

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

TEMA:

Diseño de producto turístico deportivo para la ciudad de Guayaquil que incentive el turismo interno y receptivo

AUTORES:

Escobar Giraldo, Yuli Vanessa

López Salazar, Anggie Maribel

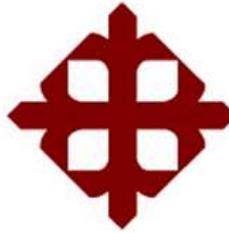
**Trabajo de titulación previo a la obtención del título de
Ingeniero en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras**

TUTOR:

Ing. Gerson Rosenberg Sopó Montero, Mgs.

Guayaquil, Ecuador

Guayaquil, 7 de marzo del 2018



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

CERTIFICACIÓN

Certificamos que el presente trabajo de titulación, fue realizado en su totalidad por Escobar Giraldo, Yuli Vanessa y López Salazar, Anggie Maribel como requerimiento para la obtención del título de Ingeniero en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras.

TUTOR

Ing. Gerson Rosenberg Sopó Montero, Mgs.

DIRECTORA DE LA CARRERA

Ing. María Belén Salazar Raymond, Mgs.

Guayaquil, 7 de marzo del 2018



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
TURÍSTICAS Y HOTELERAS

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Yo, **ESCOBAR GIRALDO, YULI VANESSA**

DECLARO QUE:

El Trabajo de Titulación, **Diseño de producto turístico deportivo para la ciudad de Guayaquil que incentive el turismo interno y receptivo** previo a la obtención del título de Ingeniero/a en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras, ha sido desarrollado respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan en el documento, cuyas fuentes se incorporan en las referencias o bibliografías. Consecuentemente este trabajo es de mi total autoría.

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

Guayaquil, 7 de marzo del 2018

LA AUTORA

Escobar Giraldo Yuli Vanessa



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
TURÍSTICAS Y HOTELERAS

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Yo, **LÓPEZ SALAZAR, ANGGIE MARIBEL**

DECLARO QUE:

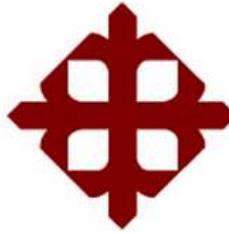
El Trabajo de Titulación, **Diseño de producto turístico deportivo para la ciudad de Guayaquil que incentive el turismo interno y receptivo** previo a la obtención del título de Ingeniero/a en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras, ha sido desarrollado respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan en el documento, cuyas fuentes se incorporan en las referencias o bibliografías. Consecuentemente este trabajo es de mi total autoría.

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

Guayaquil, 7 de marzo del 2018

LA AUTORA

López Salazar, Anggie Maribel



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

AUTORIZACIÓN

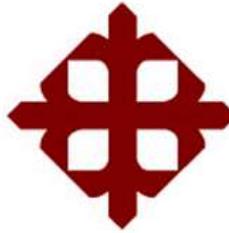
Yo, ESCOBAR GIRALDO, YULI VANESSA

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil a la **publicación** en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación, **Diseño de producto turístico deportivo para la ciudad de Guayaquil que incentive el turismo interno y receptivo**, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

Guayaquil, 7 de marzo del 2018

LA AUTORA:

Escobar Giraldo, Yuli Vanessa



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

AUTORIZACIÓN

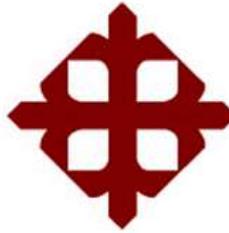
Yo, LÓPEZ SALAZAR, ANGGIE MARIBEL

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil a la **publicación** en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación, **Diseño de producto turístico deportivo para la ciudad de Guayaquil que incentive el turismo interno y receptivo**, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

Guayaquil, 7 de marzo del 2018

LA AUTORA:

López Salazar, Anggie Maribel



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

Certificación de Antiplagio

Certifico que después de revisar el documento final del trabajo de titulación denominado **Diseño de producto turístico deportivo para la ciudad de Guayaquil que incentive el turismo interno y receptivo**, presentado por los estudiantes Escobar Giraldo Yuli Vanessa y López Salazar Angie Maribel, fue enviado al Sistema Antiplagio URKUND, presentando un porcentaje de similitud correspondiente al (0%), por lo que se aprueba el trabajo para que continúe con el proceso de titulación.

URKUND

Documento	Escobar y Lopez 19-02-2018.docx (D35814040)
Presentado	2018-02-21 15:13 (-05:00)
Presentado por	vane.scobar05@gmail.com
Recibido	gerson.sopo.ucsg@analysis.urkund.com
Mensaje	Trabajo de titulación Escobar y López Mostrar el mensaje completo

0% de estas 124 páginas, se componen de texto presente en 0 fuentes.

Ing. Gerson Rosenberg Sopó Montero, Mgs.

TUTOR

Agradecimiento

Agradezco a Dios por esos momentos de profunda reflexión que me regalo en el transcurso de mi carrera, los cuales me permitieron crecer como persona y tener una visión clara del propósito de mi vida.

A mis padres y hermanos por el constante apoyo moral, por el ejemplo que me han brindado sobre el valor de una familia unida, trabajo duro, emprendimiento, disciplina, humildad; por siempre apoyarme y seguir incentivando mis sueños.

A mis profesores con vocación de docencia que me otorgaron el honor de recibir cátedras de las cuales alimente mi conocimiento; a mis amigos que siempre me llenaron de risas, compañerismo y buenos momentos los cuales siempre quedaran en mi memoria.

Yuli Vanessa Escobar Giraldo

DEDICATORIA

Este trabajo va dedicado a Dios, mi familia, mis amigos y a cada persona que me brindo valiosos minutos de su vida para realizar las entrevistas para desarrollar esta investigación, a nuestro tutor por su paciencia y perseverancia, a mis queridos profesores con vocación de docencia que siempre tendré en mi corazón.

Yuli Vanessa Escobar Giraldo

Agradecimiento

Agradezco primeramente a Dios, fuente de sabiduría, fortaleza y amor. Quien siempre ha sido fiel y bondadoso, me ha apoyado y acompañado en cada momento de mi vida.

A mi padre y madre, aquellos que me cuidan, me instruyen con cariño y amor, quienes me demuestran día a día que no hay ninguna otra forma de triunfar en la vida si no es por el constante esfuerzo.

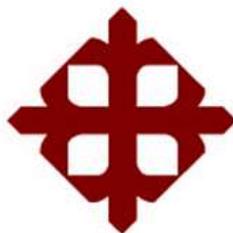
A toda mi familia, amigos y profesores quienes siempre estuvieron dispuestos a compartir sus conocimientos.

Anggie Maribel López Salazar

DEDICATORIA

Dedico este trabajo de titulación a Dios, a mi familia, amigos y todos aquellos que de una u otra forma formaron parte del proceso. A los profesores que se esforzaron en brindarnos lo mejor de sus enseñanzas durante la carrera. A nuestro tutor por su guía, paciencia y perseverancia durante la investigación.

Anggie Maribel López Salazar



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

TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN

Ing. Gerson Rosenberg Sopó Montero, Mgs.

TUTOR

Ing. María Belén Salazar Raymond, Mgs.

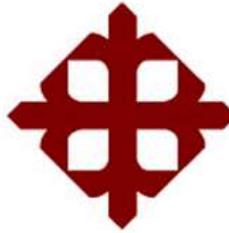
DIRECTORA DE CARRERA O DELEGADO

Eco. Luis Albán Alaña, Mgs.

COORDINADOR DEL ÁREA O DOCENTE DE LA CARRERA

Lcda. Mariela Pinos, Mgs.

OPONENTE



**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
ESCOBAR GIRALDO YULI VANESSA	
LÓPEZ SALAZAR ANGGIE MARIBEL	

Ing. Gerson Rosenberg Sopó Montero, Mgs.

TUTOR

Índice General

Introducción	1
Antecedentes	2
Árbol del problema	5
Problemática.....	5
Justificación.....	7
Objetivos	8
Objetivo general	8
Objetivos específicos.....	8
Limitaciones de la investigación.....	9
Delimitaciones de la investigación.....	9
Capítulo 1: Fundamentación teórica	11
Marco teórico	11
Marco referencial.....	15
Marco conceptual	24
Marco legal.....	28
Capítulo 2: Investigación de mercado.....	33
Marco metodológico	33
Enfoque de investigación.....	33
Método de investigación.....	33
Tipo de investigación.....	33
Técnicas de recolección de información.....	34
Instrumento para la recolección de información.....	35
Procedimiento de registro de datos.....	35

Análisis de los datos obtenidos	36
Análisis de las entrevistas a los organizadores de eventos deportivos	36
Análisis de las entrevistas de los turistas activos.....	40
Análisis de las entrevistas a los turistas pasivos	43
Capítulo 3: Análisis de la oferta y la demanda	46
Análisis de la oferta.....	46
Análisis de la demanda.....	57
Análisis comparativo entre la oferta y la demanda	64
Capítulo 4: Diseño de producto de turismo deportivo	69
Propuesta para la reestructuración del producto turístico “Maratón de Guayaquil”	72
Propuesta para la reestructuración para el producto turístico “Duelo Xtreme 6K” “Duelo Xtreme 6k”	84
Propuesta para la reestructuración del producto turístico “Cerriza de Guayaquil”	95
Propuesta para la reestructuración del producto turístico “ATP Challenger Guayaquil”	107
Conclusiones	112
Recomendaciones.....	114
Referencias Bibliográficas	115

