



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL

**Facultad de Ingeniería Marítima y Ciencias Biológicas, Oceánicas y
Recursos Naturales**

EXAMEN COMPLEXIVO

CASO DE ESTUDIO:

**“ANÁLISIS Y HERRAMIENTAS PARA QUE POP UP TEATRO CAFÉ
SEA CONSIDERADO COMO UN ATRACTIVO TURISTICO
CULTURAL”**

Previa a la obtención del Título de:

LICENCIATURA EN TURISMO

JULIO ENRIQUE ALCIVAR MURCIANO

GUAYAQUIL – ECUADOR

AÑO: 2016

AGRADECIMIENTOS

Mis más sinceros agradecimientos a Dios, por colmarme de bendiciones.

A mi familia, por su incondicional apoyo tanto moral como económico brindado.

A los profesores y colaboradores de la ESPOL que hicieron posible que se cumplan mis metas y objetivo.

Y a mis amigos que estuvieron en las buenas y en las malas.

DEDICATORIA

El presente proyecto lo dedico a Dios; por permitirme estar con vida y salud para cumplir una meta más, a mi familia; en especial a mi madre, pilar importantes de mi vida por su esfuerzo en que tuviera unos de los legados más importantes como es la educación, pese a las adversidades presentadas durante este camino.
A mi señor abuelo Julio Hoover Murciano Robles que se ha convertido en mi ángel, por su apoyo moral y económico, este logro es para ti papito Gordito

TRIBUNAL DE EVALUACIÓN

M.Sc. Gabriel Andres Castro Mejia

PROFESOR EVALUADOR

M.Sc. Alejandro Chanabá Ruíz

PROFESOR EVALUADOR

DECLARACIÓN EXPRESA

“La responsabilidad y la autoría del contenido de este Trabajo de Titulación, me corresponde exclusivamente; y doy mi consentimiento para que la ESPOL realice la comunicación pública de la obra por cualquier medio con el fin de promover la consulta, difusión y uso público de la producción intelectual”

.....
Julio Enrique Alcívar Murciano

Proyecto de Caso de estudio: “Análisis y herramientas para que POP UP teatro café sea considerado como un atractivo turístico cultural”

Julio Enrique Alcívar Murciano ⁽¹⁾, Gabriel Andres Castro Mejia ⁽²⁾
Facultad de Ingeniería Marítima y Ciencias Biológicas, Oceánicas y Recursos Naturales⁽¹⁾
Escuela Superior Politécnica del Litoral⁽¹⁾
Campus Gustavo Galindo km 30 vía Perimetral, Apartado 09-01-5863, Guayaquil, Ecuador⁽¹⁾

Resumen

La elaboración del caso de estudio se dio por el auge cultural que está teniendo nuestro país y en particular la ciudad de Guayaquil, donde se obtuvo información del tema a título personal como consumidor de teatro con el apoyo de la familia Velastegui dueños de la actividad.

Se realizó estudio de mercado con los análisis de PORTER y el FODA, llegando a la conclusión que es una actividad que se puede prolongar en el tiempo/ espacio, por el sinnúmero de Obras teatrales y el dinamismo de cada uno de sus actores.

Las herramientas expuestas en este proyecto no es más que la alianza que obtengan POP UP teatro Café con el Sector Turístico, el cual también se encuentra en auge y estaría gustos de acoger esta actividad Cultural como nuevo atractivo turístico de la ciudad.

Palabras Claves: Sector turístico, atractivo, actividad Cultural.

Abstract

The elaboration of the case study was due to the cultural boom that our country is having and in particular the city of Guayaquil, where information on the subject was obtained as a theater consumer with the support of the Velastegui family owners of the activity.

A market study was carried out with the analyzes of PORTER and FODA, concluding that it is an activity that can be prolonged in time / space, due to the number of plays and the dynamism of each one of its actors.

The tools presented in this project is nothing more than the alliance that obtains POP UP theater Café with the Tourist Sector, which is also in a boom and would like to host this Cultural activity as a new tourist attraction of the city.

Keywords: Tourist sector, attractive, Cultural activity.

