



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

TÍTULO:

Influencia de la promoción turística en el desarrollo económico de la parroquia Puerto Cayo, provincia de Manabí. Elaboración de un material audiovisual que promueva el turismo de la zona.

AUTOR (A):

Alvarado Chunga Gema Melissa

**Trabajo de Titulación previo a la obtención del título de
INGENIERO (A) EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
TURÍSTICAS Y HOTELERAS**

TUTOR:

Cedeño Pedro

Guayaquil, Ecuador

2014



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

CERTIFICACIÓN

Certificamos que el presente trabajo fue realizado en su totalidad por Gema Melissa Alvarado Chunga, como requerimiento parcial para la obtención del Título de **Ingeniera en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras**.

TUTOR (A)

Pedro Cedeño Guerrero

DIRECTOR DE LA CARRERA

Ing. María Belén Salazar Raymond, Mgs.

Guayaquil, a los 30 del mes de Agosto del año 2014



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

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Yo, **Gema Melissa Alvarado Chunga**

DECLARO QUE:

El Trabajo de Titulación **Influencia de la promoción turística en el desarrollo económico de la parroquia Puerto Cayo, provincia de Manabí. Elaboración de un material audiovisual que promueva el turismo de la zona** previa a la obtención del Título **de Ingeniera en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras**, ha sido desarrollado en base a una investigación exhaustiva, respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan al pie de las páginas correspondientes, cuyas fuentes se incorporan en la bibliografía. Consecuentemente este trabajo es de mi total autoría.

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

Guayaquil, a los 30 del mes de Agosto del año 2014

EL AUTOR (A)

Gema Melissa Alvarado Chunga



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

AUTORIZACIÓN

Yo, **Gema Melissa Alvarado Chunga**

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, la **publicación** en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación: **Influencia de la promoción turística en el desarrollo económico de la parroquia Puerto Cayo, provincia de Manabí. Elaboración de un material audiovisual que promueva el turismo de la zona**, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

Guayaquil, a los 30 del mes de Agosto del año 2014

EL (LA) AUTOR(A):

Gema Melissa Alvarado Chunga



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

CALIFICACIÓN

Apellidos y Nombres	Nota final del Tutor

Pedro Cedeño Guerrero

INDICE GENERAL

<i>Índice de imágenes</i>	3
<i>Índice de tablas</i>	3
<i>Índice de anexos</i>	3
CAPITULO 1	6
1.1 Justificación	6
1.2 Planteamiento de la situación problemática	7
1.3 Causa de la situación problemática	8
1.4 Planteamiento del problema	9
1.5 Preguntas de investigación	9
1.6 Objetivo General	10
1.1 Objetivos específicos	10
CAPITULO 2	11
2.1 Desarrollo económico	11
2.2 Promoción turística	12
CAPITULO 3	14
METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	14
CAPITULO 4	16
4.1 Análisis de la información general	16
4.1.1 Clima	17
4.1.2 Superficie	17
4.1.3 Cultivos predominantes	17
4.1.4 Comunidades	18
4.1.5 Educación	18
4.1.6 Vivienda	19
4.1.7 Recursos Naturales	19
4.1.8 Situación demográfica	20
4.1.9 Actividades económicas	21
4.1.10 Servicios Básicos	25
4.1.11 Vías de acceso	26

4.2 Análisis de resultados de la investigación de la Universidad del Sur de Manabí.	27
4.3 Conclusiones	33
CAPITULO 5	34
5.1 PROPUESTA DE PROMOCIÓN TURÍSTICA	34
5.2 ANALISIS FODA	34
5.3 MARKETING MIX	36
5.4 Determinación de la demanda	39
5.4.1 Demanda Actual	39
5.4.2 Demanda Potencial	39
5.4.3 Mercado Meta	39
5.5 Localización de Puerto Cayo	40
5.6 Proceso Productivo	41
5.6.1 Características del servicio/producto	41
5.6.2 Información de las tecnologías	42
5.7 PRESUPUESTO DEL VIDEO	43
5.8 ESTRATEGIAS DE DIFUSIÓN Y POSICIONAMIENTO	45
RECOMENDACIONES	46
CONCLUSIONES	47

Índice de imágenes

<i>Figure 1 Localización de Puerto Cayo</i>	17
<i>Figure 2 Fauna en Puerto Cayo</i>	19
<i>Figure 3 Pesca en Puerto Cayo</i>	21
<i>Figure 4 Agronomía</i>	22
<i>Figure 5 Artesanías</i>	23
<i>Figure 6 Turismo en Puerto Cayo</i>	24
<i>Figure 7 Cultura en Puerto Cayo</i>	25
<i>Figure 8 Mapa de Puerto Cayo</i>	40

Índice de gráficos

<i>Gráfico 1 Población económicamente activa</i> _____	21
<i>Gráfico 2 Rango de edades</i> _____	28
<i>Gráfico 3 Días de permanencia en Puerto Cayo</i> _____	30
<i>Gráfico 4 Lugar en el que se hospedará en Puerto Cayo</i> _____	30
<i>Gráfico 5 Diagrama de Venn Video Promocional</i> _____	43

Índice de tablas

<i>Tabla 1 Lugar de procedencia</i> _____	29
<i>Tabla 2 Qué falta para que Pto. Cayo sea atractivo</i> _____	32
<i>Tabla 3 Análisis FODA</i> _____	35
<i>Tabla 4 Gastos del personal</i> _____	44
<i>Tabla 5 Gastos técnicos</i> _____	45

Índice de anexos

<i>Anexo 1 Guión técnico de la propuesta audiovisual de promoción de la parroquia de Pto. Cayo</i>	49
--	----

RESUMEN

La parroquia de Puerto Cayo se encuentra localizada en el sur de la provincia de Manabí. Este balneario cuenta con extensas playas, lo cual lo hace atractivo para los turistas que llegan para disfrutar de la gastronomía, tranquilidad del lugar y para el avistamiento de las ballenas jorobadas. Así mismo Puerto Cayo es un punto de enlace con sitios ya conocidos como el Parque Nacional Machalilla, Puerto López, Los Frailes, y demás playas que se encuentran en la Ruta del Spondylus.

Debido a la escasez de promoción turística de Puerto Cayo el presente proyecto busca mejorar el desarrollo económico de la parroquia, mediante la producción de material audiovisual que permitirá la promoción turística de este balneario que hasta ahora pocas personas conocen, logrando mejorar el nivel de vida de los pobladores y aumentando la visita de turistas nacionales y extranjeros no solo para la época de invierno sino durante todo el año.

Palabras claves: desarrollo, economía, promoción, turismo, material audiovisual.

ABSTRACT

Puerto Cayo is located in the south of the province of Manabí. This town has extensive beaches, which makes it attractive to tourists who come to enjoy the cuisine, peaceful place and see humpback whales. Likewise Puerto Cayo is a connecting point with known sites like the Machalilla National Park Puerto Lopez, Los Frailes, and other beaches located on the Ruta del Spondylus.

Due to the shortage of tourist promotion of Puerto Cayo this project seeks to improve the economic development of the town, through the production of audiovisual material that will allow the promotion of tourism in this beach so far few people know, achieving better living standards to the people and increasing visit domestic and foreign tourists not only for the winter time but throughout the year.

Keywords: development, economics, promotion, tourism, audiovisual material.

CAPITULO 1

1.1 Justificación

Este proyecto se sustenta en la necesidad de generar acciones propositivas y coordinadas producto de un conocimiento formal en los temas más relevantes que contribuyan al desarrollo turístico del país y que den respuesta a problemas específicamente de promoción turística para localidades con escasas iniciativas en este ámbito.

Se considera la relevancia de esta propuesta en el aprovechamiento de los beneficios generados por una industria con un alto potencial y crecimiento en el Ecuador y que el alcance de esos beneficios hagan partícipes a las poblaciones y sus ciudadanos. Conscientes de los programas, planes estratégicos y demás proyectos liderados en su mayoría por el organismo rector del turismo a nivel nacional como es el Ministerio de Turismo lo que se busca es contribuir al cierre de brechas en temas de profesionalismo, capacitación y falta de propuestas pragmáticas reconociendo la existencia de documentos que en gran número han realizado diagnósticos de la industria de turismo a nivel nacional o de las diferentes localidades por eso se plantea esta iniciativa específica que contribuya a la promoción de Puerto Cayo poniendo a disposición de esta parroquia conocimiento técnico en turismo y producción audiovisual para la consecución de este fin.

Lo que se busca en este proyecto es mejorar el desarrollo económico de la parroquia Puerto Cayo en la provincia de Manabí, mediante la creación de material audiovisual de este balneario para realizar la correcta promoción turística de la parroquia.

1.2 Planteamiento de la situación problemática

Puerto Cayo es una parroquia rural del cantón Jipijapa en la provincia de Manabí que cuenta con quince comunidades o recintos establecidos en donde hay un ***limitado desarrollo económico de la parroquia***.