Índice de Tablas

<i>Tabla 1.</i> Infraestructura de clubs privados de la ciudad de Quito.....	22
<i>Tabla 2.</i> Resultado de la valoración técnica de las cuatro manifestaciones culturales	66
<i>Tabla 3.</i> Tabla de rangos y jerarquías del Ministerio de Turismo	67

Índice de Figuras

<i>Figura 1.</i> Perfil del cliente de los organizadores de eventos deportivos	48
<i>Figura 2.</i> Página web empresa DM3	50
<i>Figura 3.</i> Promoción de Maratón de Guayaquil en página informativa internacional.....	51
<i>Figura 4.</i> Publicaciones, seguidores, seguidos y hashtag	51
<i>Figura 5.</i> Página oficial en Facebook de DM3 y Runnig Motivation EC	52
<i>Figura 6.</i> Página web el Duelo Xtremo 6k	52
<i>Figura 7.</i> Publicaciones, seguidores, seguidos	53
<i>Figura 8.</i> Página web de la cerriza y flayer	54
<i>Figura 9.</i> Jersey oficial de la carrera y ruta de la carrea “Cerro Azul”	54
<i>Figura 10.</i> Cuentas oficiales de la Cerriza e de Monobiker’s.....	55
<i>Figura 11.</i> Página oficial ATP Challenger Guayaquil.....	55
<i>Figura 12.</i> Cuentas oficiales del ATP Challenger Guayaquil.....	56
<i>Figura 13.</i> Cuenta oficial del ATP Challenger Guayaquil y ATP World Tours	56
<i>Figura 14.</i> Cotizaciones de paquete deportivo	57
<i>Figura 15.</i> Perfil del cliente de los turistas activos	58
<i>Figura 16.</i> Perfil del cliente de los turistas pasivos	60
<i>Figura 17.</i> Comentarios de seguidores en facebook. Cerriza de Guayaquil.....	62
<i>Figura 18.</i> Comentarios de la Maratón de Guayaquil	62
<i>Figura 19.</i> Quejas de la organización de Maratón de Guayaquil.	63
<i>Figura 20.</i> Reposts de la cuenta oficial de tweeter de Jefferson Pérez.....	63
<i>Figura 21.</i> Comentarios de las personas sobre la Maratón de Guayaquil en la cuenta oficial de Dm3.....	63
<i>Figura 22.</i> Únicos comentarios en redes sociales sobre el ATP challenger.	64
<i>Figura 23.</i> Mapa de valor para los turistas activos	69
<i>Figura 24.</i> Mapa de valor para los turistas pasivos	70
<i>Figura 25.</i> Productos de turismo deportivo de la ciudad de Guayaquil.....	71

Índice de Apéndices

Apéndice 1. Entrevista para turistas deportivos activos.....	120
Apéndice 2. Entrevista para turistas deportivos pasivos.....	121
Apéndice 3. Entrevista para turistas deportivos pasivos	123
Apéndice 4. Entrevista para la dirección de Deporte de la M.I municipalidad de Guayaquil	124
Apéndice 5. Solicitud de entrevista Dirección de Deportes.....	125
Apéndice 6. Solicitud de entrevista Ministerio de Turismo.....	126
Apéndice 7. Solicitud de entrevista Empresa Pública de Turismo	127
Apéndice 8. Convenios de cooperación de la Dirección de Deportes de la M.I. Municipalidad de Guayaquil	128
Apéndice 9. Formulario de autorización para grabar.....	130
Apéndice 10. Resultados de la evaluación técnica de Maratón de Guayaquil.....	131
Apéndice 11. Resultados de la evaluación técnica del Duelo Xtremo 6k de Guayaquil	132
Apéndice 12. Resultados de la evaluación técnica de la Cerriza Guayaquil	133
Apéndice 13. Resultados de la evaluación técnica del ATP Challenger de Guayaquil	134
Apéndice 14. Agenda de entrevistas realizadas en el mes de diciembre 2017 y enero 2018	135
Apéndice 15. Transcripciones entrevistas organizadores de eventos deportivos	136
Apéndice 16. Transcripción entrevistas realizadas a los turistas activos (deportistas).....	154
Apéndice 17 Transcripción entrevistas realizadas a los turistas pasivos (asistentes).....	197

Resumen

La oferta del turismo en el mundo es cada vez más competitiva, abarca una gran gama de atractivos que con la interacción de otras actividades turísticas se convierten en productos, los cuales aportan a la consolidación de una ciudad y por ende a un país como un destino turístico único. El turismo en Guayaquil se ha desarrollado de forma considerable en los últimos años en Ecuador, llegando a ser acreedor de reconocimientos significativos en los World Travel Awards (WTA) edición Sudamérica en la Riviera Maya del 2017, comprometiendo más al sector turístico a seguir diversificando, innovando, modernizando y especializando los productos turísticos en la ciudad. Es por esto, que es necesario emprender acciones para aportar a la consolidación de Guayaquil como destino turístico. El objetivo general de esta investigación fue diseñar un producto de turismo deportivo para Guayaquil que incentive el turismo interno y receptivo, se utilizó la metodología de investigación exploratoria, técnicas de recolección de información basada en observación, documentos oficiales, descripción de información cualitativa para determinar las necesidades y expectativas de la demanda y la situación actual de la oferta turística deportiva. Se evidenció a lo largo de esta investigación que actualmente Guayaquil oferta un sin número de eventos deportivos en diferentes disciplinas, estos acogen durante sus celebraciones a turistas deportivos activos y pasivos nacionales e internacionales. El diseño de productos turísticos basados en las necesidades y expectativas de la demanda es muy significativo para este mercado. También se determinó que no solo de estos depende que la demanda se lleve una experiencia turística única, la gestión de las entidades públicas juegan un papel importante en la promoción de estos atractivos. En la presente investigación se muestran acciones concretas para la reestructuración de los eventos deportivos, tomando en cuenta que es posible convertirlos en productos turísticos excepcionales y de alta importancia para el mercado turístico interno y receptivo, capaces por sí solos de motivar a la demanda a regresar a ediciones consiguientes, mostrando así que se puede aprovechar la oferta de eventos deportivos en la ciudad para encaminar a Guayaquil como destino turístico deportivo.

Palabras Clave: Turismo, deportivo, diseño, producto, eventos

Abstract

The offer of tourism in the world is easier to compete, covers a wide range of attractions that is related to other activities, can be found in products, which are offered to the consolidation of a city and the country as a unique tourist destination. Tourism in Guayaquil has developed considerably in recent years in Ecuador, and has been named creditor of recognition in the World Travel Awards (WTA) South America edition in the Mayan Riviera of 2017, committing more to the tourism sector to continue diversifying, innovating, modernizing and specializing tourist products in the city. That is why it is necessary to take action to contribute to the consolidation of Guayaquil as a tourist destination. The general objective of this research was to design a sports tourism product for Guayaquil that encourages internal and receptive tourism, exploratory research methodology, techniques for collecting information in the observation category, official documents, description of qualitative information to determine the needs and expectations of the demand and the real situation of the sports tourism offer. It was evidenced throughout this investigation that currently Guayaquil offers a number of sporting events in different disciplines, these events for national and international celebrations and pastimes. The design of tourism products is in the needs and expectations of the demand are very significant for this market. It was also determined that not only depends on the demand that a unique experience is carried out, the management of public entities is important in the promotion of these attractions. This research shows concrete actions for the restructuring of sporting events, taking into account that it is possible to turn them into exceptional tourism products of high importance for the internal and receptive tourist market, only for reasons of motivation to the demand to return You can also take advantage of the offer of sporting events in the city to route to Guayaquil as a sports tourism destination.

Keywords: Tourism, sports, design, product, eve

Introducción

El turismo se ha convertido en una de las mejores alternativas para aprovechar el tiempo libre y generar nuevas experiencias. Por otro lado, el deporte crea momentos emocionantes para los practicantes; es por esto que los destinos innovadores ven en el turismo deportivo una oportunidad para complementar su oferta. El Ecuador en la actualidad es una potencia turística que mediante su promoción se está dando a conocer a nivel mundial. Entre sus principales campañas tienen: “Ecuador en estado puro”, “Ecuador ama la vida”, “Yo descubrí Ecuador”; y, actualmente “All You Need Is Ecuador” la cual ha generado gran impacto de promoción a nivel internacional ya que muestra en su estado más puro como el país de los cuatro mundos. Así mismo, Ecuador recibió importantes reconocimientos internacionales como destino turístico por descubrir y un lugar para vivir por su espléndido clima, lo cual ha llevado que el número de visitantes incrementó en un 14% más en 2017 versus 2016 (Ministerio de Turismo, 2017), tomándolo así como un elemento que aporta al desarrollo económico del país.

De acuerdo a lo afirmado por el Ministerio de Educación, Cultura y Deporte de España (MECD) en su anuario de estadísticas de turismo deportivo; las plazas de trabajo generadas por este tipo de turismo aumentaron en los países anfitriones; lo cual, generó un impacto en el incremento de la población económicamente activa vinculada con el deporte (MECD, 2017). Por otro lado, la demanda de turismo deportivo según Herstein & Jaffe (2008) está en continuo aumento; ya que, la población le está dando importancia a la salud y la condición física por ende, las ciudades buscan atraer turistas deportivos por medio de competencias y torneos para generar impactos sociales y económicos positivos.

