el 8.61% ha visitado Puerto Cayo entre 4 a 10 veces.

Conociendo Puerto Cayo

La mayor parte de los sitios turísticos de Ecuador son conocidos generalmente por experiencia propia, es por esta razón que el 45.06% de las contestaciones de los turistas fue que son ellos mismos quienes investigan acerca del lugar y decidieron conocer este balneario sin necesidad de ayuda profesional. El 39.75% de los turistas respondió que conocieron Puerto Cayo por recomendaciones de familiares y/o amigos. Seguido a este porcentaje tenemos que el 9.37% de los turistas encuestados llegó a conocer este destino por medio de agencias de viajes y finalmente el 5.83% de los turistas conoce Puerto Cayo por medio de libros, revistas e Internet.

Tiempo de estadía

Generalmente cuando el turista no conoce un destino turístico el viaje se realiza por poco tiempo con el fin de conocer dicho lugar y analizar las posibilidades de regresar.

En los datos obtenidos podemos dar a conocer que el 77.22% de los turistas que visitan este lugar deciden permanecer en él entre 1 a 3 días, luego obtuvimos que el 15.95% de los turistas prefieren quedarse una semana para conocer y disfrutar de las maravillas de este lugar y finalmente el 6.84% de los turistas permanece en Puerto Cayo más de una semana.

Actividades que el turista realiza en Puerto Cayo

Del total de los turistas encuestados, el 58.11% respondió que cuando visitan este destino turístico se dedican a realizar actividades culturales y de diversión, en segundo lugar el turista visita Puerto Cayo con el fin de despejarse del ruido de la ciudad y disfrutar del aire puro y descansar y finalmente en tercer lugar están los turistas que visitan este balneario con el fin de realizar deportes de aventura y de riesgo.

Gasto diario

De las encuestas que se realizaron en la zona turística Puerto Cayo, pudimos obtener información acerca del gasto diario que el turista estaría dispuesto a efectuar para obtener servicios como hospedaje, alimentación y sobre todo diversión.

De acuerdo a los datos obtenidos podemos decir que: el 39.24% de los turistas estaría dispuesto a gastar diariamente entre 30 y 50 dólares, luego tenemos que el 37.97% estaría dispuesto a gastar diariamente menos de 30 dólares y finalmente el 22.78% estaría dispuesto a gastar más de 50 dólares al día.

Dentro de esta misma encuesta se realizó una pregunta respecto al gasto real diario que el turista realiza en su visita a Puerto Cayo y hay que destacar que un importante porcentaje de turistas (42.03%) tienen un gasto entre 30 a 50 dólares , siendo éste el gasto más usual, luego pudimos investigar que el 38.73% de los turistas que llegan a Puerto Cayo, tienen un gasto diario menor a 30 dólares y finalmente con un 19.24% se encuentran los turistas que gastan diariamente más de 50 dólares.

El gasto diario que realiza el turista en Puerto Cayo incluye lo que respecta a hospedaje, alimentación y diversión, siendo así un gasto no muy significativo para las diversas actividades que podrán realizar en este hermoso balneario, además de disfrutar de la gran hospitalidad que todo turista recibe en este tranquilo pueblo.

4.1.1.2 Infraestructura Turística

Tipo de viaje

Los viajes que se realizan a Puerto Cayo, son en su mayoría (42.59%) por diversión, seguido de aquellos turistas que son motivados a viajar a este lugar por el simple hecho de conocer la playa (21.99%), que como anteriormente lo nombramos es una de las playas más extensas de Ecuador. El 12.04% conoce este destino turístico por recorrer la ruta del Sol , el 8.33% de los turistas que visitan este balneario lo hacen por que tienen propiedad inmobiliaria , el 6.94% son aquellas personas que van por realizar algún trabajo o estudio para la zona, el 5.56% de los turistas son motivados a realizar un viaje a Puerto Cayo para visitar a familiares o amigos, el 2.31% de los turistas lo hacen por buscar salud y tranquilidad y finalmente el 0.23% de los turistas son motivados a conocer este balneario para analizar la situación y realizar alguna inversión.

Tipo de alojamientos

Anteriormente mencionamos los diferentes tipos de alojamiento que se pueden encontrar en Puerto Cayo desde un Hotel de segunda categoría hasta una cabaña donde puede pasar toda una familia.

El 54.94% de los turistas encuestados contestó que se hospedan en Hoteles, el 14.43% respondió que se hospedan, cada vez que visitan este balneario, en Hostales, el 9.11% de los turistas contestaron que se hospedan en casa particular, ya sea de ellos o de algún familiar o amigo, el 6.58% de los turistas encuestados sólo visitan Puerto Cayo por el día, es decir que no hacen uso de ningún alojamiento turístico, el 5.82% se hospedan en cabañas familiares, el 3.54% de los turistas hacen uso de las hosterías y finalmente el 5.57% de los turistas se hospedan en un hostel residencia.

Medios de Transporte

Debido a que el ingreso a este hermoso balneario solo se lo puede realizar por tierra, los turistas tienen dos opciones para llegar hacia este destino: mediante vehículo propio o por transporte público.

El número de viajeros que arriban a este punto turístico con su propio vehículo es del 64,56%, considerando que la mayoría de turistas son nacionales y que realizan un turismo interno. A este porcentaje también se suma los turistas que visitan Puerto Cayo mediante la guía de una agencia de viajes que les proporciona un vehículo para su cómoda movilización. El 35,44% son de personas que utilizan cualquier medio de transporte público sean estos cooperativas interprovinciales, intercantonales o taxis.

Rutas para llegar a Puerto Cayo

La mayor parte de los turistas arriban a este balneario por la vía Jipijapa (64,30%), puesto que los visitantes que provienen de la Sierra Sur, Guayaquil y algunas habitantes de la región manabita, utilizan esta vía porque se les hace más rápido llegar. En segundo lugar esta la vía Manta (21,52%), de donde vienen la mayoría de los visitantes procedentes de la

parte norte de la Sierra Ecuatoriana, además de algunos turistas extranjeros que arriban al aeropuerto de esta localidad. Y en último lugar se encuentran los turistas que llegan por la Ruta del Sol (14,18%) recorriendo las maravillosas playas de la costa sur ecuatoriana.

4.1.1.3 Expectativas del turista hacia el lugar

Grado de Satisfacción

El sentir de los turistas tanto nacionales como extranjeros sobre este encantador lugar se encuentra reflejado en el porcentaje altísimo de personas a quienes les agrada visitar Puerto Cayo, es por ello que el 99,41% de turistas coincidieron en que este maravilloso balneario puede ser considerado en un futuro no muy lejano, un nuevo destino turístico potencial.

Aspectos Satisfactorios

Lo que más atrae a los visitantes de este balneario es su extensa y majestuosa playa por lo que según los datos de las encuestas realizadas, este atractivo obtuvo el más alto porcentaje (33,58%), seguido muy de cerca por otro recurso con el que cuenta Puerto Cayo que es, el clima semitropical que favorece a gran parte de la región costera y que le otorga temperaturas suaves y más días de sol (30,49%). Los habitantes también son parte importante para el agrado de los turistas, puesto que su amabilidad y cortesía, lo ubican en el tercer puesto de los aspectos satisfactorios que encuentran los viajeros en este punto turístico (11,93%).

Las actividades culturales y de diversión recibieron un 11,05% de satisfacción, debido a que este sitio ofrece actividades de visita a varios lugares interesantes de este puerto como son: El Islote Pedernales, el Bajo

de Cantagallo donde se encuentran las ballenas jorobadas, además del Recinto de Cantagallo que ofrece variedad de monos aulladores y demás especies silvestres. Otras formas de divertirse en Puerto Cayo son los paseos costeros que se ofrecen por la orilla de esta playa admirando la belleza del paisaje y la encantadora naturaleza que Puerto Cayo posee.

En porcentajes menores se ubican la gastronomía que ofrece la región manabita rica en los más apetecidos platos a base de mariscos el cual obtuvo el 7,22% de agrado por los turistas. La variedad de deportes que se pueden realizar aquí, especialmente acuáticos (snorkeling, buceo), hace que los visitantes la consideren como uno de los aspectos satisfactorios que tiene Puerto Cayo (4.42%). Y en último lugar pero igualmente importante, se encuentra la tranquilidad que se vive en este lugar y que amerita que los turistas lo califiquen como uno de los puntos importantes que brinda este balneario (0,74%).

Aspectos Insatisfactorios

Del total de los turistas encuestados (400), solo el 0,59% no le agradó, debido a diferentes factores tales como: falta de actividades recreativas, falta de vida nocturna (bares, discotecas), deficiente servicio de comunicación, despreocupación en la limpieza de la playa y en el mantenimiento del pueblo, vías internas en mal estado y falta de información sobre este destino turístico.

Opinión sobre el Alojamiento

La diferente variedad de recursos alojativos hace que la opinión que tienen los turistas sobre los diferentes alojamientos se encuentre de esta manera: Calificándolos como excelente se encuentra el 15,70% de los turistas encuestados, el 33,67% estima que es un servicio muy bueno el que

ofrecen estos establecimientos. El mayor porcentaje de turistas (33,92%) opinó que el servicio es bueno considerando que los diferentes hoteles, hostales, hosterías y cabañas ofrecen al turista diversas formas para entretenerse, puesto que cuentan con servicios diversos tales como: piscina, mesa de billar, futbolín, y actividades de esparcimiento como fogatas. El 15,70% cataloga al servicio como regular ya que no todos los alojamientos ofrecen al turista un ambiente acogedor y una atención impecable. Por último el 1,01% opinó que el servicio alojativo es simplemente malo, debido a las malas experiencias de los turistas ya sea en atención y comodidad.

Opinión sobre los restaurantes

La mayor parte de los turistas opinan que el servicio que ofrecen los restaurantes es bueno, otorgándole un 37,72%, ya que la comida que se expende en estos establecimientos generalmente lo preparan en el momento en que se ordena el plato, por lo que todos los turistas llegan a la conclusión de que los restaurantes sirven comida fresca y no guardada. En segundo lugar, los visitantes califican al servicio como muy bueno dándole un 24,30% de nivel de satisfacción, en tercer lugar se cataloga al servicio de regular con un 20,76% de personas que opinan que los lugares de buena comida son muy pocos y que la atención dada no es la adecuada. El 13,92% de turistas opina que el servicio que prestan los restaurantes es excelente tanto por la comida que ofrecen, como por la atención que se ofrece. Y en último lugar está el 3,29% de personas que consideran que el servicio de los restaurantes es malo.

Opinión sobre los servicios básicos

El mayor número de turistas opinó que los servicios básicos se encuentran relativamente en buen estado, puesto que en su estadía no ha existido

insuficiencia ni en el servicio de agua potable, ni en el servicio de energía eléctrica (38,99%). Pero sin embargo, también existieron visitantes que consideraron que los servicios básicos están en un estado regular, ya que si no existe falta de los mismos, sí se nota la baja calidad en la entrega de estos servicios ya sea en la falta de agua potable o en la falta de alumbrado eléctrico en algunos sectores. El 18,99% de turistas cataloga al servicio como excelente ya que no han pasado por inconvenientes a causa de la falta de estos servicios. El 17,22% de visitantes califican al servicio de muy bueno y en un menor porcentaje (4,56%) se encuentran las personas que consideran que los servicios básicos en Puerto Cayo se encuentran en malas condiciones.

Opinión sobre los medios de comunicación

El deficiente servicio de comunicación que ofrece Puerto Cayo se ve reflejado en la opinión de los turistas, considerándolo uno de los principales aspectos insatisfactorios de este punto turístico. El 34,68% de visitantes calificaron al servicio de regular y el 25,06% opinaron que indiscutiblemente el servicio es malo, ya que este balneario no cuenta con señal para celulares y la única central telefónica de esta parroquia se encuentra cerrada. El servicio es considerado como bueno, muy bueno y excelente, otorgado por el 18,99% , 13,16% y 8,10% de turistas respectivamente, ya que si no se cuenta con central telefónica, sí existen lugares donde se pueden realizar llamadas pero no son muchos y el precio que cobran es alto.

Opinión sobre los medios de transporte

El 41,52% de turistas calificó el servicio que ofrecen los medios de transporte en este balneario como regular, debido a que dentro de esta parroquia este servicio no existe en forma completa ya que existe un solo bus que tiene una

sola hora de salida y de entrada el cual no es satisfactorio para los turistas quienes llegan en transporte público y tienen que caminar hacia el pueblo y a la playa desde la estación provisionaria. Este inconveniente hace que los turistas se sientan incómodos con este servicio por lo que sólo el 26,33% y 16,33% opinó que el servicio es bueno y muy bueno respectivamente. El 13,16% de turistas calificó al servicio de malo y un porcentaje menor de turistas cataloga de excelente al servicio de medios de transporte (2,78%).

Opinión sobre el ornato del pueblo

El 37,22% de turistas calificó al ornato del pueblo como regular debido a que el aseo de la playa no es muy satisfactorio puesto que se encuentran muchas piedras en la arena que no son recogidas ni por el Municipio ni por la propia población. El 23,80% y el 16,20% de los turistas opinó que la limpieza del pueblo es buena y muy buena respectivamente, ya que ahora la población se muestra más preocupada de limpiar sus aceras y mantener en buen estado su parroquia. El 14,94% cataloga el ornato del pueblo como malo por el mal aspecto que presentan los animales que se pasean por las calles de este pueblo. Y por último, el 7,85% de visitantes considera que en términos de limpieza y mantenimiento del pueblo se encuentran excelentemente.

Recomendaciones de los turistas

Las recomendaciones que los turistas sugieren para la mejora y desarrollo de Puerto Cayo radican en los principales problemas que presenta la parroquia como la falta de información, deficientes servicios básicos, de comunicación y de transporte; es por ello que la mayoría de los visitantes piensan que en lo primero que se debe trabajar en este pueblo, es en la promoción debido a que muchas personas aún no conocen este encantador

balneario (17,91%). En segundo lugar están los turistas (14,09%) que recomendaron que se debe mejorar el servicio de comunicación ya que es muy importante en estos tiempos donde el mundo se encuentra enlazado por la comunicación.

Como tercera recomendación está la mejora del ornato del pueblo, donde el 13,58% de visitantes opinó que se debe tomar en cuenta la imagen que muestra este pueblo, por lo que se tiene que tomar más medidas en cuanto a la limpieza y mantenimiento de la parroquia por parte del Municipio y del pueblo en sí. Otra sugerencia que dan los turistas es la mejora de los servicios básicos debido a que la entrega de los mismos no se lo hace con calidad (12,05%). Además también está el 10,78% de turistas que sostienen que se debe mejorar los medios de transporte ya que para algunos el no tener una línea de buses de la parroquia presenta molestias a la hora de llegar a la estación y tener que bajar al pueblo caminando. Los seminarios para la mejora del pueblo (10,27%) y la capacitación para los habitantes (9,68%) de Puerto Cayo también es considerado por los visitantes, ya que muchas veces no se conoce y no se puede dar una debida información de lo que ofrece este punto turístico. La importancia en la educación de jóvenes y niños que muestran los turistas, se nota en el número de visitantes que respondieron que se debe aumentar y mejorar escuelas y colegios (9,59%). En menores porcentajes se encuentra las recomendaciones en cuanto al aumento de actividades recreativas (vida nocturna), la señalización turística y el aumento de guías turísticas (2,03%).

Turistas que recomiendan visitar Puerto Cayo

El 98,23% de los turistas encuestados (400) consideraron que Puerto Cayo merece ser recomendado ya que posee una riqueza natural inigualable por lo que el 36,72% de los turistas opinó que esta es su principal fortaleza y que la

deberían explotar de la mejor forma. Otro atributo que encontraron fue la hospitalidad de la gente de Puerto Cayo, que lo hace convertirse en un pueblo acogedor y generoso (25,31%). La gastronomía es un punto importante que realzan los turistas de este pueblo, ya que en este lugar se pueden degustar de los mejores platos a base de mariscos de la región (18,72%). El 11,23% de los visitantes califica como relevante la variedad de actividades culturales y de diversión que se pueden realizar en este balneario, ya sea paseos costeros, avistamiento de ballenas y monos aulladores, diferentes deportes acuáticos (snorkeling, buceo a profundidad), etc. La tranquilidad que se vive en este lugar lo hacen ser preferido por propios y extraños para su visita, otorgándole un 4,10% de aprobación y en último lugar están los turistas que califican como importante la infraestructura con la que cuenta este punto turístico, pero sin embargo es un bajo porcentaje (3,92%).

Existe también un porcentaje bajo (1,77%) de personas que no recomiendan que se visite Puerto Cayo, porque estiman que todavía le falta infraestructura hotelera y recreativa, además se pone de manifiesto la carencia de actividades nocturnas ya que no existen bares, cafés o discotecas que para los turistas es imprescindible en las noches demasiado tranquilas de Puerto Cayo.

4.2 ANÁLISIS CUALITATIVO

4.2.1 Diagnóstico de la situación

En esta parte del estudio se realiza el denominado análisis FODA de los diferentes sectores de Puerto Cayo mediante entrevistas a sus representantes (Anexo 7), esto es, tratar de diagnosticar tanto los puntos fuertes (Fortalezas y Oportunidades) como los puntos débiles (Debilidades y



Amenazas) que presentan el sector Educación, Salud, Turismo, Pesca, Agropecuario y Social.

Sector Educación

Diagnóstico

La parroquia Puerto Cayo de acuerdo a los últimos datos obtenidos por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos presenta los siguientes niveles de instrucción y años aprobados para la cabecera parroquial y el resto de la parroquia:

Nivel primario:	1519	alumnos entre niños y niñas.
Nivel básico:	234	alumnos entre niños y niñas.
Nivel secundario:	396	alumnos entre varones y mujeres.
Educación Media:	23	alumnos entre varones y mujeres.
Ciclo Postbachiller:	6	alumnos entre varones y mujeres
Educación Superior:	53	alumnos entre varones y mujeres
Postgrado:	1	hombre

Esta parroquia cuenta con 1 jardín, 3 escuelas y 1 colegio en la cabecera parroquial, en los recintos sólo existe una escuela por cada uno y en algunos esta sola escuela se encuentra cerrada por no estar adecuadamente equipada.

Los establecimientos educativos con los que cuenta Puerto Cayo son:

- Jardín María Gracia (Fiscal)
- Escuela Guayas (Fiscal)
- Escuela 20 de Abril (Fiscal)

- Escuela Vicente Rocafuerte (Particular)
- Colegio Puerto Cayo (Fiscal)

Considerando que la parroquia es eminentemente rural el índice de analfabetismo no es muy alto, llegando sólo a un 12.23% del total de la población mayor a 10 años(2362 hab.) que ya ha pasado por lo menos por los primeros años de instrucción. Del 12.23% de analfabetos el 5.88% son hombres y el 6.35% son mujeres. Existe un mayor índice de analfabetismo en el resto de la parroquia que en la cabecera parroquial, llegando a constar del total de analfabetos (289 hab.) 62.63% en los recintos y 37.37% en parroquia misma.

Las fortalezas que podemos encontrar en el sector educación son las siguientes:

- La parroquia es un semillero de cultura y conciencia ecológica.
- El porcentaje de analfabetos en la cabecera parroquial es baja, sólo representa el 12% del total de la población.
- Apoyo municipal en los tres niveles de educación (jardín, escuela y colegio) a través de los profesores bonificados.
- La mayoría de los profesores poseen su título académico y los que no lo tienen todavía sólo les falta un año para obtenerlo.
- El cumplimiento de la Ley de Educación que exige que el profesor debe vivir cerca de su lugar de trabajo es efectuada a cabalidad.
- Existencia de riqueza histórica, tradiciones, arqueológica, etc.

Las debilidades existentes en el sector educación en esta parroquia son:

- Existe un solo colegio para todos los estudiantes de Puerto Cayo y sus recintos, por lo que en algunos padres de familia sólo hacen estudiar a sus hijos hasta primaria porque no se cuenta con un colegio en cada uno de estos recintos.
- Falta de acompañamiento de los padres y madres en el proceso educativo de sus hijos.
- Débil inserción de las escuelas en las actividades comunitarias, no se difunden las potencialidades ambientales de la parroquia.
- Los cursos de capacitación a los profesores sólo son dictados una vez al año a los docentes y estos se realizan en Jipijapa y Portoviejo por lo que a los educadores se les dificulta la asistencia a los mismos.
- Falta de material didáctico, por lo que los respectivos establecimientos educativos buscan maneras de resolver este problema ya sea pidiendo colaboración a los padres de familia, a instituciones, o realizando actividades para recoger fondos para la institución.
- La infraestructura de la mayor parte de los establecimientos educativos no es la adecuada para el desarrollo académico de los estudiantes, ya que existen problemas como: falta de baterías sanitarias y eléctricas en algunos, falta de áreas deportivas y de recreación, ausencia de cerramiento, mal estado de bancas escolares, y falta de mantenimiento en lo que respecta a la fachada de la institución.

Las oportunidades con las que cuenta el sector educación son:

- Convenios con Organismos del Estado y privados para la actualización académica y titulación del personal docente.

- Tendencia en el ámbito nacional de apoyo a los procesos de descentralización y autonomías seccionales.

Y por último las amenazas que se puede hallar en este sector son:

- En el ámbito nacional bajo presupuesto para el sector educación.
- Ausencia de políticas de estado a efectos de preservar y promocionar la cultura.

Sector Salud

Diagnóstico

La parroquia Puerto Cayo viene desarrollando experiencias de salud integradas en torno al Ministerio de Salud Pública y la Dirección Provincial de Manabí, específicamente el Área de Salud No. 4 Jipijapa.

En esta parroquia existe un Sub-centro de Salud que abastece a la cabecera parroquial y al resto de la parroquia(recintos). Diariamente este sub-centro de Salud recibe 30 pacientes diarios entre niños menores de 5 años, mujeres embarazadas , mujeres que reciben anticonceptivos y personas adultas. El 50% de las personas atendidas pertenecen a la cabecera parroquial, el 40% a los recintos como Cantagallo, Manantiales, Omo, Jurón, Olinas y Galán, y el 10% restante son habitantes que deciden recibir atención médica en otros Centros de Salud especialmente en Jipijapa.

El personal con el que cuenta este Subcentro de Salud es:

- Un médico rural que hace las labores de medicina general especializado en pediatría y ginecología,

- Una enfermera que se encarga de vacunación y entrega de programas de papillas, de bebidas y de micronutrientes además de educar a la comunidad en el control de natalidad y uso de anticonceptivos.
- Una odontóloga que se encarga del cuidado oral de los habitantes.

Según los últimos datos registrados en la Dirección Provincial de Salud de Manabí en el 2001, las enfermedades más frecuentes que se presentan en la parroquia son: Infecciones Respiratorias Agudas (IRA), Parasitosis, Infecciones Vías Urinaria, Enfermedades Diarreicas Agudas (EDA) y Escabiosis. Las principales causas de enfermedades son las siguientes: la falta de agua potable, servicios básicos, normas de higiene, y la falta de educación para la salud por parte de las instituciones encargadas.

Puede decirse que la población especialmente infantil es la más vulnerable, presentándose casos de desnutrición a niños menores de 5 años en un porcentaje elevado (80%), según nos comentó el médico rural encargado de este sub-centro de Salud, Dr. Stalin Pillasagua.

Las defunciones registradas al 2000 por diferentes circunstancias, como: ancianidad, ahogados y suicidios, determinan que el mayor porcentaje de mortandad son hombres mayores de 1 año registrándose un total de 21 defunciones en esta categoría.

Las fortalezas encontradas en este sector son:

- Campañas de vacunación (tétano, tosferina, sarampión, polio) con cobertura en un alto porcentaje.
- Programa de Maternidad gratuita.
- Programa de papillas, de bebidas y de micronutrientes a niños menores de 5 años.

- Educación a la comunidad en el control de natalidad y uso de anticonceptivos.
- Seguimiento riguroso del Plan Estratégico del Ministerio de Salud.
- Existencia de programas comunitarios de salud en lo que se refiere a prevención de enfermedades infectocontagiosas, con la donación de preservativos.
- Disponen de equipo básico de atención primaria.
- Capacitación al personal médico, por parte del Ministerio de Salud y el Área N° 4 de Jipijapa.
- Permiso de funcionamiento por el Área N° 4 y la Dirección Provincial de Salud, a las farmacias existentes en esta parroquia (2).

Debilidades que existen el en sub-centro de Salud:

- Falta de mantenimiento en los Servicios Básicos y ausencia de línea telefónica necesarios en caso de emergencia.
- Déficit de equipamiento, unidad carece de laboratorio, ambulancia y personal administrativo.
- Carencia de instalaciones necesarias como: sala de parto, sala de hidratación y sala de recuperación.
- Existencia de murciélagos causante de la micosis (enfermedad que afecta la piel, los pulmones, el hígado, los huesos, etc.), que pueden ocasionar perjuicios al personal que labora en este sub-centro y a los pacientes.
- Mala distribución de los medicamentos, por parte del Área de Salud N° 4 Jipijapa a esta parroquia.
- Pérdida de partida para médico de planta (24h) en esta parroquia.
- No existe un debido control por parte de la Dirección Provincial de Salud en el conocimiento de las personas que atienden las farmacias, en cuanto a la medicación que se expende.

Oportunidades para el sub-centro de Salud:

- Ley de creación de medicamentos genéricos.
- Descentralización del sector Salud, como una tendencia vigente a escala nacional.
- Formación de jóvenes en conocimientos primarios de salud que ayuden tanto a la comunidad como al sub-centro de esta parroquia.

Amenazas para el sub-centro de la Parroquia Puerto Cayo:

- Poco presupuesto nacional para el Área de Salud.
- No aplicación de medicamentos genéricos.
- Desnutrición por alto costo de la canasta familiar.

Sector Turismo

Diagnóstico

A mediados de la década de los 80, se culminó la carretera Jipijapa-Puerto Cayo-La Libertad el cual supera el relativo aislamiento respecto del resto de la costa, generándose una corriente turística que ha convertido al sector en un lugar dinámico en los últimos años.

Constituida la carretera costanera en el eje articulador del espacio turístico microrregional , la oferta turística privilegia opciones del ambiente marino-costero, así como áreas cercanas a la misma: Bosques secos, premontaños y tropicales, la cabecera parroquial se constituye en el centro administrativo de apoyo turístico de la zona.

La oferta turística de la parroquia presenta potencialidades para el desarrollo de productos de naturaleza, eco-turismo, aventura y cultural-arqueológico, constituyéndose en un importante patrimonio turístico del cantón Jipijapa, capaz de conjugar ambientes naturales y culturales.

Los principales factores que explican el auge turístico hacia esta parroquia son: mejor accesibilidad con la infraestructura vial (Jipijapa, Manta, La Libertad – Puerto Cayo); variedad y riqueza de atractivos tanto naturales como culturales; factores que han sido potencializados hacia lo ambiental y ecológico por parte de la demanda.

Fortalezas encontradas en este sector:

- Riqueza paisajística propia de la zona costera ecuatoriana.
- Preocupación por la conservación de la parte ecológica y ambientalista que se presencia en este sitio.
- Presencia de ballenas jorobadas en el período de Junio a Septiembre.
- Variedad de opciones gastronómicas.
- Calidez y sinceridad de sus habitantes.
- Presencia de una de las playas más extensas de la costa ecuatoriana.
- Puerto Cayo ofrece a los turistas diferentes actividades culturales a realizar como la visita al Islote de Pedernales, al Bosque Seco y Húmedo, a vestigios arqueológicos, etc.
- Infraestructura turística adecuada acorde al medio.
- Presencia de un Comité encargado de las actividades propias del turismo (Comité Ecoturístico).
- Sitio favorable para la práctica de deportes tales como: alas delta, parapente, snorkeling, buceo, surf, camping, pesca.
- Las vías de acceso hacia este destino turístico se encuentran en buenas condiciones lo que hace más fácil la llegada de los turistas.

Las debilidades más frecuentes que se presentan en este sector son:

- Caminos en malas condiciones (en áreas turísticas).
- Carencia de información, difusión y promoción turística del sector.
- Poca capacitación de recursos humanos y administrativos en servicios turísticos.
- Falta de visión de productos turísticos alternos que se puedan ofrecer a los turistas más allá del recurso ballena.
- Falta de conocimiento y pertenencia de los habitantes de la parroquia por las riquezas naturales y culturales que poseen.
- Mínima señalización e indicadores turísticos.
- Escasa presencia de operadores turísticos.
- Inadecuada facilidad en lo que se refiere a medios de comunicación.
- Pocos incentivos para invertir en turismo.
- Falta de una cultura de servicios de atención al cliente.
- Descuido de algunos moradores en el mantenimiento y cuidado de su parroquia lo que ocasiona mal aspecto hacia quienes visitan este balneario.
- Falta de bancos por problemas de servicios digitales lo que dificulta operaciones con tarjetas de crédito.
- Falta de estudio respecto a la capacidad de carga turística de sitios de interés.
- Falta más apoyo Municipal y Parroquial en lo que respecta al turismo.
- No existe un inventario de los productos turísticos que posee la zona.
- No hay control en cuanto al número exacto de turistas que llegan a este balneario por parte de los hoteleros, los encargados de la Comisión Ecoturística o el Municipio de Jipijapa.

En lo que respecta a oportunidades, encontramos las siguientes:

- Realización del Proyecto Bahía Protegida en el 2004, que consiste en un rompeolas con un muelle que facilitaría el desembarque de las fibras de los pescadores además de darles comodidad y seguridad a los turistas que visiten este punto turístico.
- Criadero de atún, proyecto que se está desarrollando y que favorecería para fomentar el turismo gracias a una nueva y diferente actividad que se realizaría en este sector, como por Ej.: Cuenca ofrece el servicio de pesca de truchas y al mismo tiempo se puede degustar de este marisco que se ha pescado.
- Ruta del Café es un despunte al incremento del turismo hacia este Cantón y que favorecería a Puerto Cayo como una nueva actividad cultural que ofrecer a los turistas y que consiste en un recorrido por las principales zonas productoras de café desde Quimis, pasando por Jipijapa y Paján hasta llegar a los límites con la provincia del Guayas.
- Proyecto de Mancomunidad del Manejo del Parque Nacional Machalilla que integran los cantones Montecristi, Jipijapa y Puerto López quienes se encargarán de administrar en conjunto esta área protegida mediante la delegación de funciones por parte del Ministerio de Medio Ambiente quienes son los directamente responsables de la conservación y dirección de este parque. Este proyecto dotaría a la parroquia de un nuevo recurso que ofrecer a los turistas.
- Incremento de la demanda turística nacional.
- Organizaciones que apoyan el Desarrollo del sector agropecuario (Unión de Organizaciones de desarrollo de Agricultura, Pescadores y Turismo).



Y en cuanto a amenazas lo que se diagnosticó fueron los siguientes puntos:

- Sobreexplotación del turismo hacia esta región.
- Inicio de funcionamiento de camaroneras de agua dulce que probablemente utilizarían químicos que afecten las fuentes hídricas de Puerto Cayo, por lo que en estos momentos se está haciendo un estudio de los efectos que causaría la incursión de esta industria.
- Competitividad de otros destinos turísticos organizados.
- Migración.
- Recurso ballenas incierto para los próximos años.