Este limitado desarrollo es asociado a que el cantón de Jipijapa tiene como su principal fuente económica actividades relacionadas con la agricultura, ganadería, pesca, silvicultura y esta producción agrícola se ha visto afectada históricamente y ha decrecido por problemas de excesivas lluvias que impiden la normal floración de productos como el café, maíz, sandía, melón, tomate, yuca.

Su economía ha sido dependiente de la exportación de productos primarios que enfrentan crisis ocasionadas por la variación de precios en los mercados, la intensidad de lluvias, envejecimiento de las plantas, y un tercer factor que ha sido la migración de los campesinos a las grandes ciudades, y ha sido este fenómeno el que más ha incidido en la inestabilidad económica de Puerto Cayo.

Para el caso de la actividad pesquera, el sector artesanal se dedica a la captura de pesca blanca, langosta y camarón, y la comercialización de esa producción está destinada para el consumo en fresco. Cuenta con una playa de 6 km en una ensenada que conforma su perfil costanero que sirve para la realización de la actividad pesquera de la localidad y para la recreación, en su mayoría, de los habitantes de Puerto Cayo y de la cabecera cantonal, Jipijapa. Desde aquí se puede realizar la movilización vía marítima para la observación de ballenas a partir de junio en un punto denominado como Bajo de Cantagallo.

1.3 Causa de la situación problemática

El aprovechamiento de los recursos naturales que pueden ser utilizados como atractivos turísticos genera oportunidades para las economías locales en miras a conseguir un desarrollo económico favorable.

Las estadísticas turísticas en el Ecuador muestran cifras favorables para este sector, dadas por el incremento en el número de turistas nacionales y extranjeros que se desplazan por el país en busca de experiencias de ocio y hospitalidad competitivas.

Puerto Cayo por sus condiciones geográficas brinda la alternativa de actividades de sol y playa dentro del recorrido turístico conocido como la Ruta del Spondylus y una eficiente promoción de esta localidad implicaría un flujo mayor de turistas que la visiten y que generen los beneficios inherentes a esta industria lo que le permitiría desarrollar y fomentar otra actividad productiva sustentable para disminuir la dependencia económica a las actividades tradicionales y aportar al crecimiento de la Localidad.

Centrar la economía en actividades que están sujetas a variaciones de precios de mercado, condiciones naturales, factores migratorios genera inestabilidad que incide en el desarrollo económico de puerto cayo.

En materia de turismo los esfuerzos que se han hecho en esta parroquia han estado enfocado en el desarrollo de planes estratégicos, como el realizado en cooperación institucional por el consejo provincial de Manabí, junto con la junta parroquial de puerto cayo, asociación de juntas rurales de Manabí, agencia de desarrollo provincial de Manabí, y la secretaria nacional de planificación y desarrollo en 2007. De ahí que una de las posibles causas para el limitado desarrollo económico de puerto cayo es la ***escasa promoción turística del lugar.***

1.4 Planteamiento del problema

Existen playas cercanas como Manta, Puerto López, Montanita que obtienen una alta demanda de turistas nacionales y extranjeros especialmente en los feriados y vacaciones ya que han logrado un posicionamiento a través de la promoción oral, de boca en boca, así como promoción comercial.

Estos destinos cuentan con el mismo recurso natural que Puerto Cayo, kilómetros de playa, pero tienen actividades y servicios complementarios que los diferencian y han logrado promover para recibir afluencia de visitantes lo que les ha permitido el crecimiento económico y desarrollo de sus comunidades.

En la medida en que se realice una promoción turística de Puerto Cayo que logre establecer un concepto y posicionamiento para la parroquia esta podrá competir con los demás destinos y captar parte de un mercado de turistas en crecimiento para recibir los beneficios que el turismo otorga e incidir en su desarrollo económico.

¿Cómo influye la promoción turística en el desarrollo económico de la parroquia Puerto Cayo, provincia de Manabí en el 2014?

1.5 Preguntas de investigación

¿Qué consideraciones técnicas se deben tomar en cuenta para la elaboración del material audiovisual, en un video de promoción turística?

¿A que fuentes se accederá para realizar la recopilación de datos secundarios sobre la situación actual de Puerto Cayo?

1.6 Objetivo General

Analizar la influencia de la promoción turística en el desarrollo económico de la parroquia Puerto Cayo, provincia de Manabí, para elaborar un material audiovisual que promueva el turismo de la zona.

1.1 Objetivos específicos

- Valorar los aspectos del desarrollo económico de Puerto Cayo, revisando las estadísticas de su actual situación en áreas de servicio básico, educación, ingresos.
- Valorar aspectos de la promoción turística de Puerto Cayo, revisando las estadísticas e iniciativas que se han hecho en este ámbito.
- Diseñar el material audiovisual para la promoción turística de Puerto Cayo mediante el uso de lineamientos técnicos de producción audiovisual aplicado a este campo.

CAPITULO 2

FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

2.1 Desarrollo económico

En la literatura económica ya se hace referencia al turismo como una opción o industria que tiene un efecto positivo para el desarrollo y crecimiento económico, Balaguer y Cantavella, 2002. Esto debido a su capacidad multiplicadora para difundir efectos en cadena en la economía por medio del gasto turístico. Los estudios se centran en reconocer la importancia de esta actividad como motor de transformación social y herramienta para el desarrollo sostenible dado su impacto en la generación de divisas, la contribución al equilibrio en la balanza de pagos, generación de empleos y aumento de ingresos fiscales, entre algunos de los autores que abordan estos enunciados se puede recurrir a Pearce, 1989. Sinclair y Stabler, 1997. El capital físico que envuelve a una gama de infraestructura pública y privada, como aeropuertos, hoteles, restaurantes, también impulsa la productividad y el comercio, Sakai, 2009.

Los beneficios económicos son probablemente la principal razón por la cual muchos países están interesados en el desarrollo del turismo. El gasto turístico representa una inyección de dinero en la economía local de un destino, esa inyección tiene tres tipos de impactos: directos, indirectos e inducidos. Conceptos que son abordados por documentos como los de J. C. Brida & J. S. Pereyra, 2013. Documentos en los que se hace aproximaciones mediante la revisión crítica de estudios econométricos en miras a determinar la causalidad entre el turismo y el crecimiento económico a largo plazo.

Los impactos directos se reflejan en el aumento de los ingresos por ventas de las empresas de servicios turísticos. Estas empresas pueden comprar bienes y servicios a proveedores de dentro y fuera de las localidades, generándose así los llamados encadenamientos que han de tenerse en cuenta para evaluar el impacto directo.

Los efectos indirectos por otra parte, resultan cuando los proveedores directos compran sus insumos a otras empresas de la región que, a su vez, le compran insumos a otras empresas y así sucesivamente.

Los efectos inducidos surgen cuando los destinatarios del gasto directo e indirecto —propietarios de las empresas y empleados— gastan sus ingresos. Esto, a su vez, desencadena una serie de compras por empresas intermediarias además de mayor consumo, sumando al PIB y al empleo.

2.2 Promoción turística

Según el libro de marketing de destinos turísticos: análisis y estrategias de desarrollo, 2000. La promoción turística se refiere a la difusión de un lugar como destino turístico. Se utiliza la promoción turística para dar a conocer las actividades o emprendimientos que se realizan con la finalidad de que los futuros viajeros conozcan estos atractivos y decidan planificar una visita. Busca favorecer los estímulos para el surgimiento y desarrollo del desplazamiento, así como el crecimiento y mejoría de operación de la industria que lo aprovecha con fines de explotación económica. La promoción juega un papel de impulsor, es preciso identificar el destinatario para adecuar el mensaje y las necesidades a satisfacer para crear materiales para la difusión. Existe una diferenciación de mensajes y materiales pero estos no deben estar apartados de la imagen genérica del destino. Hay que integrar elementos de atracción, acceso y

servicios. Esto permite la gestión del destino como un sistema. El destino deber ser definido, analizado, planificado, y gestionado tomando en cuenta la convergencia de estos tres elementos.

Planeación de la promoción turística

Proceso que define los siguientes aspectos:

- Establecer metas claras y específicas de lo que se pretende obtener con el programa de promoción.
- A qué mercados apunta el programa
- Que medios se utilizara
- Presupuesto
- Medición de resultados

La publicidad interviene en todo el proceso de consumo. Cuando la persona siente la necesidad de viajar, la publicidad da respuesta a esta necesidad estimulando el deseo, ofreciendo información sobre el destino y persuadiendo mediante argumentos racionales y emocionales para que el receptor elija ese destino entre todos los posibles. Es precisamente en el momento clave de búsqueda de alternativas cuando la publicidad se muestra más eficaz, creando asociaciones mentales positivas entre el destino turístico y los valores más estimables para el público. En la comunicación lo deseable es que produzca una clara diferenciación positiva con respecto a la competencia.

Una de las maneras de dar a conocer un lugar, producto o servicio es mediante trabajos audiovisuales, lo cual se ha convertido en una fuente inagotable con la que se puede mostrar al exterior muchos aspectos que a la gente le interesa conocer, asegurándose de esta forma la propagación de una imagen positiva del producto o servicio.