En la actualidad el turismo se presenta en diferentes modalidades tales como: el turismo de aventura, turismo cultural, ecoturismo, turismo de deporte; entre otros que surgen a partir de las preferencias del turista actual. El turismo deportivo de acuerdo a lo afirmado por Lisbona, Medina, & Sánchez (2008) es una oferta complementaria en un destino, la cual cuenta una creciente demanda que contribuye a la diversificación de los destinos mundiales, contribuyendo en ámbitos políticos, económicos y sociales de un país; Es por esto que la fusión entre la práctica deportiva,

la actividad turística y el apoyo de las entidades públicas; ha llamado la atención para el desarrollo de una nueva propuesta de productos turísticos deportivos, que logren incentivar el turismo interno y receptivo contribuyendo a la innovación en el destino para hacerlo más competitivo y diversificar su oferta actual que incluyan la participación de eventos deportivos que se realizan en diferentes espacios de la ciudad.

Antecedentes

El turismo deportivo como afirmó Zaugar (2003) inició en la antigua Grecia donde veneraban a sus deportistas comparándolos incluso con dioses; lo que conllevó a la obsesión de los competidores por la victoria, moviendo a su vez masas de espectadores. Por otro lado, Garcia-Mas & Garcia Mas (2005) afirmaron que el motivo de los desplazamientos de los turistas, visitantes y deportistas a una determinada ciudad u otra es debido a que buscan una experiencia nueva en donde puedan encontrar escenarios distintos a los que ya están acostumbrados habitualmente y, resaltaban la necesidad de que estos posean facilidades y condiciones óptimas para desarrollar la práctica profesional o de ocio de uno o varios deportes en específico.

En el siglo XX el interés por el turismo deportivo incrementó en los países por el creciente número de deportistas y espectadores que generaban ingresos directos a las localidades anfitrionas donde se realizaban las prácticas deportivas. Como indicaron Ramirez, Ordas & Rueda (2007) este tipo de turismo comenzó a influenciar en perspectivas sociales, económicas y políticas mencionando la transcendencia a nivel mundial de eventos importantes como los Juegos Olímpicos y los Campeonatos de Fútbol; a su vez, observaron que alrededor de dicha actividad se creó un negocio con los derechos de emisión de los medios de comunicación, los patrocinadores y los auspiciantes de los eventos y deportistas. Como consecuencia, los países sedes realzaron su imagen como destino de turismo deportivo. Por otro lado, recalcan que los anfitriones se ven obligados a realizar inversiones en infraestructuras deportivas, equipamiento e instalaciones para poder ser sedes óptimas y captar la atención de los organizadores de dichos eventos, incluso aportan al mejoramiento u creación de atractivos para hacer la oferta del destino más atractiva.

Según Ross (2001) el turismo deportivo se clasifica en tres categorías: a) turismo activo; donde los participantes pueden ir a el destino por ocio o por

competencia; b) turismo pasivo; el cual está ligado al movimiento de multitudes para apoyar un evento deportivo; y, c) turismo deportivo nostálgico o amateur el cual, incentiva la visita en un destino para conocer sedes de eventos, museos destacados de deporte o la historia de un competidor famoso. Sin embargo, cabe recalcar que esta última categoría no se incluyó en la investigación. Por otra parte, se destacó que el turismo deportivo tiene gran importancia a nivel mundial ya que es generador de ingresos directos en el destino donde se desarrolla.

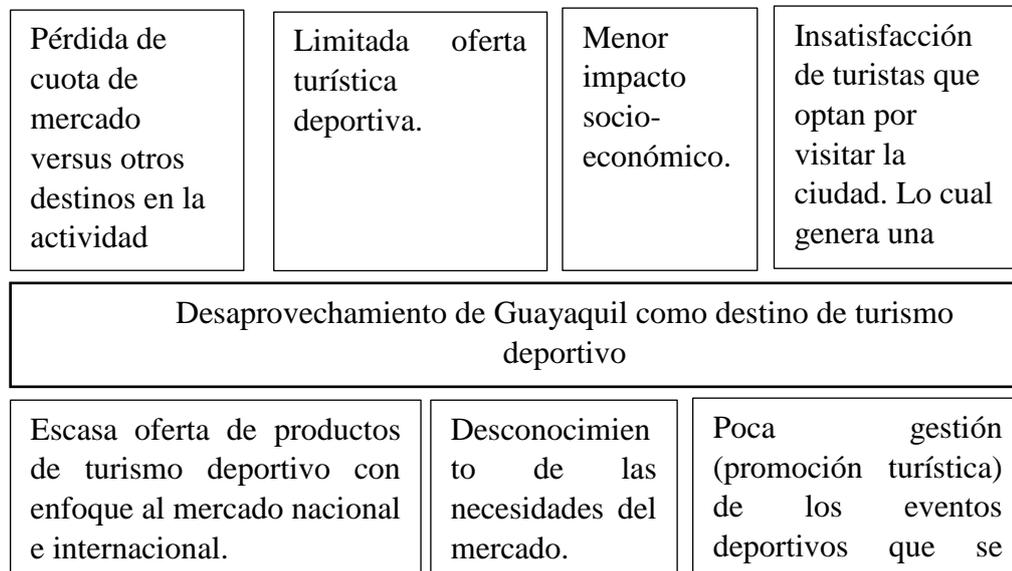
Así mismo, es importante enfatizar el apoyo de entidades gubernamentales de Ecuador en eventos deportivos; el Ministerio de Turismo (MINTUR) en conjunto con la Empresa Publica Metropolitana de Gestión de Destino Turístico, promovió el desarrollo del turismo deportivo en la ciudad de Quito en el 2014 siendo sede del Campeonato Mundial de Carreras de Aventura (MINTUR, 2013). La competencia atrajo 70 equipos con deportistas nacionales e internacionales profesionales y amateurs los cuales recorrieron 700 kilómetros en cinco días con una transmisión internacional que ayudo a la promoción de Ecuador como destino de turismo de deporte y aventura (Quito Turismo, 2013). Por otra parte, el MINTUR (2016) como parte de sus estrategias de promoción del país como destino turístico auspició el Ironman 70.3 de Manta que contó con la participación de 1.500 deportistas nacionales e internacionales profesionales y amateurs generando 4 millones de dólares; los cuales, ayudaron a la reactivación de la economía en la provincia de Manabí.

La ciudad de Guayaquil se encuentra ubicada en la costa ecuatoriana, se la denomina como la “perla del pacífico”, actualmente cuenta con una Dirección de Turismo de la M.I Municipalidad de Guayaquil, la cual promociona la ciudad con el lema “Guayaquil es mi destino” donde buscan consolidarse como destino de City break, reuniones, conferencias, viajes y negocios para aumentar el flujo de turistas en la ciudad Empresa Pública de Turismo (2017). En las últimas estadísticas realizadas por el Observatorio de Turismo de Guayaquil (2017) se reportaba a Guayaquil como la ciudad con más visitas nacionales en el año 2015 con un ingreso de 1.739.662 turistas; por otro lado Quito fue la ciudad con más vistas de turistas extranjeros (705.320) mientras que, Guayaquil recibió en el mismo año a 345.561 turistas. Las estadísticas muestran que el perfil del turista es de 36 años edad promedio y cinco días

de estancia destacándose las visitas de países como Colombia, Perú, Estados Unidos, Argentina, Chile, entre otros; se mencionó las principales provincias emisoras de turismo las cuales son Pichincha con el 24%, Manabí 13%, Esmeraldas 9%, Azuay 9%, El Oro 8%, Guayas 6%, Los Ríos 6%, Tungurahua 6%, Santa Elena 5%, otras 14%. La motivación principal del desplazamiento fue por ocio y recreación con un 46% en donde los lugares más visitados fueron el Malecón Simón Bolívar, Barrio las Peñas, Cerro Santa Ana, Malecón Del Estero Salado, Parque Histórico Guayaquil, Plazas, Parques y Monumentos, usualmente tienen un gasto promedio de \$249 dólares americanos para nacionales y \$303 dólares americanos para extranjeros. Sin embargo no se encontraron estudios estadísticos oficiales sobre las visitas generadas por el turismo deportivo de la ciudad Guayaquil.

Por otra parte, la M.I Municipalidad de Guayaquil (2016) por medio de la Dirección de Deportes auspició eventos deportivos internacionales como la XX Copa Internacional de Golf “Enrique Santos” que reunió a deportistas nacionales y extranjeros en el Guayaquil Country Club; el torneo de tenis “Challenger de Guayaquil”; la Carrera 5K “Más Deporte”; la Maratón de Guayaquil, entre otras, lo que a su vez refleja el esfuerzo por incentivar la práctica del deporte en la ciudad.