Sector Agropecuario

Diagnóstico

La producción en los distintos sectores agrarios en esta parroquia, ha sido históricamente muy importante, pero en los últimos años ha descendido muy considerablemente por efecto de la presencia del Fenómeno del Niño, que según los agricultores por la excesiva cantidad de lluvias, no permitió una normal floración en las diversas plantaciones de café, maíz, maní, sandía, tomate, melón, etc., lo que ocasionó un notable descenso de la producción en general.

Los productores de la parroquia Puerto Cayo, cultivan en condiciones desfavorables, invierten esfuerzos y tiempo, y comercializan sus productos con intermediarios quienes proveen a los exportadores los cultivos realizados en esta zona. Los campesinos productores reciben por sus productos, precios bajos que merman sus condiciones socio económicas.

El 65% del territorio de Puerto Cayo se dedica a la agricultura, específicamente las zonas de Río Bravo, Manantiales, La Boca, Cantagallo,

El Barro y Jurón y el 35% restante es cubierto por caseríos y la cabecera parroquial pero, los sectores más representativos y explotados en cuanto a agricultura son La Boca, Cantagallo y el Barro. En la Boca (21 productores) y Cantagallo (22 productores) podemos encontrar cultivos de sandía, tomate, pimiento, melón y parcelas de hortalizas que constituyen 61 hectáreas de cultivo en total. El sector de El Barro y Cantagallo se especializa en la producción de madera, específicamente de madera suave o encofrado, cuyas clases son: Matapalo, Higuierón, Saibicilla, Cerecilla, Majao y la producción total de pata de árboles es de 190 que representa el 12.66% del total de producción del Cantón. Puerto Cayo también se dedica al cultivo de café pero en menor proporción que las demás parroquias de este Cantón, solo representan el 2.29% de la producción total en quintales de café.

Se observa en algunos recintos una importante diversificación de cultivos de ciclo corto, lo que contribuye a mejorar los ingresos de los pequeños productores. En otros casos se evidencia una tendencia al monocultivo especialmente de el maíz, lo que hace una dependencia a una sola fuente de ingreso, dificultando la sobre vivencia de estas familias, sumándose los precios bajos de estos productos.

En lo que se refiere al sector pecuario encontramos crianza de pollos, ganado vacuno, caprino, porcino. Existe una diversidad de animales silvestres en las áreas protegidas, así como también en las fincas de los recintos más cercanos de la Parroquia.

De las especies que más se han adaptado y se han desarrollado en la zona son el ganado vacuno, seguido por el ganado porcino, caprino, mulares y caballar, estos últimos que sirven como medio de transporte. Como se puede observar esta zona tiene grandes potencialidades en la explotación pecuaria.

La crianza y manejo de estas especies se viene desarrollando en una forma tradicional, ha carecido de apoyo técnico, no habido investigaciones profunda para mejorar el sector ganadero impidiendo tener mejores ganancias en esta actividad.

Las fortalezas en este sector son las siguientes:

- Pueblo fértil y eminentemente agrícola.
- Microclima garúas de Junio a Diciembre favorecen la agricultura.
- Ecosistema permite equilibrio y favorece el desarrollo de la agricultura de manera sustentable.
- Diversidad de productos en época de garúas se produce a costos más bajos; sin costos de riego.
- La reforma agraria ecuatoriana, contribuyó a la transformación de la estructura de la tenencia de la tierra, afianzó la polarización entre empresas capitalistas con capacidad de generar excedentes y una mayoría de campesinos minifundistas orientados a la subsistencia, entre los cuales se observan graves y agudos problemas sociales.
- Existencia de asociaciones para la mejora y el desarrollo de este sector. (San Ramón de Cantagallo y Puerto La Boca).

Las debilidades encontradas en el sector agropecuario son:

- Baja producción y productividad.
- Bajos precios de los productos agrícolas y presencia de intermediarios.
- La siembra y la cosecha de los productos de ciclo corto son realizados por mano de obra local, presentando la ausencia de la producción tecnificada.

- La crisis del modelo agro- exportador, sustentada en la producción y la exportación de productos primarios, provocó la migración de la población campesina a ciudades y actualmente a otros países.
- Mal estado de los caminos vecinales impiden el acceso a los recintos de esta parroquia, lo cual impide la salida de los productos agrícolas.
- Falta de ayuda por parte del Gobierno en la donación de instrumentos para succionar agua en la temporada donde existe sequía por falta de lluvias.
- Falta de apoyo técnico e investigaciones que aporten al desarrollo del sector pecuario de esta zona.
- Falta de implementación de programas de capacitación en manejo de microempresas dedicadas al sector agropecuario.
- Falta de crédito y tasas de interés altas para el desarrollo del sector.

Las oportunidades a futuro que se presentan en la agricultura son:

- La región tiene altas posibilidades para el desarrollo de producción y productividad dirigidas para la exportación y para el mercado nacional por estar cerca de puertos y aeropuertos, además porque hay una tradición productiva de la población; se debe iniciar la formación de microempresas agro pecuarias con miras de darle valor agregado a los productos impulsando la agroindustria.
- Marco legal del sector ambientalista reconoce la biodiversidad orientada hacia la agricultura sustentable.
- Ubicación geográfica.
- La crianza de pollos es una industria que se está abriendo campo en esta zona donde solo se cuenta con un criadero.
- Proyecto de Reducción de la Pobreza y Desarrollo rural local, que tiene como objetivo combatir la pobreza rural, mejorar la equidad y la inclusión, facilitando el acceso de los hombres y mujeres pobres a

oportunidades de empleo, producción, generación de ingresos, manejo de recursos naturales y otras soluciones sostenibles.

- Incursión de Organizaciones que apoyan el desarrollo del sector agropecuario (Unión de Organizaciones de Desarrollo de Agricultura, Pesca y Turismo UNAGROPESCATUR).

Y las amenazas que se presenta a futuro son las siguientes:

- Desastres Naturales como el Fenómeno del Niño.
- Abandono de los agricultores hacia esta actividad para darle paso a otra que le genere un ingreso inmediato (pesca).
- Mercados agrícolas y pecuarios más competitivos.
- Descontrol del uso de insumos químicos para los sembríos y crianza de animales tecnificada.
- Los productos de ciclo corto, frutales, han sido dirigidos a la auto subsistencia; esta cultura productiva ha llevado a disminuir la rentabilidad y sostenibilidad de la agricultura, mermando las posibilidades en un futuro de hacer de esta actividad una forma de desarrollo para la región.

Sector Pesca

Diagnóstico

En la parroquia Puerto Cayo se considera que el 94% de la población en general se dedica a la actividad pesquera artesanal, seguida por el comercio con un 5% y un bajo porcentaje de individuos que se dedican a la pesca industrial. Del 94% que pertenece a la población pesquera solo el 14% pertenecen a las personas que se encuentran agrupadas en cooperativas, es

decir, de los 350 pescadores artesanales solo 49 forman parte de estas asociaciones.

Las cooperativas de producción pesquera son las siguientes: Coop. Isla de la Plata y Coop. Pto. Cayo. Las cooperativas están formadas por 20 a 30 socios y aproximadamente cada organización tiene de 6 a 7 fibras más o menos, debido a que no todos los socios tienen la facilidad de adquirirlas. En la actualidad existen alrededor de 130 embarcaciones las cuales se encuentran operando entre 60 y 70 ya sean estas de cooperativas o informales.

Las principales especies extraídas por la flota pesquera artesanal en esta parroquia son: langostino azul, pesca blanca (sierra, albacora, caballa), langostino blanco, langosta, y otros.

En cuanto a las artes de pesca utilizadas en faenas de pesca, la mayoría utiliza el trasmallo camaronero y langostero, existiendo un alto porcentaje que utiliza ambos de acuerdo a la disponibilidad de los recursos. En lo que se refiere a la pesca blanca se utiliza redes de cerco (chinchorro).

Con relación a los sitios de pesca, los pescadores realizan las faenas de pesca en caladeros cercanos a la localidad, como son: El Bajo de Cantagallo, San José, La Boca y alrededores del Islote Pedernales que son a donde más se dirigen los pescadores. Los horarios de pesca dependen de la especie marina que se quiera capturar, si es para coger langosta los pescadores salen por 3 días, si es camarón salen todo un día de 6 de la mañana a 6 de la tarde y si es para la pesca blanca el proceso de captura es desde las 5 de la tarde hasta las 6 de la mañana del día siguiente, según nos comentaron los propios pescadores. Para estas faenas los pescadores deben llevar víveres, combustible y las redes necesarias para realizar su

actividad. En promedio las faenas de pesca son cinco veces por semana, tanto para los botes de madera como para los botes de fibra de vidrio.

Las especies marinas que se capturan en Puerto Cayo se venden a los comerciantes de Portoviejo, Jipijapa y a los mismos comerciantes de Puerto Cayo quienes tienen centros de acopio para estos productos. En esta parroquia existen 2 centros de acopio pertenecientes a la Sra. Argentina Pacheco y al Sr. Choez respectivamente.

No existe puerto, ni espigón u otra infraestructura para apoyar el desembarque; éstos se dan por varamiento de las embarcaciones en la zona de playa utilizando como rodones a troncos de balsa.

En el 2002 la Subsecretaría de Recursos Pesqueros realizó un proyecto cuyo objetivo consistió en documentar y validar la medida de protección en la conservación de larvas de camarón y de otras especies, integrar a la comunidad a procesos de manejo participativo y crear iniciativas de ordenación y administración de los recursos pesqueros. La estrategia para alcanzar estos objetivos consistió en crear intereses comunes e integrar a la comunidad a un proceso de investigación participativa que consistió en talleres, reuniones de trabajo, entrevistas informales y realización de propuestas.

Las fortalezas encontradas en este sector son las siguientes:

- Existencia de ecosistemas que son claves para el buen funcionamiento de la pesquería local al servir de refugio para larvas de peces y crustáceos en general.

- Respeto a las medidas de protección específicamente a las vedas, más aún cuando existen los incentivos adecuados (conservación y económico).
- No existe contaminación del mar como riego de combustible por parte de las embarcaciones pesqueras.
- Las redes utilizadas por los pescadores no destruyen las especies marinas.
- Eficiente manipulación (no desvisceramiento) post captura ayuda a mantener la playa limpia.
- Respeto a las áreas restringidas para pescar las cuales se encuentran: al frente de la Isla de la Plata (1 milla) y una milla y media de tierra hacia fuera de la playa.
- Centro de acopio para las especies marinas que se capturan, quienes distribuyen este producto a Guayaquil.
- Existencia de un Retén Naval , el cual controla las embarcaciones en cuanto a la emisión de zarpes de salida para la pesca. También se encarga de sancionar a los pescadores con la confiscación del producto, cuando infringen normas como la veda de especies marinas.
- Presencia de una cooperativa quienes le suministran la gasolina que necesitan para sus embarcaciones a precios módicos (98 ctvos. x galón).
- La Subsecretaría de Recursos Pesqueros en el 2002 realizó un diagnóstico de este sector que favoreció a esta comunidad para identificar sus fortalezas y debilidades además de las soluciones que se pueden realizar para sacar adelante el sector pesquero.
- Junta de Manejo Participativo Pesquero quienes se encargan de elaborar y sugerir las políticas de ordenamiento y manejo con relación a la conservación y protección de los recursos marino costeros. Esta

Junta será reconocida mediante Acuerdo Ministerial como un ente de opinión local en temas de relevancia para el sector pesquero.

- Publicación (Informes Técnicos). Herramienta clave de comunicación y difusión para implementar programas de manejo e investigación participativa pesquero en comunidades costeras.

Las debilidades que se identificaron son:

- El sector pesquero en Puerto Cayo presenta deficiencias en cuanto a organización, control, información básica sobre el sector pesquero en general, señales de sobreexplotación de las principales pesquerías, falta de programas de manejo de recursos y participación institucional.
- De acuerdo a datos de INFOPLAN, en esta localidad existe un 64% de incidencia de pobreza, el cual es acentuado por la falta de preparación de los pescadores, donde la mayoría (67%) sólo ha recibido instrucción primaria; un número reducido ha tenido algún tipo de preparación secundaria (25%) y un muy bajo porcentaje ha tenido la oportunidad de recibir educación superior (4%).
- Los ingresos de los pescadores son muy fluctuantes, ya que existen días en que la pesca resulta escasa y otros en que ésta deja alguna utilidad.
- La disminución de los recursos ha motivado, a que un gran número de pescadores hayan tomado la decisión de dejar esta actividad y dedicarse a otra con mayores oportunidades de desarrollo e incluso algunos han emigrado por esta falta de dinero.
- Alto costo de los materiales que necesitan para su actividad como: redes, repuestos de los motores fuera de borda.
- Falta de tecnología en la pesca, como tener equipos de zona para ver el lugar exacto donde hay que pescar o redes más sofisticadas que hagan más rentable esta actividad.

- Carencia de infraestructura de desembarque.
- Pescadores industriales no respetan el área de millas en las que pueden pescar ni a pequeños pescadores artesanales a quienes les destruyen sus redes.
- En los últimos 10 años la captura del camarón marino ha descendido, producto de actividad extractiva de la flota industrial y la sobreexplotación de hembras grávidas.
- Falta ayuda gubernamental.

Las oportunidades que se hallaron fueron:

- La Junta de Manejo Participativo Pesquero genera conocimiento local a través de la investigación participativa, sobre ordenamiento pesquero, pesca responsable y protección de ecosistemas costeros y fortalecimiento organizacional.
- Ecoturismo como actividad complementaria del sector.
- Implementación de la veda del camarón marino para la época de diciembre- enero de 2002 – 2003 respectivamente.
- Trabajar en un ordenamiento pesquero local con relación a las artes de pesca para lo cual podrían implementarse algunos pilotos de prueba para mejorar la eficiencia de captura de estas y poder disminuir las dimensiones de las mismas.
- Presencia de programas que apoyan la pesca. Proyecto del VECEP que consiste en la ayuda para el suministro de combustible creando un centro de abastecimiento.
- Implementación de un programa de manejo e investigación participativa en las pesquerías artesanales de la costa ecuatoriana.
- Incursión de Organizaciones que apoyan el desarrollo del sector Pesquero (Unión de Organizaciones de Desarrollo de Agricultura, Pesca y Turismo UNAGROPESCATUR).

- Proyecto Bahía Protegida que incluye un muelle que favorecerá el desembarque de los pescadores.

Y las amenazas que se pueden presentar son:

- Fenómenos climáticos como: La Niña
- Existencia de piratas, lo cual causa un riesgo para los pescadores.
- Aumento de camaroneras y laboratorios de camarón.
- Ausencia de políticas de crédito por parte del Estado.
- Política económica de eliminar subsidios.

Sector Social

Diagnostico

Las principales fuentes económicas en la parroquia son: la pesca, la agricultura, ganadería y turismo, generando importantes fuentes de trabajo. El comercio también forma parte de la actividad económica de Puerto Cayo.

Encontramos aquí desde los comerciantes informales hasta los comerciantes legalmente establecidos. Otras ocupaciones, como profesionales, empleados públicos y trabajadores no calificados, ocupan al resto de la población.

Los hombres principalmente se dedican a la pesca y a la agricultura y un porcentaje un poco menor al comercio; se puede observar también que pocas mujeres se dedican a la agricultura y al comercio, la mayor actividad de las mujeres de la parroquia es la enseñanza que supera al porcentaje de los hombres en esta actividad, también se registra un alto porcentaje en otras actividades (quehaceres domésticos) especialmente en el sector rural.

Existe un alto índice de desocupación en la juventud, por lo que se requiere buscar alternativas de ocupación; agravándose un poco más en las jóvenes mujeres. El crecimiento de los adultos mayores en la parroquia obliga a diseñar nuevas formas para revalorar su fuerza de trabajo.

Las fortalezas de este sector son las siguientes:

- Presencia de organizaciones que trabajan en la zona y que pueden ayudar al desarrollo de los diferentes sectores de esta parroquia.
- Presencia de la Iglesia Católica como guía espiritual para las familias de esta comunidad.
- Presencia de valores culturales y tradiciones sociales. (Festival de la Ballena).

Las debilidades encontradas en este sector son:

- Escasa capacitación en gestión social, liderazgo y fortalecimiento organizacional.
- Poca comunicación entre dirigentes y las bases.
- Participación limitada en eventos sociales y comunitarios.
- Limitada participación de las mujeres en el campo institucional, organizacional y liderazgo.
- Bajos niveles de organización de mujeres.
- Escasos programas de apoyo a las mujeres.
- Pérdida de valores culturales y cívicos por causa del alto índice de migración.
- Escasa capacitación en valores culturales, moral-ético
- Poca comunicación entre padres e hijos.
- Ausencia de Espacios Físicos de expresión y recreación juvenil y familiar.

- Elevado número de parejas que se relacionan muy jóvenes 13 – 14 años lo que se deriva en embarazos precoces y no deseados.
- Mínimo conocimiento de educación sexual reproductiva.
- Escasas oportunidades y falta de alternativas de trabajo especialmente para jóvenes.
- Ausencia de Infraestructura para el Cuerpo de Bomberos.
- Ausencia de Organismos de amparo y protección social.

Las oportunidades con las que cuenta este sector son:

- Instauración de Escuelas y centros de expresión y participación juvenil.
- Se han edificado construcciones de parques y espacios de recreación familiar.
- Capacitación y difusión del Plan estratégico en organizaciones e instituciones públicas y privadas.
- Difusión de los derechos ciudadanos.
- Talleres de empoderamiento y autogestión comunitario.
- Fortalecimiento de espacios de concertación local.
- Creación y fortalecimiento de organizaciones de niños, mujeres, jóvenes y adultos conformando instancias de protección a la mujer y a su familia.
- Incorporación en el pènsum de estudios de escuelas y colegios temas relacionados con prevención de la violencia hacia las mujeres, niñas, jóvenes, adultos, discapacitados y adultos mayores.

Las amenazas que se detectaron en este sector son las que siguen:

- Delincuencia que viene de áreas fuera de la parroquia.
- Cultura de algunos habitantes en el derroche de dinero.

- Cambios políticos que se desconozcan en el Plan Estratégico.
- Nula presencia del Estado en programas que beneficien al sector más necesitado de la población.

4.2.2 Análisis de la competencia

En las encuestas de opinión que se realizó a los moradores de Puerto Cayo, en la pregunta relativa a la identificación de los competidores nacionales aparecen tres respuestas que son: el 45.47% opinó que el principal competidor para Puerto Cayo es Puerto López, el 27.65% opina que este balneario no tiene competencia y finalmente el 26.86% está conformado por personas que acreditan a Manta, Salinas, Montañita, Bahía de Caráquez, etc, como lugares más interesantes para visitar que esta playa.

Los estudios realizados con este trabajo denotan que la naturaleza de la actividad turística que se desarrolla en este sector y la estructura de su oferta de alojamiento, permiten sostener que la zona puede ofrecer a los turistas diversión, tranquilidad, naturaleza y cultura al mismo tiempo.

En las encuestas que se efectuaron a los turistas nacionales y extranjeros referente a la principal playa competidora de este balneario, pudimos obtener los siguientes resultados:

Las principales playas que los turistas reconocen como competencia para Puerto Cayo son: Puerto López (16,17%), Salinas (13,34%), Atacames (12,51%) y Manta (10,51%). Dos de estas playas son Manabitas (Puerto López y Manta), una pertenece a la provincia del Guayas (Salinas) y la otra a la provincia de Esmeraldas (Atacames).

Puerto López es considerado la principal competencia de Puerto Cayo debido a que los dos balnearios son puertos pesqueros con similares características, y que en estos momentos se están convirtiendo en nuevos sitios de interés turístico, lo que hace que se disputen las diferentes actividades que ofrecen cada uno de ellos, especialmente el avistamiento de ballenas que actualmente es el principal conflicto entre estos dos lugares.

Salinas se encuentra en segundo lugar de preferencia para los turistas gracias a su gran infraestructura hotelera y recreativa que ofrecen a los visitantes nacionales y extranjeros. En tercer lugar se encuentra Atacames porque para los turistas de la Sierra Norte es mucho más rápido y fácil llegar a un balneario esmeraldeño, además de que cuenta con facilidades y comodidades necesarias para un destino turístico como este. Y en cuarto lugar se encuentra Manta que en los últimos tiempos se ha convertido en un destino turístico potencial por su rápido desarrollo y fortalecimiento que lo hace uno de los principales puertos del Pacífico Sur, donde últimamente han llegado muchos cruceros provenientes de diferentes partes del mundo.

Las principales ventajas con que cuenta el principal competidor de Puerto Cayo (Puerto López) son, entre otras, la mayor oferta, tanto hotelera como de ocio, la propia imagen de marca con la que cuenta dicha zona, y la mayor dotación de incentivos públicos a las inversiones turísticas realizadas en las mismas. Hay que considerar también que Puerto López es un cantón, por ende, existe un mayor número de hoteles, restaurantes, bares, operadores turísticos y demás organizaciones vinculadas al sector turístico, además de que cuenta con un centro de información turística por la existencia de la cámara de Turismo en este Cantón. Otra de las grandes ventajas de este balneario es que se localiza en este territorio el Parque Nacional Machalilla, el cual a su vez posee hermosas playas como Los Frailes, Machalilla, etc, proporcionándole al turista una mayor variedad de actividades culturales y de

diversión, quedando así como una gran opción para que el turista visite este balneario con mayor frecuencia.

Puerto López es muy reconocido por los turistas ya que en este balneario se realiza lo que se conoce como turismo comunitario en las zonas de : Río Blanco, Agua Blanca y el Rocío.

Los inconvenientes o puntos débiles del principal competidor de Puerto Cayo, o sea las ventajas competitivas que posee este destino frente a Puerto López, son variados, aunque se puede destacar la masificación de éste último. La imagen que brinda Puerto López a los turistas no es la adecuada, ya que al momento de pasar por el malecón se puede observar la extremada aglomeración de los sitios comerciales como restaurantes y operadores turísticos , además de observar a los propios pescadores realizando la faena de pesca en la playa de este destino turístico.

La proximidad de Puerto Cayo a la reserva ecológica de Machalilla, a Manta y demás sitios estratégicos de la región manabita, hacen que los turistas pasen por este balneario y mucho de ellos hagan uso de sus alojamientos turísticos. Otra ventaja competitiva de Puerto Cayo frente a Puerto López es que en este balneario el turista puede descansar con tranquilidad, ya que no presenta un lleno considerable como en otros balnearios que son más promocionados.

4.2.3 Comercialización y Promoción

El Comité Ecoturístico de Puerto Cayo busca promocionar a este balneario como un nuevo destino turístico que ofrece diferentes actividades para realizar.

El departamento de Turismo de la Municipalidad de Jipijapa, tiene como aliado principal al Ministerio de Turismo, quienes ayudan con la difusión e información sobre este punto turístico, por medio de afiches, trípticos y guías informativas. Con esta alianza el Municipio de este cantón busca participar en Ferias, boletines informativos y difusión por los diferentes medios para de esta forma ser reconocidos como un naciente punto de interés para propios y extraños.

Actualmente el Comité Ecoturístico de Puerto Cayo , ha venido trabajando exclusivamente para lo que es promoción de un producto turístico muy importante que es el recurso Ballena. Es por esto que para el festival de Ballenas que se inauguró el 28 de Junio participaron 60 medios de comunicación a nivel nacional, quienes visitaron esta parroquia consiguiendo información para luego ser difundida en diferentes lugares y temporadas.

Otro de los canales de comercialización utilizados por el Municipio son los afiches, los cuales, además de contener información de Jipijapa muestra también un espacio importante para lo que es Puerto Cayo y demás atractivos turísticos de la zona. La temporalidad de la propagación de la folletería como son afiches y trípticos es constante, ya que Puerto Cayo tiene dos estacionalidades preponderantes: como la temporada de Playa, Sol y Arena y la temporada de Ballenas

El Hotel Puerto Cayo ha creado una página web (www.puertocayo.com), donde se puede encontrar información acerca de este alojamiento turístico y de esta playa que tiene la costa ecuatoriana. La Hostería Luz de Luna ayuda en la promoción para Puerto Cayo con anuncios publicitarios que los difunde en la revista TV- Guía.

CAPITULO V

PLAN DE MARKETING PARA EL PRODUCTO TURÍSTICO PUERTO CAYO

El Plan de Marketing que se propone al Comité Ecoturístico de Puerto Cayo es una pauta para el desarrollo de proyectos futuros. Este Plan de Marketing se lo ha estructurado para dos años, el 2004 y 2005.

Se recomienda que para el éxito de este Plan de Marketing se sigan realizando trabajos longitudinales, es decir, realizando un monitoreo constante y permanente , ya sea por cada temporada para obtener información que sirva para la creación de bases de datos que ayuden a encontrar una segmentación de mercado más exacta, para el desarrollo e implementación de ofertas y promociones turísticas de la zona.

5.1 MARKETING ESTRATÉGICO

5.1.1 Misión

Mejorar los organismos de vigilancia, control y desarrollo local; vincularlos a la empresa privada; y normar las actividades turísticas y afines a estas, de tal manera que el desarrollo turístico sea socialmente justo, económicamente rentable y ambientalmente favorable, como una propuesta viable para reducir la pobreza y mejorar las condiciones de vida de los moradores de esta parroquia.

5.1.2 Visión

Para el 2008 Puerto Cayo será una parroquia eminentemente productiva en agricultura, pesca, artesanía y sobre todo turismo, mediante la conservación de sus paisajes, ecosistema y la diversidad de especies con la que cuenta, siguiendo un desarrollo ecológico y culturalmente sostenible; brindándole a sus visitantes servicios de calidad, una hospitalidad de primera, una excelente gastronomía además de una variedad de bellezas naturales y culturales.

5.1.3 FODA

Fortalezas (Internas)

- Recursos Naturales y Paisajes Turísticos.
- Producción Agrícola y Pesquera.
- Recursos Turísticos.

Debilidades (Internas)

- Desunión , poca organización y desinterés por parte de la comunidad.
- Escasa promoción de este destino turístico.
- Ausencia de señalización turística acorde con las necesidades de imagen y de promoción exigidas a esta zona turística.
- Deficiente infraestructura vial interna.
- Falta de limpieza en la zona turística.
- Inadecuada facilidad en lo que se refiere a medios de comunicación.
- Falta de cultura turística.

Oportunidades: (Externas)

- Establecer convenios con OG'S Y ONG'S
- Alianzas con Hoteleros y compañías Turísticas
- Capacitaciones.
- Proyecto de la Bahía Protegida.
- Proyecto de la Mancomunidad (Jipijapa, Montecristi y Puerto López).
- Surgimiento del Sector turístico que en estos tiempos se está volviendo una Industria de mayor proyección.

Amenazas: (Externas)

- Inequidad en zonificación de pesca y exploración.
- Construcción de camaroneras.
- Apropiación de territorio por parte de Montecristi.
- Descoordinación con el PNM.
- Falta de infraestructura de ocio complementario.
- Posible masificación turística.
- Falta o ausencia de iniciativa empresarial.
- Falta de infraestructura hotelera.

5.1.4 Objetivos

General

- Alcanzar un modelo turístico sostenible donde el factor calidad sea uno de los ejes fundamentales para asegurar de forma continuada la competitividad del producto turístico Puerto Cayo.

Un planteamiento realista obliga reconocer que tal objetivo queda aún lejos en el tiempo y que por tanto, aunque se tenga como perspectiva la dirección

señalada, hay que actuar sobre cuestiones específicas para en una primera etapa sentar las bases para un impulso cuantitativo del sector turístico, basado en la diversificación de las ofertas de alojamiento, el incremento de las ofertas turísticas complementarias y el mantenimiento de la calidad de sus recursos turísticos básicos.

Específicos

- Impulsar el crecimiento del sector turístico en su globalidad.
- Diversificar la oferta de alojamientos turísticos con la perspectiva de aumentar la oferta de alojamientos hoteleros y mejorar la calidad de los entornos turísticos del sector.
- Crear ofertas complementarias acordes con las características de cada entorno de Puerto Cayo.
- Promover una imagen turística unitaria de Puerto Cayo apoyada en los factores que configuran la fortaleza de su producto turístico.
- Propiciar el desarrollo integral y el uso de sus recursos naturales y ambientales de manera sostenible.
- Aumentar la ocupación mensual en temporada alta en un 10%, en relación al porcentaje de ocupación actual (89%).
- Aumentar la ocupación mensual en temporada media en un 20%, en relación al porcentaje de ocupación actual (54%).
- Aumentar la ocupación mensual en temporada baja en un 50%, en relación al porcentaje de ocupación actual (19%).

5.1.5 Segmentación de Mercado

Para obtener la segmentación del mercado se ha realizado un análisis más específico en cuanto al tipo de turista de que llega a este balneario, sus motivaciones, el lugar de procedencia y el dinero que están dispuestos a

gastar en su estadía en Puerto Cayo, estos datos fueron relacionados entre sí y se obtuvieron los resultados que se encuentran en el Anexo 8.

Este análisis nos conducirá a definir el mercado al cual se está llegando y al que se quiere llegar. Además se va a identificar los principales factores a analizar para consolidar a Puerto Cayo como un nuevo destino turístico en el Ecuador.

En primer lugar definiremos el mercado de referencia en el que se está operando. Puerto Cayo actualmente está dirigido a un tipo de turismo interno (85.06%) sin descartar el turismo dirigido hacia mercados internacionales (14.94%). Si bien el turismo receptivo es la mejor alternativa para el ingreso de divisas, el turismo interno por otra parte redistribuye los ingresos existentes en el propio país y logra mantener algunos recursos que están destinados al mercado externo.

En efecto, el turismo interno ayuda en sumo grado a las economías regionales, pues crea un reciclaje monetario productor de actividades que a su vez producen empleos y hace rotar la producción regional. Por esta razón este Plan de Marketing pretende posicionar el producto turístico Puerto Cayo en el mercado ecuatoriano, para que una vez conocido por los propios ecuatorianos se comience a promover este destino en mercados extranjeros. Dentro de la conceptualización del mercado de referencia, el análisis que haremos es basado en las siguientes variables de segmentación:

- **Variable Geográfica:** Como su nombre lo indica se segmentará al mercado por regiones en este caso Costa y Sierra. Cabe recalcar que el segmento Costa se dividirá en dos partes : costeños que pertenecen a la Provincia de Manabí y costeños de la provincia del Guayas.

- **Variable Demográfica:** Consiste en dividir el mercado en grupos con base a variables demográficas como la edad, el sexo, el ingreso, la ocupación, la educación, la religión la raza y la nacionalidad. El factor demográfico a utilizarse en este Plan de Marketing será la edad promedio de los turistas que llegan a este destino turístico.
- **Variable de comportamiento:** La variable que se analiza en esta sección tiene que ver con el motivo por el cual los turistas visitan este balneario. Los motivos principales por los que los turistas visitan esta playa son: Conocer la playa, por recorrer la Ruta del Sol, por las actividades culturales y de diversión que se pueden realizar en este lugar y por último en el tópico de otros, se incluye como motivos varios la visita a familiares y amigos, salud, trabajo o estudio.
- Como última variable a considerar está la suma de dinero que los turistas están dispuestos a gastar en su visita a este balneario.

5.1.5.1. Mercado Objetivo

Partiendo de las variables de segmentación anteriormente definidas, hemos dividido a Puerto Cayo en tres etapas, en el cual se encuentra un mercado objetivo para cada una de ellas.