1. Introducción

MicroTeatro “POP UP teatro café” es un novedoso lugar el cual se encuentra ubicado en el perímetro urbano de la ciudad de Guayaquil, este sitio ofrece obras de teatro programadas a parte de un espacio de cafetería, para que el visitante pueda degustar de piqueos mientras espera.

El objetivo de este caso, es incrementar el turismo cultural, que los visitantes locales, que las, para lo cual se tomarán en cuenta dos aspectos fundamentales: Las cinco fuerzas de PORTER y el análisis FODA.

Se creara herramientas para que POP UP teatro café pueda llegar con productos tangibles al sector turístico y se poseione como un atractivo más de la ciudad de Guayaquil.

2. Antecedentes

El Microteatro fue creado en el 2009 por el director de teatro y televisión Miguel Alcantud, presentándose durante dos semanas en un antiguo burdel de Madrid el cual estaba destinado a demolerse, sin inversión en publicidad, únicamente a través de redes sociales, entrevistas en prensa escrita, y el boca a boca garantizaron el éxito de hace 7 años; largas filas de más de 200 personas se formaban previo a las funciones

Como su palabra lo expresa Microteatro es un teatro de formato reducido que ofrece obras teatrales de 15 a 30 minutos para 15 personas en salas/habitaciones de 15 a 20 m2..

POP UP Teatro café nace por la necesidad de los artistas/actores, los cuales requerían de algún espacio físico para exponer sus obras tanto teatrales como fotográficas (galería), esta actividad turística cultural fue creado para tener un nuevo espacio de recreación sana motivados por el arte y se encuentra conformado y administrado por la Familia Velastegui, negocio familiar fundado el 22 de junio del 2016, con la finalidad de brindar nemi obras teatrales, añadiendo una cafetería para el consumo de sus clientes, sin saber que iban a causar tremendo gran impacto a la comunidad local y cultural.

“POP UP para nosotros... es el surgir explosivo de un nuevo espacio teatral y cultural. Aunque no será momentáneo sino un espacio duradero, con un estilo particular y único. Teatro breve, teatro corto,” (Ricardo Velastegui Co-Propietario)

Es un lugar vanguardista, ávido de cultura, funciona en una área de extensión de 600 mts2 situado en Circunvalación Sur #405 entre ébanos y diagonal (Urdesa) su ubicación estratégica a permitido que sea un punto de encuentro para propios y extraños

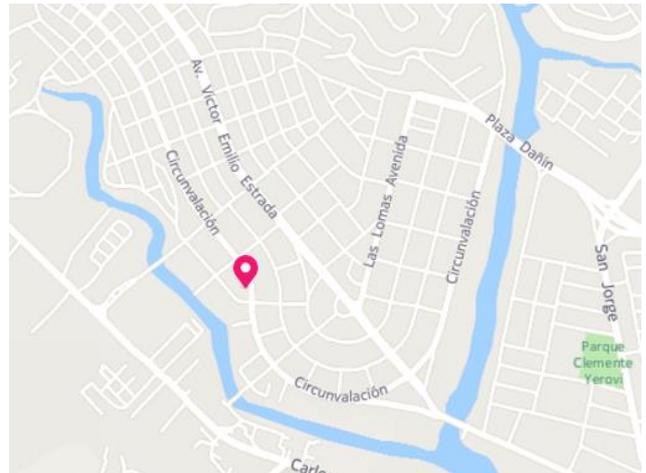


Figura 1.1: POP UP (Urdesa)

Fuente: <http://www.google.es/maps#>

Con una temperatura agradable de 20° C. en su interior (áreas social y salas de teatro) y con una área abierta para fumadores con una temperatura aproximada de 30°C por el clima tropical cálido semi seco que posee la Ciudad de Guayaquil, lo posiciona para convertirse en un excelente lugar de esparcimiento. Es un sitio exclusivo para personas diferentes que desean realizar actividades diferentes y disfruten del buen ambiente, servicio adecuado y personalizado con producto de calidad tanto gastronómico como artístico.