Árbol del problema



Problemática

A pesar de la relevancia del turismo deportivo en otras ciudades principales del país, se evidencia en Guayaquil una falta de estudios estadísticos oficiales sobre los impactos económicos y sociales de los eventos deportivos desarrollados en la ciudad. Esta situación difiere de la gestión realizada por parte del MINTUR en conjunto con Quito Turismo, los cuales desarrollan y promocionan productos turísticos deportivos enfocados al mercado internacional, es por esto que desarrollan estudios con el propósito de promover esta modalidad de turismo en la ciudad de Quito. Como resultado de los estudios realizados se incentivó la inversión y remodelación de infraestructuras deportivas y urbanísticas. Por otra parte, Banderas (2016) realizó un estudio de caso sobre la importancia de los eventos deportivos para el turismo en el Distrito Metropolitano de Quito, donde resaltó las diversas acciones de promoción realizadas en medios de comunicación internacional; así como la participación en ferias turísticas como la “ITB” de Berlín, “FIEXPO” en Lima, en “ANATO” Bogotá, “ATWS” en Alaska entre otras. Por otro lado, no se evidencia gestiones realizadas que estén orientadas a la promoción turística de Guayaquil hacia actividades que consideren la tendencia de la fusión de la práctica deportiva y el turismo como las desarrolladas en otras ciudades de la región, con las cuales, se generaría un incremento del ingreso de turistas nacionales e internacionales; desaprovechando de esta manera

a la ciudad de Guayaquil para la explotación del turismo deportivo. Ávila & Santanna (2011) indicaron que para consolidar un destino de turismo deportivo es primordial la fusión del sector privado, el cual debe ofertar eventos de calidad, con entidades gubernamentales y municipales, para realizar convenios de cooperación y establecer políticas y regulaciones concretas que permitan desarrollar un conjunto de productos turísticos para que posteriormente se oferte la ciudad como un destino deportivo.

La baja oferta existente de productos de turismo deportivo con enfoque a mercados nacionales e internacionales se evidencia, a pesar de la existencia de eventos deportivos desarrollados en la Ciudad de Guayaquil, los cuales tienen dos clasificaciones: los elitistas que van dirigidos a un nicho reducido que cuenta con un poder adquisitivo alto y los masivos que son enfocados a captar la participación de un gran número de deportistas y asistentes. Ejemplos de eventos considerados elitistas son el Challenger de Guayaquil y otros torneos nacionales e internacionales de tenis desarrollados en cantones aledaños a la ciudad. Otra práctica deportiva de esta categoría es el golf, alrededor del cual se organizan eventos en el Driving Range Samborondon y el Golf Country Club ubicado en la vía a Daule. Por otro lado, los eventos considerados masivos están orientados a disciplinas como el atletismo y el ciclismo que tienen como mercado objetivo los deportistas y amateurs locales y nacionales; los cuales no tienen gran impacto en el turismo interno y receptivo, derivando en la falta de aprovechamiento de la ciudad como destino turístico deportivo.

La falta de conocimiento de las necesidades del mercado es considerada otra de las causas del desaprovechamiento de la ciudad de Guayaquil como destino turístico deportivo, ya que no se está aprovechando la coyuntura de la práctica del deporte en las ciudades enfocadas a realizar este tipo de turismo. De igual manera, se resalta el apoyo brindado por parte de La M.I Municipalidad de Guayaquil por medio de la Dirección de Deportes y Recreación ya que son auspiciantes de algunos eventos deportivos para incentivar la práctica del deporte y fomentar el buen vivir, dicha gestión se realizó en: “La Maratón de Guayaquil” desarrollada por la empresa privada DM3, la cual suma puntos a los atletas brindándoles la oportunidad de clasificar a la Maratón de Boston. Otros de los eventos que auspició el municipio es el “Challenger

de Guayaquil”; “Tour de profesionales de Tenis”; entre otros. Sin embargo, a pesar de los esfuerzos de la entidad municipal para promover la ciudad hacen falta productos de turismo deportivo que se alineen con esta iniciativa.

Como consecuencia de lo antes mencionado, existe una pérdida de mercado versus otros destinos en la actividad del turismo deportivo; es decir, en la ciudad de Guayaquil se está perdiendo la oportunidad de incrementar los beneficios económicos y sociales de las visitas de turistas deportivos activos y pasivos nacionales o internacionales por medio del creciente auge del deporte. Por otro parte, existe una limitada oferta turística deportiva que cumpla con equipamientos, facilidades e infraestructura optima, lo que provoca una baja afluencia de turistas que vengan a participar y asistir a eventos deportivos; generando un menor impacto socio-económico en la ciudad; afectando la dinamización de la economía local, minimizando a su vez las oportunidades para el desarrollo de las empresas enfocadas al turismo deportivo y bajando las posibilidades de quebrar la estacionalidad turística. Así mismo, el impacto limitado de la oferta turística para un nicho desatendido conlleva a una menor demanda de turistas de deportivos.

Justificación

Los destinos turísticos necesitan de una constante innovación en sus productos, para de esta manera diferenciar su oferta de la competencia, creando propuestas de valor enfocadas en las necesidades de lo que quieren los turistas deportivos. “La actividad físico-deportiva es un importante atractivo complementario a la oferta turística tradicional, llegándose a convertir en el motivo principal para realizar un viaje” (González, 2016, pág. 7). La *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM) (2017) indicó que la innovación en Ecuador ha disminuido en el análisis de los emprendedores en relación con el 2015, en cuanto a la diferenciación en general es poco satisfactoria, en el 2016 el 62% de los emprendedores múltiples creían que sus productos o servicios no eran nuevos, ni novedosos para sus consumidores; por otra parte, un 57% percibían poca competencia; un 22% ninguna y 21% mucha competencia es por esto que, es necesario la constante innovación de los productos y servicios que se brindan en el destino; así mismo, la investigación de las necesidades del mercado turístico para que los satisfagan es fundamental, por lo que al no estar frecuentemente reestructurando o

diseñando productos nuevos de turismo deportivo innovadores en la ciudad de Guayaquil. Se hace relevante investigar las preferencias que tienen los turistas deportivos activos y pasivos para poder visitar un destino logrando así que prolonguen su estancia y aumente el flujo de turistas deportivos nacionales e internacionales en la ciudad.

Como parte de la investigación se entrevistó al señor Santiago Coral quien afirmaba que la ciudad de Guayaquil carece de innovación de productos turísticos deportivos; es por esto, que por medio del siguiente trabajo de investigación exploratoria cualitativa se pretende identificar las alegrías y frustraciones de los deportistas que participaron en diversos eventos deportivos, asistentes y organizadores para determinar por medio de un análisis orientado a generar propuestas de valor aquellos factores que son relevantes para el mercado de turismo deportivo por parte de los participantes y los asistentes; por otro lado, es necesario conocer desde la perspectiva de los organizadores de los eventos deportivos aquellos productos y servicios complementarios que están ofertando actualmente; para así, identificar eventos deportivos masivos que puedan ser incluidos en la propuesta de productos turísticos que promuevan la afluencia de turistas a la ciudad de Guayaquil.

Formulación interrogativa del problema

Basado en el problema se formula la siguiente interrogante: ¿Cuáles son los aspectos relevantes para los asistentes y participantes de eventos deportivos que promoverían su visita a Guayaquil aprovechando la ciudad como un destino de turismo deportivo?

Objetivos

Objetivo general

Diseñar producto turístico deportivo para la ciudad de Guayaquil que incentive el turismo interno y receptivo

Objetivos específicos

- Describir la fundamentación teórica, referencial y legal del proyecto de investigación para comprender la situación actual del turismo deportivo.

- Realizar una investigación de mercado que involucre a los organizadores de eventos deportivos, deportistas y asistentes que han participado en campeonatos nacionales e internacionales para determinar las necesidades y expectativas que los incentivarían a involucrarse en actividades inherentes al turismo deportivo.
- Desarrollar un análisis comparativo de la oferta y la demanda del turismo deportivo para determinar la brecha existente que permita identificar la oportunidad de agregar valor a través de productos de turismo deportivo.
- Elaborar el diseño de productos de turismo deportivo a partir de la exploración de la oferta y la demanda con el propósito de promover el turismo deportivo en la ciudad de Guayaquil.

Limitaciones de la investigación

Una de las limitantes de la presente investigación es la poca existencia de datos que permitan medir el impacto del turismo deportivo en la ciudad de Guayaquil. Así mismo, la inexistencia de estadísticas sobre la frecuencia de visitas nacionales e internacionales a eventos deportivos en la ciudad. La información necesaria para realizar la investigación es sujeta al tiempo y predisposición de las personas entrevistadas; lo cual, puede generar omisiones importantes o abstenciones a la entrega de información relevante que pueda influir en los resultados obtenidos. Para efecto de la recopilación de datos otra de las limitaciones es el acceso a organizadores, turistas activos y pasivos de eventos deportivos de otras ciudades y a las entidades públicas gubernamentales y municipales de la ciudad de Guayaquil.

Delimitaciones de la investigación

La investigación tiene como enfoque el análisis de la información recolectada por medio de las entrevistas semi-estructuradas de los organizadores, competidores y asistentes de eventos deportivos. Esta investigación se delimita a diseñar un producto de turismo deportivo que incentive al turismo interno y receptivo de la ciudad de Guayaquil a través de un diagnóstico estratégico de oportunidades no satisfechas para las unidades objetos de estudio. Por otro lado, la investigación no se limita a la práctica de un deporte específico pues el diseño de los productos turísticos desarrollados giran

en torno a complementar eventos posicionados en la ciudad y está orientada a promover el turismo receptivo considerando aspectos de índole logística y de ocio que podrían ser un detonante para la elección del destino por parte del turista. De igual manera, para la investigación de los eventos deportivos de la ciudad, solo se tuvieron en cuenta aquellos que ya estaban consolidados y contaban con el apoyo por parte de la M.I Municipalidad de Guayaquil, se excluyen aquellos que son organizados en su totalidad por federaciones deportivas.