CAPITULO 3

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

La metodología que se utilizará será la investigación no experimental y la investigación descriptiva. La investigación no experimental es aquella que se realiza sin manipular deliberadamente variables. Es decir, es investigación donde no hacemos variar intencionalmente las variables independientes. Lo que hacemos en la investigación no experimental es observar fenómenos tal y como se dan en su contexto natural, para después analizarlos. Como señala Kerlinger (1979, p. 116). “La investigación no experimental o ex-post-facto es cualquier investigación en la que resulta imposible manipular variables o asignar aleatoriamente a los sujetos o a las condiciones”. De hecho, no hay condiciones o estímulos a los cuales se expongan los sujetos del estudio. Los sujetos son observados en su ambiente natural, en su realidad.

En un experimento, el investigador construye deliberadamente una situación en la que se exponen varios individuos. Ésta situación recibe un tratamiento, condición o estímulo bajo determinadas circunstancias, para después de esto proceder con el análisis de los efectos de la exposición de dicho tratamiento o condición. Es decir, en un experimento se puede construir una realidad.

En un estudio no experimental no se construye ninguna situación, sino que se observan situaciones ya existentes, no provocadas intencionalmente por el investigador. En la investigación no experimental las variables independientes ya han ocurrido y no pueden ser manipuladas, el investigador no tiene control directo sobre dichas variables, no puede influir sobre ellas porque ya sucedieron, al igual que sus efectos.

La investigación descriptiva es aquella que analiza de modo sistemático las características de una población, situación o área de interés. Este tipo de estudio busca describir situaciones o acontecimientos, básicamente no está interesado en comprobar explicaciones, ni en probar determinadas hipótesis, ni en hacer predicciones. Con mucha frecuencia las descripciones se hacen por encuestas, aunque éstas también pueden servir para probar hipótesis específicas y poner a prueba explicaciones.

Para esto se tomarán datos secundarios investigados por estudiantes de la Universidad del Sur de Manabí, para realizar el respectivo análisis de los mismos.

CAPITULO 4

4.1 Análisis de la información general

Los siguientes datos fueron tomados del Plan de Desarrollo Estratégico de la parroquia Puerto Cayo presentado por el Gobierno Provincial de Manabí.

Puerto Cayo es una Parroquia Rural, se encuentra a 40 minutos de la ciudad de Jipijapa, provincial de Manabí. Es una zona que posee bellas playas, la actividad pesquera y el paisaje constituye puntos de atracción turística. La infraestructura hotelera se ha desarrollado medianamente y su producción agropecuaria es relevante para Manabí.

LIMITES:

Norte: Cantón Jipijapa
Sur: Parroquia Machalilla
Este: Cantón Montecristi
Oeste: Océano Pacífico

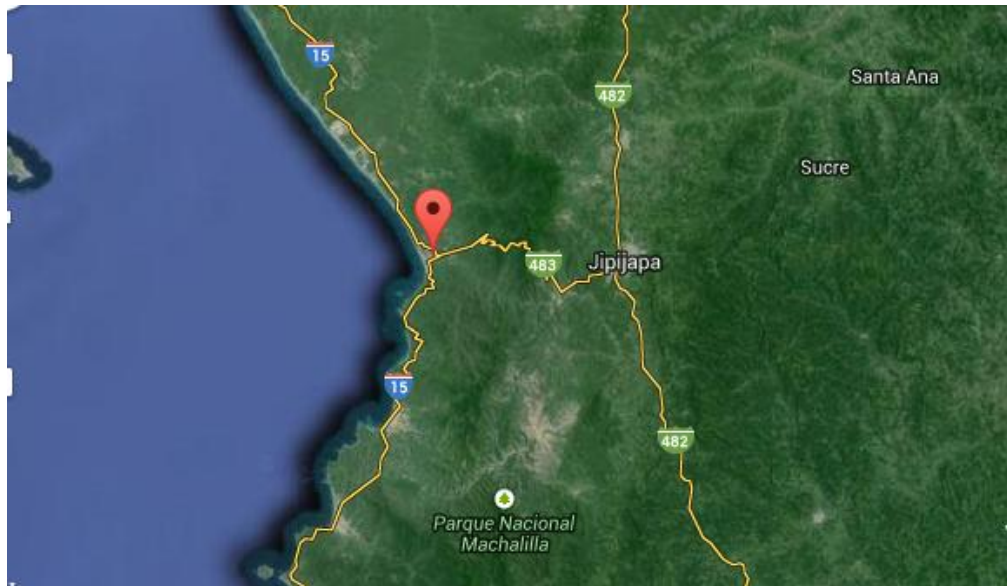


Figure 1 Localizacion de Puerto Cayo

Fuente: Mapas América

4.1.1 Clima

Es tropical seco y la temperatura media anual de 24,6 C, con un promedio de precipitaciones de 670mm.

4.1.2 Superficie: 23.600 Has. Aproximadamente.

4.1.3 Cultivos predominantes

Se presentan dos zonas, una seca y una sub húmeda, predominando en la zona seca los cultivos de ciclo corto en época lluviosa, la vegetación predominante en bosque seco, en la zona sub húmeda predominan los cultivos permanentes como: café, banano, cítricos y árboles maderables y frutales, pastizales artificiales cuya variedad principal es la Saboya.

4.1.4 Comunidades

La parroquia Puerto Cayo cuenta actualmente con 15 comunidades o recintos claramente definidos. Estas comunidades son las siguientes:

- Río Bravo
- Manantiales
- El Barro
- La Boca
- Jurón
- Salaite
- Cantagallo
- Olina
- Las Cruces de Olina
- San Ramón de Cantagallo
- Galán Arriba
- Galán Abajo
- Homo – Cantagallito
- Vuelta Larga
- Motete

4.1.5 Educación

Los años de escolaridad son de apenas 3.67 años de estudio, prácticamente la mitad de la cantonal de 5.92 años dando a notar que no hay interés ni incentivos para continuar con la educación. Los recursos económicos limitan la posibilidad de que los niños dediquen su tiempo a actividades educativas o

propias de su edad, debiendo comenzar tempranamente el trabajo infantil no contando con adecuada alimentación que permita aprovechar el aprendizaje.

4.1.6 Vivienda

Las viviendas de la parroquia en su mayoría no cuentan con las necesidades básicas satisfechas.

4.1.7 Recursos Naturales

4.1.7.1 Fauna

En el sur de la provincia de Manabí se han reportado innumerables especies pertenecientes a la fauna marina como peces, crustáceos, moluscos y aves marinas y costeras y la famosa ballena jorobada. En cuanto fauna terrestre hay una lista larga de especies entre las que destaca el águila arpía por ser una especie en peligro de extinción, de la que se han podido encontrar algunos ejemplares en la zona montañosa del Barro y en el bosque húmedo tropical.



Figure 2 Fauna en Puerto Cayo

Fuente: www.welcomeecuador.com

4.1.7.2 FLORA

La zona próxima al mar se caracteriza por una vegetación herbácea que verdece durante la época de lluvia, entre enero y abril, y que se vuelve a secar en el verano por las deficiencias hídricas de la parte alta de la parroquia. Debido a sus características topográficas y condiciones ecológicas su vegetación original está formada por un sotobosque que tiene árboles y arbustos pequeños y muchas herbáceas, principalmente gramíneas. De las especies maderables, más importantes se puede hallar guayacán, amarillo, bálsamo, fernán sánchez, seca, entre otros; mientras que en los sitios donde la vegetación original ha sido destruida, se han formado pastizales. En contraste con un área de 6215 hectáreas que fue declarada Bosque Protector en 1989.

4.1.8 Situación demográfica

La parroquia Puerto Cayo tiene una población de 3.390 habitantes, de los cuales el 54.26% son hombres y el 45.74% mujeres, acorde al VII Censo Nacional de Población y V de Vivienda realizado en el año 2010.

Población Económicamente Activa

La población económicamente activa está dividida de la siguiente manera:

Sector inactivo (53.4%): se dedican a los quehaceres domésticos, estudiantes, jubilados e impedidos para trabajar

Sector activo (35.9%): actividades de pesca, agricultura, turismo, trabajo en laboratorio de larvas

Sector no declarado (10.68%).