Generalmente un destino turístico se divide en temporada alta que va desde Enero a Mayo y temporada media que va desde Junio a Septiembre. Este Plan de Marketing busca atraer a turistas internos en las dos temporadas conocidas y crear una mayor afluencia en lo que se refiere a temporada baja, que va desde Octubre a primeros días de Diciembre.

Hemos definido un mercado objetivo para cada temporada en este destino turístico y creado un posible mercado para la temporada baja:

- Temporada Alta: Personas que procedan de la Costa Ecuatoriana. Turistas de la provincia del Guayas que tengan una edad promedio entre 21 a 30 años que recorren la ruta del Sol para llegar a este destino turístico y que estén dispuestos a gastar menos de \$30 diarios. Turistas procedentes de la provincia de Manabí con una edad promedio entre 21 a 30 años que cuenten con propiedad inmobiliaria en el sector, que visiten este destino por salud, trabajo y visita a familiares o amigos y que estén dispuestos a gastar hasta \$50 diarios.
- Temporada Media: Personas que procedan de la Sierra Ecuatoriana con edad promedio entre 21 y 30 que visiten este balneario para conocer la playa y que estén dispuestos a gastar hasta \$50 diarios. Además en este segmento se puede introducir grupos de familias que visiten Puerto Cayo por su playa y por las actividades que se puede realizar en este lugar.

A pesar de que este Plan de Marketing está dirigido a un turismo interno, cabe señalar que en esta temporada existe un turismo receptivo mínimo (14.94%) procedentes de Europa y de América, de los cuales hemos encontrado el siguiente perfil: turistas con una edad promedio entre los 21 a 30 años (mochileros) que estén interesados en realizar actividades culturales y de diversión y que estén dispuestos a gastar menos de \$30 diarios.

- Temporada Baja: Grupo de estudiantes de Guayas y Manabí con edad entre los 10-20 y 21-30 años, que quieran pasar sus vacaciones de fin de año en este nuevo destino turístico realizando actividades culturales y de diversión y que estén dispuestos a gastar un máximo de \$30 diarios. El segundo mercado objetivo en esta temporada serían todas aquellas personas que disfrutan de festivales que se darán en esta zona como Festival del mes del turista, Festival Navideño y de

Fin de Año. El perfil de estas personas sería: turistas del Guayas con edades entre 31-40 / 41-50 que estén dispuestos a gastar máximo \$30; Turistas de Manabí con edad entre 41-50 años dispuestos a gastar máximo \$50 y finalmente turistas de la Sierra con edad entre 31-40 años dispuestos a gastar máximo \$ 50.

5.1.6 Estrategias

Las estrategias de mercadotecnia une las acciones que deben realizarse para mantener o soportar el logro de los objetivos de una organización y de cada unidad de trabajo y así hacer realidad los resultados esperados al definir los proyectos estratégicos. Las estrategias son entonces las que nos permiten concretar y ejecutar los proyectos estratégicos. Son las que nos indican como lograr y hacer realidad cada objetivo de este Plan de Marketing para el Producto turístico Puerto Cayo.

Estrategias de Marketing

La estrategia de Marketing que utilizaremos se basa en el manejo de diferenciación de producto turístico que se está ofreciendo, debido a que queremos introducirnos en el mercado como una marca innovadora y diferenciada y a la vez ofrecer productos turísticos únicos y de calidad.

Los mercadólogos de servicio a menudo se quejan de la dificultad para diferenciar sus servicios. Mientras el servicio que se ofrece es más o menos homogéneo en el mercado, a los clientes les importa menos el proveedor que el precio.

La alternativa a la competencia por precio es el desarrollo de una oferta, entrega o imagen diferenciada .

En lo que se refiere a oferta se pueden incluir en ella características innovadoras. Lo que el cliente espera se llama paquete de servicio primario, y a este se le pueden añadir características de servicios secundarios. Muchas empresas están utilizando la web para ofrecer características de servicios secundarios, que antes no eran posibles. El principal reto es la facilidad con la que puede copiarse casi todas las innovaciones de servicio. No obstante, la empresa que introduce innovaciones con regularidad obtiene una serie de ventajas temporales respecto a sus competidores al adquirir una reputación innovadora, la empresa podría retener clientes que quieren lo mejor.

En lo que se refiere a entrega una empresa de servicios puede contratar y capacitar mejor al personal para prestar su servicio; puede desarrollar un entorno físico más atractivo en el cual prestar el servicio o puede diseñar un proceso de entrega superior.

En la imagen las empresas de servicio también se pueden diferenciar mediante símbolos y marcas .

Las actuaciones que se llevarán a cabo para poner en práctica esta estrategia estarán detalladas dentro de la cuarta C del Marketing Mix que sigue a continuación.

5.1.7 Posicionamiento

El posicionamiento consiste en diseñar la oferta de la empresa, en este caso del producto turístico que se está ofreciendo, de modo que ocupe un lugar claro y apreciado en la mente de los consumidores meta. Al buscar una estrategia de posicionamiento, se dispone de cuando menos siete estrategias. La empresa se puede posicionar con respecto a:

- Atributos
- Ventajas
- Uso y aplicación
- Usuario
- Competidores
- Categoría de producto
- Calidad y precio

Para lograr el posicionamiento del producto turístico Puerto Cayo en el mercado ecuatoriano y a futuro incursionar con más fuerza en el mercado internacional, es necesario identificar las ventajas competitivas con que se cuenta. Dichas ventajas deben ser importantes, distintas, superiores, comunicables y rentables. Las principales ventajas competitivas que tiene este destino turístico son: playa limpia, malecón libre de aglutinamiento comercial propicio para una estadía tranquila y libre de ruido y la proximidad que tiene este destino turístico a los sitios de interés como el Parque Nacional Machalilla, Manta, entre otros.

Este Plan de Marketing persigue alcanzar un posicionamiento con respecto a los principales “Competidores”, Puerto Cayo debe llegar a ser uno de los primeros y más competidores destinos turísticos ecuatorianos que se pueda ofrecer a nacionales y extranjeros como una alternativa diferente de descanso y diversión.

Otro análisis necesario para determinar el posicionamiento a utilizar es la percepción de los destinos competidores en el mercado ecuatoriano, según los turistas. En las encuestas realizadas se estableció que la competencia directa para Puerto Cayo es Puerto López, seguido en segundo, tercero y cuarto lugar, por Salinas, Atacames y Manta respectivamente, como competencia indirecta.

Según el concepto al que nos estamos dirigiendo como turismo ecológico el principal competidor de Puerto Cayo (Puerto López) debido a que ambos balnearios tienen similares características en lo que respecta a la conservación y preservación del ecosistema y sus especies.

Este Plan de Marketing propone posicionar a Puerto Cayo como un destino turístico con ventajas diferenciales e innovadoras en donde los turistas pueden encontrar variedad de actividades a realizar como paseos costeros, excursiones, avistamiento de ballenas, monos y una variedad de pájaros que para los amantes de la naturaleza sería llegar al mismo paraíso. Además se puede disfrutar de un paisaje inigualable, una playa increíblemente extensa y limpia que ofrece paz y tranquilidad a todo el que lo visita. Y por último no podía faltar el ambiente ecológico y natural que brinda este destino, donde el ecoturismo y el turismo de aventura se hacen parte esencial del maravilloso balneario que es Puerto Cayo.

El posicionamiento que planteamos es:

LA DIFERENCIA EN PLAYAS!

Esta frase es la que se pretende penetrar en la mente de nuestros clientes, turistas actuales y potenciales, donde dice que la playa de Puerto Cayo es diferente a las demás.

El slogan o frase de posicionamiento propuesta contiene una afirmación competitiva que lo hace convertirse en una estrategia agresiva de posicionamiento de este producto turístico, frente a sus principales competencias.

El logotipo será:



El logotipo que presentamos integra tres clases de colores representativos de la zona: el color verde agua refleja la limpieza y claridad que se observa en el mar que baña a Puerto Cayo, el amarillo muestra los días cálidos de sol que se vive la mayoría del tiempo en este balneario, gracias a su microclima con el que cuenta esta parroquia. Además de esto podemos apreciar un cielo azul intenso y con una luminosidad majestuosa que hacen de este encantador balneario un lugar único y diferente. Así también se hace énfasis en el reconocimiento de que en este sitio se encuentra la verdadera cuna de las ballenas jorobadas ya que es en el Bajo de Cantagallo donde estos increíbles animales llegan todos los años a aparearse y a dar a luz sus crías ofreciendo un espectáculo sin precedentes.



5.2 PLAN OPERATIVO

El plan operativo es la parte medular de un plan de mercadeo y pretende describir detalladamente las cuatro P, en el caso de un producto, o las cuatro C, en el caso de un servicio, como en nuestro caso.

Los elementos que debe incluir un plan operativo son:

- Información que refleje la realidad acerca del sujeto del plan y su entorno.
- Conocimiento y manejo apropiado de los conceptos de mercadotecnia.
- Sentido común y creatividad del autor del plan.

Confiamos contar con todos y cada uno de los elementos antes expuestos para que la realización de nuestro plan operativo sea útil.

5.2.1 Las cuatro C

En la mercadotecnia es muy usado el término “marketing mix” o “mezcla de mercado”. La mezcla considera las variables sobre las que se pueden aplicar los conceptos de marketing. Las cuatro C, que constituyen el marketing mix de un servicio son:

- Consumidor satisfecho
- Costo a satisfacer
- Comodidad del cliente
- Comunicación

Dentro de la última C de la mezcla de marketing, tenemos a la vez una “submezcla” que está formada por los siguientes elementos:

- Publicidad
- Promoción de Ventas
- Relaciones Públicas

5.2.1.1 Consumidor Satisfecho

Puerto Cayo es un nuevo destino turístico que cuenta con una gran variedad de vegetación y de maravillosas especies de animales. Este balneario se caracteriza por la naturaleza que rodea a sus habitantes y a todos aquellos turistas que desean visitarla.

Puerto Cayo ofrece al turista además de su variedad de actividades culturales y de diversión, un ambiente de tranquilidad. Este destino es el lugar perfecto para alejarse de la vida cotidiana que se vive en la ciudad, disfrutando así de su maravilloso y formidable clima soleado los 365 días del año.

El turista puede vivir en este nuevo destino turístico maravillosas experiencias junto a su familia y a los excelentes habitantes que se encuentran en este balneario, experiencias que las recordará para siempre.

Puerto Cayo cuenta con dos Operadoras turísticas: Puerto Cayo Tours y Ballena TransMar y con cuatro Transportadoras turísticas: Megaptera, Lobo Marino, Cayo Station y Neptuno, las cuales se dedican a tours de observación de ballenas, snorkeling , buceo de profundidad, recorridos costeros, pesca deportiva y pesca artesanal.

El Ministerio de Turismo otorga el permiso a las Operadoras turísticas de estar constituidas como compañía y a las Transportadoras se les otorga un

aval para poder realizar las diferentes actividades anteriormente mencionadas.

A continuación presentaremos una lista de las diferentes y divertidas actividades que el turista puede realizar en cada temporada en su visita a este hermoso destino turístico :

Temporada Alta (Enero – Mayo)

- Visita a los Islotes Pedernales, Tortugueta, Sombrerito y Horno de Pan.
- Visita de Monos aulladores y demás especies silvestres.
- Realización de deportes: snorkeling, buceo, pesca deportiva y surf en la maravillosa playa de La Boca.
- Demostración de pesca artesanal: Aquí el turista podrá vivir lo que día a día vive el pescador de Puerto Cayo, éste le demostrará cómo se realiza una pesca mar adentro.
- Recorrido por las montañas vírgenes de Olina, Jurón y El Barro.
- Recorridos costeros : Desde Puerto Cayo a la playa Los Frailes.
- Visita al Parque Nacional Machalilla (PNM): Área Continental y Área Insular. Este famoso parque ecológico se encuentra cerca de Puerto Cayo, donde el turista podrá disfrutar de las maravillosas playas como Los Frailes, Agua Blanca y un sin número de Islotes dónde disfrutará de la naturaleza y de todas aquellas especies de aves que habitan en ellas.

Temporada Media (Junio – Septiembre)

- Festival de Inauguración y Clausura de las Ballenas Jorobadas.
- Avistamiento de las Ballenas: Puerto Cayo es la cuna de las ballenas jorobadas, ya que se puede disfrutar de ellas en la hermosa playa Bajo de Cantagallo.
- Visita a los Islotes Pedernales

- Visita de Monos aulladores y demás especies silvestres
- Realización de deportes: snorkeling, buceo, pesca deportiva y surf en la maravillosa playa de La Boca.
- Demostración de pesca artesanal: Aquí el turista podrá vivir lo que día a día vive el pescador de Puerto Cayo, éste le demostrará cómo se realiza una pesca mar adentro.
- Recorrido por las montañas vírgenes de Olina, Jurón y El Barro.
- Recorridos costeros : Desde Puerto Cayo a la playa Los Frailes
- Visita al Parque Nacional Machalilla (PNM): Área Continental y Área Insular. Este famoso parque ecológico se encuentra cerca de Puerto Cayo, donde el turista podrá disfrutar de las maravillosas playas como Los Frailes, Agua Blanca y un sin número de Islotes dónde disfrutará de la naturaleza y de todas aquellas especies de aves que habitan en ellas.

Generalmente un destino turístico, conocido o no, es visitado por los turistas en las dos temporadas anteriormente mencionadas, ya que es común pensar que son las épocas donde se puede disfrutar del sol, mar y arena.

El propósito de este Plan de Marketing es atraer a la mayor cantidad posible de turistas en las tres etapas que existe en un año (alta, media y baja), brindando así la seguridad a los Hoteleros y dueños de Restaurantes, que el turista visitará este destino no sólo en las dos primeras temporadas sino en la temporada donde el turista piensa que no encontrará nada divertido que hacer en Puerto Cayo (temporada baja).

Este propósito se tratará de lograr invirtiendo una cantidad de dinero en *Promoción Turística* para las diferentes etapas y así mantener un porcentaje fijo de turistas que visiten este lugar y enfatizar y promocionar más este balneario en la etapa de temporada baja.

A continuación detallaremos las diferentes actividades que se realizarán en temporada baja para atraer al turista, además de recordar las actividades que él mismo puede realizar dentro de este hermoso destino turístico, no está demás recordar que en Puerto Cayo se puede disfrutar de días soleados los 365 días del año:

Temporada Baja (Octubre – Diciembre)

- Visita a los Islotes Pedernales, Tortuguita, Sombrerito y Horno de Pan.
- Visita de Monos aulladores y demás especies silvestres
- Realización de deportes: snorkeling, buceo, pesca deportiva y surf en la maravillosa playa de La Boca.
- Demostración de pesca artesanal: Aquí el turista podrá vivir lo que día a día vive el pescador de Puerto Cayo, éste le demostrará cómo se realiza una pesca mar adentro.
- Recorrido por las montañas vírgenes de Olina, Jurón y El Barro.
- Recorridos costeros : Desde Puerto Cayo a la playa Los Frailes
- Visita al Parque Nacional Machalilla (PNM): Área Continental y Área Insular. Este famoso parque ecológico se encuentra cerca de Puerto Cayo, donde el turista podrá disfrutar de las maravillosas playas como Los Frailes, Agua Blanca y un sin número de Islotes dónde disfrutará de la naturaleza y de todas aquellas especies de aves que habitan en ellas.
- Día del Turista: Aquí se conmemorará al turista, ya que gracias a ellos existirá un gran desarrollo en Puerto Cayo. Se realizarán obras de teatro que serán interpretadas por los niños moradores de la parroquia, bailes, concurso etc. El mes del turista se lo llevará a cabo en el mes de Octubre.
- Festival Ecológico: Se realizarán eventos relacionados con este tema, como picnic ecológico, comida típica de la zona, camping en la playa, entre otros. Este festival se lo realizará en el mes de Noviembre.

- Festival Navideño: Concurso del mejor plato navideño, shows, bailes además de esto se premiará la casa mejor decorada, esto será para incentivar al morador de la parroquia a que mantengan una buena imagen de Puerto Cayo, para de esta manera lograr que el turista se sienta a gusto.
- Festival de Fin de Año: Este festival es para incentivar al turista a que visite Puerto Cayo y disfrute de un lugar tranquilo festejando un día especial como lo es el 31 de Diciembre.

Dentro de este festival se realizarán concursos de juegos pirotécnicos, tanto para los hoteleros, dueños de restaurantes, moradores y turistas, y se premiará también al mejor año viejo Ecológico, ya que se debe recordar que este balneario es un lugar donde reina la naturaleza y debemos ayudar a cuidar el ecosistema.

Debemos recordarle al turista que además de poder realizar todas estas maravillosas actividades en las diferentes temporadas, podrá hospedarse en cualquier alojamiento turístico que brinda Puerto Cayo, ya que en cualquiera de ellos encontrará un ambiente cálido y acogedor.

Alojamientos Turísticos

- Hotel Puerto Cayo
- Hostal Residencia Barandhúa
- Hostal Los Frailes
- Hostal Zavala's
- Cabañas Expedición Cayo
- Cabañas Alejandra
- Cabañas Las Palmeras

Los restaurantes donde pueden disfrutar de la mejor comida fresca en este destino turístico son:

Restaurantes

- Fuente de soda El Gringo
- Cabañas Ruta del Sol
- Los Frailes
- Barandhúa
- Caprichos
- Expedición Cayo
- Luz de Luna
- Las Palmeras
- Zavala's
- Renato

Este Plan de Marketing propone mejorar el servicio que se ofrece dentro de este destino turístico, de tal forma que el turista se sienta a gusto de su visita y sobre todo que se convierta en un cliente fiel.

A continuación detallaremos las propuestas que recomendamos para hacer de este producto brindado, un producto aumentado (mejorado):

- Paseos en bicicleta a los principales recintos agrícolas de la zona (La Boca y Cantagallo)
- Realización de camping en la playa.
- Realización de actividades nocturnas como: fiestas en la playa acompañadas de shows hawaiillanos y picnic ecológico.

La siguiente actividad se encuentra en proceso de desarrollo y los costos en los que se incurra para la creación de senderos ya fueron tomados en cuenta en planes anteriores por lo que este plan de marketing no incluirá el costo de la realización del mismo.

- Caminata por los senderos de los Bosques Secos y Húmedos: A través de estos bosques se trazarán senderos con la finalidad de poder mostrar al visitante las bondades de los mismos, así como también las especies que lo habitan. El bosque seco llega hasta los 400 metros sobre el nivel del mar, a partir de allí, empieza el bosque húmedo brumoso hasta las tierras más altas. La vegetación se ha dividido de acuerdo al grado de humedad de la zona, la misma que está influenciada por la corriente fría de Humboldt.

Puerto Cayo cuenta con una fauna continental muy variada, y esto se debe en gran parte a que toda esta región tiene su propio ecosistema, lo que hace un sitio ideal para el estudio y observación de especies tales como: mono aullador, perico ligero, oso hormiguero, tigrillo, jaguar, guanta, venado, etc.

También existe gran cantidad de aves: loro negro, lechuza, martín pescador, carpintero, trepador, tirahojas, solitario, mosquetero, canario, mirlo, etc.

Dentro de esta propuesta buscamos que se realice un turismo comunitario, donde personas nativas del lugar sirvan como guías de los turistas nacionales y extranjeros y además ofrezcan hospedaje comunitario.

5.2.1.2 Costo a Satisfacer

Al hablar de costos podemos mencionar el costo que tendrá el turista al escoger Puerto Cayo como nuevo destino turístico para visitar. Estos costos tienen que ver con lo que el turista tendrá que pagar referente a hospedaje, alimentación y realización de actividades culturales y de diversión.

Hay que recordar que para establecer el precio de un producto o servicio, es necesario considerar tres factores:

- Los Costos
- Los precios de la competencia y
- La percepción del consumidor

Los costos en los que incurren los establecimientos que prestan servicios turísticos, varían en proporción directa a su tamaño, infraestructura y personal. Un hotel o restaurante en donde trabaje sólo un empleado tiene costos fijos muy bajos, caso contrario sucedería cuando se cuenta con mayor personal, puesto que los costos serán mayores y esto afectará al precio que se cobre al turista. Otro de los costos en los que algunos de estos establecimientos consideran que afectan al precio es la capacitación a su personal, que a la vez se va a ver reflejado en la mejora notable del servicio que se está ofreciendo. No necesariamente la inversión que se disponga para esta capacitación debe ser elevada, ya que se podrían realizar convenios con universidades de la provincia, que más adelante se detallará. Cuando analizamos a la principal competencia (Puerto López), se pudo notar que los precios tanto de hospedaje, restaurantes y alguna de las actividades semejantes que se realizan en Puerto Cayo, son similares, variando sólo en el hecho de que existen más establecimientos para escoger.

Los precios de hospedaje en la principal competencia de Puerto Cayo, varían de \$5 a \$25, según el tipo de alojamiento que el turista prefiera (Hotel, Hostal, Hostería, Cabañas). En los restaurantes los precios de los platos van desde \$1.25 a \$2.00 los almuerzos, de \$4 a \$7 los platos a la carta y las especialidades de mariscos como spondylus y langostas van de \$7 a \$10. Las actividades que se pueden realizar en este lugar, como observación de ballenas van desde \$15 embarcaciones de pescadores hasta \$25 que cobran las operadoras turísticas.

En cuánto a la percepción del consumidor respecto al servicio que se ofrezca en estos establecimientos mejorará notablemente cuando la calidad de servicio se mejore y se implementen las estrategias de comunicación que propondremos en la cuarta C. El consumidor percibirá que el precio que se cobre en los diferentes establecimientos turísticos de Puerto Cayo estarán acorde con el servicio que se brindará.

En la siguiente tabla se presentará detalladamente los precios de los diferentes tipos de alojamientos y restaurantes que se ofrecen en Puerto Cayo de acuerdo a la temporada en que se encuentre, sea esta alta , media o baja.

Restaurantes	Precio Máximo x plato	Precio Mínimo x plato
Cabañas Ruta del Sol	\$4	\$1.50
Bar Comedor "El Gringo"	\$5	\$2
Restaurante Puerto Cayo	\$7	\$3
Restaurante Zavala's	\$5	\$4
Restaurante Barandhúa	\$7	\$2
Restaurante Los Frailes	\$10	\$2
Restaurante Caprichos	\$8	\$1.50
Comedor Renato	\$3.50	\$1.25
Restaurante Las Palmeras	\$5	\$1.20



Alojamientos	Precio max – min Temporada Alta Por persona	Precio max – min Temporada Media Por persona	Precio max – min Temporada Baja Por persona
Hotel Pto. Cayo	\$18 - \$12	\$18 - \$12	\$18 - \$12
Hotel Barandhúa	\$15 - \$7	\$15 - \$7	\$15 - \$7
Hostal Los Frailes	\$27 (A/A) \$21 (sin A/A)	\$13 (A/A) \$10 (sin A/A)	\$10 (A/A) \$7 (sin A/A)
Hostal Zavala's	\$5.60	\$5.60	\$5.60
Hostería Luz de Luna	\$22.50 \$18.80 (grupos de + de 30 p) (Precios incluyen desayuno, almuerzo y merienda)	\$22.50 \$18.80 (grupos de + de 30 p) (Precios incluyen desayuno, almuerzo y merienda)	\$22.50 \$18.80 (grupos de + de 30 p) (Precios incluyen desayuno, almuerzo y merienda)
Cabañas Expedición Cayo	\$17 (cabaña de 6 p.) \$10 (cabaña de 4 p.)	\$7 (cabaña de 6 p) \$5 (cabaña de 4 p)	\$7 (cabaña de 6 p) \$5 (cabaña de 4 p)
Cabañas Las Palmeras	\$10 (cabaña 4-6 p) \$20 (cuarto matrim.) \$8 (cabaña 8 p)	\$7 (cabaña 4-6 p) \$12.5 (cuarto matrim) \$6.25 (cabaña 8 p)	\$7 (cabaña 4-6 p) \$12.5 (cuarto matrim) \$6.25 (cabaña 8 p)
Cabañas Alejandra	\$5	\$5	\$5

La mayoría de hoteles y restaurantes cobran el mismo precio tanto a turistas nacionales como extranjeros, sin embargo existen dos establecimientos (Hoteles) que cobran a los extranjeros un precio más bajo porque piensan que de esa manera pueden atraer una mayor cantidad de turistas extranjeros, para que así este destino turístico se dé a conocer internacionalmente.

Con el fin de conseguir el posicionamiento establecido para este Plan de ser un destino turístico diferente, Puerto Cayo debe lograr implementar una

política de precios de grupo, donde hoteles y restaurantes se organicen para que los precios que se cobren durante las diferentes temporadas que tiene Puerto Cayo, sean precios diferenciales, para así mantener un nivel competitivo frente a los demás destinos.

Esta política implementará distinción en precios, es decir, en época de temporada alta se cobrará un precio superior caso contrario a lo que sucederá en temporada media y baja donde la fluencia de turistas es menor y donde lo que se busca es atraer un mayor número de visitantes.

Por otro lado es necesario enfatizar que la disminución en precios en estas temporadas (media y baja) no se enmarcará en el hecho de ser un destino barato porque las ventajas que ofrece visitar este balneario son múltiples y realmente el turista sentirá que está pagando de acuerdo a lo que se está ofreciendo.

En cuanto al precio de las actividades estas difieren de acuerdo al tipo de actividad que el turista desea realizar en su visita a este balneario, puesto que los costos en los que se incurrirá son distintos, por ejemplo, cuando se visita los diferentes Islotes sólo se considera el costo de la gasolina, el guía y la persona encargada de manejar la lancha, en cambio cuando se trata de la realización de algún deporte, como snorkeling o buceo, hay que considerar el costo del equipo adecuado para la práctica de los mismos, además de los costos anteriormente mencionados.

A continuación se muestra la tabla con los precios de las diferentes actividades a realizar en cada temporada:

Actividades a realizar	Precios
Temporada Alta	
Visita al los Islotes Pedernales, Sombrerito, La Tortuguita y Horno de Pan	\$15
Avistamiento de monos y demás especies silvestres.	\$5 (con carro) \$2 (sin carro)
Recorrido por las montañas vírgenes de Olinas, Jurón y El Barro	\$20 (incluye refrigerio)
Visita al Parque Nacional Machalilla	\$5 Área Continental e Insular (nacionales) \$20 Área Continental e Insular (extranjeros) \$3.50 sólo Área Continental (nacionales) \$12 sólo Área Continental (extranjeros) \$3.50 sólo Área Insular (nacionales) \$15 sólo Área Insular (extranjeros)
Deportes	
\$7	
Snorkeling	
Buceo de profundidad	\$150 (para el alquiler de una panga pequeña con capacidad para un máximo de 6 personas) \$200 (para el alquiler de una panga grande con capacidad para un máximo de 8 personas)
Pesca Deportiva	\$150 (para el alquiler de una panga pequeña con capacidad para un máximo de 6 personas) \$200 (para el alquiler de una panga grande con capacidad para un máximo de 8 personas)
Pesca Demostrativa artesanal	\$10 (cuando es un día con un máximo de 3 personas) \$15 (cuando son 2 días con un máximo de 3 personas)
Recorridos costeros	\$18 (por persona) \$15 (cuando es un grupo de 10 a 15 personas)
Temporada Media	
Avistamiento de Ballenas incluido la realización de Snorkeling	\$18 (por persona) \$15 (cuando es un grupo de 10 a 15 personas)
Abistamiento de Ballenas	\$15
Visita al los Islotes Pedernales, Sombrerito, La Tortuguita y Horno de Pan	\$15
Avistamiento de monos y demás especies silvestres.	\$5 (con carro) \$2 (sin carro)
Recorrido por las montañas vírgenes de Olinas, Jurón y El Barro	\$20 (incluye refrigerio)
Recorridos costeros	\$18 (por persona) \$15 (cuando es un grupo de 10 a 15 personas)
Visita al Parque Nacional Machalilla	\$5 Área Continental e Insular (nacionales) \$20 Área Continental e Insular (extranjeros) \$3.50 sólo Área Continental (nacionales) \$12 sólo Área Continental (extranjeros) \$3.50 sólo Área Insular (nacionales) \$15 sólo Área Insular (extranjeros)
Deportes	
\$7	
Snorkeling	
Buceo	\$150 (para el alquiler de una panga pequeña con capacidad para un máximo de 6 personas) \$200 (para el alquiler de una panga grande con capacidad para un máximo de 8 personas)
Pesca deportiva	\$150 (para el alquiler de una panga pequeña con capacidad para un máximo de 6 personas) \$200 (para el alquiler de una panga grande con capacidad para un máximo de 8 personas)
Pesca Demostrativa artesanal	\$10 (cuando es un día con un máximo de 3 personas) \$15 (cuando son 2 días con un máximo de 3 personas)
Temporada Baja	
Incluye las actividades que se pueden realizar en Temporada Alta y Festivales.	

5.2.1.3 Comodidad del Cliente

En la mayor parte de los alojamientos turísticos, restaurantes y demás el servicio no es el óptimo y perjudica el turismo local y extranjero, por lo que en esta parte analizaremos qué tan buenos son los servicios que se ofrecen a los turistas que llegan a Puerto Cayo y si la capacidad instalada con la que se cuenta está en perfectas condiciones y es suficiente para la demanda de visitantes que se espera.

En los actuales momentos la falta de un mejor trato a los turistas, ha llevado a crear en la nueva Ley de Turismo, publicada en el Registro Oficial S-7333 del 27 de diciembre del 2002, disposiciones relacionadas con la protección del consumidor en los servicios (alojamiento en hoteles, traslado, restaurantes) y actividades turísticas. En el reglamento de la Ley de Defensa al Consumidor también se menciona el derecho que proveedores públicos y privados oferten bienes y servicios competitivos, de óptima calidad; también prohíbe todo discrimin a los extranjeros y cualquier grupo humano. Todo esto se contempla como política de Estado y como objetivo nacional para así lograr que se le dé una buena atención al turista.

La calidad en el servicio que se le da al turista se demuestra en el grado de comodidad que siente el mismo al estar en un lugar, en este caso el balneario Puerto Cayo, es por esto que lo que realmente el turista espera de los servidores turísticos y de los mismos moradores de la zona a visitarse, es que se los atiendan con una verdadera cortesía.

Cortesía implica voluntad de servir. No es una cualidad estática que termina en la sonrisa. Va más allá. Según el Diccionario de la Lengua Española define esta cualidad como la “demostración o acto con que se manifiesta la

atención, respeto o afecto que tienen una persona a otra”, y, una persona cortés, es quien puede ser “atento, comedido, afable”.

Ser cortés no se trata solamente de no ser descortés, significa estar en todo momento atento a cualquier necesidad o deseo de los demás y aprovechar la más mínima ocasión para demostrarlo. No importa la procedencia, ni el aspecto, ni la edad del turista, quien llega a un destino nuevo o desconocido, por vacaciones o negocios, dentro de su propio país o fuera de él, se encuentra en cierta forma algo indefenso y expuesto a un sinnúmero de imprevistos o percances que pudieran ocurrirle durante su estadía (pérdida de documentos, asaltos, accidentes, enfermedad, etc.) y que pueden arruinar su experiencia si quienes los reciben no tuvieran capacidad ni voluntad de ayudar.