Capítulo 1: Fundamentación teórica

Marco teórico

Teoría del sistema turístico de Leiper

El enfoque sistémico permite explicar el turismo como un conjunto de elementos y actores interrelacionados, en el espacio demográfico de un destino en concreto, describiendo así, los aspectos más importantes de la demanda y oferta turística. Panosso y Lohmann (2012) definieron al modelo de Leiper como un sistema turístico que está integrado por cinco fundamentos; los cuales componen: a) tres elementos geográficos: región de origen del turista, región de tránsito y región del destino turístico. Los dos elementos restantes son b) el turista y finalmente, c) la industria turística. La relación de estos elementos producidos por factores externos impactan en diferentes ambientes, tales como: el económico, humano, político, social, tecnológico, legal, sociocultural, entre otros.

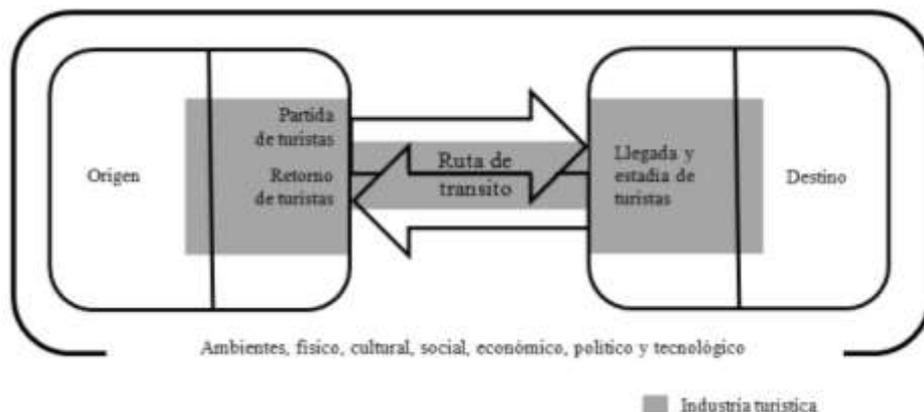


Figura 1. Modelo de sistema turístico de Leiper. Adaptado de Panosso y Lohmann (2012). Teoría del turismo. Teorías, sistemas y modelos.

Los siguientes proveedores de servicios componen el sistema turístico diseñado por Leiper que se muestra en la figura 1. En la región de origen intervienen las agencias de viajes emisoras, operadoras turísticas, las empresas de mercadotecnia y promoción que desean influir sobre la demanda turística. Los canales de transporte, distribución y comercialización son aquellos que conforman la ruta de tránsito, esta ruta se refiere a la salida de turistas hacia el destino y el retorno a la región de origen. El sector de alojamiento, industria de restaurantes y bebidas, atractivos, eventos y otros servicios

turísticos son los adquiridos en la región del destino. Analizando este sistema se ha determinado la importancia de la interacción de la oferta de servicios y/o productos de calidad como un pilar fundamental para influir en la demanda turística para promover el turismo receptivo.

De acuerdo con Panosso y Lohmann (2012), “Las principales ventajas que presenta el sistema de Leiper es la sencillez y su adaptabilidad para generar una manera útil de observarlo” (pág.19). Además indicaron que entre los beneficios planteados por Cooper (1998) se encuentran los siguientes:

- Habilidad para incorporar una perspectiva interdisciplinaria, dado que no está basado únicamente en una determinada disciplina, al mismo tiempo que proporciona una estructura que identifica la participación individual de cada ambiente.
- Posibilidad de usar el modelo a cualquier escala o nivel, desde un análisis local hasta un análisis del sector como un todo en el ámbito global.
- Flexibilidad del modelo, que permite la incorporación de diferentes formas de turismo, además de considerar los cinco elementos básicos antes descritos.

Martínez (2013) mencionó que Leiper consideró que el turista es un motor que al querer iniciar un viaje, inventa un sistema turístico primario, cuando el turista comienza con el viaje este sistema va adquiriendo forma por la relación que tiene con los elementos, no por los atributos propios a los individuos, a las organizaciones o lugares. Solo cuando el turista llega al destino se cumple el sistema, lo mismo sucede con el resto de los elementos. Para que el sistema sea sostenible los procesos tiene que cumplir sus funciones en el tiempo.

Para Leiper el turista es un actor clave en el inicio del sistema y en su funcionamiento, tanto en el origen como en el destino, los otros elementos y sus atributos pasan a tener una importancia secundaria. En su modelo el habitante en el destino no forma parte del papel central en la planificación y gestión del turismo, ni

las personas inmersas en las empresas turísticas, ni las instituciones vinculadas al turismo, ni gobernantes.

Teoría del desarrollo económico

Alonso y Fracchia (2009) denominaron a la teoría del desarrollo económico según Schumpeter como un cambio que es formado, espontáneo y discontinuo, basado en estos nace la figura del emprendedor. Para Schumpeter no es necesario que existan más factores productivos para el desarrollo, lo importante es que se generen bienes y servicios innovadores con los factores ya existentes; para crear nuevos productos que logren combinarse de una manera más eficiente, como consecuente el emprendedor es el agente encargado de generar esas innovaciones.

Tomando en cuenta la teoría de Schumpeter, Alonso y Fracchia (2009) mencionaron que no importa si el individuo es dueño o es solo dependiente de la empresa, lo que importa es como desarrolla su trabajo. El gerente de una empresa actúa de una manera rutinaria; el emprendedor siempre está innovando, ve con facilidad las nuevas oportunidades para combinar los factores y los pone en práctica. Alonso y Fracchia (2009) manifestaron que Schumpeter pensó que la innovación es todo y establece la distinción en tres etapas interconectadas que forman el proceso: a) invención, b) innovación, y c) difusión. La invención es el paso decisivo para que se convierta en una innovación. La ciencia debe combinarse a productos, procesos y/o métodos organizativos para poder difundirse en el tejido social; siendo el empresario innovador que hace el nexo entre ciencia y mercado, esto le permitirá acceder a beneficios que harán que otros empresarios se sumen y así se animara a la competencia entre empresas. Una vez difundida la innovación este ciclo vuelve a empezar.

Según Alonso y Fracchia (2009) Schumpeter indicó que la innovación en general son nuevas combinaciones, la incorporación al sistema de conocimiento que es cualitativamente nuevo, se establecen cinco tipos de innovación:

- La creación de nuevos productos o nuevas variantes a productos existentes, en la cual se enfoca esta investigación.
- El desarrollo de nuevos métodos de producción o comercialización.
- El ingreso o apertura de nuevos mercados.

- La obtención de nuevas fuentes de materias primas o insumos.
- La modificación de la estructura de mercado (típicamente, la creación de un monopolio).

Valencia y Platan (2011) mencionaron que en la teoría de desarrollo económico de Schumpeter se realizó una diferenciación entre invención que se refiere a la combinación o creación de nuevas ideas, mientras que la innovación va más allá debido a que consiste en la transformación de un invento, en algo susceptible de comercializar, en un servicio o bien capaz de cumplir con las necesidades del mercado creadas o existentes por el propio empresario.

Montoya (2004) indicó que para Schumpeter las causas del desarrollo económico, el cual se entiende como un proceso de transformación cultural, social y económica, son la innovación y las fuerzas socio-culturales. Sin embargo, se hace mayor énfasis en la innovación, afirmando que los otros factores no determinan decisivamente esta teoría, de igual manera considera el proceso de producción como una fusión de fuerzas productivas que están compuestas por fuerzas materiales que componen los factores originales de la producción, las inmateriales que son los hechos técnicos y los hechos de organización social que al igual que los materiales condicionan el nivel de desarrollo económico y la naturaleza.

Como se puede evidenciar, las teorías anteriormente mencionadas cuentan con una relación directa, debido a que son sistemas conformados por elementos que deben cumplir un ciclo, si falta uno de los elementos, el ciclo se rompe. Es por esta razón que el sistema turístico de Leiper y el sistema de desarrollo económico de Schumpeter son las principales teorías que impulsan la realización de esta investigación, porque ambas aportan al desarrollo turístico y económico de un destino. Es por esto que se pretende mejorar un producto turístico deportivo ya establecido para que incremente las visitas de turistas internos y receptivos, aportando así para el desarrollo económico y social del destino. De igual manera, se utilizarán herramientas metodológicas para el levantamiento de información y posterior presentación de las propuestas de mejora, desarrollando así, la reestructuración de los productos deportivos existentes para lograr incursionar en el nicho de esta tipología de turismo.