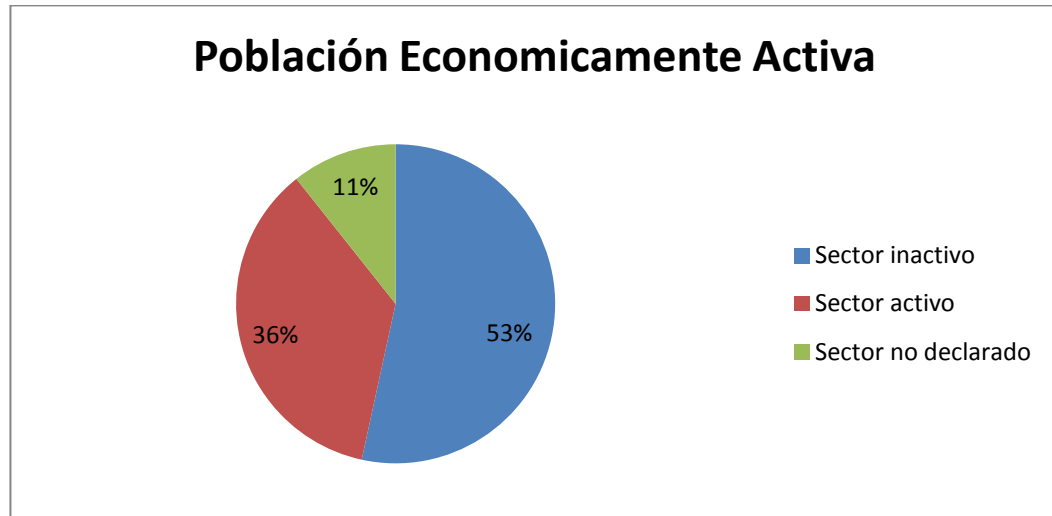


Gráfico 1 Población económicamente activa

Fuente: VII Censo Nacional de Población y V de Vivienda 2010

Realizado por: Gema Alvarado

4.1.9 Actividades económicas

4.1.9.1 Pesca

Al ser un tradicional puerto marítimo con gran actividad socioeconómica su mayor sostén es la pesca artesanal. Hay aproximadamente 800 pescadores que operan 227 embarcaciones, en su mayoría de fibra de vidrio, usadas para la captura de especies de pesca blanca, camarón y langosta. Y en la actualidad también usadas para el turismo en la época de avistamiento de ballenas.



Figure 3 Pesca en Puerto Cayo

Fuente: Gema Alvarado

4.1.9.2 Agronomía

Los principales cultivos son los siguientes: plátano, maíz (choclo), frejol, papaya, sandía, yuca, limón, naranja, banano, tomate, pimiento, cebolla, pepino, maracuyá, melón, badea; y en menor proporción zapallo, tagua, mandarina, ciruelos, cabuya, mango y café.



Figure 4 Agronomía

Fuente: www.agronegociosecuador.com

4.1.9.3 Actividad pecuaria

La crianza de ganado vacuno se da en mínima escala. Los equinos (asnos y caballos) son usados como medio de transporte, siendo su reproducción limitada. La cría de porcinos y aves es tradicional.

Las cabras cuya población era muy numerosa, prácticamente han desaparecido y hoy existen pocos especímenes.

4.1.9.4 Artesanías

Puerto Cayo es dueño de una tradición artesanal muy rica y variada, en productos como: tejidos de lana y piola, artesanías en caña, madera y objetos de arcilla cocida; canastas, petates, hamacas, tapetes, alfombras, bolsos de

fibra de cabuya; producción de ladrillos; artesanías en tagua; artesanías en telas y peluches; redes y piolines para embarcaciones. Existen grupos de mujeres y jóvenes, que se dedican a la manufactura y confección de ropa, bordado, tejido de zapatillas, artesanías en periódico, conchas de mar, pulseras en piola.



Figure 5 Artesanías

Fuente: Gema Alvarado

4.1.9.5 Turismo

En la actualidad la actividad turística se ha establecido como un medio de búsqueda por afinar recursos económicos y enrumbar a Puerto Cayo como una próspera parroquia que se ajuste a la tecnología y modernismo de la actividad, gracias a que cuenta con una gran variedad de sitios turísticos naturales y culturales conjugados con la maravillosa escenografía del paisaje.



Figure 6 Turismo en Puerto Cayo

Fuente: Gema Alvarado

4.1.9.6 Tradición y Cultura

Puerto Cayo se caracteriza por tener tradición cultural muy rica y variada; en el sector costero el *Cholo pescador* se dedica a las faenas marinas, mientras que el *Campesino o Montubio* que vive en las montañas se dedica a la siembra de maíz, fréjol, yuca, hortalizas y cría de animales menores. Por lo general el habitante de Puerto Cayo es muy alegre, los hombres, mujeres y niños, se unen alrededor de las fiestas religiosas de cada comunidad. Como personajes míticos en varios sectores aún se escucha leyendas como el silbato del diablo, el paso de la calavera caminante y el paso del barco fantasma En esta región es común el uso de productos naturales medicinales como yerba buena, orégano, hierba de espanto, sábila, llantén, hierba luisa, yuca rallada, manzanilla, flor de muyuyo, anís, toronjil, romero, ruda, zaragoza, oreganón. 56 De igual manera se rescata una tradición en el aspecto culinario de tener preferencia por ciertos platos típicos como el pescado hornado, ceviche, cazuela, consomé de gallina criolla, pescado frito, morcilla de chanco.



Figure 7 Cultura en Puerto Cayo

Fuente: Gema Alvarado

4.1.10 Servicios Básicos

4.1.10.1 Abastecimiento de Agua

El 44.45% proviene de una red pública, la cual se extrae de los pozos de Cantagallo, el 41,44% es agua extraída de aguas subterráneas, el 6,78% de la carros repartidores y el 5,89% proveniente de ríos o vertientes.

4.1.10.2 Eliminación de Aguas Servidas

En mayores porcentajes se lo realiza a través de pozos ciegos (37.75%) y pozo séptico (37.02%), otra forma (17.25%) y conectado a una red pública de alcantarillado el 7.96%.

4.1.10.3 Eliminación de Basura

Este proceso en un 33.92% se realiza por incineración o entierro, el 12,38% botando a terreno baldío o quebradas, otra forma no identificada el 1,62% y el 0,14% en la cabecera parroquial por carro recolector.

4.1.10.4 Energía Eléctrica

El servicio de electricidad que entrega EMELMANABI en la parroquia es para 595 viviendas, es decir el 87,75% faltando 83 viviendas de diferentes recintos que equivalen al 12,24%. Lastimosamente este servicio no es de calidad ya que se dan repentinos apagones, o existen sectores en los que el alumbrado público ha sufrido daños que por largo tiempo no son reparados.

4.1.10.5 Servicio Telefónico

51 viviendas equivalentes al 7,52% a nivel de cabecera parroquial disponen de este servicio mientras que el 92,47% no dispone, esta la falta de teléfonos se cubre de cierta manera con 7 bases digitales de telefonía celular, distribuidas 5 en la cabecera parroquial, 1 en Cantagallo y 1 en la Boca. Actualmente existe acceso a Internet.

4.1.11 Vías de acceso

Posee la vía de la Ruta del Sol que atraviesa por el perfil costanero, que se encuentra en muy buen estado además de una vía asfaltada de segundo orden que lo conecta con Jipijapa, que se encuentra en proceso de renovación completa para optimizar su estado ya que es una vía transitada diariamente por los habitantes del sector, trabajadores y turistas, gracias a esta obra, la población se siente muy beneficiada.

Transporte público

Las líneas de Cooperativas que realizan la transportación a las playas manabitas son las cooperativas 15 de Octubre y Manglaralto, que hacen sus recorridos por la carretera de la Ruta del Sol en la que se puede apreciar los bellos balnearios turísticos.

4.2 Análisis de resultados de la investigación de la Universidad del Sur de Manabí.

Las cifras presentadas a continuación fueron presentadas por estudiantes de la Universidad del Sur de Manabí, a través de una investigación de campo realizada en el feriado de carnaval 2013 para determinar la cantidad de turistas que visitaron la parroquia de Puerto Cayo en la provincia de Manabí durante esos cuatro días. A continuación se presenta el análisis de los resultados más relevantes y complementarios a esta investigación.

Las personas que visitaron Puerto Cayo, provincia de Manabí en los cuatros días de Carnaval fueron 13267 según encuestas realizadas por los estudiantes de la Universidad del Sur de Manabí. A partir de esto se tomó una muestra de 262 personas con el 95% de confianza. El método teórico que se aplicó fue la investigación descriptiva la cual analiza la información recolectada sin cambiar el entorno. El objetivo es llegar a conocer las situaciones, costumbres y actitudes predominantes a través de la descripción exacta de las actividades, objetos, procesos y personas. Su meta no se limita a la recolección de datos, sino a la predicción e identificación de las relaciones que existen entre dos o más variables.

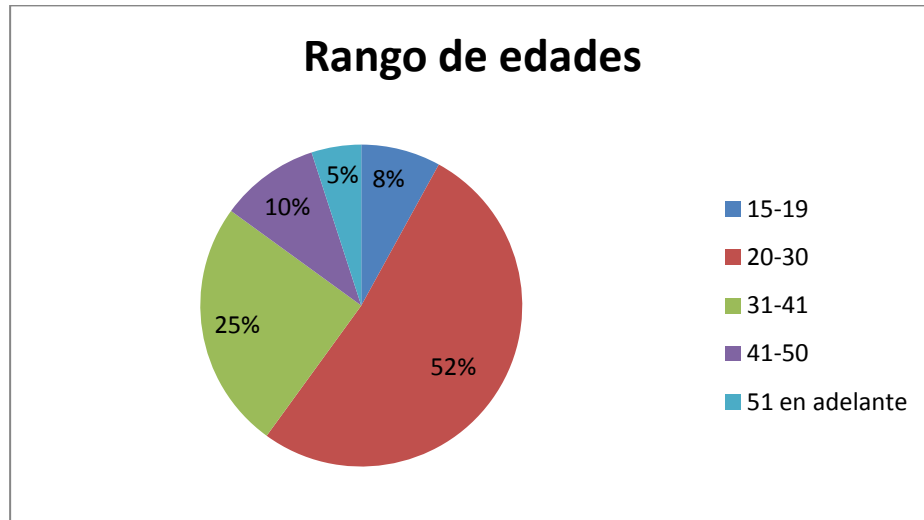


Gráfico 2 Rango de edades

Fuente: Universidad del Sur de Manabí

Elaborado por: Gema Alvarado

La investigación señala que el 52% de las personas encuestadas tienen entre 20 a 30 años de edad, es decir que este será el mercado meta al que estará enfocado la propuesta audiovisual de promoción turística.