Posee 5 salas para presentar sus obras, las cuales están separadas cada 30 minutos de presentación, dando la posibilidad de que el visitante pueda ver en una noche todas las funciones, aparte de ofrecer distracción sana con obras tradicionales o temas de moda para los visitantes también se encargan de brindar fuentes de empleo temporal al artista nacional e internacional.

3 .Análisis de las 5 fuerzas de PORTER

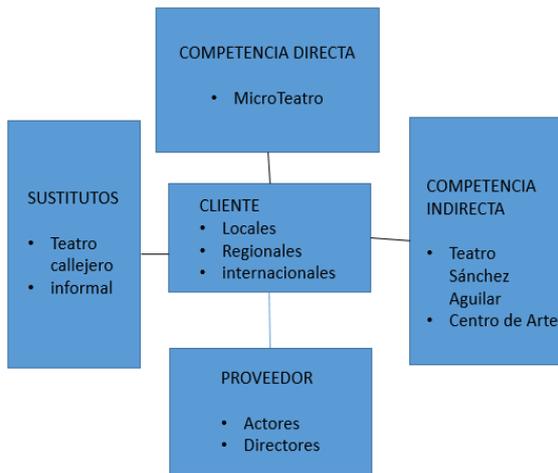


GRAFICO 2: Estudio PORTER
Fuente: Elaboración Propia

3.1.Sustitutos

En la actualidad estas actividades culturales se encuentran en auge, razón por la cual existen eventos de arte con costos similares pero que no ofrecen la atención y el ambiente cultural que posee POP UP teatro café y la innovación en mejorar constantemente sus productos para fidelizar a sus clientes y reducir la amenaza de los sustitutos.

3.2.Competencia Indirecta

En este mercado cultural local existen empresarios que intervienen de forma lateral en su mercado de clientes, y buscan satisfacer las mismas necesidades de forma diferente como: Monologos, circos, Show en vivo, por ello es importante adoptar distintas formas de destrezas para competir en: precios, promociones, dándole un plus de diferenciación de su competencia.

3.3. Cliente

Nuestro cliente potencial son personas intelectuales con un alto nivel de educación, interesados en la lectura y auto preparación que gusta del arte y la cultura.

3.4.Proveedores

El contacto con los proveedores es estratégico e importante, ya que para esta modalidad de actividad cultural los proveedores con sus obras y actuaciones se convierten en el producto final.

3.5.Competencia Directa

Esto comprende a los establecimientos que realizan la misma actividad, es decir, brindan a sus clientes pequeñas obras de teatro para venderles prácticamente lo mismo

4. Análisis del FODA de la Actividad Turística.

A continuación se analizará el FODA dentro de cada uno de los ambientes (Amenazas, Oportunidades, Debilidades y Fortalezas) que afectan positiva y negativamente a POP UP teatro café como actividad Turística.

Las mismas se resumen en el gráfico

POSITIVO	NEGATIVO
<p>FORTALEZA</p> <ul style="list-style-type: none"> • USO DE MATERIAL RECICLABLE • UBICACIÓN • PROMOCION EN REDES SOCIALES 	<p>DEBILIDADES</p> <ul style="list-style-type: none"> • POCA VARIEDAD DE ACTIVIDAD ALTERNAS • LIMITACIÓN EN EL MENÚ • PARQUEO
<p>OPORTUNIDADES</p> <ul style="list-style-type: none"> • ESTACIONALIDAD • CATAPULTAR NUEVOS ARTISTAS 	<p>AMENAZAS</p> <ul style="list-style-type: none"> • DELINCUENCIA • HORARIOS DE ACTORES

GRAFICO 1: Análisis FODA
Fuente: Elaboración Propia

4.1.FORTALEZA:

a)Ubicación

Para Ricardo Velástegui la ubicación de su actividad fue muy importante ya que tomo como referencia una zona estratégica Urdesa Central, la cual

se encuentra cerca al casco comercial y ciudadelas de rango media alta.