Marco referencial

Para el análisis de esta investigación, se hará uso de estudios anteriormente realizados, los cuales muestran el aporte del turismo deportivo a los países sedes. Los casos a utilizar en este marco referencial son:

Los eventos deportivos y desarrollo turístico en Ilhéus-Bahia-Brasil

Ilhéus es históricamente una ciudad productora de cacao, cuando llegó la crisis para la producción del monocultivo, el turismo fue la alternativa de desarrollo económico sustentable de la región, aprovechando los atractivos naturales y culturales. Posteriormente la Confederación Brasileña de Triatlón en conjunto con la Municipalidad local realizó diversos eventos deportivos de triatlón, maratón, travesías estilo maratón acuática entre otros; generando un aumento de los visitantes. Ávila & Santana (2011) analizaron la estrecha relación entre el turismo y los eventos deportivos de la ciudad de Ilhéus. Por medio de una investigación exploratoria cualitativa y cuantitativa, donde se dio a conocer la percepción del turismo deportivo por parte de los organizadores de eventos privados, entidades públicas relacionadas con el turismo y el deporte, deportistas y asistentes. Los tres eventos estudiados fueron: el XXV Concurso de Pesca Da Gabriela, la 12ª Travesía Ilhéus – Pontal, y la I Carrera Temática Costa do Cacao; ya que tenían más afluencia de turistas en la ciudad.

El XXV concurso de Pesca Da Gabriela fue fundado por un grupo de amantes a la pesca, con el fin de aportar al desarrollo económico y difundir el deporte, se destaca la participación del género masculino (70%) versus el femenino (30%). En el estudio se verificó que el 50% de los participantes poseen estudios superiores; en cuanto al poder adquisitivo el 40% tenía un salario superior a R\$5.997,00 (1 Dólar = 2,28 Reais – R\$ en 14 de Noviembre de 2008), por consiguiente se reflejó como el turismo se beneficia por la capacidad de adquisición de los turistas. De igual forma, identificaron que este tipo de turismo posee particularidades, ya que los participantes suelen viajar con: sus amigos (30%), Familia (40%), Comisión Técnica (30%); el 95% uso recursos propios para costear el evento mientras que el 5% lo realizó por medio de clubes y asociaciones privadas. El evento se realizó en temporada baja para beneficiar a los turistas con precios módicos en hospedaje, alimentación y transporte

favoreciendo así el comercio local. Como consecuencia el 80% de los turistas se hospedaron en hoteles y el 20% en posadas; el tiempo de pernoctación en la ciudad fue de tres a cuatro días con gasto del 75% hasta de R\$250.00 por día versus el 25% que gasto más que eso. Es por esto que se consideró que el evento anteriormente mencionado debía tener mayor atención por parte del sector público y privado para generar empleo e ingresos a la región Ávila & Santanna (2011). Por otra parte, Ávila & Santanna (2011) consideraron que el nivel de satisfacción de los visitantes juega un rol importante en la difusión del destino, ya que esto desencadena el aumento o disminución de la demanda real y potencial, aportando así, a la fidelización de los deportistas y asistentes para futuros eventos sean sostenibles.

La 12ª Travesía Ilhéus-Pontal es un maratón acuática promovida por medios de comunicación locales y entidades públicas. Reúne aproximadamente 200 deportistas de diversas ciudades de Brasil, entre los cuales el 50% no habían concluido sus estudios intermedios versus el 25% que tenía un nivel superior, así mismo, se identificaron que los asistentes eran estudiantes (50%), empleados públicos (16.66%), deportistas profesionales (16.66%), militares (8.33%) y empresarios (8.33%); los cuales tenían una media de ingresos entre R\$1.246,00 y R\$2.491,00 (33.33%). Los deportistas viajaron con amigos (50%), familiares (33%) y solos 17% ayudando a potencializar el consumo de los servicios y bienes de la ciudad. Los medios de transporte utilizados por los participantes y asistentes fueron bus (58%), vehículo propio (25%), avión (17%); el hospedaje más utilizado fue la posada (83%) con un promedio de pernoctación entre uno a cuatro días y gastos promedio diario de R\$200,00 Ávila & Santanna (2011).

La Carrera Temática Costa Do Cacao se realizó en conmemoración del portal www.costadocacau.com.br con el fin de promover el destino para la realización de eventos deportivos y fomentar el turismo; conto con la participación de diversos atletas de distintas ciudades; en el grado de escolaridad el 72,72% poseían una educación media completa, los cuales eran empleados del sector privado (33,33%), autónomos (27,27%), empleados públicos (18,18 %), estudiantes (9,09%), empresarios (9,09%); a su vez, identificaron que viajaron con la familia (37%), amigos (27%), solos (27%), comisión técnica (9%), utilizando recursos propios (72%), patrocinios por clubes y

asociaciones (19%), familia (9%). Por otra parte se observa que el 46% se hospedó en hoteles, el 27% en casas de amigos y el 27% restante en posadas con un promedio de pernoctación de uno a seis días con un gasto diario entre R\$51,00 a R\$150,00; Ávila & Santanna (2011) enfatizaron que para la reserva de alojamiento existe una relación con el poder adquisitivo y el nivel de calidad de servicio que desean los turistas.

Por otra parte, Ávila & Santanna (2011) identificaron la percepción de los gestores públicos en relación a los eventos deportivos, afirmaron que es crucial el rol que desempeñan las acciones ejecutadas por las políticas públicas como agentes de intervención, ya que fortalecen los eventos existentes motivando así la creación de nuevos. En la entrevista que realizaron al Secretario de Turismo confirmaron que si apoyan y realizaban eventos de índole cultural pero no deportivo, lo cual demostró que no tenían una planificación turística para el segmento de turismo deportivo, además indicaron que existían dificultades para este tipo de eventos por parte de los patrocinadores, emprendedores, existía una baja participación del sector privado, difusión, productos turísticos de calidad, apoyo por parte de sector público para inversiones y participación de la sociedad. El secretario indicó que debería existir una integración entre las entidades públicas y los socios del sector privado los cuales deben captar recursos y elaborar proyectos de calidad para crear políticas públicas sostenibles. Además, afirmó que no existen lineamientos claros y objetivos, que involucren los actores anteriormente mencionado con la comunidad lo cual dificulta el desarrollo de la planificación y el desarrollo sustentable del turismo.

Es por esto que se evidenció la estrecha relación entre el movimiento de turistas producidos por los eventos deportivos, de igual manera se destacó la importancia de la cooperación entre las empresas privadas que deben brindar productos de turismo deportivo de calidad con las entidades públicas, las cuales fortalecen el desarrollo de los mismos con promoción, políticas y regulaciones concretas, las cuales aportan a la consolidación de un destino.

Los Juegos Olímpicos Rio 2016: Los juegos maravillosos en la ciudad maravillosa

La agencia de viajes deportiva oficial de los Juegos Olímpicos CARTAN (2016) realizó un informe donde se analizó la repercusión y realce de la imagen de

Brasil como destino de turismo deportivo en los Juegos Olímpicos Rio 2016, el cual fue celebrado del cinco al 21 de Agosto, captando la atención de miles de amantes del deporte que deseaban ver las competencias de los atletas olímpicos de su país, motivando a los espectadores a desplazarse a las sedes deportivas para ser parte del mega evento. Como señaló CARTAN (2016) en los Juegos Olímpicos Rio 2016 asistieron 10.500 deportistas de 205 países que disputaron 306 medallas de las cuales 161 eran para hombres, 136 para mujeres y 9 mixtas. A su vez, había 33 sedes de competición que incentivo el desplazamiento de masas de turistas deportivos activos y pasivos a las cuatro regiones sedes de Rio de Janeiro Deodoro, Maracanã, Barra y Copacabana.

Por otra parte, el Comité Internacional Olímpico (IOC) (2016) destacó la difusión y la concienciación que obtuvieron en Rio 2016 batiendo records en audiencia en medios de comunicación como radiodifusión tradicional en donde ofrecieron cobertura televisiva digital con 350.000 horas de transmisión, de igual manera mencionan la importancia de las redes sociales para las campañas publicitarias donde se realizaban activaciones en tiempo real. IOC (2016) realzó el legado que dejo Rio 2016 en las regiones sedes, en donde mejoro la calidad y acceso al transporte público pasando de un 18% en 2009 a un 63% a finales de 2016, se regeneraron zonas de Porto Maravilha y también la Asociación de Olimpiadas Mundiales brindo apoyo a proyectos comunitarios, educativos, infraestructura y sostenibilidad a lo largo de la ciudad, seis instalaciones deportivas de los juegos olímpicos se convirtieron en centro de entrenamiento de Brasil, a su vez el manifestó que el Ministerio de Turismo de Brasil informó que el 94% de los turistas extranjeros desean volver a Rio de Janeiro mientras el 87% de los encuestados tienen la intención de regresar.

Es importante mencionar que Rio 2016 reavivó el espíritu festivo brasileño en un momento de incertidumbre política, económica y social. El IOC (2016) afirmó que los juegos formaron y emplearon a la comunidad receptora incrementando la creación de empleo en un 82%, los ingresos de entradas llegaron a 430 millones de dólares el cual supero el objetivo previsto en un 18% ayudando al crecimiento económico en Rio de Janeiro. Por otro lado, se puede relacionar Rio 2016 con la teoría del desarrollo económico de Schumpeter y la teoría del sistema turístico de Leiper (1979) ya que las

empresas públicas y privadas de Brasil y Rio de Janeiro decidieron innovar apostando por ser sede de tan prestigioso evento a nivel mundial con el cual lograron romper la estacionalidad en la ciudad motivando a turistas deportivos activos y pasivos nacionales y extranjeros a movilizarse desde su lugar de origen para ser participantes o espectadores elevando así los porcentajes de operación de la planta turística.