Las funciones del servidor turístico son variables, no existe una descripción precisa, “cualquier cosa puede pasar”, y es en las eventualidades donde se evalúa y define la calidad. La actitud del destino anfitrión representado en sus servidores turísticos y en su gente, es lo que va a dar la primera impresión. Es decir, al hablar de actitud se habla de presencia, de la seguridad que se proyecte para que el turista se entregue y confíe en el servicio que se le está brindando. Ese primer contacto es importantísimo, deja mucho que decir de nuestra cultura.

Si un turista llega a un destino turístico específico y le surge un percance, lo que se debe hacer no es solo decir “lo siento”, con eso estamos ignorando la oportunidad de servir a esa persona que humanamente necesita de nuestra ayuda, sino también perdiendo un cliente y, como consecuencia de esto, multiplicando el descontento de este por el número de personas a quienes comentará su desafortunada vivencia.

La importancia que ha cobrado la calidez humana en el servicio en el ámbito turístico, se convierte en lo más decisivo para que el turista escoja uno u otro sitio para vacacionar, hospedarse o comer. La confiabilidad se gana a base de una conducta focalizada en el servicio. Inevitablemente el turista que recibe buenos comentarios de uno u otro lugar, de boca de amigos o personas de confianza, se inclinará por escoger ese servicio, no sólo para quedarse ahí, sino para comentarlo después.

La calidad en el servicio turístico no es solo hacer las cosas bien, sino dar a los turistas lo que ellos esperan y, si se puede, algo más, con el fin de que se sientan cómodos en su estancia y esto es lo que se busca en la oferta que se hace de este nuevo destino turístico ecuatoriano, Puerto Cayo.

Para analizar el grado de comodidad de los turistas en este destino turístico se ha analizado los principales establecimientos que prestan servicio turístico en la zona, específicamente hoteles, hostales, hosterías, restaurantes, comedores, etc.

Alojamientos Turísticos

En primer lugar se ha establecido el número de turistas que se pueden alojar en estos establecimientos, además de tener conocimiento de cuánto de esta capacidad se llena en temporada alta, media y baja, temporadas que se determinaron anteriormente. Este factor nos mostrará si este destino turístico tiene la capacidad de alojar grupos grandes de turistas ya sea mediante convenciones, giras estudiantiles, retiros, etc.

Alojamientos	Capacidad Total(# personas)	Temporada Alta (# personas al mes)	Temporada Media (# personas al mes)	Temporada Baja (personas al mes)
Hotel Pto. Cayo	120	70	50	20
Hotel Barandhúa	26	26	21	7
Hostal "Los Frailes"	80	80	48	24
Hostal Zavala's	56	56	24	8
Hostería Luz de Luna	170	136	51	0
Cabañas Expedición Cayo	40	40	20	8
Cabañas Las Palmeras	38	38	23	8
Cabañas Alejandra	30	24	15	6

La magnitud de turistas que Puerto Cayo puede hospedar es de 560 personas en total, sumando la capacidad de los distintos alojamientos turísticos, a fin de que el turista se sienta cómodo y perfectamente atendido.

Para estos establecimientos existen también temporadas altas, medias y bajas en la concurrencia de huéspedes a sus hoteles, hostales u hosterías. En las temporadas altas se refleja que del 100% al 80% de la capacidad con la que cuentan se repleta. En la temporada media aproximadamente del 40% al 60% de los diferentes establecimientos se llena y en la temporada baja sólo del 20% al 30% llegan a estas pensiones, e incluso algunos alojamientos no cuentan con ningún turista en los meses bajos de afluencia de visitantes.

En el análisis anterior podemos observar solo la utilización de la capacidad con la que cuenta la infraestructura hotelera de Puerto Cayo, la cual no es una guía suficiente para tener conocimiento de las utilidades que se podría obtener de la utilización de estos activos, por lo que debemos enfatizar más en qué punto los activos de la organización están logrando explotar su



potencial de generar ingresos, para así obtener el mejor rendimiento posible de cada unidad de capacidad disponible a lo largo del tiempo.

Para que una medida sea útil , debe tomarse en cuenta la eficiencia en la generación de rendimientos de los activos (EGRA), que se obtiene dividiendo los ingresos totales recibidos entre los ingresos máximos teóricos que se habrían podido obtener vendiendo todas las habitaciones al precio más alto por unidad.

Para obtener el índice EGRA se ha considerado un promedio de la capacidad con que cuenta cada alojamiento turístico, que va de 26 a 170 personas. Se ha obtenido este índice mensual en las diferentes temporadas de afluencia turística (alta, media y baja) con el promedio de los precios tanto máximo como mínimo que cobra cada establecimiento alojativo al igual que el porcentaje promedio de ocupación que tienen los mismos en cada temporada.

Temporada Alta

Promedio de capacidad entre hoteles, hostales y cabañas : 79

Ocupación promedio mensual por temporada: 89% ; $(0.89 * 79) = 70$

Precio máximo: \$19

Precio mínimo: \$13

$EGRA = (\text{Ingresos Totales}) / (\text{Ingresos máximos})$

35 habitaciones a \$19 y 35 habitaciones a \$13

$\text{Ingresos Totales} = (35 * 19) + (35 * 13) = \1120

$\text{Ingresos máximos} = (79 * 19) = \1501

$EGRA = (\$1120 / \$1501) * 100 = 75\%$

Temporada Media

Promedio de capacidad entre hoteles, hostales y cabañas : 79
Ocupación promedio mensual por temporada: 54% ; $(0.54 * 79) = 42$

Precio máximo: \$15

Precio mínimo: \$10

$EGRA = (\text{Ingresos Totales}) / (\text{Ingresos máximos})$

21 habitaciones a \$15 y 21 habitaciones a \$10

Ingresos Totales = $(21*15) + (21*10) = \$525$

Ingresos máximos = $(79*15) = \$1185$

EGRA = $(\$525 / \$1185) * 100 = 44\%$

Temporada Baja

Promedio de capacidad entre hoteles, hostales y cabañas : 79
Ocupación promedio mensual por temporada: 19% ; $(0.19 * 79) = 15$

Precio máximo: \$14

Precio mínimo: \$9

$EGRA = (\text{Ingresos Totales}) / (\text{Ingresos máximos})$

8 habitaciones a \$14 y 7 habitaciones a \$9

Ingresos Totales = $(8*14) + (7*9) = \$175$

Ingresos máximos = $(79*14) = \$1106$

EGRA = $(\$175 / \$1106) * 100 = 16\%$

Podemos observar que el índice EGRA de cada mes por temporada va desde 75, 44 y 16%, lo que indica que la eficiencia de los activos en la temporada alta es relativamente buena porque la capacidad de alojamientos turísticos con la que cuenta Puerto Cayo se extralimita, existiendo hoteles/hosterías/cabañas con lleno completo pero que no indica que se esté manejado eficientemente estos activos.

Pasando a cómo se encuentran distribuidos internamente cada hotel, hostel u hostería, éstos se dividen en cuartos matrimoniales, individuales, cuartos para cuatro a seis personas, cabañas familiares equipadas con cocina y utensilios con capacidad hasta para ocho personas. Todas estas habitaciones están equipadas ya sea de camas sencillas, matrimoniales o literas según sea el caso.

Las facilidades que se le brinda al turista sea este nacional o extranjero se diferencia según el tipo de alojamiento turístico. A continuación veremos las diferentes facilidades que prestan estos alojamientos:

Alojamientos	Facilidades
Hotel Pto. Cayo (30 hab. con capacidad para 4 personas)	Habitaciones con baño privado, agua caliente, balcón y vista al mar. Sala de TV, restaurante, lavandería y parqueadero.
Hotel Barandhúa (10 hab. con 18 camas individuales y 4 camas matrimoniales)	Habitaciones con baño privado, ventiladores y agua caliente. Sala de TV, bar/restaurante, mesa de billar, fútbolín, salón de eventos, parqueadero.
Hostal "Los Frailes" (18 hab. con capacidad máxima de 5 personas)	Habitaciones con baño privado, agua caliente, nevera, TV, A/A. Cuartos sencillos con TV y ventiladores. Sala de eventos, restaurante, parqueadero.
Hostal Zavala's (14 hab. con capacidad para 4 personas c/u)	Habitaciones con baño privado, A/A, TV y vista al mar. Sala de juegos, parqueadero.
Hostería Luz de Luna (48 entre cabañas y habitaciones)	Cabañas y habitaciones con baño privado, agua caliente, ventilador y mosquitero. Playa privada, piscina, parqueo, discoteca y restaurante.
Cabañas Expedición Cayo (7 cabañas familiares para 4 y 6 personas)	Cabañas familiares, baño privado, agua caliente, nevera, parqueo privado y restaurante.
Cabañas Las Palmeras (4 cabañas familiares para 6 personas, 3 cuartos matrimoniales y una cabaña familiar para 8 personas)	Cabañas equipadas con baño privado, agua caliente, cocina, nevera y vajilla. Playa privada, juegos de niños, mesa de pin pon, piscina inflable, restaurante y parqueadero.
Cabañas Alejandra (8 cabañas familiares con capacidad para 4 personas)	Cabañas con baño privado, sala-comedor, cocina, refrigeradora, parqueadero privado y restaurante.

El número de personal con el que cuentan estos establecimientos tiene mucho que ver con la calidad de atención que se le da al turista, ya que debe existir el suficiente personal para poder realizar un servicio personalizado, que en los últimos tiempos es lo que más ventaja competitiva y diferencial tiene a la hora de elegir un lugar para hospedarse.

Aproximadamente trabajan en estos hoteles/hostales/cabañas un total de 3 a 5 personas, las cuales se encargan de la atención al turista, limpieza del establecimiento, cocina (restaurante) y mantenimiento del lugar. El número de colaboradores varían en algunos establecimientos de acuerdo a la temporada, donde se necesita de más o menos personal para la atención al público según sea el caso.

Las actividades que se ofrecen a los turistas para un mejor deleite de su estadía, radica especialmente en tours al Islote Pedernales, Parque Nacional Machalilla y en los meses de mayo a septiembre los tours para la observación de ballenas. Algunos de los alojamientos cuentan con sus propias agencias quienes les proporcionan el paquete a los turistas con las diferentes actividades que pueden realizar no solo en Puerto Cayo sino en otros lugares cercanos o que se encuentren en el camino al regreso o llegada a esta parroquia desde Guayaquil (Agencia del Hotel Puerto Cayo) o Quito (Agencia de la Hostería Luz de Luna). Otra forma de ofrecer actividades a los turistas es mediante intermediarios de la misma localidad, en este caso, el Hotel Barandhúa, Hostal "Los Frailes" y Zavala quienes contactan a operadoras turísticas de la zona para este tipo de tours. Sin embargo, existen otros establecimientos que no ofrecen este tipo de actividad entre ellos: Cabañas Expedición Cayo, Cabañas Las Palmeras, Cabañas Alejandra.

Para los tours que ofrecen estos alojamientos se contrata el servicio de guías turísticas propiamente de la zona, quienes tienen conocimiento de los principales atractivos que ofrece este balneario. Estos guías sólo se comunican en español puesto que no existen guías bilingües que puedan comunicarse con los extranjeros que llegan a este lugar. Existen guías bilingües solo en la Hostería Luz de Luna.

Son contados los establecimientos que invierten en la capacitación exhaustiva y conciente de su personal, enviándolos a capacitarse en seminarios sobre la mejor atención al cliente. Generalmente la capacitación la imparten los mismos administradores y dueños de estos establecimientos y en algunos casos ni estas capacitaciones son realizadas ya sea por falta de tiempo, dinero o por despreocupación en la mejora del servicio que se presta.

Para analizar el pensamiento de los dueños y administradores de estos establecimientos turísticos acerca del servicio primordial que debe existir en sus hoteles/hostales/cabañas se logró obtener los siguientes resultados:

Alojamientos	Hospitalidad	Eficiencia	Seguridad	Presentac. y capacitación del personal	Limpieza y pulcritud
Hotel Pto. Cayo	1	2	5	3	4
Hotel Barandhúa	1	1	1	1	1
Hostal "Los Frailes"	1	2	5	3	4
Hostal Zavala's	3	4	5	1	2
Hostería Luz de Luna	1	2	4	5	3
Cabañas Expedición Cayo	1	2	5	3	4
Cabañas Las Palmeras	4	1	3	5	2
Cabañas Alejandra	1	3	5	2	4
	1	2	5	3	4

Como categoría principal se encontró que los dueños y administradores opinan que la hospitalidad es lo primordial que debe existir en un

establecimiento como éste, ya que lo más importante para los huéspedes es la calidez y atención que se les brinda a la hora de hospedarse. En segundo lugar se encuentra la eficiencia, es decir, hacer las cosas lo mejor posible y utilizando el mínimo de recursos. Como tercer puesto se encuentra la presentación y capacitación que debe demostrar el personal que atiende estos establecimientos, puesto que la primera impresión tanto en forma de vestir como de atender decide mucho a la hora de elegir un hotel/hostal/cabaña. En cuarto lugar se encuentra la limpieza del lugar que debe ser pulcro e impecable, porque llegar a un sitio que presente un mal aspecto y que no lleve un control de limpieza permanente, es realmente desagradable y será causante de la pérdida de un posible cliente. En último lugar pero no menos importante es la seguridad que se brinde al huésped, y así se podrá sentir confiado del establecimiento que escogió para alojarse.

Restaurantes

La capacidad de los restaurantes en esta parroquia es relativamente pequeña, considerando que no son grandes establecimientos sino simplemente comedores pequeños. Los restaurantes que tienen una capacidad mayor normalmente forman parte de un hotel, hostel, hostería o cabaña que prestan el servicio no sólo a sus huéspedes sino también a los turistas en general. A continuación mostramos la capacidad de los restaurantes más representativos de la zona:

Restaurantes	Capacidad (#personas)	Temporada Alta	Temporada Media	Temporada Baja
Cabañas Ruta del Sol	25	25	10	0
Bar Comedor "El Gringo"	72	72	50	0
Restaurante Puerto Cayo	100	70	50	20
Restaurante Zavala's	100	100	80	0
Restaurante Barandhúa	40	26	26	0
Restaurante Los Frailes	70	70	35	14
Restaurante Caprichos	20	20	5	0
Comedor Renato	20	10	0	0
Restaurante Las Palmeras	30	30	6	0
Restaurante Luz de Luna	100	100	30	0

El número de personas que se pueden servir en los diferentes restaurantes suman un total de 577 determinando la capacidad máxima de atención que se tiene en Puerto Cayo.

La capacidad con la que cuentan los restaurantes van de 20 a 100 personas y en promedio se calculó que la capacidad se encuentra en 53 personas. Refiriéndonos a la ocupación por temporadas, tenemos que los restaurantes se llenan en promedio en un 87% en temporada alta, en un 44% en temporada media y en un 4% en temporada baja.

Por tal motivo las personas que se encargan de la atención de los restaurantes deben ser lo suficiente y variar de acuerdo a si son sólo restaurantes o forman parte de los alojamientos turísticos que necesitan de más personal. En este caso mencionaremos simplemente a los restaurantes, por lo que el análisis de personal de los alojamientos que cuentan con restaurante ya se consideró anteriormente. Los restaurantes disponen aproximadamente con un personal que consta de 3 a 5 personas, esto varía de acuerdo a la temporada en la que se encuentren, donde puede necesitarse de más personas o prescindir del servicio de algunas.

El personal de los restaurantes está capacitado en lo básico que se refiere a la atención al turista, ya sea entregar los alimentos en un tiempo prudencial que generalmente va de 10 a 15 min., ya que los platos son preparados en el mismo momento que se hace el pedido; otro de los puntos que se recalca de la atención es, la pulcritud tanto de los platos y utensilios como del personal, además del conocimiento que tienen acerca de la preparación e ingredientes que contienen los platos que se ordena.

Estos establecimientos de comida tienen sus prioridades en lo que respecta a atención, las cuales analizaremos a continuación:

Restaurantes	Eficiencia/ Rapidez	Hospitalidad/ Cortesía	Buena comida	Limpieza y pulcritud	Present. y capacitación del personal
Cabañas Ruta del Sol	5	4	1	2	3
Bar Comedor "El Gringo"	4	3	1	2	5
Restaurante Puerto Cayo	4	3	1	2	5
Restaurante Zavala's	2	3	4	1	5
Restaurante Barandhúa	5	3	1	2	4
Restaurante Los Frailes	4	2	1	3	5
Restaurante Caprichos	5	1	2	4	3
Comedor Renato	1	1	1	1	1
Restaurante Las Palmeras	4	2	3	1	5
Restaurante Luz de Luna	1	3	2	4	5
	4	3	1	2	5

El resultado logrado en el análisis del pensamiento de servicio que tienen los que se encargan de los restaurantes, obtuvo como característica primordial el hecho de que lo más importante en este tipo de establecimientos es la buena comida, seguido de la limpieza y pulcritud que deben existir tanto en el local, personal, vajilla y utensilios que se requiere para la atención al cliente. En tercer lugar se encuentra la hospitalidad y cortesía con la que debe

recibirse al cliente para que se sienta cómodamente servido. En cuarto lugar está la eficiencia y rapidez con la que deben entregarse los platos a la mesa y en último lugar opinaron que la presentación y capacitación del personal es un aspecto que también debe tomarse en cuenta.

La capacitación en lo que es atención al cliente es escasa tanto en los restaurantes como en los hoteles/hostales/hosterías/cabañas, por lo que la realización de cursos de capacitación al servicio turístico para alcanzar la calidad total, es uno de los objetivos de este proyecto, a la par con seminarios impartidos a los habitantes de esta parroquia para la mejor atención al turista y para el conocimiento de los productos turísticos con los que cuentan y que muchas veces no tienen idea. Estos cursos y seminarios serán impartidos por personas capacitadas en esta rama, específicamente estudiantes universitarios y profesores de universidades con las que se pretende realizar conexiones para el desarrollo tanto turístico de la zona, como el desarrollo profesional de los futuros técnicos en procesos turísticos. Los seminarios y cursos de capacitación servirán como práctica para los estudiantes universitarios ya que dictarán charlas sobre materias de conocimiento en su pénsum académico, como Calidad de Servicio y Mercadeo Turístico, de tal forma que en un futuro los mejores estudiantes de las carreras vinculadas al turismo queden como guías turísticas remuneradas. Estas invitaciones ya se están realizando poco a poco, con la gestión de la Comisión Ecoturística de Puerto Cayo, quienes últimamente recibieron charlas de profesores especializados en actividades ecoturísticas, para el descubrimiento de nuevas riquezas que se podrían explotar y así desarrollar nuevas prácticas turísticas que generan mayor afluencia de visitantes hacia este balneario. Estas charlas fueron impartidas a los dirigentes de los servicios turísticos de la zona por profesores de la Universidad San Francisco de Quito. Así mismo se pueden realizar convenios con las principales universidades de la provincia de Manabí, tales

como la Universidad Eloy Alfaro de Manta, de Jipijapa entre otras, dado el grado de cercanía de las mismas a esta parroquia.

5.2.1.4 Comunicación

Puerto Cayo es un balneario que tiene mucho que ofrecer a cada turista que llegue a este hermoso destino. Como lo hemos mencionado antes, este balneario es un lugar rodeado por la naturaleza y sobre todo es un destino en el cual el turista podrá encontrar la tranquilidad que no encuentra en su ciudad.

Puerto Cayo es un destino turístico que tiene mucho que ofrecer al turista para que se sienta acogido y sobre todo que se divierta junto a su familia o en compañía de amigos. Lamentablemente este destino turístico no es muy conocido por el mercado interno y mucho menos por el mercado internacional. Uno de los propósitos importantes de este Plan de Marketing es comunicar al mercado objetivo y en un futuro, a nuevos mercados, la existencia de este hermoso balneario y de todas aquellas actividades culturales y de diversión que se pueden realizar en el mismo.

De la encuesta que se realizó a cada turista que visitó este destino, pudimos obtener que el mayor porcentaje de los resultados coincidía en que este balneario debe preocuparse más en lo que es promoción turística, de tal forma que sea visitado por una cantidad mayor de turistas.

A continuación proponemos la siguiente mezcla de comunicación, de tal forma que podamos ayudar a que Puerto Cayo sea reconocido y pueda desarrollarse como un gran destino turístico.

5.2.1.4.1 Publicidad

El Plan de Marketing que se está proponiendo sostiene que en la actualidad el Comité Ecoturístico el cual está a cargo del desarrollo y la promoción de Puerto Cayo, no cuenta con la suficiente solvencia como para invertir miles de dólares en una campaña publicitaria agresiva, sin embargo, se está considerando las buenas relaciones que tiene este comité con el Ministerio de Turismo para de tal forma pedir una ayuda y realizar promoción para este destino turístico y conseguir así una estabilidad económica para los hoteleros y dueños de restaurantes, sin dejar a un lado a todos aquellos moradores que además de ejercer su trabajo como pescadores, realizan tours a los visitantes.

Para comenzar con la promoción de este destino turístico, este Plan propone a los integrantes del Comité Ecoturístico, que realicen comerciales con medios de comunicación que efectúen publicidad móvil. Se ha considerado realizar algún acuerdo con las emisoras más sintonizadas, en este caso, Galaxia, Antena 3 las cuales son las más escuchadas por personas que se definieron como el mercado objetivo, en cada una de las temporadas tanto de la costa como de la sierra. (Guayaquil, Quito, Cuenca y toda la Provincia de Manabí). Estos datos se obtuvieron de acuerdo a la consulta realizada a una de las principales agencias de publicidad del país (Agencia de publicidad Rivas Herrera).

Para el 2004 la emisión en radio sólo se realizará con la radio Galaxia, el pautaje en todas las cuñas de los 2 años será de 5 cuñas diarias de 30" de martes a viernes. Para el 2005 se pautará con las emisoras Antena 3, Galaxia con una estrategia de medios que se podrá observar en el Anexo 10.

Cuando nos referimos a publicidad no sólo hablamos de la móvil, sino también de la estática. Esta publicidad será en diario EL Universo, diario que se ha escogido por ser el de mayor difusión a nivel nacional. El anuncio saldrá en la sección del Gran Guayaquil, los primeros jueves de los meses de Julio, Octubre y Diciembre, para el año 2004, y para el año 2005 en los meses de Enero, Mayo, Julio, Octubre y Diciembre.

Para el año 2005 se emitirá anuncios en la revista Hogar en los meses de Febrero, Junio y Septiembre.

Se han creado varios modelos de lo que sería un anuncio en cualquiera de estos medios de prensa escrita en las diferentes temporadas.

¿ CANSADO DE VISITAR LOS BALNEARIOS DE SIEMPRE ?

En esta Temporada 2004 deseas realizar actividades como:



- Deportes acuáticos
- Ecoturismo
- Surf
- Paseos Costeros
- Snorkeling
- Deportes Extremos
- Y más...

Entonces es el momento perfecto para que conozcas **PUERTO CAYO**, el nuevo concepto en playas del Ecuador que esta temporada debes visitar

Al sur de Manabí te espera **PUERTO CAYO...**
... LA DIFERENCIA EN PLAYAS !

Para mayor información comunícate al teléfono: 05-2281804
Lcda. Ximena Larena



Anuncio de expectativa por la temporada de ballenas: Mayo.

**LA TEMPORADA
ESTÁ POR COMENZAR...**



**PUERTO CAYO
... LA DIFERENCIA EN PLAYAS!**

Para mayor información comuníquese al teléfono: 05-2281804
Lcda. Ximena Larrea



Anuncio de temporada de ballenas: Julio.

**YA ES HORA !!
NO PIERDAS MÁS TU TIEMPO !!**

**VEN A PUERTO CAYO GINA
DE LAS BALLENAS
JOROBADAS A DISFRUTAR
DE ESTE ESPECTÁCULO !!**



Presenta este anuncio en el alojamiento que desees hospedarte y recibirás una noche **GRATIS!**

**ADEMÁS DISFRUTA DE OTRAS
ACTIVIDADES COMO SNORKELING,
ECOTURISMO SURF Y MUCHAS MÁS**

**AL SUR DE MANARÍ TE ESPERA
PUERTO CAYO...**

... LA DIFERENCIA EN PLAYAS!

Para mayor información comunícale al teléfono: 05-2281804
Leda, Ximena Latorre



Anuncio de temporada de festivales: Octubre



PUERTO CAYO ... LA DIFERENCIA EN PLAYAS!

te invita a que participes de las:



Octubre:
FESTIVAL DEL TURISTA

Noviembre:
FESTIVAL ECOLÓGICO

Diciembre:
**FESTIVAL NAVIDEÑO Y
FIN DE AÑO**

Presenta este
anuncio en el
alojamiento que
deseas hospedarte
y recibirás una
noche GRATIS!

Para mayor información comunícate al teléfono: 05-2291804

Lcda. Ximena Lanza



Anuncio de Navidad y Fin de año: Diciembre.



**EN ESTAS NAVIDADES EL MEJOR REGALO ES...
PUERTO CAYO
... LA DIFERENCIA EN PLAYAS!**

**VEN Y DISFRUTA DE LAS FIESTAS
NAVIDEÑAS EN UN AMBIENTE DISTINTO,
FRESCO Y NATURAL ADEMÁS FESTEJA EL
FIN DE AÑO CON LOS AÑOS VIEJOS
ECOLÓGICOS, NO TE LO PIERDAS!!!**

Presenta este anuncio en el
alojamiento que desees
hospedar y recibe una
noche GRATIS!

Para mayor información comunícale al teléfono: 05-2281804
Lcda. Ximena Larrea

Otra forma de realizar publicidad a este destino turístico es mediante trípticos, los cuales serán distribuidos en los Workshops y en las visitas a Centros Educativos .

En el año 2004 se pretende distribuir alrededor de 200 folletos en estos eventos y para el 2005 alrededor 3200 folletos.

5.2.1.4.1 Promoción de Ventas

Se ha mencionado en el desarrollo de este trabajo que Puerto Cayo es un destino turístico poco conocido por los ciudadanos ecuatorianos y por los extranjeros, es por esta razón que se ha considerado realizar una serie de promociones turísticas para cada temporada existente en este balneario y tratar de conseguir de esta manera un aumento significativo de las visitas que realicen los turistas a Puerto Cayo.

La promoción es de un interés particular para los vendedores de servicio, debido a que es un elemento a corto plazo en la estrategia de la mercadotecnia, diseñado para atraer la atención y motivar una acción inmediata. Los vendedores de servicios tienen a su disposición a varias técnicas promocionales que añaden interés y emoción a las reducciones de precio directas, o para motivar a los clientes a emprender una acción específica en ausencia de una reducción directa en el precio. Los enfoques a utilizarse en esta promoción son: Promoción de Precio Cantidad, Cupones, Premios Consistentes en Obsequios.

En el siguiente párrafo se explica cada una de las promociones que se proponen, para cada temporada, en este Plan de Marketing:

Temporada Alta

- Por cada diez noches pasadas en uno de los alojamientos de Puerto Cayo, en distintas fechas, se concederá el 10% de descuento del valor que tenga que pagar en dicho establecimiento.
- Por un consumo personal mínimo de \$10 en cualquiera de los restaurantes de Puerto Cayo, recibirán a mitad de precio un paseo para observar a los diferentes monos aulladores que se encuentran, al igual que otras especies silvestres pertenecientes a esta localidad.
- Por un grupo de 10 personas que realicen la visita a los Islotes de Puerto Cayo obtendrán el 5% de descuento.

Temporada Media

- Mediante el anuncio que se publicite en cualquiera de los medios de prensa escrita, se dará lugar a la promoción de este balneario, colocando en la parte terminal del mismo una frase que diga: " Si presenta este anuncio en el alojamiento que desea hospedarse, recibirá una noche gratis".
- Por cada diez noches pasadas en uno de los alojamientos de Puerto Cayo, en distintas fechas, se concederá el 15% de descuento del valor que tenga que pagar en dicho establecimiento.
- Por un consumo personal mínimo de \$8 en cualquiera de los restaurantes de Puerto Cayo, recibirán a mitad de precio un paseo para observar a los diferentes monos aulladores que se encuentran, al igual que otras especies silvestres pertenecientes a esta localidad.
- En el mes de Mayo se realizará promociones a Centros Educativos de la Sierra que deseen tener sus vacaciones de fin de año. Por cada 15 personas una persona tiene gratis el hospedaje y cada 25 personas dos personas no pagarán alojamiento.

- Promoción con las Agencias de Viaje. Por un grupo de 15 turistas (extranjeros o nacionales) que se lleve a Puerto Cayo, el encargado de la negociación tiene gratis un fin de semana en cualquiera de los alojamientos turísticos que se encuentran en la promoción.
- Por un grupo de 10 personas que realicen la visita a los Islotes de Puerto Cayo obtendrán el 8% de descuento.
- Referente a la promoción de avistamiento de ballenas se respetará las que han sido establecidas por las Operadoras y Transportadoras turísticas de la zona.

Temporada Baja

- Mediante el anuncio que se publicite en cualquiera de los medios de prensa escrita, se dará lugar a la promoción de este balneario, colocando en la parte terminal del mismo una frase que diga: "Si presenta este anuncio en el alojamiento que desea hospedarse, recibirá una noche gratis".
- Por cada diez noches pasadas en uno de los alojamientos de Puerto Cayo, en distintas fechas, se concederá el 20% de descuento del valor que tenga que pagar en dicho establecimiento.
- Por un consumo personal mínimo de \$6 en cualquiera de los restaurantes de Puerto Cayo, recibirán a mitad de precio un paseo para visitar a los diferentes monos aulladores que se encuentran, al igual que otras especies silvestres pertenecientes a esta localidad.
- En el mes de Noviembre se realizará promociones a Centros Educativos de la Costa que deseen tener sus vacaciones de fin de año. Por cada 15 personas una persona tiene gratis el hospedaje y cada 25 personas dos personas no pagarán alojamiento.
- Por un grupo de 10 personas que realicen la visita a los Islotes de Puerto Cayo obtendrán el 10% de descuento.

5.2.1.4.2 Relaciones Públicas

Si bien es muy importante tener buenas relaciones con los clientes, en este caso los turistas, es aun más tener contactos para que en el algún momento dado nos ayude incrementar a esos turistas, que son quienes generarán ingresos a este destino turístico.

El Ministerio de Turismo, el Ministerio del Medio Ambiente, el Municipio de Jipijapa, los medios de comunicación, los auspiciantes, las agencias de viaje más nuestros turistas actuales y potenciales, son el punto de red del que no se puede prescindir jamás.

El poder cumplir esta obligación está en manos del Comité Ecoturístico de Puerto Cayo y esto sólo se puede lograr a través de las Relaciones Públicas, como su nombre lo indica es el enlace que se tiene con el público, que en este caso son los posibles turistas a los que se puede llegar mediante esta relación para así dar a conocer este nuevo destino turístico de forma directa o indirecta.

Es necesario por eso plantear un método eficaz que permita a Puerto Cayo tener unas excelentes Relaciones Públicas. Debido al cargo que desempeñó y las buenas relaciones que obtuvo de acuerdo al mismo, la presidente del Comité Ecoturístico, Lcda. Ximena Larrea (Ex Directora de Turismo de Galápagos), será la encargada de manejar esta importante área. En los actuales momentos el desempeño de este cargo será provisional ya que este comité no cuenta con los fondos necesarios para contratar a una persona o para realizar un outsourcing de Relaciones Públicas con una agencia.