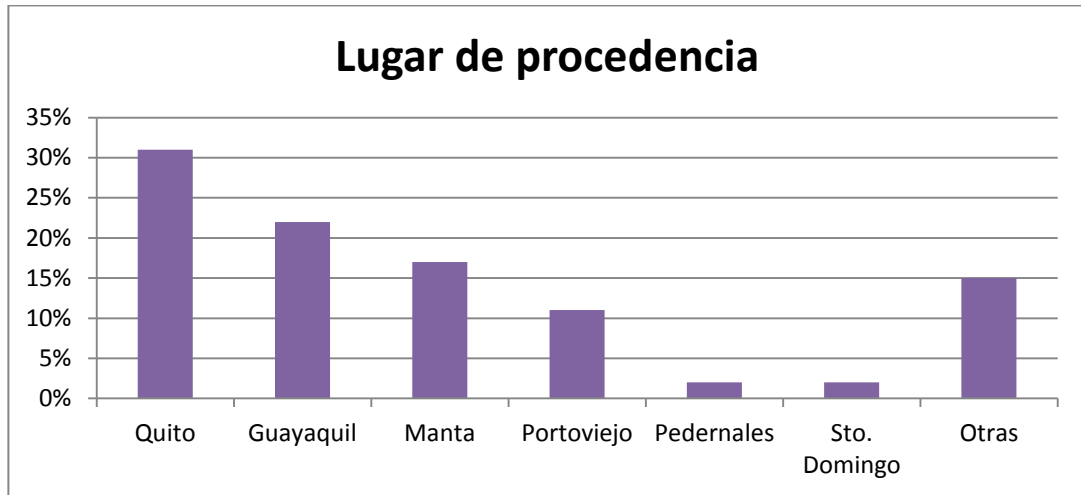


Tabla 1 Lugar de procedencia

Fuente: Universidad del Sur de Manabí

Elaborado por: Gema Alvarado

La mayoría de los turistas representados por un 53% provienen de las principales ciudades del Ecuador como Quito y Guayaquil y el 30% de ciudades pertenecientes a la provincia de Manabí, mientras que el 15% de visitantes son personas del cantón Jipijapa que poseen casas o son dueños de negocios en Puerto Cayo, es decir que ésta parroquia recibe una gran afluencia de turistas en su mayoría nacionales.

Más de la mitad de los turistas representados por un 55% visitaron por primera vez esta parroquia, mientras que el 45% restante ya conocían el destino.

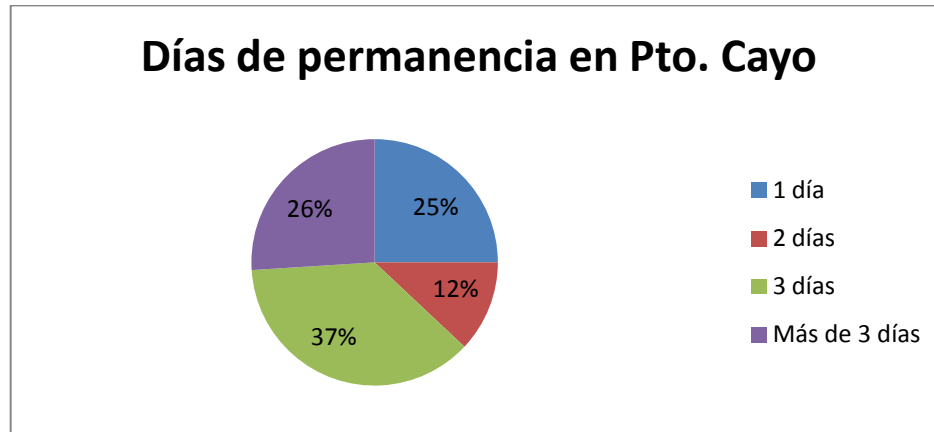


Gráfico 3 Días de permanencia en Puerto Cayo

Fuente: Universidad del Sur de Manabí

Elaborado por: Gema Alvarado

El 37% de las personas encuestadas planearon su estadía para 3 días, lo cual les permite realizar varias actividades turísticas en Puerto Cayo tales como: visitar la Isla de la Plata, visitar el Islote, practicar surf, entre otras.

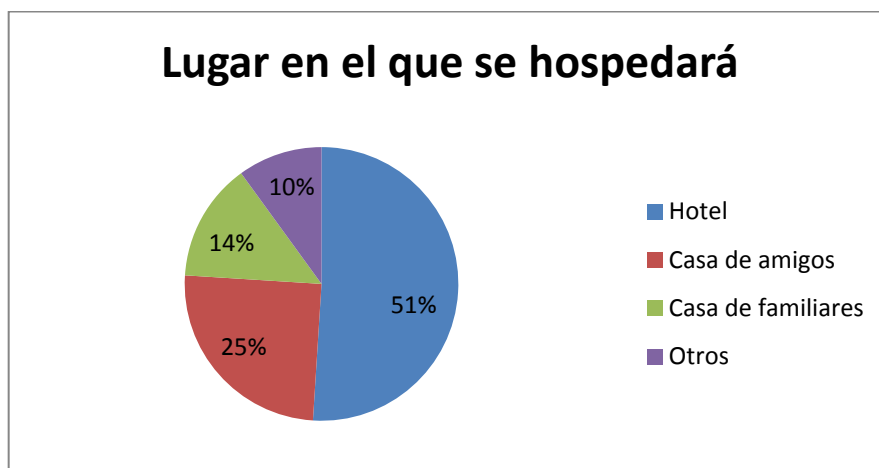


Gráfico 4 Lugar en el que se hospedará en Puerto Cayo

Fuente: Universidad del Sur de Manabí

Elaborado por: Gema Alvarado

El 51% de los turistas se hospedaron en hoteles, por lo que importante mencionar que el sector hotelero si cuenta con un segmento de mercado en el cual se puede basar para su desarrollo cumpliendo con todas las expectativas que el turista tiene.

El 90% de los turistas menciono que el costo de alimentación es muy alto comparado con otros balnearios, esto se da debido a que los pobladores aumentan los precios en temporada alta, sin darse cuenta que esto puede afectar al turismo de Puerto Cayo, provocando que los visitantes prefieran otro destino.

El porcentaje de las falencias halladas en el hospedaje no tiene una diferencia significativa, por lo que el principal objetivo es reducir los costos y mejorar el aseo.

El 76% de las personas encuestadas indico que el transporte público con el que cuenta Puerto Cayo se encuentra en mal estado generando el rechazo para el uso de los mismos.

El 96% de los turistas menciono que no existen guías turísticos en la parroquia de Puerto Cayo, por lo que es necesario capacitar a personas para que puedan mostrar a los turistas todos los atractivos y actividades por realizar, ya que por la falta de conocimiento muchas veces son desaprovechadas.

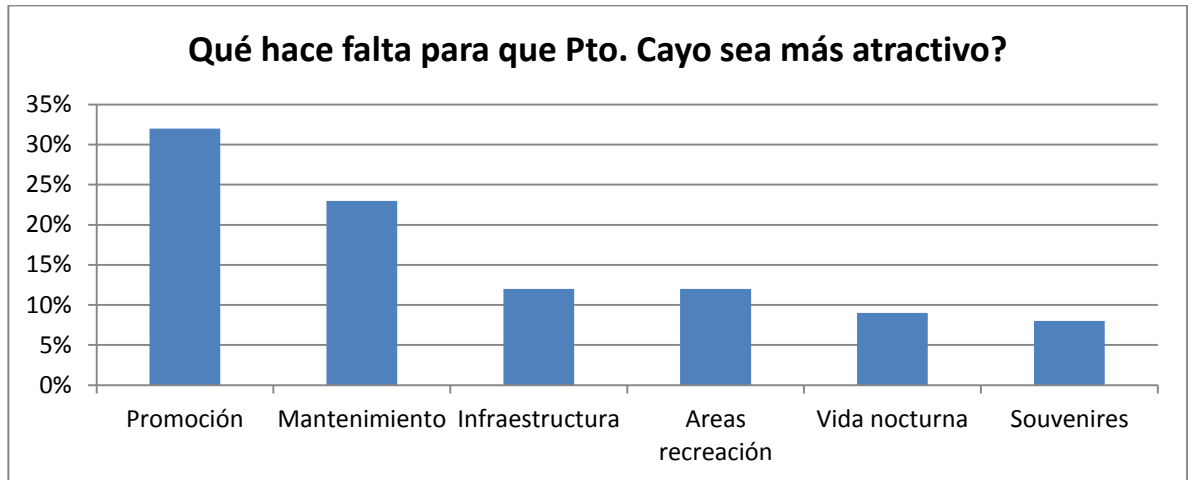


Tabla 2 Qué falta para que Pto. Cayo sea atractivo

Fuente: Universidad del Sur de Manabí

Elaborado por: Gema Alvarado

Es evidente que la promoción turística es un factor que hace falta para que Puerto Cayo se aun lugar más visitado, a esto también se suma la implementación de infraestructura hotelera, lo cual es principal para lograr el desarrollo turístico.