Por esta razón se puede enfatizar que la organización de mega eventos deportivos ayudan no solo a la dinamización de la economía sino también al mejoramiento de infraestructuras de las ciudades sedes en el caso de Rio de Janeiro hubo un aumento en la calidad del transporte, instalaciones deportivas, formaron y generaron plazas de trabajo a los habitantes de la región.

36 Maratón Valencia Trinidad Alfonso EDP 2016, impacto económico y valoración de los corredores

El Ministerio de Educación, Cultura y Deporte de España (MECDE) (2017) analizó el aumento de la población económicamente activa vinculada con el deporte, dichas cifras arrojaron como resultado que en 2016 habían 194 mil personas vinculadas con esta actividad, lo que supone en términos relativos un 1,1% del empleo total en la media del periodo anual en España. La fusión del turismo y el deporte aportan a la dinamización y crecimiento económico de las naciones.

Maudos, Aldás, Benages, & Zaera (2016) en conjunto con el Instituto Valenciano de Investigaciones Económicas (IVIE) realizaron un informe de la 36 Maratón Valencia Trinidad Alfonso EDP (MVTA EDP) en 2016 en la cual analizaron el impacto sobre la producción (valor de las ventas), renta (PIB) y el empleo en la provincia de Valencia por otro lado evaluaron la satisfacción de los participantes en la Maratón.

De ante mano se debe mencionar que el gasto de la organización del evento proporcionado por Maudos et al. (2016) Fue de 3.758.067 euros incluido IVA, de los cuales el 66.8% fue financiado por patrocinadores el 29.2% por parte de recursos propios y el 4% fueron colaboraciones institucionales. De esto se puede deducir que la organización de la competencia y su financiamiento provienen mayoritariamente de la empresa privada con el aporte de patrocinios y auspicios, seguido por los recursos

propios con el valor de inscripciones y la venta de pautas publicitarias por último se encuentran las colaboraciones institucionales con menor participación.

El valor total de ingresos e impuestos en la MVTA EDP según Maudos et al. (2016) fue de 14.410.600 euros, de los cuales el 78.9% se generó por parte de los participantes y acompañantes extranjeros, mientras que el 21.1% correspondió al gasto que se realizó en la organización del evento, como resultado por cada euro gastado en la organización se generaron casi 4 euros por parte del gasto turístico; por consiguiente el impacto económico asociado al gasto de los participantes y acompañantes en la provincia de Valencia fue de 29.328.183 euros en la producción/ventas asociadas con servicios y 9.199.390 euros en renta (PIB), aportando al sostenimiento y creación de 350 plazas de empleo de las cuales 110 corresponden a la hotelería.

Maudos et al. (2016) indicaron que el 63.3% de la renta generada se desarrolló por parte de los participantes y acompañantes de la MVTA EDP y el 36.7% se efectuó por los gastos de la organización del evento; en el sector productivo los impactos económicos se centran en el sector de servicios con un 88% los cuales tienen como desencadenante el aumento del porcentaje de ocupación de los hoteles, la activación del comercio, el alza de actividades inmobiliarias y servicios empresariales entre otros servicios como los recreativos, culturales y deportivos.

Con respecto a la satisfacción general de los participantes del MVTA EDP los investigadores del IVIE realizaron una encuesta a 3.712 atletas que representaron el 19.4% del total de los competidores, con los cuales se alcanzó un nivel de satisfacción global del 8.7 sobre 10. Ahora bien, destacan que el principal canal de comunicación de la MVTA EDP fue por parte de la recomendación de otros corredores y amigos, en cuanto a los servicios turísticos como restauración, alojamiento y transporte el nivel de satisfacción general fue de cuatro sobre cinco.

De tal modo, como indica la Teoría del sistema turístico de Leiper (1979) la región del destino turístico debe tener una planta turística óptima para acoger este tipo de eventos con el cual se logra realzar la imagen de los países anfitriones que a su vez se ve favorecida por la comunicación boca oído realizada por los participantes activos y pasivos a los eventos.

La importancia de los eventos deportivos para el turismo en el Distrito Metropolitano de Quito, estudio de caso

Banderas (2016) realizó una investigación en donde afirmó la importancia de los eventos deportivos con fines turísticos en el Distrito Metropolitano de Quito (DMQ) en su proyecto de titulación identificó la infraestructura de los country clubs privados y a su vez determino el tipo de eventos deportivos internacionales que se realizaron. Por último, desarrollo un análisis de los efectos en el sector turístico de los eventos deportivos en el DMQ.

Acontinuación se presenta un cuadro en base al analisis del proyecto de titulación elaborado por Banderas (2016) donde se identificó la infraestructura y el tipo de eventos deportivos que promovieron los cinco clubes privados más relevantes con enfoque internacional en las parroquias rurales y urbanas del DMQ:

Tabla 1. Infraestructura de clubs privados de la ciudad de Quito

Nombre del Club	Infraestructura con la que cuenta											Eventos
	Campo de Golf	Cancha de Tenis	Clup Hípico	Piscina	Cancha de Fútbol	Cancha de squash	Raquetball	Baloncesto	Voleibol	Gimnasio	WallyBall	
Parroquias urbanas												
Quito Tenis y Golf Club- El Condado	x	x	x	x	x	x	x			x	x	Natación: Pentatlón José Ignacio Merino Copa; Internacional Ciudad de Quito Squash: PSA-Word Tour Golf: Ecuador Open PGA LA, Torneo de la Embajada Británica, Campeonatos Juveniles, Copa Los Andes Tenis: Torneo COSAT, Torneo ITF, Sudamericano Torneo Senior Internacional. Hípica: Copa Mitad del Mundo
Club de Tenis Buena Vista -Cochapamba		x		x	x	x	x	x	x	x	x	Tenis: Torneo Future, Torneo Maestros, Copa Davis, Challenger Ciudad de Quito
Parroquias rurales												
Club Rancho San Francisco-Cumbayá		x	x	x	x	x				x		Natación: Copa Absoluta de Natación Club Rancho San Francisco Squash: Rancho Squash Open 2014-PSA Tenis: Copa CI, San Francisco-COSAT, Copa Master Hípica: III CHOP de Salto-Copa Diners Club, I Copa Revista Clubes, Concurso Internacional de Salto Copa Audi, Concurso Internacional de Salto Finales Copa Audi, Copa Rolex, Copa Rolex FEI Jumping
Arrayanes Country Club-Puembo	x	x	x	x		x	x			x		Golf: Tour de desarrollo de profesionales Tenis: COSAT Copa Babolat, Copa Arrayanes Country Club, Copa Wilson COSAT, Junior Davis Cup/Junior FED Cup South America Qualifying ITF
Quito Polo Club Checa-Checa			x									Polo: Audi British Polo Cup

Fuente: Adaptado de Banderas (2016)

Como se puede observar en la Tabla 1 se destacaron los cinco clubes privados que realizan más eventos deportivos en el DMQ según Banderas (2016) los cuales, fueron desarrollados en mayor parte en las parroquias rurales de Quito, enfocados en seis disciplinas deportivas para la realización de torneos y competencias; destacándose el tenis, la hípica, la natación, el squash, el golf y por último el polo.

Por otro lado Banderas (2016) analizó los efectos económicos que generó el evento de golf Ecuador Open PGA LA en el año 2015 organizado en Quito Tennis y Golf Club en el Condado el cual obtuvo un ingreso de \$694.370 en el cual Ecuador por concepto de impuestos recibió \$38.500 por parte de la retención del 22% y \$21.000 por parte del Impuesto al Valor Agregado (IVA) de la bolsa de premio, por la salida de divisas \$8.750 correspondiente al 5%, también mencionan que el IVA generado por parte de la organización y los turistas activos y pasivos fue de \$90.000 aproximadamente, el cual dio un ingreso percibido de \$158.250. Por lo tanto el evento aportó de manera directa a la planta turística de la Ciudad de Quito y la parroquia del Condado, a su vez indirectamente benefició la población y empresas pequeñas que ofrecían servicios prestados a los organizadores, ayudando así la dinamización de la economía en la parroquia sede y sus alrededores.

Banderas (2016) destacó que los eventos brindan entretenimiento a los turistas deportivos pasivos y activos nacionales e internacionales por otro lado, sirven como herramienta de difusión para un destino por el auge que tiene en la región sede. Enfatiza el caso de la Asociación de Tenis Profesional en el torneo ATP World Tour 250 realizado en el Club Jacarandá el cual en su primera edición fue visualizada por 180 países y en 2016 fueron 190 países, cabe recalcar que se transmitió en 18 idiomas por cadenas como CNN deportes, FOX Sport, Golf Channel y ESPN, sin embargo la promoción en redes sociales por parte de los turistas del evento y el lugar sede aumenta la repercusión de la promoción.

Por otro lado, los eventos deportivos internacionales ayudan al mejoramiento urbanístico y de infraestructura de la región sede como menciona Banderas (2016) el torneo de ATP 250 obtuvo el auspicio del Municipio de Quito el cual realizó repavimentación de la vía que conducía al club donde se desarrolló el evento así mismo

construyó el parque longitudinal a lo largo de vía para brindarle a los asistentes una mejor imagen de la ciudad. A su vez se recalca que los lugares que se postulan para la realización de un evento deportivo deben realizar mejoramiento en su infraestructura ya que es parte de los requisitos para ser considerados como posibles anfitriones.