En esta función se deberá efectuar actividades entre ellas workshops, que son eventos que dan a conocer productos o servicios, en este caso Puerto

Cayo, en el cual se invitará al público en general y a empresas dedicadas al turismo y a la comunicación. En este evento se tratará las diferentes actividades que se pueden realizar en cada temporada, así mismo se informará de las diferentes promociones, tanto en hoteles, restaurantes como en diversiones. Además se entregará a cada una de las personas que asistan a este evento, folletos con la información referente a Puerto Cayo y sus atractivos.

Los lugares en los que se llevará a cabo estos eventos serán en Guayaquil, Quito, Cuenca y Portoviejo. La duración de los mismos será de un día y se los realizará por cada temporada.

La presidenta del Comité Ecoturístico hará uso de los diferentes contactos que tiene con los rectores de las diversas universidades de dichas ciudades con el fin de conseguir aulas donde se puedan realizar estos eventos de manera gratuita.

Otra manera de entablar relaciones será mediante el manejo de patrocinios, visitas a colegios, escuelas y universidades, para promocionar viajes de fin de año a este nuevo destino turístico. Además de esto se realizará invitaciones a medios de comunicación durante las diferentes temporadas a promocionar, ya que esto tiene la ventaja de presentarse como si fueran noticia (*Publicity*) más que publicidad, y por tanto, suelen resultar más creíbles para el público.

Dado que este plan de Marketing está previsto para dos años, el número de eventos de Relaciones Públicas para el 2005 se incrementará, tanto en Workshops como en visitas a Centros Educativos.

Esta mezcla de comunicación se la puede apreciar en el (Anexo 10).

CAPITULO VI

ANÁLISIS FINANCIERO DEL PLAN DE MARKETING DEL PRODUCTO TURÍSTICO PUERTO CAYO

6.1 FUENTES DE FINANCIAMIENTO

Una vez culminado el desarrollo de este Plan de Marketing lo que viene a continuación es la forma cómo se va a llevar a cabo las actuaciones y propuestas que se incluyeron en dicho plan.

Los inversionistas son punto importante en este Plan de Marketing, puesto que ellos ayudarán a sacar adelante las diferentes estrategias que se plantean y así lograr que este encantador balneario, se proyecte como un nuevo y diferente destino turístico. Los principales inversionistas deberán ser los propios dueños de hoteles, hosterías, cabañas, restaurantes y operadoras turísticas, ya que ellos van a ser los principales afectados en el auge turístico que se va a dar gracias al plan que se ha realizado.

Como se mencionó anteriormente, el Comité Ecoturístico no cuenta en la actualidad con un rubro definido para lo que constituye el marketing de este producto turístico. Por tal motivo se creará un fondo de inversión para el desarrollo turístico de la parroquia, en donde contribuirán mensualmente con aportaciones diferenciales, los hoteleros, dueños de restaurantes, operadoras turísticas y la junta parroquial.

La siguiente tabla muestra la cuotas mensuales que estarán dispuestos a contribuir los diferentes establecimientos de Puerto Cayo en los años 2004 y 2005, tomando en cuenta que el 2005 se incrementará la aportación en un 10%.

Establecimientos	Cuota Mensual 2004	Cuota Mensual 2005
Hotel/Hostal/Hostería/Cabañas		
Puerto Cayo	\$50	\$55
Frailes	\$50	\$55
Zavala's	\$50	\$55
Barandhúa	\$50	\$55
Expedición Cayo	\$50	\$55
Alejandra	\$50	\$55
Luz de Luna	\$50	\$55
Las Palmeras	\$50	\$55
Restaurantes		
Cabañas Ruta del Sol	\$40	\$44
Bar Comedor "El Gringo"	\$20	\$22
Restaurante Puerto Cayo	\$20	\$22
Restaurante Zavala's	\$20	\$22
Restaurante Barandhúa	\$20	\$22
Restaurante Los Frailes	\$20	\$22
Restaurante Caprichos	\$20	\$22
Comedor Renato	\$20	\$22
Restaurante Las Palmeras	\$20	\$22
Operadoras y Transportadoras Turísticas		
Puerto Cayo Tours	\$20	\$22
Ballena Transmar	\$20	\$22
Megaptera	\$20	\$22
Lobo Marino	\$20	\$22
Cayo Sattion	\$20	\$22
Neptuno	\$20	\$22
Junta Parroquial		
Sra. Nery Triviño	\$30	\$33
Total al Mes	\$720	\$825

La idea del fondo de inversión para el desarrollo turístico de Puerto Cayo fue aprobado por todos los que se encuentran en la tabla anterior, mediante conversaciones que se tuvo con cada uno de ellos, en donde se planteó dicha sugerencia para obtener ingresos periódicos y permanentes que sirvan para la realización de las diferentes actuaciones que se propuso en el Plan de Marketing.

Otra de las maneras que se ha pensado para obtener fondos es mediante los auspiciantes, quienes serán los patrocinadores de las diferentes actividades que se vayan a realizar y promocionar en Puerto Cayo. Lo que se busca con esto es que varias marcas adopten este nuevo destino turístico, como lo han hecho otros destinos que ya cuentan con sus patrocinadores, por Ej. Salinas con su auspiciante Coca Cola.

Se ha conversado con las personas encargadas de los Auspicios (Sponcio) de empresas reconocidas a nivel nacional, que estarían dispuestas a formar parte del Desarrollo Turístico de Puerto Cayo en una forma constante, con la condición de que Puerto Cayo les garantice a estas compañías que se beneficiarán promoviendo y vendiendo sus productos en forma exclusiva y única en los diferentes eventos, festivales y actividades que se realice para dar a conocer este punto turístico.

Con las empresas que se ha conversado son: Coca-Cola & Company S.A que estarían dispuestos a promocionar productos como las gaseosas y las dos marcas de agua, como son Bonaqua y Fontana, Colgate Palmolive promocionando su shampoo Palmolive Botánicals, Unilever Pingüino S.A promocionando los diferentes tipos de helados, Cordiresa S.A, promocionando el bronceador y el protector Hawaiian Tropic, Ecuacolor S.A., promocionando rollos y cámaras de esta marca , Toni S.A, promocionando

su jugo energizante Profit y finalmente Cervecería Nacional S.A., promocionando la cerveza Pilsener.

Los montos en auspicios que estas prestigiosas empresas estarían dispuestos a otorgar anualmente son: la cifra en su totalidad o por cuotas, ya sea entregando el 40% o 50% al principio y el saldo a cuotas iguales por los meses que restan, igualmente esta distribución de cuotas se lo aprecia mejor en el flujo de efectivo. Esta donación se hará siempre y cuando el Proyecto de Desarrollo Turístico de Puerto Cayo se dé y se negocie con los respectivos responsables de la administración del mismo (Comité Ecoturístico). En la tabla siguiente se encuentra un posible modelo de los montos de auspicios que se han considerado:

Empresa	Año 2004	Año 2005
Coca-Cola & Company S.A.	\$ 3000	\$ 4000
Colgate Palmolive S.A.	4000	5000
Unilever Pingüino S.A.	3500	4000
Cordiresa S.A.	2500	3500
Ecuacolor S.A.	1500	2500
Toni S.A.	3000	4000
Cervecería Nacional S.A.	3000	4000
Total	\$ 20500	\$ 27000

*Nota: Estos montos anuales pueden ser negociables si este Proyecto se llegare a realizar.

6.2 COSTOS

Los costos que planteamos para el desarrollo de este Plan básicamente son los utilizados en Publicidad y en Relaciones Públicas, para lo cual nos basamos en el siguiente cuadro:

**Costos estimados en la implantación del Plan de Marketing para el
Producto Turístico Puerto Cayo , en el año 2004 y 2005**

Rubro	Año 2004	Año 2005
Publicidad	\$ 8211	\$ 13984
Relaciones Públicas	4500	6200
*Otros	3000	5100
Total	\$ 15711	\$ 25284

*Gastos varios en capacitación a hoteleros, dueños de restaurantes y residentes que incluye hospedaje y alimentación (no salario por convenio que se explico anteriormente).

Es importante recalcar que estos valores han sido negociados con los diferentes medios de comunicación, con el fin de que éstos sean fijos durante el contrato que se quiera realizar para la realización de este proyecto. (Anexo 10).

El rubro de Relaciones Públicas y Otros no incluye contrato, por lo tanto está sujeto a cambios, pero se ha tratado de obtener cifras cercanas que no difieran con los valores de acuerdo a la inflación que se prevea en años futuros.

A continuación mencionaremos más detalladamente en qué consiste cada rubro de la tabla anterior.

Publicidad

En el año 2004 se pretende realizar una publicidad pausada, pero estratégica, debido al poco ingreso con el que cuenta el Comité Ecoturístico de Puerto Cayo.



Para el año 2005 se prevé contar con un flujo de turistas mayor por las estrategias de publicidad y promoción que se han utilizado, por lo que contando con el respaldo de un incremento en el monto de los auspicios, se planea incrementar los gastos en publicidad.

Prensa

El medio que vamos a utilizar para promocionar nuestro destino turístico es el Diario El Universo, con quienes hemos llegado a un acuerdo de precios de acuerdo al anuncio que se quiere publicitar .

En el año 2004 se quiere publicar 3 anuncios en los meses de Julio, Octubre y Diciembre, los cuales tienen un valor de \$448 (incluido el IVA), estos anuncios serán publicados en la sección del Gran Guayaquil los días jueves 4 de Julio, jueves 3 de Octubre y jueves 5 de Diciembre.

En el año 2005 se quiere publicar 5 anuncios en los meses de Enero, Mayo, Julio, Octubre y Diciembre. Estos anuncios tienen un precio de \$448 (incluye IVA), los cuales serán publicados en la sección del Gran Guayaquil los días jueves 17 de Enero, jueves 23 de Mayo, jueves 18 de Julio, martes 1 de Octubre y jueves 5 de Diciembre.

La dimensión de estos anuncios será de 9.6 cm. por 14cm y a colores.

En el año 2005 se quiere publicar anuncios en la revista Hogar, ya que es una de las revistas con mayor difusión en el país y está dirigida al target al cual queremos llegar. Estos anuncios serán publicados en los meses de Febrero, Junio y Septiembre, y tendrán un valor aproximado de \$ 1430 (incluido el IVA) cada uno.

Para el año 2004 se pretende emitir 3000 trípticos con la información mejorada de Puerto Cayo, en el que va a constar su nuevo posicionamiento y las diferentes actividades por temporadas que se puede realizar en este hermoso balneario. El costo de estos folletos es de \$ 619 incluido el diseño del tríptico.

Al igual que en el año 2004, en el 2005 se pretende emitir 3200 trípticos que serán repartidos en los diferentes Workshops que se realicen y en las visitas a Centros Educativos de Guayaquil, Quito, Cuenca y Manabí. El costo en este año es de \$ 622.

Radio

En el año 2004 se quiere realizar cuñas comerciales por este medio de comunicación, en la emisora Galaxia, cuya cobertura se encuentra dentro del mercado objetivo que se busca (Guayaquil, Quito, Cuenca y Manabí, nivel socioeconómico medio con edades de 18 años en adelante). La emisión será de 5 cuñas diarias de Martes a Viernes, con un costo aproximado por mes de \$ 1008 (incluido IVA). El pautaaje será en los meses de Marzo, Junio, Agosto, Octubre, Noviembre y Diciembre de acuerdo a un análisis sobre el mercado y las fechas a las que se quiere llegar.

Para el 2005 se tiene previsto cuñas en dos radios que son: Galaxia y Antena 3 (Guayas, Azogues, Manabí, Alausí, entre otras). En Galaxia esta emisión se realizará en los meses de Junio, Agosto, Septiembre y Octubre, los días martes a viernes con 5 cuñas diarias y con los precios anteriormente estipulados.

En radio Antena 3 el pautaaje es de martes a viernes, 5 cuñas diarias los meses de Marzo, Abril, Junio, Agosto, Septiembre, Noviembre y Diciembre.

El contrato con esta emisora cuenta con un 30% de descuento en canje, por lo que el precio por mes es de \$ 400 (incluido el IVA) por mes.

Relaciones Públicas

En el 2004 se planea realizar Workshops en tres meses del año en Enero, Mayo y Octubre, para dar a conocer los inicios de temporada, tanto en Guayaquil, Quito, Cuenca y Portoviejo. El estimado en gastos en el que se planea incurrir por refrigerio, movilización y gastos varios es de \$3500 anuales por las cuatro ciudades.

Para el 2005 el número de eventos será el mismo por ciudad en los meses de Enero, Mayo y Octubre. El costo de estos eventos será aproximadamente de \$4200 anuales en total.

Otro de los costos dentro de este rubro son las visitas a Centros Educativos, en Guayaquil, Quito, Cuenca y Portoviejo, el cual se tiene pensado realizar en los meses de Mayo y Noviembre del 2004 y del 2005, para así promocionar las vacaciones de Fin de Año en este nuevo destino turístico.

En el 2004 se planea tener un gasto de \$1000 que incluye hospedaje, movilización y gastos varios. En el 2005 se plantea incrementar el número de Centros Educativos a visitarse por lo que este gasto se incrementará en un 100% (\$2000).

Los costos anteriormente mencionados sólo constan de la mezcla de comunicación que se ha realizado respectivamente para los dos años. A continuación se presentarán los costos de la propuestas realizadas para darle valor añadido al producto turístico que se ofrece:

Festivales

La idea de realizar festivales surge de la poca afluencia de turistas hacia este balneario en lo que respecta a la temporada baja, por lo que se ha planteado dedicar cada mes a un tema específico que atraiga y que llame la atención de los posibles visitantes. Es por esto que para Octubre se planea dedicar el mes al turista, ofreciendo un festival y varias promociones para los visitantes. En Noviembre el mes se dedica a la ecología, por lo que también se realiza un festival y varias actividades relacionadas la tema. Finalmente para el mes de Diciembre se buscará atraer al turista a este nuevo destino turístico mediante festivales de Navidad y Fin de Año, que hagan de este balneario un nuevo sitio donde pasar dichas festividades.

El costo aproximado por festivales en el 2004 es de \$6000 y en el 2005 \$7200, los cuales serán financiados por el Comité Ecoturístico de Puerto Cayo. Además de esto en este tipo de festivales la Municipalidad de Jipijapa y la Junta de Recursos Hidráulicos colaboran con el pago de: Disjockey y orquesta, pagos que no van incluidos en el costo total.

Realización de Camping

En busca de actividades que vayan con la esencia que este destino turístico quiere proyectar se ha encontrado una actividad sana , divertida y que a la vez no dañe el ecosistema de este balneario.

Para la realización de esta actividad se propone adquirir inicialmente 12 carpas, cuya cotización aproximada es de \$ 1200.

Lo que se plantea con esta actividad es crear más ingresos para este balneario que ayude al desarrollo del mismo.

Recorridos en bicicletas por los centros agrícolas de la zona

Esta actividad trata de dar a conocer no sólo los mismos productos turísticos que se ofrece al turista actualmente, sino fomentar el turismo agrícola, es decir, el turismo que se realiza por haciendas (La Boca y Cantagallo) que poseen cultivo de los principales productos de esta parroquia.

Se propone una adquisición de 12 bicicletas montaÑeras para estos recorridos, las cuales tienen un valor de \$60 cada una, ya que son armadas en nuestro país, lo que da un total de \$720.

Otras actividades

Para la comodidad del turista se plantea la necesaria adquisición de parasoles y sillas que actualmente no existen en este destino turístico y que ayudarán a dar una imagen distinta de este balneario.

Se estima que inicialmente se compre 48 sillas a un costo de \$10 cada una, es decir, \$480. En cuanto a la adquisición de parasoles se estima comprar 24 unidades a un costo de \$28 cada uno, es decir, una inversión total de \$1152. Estos costos fueron cotizados en PICA de la ciudad de Guayaquil, pero están sujetos a cambios de acuerdo al monto que se compre.

Propuestas (Adquisiciones solo en el 2004)	Costo
* Festivales	\$ 6000
Compra de carpas para camping.	1200
Compra de bicicletas para recorridos.	720
Compra de sillas y parasoles.	1152
Total	\$ 9072

*Este costo incluye otros festivales que no son solo en temporada baja, como el festival de las ballenas y shows hawaianos que se propone realizar en la playa. Este costo es para el 2004.

6.3 FLUJO DE EFECTIVO

El flujo de efectivo mide los ingresos y los egresos de efectivo de un proyecto como si ocurrieran en un solo punto en el tiempo, de manera que puedan compararse apropiadamente. El método de flujo de efectivo descontado reconoce que el uso del dinero tiene un costo de oportunidad; intereses a los que se renuncia, puesto que el método de flujo de efectivo explícita y rutinariamente pondera el valor del dinero en el tiempo, generalmente es el mejor método en las decisiones a largo plazo. En las siguientes tablas se detalla los ingresos y egresos de cada uno de los años de este plan:



Flujo de Caja para el Año 2004

	En	Feb	Mar	Ab	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic
Caja		\$ 6,819	\$ 7,143	\$ 7,239	\$ 7,943	\$ 6,547	\$ 6,993	\$ 7,649	\$ 7,346	\$ 7,448	\$ 4,192	\$ 2,290
Ingresos												
FIDT	\$ 720	\$ 720	\$ 720	\$ 720	\$ 720	\$ 720	\$ 720	\$ 720	\$ 720	\$ 720	\$ 720	\$ 720
Auspicios												
Coca-Cola	\$ 3,000											
Colgate P.	\$ 2,200		\$ 180	\$ 180	\$ 180	\$ 180	\$ 180	\$ 180	\$ 180	\$ 180	\$ 180	\$ 180
Unilever	\$ 1,500		\$ 400		\$ 400		\$ 400		\$ 400		\$ 400	
Cordiresa	\$ 1,250					\$ 1,250						
Ecuacolor	\$ 1,500											
Toni	\$ 1,200	\$ 164	\$ 164	\$ 164	\$ 164	\$ 164	\$ 164	\$ 164	\$ 163	\$ 163	\$ 163	\$ 163
Cervecería Nacional	\$ 2,000					\$ 1,000						
Total Ingresos	\$ 13,370	\$ 7,063	\$ 7,319	\$ 7,376	\$ 7,831	\$ 8,646	\$ 7,601	\$ 8,217	\$ 8,672	\$ 7,727	\$ 5,234	\$ 3,289
Egresos												
Sueldos	\$ 360	\$ 360	\$ 360	\$ 360	\$ 360	\$ 360	\$ 360	\$ 360	\$ 360	\$ 360	\$ 360	\$ 360
Publicidad												
Diario El Universo							\$ 448			\$ 448		\$ 448
Radio Galaxia			\$ 1,008			\$ 1,008		\$ 1,008		\$ 1,008	\$ 1,008	\$ 1,008
Diseño de cuñas		\$ 200										
Triptico(3000 año + diseño)	\$ 619											
R. Públicas												
Workshops	\$ 1,500				\$ 1,000					\$ 1,000		
Visita a Centros Educativos					\$ 500						\$ 500	
Otros	\$ 1,000				\$ 1,000				\$ 1,000			
Propuestas												
Festivales						\$ 1,500				\$ 1,500	\$ 1,500	\$ 1,500
Compra de carpas	\$ 1,200											
Adq. bicicletas	\$ 720											
Adq. sillas y perasol	\$ 1,152											
Total Egresos	\$ 6,551	\$ 660	\$ 1,368	\$ 360	\$ 2,860	\$ 2,868	\$ 808	\$ 1,368	\$ 1,360	\$ 4,316	\$ 3,368	\$ 3,316
Saldo de Caja	\$ 6,819	\$ 7,143	\$ 7,239	\$ 7,943	\$ 6,547	\$ 6,993	\$ 7,649	\$ 7,346	\$ 7,448	\$ 4,196	\$ 2,290	\$ 37

Flujo de Caja para el Año 2005

	En	Feb	Mar	Ab	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic
Caja	\$ 37	\$12,182	\$11,435	\$ 12,418	\$13,001	\$ 9,836	\$ 9,931	\$ 10,866	\$ 10,441	\$ 7,288	\$ 3,613	\$ 1,796
Ingresos												
FIDT	\$ 825	\$ 825	\$ 825	\$ 825	\$ 825	\$ 825	\$ 825	\$ 825	\$ 825	\$ 825	\$ 825	\$ 825
Auspicios												
Coca-Cola	\$4,000											
Colgate P.	\$ 2,000		\$ 300	\$ 300	\$ 300	\$ 300	\$ 300	\$ 300	\$ 300	\$ 300	\$ 300	\$ 300
Unilever	\$ 2,000		\$ 400		\$ 400		\$ 400		\$ 400		\$ 400	
Cordíresa	\$ 1,750					\$ 1,750						
Ecuacolor	\$ 2,500											
Toni	\$ 1,600	\$ 218	\$ 218	\$ 218	\$ 218	\$ 218	\$ 218	\$ 218	\$ 218	\$ 218	\$ 218	\$ 220
Cervecería Nacional	\$ 2,000					\$ 2,000						
Total Ingresos	\$16,712	\$12,381	\$ 11,286	\$ 11,221	\$12,864	\$13,109	\$ 10,214	\$ 11,109	\$ 11,444	\$ 8,249	\$ 4,938	\$ 3,081
Egresos												
Sueldo	\$360	\$360	\$360	\$360	\$360	\$360	\$360	\$360	\$360	\$360	\$360	\$360
Publicidad												
Diario El Universo	\$ 448				\$ 448		\$ 448			\$ 448		\$ 448
Revista Hogar		\$ 1,430				\$ 1,430			\$ 1,430			
Radio Antena3			\$ 400	\$ 400		\$ 400		\$ 400	\$ 400		\$ 400	\$ 400
Radio Galaxia						\$ 1,008		\$ 1,008	\$ 1,008	\$ 1,008		
Tríptico(3200 año + diseño)	\$ 622											
R. Públicas												
Workshops	\$ 1,400				\$ 1,400					\$ 1,400		
Visita a Centros Educativos					\$ 1,000						\$ 1,000	
Otros	\$ 1,700				\$ 1,700				\$ 1,700			
Festivales						\$ 1,800				\$ 1,800	\$ 1,800	\$ 1,800
Total Egresos	\$ 4,530	\$ 1,790	\$ 760	\$ 760	\$ 4,908	\$ 4,998	\$ 808	\$ 1,768	\$ 4,898	\$ 5,016	\$ 3,560	\$ 3,008
Saldo de Caja	\$12,182	\$11,435	\$ 12,418	\$ 13,001	\$ 9,836	\$ 9,931	\$ 10,866	\$ 10,441	\$ 7,288	\$ 3,613	\$ 1,796	\$ 133

6.3 VALOR PRESENTE NETO (VAN)

La tasa necesaria de recuperación TRN que es la tasa mínima aceptable de recuperación en una inversión, se utiliza para calcular el VPN y se emplea como punto de comparación al trabajar con TIR. La TNR es la recuperación que la organización podría esperar recibir en otro lado para una inversión de riesgo comparable. A esta tasa también se la llama tasa de descuento o costo de oportunidad del capital.

La tasa interna de rendimiento TIR es la tasa de descuento en la que el valor actual de los ingresos esperados de efectivo de un proyecto iguala al valor presente de los egresos esperados de efectivo del proyecto. Esto es, TIR es la tasa de descuento que hace que VPN sea igual a cero.

El valor presente neto es un método para calcular la utilidad o pérdida monetaria neta esperada de un proyecto al descontar todos los ingresos y egresos futuros de efectivo al punto actual en el tiempo, utilizando la tasa requerida de recuperación .

Según datos emitidos por la CORPEI para los proyectos turísticos se utiliza el 10% como tasa necesaria de recuperación y la fórmula para calcular el valor presente neto es:

$$\text{VAN} = (-\text{Inversión}) + \text{VAN}(\text{Ingresos}) - \text{VAN}(\text{Egresos})$$

Y obtuvimos:

VAN INGRESOS	\$ 31,803.66
VAN EGRESOS	18,742.52
INVERSION	6,551.00
VAN	\$ 6,510.14

Para obtener la TIR que haga que el VAN=0 se tomó los datos del saldo real de caja de los dos años (Ing-Egresos sin considerar saldo de caja anterior) y se estimó la TIR de 13% que es la tasa interna de rendimiento del proyecto.



CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Conclusiones

El Plan de Desarrollo y Consolidación del producto turístico Puerto Cayo, que se ha propuesto a través de este proyecto, busca hacer de este lugar un destino turístico nuevo y diferente, donde los ecuatorianos y los extranjeros que visitan este país, puedan disfrutar de la tranquilidad y de la naturaleza que brinda este balneario.

Por tal motivo el primer paso a seguir en este Plan fue buscar un recurso o atractivo turístico con el potencial para ser desarrollado, por lo que Puerto Cayo fue una gran opción, ya que es un balneario con múltiples riquezas y recursos naturales que no se había explotado antes y que valía la pena su descubrimiento. Una vez conseguido nuestro punto turístico se prosiguió al análisis de sus recursos tanto naturales, culturales, alojativos, humanos, entre otros, para saber si están en capacidad de ofrecerse a los turistas que se espera atraer con este proyecto. Ya realizado un diagnóstico de la situación (moradores, productos turísticos, competencia, etc.) que se vive en Puerto Cayo se prosigue a concentrarse en estudiar al grupo objetivo que podría convertirse en nuestro cliente, evaluando sus necesidades, expectativas y deseos. Este es el primer paso para evaluar qué tipo de esfuerzos haremos para darle la forma final al recurso. Una vez adquirida la información de mercado, invertimos en el desarrollo del recurso para convertirlo en producto. Esta actividad no es una tarea improvisada sino específica y segura gracias a los datos de las encuestas que se ha realizado para obtener información que nos pueda ayudar al desarrollo de este nuevo producto turístico. El recurso convertido en producto ya es apto para ser promocionado en nuestro grupo objetivo. Este es el principio elemental del marketing aplicado a la promoción turística, cuya visión tradicional

desperdiciaba esfuerzos al no estudiar el mercado antes, sino una vez que el producto estaba listo. La creación de la marca viene como resultado de la consolidación del producto, es por ello que para establecerla, identificamos la cualidad que nuestro producto posee a diferencia de la competencia, por lo que nuestro logotipo y slogan buscan posicionarse en la mente del turista promocionando una oferta única y diferente para una acogida favorable.

Basándonos en la información recolectada de este destino turístico, se ha podido obtener el mercado objetivo del mismo, la forma que nos posicionaremos en el mercado, y las estrategias adecuadas de Marketing y Publicidad que se utilicen para poder dirigirnos al target de este balneario, explicando y detallándole al turista las razones por el cual deba preferir este balneario.

El objetivo principal de este proyecto que se propone al Comité Ecoturístico de Puerto Cayo, es crear una imagen de este destino turístico, de tal manera que el mercado objetivo y los prospectos de clientes, sepan identificar la marca de Puerto Cayo y saber cuales son los beneficios de este lugar, frente a los demás balnearios. Además se ha explicado detalladamente un Plan de Marketing, donde se puede identificar los diferentes objetivos, generales y específicos, que se quiere llegar a cumplir con este proyecto y se explica de una forma concreta una gran mezcla de comunicación (cuarta c: publicidad, promoción y relaciones públicas), donde se pretende utilizar diferentes medios de comunicación para dar a conocer este punto turístico.

Finalmente, este proyecto pretende desarrollar una serie de estrategias a seguir y actuaciones a desarrollar, para poder dar a conocer y aumentar la competitividad del sector turístico de Puerto Cayo, percibiendo este producto turístico como un producto vacacional de sol y playa cuyos atributos de tranquilidad, naturaleza y ecología reposan en primera y principal

importancia en la oferta diferente y única que posibilitan su promoción y comercialización a los segmentos de mercado al que se quiere llegar, buscando de esta forma un beneficio compartido (mutuo), es decir, que la afluencia de turistas crezca y que los moradores de la parroquia disfruten de una segunda fuente de ingreso que genera el turismo.

Recomendaciones

Como recomendaciones proponemos las siguientes ideas que podrían implementarse en diferentes ámbitos:

Valorización de la Parroquia

En esta sección se exponen las recomendaciones para la valorización de la parroquia de Puerto Cayo, entendida ésta como la mejora integral de aspectos en los que ha de integrarse los moradores de Puerto Cayo.

- Campañas de Concienciación dirigidas a ciudadanos y micro-empresarios

El ciudadano de Puerto Cayo debe mentalizar de que vive en una parroquia en la que el turismo tiene un elevado peso específico respecto a la economía y al empleo que genera. Por tanto, una campaña de sensibilización hacia el turismo debe ser puesta en práctica y dirigida hacia los moradores de esta parroquia.

A su vez, el sector micro-empresarial de Puerto Cayo, debe mejorar su imagen hacia el turista, es decir que deben aceptar la condición de que sus distintos negocios ofrezcan el mejor servicio no sólo a los habitantes locales, sino a que se considere al turista como el potencial cliente demandante de los productos o servicios ofrecidos.

- **Campañas de conservación del ecosistema**

Inculcar en los moradores de la parroquia la conservación del ecosistema, mediante actividades ecológicas que ayuden no sólo a la mejora del medio ambiente sino también sea una fuente de ingresos para este balneario. Una de las actividades que se puede llevar a cabo, sería la separación de los desechos sólidos , es decir, dividir papel, vidrio y plástico en diferentes secciones.

- **Mayor concienciación municipal hacia la actividad turística**

La principal actuación prioritaria que los diversos agentes implicados en el sector turístico han propuesto, es conseguir que la Administración Local, las micro-empresas relacionadas con el sector, y en general, todos los moradores de Puerto Cayo, se identifiquen totalmente con la actividad turística, la cual en el caso de esta parroquia es una nueva forma de generar empleo y riqueza además de la pesca y agricultura.

En este sentido se trata de aumentar la satisfacción del turista y mejorar en definitiva los productos y servicios turísticos de esta parroquia.

La Municipalidad deberá participar más activamente en el desarrollo turístico de la zona mediante la adecuada gestión de los servicios públicos de Puerto Cayo como son: limpieza, seguridad, abastecimiento de agua, transporte, comunicación, etc.

Mejora de los servicios públicos

Como su propio nombre indica, este grupo de actuaciones está dirigida a la adecuación y mejora de los diferentes servicios públicos considerados como deficitarios en la parroquia de Puerto Cayo.

- Diseño de un plan específico de limpieza en la zona turística de Puerto Cayo.

Uno de los aspectos más importantes para la mejora del producto turístico en el que inciden la mayoría de los agentes implicados es la mejora de la limpieza tanto de los productos turísticos como en el entorno de los mismos. Es esencial, por tanto mejorar la percepción turística y el nivel de satisfacción de los visitantes siendo conscientes de que esta medida provocará una mayor calidad de vida a los residentes.

- Gestión ante los gremios de Transporte Inter-cantonal para la ampliación de rutas a sitios de interés turísticos

Lo que se espera mejorar en lo que se refiere a transporte público es la ruta que siguen todos los buses que llegan a esta parroquia, ya que ninguno de ellos pasa por las calles de este punto turístico, sino que solamente siguen la ruta Jipijapa-Puerto López sin adentrarse a ningún lugar de este sector. Es importante que la ruta que poseen las principales cooperativas, aporte también al conocimiento de quienes viajan en estos buses, sobre la existencia de este novedoso destino turístico, para que así puedan en otra ocasión visitarlo, o por qué no, bajarse en ese mismo instante y conocerlo, ya que producto que no se ve no se vende.

- Creación de infraestructura para abastecimiento y depuración de agua.