El 92% de los turistas indico que si volverían a visitar Puerto Cayo, por lo que se puede concluir que esta parroquia si es destino turístico potencial.

4.3 Conclusiones

Puerto Cayo es considerado una parroquia con alto potencial para el desarrollo económico gracias a los atractivos turísticos que posee que cuentan con la aceptación de los turistas tanto nacionales como extranjeros. Esta parroquia aún tiene obstáculos que vencer como la promoción turística y la implementación de infraestructura hotelera, ya que en feriados o vacaciones no hay suficientes plazas para tantos visitantes lo que provoca un aumento en los precios de los servicios hoteleros. Otro aspecto que deben mejorar es que no cuentan con guías turísticos debido a la falta de capacitación de los pobladores, esto muchas veces perjudica al turismo debido a que los visitantes desconocen de los atractivos y desaprovechan la oportunidad de visitarlos y llevarse una experiencia agradable. Es por esto que es necesaria la producción de material audiovisual para realizar la promoción turística de Puerto Cayo. Como indica la encuesta, las personas a las que está dirigido este proyecto tienen un rango de edad entre 20 a 30 años, es decir, jóvenes que buscan un lugar fuera de lo común para relajarse y disfrutar de actividades al aire libre.

CAPITULO 5

5.1 PROPUESTA DE PROMOCIÓN TURÍSTICA

Actualmente, Ecuador se encuentra en una campaña turística a nivel mundial en la cual ofrece visitas y experiencias inolvidables a los ciudadanos tanto nacionales como extranjeros. Pero hay ciertos destinos turísticos que no cuentan con la suficiente promoción y no tienen la misma demanda que otros destinos a pesar de poseer los recursos turísticos necesarios.

Es por esto que la propuesta de este proyecto es realizar un video promocional de Puerto Cayo con la finalidad de difundir y promocionar esta parroquia en el mercado nacional e internacional, dando a conocer sus atractivos turísticos: playas, paisajes del interior, infraestructuras turísticas, variedad de actividades, que nos permita presentar a Puerto Cayo como un destino turístico consolidado y con experiencia.

Las imágenes a tomar en cuenta en el video han sido grabadas en base a los gustos y preferencias de personas entre 20 y 30 años de edad, que les gusta aventurarse, disfrutar de experiencias nuevas, recorrer nuevos lugares, visitar parques, realizar deportes acuáticos y también que les guste relajarse simplemente viendo la puesta del sol.

5.2 ANALISIS FODA

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none">• Presencia de reten policial• Servicio de electricidad• Agua entubada en la cabecera parroquial	<ul style="list-style-type: none">• Presencia de turistas en Carnaval• Cerca de la isla de la Plata• Alianzas hoteleras

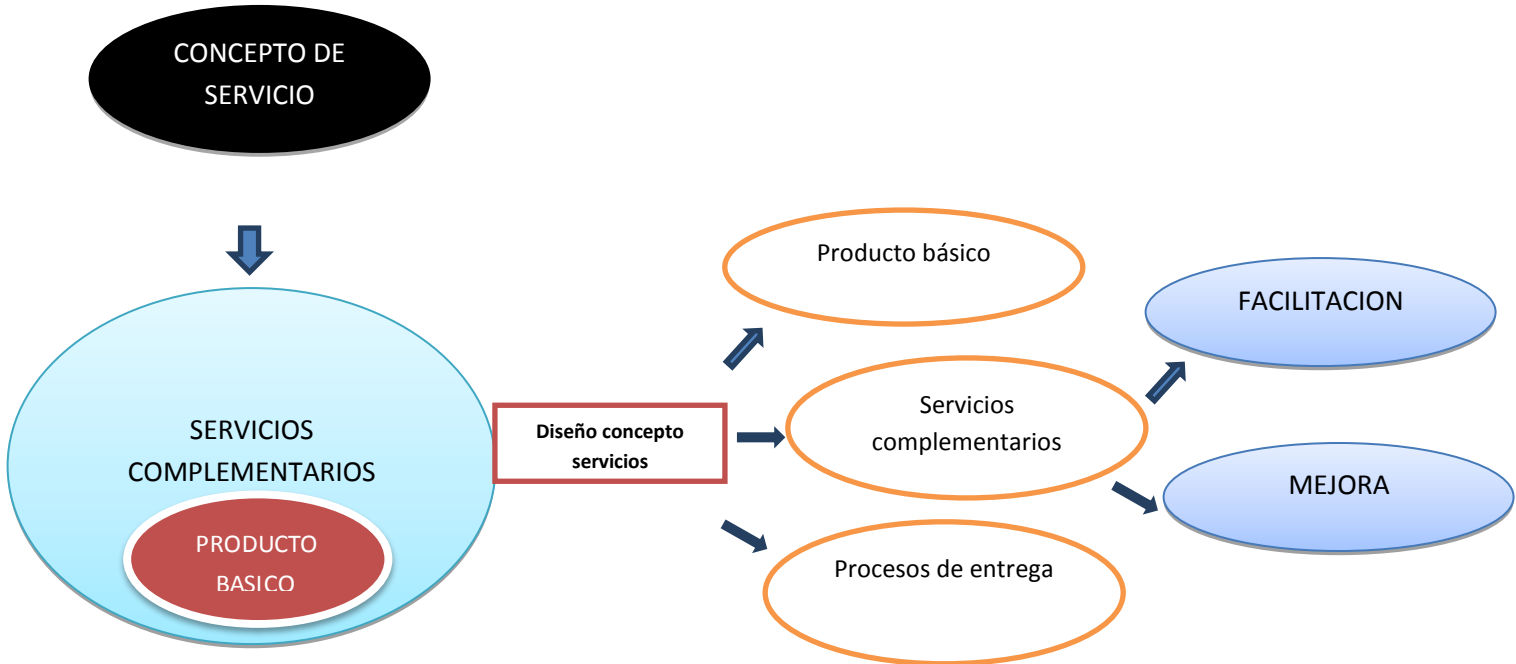
<ul style="list-style-type: none"> • Bosque Húmedo Tropical (Cordillera Colonche) • Planta turística • Regeneración del parque • Cascada Chorrillo • Observación de ballenas jorobadas • Elaboración de artesanías • Biodiversidad de flora y fauna • Playas extensas • Carreteras en excelente estado Jipijapa – Puerto Cayo y Ruta del Spondylus. 	<ul style="list-style-type: none"> • Visita de turistas nacionales y extranjeros • Generar más plazas de empleo • Capacitaciones por parte del Ministerio de Turismo • Impulsar proyectos productivos • Alianzas con empresas turísticas • UNESUM realiza proyectos turísticos • Perforación de pozos para poder extraer agua potable.
<p>DEBILIDADES</p> <ul style="list-style-type: none"> • No hay ecoturismo rural • Solares descuidados • No hay promoción turística • Precios elevados por alimentación, hospedaje y tours. • Falta de centros educativos • Niños trabajando en pesca • No cuentan con salvavidas • Falta de agua potable • Falta de alcantarillado • Playa descuidada 	<p>AMENAZAS</p> <ul style="list-style-type: none"> • Delincuencia en temporadas • Aguaje alto • Migración por falta de trabajo • MINTUR no brinda apoyo para el desarrollo parroquial • Embarcaciones pesqueras no pueden ingresar a la Isla de la Plata.

Tabla 3 Análisis FODA

Elaborado por: Gema Alvarado

5.3 MARKETING MIX

Una de las primeras Ps en ser analizadas dentro de este concepto de servicio es la correspondiente a los **elementos del producto**:



Como primer aspecto para tener en cuenta al realizar la promoción de puerto cayo es el relacionado a la información. Clientes reales y potenciales, en este caso los turistas, están expectantes de datos específicos y adicionales con respecto al lugar que desean visitar.

Para ello se hará referencia a su ubicación, sus atractivos, conectividad, actividades complementarias a realizar, su hospitalidad, y las fuentes para consultas específicas con respecto a la localidad

LUGAR Y TIEMPO

La entrega de los elementos del producto implica decisiones para responder a las preguntas de donde y cuando. Al buscar este proyecto la promoción turística de puerto cayo difiere de la distribución convencional que se enfoca en el traslado a través de canales físicos, al referirnos básicamente a experiencias y desempeños, estos no pueden transferirse físicamente, estas transacciones de información se realizan por medios electrónicos o audiovisuales

Dentro de la distribución existen tres elementos interrelacionados. Existirá aquí como primer elemento un flujo de información y promoción, que tendrá como objetivo interesar a los clientes en visitar la localidad que posteriormente permitirá un flujo de negociación entre las características de lo que se oferta y lo que se demanda.