Figura 1.2: POP UP (fachada)

Fuente:

<https://www.facebook.com/PopUpTeatroCafe/photos>

b) *Uso de material reciclado*

Para la decoración han tomado muy en cuenta el tema del reciclaje ya que gran parte de su mobiliario han sido objetos utilizados para la construcción transformado y llevados a la necesidad de la actividad.



Figura 1.3: POP UP (fachada)

Fuente:

<https://www.facebook.com/PopUpTeatroCafe/photos>

c) *Redes Sociales/ Marketing*

Poseen sus propias cuentas de FaceBook 4K, Instagram 15k y twitter 700, sumando un aproximado de 20K Usuarios, aparte los actores de cada Temporada realizan REPOST de las obras que ejecutaran en el local creando más seguidores.

4.2. OPORTUNIDADES

a) *Estacionalidad*

Las obras teatrales se las exponen dependiendo del mes y sus actividades o temas en boga.

b) *Catapultar nuevos artistas.*

Pop Up es considerado una plataforma para la exposición de nuevo talento en el ámbito de las artes pláticas (actores directores fotógrafos entre otros)

4.3. DEBILIDADES

a) *Poca Variedad*

La poca variedad de actividades alterna a la de las obras de teatro es un limitante al momento de tomarla como opción.

b) *Escases de Parqueo*

La demanda de visitantes a partir de las 22h00 es elevada y al no contar con un espacio propio se convierte en un factor negativo.

c) *Limitación del Menú*

El establecimiento posee una carta de alternativas muy básicas, el cual limita al visitante en su estadía.

4.4. AMENAZA

a) *Horarios de actores*

Cada obra posee su equipo de actores, los cuales en ocasiones por actividades varias del actor no cumplen con su presentación colocando a un alterno.



Figura 1.4: POP UP (fachada)

Fuente:

<https://www.facebook.com/PopUpTeatroCafe/photos>

b) Delincuencia

En el lugar no se ha suscitado aún ningún acto de violencia, pero cabe mencionar que no cuentan con seguridad privada, solo con un portero que da la bienvenida.

5. Herramientas para el incremento del turismo cultural

Una vez obtenido los análisis de estudio, nuestro objetivo principal es ampliar la actividad cultural de POP UP Teatro Café, los meses, días y horas que no son rentables, creando acercamientos con el sector Turístico, tanto del gremio Hotelero como de las Operadoras turísticas, dando a conocer de manera directa los servicios de este novedoso atractivo turístico Cultural que ofrece la ciudad de Guayaquil.

Al sector Hotelero que deseamos vincularnos y formar alianzas estratégicas estarían contemplados los Hoteles de Lujo y Primera categoría, siendo estos los que nos proporcione la clientela internacional y regional elitista que necesitamos.

Lo haríamos otorgando una obra de teatro gratis para dos colaboradores de los hoteles, esto sería un beneficio que el hotel otorgue al empleados del mes o por algún mérito especial.

El ámbito local, se crearía la POP Card la cual sería una Gift card con valor de \$20.00 Dólares y podrían hacer uso de 4 funciones (obras teatrales). Esta tarjeta regalo tendría sus restricciones, tales como:

Los Días jueves y viernes podrías consumir teatro con la POP CARD de 19h00 a 20h30

Los miércoles presentando tu tarjeta recibirías un servicio adicional en la cafetería de POP UP.



6. Conclusión

Con estas herramientas de Servicio/ beneficio, queremos lograr que la población local y regional consuman teatro y que para los visitantes extranjeros POP UP sea una opción de atractivo turístico cultural que brinda la ciudad.

Así este novedoso concepto cultural sumado a los vínculos con el sector turístico se consolide como una nueva alternativa del turismo receptivo.

7. Referencia:

“Microteatro: un nuevo concepto de entender la creación teatral” Alvaro Acuña Esenario Recopilado el Jueves 29 de Diciembre del 2016

<http://mundocabaret.com/microteatro-un-nuevo-concepto-de-entender-la-creacion-teatral/>

“Creación y formación de POP UP TEATRO CAFÉ” Ricardo Velastegui Co-Propietario Recopilado el Jueves 29 de Diciembre del 2016

<https://www.facebook.com/PopUpTeatroCafe/>