El problema de agua que viene padeciendo la parroquia de Puerto Cayo ha significado que la imagen de este destino turístico se haya

unido a problemas de abastecimiento de este elemento. Por lo que es indispensable que la Municipalidad tome a consideración como aspecto prioritario, mejorar la adecuada gestión de este bien.

- Mejora del alumbrado eléctrico en la zona turística

Las principales avenidas de esta parroquia están dotadas de postes de alumbrado eléctrico pero estos no se encuentran funcionando lo que ocasiona inseguridad para los moradores y los turistas que visitan este destino. Lo que se busca es una mayor preocupación de parte del Municipio en el mantenimiento y reparación de esta infraestructura eléctrica.

- Mejorar el servicio de comunicación

La reapertura y mantenimiento de la central de Pacifictel es uno de los puntos importantes para mejorar este servicio, puesto que en estos momentos se encuentra cerrada y ocasiona molestias tanto a moradores del sector como a los turistas que llegan a este balneario, ocasionando dificultades para comunicarse con familiares y amigos. El turista debe sentirse satisfecho visitando un lugar donde se preste un servicio de comunicación excelente, donde en ningún momento sienta molestias de alquilar teléfonos donde cobren precios irrisorios y que no ayuden a mejorar la imagen de Puerto Cayo.

Mejora de los productos turísticos

Estas recomendaciones buscan brindar al turista productos de calidad y que ofrezcan ventajas que otros destinos no lo hagan.



- Investigación de los mercados turísticos

El conocimiento de la demanda turística es fundamental para conseguir adecuar la estructura de la oferta de este destino turístico a las necesidades cambiantes de los turistas, sus gustos y preferencias, sus motivaciones a la hora de elegir Puerto Cayo como destino turístico, los posibles aspectos satisfactorios e insatisfactorios, las formas en las que ha conocido este destino turístico, etc.

Será por tanto labor de los organismos con responsabilidad en esta actividad (Municipio de Jipijapa , Comité Eco turístico de Puerto Cayo y Empresarios Hoteleros) implementar una realización periódica de una investigación de los mercados turísticos, tanto reales como potenciales y hacer uso de dichos resultados para brindar a los turistas un mejor nivel de satisfacción.

- Incremento de la oferta hotelera y remodelación de la planta existente

Actualmente Puerto Cayo no cuenta con ningún establecimiento hotelero de calidad (entendida ésta en su máxima categoría, o sea, Hotel de cinco estrellas), lo cual frente a su mayor competencia, es una desventaja que hay que tratar de subsanar. Por ello, esta actuación es una recomendación a los empresarios turísticos para que inviertan en alojamientos turísticos y puedan brindar un mejor lugar donde los turistas puedan disfrutar de comodidad. Es importante que mejoren los establecimientos turísticos ya existentes, de tal forma que haya suficiente capacidad para aquellos turistas que visitan este destino turístico en temporada alta donde se nota más la falta de hospedajes. (Enero a Mayo).



- Creación de oferta turística – cultural complementaria.

Otro de los productos importantes dentro de un destino turístico es la oferta complementaria. Aunque la parroquia de Puerto Cayo cuenta con diversas actividades culturales en las que el turista puede disfrutar y sobre todo aprender sobre la comunidad, es necesario que los empresarios inviertan en una oferta complementaria variada (discotecas, cafés, museos, etc), en el cual cubran la mayor parte de las exigencias de cada turista y que a su vez se beneficie también la población local.

- Implantación de un plan de calidad en los servicios turísticos

La calidad del servicio ofrecido es otro de los aspectos considerados como fundamentales para el futuro desarrollo turístico de Puerto Cayo. Por tanto, es muy importante que los empresarios del sector aúnen esfuerzos en la mejora de la calidad de sus servicios, de tal manera que los turistas sientan que sus expectativas van de la mano, o mejor aún que no superen lo que ellos puedan percibir.

- Mejora en la cualificación profesional

Unido al aumento de la calidad de los establecimientos turísticos de Puerto Cayo, es conveniente añadir que éste puede verse ayudado con la conveniente cualificación profesional del personal empleado. Por tanto, la organización de cursos y seminarios dirigidos a los profesionales del sector, además de la adopción de una formación continua y específica dentro de cada una de las categorías profesionales, son las fórmulas que se han de adoptar para conseguir una mejora en el servicio y consecuentemente, una mayor satisfacción en las expectativas del cliente.

- Embellecimiento de la zona turística y sus alrededores

Con el objetivo global de la mejora de la calidad en los productos turísticos que ofrece Puerto Cayo, se ha llegado a la conclusión de que es necesario desarrollar un concreto Plan de Embellecimiento, un Plan que en base a pequeñas actuaciones mejore significativamente la imagen de los espacios turísticos en los que se desenvuelven los visitantes nacionales y extranjeros que llegan a este punto turístico.

Para ello es necesario la concienciación de la administración local con respecto a la actividad turística, sería necesario promover e incidir en la restauración de edificios en mal estado, ornamentación de calles y plazas, mejora sobre el medio ambiente, etc.

- Lugares de información estratégicos

Es esencial el crear sitios donde se ofrezca información referente a esta parroquia y a los productos turísticos que posee en lugares donde existan turistas en busca de nuevos destinos. Uno de los lugares estratégicos sería la terminal de Jipijapa puesto que ahí llegan tanto turistas nacionales como extranjeros provenientes de Guayaquil, Manta, Portoviejo. Otro sitio donde se podría colocar estos centros de información sería la terminal de Libertad para todos aquellos turistas que recorren la Ruta del Sol y que piensan que en Puerto López esta ruta termina sin pensar que todavía existe un lugar nuevo que explorar. Es prioritario también que exista una oficina de éstas en la entrada a Puerto Cayo porque muchas veces los moradores no pueden dar la información que el visitante requiere y se van de largo.

Impulso público al desarrollo turístico

- Reinversión de los ingresos públicos

Una de las maneras más significativas para el desarrollo del sector turístico es que la mayor parte de los ingresos, que la administración pública ingresa por el sector turístico se reinvierta en el mismo, a través de infraestructura pública relacionada con el sector o subvenciones a empresas turísticas que signifiquen un aumento de la competitividad turística de este sector.

- Subvención a PYMES

Por último, hemos de hacer referencias a los distintos incentivos públicos para el desarrollo turístico. En este sentido, se trata de instar a las distintas administraciones competentes en la importancia de dichas ayudas, para estimular la inversión privada en negocios turísticos, por lo que éstas deberían ser, más numerosas y con una mayor cuantía, para de esta manera solucionar el problema de falta de financiación en los proyectos empresariales.

BIBLIOGRAFÍA

Philip Kotler, John Bowen, James Makens, *Mercadotecnia para hotelería y turismo.*

(Primera Edición)

Miguel Angel Acerenza, *Promoción Turística, Cámara de Turismo de la Provincia del Guayas.*

(Quinta Edición)

Christopher H. Lobelock, *Mercadotecnia de Servicios.*

(Tercera edición)

J. Thomas Russell, W. Ronald Lane, *Klepner Publicidad .*

(Décimo cuarta edición)

Muñoz , Oñate Fernando, *Marketing Turístico.*

Charles T. Horngren, George Foster, Srikant M. Datar, *Contabilidad de Costos.*

(Octava Edición)

Diario El Universo

Escuela de Turismo Universidad Alicante

<http://www.ua.es/escuela.turismo>

Plan de Marketing Turístico de Chile

www.marketingturistico.cl

ANEXOS

ANEXO 1

Preguntas para las entrevistas

Antecedentes

- 1) Alguna vez se ha realizado un plan de desarrollo para Puerto Cayo?
- 2) Considera usted importante un plan que de a conocer todo lo que ofrece Puerto Cayo? Por qué?

Datos generales de Puerto Cayo

- 1) Hace cuánto tiempo existe Puerto Cayo?
- 2) A qué se debe el nombre de Puerto Cayo?
- 3) Cuáles son las vías de acceso para Puerto Cayo?
- 4) Aproximadamente cuál es la población de Puerto Cayo?
- 5) Cuales son las fechas importantes para Puerto Cayo?
- 6) Con respecto a la educación, el nivel de instrucción académica en Puerto Cayo como se divide? Con cuántos establecimientos educativos cuenta?
- 7) En los últimos 10 años en cuánto ha crecido el turismo?

Infraestructura de Abastecimiento de agua

- 1) Cuáles son la fuentes principales de abastecimiento de agua?
- 2) El nivel de abastecimiento de agua resulta suficiente para cada hogar/ establecimiento de Puerto Cayo?

Redes de comunicación

- 1) Con qué tipo de redes de comunicación cuenta Puerto Cayo?(terrestre, marítimo, aéreo, etc.). Nombrar las principales cooperativas que llegan a Puerto Cayo.

- 2) Las vías de acceso a Pto. Cayo y las carreteras del mismo en qué condiciones se encuentran?
- 3) Necesitan estas vías alguna mejora y de qué manera se haría?
- 4) En cuánto a los medios de comunicación, con qué tipo de medios cuenta Pto. Cayo y se encuentran a gusto con ellos? (TV, radio y prensa).
- 5) Respecto a la telefonía , el servicio que se brinda los satisface?
- 6) Existe en la zona la existencia de otro tipo de medios de comunicación como celulares e Internet? Si no existe, cree conveniente que este servicio se brinde a este Puerto y por qué?

Análisis de la oferta de alojamientos según su tipología

- 1) Qué tipo de alojamientos tiene Puerto Cayo? Y cuántos establecimientos de cada tipo existen?
- 2) El número de establecimientos de alojamiento con los que cuenta Pto. Cayo es suficiente para el número de turistas que llegan a este sector? Si/No Por qué?
- 3) Qué servicio adicional y diferencial ofrecen estos establecimientos de alojamiento? Por Ej.: guías turísticos.
- 4) Estos establecimientos brindan al turista las comodidades que requiere? Si/No Por qué?
- 5) En los últimos 10 años, en cuánto ha aumentado la oferta de cada tipo de establecimientos de alojamiento?
- 6) Los hoteles con los que cuenta Pto. Cayo en que categoría se dividen? (3,4,5 estrellas)
- 7) En este sector existe la categoría de apartamentos turísticos? Desde cuando se cuenta con estos apartamentos y cree que esta modalidad aporta en el desarrollo turístico de este sector?

Expectativas de evolución de la oferta actual

- 1) Actualmente cuáles son los proyectos que se prevé que se ejecutarán en Puerto Cayo y cuándo sería la ejecución y el presupuesto de los mismos?

- 2) Tienen planeado algún proyecto relacionado con el ecoturismo? Si/No Por qué?

Análisis de los recursos naturales y ambientales

- 1) Qué actividades realizan para proteger sus playas, paisajes, y todo el ecosistema con el que cuentan?
- 2) Qué especies de animales podemos encontrar en este sector?
- 3) Qué normas se han impuesto para la protección del medio ambiente en este sector?

Análisis de los recursos culturales

- 1) Con qué recursos culturales cuenta esta zona? (Iglesia mas antigua, parques, teatros, edificaciones importantes, monumentos, etc) Por qué piensa usted que es importante conservarlos?
- 2) En Puerto Cayo, cuál es la característica cultural propia que se destaca? Por Ej. en cuanto a gastronomía y folklore.
- 3)Cuál es el principal producto autóctono que se comercializa en Puerto Cayo y a sus afueras?

Equipamientos recreativos y de ocio

- 1) Con cuántos restaurantes cuenta Puerto Cayo? Y qué clase de restaurantes son?
- 2) Que tipo de actividades deportivas se realiza en Puerto Cayo? Este sector cuenta con alguna instalación deportiva?
- 3) Qué tipo de actividades culturales se ofrecen a los turistas? Por Ej. visitas a museos.

Situación de los mercados hacia Puerto Cayo

- 1) De qué nacionalidad son los turistas extranjeros que visitan Puerto Cayo y cuáles son los que predominan? Y en cuánto a los ecuatorianos, de cuáles ciudades provienen los turistas que más visitan este sector?

Diagnóstico de la situación

- 1) Cuáles considera usted que serían las debilidades de Puerto Cayo entendidas estas como los aspectos negativos y desfavorables en la actualidad en lo que respecta al turismo?
- 2) Cuáles considera usted que serían las amenazas de Puerto Cayo entendidas estas como las posibles debilidades futuras?
- 3) Cuáles son las fortalezas y oportunidades de Puerto Cayo?
- 4) Qué actividades realizan para recaudar dinero para la mejora de Pto.Cayo?
- 5) Cuánto dinero se destina para Pto.Cayo?
- 6) Misión, Visión, objetivos (generales y específicos: C,M,L plazo) para P. Cayo?

Comercialización y Promoción

- 1) Qué tipo de canales de comercialización se utilizan para fomentar el turismo en este sector? (folletos, guías turísticas, publicidad)
- 2) Cuán importa usted cree que es el uso de las mismas?

Análisis de los competidores

- 1) Cuáles considera usted que serían los principales competidores nacionales, frente a este destino turístico?
- 2) Qué ventajas ofrecen éstos competidores?
- 3) Qué inconvenientes muestran estos competidores nacionales?

Estrategia para mejorar Puerto Cayo

- 1) Cuáles considera usted que serían las estrategias que se deben tomar para la mejora de Puerto Cayo? Por qué? En cuánto a :
 - a) Cualificación de los Recursos Humanos
 - b) Información y Señalización turística
 - c) Promoción

ANEXO 2

Encuesta a Residentes

Nombre:	Edad:	Nacionalidad:
Ocupación:	Sexo: F <input type="checkbox"/> M <input type="checkbox"/>	Origen:

1) Desde hace cuánto tiempo usted reside en Puerto Cayo?

Menos de 1 año _____
De 1 año a 3 años _____
Más de 3 años _____

2) En que tipo de residencia usted habita?

Propia Alquilada

3) Si usted alquila, que lo motivo a tener su residencia en este Puerto?

Familia _____
Trabajo / Estudio _____
Clima _____

4) Cuántas personas habitan en su hogar?

De 1 a 3 personas _____
De 3 a 6 personas _____
Más de 6 personas _____

5) Le agrada su estancia en Puerto Cayo? Por qué?

Si No

Clima _____ Medios de Comunicación _____
Infraestructura _____ Medios de Transporte _____
Ornato del Pueblo _____ Servicios Básicos _____

6) Qué opina de los siguientes servicios que ofrece Puerto Cayo?

Servicios	Excelente	Muy Bueno	Bueno	Regular	Malo
Medios de Comunicación					
Medios de Transporte					
Servicios Básicos (Agua , Luz)					
Ornato del pueblo					

7) Usted considera que los servicios que ofrece Puerto Cayo son económicos y accesibles?

Si No

8) Qué recomendaciones usted daría para la mejora de Puerto Cayo?

Seminarios para mejorar el pueblo _____
Capacitación a los Residentes _____
Aumento o mejora de escuelas /colegios _____
Mejora del ornato del pueblo _____
Mejora de Servicios Básicos _____
Mejora de Medios de Transporte _____
Mejora de Medios de Comunicación _____
Promoción de Pto. Cayo _____

9) Cuáles considera usted que serian las principales playas competidoras para Pto. Cayo?

Salinas _____	Manta _____	Atacames _____
Ballenita _____	Bahía de Caráquez _____	Muisne _____
Montañita _____	Canoa _____	Sua _____
Punta Blanca _____	Cojimies _____	
Ayangue _____	Pedernales _____	
Olón _____	Jambelí _____	
Pto. López _____		

Playas colombianas _____

Playas Peruanas _____

10) Usted recomendaría este destino turístico? Por qué?

Si No

Gastronomía (mariscos) _____
Hospitalidad _____
Recursos Naturales _____
(clima, playa, paisaje)
Variedad de Activ. Culturales y de Diversión _____
Infraestructura _____



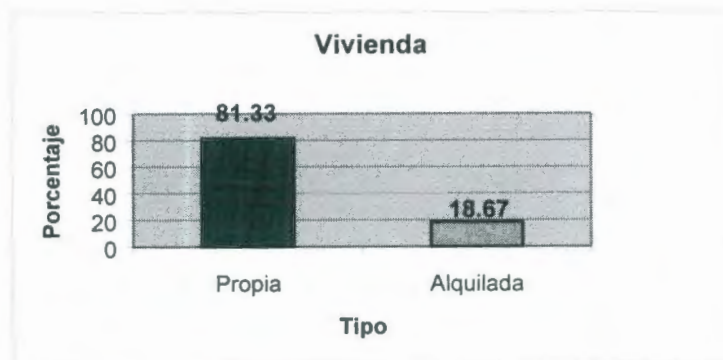
ANEXO 3

Cuadros Estadísticos del Análisis del Recurso Humano de Puerto Cayo

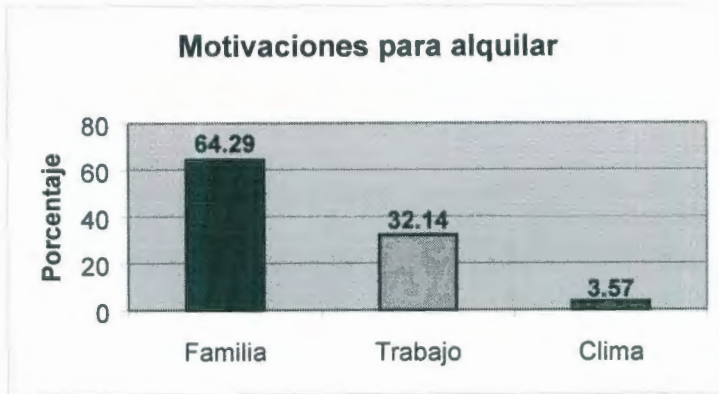
1) Desde hace cuánto tiempo usted reside en Puerto Cayo?



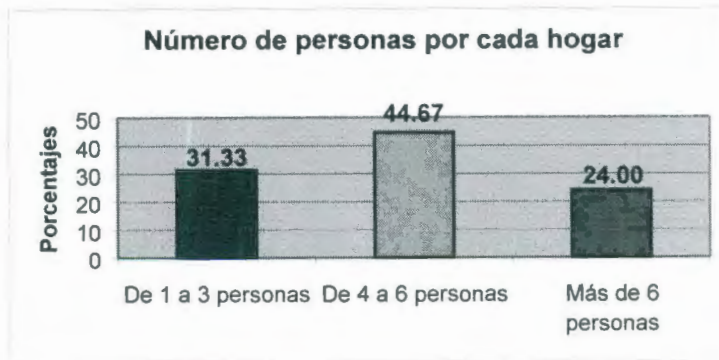
2) En que tipo de residencia usted habita?



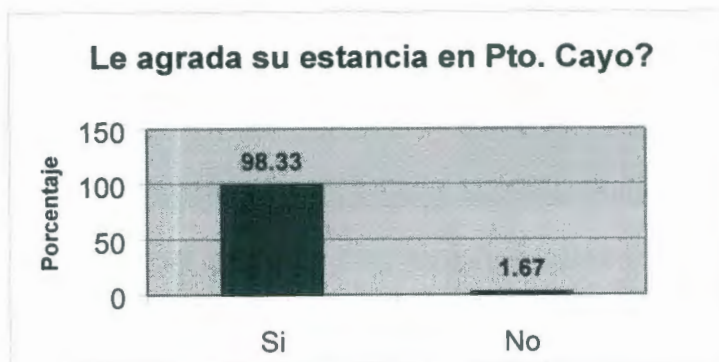
3) Si usted alquila, que lo motivo a tener su residencia en este Puerto?



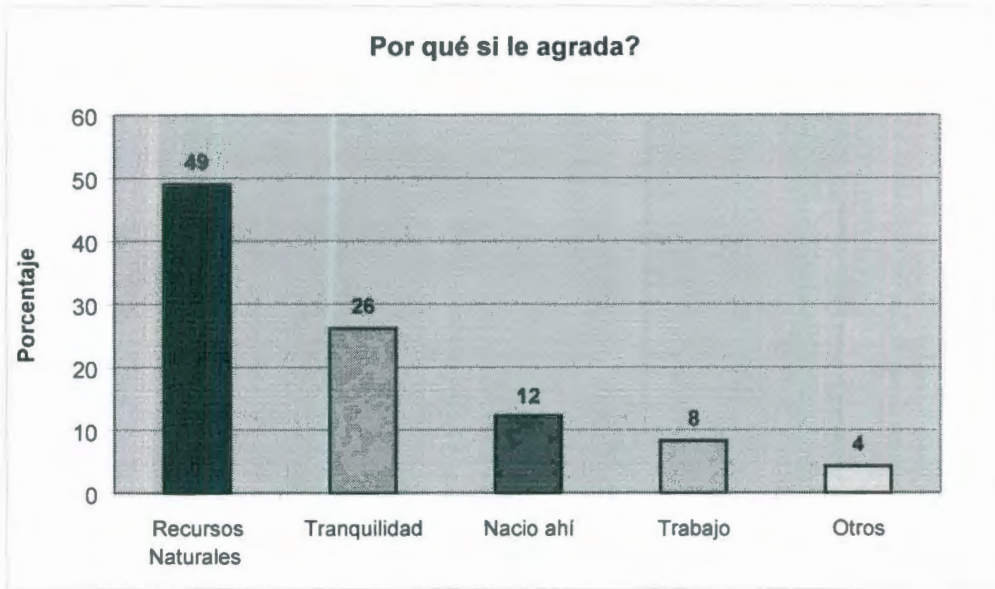
4) Cuántas personas habitan en su hogar?



5) Le agrada su estancia en Puerto Cayo? Por qué?



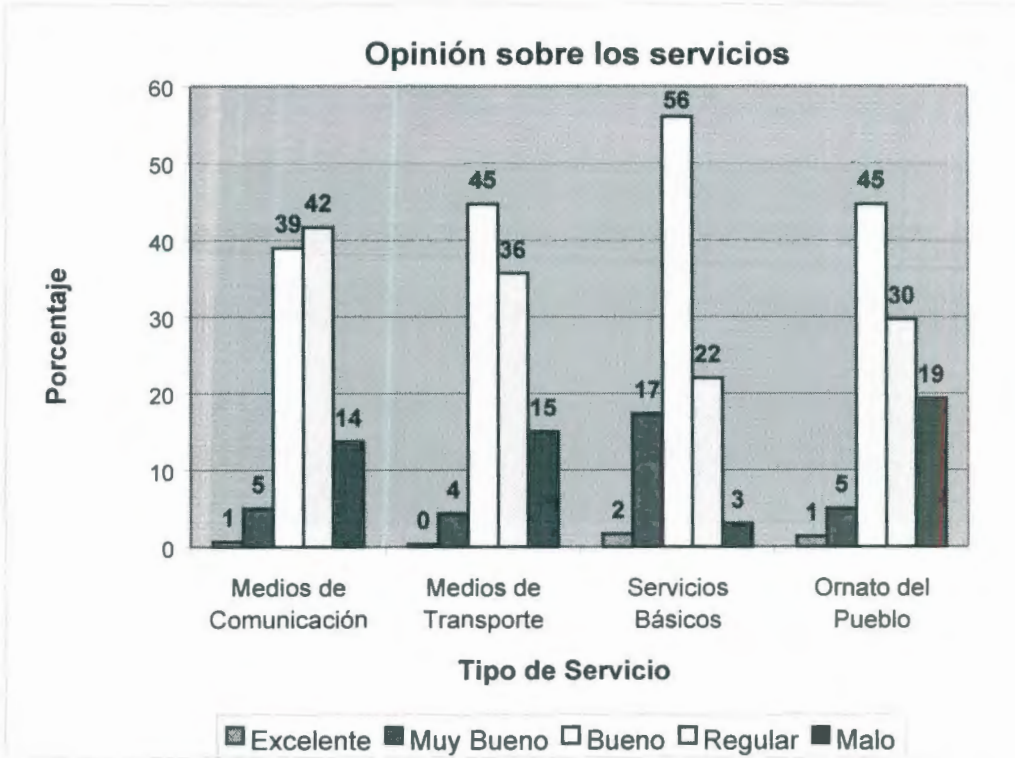
6) Por qué si le agrada su estancia en Puerto Cayo?



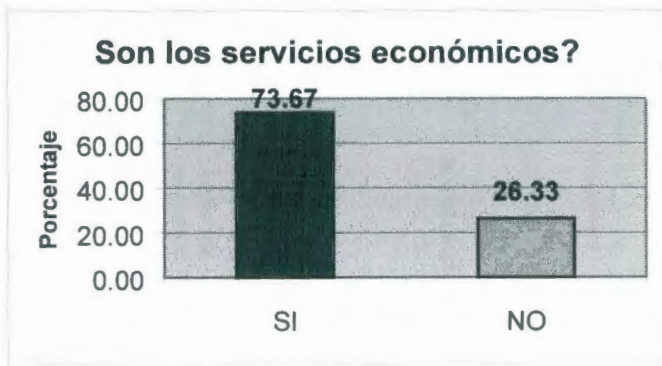
7) Por qué no le agrada su estancia en Puerto Cayo?



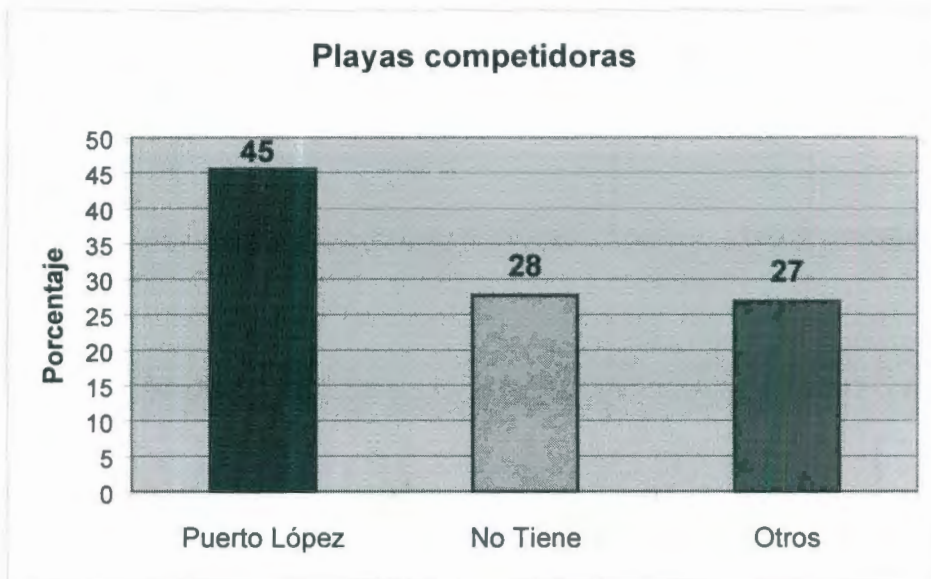
8) Qué opina de los siguientes servicios que ofrece Puerto Cayo?



9) Usted considera que los servicios que ofrece Puerto Cayo son económicos y accesibles?



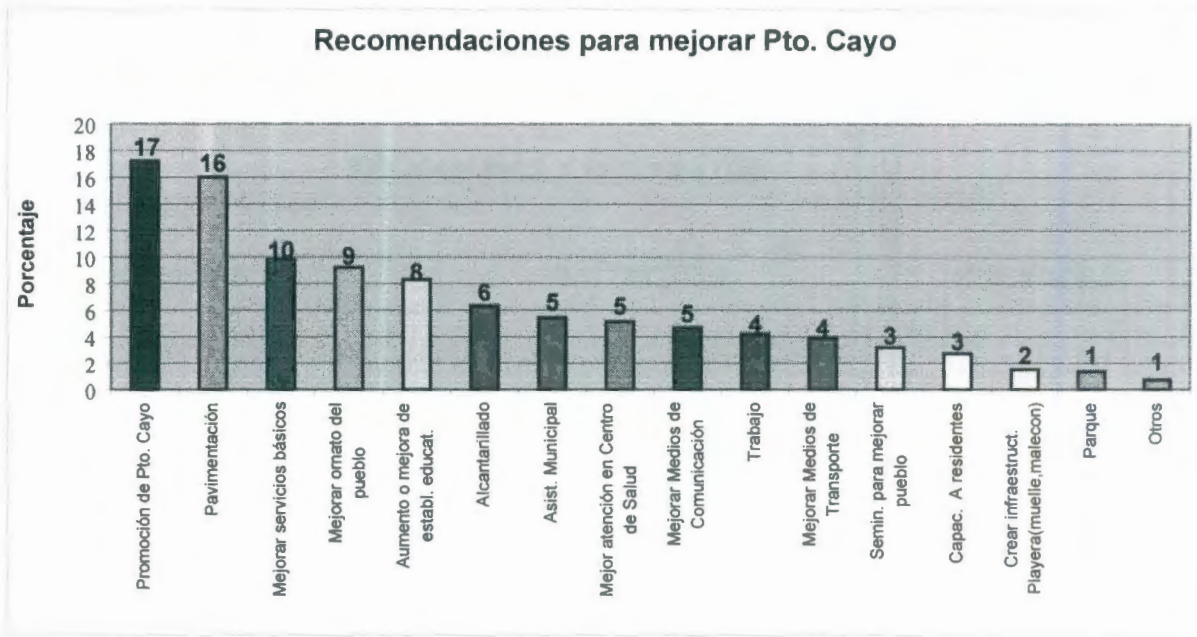
10) Cuáles considera usted que serian las principales playas competidoras para Puerto Cayo?



11) Por qué usted recomendaría este destino turístico?



12) Qué recomendaciones usted daría para la mejora de Puerto Cayo?