Precio

Esta iniciativa no plantea la fijación de precios dado que no busca la comercialización del producto final, pero si establece fijación de los costos para la realización del mismo.

Promoción y Educación

Como parte del marketing de servicios gran parte de los esfuerzos estarán destinados a la comunicación educativa, es decir enfocarse en transmitir los beneficios del servicio, donde y cuando obtenerlo (las temporadas altas y bajas), y dar principal importancia a aspectos de información del destino como propuesta de valor a través del video promocional de Puerto Cayo.

Se utilizaran medios electrónicos como páginas webs y redes sociales para difundirlo. El desafío aquí está en vencer un problema de la intangibilidad, la abstracción, por medio de una estrategia que permita la representación física de la experiencia de viaje y el desempeño con el uso de la exposición de un episodio de consumo de servicio que busque captar y mostrar los componentes físicos de la localidad a través de clientes obteniendo los beneficios de la experiencia de viaje.

Otras variables a ser consideradas dentro de este análisis incluyen al proceso, entendido como las actividades realizadas por los visitantes a la localidad, desde el uso de las facilidades de alojamiento, de alimentos y bebidas, recreación, actividades complementarias, entre otras. Por otro lado el personal como parte de la interacción directa entre los visitantes y los oferentes de los diferentes servicios turísticos. Hace hincapié a este punto dado que en cualquier actividad de servicio y sobre todo en una industria como la de la hospitalidad la satisfacción o insatisfacción con la calidad de servicio está ligada a las evaluaciones sobre el personal que tenga contacto con ellos. Otros factores a mencionar serán los del entorno físico que destaca la importancia de todas las señales visibles, sean estas de infraestructura, limpieza, etc. que ofrecen evidencia tangible de la calidad de los servicios turísticos que se ofertan.

5.4 Determinación de la demanda

5.4.1 Demanda Actual

Ecuador ha mostrado un alto desempeño en los últimos años con respecto a las llegadas de los turistas internacionales, así mismo los ingresos por parte del turismo internacional también han aumentado. Los turistas que visitan el Ecuador prefieren gastar más por la experiencia que por el confort, prefieren las actividades relacionadas con la naturaleza, cultura y aventura.

Según el Boletín del mes de Junio 2014 del Ministerio de Turismo, se ha reflejado un 6% de incremento con respecto a las llegadas registradas en mayo del 2013, así mismo en el periodo enero-junio de 2014 el crecimiento es superior al 14% en relación al mismo periodo del año anterior.

Así mismo, la Universidad Estatal del Sur de Manabí UNESUM realizó una investigación de campo para determinar el número de turistas que visitaron Puerto Cayo en el feriado de Carnaval del año 2013, la cual dio un resulta de 13267 personas.

5.4.2 Demanda Potencial

Para definir la demanda potencial se analizó la investigación realizada por estudiantes de la UNESUM, en el cual se dio a conocer que las personas que más visitan Puerto Cayo son hombres y mujeres entre 20 y 40 años que provienen principalmente de Quito, Guayaquil y Manta.

5.4.3 Mercado Meta

La realización del video promocional de Puerto Cayo tiene como objetivo captar la atención de turistas hombres o mujeres entre 20 a 30 años, los cuales estén

interesados en realizar turismo de aventura, disfrutar de la fauna y flora del lugar, así como también poder relajarse.

5.5 Localización de Puerto Cayo

Puerto Cayo es una Parroquia Rural, se encuentra a 40 minutos de la ciudad de Jipijapa, provincial de Manabí. Está aproximadamente a 165 kilómetros de Guayaquil. La vía más rápida para llegar es Guayaquil - Jipijapa – Puerto Cayo, aunque también lo pueden hacer por medio de la “Ruta del Spondylus” la cual toma 4 horas aproximadamente.

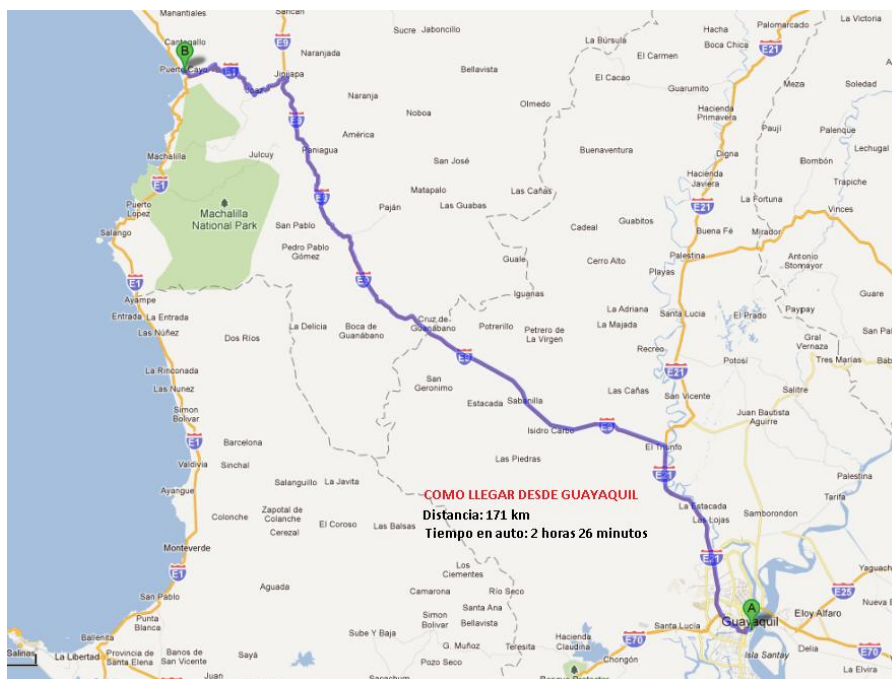


Figure 8 Mapa de Puerto Cayo

Fuente: www.puertocayoturistico.org

5.6 Proceso Productivo

5.6.1 Características del servicio/producto

El producto final será un video promocional de la parroquia Puerto Cayo. Esta herramienta de marketing estará diseñada para atraer a los turistas y motivarlos a que visiten este balneario manabita.

El video promocional debe ser directo, concreto y preciso. Es recomendable que no dure más de tres minutos. Cuanto más breve y claro sea el mensaje, se mantendrá por más tiempo en la mente del consumidor.

El medio más utilizado para su distribución son los canales de streaming en internet, muchas empresas crean sus páginas en Youtube para promocionarse y cuelgan los videos en las mismas.

El impacto que ha generado esta nueva tendencia es altamente positivo porque permite compartir el enlace en cualquier red social y de esta manera poder llegar a mucha gente, sin generar costos adicionales para las empresas.

El público o el cliente que va a ver el video son clave a tener en cuenta. Hay que conocer muy bien el target del vídeo, ya que cada público utiliza un lenguaje, visual y verbal, diferente. No es lo mismo realizar una presentación para un público muy joven, que para una persona de la tercera edad. El formato, la duración y el estilo varían en función de quién lo vaya a ver. En el caso de este proyecto, el video estará enfocado en las personas de 20 a 30 años de edad.

También se debe tomar en cuenta la estructura del video. Lo ideal es empezar con una breve presentación que resalte el objetivo del vídeo, desarrollar el contenido que se quiera transmitir y sus matices y, por último, acabar con un final de impacto que deje grabado su mensaje en la mente del espectador.

No por dar mucha información un contenido va a ser más efectivo, por eso hay que sintetizar y resaltar bien lo que se quiere vender. Por tanto, la duración es un elemento clave y como norma general el video no debería superar los tres minutos de duración. Es mejor dejar con las ganas de querer ver más, que pasarse de tiempo y terminar por desinteresar al público. Crear la necesidad en las personas de visitar esta parroquia ubicada al sur de Manabí.

Es importante aprovechar toda la fuerza comunicativa del video para que no resulte una cinta aburrida. Si damos al vídeo un ritmo audiovisual rico en imágenes y potenciamos la banda sonora, si destacamos el mensaje que queremos hacer llegar con una producción ágil y un guión ameno, se tendrá más posibilidad de atraer la atención del público.

Para la presentación inicial objetiva del video se mostrará la salida desde Guayaquil por la vía Daule la cual muestra cómo llegar a Puerto Cayo, pasando por los cantones de Nobol, Pedro Carbo, Cascol, Jipijapa y finalmente el destino, esto tomará 20 segundos. A continuación se mostrará los atractivos de Puerto Cayo tales como el parque, el mercado, la iglesia, el malecón con su playa y el islote Pedernales que se puede observar a lo lejos, lo cual tendrá un estimado de 25 segundos. Después de esto, se podrá observar la pesca artesanal, la gastronomía y los hoteles que se encuentran ubicados cerca del malecón, esto tomará 20 segundos más. Para finalizar se mostrará la vista desde el mirador de Puerto Cayo, lo cual tomará 5 segundos. El video tendrá una duración de un minuto diez segundos.