ANEXO 4

Proyectos futuros en diferentes sectores

SALUD

PROGRAMAS Y PROYECTOS

PROGRAMAS	PROYECTOS	PRIORIDAD
FAMILIAS SALUDABLES	Proyecto en Salud preventiva Familiar.	1
	Proyecto de adecuamiento y construcción de unidades de salud con equipamiento.	5
	Proyecto de prevención y control de enfermedades infectocontagiosas.	3
	Proyecto de formación de Promotores(as) Comunitarios de salud.	2
"SALUD PARA TODOS"	Proyecto de Formación de Centros de Información y documentación de salud.	3
	Proyecto de adquisición e implementación de una clínica móvil .	6
	Proyecto de rescate de la medicina natural	3
	Proyecto de Letrinización y capacitación en educación para la salud	4

EDUCACIÓN

PROGRAMAS Y PROYECTOS

PROGRAMAS	PROYECTOS	PRIORIDAD
"EDUCACIÓN COMPROMISO DE TODOS"	NIÑAS SANOS: -Control de peso y talla. Escolar. -Atención dental estudiantil. -Huertos escolares. -Agua segura en locales educativos. -Previniendo enfermedades. -Desparasitación y micro nutrientes.	1
	CUERPO Y SEXUALIDAD -Educación Sexual y Reproductiva. -Salud Mental y Afectiva	2
RESCATANDO NUESTRA IDENTIDAD	MEJORANDO NUESTRA ESCUELA -Construcciones: de aulas y/o adecuación, viviendas para el docente, agua segura, baterías sanitarias, comedores, cerramientos escolares, canchas deportivas. -Dotación de: bibliotecas con equipamientos escolares -Áreas verdes y recreativas.	3
	EDUCACIÓN Y FAMILIA -Reactivación del programa Escuela para padres. -Integración familiar y comunitaria. -Huertos familiares.	3
ALFABETIZANDO HACIA UN NUEVO HORIZONTE.	ESTIMULOS EDUCATIVOS -Implementación de becas Educativas. para estudiantes. y docentes.	5
	CAPACITACIÓN Y DESARROLLO -Derechos de los niños / as, maltrato escolar, pedagogía, equidad de genero, gobiernos estudiantiles. -Drogadicción, alcoholismo, tabaquismo y liderazgo -Organización y desarrollo	3
	"Jipijapa fortalece su Identidad y su Cultura" (rescate de la tradición oral).	4
	ALFABETIZACIÓN "Quiero leer y escribir como tú".	1

SOCIAL

PROGRAMAS Y PROYECTOS

PROGRAMAS	PROYECTOS	PRIORIDAD
"FORJANDO NUESTRO FUTURO"	Proyecto de Formación y Capacitación de Líderes y Lideresas	3
	Mujer y Desarrollo Centro de Formación y Desarrollo Integral de Jóvenes	1
	Creación de una oficina de los niños Trabajadores	3
	Comisaría de la Mujer y la Familia	1
	Departamento de la Mujer y la Familia	2



PRODUCCIÓN - COMERCIALIZACIÓN

PROGRAMAS Y PROYECTOS

PROGRAMAS	PROYECTOS	PRIORIDAD
"SEMBRANDO EL FUTURO"	Capacitación en granjas integrales y micro empresas agropecuarias"	2
	Proyecto Artesanal.	1
	Rescate del Café Típico Criollo con Técnicas Sustentables.	3
	Rescatar las Especies Endémicas en Posible Extinción	4
	Proyecto Hídrico Sustentable	2
	Implementación de un centro de acopio.	3



TURISMO
PROGRAMAS Y PROYECTOS

PROGRAMAS	PROYECTOS	PRIORIDAD
"SEBRANDO EL FUTURO TURÍSTICO DEL CANTÓN JIPIJAPA" JIPIJAPA TURÍSTICO Y ATRACTIVO	Avistamiento de las" Ballenas Jorobadas."	3
	Infraestructura Turística	2
	"Creaciones de almacenes artesanales"	1
	Parques Ecológicos	2
	Pto. Cayo turístico, pesquero y artesanal"	2
	Capacitación a los guías y servidores turísticos.	3
	"Bahía protegida".	3
	"RUTA DEL CAFÉ".	2
	"Preservación De Las Especies Existentes"	4

AMBIENTE

PROGRAMAS Y PROYECTOS

PROGRAMAS	PROYECTOS	PRIORIDAD
CUIDANDO LA VIDA!!	Capacitación comunitaria en el manejo de desechos sólidos	1
	Áreas protegidas	3
	Zonas de riesgo	1
	Plan de manejo sostenible y sustentable de los recursos naturales.	2
	Rescate de la micro cuenca río jipijapa	3
	Reforestación y rescate del mangle.	4
	Explotación racional de materiales pétreos.	5



INFRAESTRUCTURA
PROGRAMAS Y PROYECTOS

PROGRAMAS	PROYECTOS	PRIORIDAD
INFRAESTRUCTURA PRIORIDAD SOCIAL	Agua Segura y Permanente	1
	Caminos funcionales e integradores	3
	Saneamiento Urbano y Rural por una vida saludable	2
	Juntos por una vivienda digna	1
	Mejoramiento y Adecuación del Equipamiento Urbano	4

ANEXO 5

Encuesta a los turistas

Nombre:	Edad:	Nacionalidad:
Ocupación:	Sexo: F <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> M	Origen:

1) Cuántas veces ha visitado Puerto Cayo?

De 1 a 3 veces _____
De 4 a 10 veces _____
Más de 10 veces _____

2) Cuáles son sus motivaciones para visitar este Puerto?

Conocer la playa específicamente _____ Visita a familiares o a amigos _____
Existencia de Propiedad inmobiliaria _____ Trabajo /Estudio _____
Salud _____ Diversión _____ Por recorrer la Ruta del Sol/Pacífico _____

3) Qué ruta siguió para llegar a Puerto Cayo?

Por Jipijapa _____ Por Manta _____ Por la Ruta del Sol _____

4) Cómo llegó a conocer Puerto Cayo?

Experiencia Propia Recomendaciones de familiares / amigos
Agencias de Viajes

5) En qué tipo de alojamiento usted se hospeda cuando visita Puerto Cayo?

Hotel Hostería Cabaña
Hostal Apartamentos Turísticos

6) Cuánto tiempo aproximadamente es su estadía en Puerto Cayo?

De 1 a 3 días Una Semana Más de una Semana

7) Cuánto dinero está dispuesto a gastar diariamente en su visita a Pto. Cayo? En servicios de : Hospedaje, comida y diversión.

Menos de \$30 De \$30 a \$50 Más de \$50

8) Cuánto dinero gasta diariamente cuando visita Puerto Cayo? (incluye hospedaje, comida y diversión)

Menos de \$30 De \$30 a \$50 Más de \$50

9) Qué medio de transporte usted utiliza para llegar a Puerto Cayo?

Vehículo propio _____ Transporte Público _____

10) Qué actividades realiza en su estadía en Puerto Cayo?

Deportes _____

Diversión _____

Actividades Culturales _____

Otros _____



11) Por qué le agrada su estancia en Puerto Cayo?

Clima _____ Sus habitantes _____ Deportes _____

Playa _____ Gastronomía _____

Actividades a realizar _____ No me agrada _____

12) Qué opina de los siguientes servicios que ofrece Puerto Cayo?

Malo	Excelente	Muy Bueno	Bueno	Regular
Alojamiento				
Restaurantes /Bares /Cafés				
Medios de Comunicación				
Medios de Transporte				
Servicios Básicos (Agua , Luz)				
Ornato del pueblo				

13) Qué recomendaciones usted daría para la mejora de Puerto Cayo?

Seminarios para mejorar el pueblo _____

Capacitación a los Residentes _____

Aumento o mejora de escuelas /colegio _____

Mejora del ornato del pueblo _____

Mejora de Servicios Básicos _____

Mejora de Medios de Transporte _____

Mejora de Medios de Comunicación _____

Promoción de Pto. Cayo _____

14) Cuáles considera usted que serian las principales playas competidoras para Pto. Cayo?

Salinas _____	Manta _____	Atacames _____
Ballenita _____	Bahía de Caráquez _____	Muisne _____
Montañita _____	Canoa _____	Sua _____
Punta Blanca _____	Cojimies _____	
Ayangue _____	Pedernales _____	
Olón _____	Jambelí _____	
Pto. López _____		

Playas Colombianas _____

Playas Peruanas _____

15) Usted recomendaría este destino turístico? Por qué?

Si No

Gastronomía (mariscos) _____

Hospitalidad _____

Recursos Naturales _____

(clima, playa, paisaje)

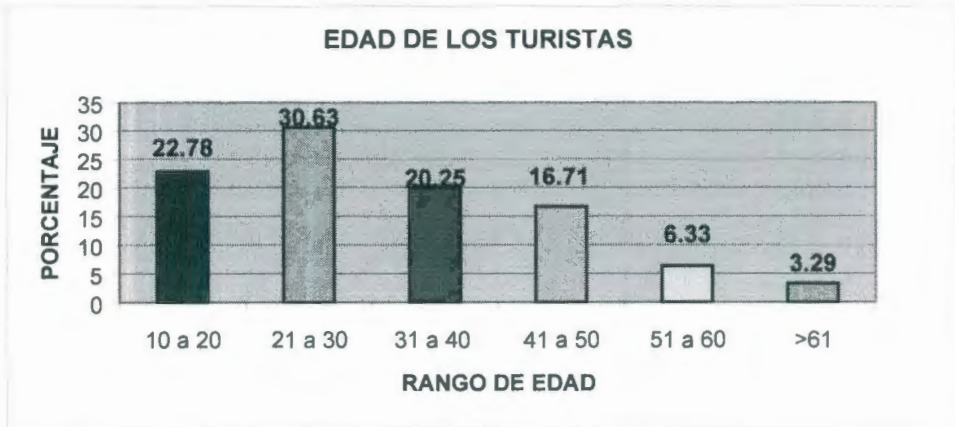
Variedad de Activ. Culturales y de Diversión _____

Infraestructura _____

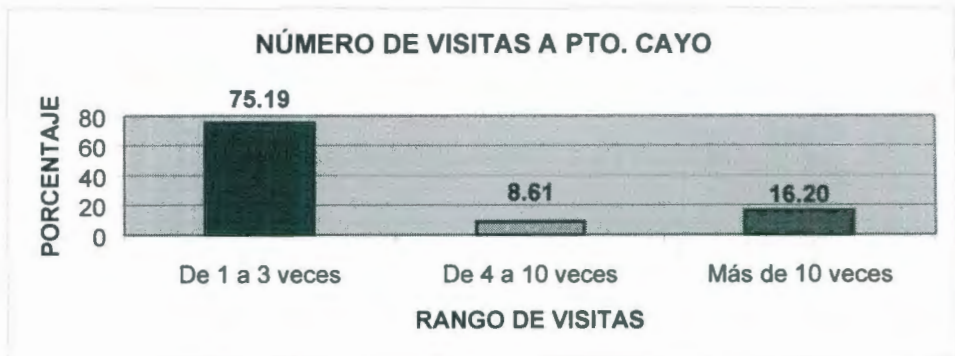
ANEXO 6

Cuadros Estadísticos del Análisis a los turistas

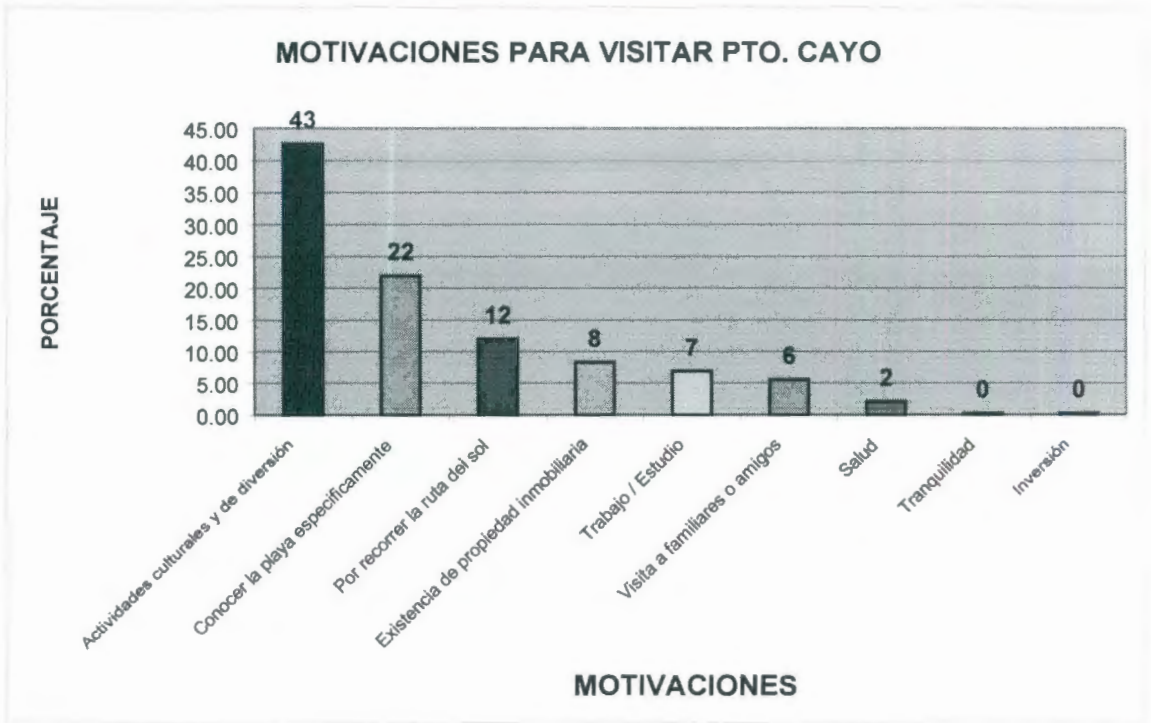
Edad de los turistas



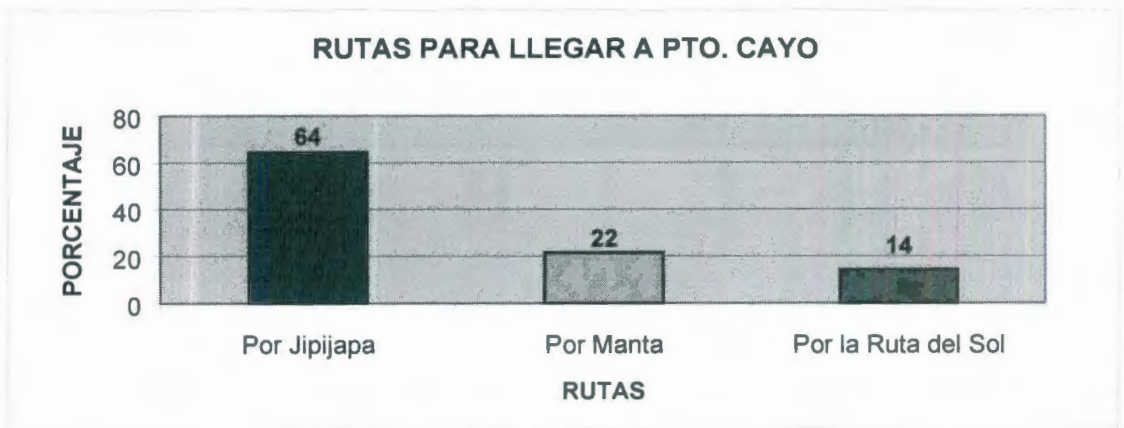
1) Cuántas veces ha visitado Puerto Cayo?



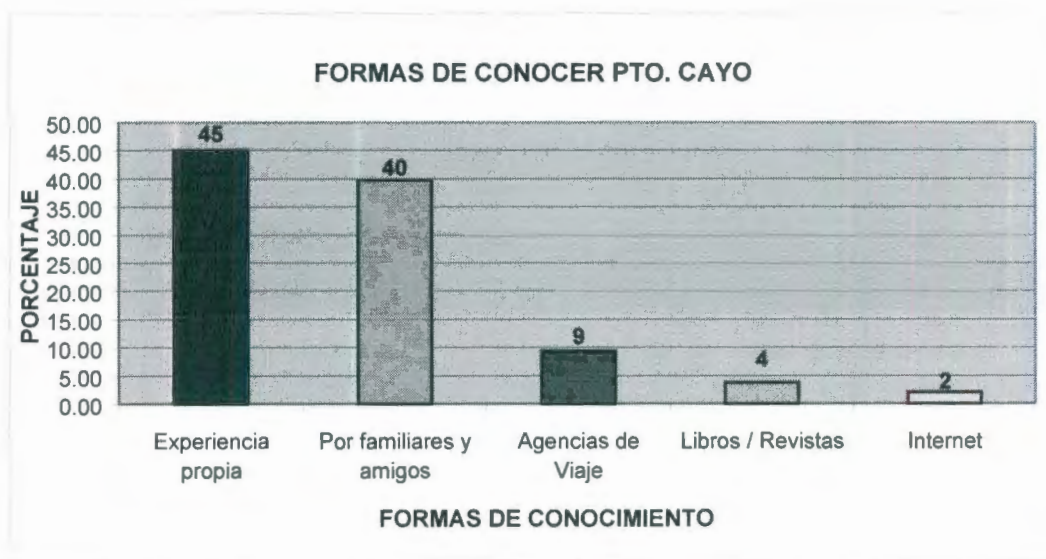
2) Cuáles son sus motivaciones para visitar este Puerto?



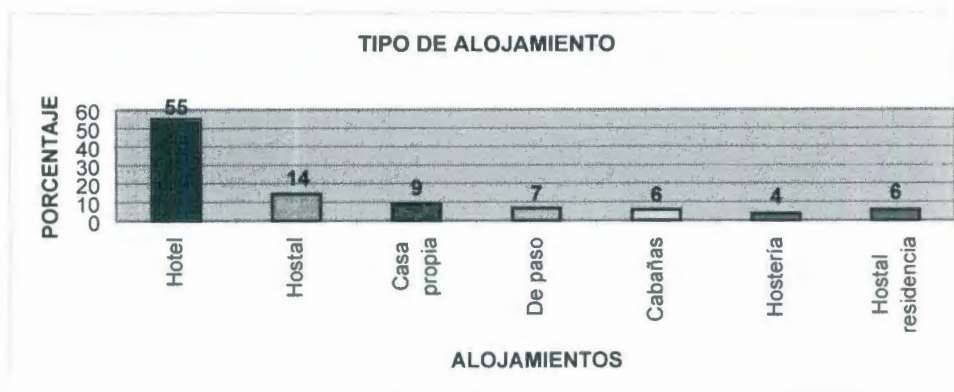
3) Qué ruta siguió para llegar a Puerto Cayo?



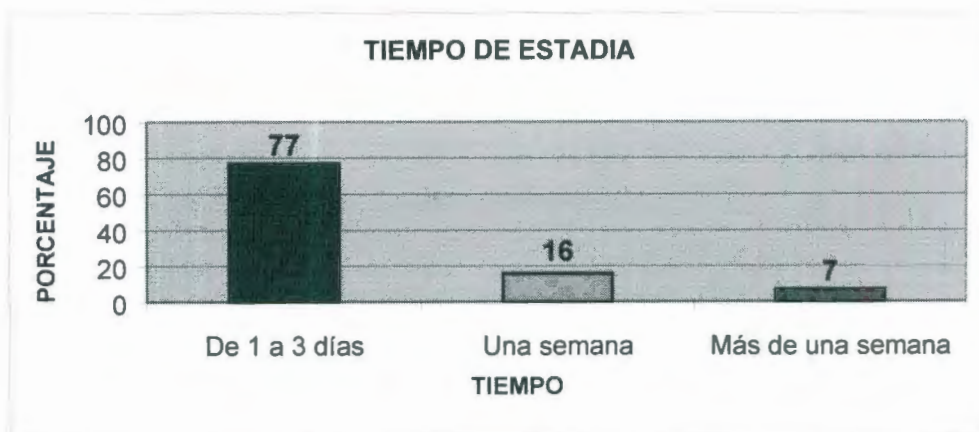
4) Cómo llegó a conocer Puerto Cayo?



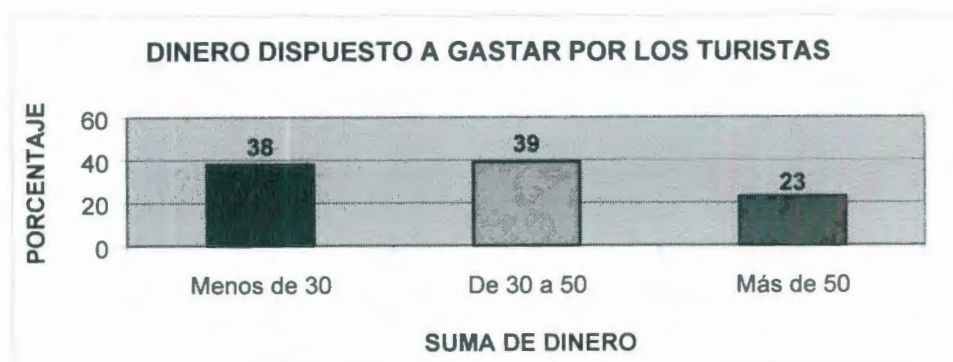
5) En qué tipo de alojamiento usted se hospeda cuando visita Puerto Cayo?



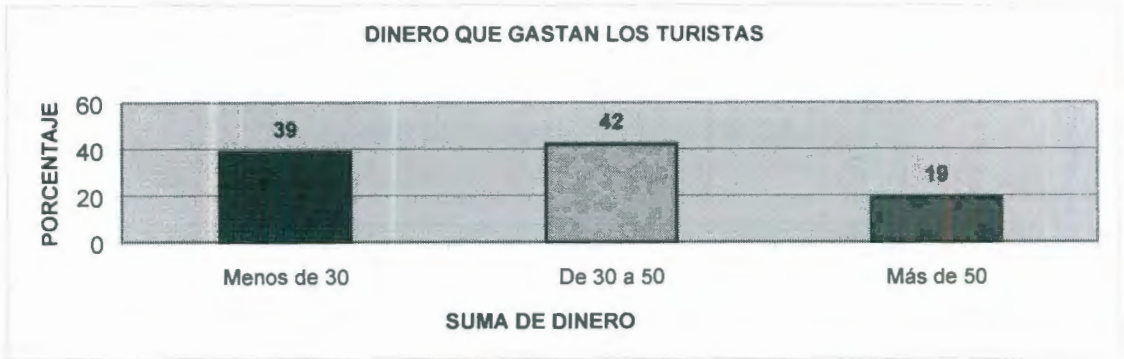
6) Cuánto tiempo aproximadamente es su estadía en Puerto Cayo?



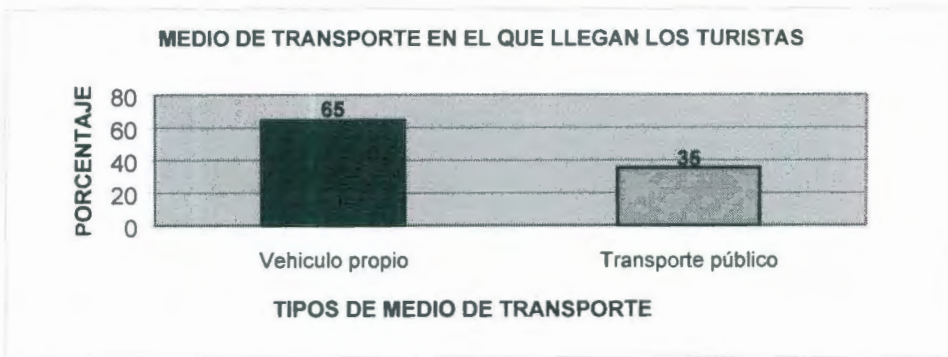
7) Cuánto dinero está dispuesto a gastar diariamente en su visita a Pto. Cayo? En servicios de : Hospedaje, comida y diversión.



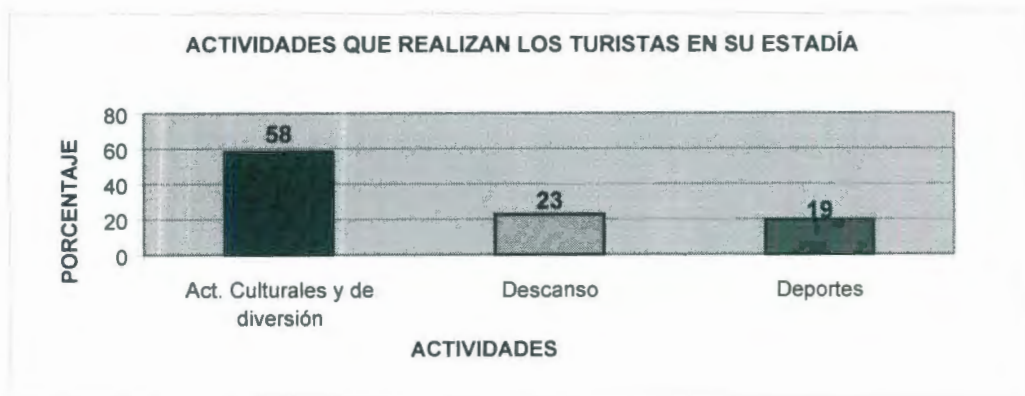
8) **Cuánto dinero gasta diariamente cuando visita Puerto Cayo? (incluye hospedaje, comida y diversión)**



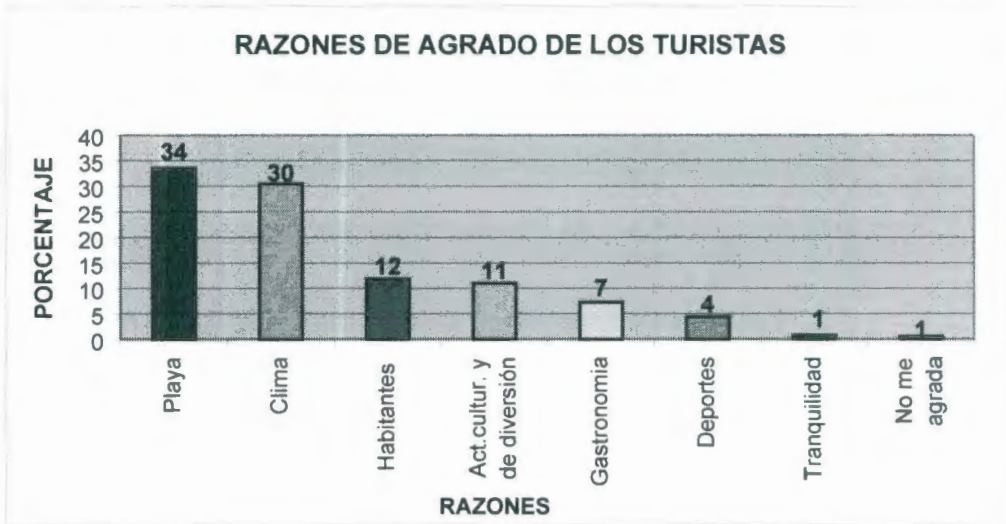
9) **Qué medio de transporte usted utiliza para llegar a Puerto Cayo?**



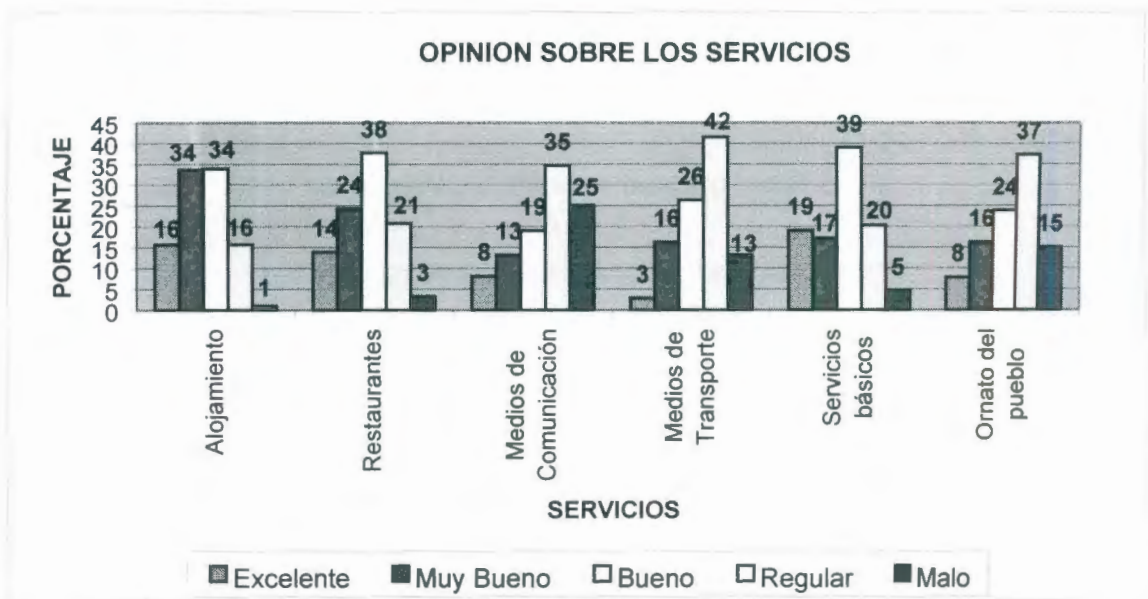
10) **Qué actividades realiza en su estadía en Puerto Cayo?**



11) Por qué le agrada su estancia en Puerto Cayo?



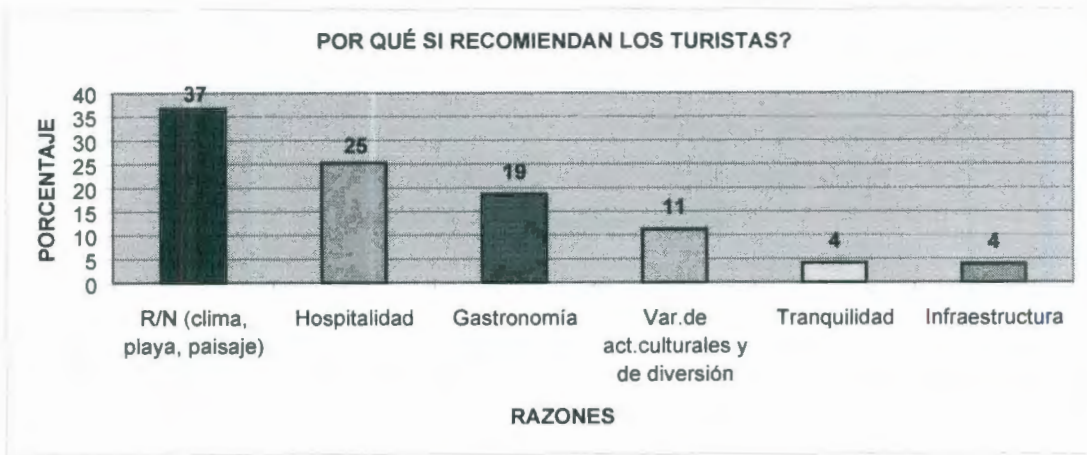
12) Qué opina de los siguientes servicios que ofrece Puerto Cayo?



13) Usted recomendaría este destino turístico?



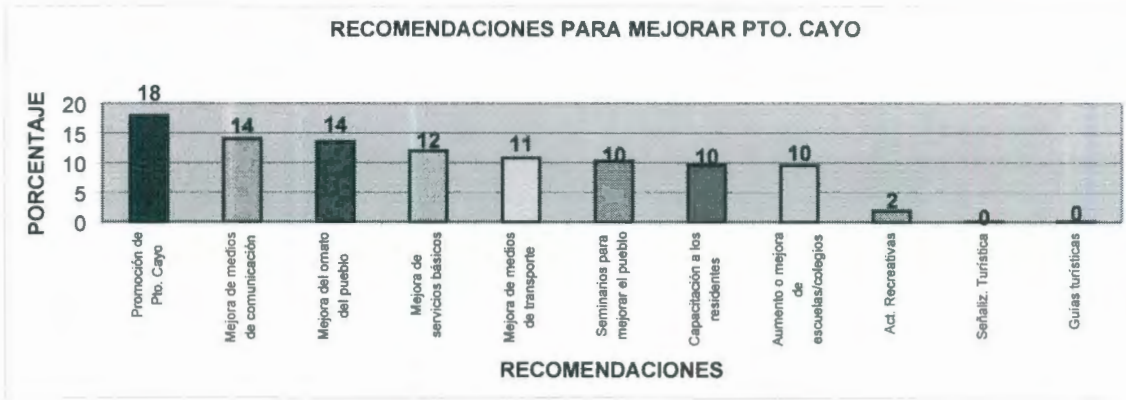
14) Por qué usted si recomendaría este destino turístico?