5.6.2 Información de las tecnologías

- Jornada de grabación: cámara de alta definición, iluminación, realizador, producción.
- Postproducción: técnicos y especialistas efectuarán la selección y montaje del material grabado, incluyendo efectos especiales, grafismo,

titulación, locuciones, música, así como la organización lógica de las secuencias.

- Música: fondo amplio y variado.
- Gráfica que apoya el mensaje que se desea transmitir en el vídeo.
- Duración aproximada: entre 11:10 minutos.
- Calidad HD
- Se mostrará los atractivos turísticos, gastronomía, vías de acceso.

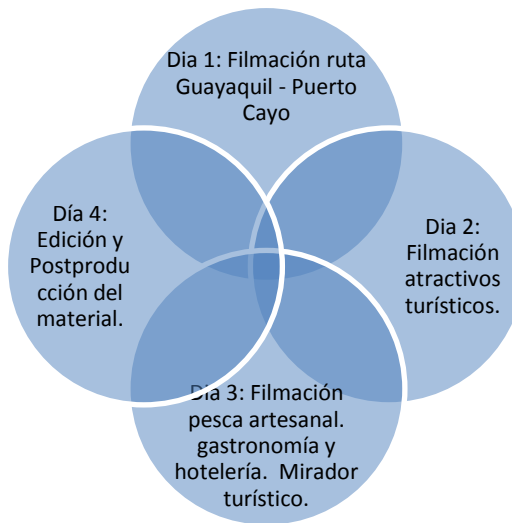


Gráfico 5 Diagrama de Venn Video Promocional

Elaborado por: Gema Alvarado

5.7 PRESUPUESTO DEL VIDEO

Los valores presentados a continuación son precios referenciales de un video promocional, referidos por Iván Alvarado, Ingeniero en Producción Audiovisual. Este presupuesto está realizado en base a un video de 2 minutos con calidad HD, el cual tomó aproximadamente una semana para su elaboración.

Denominación	Nº de personas	Precio Unidad	Costo total
PERSONAL TÉCNICO			
Director	1	1.000,00	1.000,00
Productor	1	700,00	700,00
Asistente de producción	1	400,00	400,00
Guionista	1	800,00	800,00
Arreglista musical	1	450,00	450,00
Operador de cámara	2	400,00	800,00
Asistente de cámara	1	350,00	350,00
Operador de sonido	1	500,00	500,00
Asistente de sonido	1	350,00	350,00
Iluminador	1	400,00	400,00
Editor	1	500,00	500,00
Total personal técnico	12		6.250,00

Tabla 4 Gastos del personal

Fuente: Iván Alvarado

Elaborado por: Gema Alvarado

Denominación	Unidades	Precio Unidad	Costo total
ARRENDAMIENTOS MEDIOS TECNICOS			
Camara	2	\$ 125,00	\$ 250,00
Tripodes	2	\$ 25,00	\$ 50,00
Soporte HDV	1	\$ 15,00	\$ 15,00
Micrófono	1	\$ 55,00	\$ 55,00
Grabadora Tascam	1	\$ 45,00	\$ 45,00

Kit Luces	1	\$ 90,00	\$ 90,00
Total arrendamiento medios técnicos			\$ 505,00

Costo Total del video	\$ 6.755,00
------------------------------	--------------------

Tabla 5 Gastos técnicos

Fuente: Iván Alvarado

Elaborado por: Gema Alvarado

5.8 ESTRATEGIAS DE DIFUSIÓN Y POSICIONAMIENTO

Para dar a conocer el trabajo audiovisual se utilizarán las redes sociales como plataforma. Facebook, Twitter y Youtube son las redes sociales que cuentan con más seguidores actualmente, lo cual facilita la interacción con el público objetivo de una manera más personalizada y dinámica que con las técnicas que utiliza el mercadeo tradicional. Los beneficios que presenta este tipo de estrategia son los siguientes:

- Mayor cantidad de visitas: el marketing en las redes sociales aumenta el número de visitantes en la página web.
- Imagen de la marca: se incrementa la popularidad del servicio o producto.
- Alcance: las redes sociales cada día son más importantes, lo cual ayuda para impactar a un gran número de personas.
- Difusión: es una de las maneras más rápidas y económicas de difundir el servicio o producto.
- Recopilación de datos: se puede recopilar información acerca del público objetivo.

RECOMENDACIONES

Ya que la promoción turística de Puerto Cayo ayudará a mejorar el desarrollo económico de la parroquia a través del incremento del turismo, se recomienda medir el impacto del video propuesto en este proyecto para poder constatar si aumentó la demanda de turistas nacionales y extranjeros y de esa manera mejoró la economía de la localidad.

Otro aspecto que se recomienda mejorar e implementar es la infraestructura hotelera para que los visitantes tengan varias opciones de donde puedan escoger ya sea por precio, calidad en el servicio, etc. y que en los feriados no tengan que dirigirse a otra parroquia cercana a dormir por falta de alojamiento en Puerto Cayo.

Así mismo se recomienda la implementación de centros de información para el turista, debido a que muchas personas, especialmente los que provienen de la Sierra no conocen los atractivos del lugar o no saben cómo llegar a su destino. Es por esto que considero necesario que haya centros de información para poder guiarlos de una mejor manera.

De esta manera y con la colaboración de todos los pobladores de Puerto Cayo se considera que en poco tiempo se logrará la mejora en el desarrollo económico gracias a la promoción turística.

CONCLUSIONES

Puerto Cayo posee características y recursos que todavía no han sido explotados, como su gastronomía, la extensión de sus playas y su cercanía a otros destinos turísticos en la provincia de Manabí. Su ubicación geográfica le permite disfrutar de la riqueza tanto natural como cultural permitiendo una amplia variedad en actividades turísticas.

Tal como se indicó en la investigación de campo realizada por estudiantes de la Universidad del Sur de Manabí, los turistas que más frecuentan Puerto Cayo tienen entre 20 a 30 años y provienen de las principales ciudades del país tales como Guayaquil y Quito así como también de ciudades de la provincia de Manabí. Es decir que existe más turismo interno que externo, los cuales llegan por sus propios medios a esta parroquia y su estadía es de aproximadamente 3 días lo cual se considera tiempo suficiente para realizar actividades de recreación, disfrutar de la flora y fauna, conocer los atractivos turísticos, visitar la Isla de la Plata, disfrutar de su gastronomía, etc.

Con la producción de un video promocional se espera que Puerto Cayo aumente la demanda de turistas en los próximos años, lo cual generará más plazas de trabajo para los pobladores, permitirá realizar intercambios de cultura con los extranjeros y de esta manera poder aumentar sus ingresos logrando mejorar el desarrollo económico de Puerto Cayo.

BIBLIOGRAFIA

MINISTERIO DE TURISMO: Boletín de Estadísticas Turísticas Junio 2014.

MINISTERIO DE TURISMO: Plan Estratégico de Desarrollo del Turismo Sostenible en Ecuador hacia el año 2020 “PLANDETUR 2020”; Edición Diciembre, 2007; Ecuador.

Gobierno Provincial de Manabi, (2010). Plan de Desarrollo Estrategico de la Parroquia Puerto Cayo.

Guzman, G. (2010). Plan Estrategico de Desarrollo Turistico de Puerto Cayo.

Medya Productora Audiovisual. (2013). Que es un video promocional.

VÁSQUEZ, Gustavo: Guía Turística y Ecológica; Editorial Voluntad; Ecuador.

Asociación de Operadores de Turismo Receptivo del Ecuador. (s.f.). optur.org.

Recuperado el 09 de 10 de 2013

Barber, Diego. (2013) Las 8 Ps del Marketing de Servicios.

IZQUIERDO, MERCÈ, SANMARTÍ, NEUS y ESPINET, MARIONA. Departament de Didàctica de les Ciències i de les Matemàtiques. Universitat Autònoma de Barcelona.

Campbell, Donald. Diseños experimentales y cuasi experimentales en la investigación social. Buenos Aires.

Revista Protocolo. (2011). “10 pasos para hacer un buen video corporativo”.

ANEXOS

TEXTO	ESCENA	IMAGEN	AUDIO	TIEMPO (en segundos)
Promoción Turística para el desarrollo de Puerto Cayo	1	Carretera Gye-Puerto Cayo	Manabi - Juan Fernando Velasco	9"
	2	Parque y Mercado de Puerto Cayo		26"
	3	Pescador hablando sobre el turismo en Puerto Cayo		30"
	4	Playa de Puerto Cayo		23"
	5	Carretera Manta-Pto Cayo		5"
	6	Pescadores en la playa		9"
	7	Habitante de Puerto Cayo hablando sobre el progreso de la parroquia		16"
	8	Atardecer en Puerto Cayo		13"

Anexo 1 Guión técnico de la propuesta audiovisual de promoción de la parroquia de Pto. Cayo.

Elaborado por: Gema Alvarado