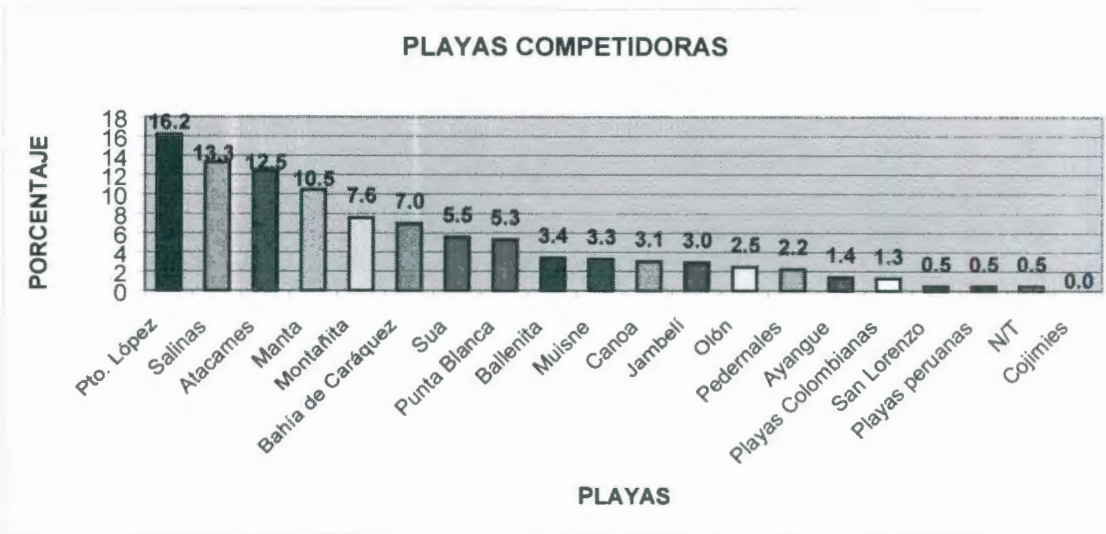
15) Por qué usted no recomendaría este destino turístico?



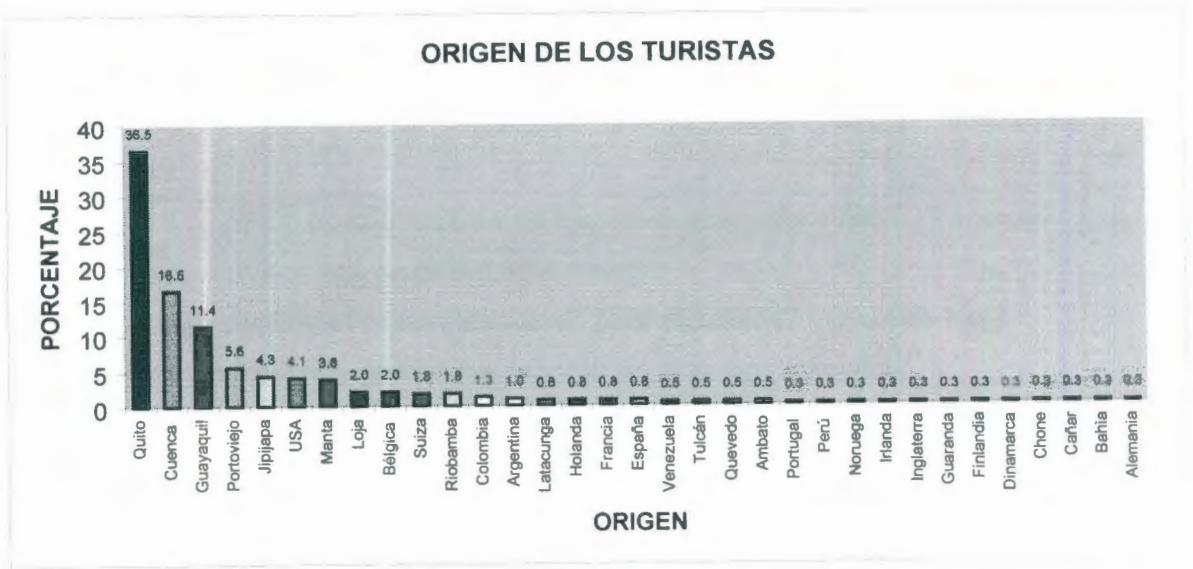
16) Qué recomendaciones usted daría para la mejora de Puerto Cayo?



17) Cuáles considera usted que serian las principales playas competidoras para Puerto Cayo?



Nacionalidad de los turistas



ANEXO 7

Preguntas para el diagnóstico de la situación de cada uno de los sectores de Puerto Cayo

SECTOR EDUCACIÓN

1. ¿Con cuántas instituciones educativas cuenta Puerto Cayo?. Particulares y Fiscales.
2. ¿Cuántos alumnos aproximadamente hay en el colegio/escuela? ¿Por aula?
3. ¿Qué especializaciones se dictan en el colegio?
4. ¿Cómo está dividido el colegio/escuela? ¿Por paralelos? ¿Cuántos hay?
5. ¿Cuántos profesores y profesoras laboran en el colegio/escuela?
6. ¿Estimulan o capacitan a los alumnos para que sigan una profesión después de que acabe el colegio?
7. ¿Es particular el colegio?
8. ¿Se realizan actividades para recaudar fondos y mejorar el colegio/escuela?
9. ¿Cuántos alumnos hay en nivel básico y en el bachillerato?. Entre alumnos y alumnas
10. ¿Cuántos alumnos pertenecen a la cabecera parroquial y cuántos a los recintos?
11. ¿Existen escuelas/colegios que están cerrados por falta de mantenimiento?
12. ¿De dónde son los profesores que laboran en esta institución?
13. ¿Cuántos alumnos están a cargo de un profesor?
14. ¿Cuántos jardines de infante hay en Puerto Cayo?
15. ¿De la población total que hay en Puerto Cayo, cuántas personas aproximadamente pertenecen al sector rural y al sector urbano?
16. ¿Cuáles son los problemas con más incidencia que se detectan en este sector?
17. ¿Se recibe apoyo municipal en este sector?
18. ¿Existe capacitación para los docentes? ¿De qué tipo?
19. ¿Cómo es la designación de los profesores a cada escuela/colegio?
20. ¿Cómo es la remuneración a los profesores?
21. ¿Posen los profesores título académico?
22. ¿Existe la debida asistencia de los profesores a los centros educativos?
23. ¿Llevan los padres de familia un control académico de los niños?

24. ¿Cuentan con equipos educativos necesarios?
25. ¿Se sigue la malla curricular en esta institución?
26. ¿Se evalúa a los profesores de esta institución?
27. ¿De qué manera lo hacen?
28. ¿Cada cuánto tiempo lo hacen?
29. ¿Qué proyectos educativos se tiene pensado realizar con el fin de mejorar este sector?
30. ¿Existe algún programa de ayuda al desarrollo integral de la población, por parte del Ministerio de Educación o de otros Organismos?

SECTOR SALUD

1. ¿Quiénes son las Organizaciones públicas o privadas que trabajan en conjunto con el Sub- centro de Salud?
2. ¿Cuál es el porcentaje urbano y rural que llegan a recibir atención médica?
3. ¿Cuántas personas trabajan en el Sub-centro de Salud y que funciones desempeñan cada una de ellas?
4. ¿Cuáles son los problemas más frecuentes que se presentan en este Sub-centro de Salud?
5. ¿Cuánto cuesta la consulta?
6. ¿Qué actividades realizan con el dinero?
7. ¿Dónde envían el dinero que se cobra en las consultas?
8. ¿Cuáles son las causas de muerte más frecuente en esta parroquia?
9. ¿Se presentan causas de desnutrición en la parroquia? ¿Son altos?
10. ¿Cuáles son las enfermedades más comunes que prevalecen en los niños menores de 5 años?
11. ¿Cuáles son las enfermedades más comunes de las mujeres?
12. ¿Cómo está financiado el Sub-centro?
13. ¿Quién proporciona los medicamentos al Sub-centro?
14. ¿Existe un Doctor/ra que atienda el Sub-centro las 24 horas, de Lunes a viernes? Si no, ¿cuál es la razón?
15. ¿La cobertura de este Sub-centro es para Puerto Cayo y sus recintos?
16. ¿Con qué equipos médicos cuenta este Sub-centro?

17. ¿Cuenta con el material necesario para las campañas de vacunación contra el sarampión, tétano, tosferina y demás virus?
18. ¿Todas las personas de la parroquia, contando con sus respectivos recintos, reciben vacunación?
19. ¿Existe algún plan estratégico provincial de Salud en el que se basen?
20. ¿Existe un centro materno infantil? Si no existe, tienen pensado realizar uno?
21. ¿Este Sub-centro cuenta con un laboratorio? Si no, ¿dónde envían los exámenes que se hacen los moradores?
22. ¿Existe algún programa comunitario de Salud? ¿Cuál?
23. ¿Existe algún proyecto comunitario que se esté planeando realizar? Eje, Boticas comunitarias, medicamentos genéricos, etc.?
24. ¿Con cuántas boticas o farmacias cuenta Puerto Cayo?
25. Las personas que atienden el Sub-centro, ¿cuentan con título de Doctor, o son practicantes?
26. ¿Los que atienden el Sub-centro son capacitados? ¿Cada cuánto tiempo?
27. ¿Existen disposiciones que regulen el funcionamiento del Sub-centro y de las boticas?
28. ¿Existe apoyo por parte de las autoridades parroquiales para el trabajo en equipo?
29. ¿Cuántos Sub-centros existen en Puerto Cayo y sus recintos?
30. ¿Cuáles considera usted que son las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas?

SECTOR TURISMO

1. ¿Desde que año Puerto Cayo se comenzó a ver como un destino turístico y debido a qué se presento?
2. ¿Qué lugares turísticos tiene Puerto Cayo para ofrecer a sus visitantes? Coméntenos acerca de ellos.
3. ¿Qué factores han colaborado para que en los últimos tiempos ocurra un auge turístico hacia Puerto Cayo?
4. ¿Considera usted que las vías de acceso a este destino ayudan con el este auge?
5. ¿La infraestructura hotelera está en condiciones para recibir a turistas nacionales y extranjeros?

6. ¿El sector turístico está poniendo énfasis en lo ambiental y ecológico? ¿De qué manera lo hace?
7. ¿Tienen algún proyecto Ecoturístico?
8. ¿Qué especies de aves se encuentran en Puerto Cayo?
9. ¿Cuántas agencias existen para la observación de Ballenas? ¿Cuántas personas operan en ellas?
10. ¿Cuántas fibras pueden salir diariamente a la observación de ballenas?
11. ¿Cuánto tiempo pueden permanecer las fibras dentro del mar?
12. ¿Las operadores y demás guías turísticos tiene permiso para entrar a la Isla de la Plata? Si no, ¿Qué medida piensan tomar para hacer de esto otra fuente de ingresos?
13. ¿Qué proyectos turísticos tienen pensado realizar para los próximos años?
14. ¿Cuántos restaurantes existen en Puerto Cayo? ¿Cuentan con RUC? ¿Tienen permiso del Ministerio de Salud? ¿Permiso del Municipio de jipijapa?
15. ¿Existe un ente regulador de precios en los restaurantes y hoteles?
16. ¿Tienen planeado realizar una sucursal de algún Banco nacional? Si no, ¿Por qué?
17. ¿Los lugares turísticos trabajan con alguna tarjeta de crédito?
18. ¿Cuál es la tarifa que se cobra a los extranjeros y nacionales para la observación de ballenas?
19. ¿Qué actividades realizan con el dinero que se cobra en la observación de ballenas y demás actividades culturales?
20. ¿Quiénes pueden ofrecer a los visitantes esta visita a las ballenas?
21. ¿Los precios de los lugares turísticos se justifican con la calidad de los servicios brindados?
22. ¿Existen estudios respecto a la capacidad de carga turística de los sitios de interés?
23. ¿Cuáles considera usted que serían las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas de este sector?

SECTOR PESCA

1. ¿En qué sectores de Puerto Cayo se realiza la pesca?
2. ¿Qué clase de animales marinos pescan?
3. ¿Qué tipo de pesquería es la que se realiza en Puerto Cayo?

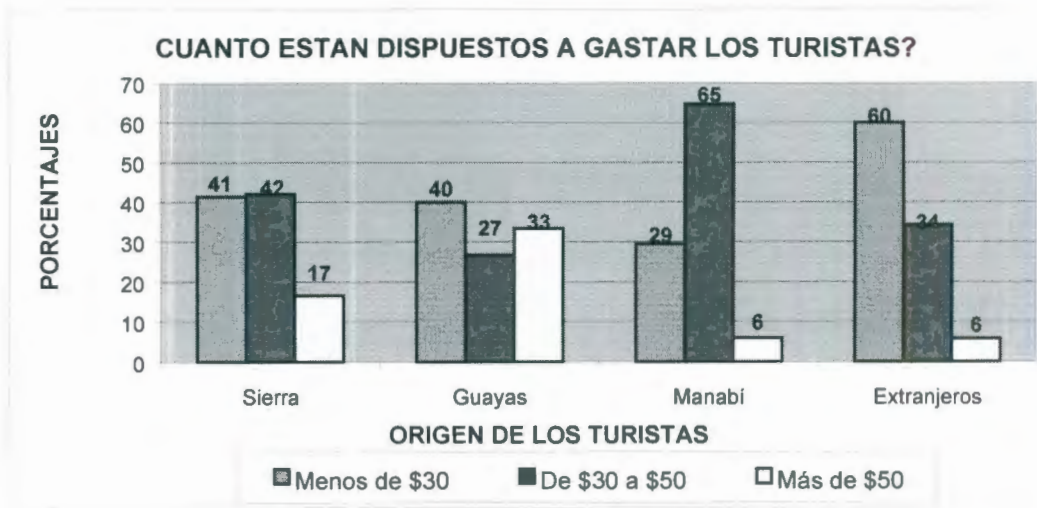
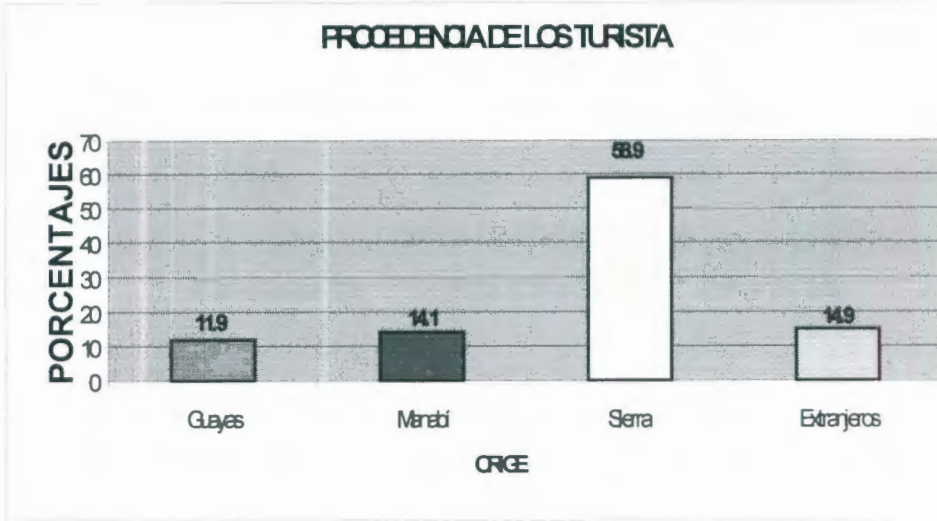
4. ¿Cuántas cooperativas pesqueras existen en Puerto Cayo?
5. ¿Cuántas fibras hay en cada cooperativa?
6. ¿Cómo se abastecen de combustible estas fibras?
7. ¿Cómo capturan a cada especie marina?
8. ¿Las redes que utilizan son iguales para las diferentes especies marinas que se pescan en Puerto Cayo?
9. ¿Qué materiales se utilizan para la elaboración de dicha red?
10. ¿En qué horario es aconsejable pescar?
11. ¿Existe algún programa que apoye al este sector?
12. ¿Existen pescadores informales? Si lo hay, ¿Cuántos existen aproximadamente?
13. ¿Cuántos pescadores hay en cada cooperativa?
14. ¿Cómo es el proceso de captura de los animales marinos?
15. ¿Cuánto tiempo se quedan pescando en alta mar?
16. ¿A quién venden lo que pescan?
17. ¿Al momento de realizar la pesca, destruyen alguna otra especie marina?
18. ¿Existe en Puerto Cayo pesca industrial?
19. ¿Tiene algún proyecto pesquero?
20. ¿Es alto el costo de invertir en la actividad pesquera?
21. ¿Afecta el crecimiento acelerado de flotas pesqueras industriales a los demás pescadores?
22. ¿La mercancía llega en buenas condiciones al intermediario?
23. ¿La mercancía la entregan con vísceras?
24. ¿Cuánto se pesca de cada especie?
25. ¿Qué organizaciones públicas o privadas ayudan a este sector?
26. ¿Existe algún área restringida para pescar?
27. ¿El Estado apoya al sector pesquero? Si lo hace, ¿De qué manera?
28. ¿Existen reglamentos que cumplir en esta actividad?
29. ¿Existe seguridad en alta mar cuando se realizan las faenas de pesca?
30. ¿Existen sanciones por parte de la capitania cuando se infringe alguna norma?
31. ¿Cuál es la mejor época del año para realizar la pesca?
32. ¿Cuáles considera usted que son las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas de este sector?

SECTOR AGROPECUARIO

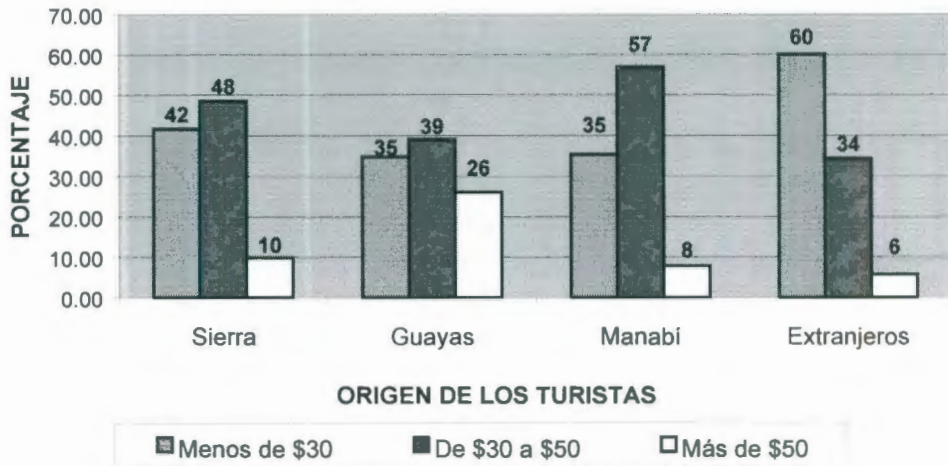
1. ¿Qué porcentaje del territorio de Puerto Cayo se utiliza para la agricultura?
2. ¿Cuáles son los principales sembríos que se dan en la zona?
3. ¿En qué tiempo del año se realiza la siembra?
4. ¿Cuáles son los proyectos productivos en ejecución y en planificación?
5. ¿A quién venden la cosecha de estos productos?
6. ¿A qué parte del país van estos productos?
7. ¿Es significativo este sector agropecuario para Puerto Cayo?
8. ¿Con qué maquinaria cuentan en este sector?
9. ¿Existen organizaciones de agricultores?
10. ¿Existe alguna organización que ayude a este sector?
11. ¿Existe en Puerto Cayo cultivos de Tagua?
12. ¿Qué tipo de animales crían en este sector?
13. ¿Quiénes se dedican a la agricultura? ¿Hombre y mujeres?
14. ¿Los agricultores son de la parroquia o pertenecen a otro lugar?
15. ¿Qué recomendaciones daría usted a este sector?
16. ¿Cuál considera usted que son las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas de este sector?
17. ¿Alguna zona de Puerto Cayo está viviendo estación de sequía?
18. ¿El gobierno ofrece apoyo a este sector?
19. ¿Cómo se financian los agricultores?

ANEXO 8

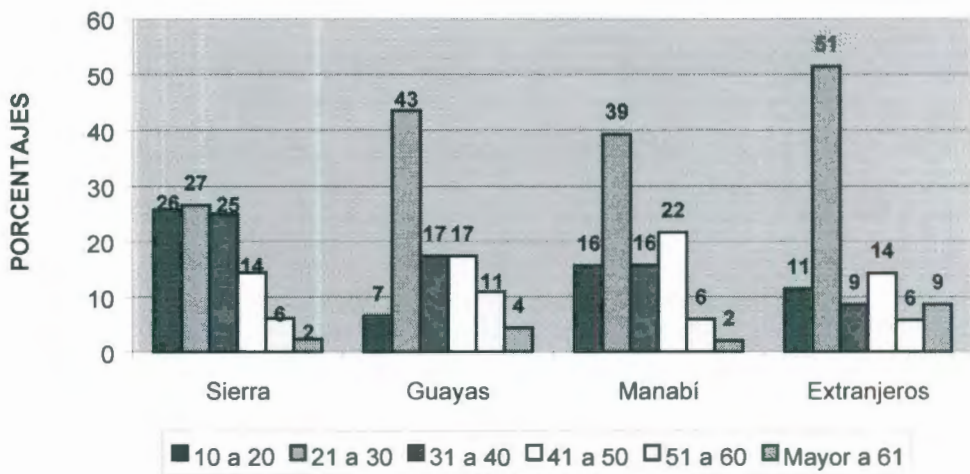
Cuadros estadísticos para el análisis de Segmentación



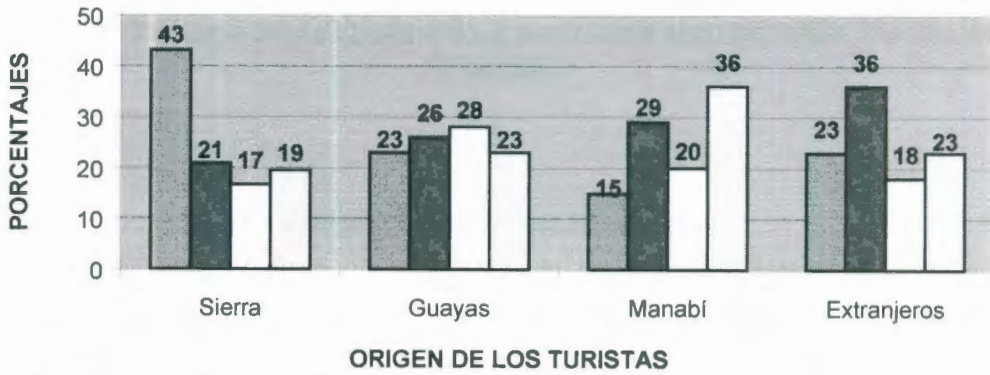
CUÁNTO DINERO GASTAN LOS TURISTAS



EDADES DE LOS TURISTAS



MOTIVACIONES DE LOS TURISTAS PARA LLEGAR A PTO. CAYO



- Conocer la Playa específicamente
- Act. Culturales y de Diversión
- Ruta del Sol
- Trabajo, Visita a familiares, Salud

ANEXO 9

Análisis de la Capacidad instalada y servicios que prestan restaurantes y hoteles

Hoteles

1. El número de turistas que se pueden alojar en el hotel.
2. En temporada alta, media y baja cuanto de la capacidad instalada se llena.
3. Los precios de qué manera varía de acuerdo a la temporada? Existe algún organismo regulador de estos precios?
4. Qué meses son de temporada alta, media y baja?
5. Qué tipo de turistas llegan en las diferentes temporadas (alta, media y baja)
6. Cuánto es el número de personal con el que cuenta este establecimiento para atender al turista y a qué se dedican cada uno?
7. Cuándo un turista se aleja en su hotel que facilidades le brindan? (TV, A/A, agua caliente)
8. Ustedes Ofrecen a los turistas alguna actividad para realizar? (Ej.: tour) Qué actividades? Ustedes cobran x esa actividad o son solo intermediarios?
9. Qué servicios o actividades creen ustedes que le ofrecen al turista que los difieren de los demás hoteles y lo hagan preferirlo? (valor añadido)
10. Existe diferencia en el valor que se le cobran a los extranjeros a diferencia de los nacionales?
11. En lo que se refiere a Publicidad engañosa ustedes ofrecen lo que se publica en los folletos, para que lo que se ve en publicidad sea lo que perciben y reciben los turistas.
12. Existen guías del hotel propiamente o son contratados? Estos son bilingües?
13. Existe capacitación en lo que se refiere a atención al cliente a los que atienden en el hotel?
- 14.Cuál creen ustedes que es la mayor ventaja que su establecimiento ofrece a los turistas?
15. Qué es para ustedes lo más primordial que debe ofrecer un establecimiento como este?



Hospitalidad _____
Eficiencia _____
Seguridad _____
Presentación y capacitación de los empleados _____
Limpieza y pulcritud _____

16. Qué actividades cree usted que ayudarían a fomentar el turismo en Puerto Cayo? Y como se lo podría realizar?
17. Estaría dispuesto a crear un fondo para colaborar en la mejora y desarrollo del sector turístico? Cómo sería su aportación?

Restaurantes

- 1.Cuál es la capacidad del restaurante para atender a los turistas (número de mesas, sillas, personas a las que se puede atender)
2. Cuánto de esta capacidad se llena en temporada alta, media y baja?
3. Los precios varían de acuerdo a la temporada y cómo varían?
4. Cuánto es el número de personal con el que cuentan y a que se dedican cada uno
5. Existe atención inmediata en el momento en que el cliente hace su pedido, cuánto se demoran en la entrega de un plato a la mesa?
6. Existe conocimiento x parte de los que atienden de cómo están elaborados los platos y con qué ingredientes?
7. En lo que se refiere a Publicidad engañosa ustedes ofrecen lo que se publica en los folletos, para que lo que se ve en publicidad sea lo que perciben y reciben los turistas.
8. Qué servicios creen ustedes que le ofrecen al turista que los diferencie y los haga preferirlo?
9. Existe diferencia de precio cuando se trata de turistas nacionales y extranjeros?
10. En lo que es limpieza, ustedes Llevan control para que todos los utensilios y vajilla en donde se sirve estén debidamente lavados?
11. Existe capacitación en lo que es atención al cliente para los empleados de este restaurante?

12. Estarían ustedes dispuestos a colaborar en el desarrollo y mejora del sector turístico? Cómo sería su aportación?

13. Qué es para ustedes lo más importante del 1 al 5 en un establecimiento como este, desde lo más importante hasta lo menos importante

- Eficiencia/Rapidez _____
- Hospitalidad/Cortesía _____
- Buena comida _____
- Limpieza y pulcritud del local _____
- Presentación y capacitación del personal _____



ANEXO 10

Mezcla de Comunicación para el producto turístico Puerto Cayo 2004

MEDIO	EN	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AG	SEPT	OCT	NOV	DIC	OBSERV.
Publicidad													
Prensa							Anuncio promoción			Anuncio promocional de nueva Temp. de festivales		Anuncio promocional para Navidad y Fin de Año	En la sección del Gran Guayaquil \$ 440 cada anuncio
Radio			5 cuñas diarias			5 cuñas diarias		5 cuñas diarias		5 cuñas diarias	5 cuñas diarias	5 cuñas diarias	
Costo-Galaxia Martes-Viernes			\$ 900 + IVA			\$ 900 + IVA		\$ 900 + IVA		\$ 900 + IVA	\$ 900 + IVA	\$ 900 + IVA	C/cuña de 30" a \$ 11.25
Tripélico	1000 unid				1000 unid					400 unid	600 unid		P. por unidad \$0.1735+IVA+ \$32.14 (di seño)
Promoción													
Precio-Cant.	10% desc.	pasadas	10	noches	acumuladas	15% desc	Pasadas 10	noches	acumuladas	20% de desc.	por 10 noches	acumuladas	
	\$10 min.	en restaur.	recibe -50%	en visita a	monos	\$8 min en rest.	recibe -50%	en visita	a monos	\$6 mir en restaura nt	recibe -50% en visita	a monos	
	10 o +	person	5% desc	visita	a islotes	10 o + person	8% desc.	En visita a	Islotes	10 o + personas	10% desc. en visita	a islotes	
Cupón							Si presenta este anuncio recibe una noche free			Si presenta este anuncio recibe una noche free		Si presenta este anuncio recibe una noche free	
Obsequios					Por c/15 p. 1 es gratis (c.educ) sierra						Por c/15 p. 1 es gratis (c.educ costa)		
					Por 15 turistas	el encargo	de la negociación	en la agencia/ viaj	recibe fin de semana free				
Relaciones Públicas													
Workshops GYE, QUITO, C UENCA; PORTOVI E	1 Lanzamiento En cada ciudad				1 evento en cada ciudad					1 evento en cada ciudad			\$3500 en gtos. de refrigerio y movilización
Visita a centros educativos GYE, QUITO, C UENCA; PORTOVI E					Visita a centros educ de la sierra						Visita a centros educ de la costa.		\$1000 en gtos. de hospedaje y movilización

Mezcla de Comunicación para el producto turístico Puerto Cayo 2005

MEDIO	EN	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AG	SEPT	OCT	NOV	DIC.	OBSER V.
Publicidad													
<i>Prrensa</i>													
Diario "El Universo"	Anunc de inicio de t. playa				Anuncio de Expectat ballenas		Anuncio promoc			Anuncio promocional de nueva Temp. de festivales		Anuncio promocional para Navidad y Fin de Año	En la sección del Gran Guayaq \$ 448 cada anuncio
Revista Hogar		1 anuncio				1 anuncio			1 anuncio				\$1276+1 VA costo por media página a color
<i>Radio</i>			5 cuñas diarias	5 cuñas diarias		5 cuñas diarias		5 cuñas diarias	5 cuñas diarias	5 cuñas diarias	5 cuñas diarias	5 cuñas diarias	
Costo-Galaxia Martes-Viernes						\$ 900 + IVA		\$ 900 + IVA	\$ 900 + IVA	\$ 900 + IVA			C/cuña de 30" a \$ 11.25
Costo-Antena 3 Martes-Viernes			\$ 357 + IVA	\$ 357 + IVA		\$ 357 + IVA		\$ 357 + IVA	\$ 357 + IVA		\$ 357 + IVA	\$ 357 + IVA	C/cuña de 30" a \$ 6 (Incluido 30% dcto.)
Triptico	400 uni				1400 uni					400 uni	1000 uni		P por unidad \$0.1735 + IVA
Promoción													
<i>Precio-Cant.</i>	10% desc.	pasadas	10	nohes	acumula das	16% desc pasadas	10	nohes	acumuladas	20% de desc.	por 10 nohes	acumuladas	
	\$10 min.	en restaur.	recibe -50%	en visita a	monos	\$8 min en rest.	recibe -50%	en visita	a monos	\$6 min en restaurant	recibe -50% en visita	a monos	
	10 o +	Person	6% desc	visita	a Islotes	10 o + Person	8% desc.	Visita a	Islotes	10 o + personas	10% desc. en visita	a Islotes	
<i>Cupón</i>							Si presenta este anuncio recibe una noche free			Si presenta este anuncio recibe una noche free		Si presenta este anuncio recibe una noche free	
<i>Obsequios</i>					Por c/15 p. 1 es gratis (c.educ) sierra						Por c/15 p. 1 es gratis (o educ costa)		
					Por 15 turistas	el encarga do	de la negocia ción	en la agencia/viaj	recibe fin de semana free				
Relaciones Públicas													
<i>Workshops</i> GYE, QUITO, CUE NCA; PORTOVIE	1 event en cada ciud				1 eventos en cada ciudad					1 eventos en cada ciudad			\$4200 en gtos. de refrigerio y moviliza ción
<i>Visita a centros educativos</i> GYE, QUITO, CUE NCA; PORTOVIE					Visita a centros educ de la sierra						Visita a centros educ de la costa		\$2000 en gtos de hospeda je y moviliza ción