Banderas (2016) enfatizo que el impacto socio-cultural que tienen los eventos deportivos internacionales en la comunidad anfitriona es positiva ya que permiten realizar un intercambio cultural amplio con otras nacionalidades, por ende se presenta la oportunidad de mostrar la cultura de la región creando una experiencia única para los organizadores y los participantes por otro lado, sirven como buena influencia principalmente a los jóvenes para que se sientan incentivados a la práctica del deporte promoviendo así los buenos hábitos en la población.

Marco conceptual

Turismo

Como indicó la Organización Mundial de Turismo OMT (2008) “El turismo comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un periodo de tiempo consecutivo inferior a un año con fines de ocio, por negocios y otros” (pág.46).

Turismo interno

Según la OMT (2007) “El turismo interno incluye las actividades realizadas por un visitante residente en el país de referencia, como parte de un viaje turístico interno o de un viaje turístico emisor” (pág.1).

Turismo receptor

Según la OMT (2007) “Engloba las actividades realizadas por un visitante no residente en el país de referencia, como parte de un viaje turístico receptor” (pág.1).

Turista

Según la OMT (2007) “Un visitante (interno, receptor o emisor) se clasifica como turista (o visitante que pernocta), si su viaje incluye una pernoctación” (pág.1).

Deporte

El Diccionario de la Real Academia de la Lengua Española (2014) señaló que el deporte es la “actividad física, ejercida como juego o competición, cuya práctica supone entrenamiento y sujeción a normas” también define al deporte como “Recreación, pasatiempo, placer, diversión o ejercicio físico, por lo común al aire libre” (pág.1).

Turismo deportivo

El Consejo Mexicano de Turismo Deportivo (COMETUD) (2015) definió al turismo deportivo como “toda aquella persona que viaja para participar activa o pasivamente en cualquier tipo de disciplina deportiva, ya sea competitiva o recreativa, aprovechando la infraestructura turística, deportiva y cultural con la que cuenta la ciudad sede”(pág.1).

A su vez, la COMETUD (2015) afirmó que el turismo deportivo “es un pilar que genera las condiciones necesarias para detonar el turismo a nivel local, regional o nacional, ideal como iniciativa para complementar la cartera de productos turísticos actuales ante el reto de consolidar la diversificación turística y nuevos destinos”(pág.1), también realizaron una conceptualización sobre dos actores del turismo deportivo como el activo y el pasivo, estas actividades están vinculadas con dos tipos de deporte el amateur o recreativo y el profesional.

Turista Activo

Latiesa & Paniza (2006) indicaron que los actores del turismo deportivo activo “corresponden a los turistas cuyo motivo fundamental de desplazamiento es la participación en un evento deportivo, el cual se desarrolla en entornos diferentes al habitual” (pág.135).

Turista Pasivo

Latiesa & Paniza (2006) definieron a los turistas pasivos como “aquellos que buscan apreciar competencias deportivas que se realizan en los países sedes” (pág.135).

Atractivos turísticos

El Ministerio de Turismo del Ecuador (MINTUR) (2017) definió a los atractivos turísticos como “El resultado de un registro valorado que, por sus atributos naturales, culturales y oportunidades para la operación constituye parte del patrimonio turístico. Es un elemento base para la gestión, planificación, ejecución y evaluación turística del territorio” (pág.2).

Destino turístico

El MINTUR (2017) precisó que un destino es el “Espacio geográfico que se compone de atractivos, medios de accesibilidad, servicios básicos y complementarios; así como también del empoderamiento por parte de la comunidad local para el desarrollo y posicionamiento de esta unidad territorial como un sitio con vocación turística” (pág.4).

Producto turístico

De acuerdo con el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (MINCENTUR) (2014) “Un producto turístico es un conjunto de componentes tangibles e intangibles que incluyen recursos o atractivos turísticos, infraestructura, actividades recreativas, imágenes y valores simbólicos para satisfacer motivaciones y expectativas, siendo percibidos como una experiencia turística” (pág. 10). Por otro lado, MINCENTUR (2014) indicó que de acuerdo a las condiciones y oportunidades correspondientes a la oferta y demanda turística, se diseñan productos turísticos que no necesariamente deben ser nuevos sino que en algunos casos los existentes requieren ser reestructurados según los objetivos estratégicos del destino.

Producto de turismo deportivo

Peláez (2009) definió “Un producto turístico deportivo, como aquel cuya principal motivación será la de acudir algún evento deportivo como espectador o bien, la práctica de algún deporte al realizar un viaje” (pág.1).

Inventario de atractivos turísticos

De acuerdo con el MINTUR (2017) “El inventario de atractivos turísticos, se concibe como un registro valorado de todos los atractivos que por sus atributos

naturales, culturales y oportunidades para la operación constituyen parte del patrimonio turístico nacional” (pág.4).

Estacionalidad turística

Solis, Romero, Carnero, & Nuñez (2012) consideraron que “La estacionalidad es un fenómeno que está asociado a la concentración de la demanda turística, de manera desproporcionada, en ciertos periodos del año. La misma expresa la variación de la demanda a través de las estaciones del año” (pág. 1).

Mercado Turístico

El mercado turístico es “La relación entre la demanda y la oferta de turismo, es decir, entre los consumidores (turistas) y los bienes y servicios turísticos” (Panosso Netto & Lohmann, 2012, pág. 111).

Eventos Deportivos

Martínez (2012) definieron a los eventos deportivos como “Hechos sociales particulares que se distinguen tanto por su fuerte capital de marca, como por haber sido planeados y promocionados (por diferentes vías) con la idea de atraer la atención de diferentes grupos sociales” (pág. 1).

Perfil del cliente

En la metodología propuesta por Osterwalder, Pigneur , Smith, Bernarda, & Papadacos (2014) indicaron que “el perfil del cliente describe de una manera más estructurada y detallada un segmento de clientes específico de un modelo de negocio” (pág.9).

Trabajos del cliente

Los trabajos del cliente según Osterwalder et al. (2014) “describen aquello que intentan resolver en su vida personal y laboral tal como lo expresan con sus palabras” (pág. 9).

Frustraciones del cliente

Las frustraciones del cliente según Osterwalder et al. (2014) “describen los malos resultados, riesgos y obstáculos relacionados con los trabajos del cliente” (pág.9).

Alegrías del cliente

Las alegrías de los clientes según Osterwalder et al. (2014) “describen los resultados que quieren conseguir los clientes a los beneficios concretos que buscan” (pág. 9).

Mapa de valor

En la metodología propuesta por Osterwalder et al. (2014) el mapa de valor “describe de manera más estructurada las características de una propuesta de valor específica del modelo de negocio” (pág.9).

Creadores de alegrías

Los creadores de alegrías según Osterwalder et al. (2014) “describen como tus productos y servicios crean alegrías al cliente” (pág. 9).

Aliviadores de frustraciones

Los aliviadores de frustraciones según Osterwalder et al. (2014) “describen como tus productos y servicios aplacan las frustraciones del cliente” (pág. 9).

Marco legal

Para la oferta de un producto turístico deportivo en la ciudad de Guayaquil, es necesario que este cumpla con una serie de requerimientos y procesos establecidos por:

Ley de Turismo

El Ministerio de Turismo, el cual de acuerdo al artículo 2 de la ley de turismo es el único organismo que otorga una licencia de funcionamiento para llevar a cabo actividades de turismo en el país. Además, las intendencias generales son quienes otorgan permisos de funcionamiento a todos los establecimientos que no estén relacionados con el turismo (Ministerio de turismo, 2015).

Por otro lado, de acuerdo al artículo cuatro, las políticas del estado con respecto al sector del turismo deben lograr los siguientes objetivos según la Asamblea Nacional (2014):

- Reconocer la actividad turística.
- Asegurar el uso adecuado de los recursos históricos, culturales y naturales del país.
- Organizar los estamentos del gobierno para que se cumplan los objetivos turísticos del país.
- Implementar y promover las capacitaciones de las personas que se encargan de realizar actividades turísticas.
- Promover de manera internacional el país y todos sus atractivos turísticos junto a empresas del sector público y privado.
- Fomentar el turismo interno.

El artículo dos explica que el turismo es la ejecución de todas aquellas actividades relacionadas con la movilización de personas a lugares que son diferentes de su punto de residencia habitual, sin el objetivo de permanecer en dicho lugar por largos periodos de tiempo (Asamblea Nacional, 2014).

De acuerdo al artículo tres, son principios de las actividades de turismo (Asamblea Nacional, 2014):

- a) La iniciativa privada como pilar fundamental del sector; con su contribución mediante la inversión directa, la generación de empleo y promoción nacional e internacional;
 - b) La participación de los gobiernos provincial y cantonal para impulsar y apoyar el desarrollo turístico, dentro del marco de la descentralización;
 - c) El fomento de la infraestructura nacional y el mejoramiento de los servicios públicos básicos para garantizar la adecuada satisfacción de los turistas;
 - d) La conservación permanente de los recursos naturales y culturales del país;
- y,

e) La iniciativa y participación comunitaria indígena, campesina, montubia o afro ecuatoriana, con su cultura y tradiciones preservando su identidad, protegiendo su ecosistema y participando en la prestación de servicios turísticos, en los términos previstos en esta Ley y sus reglamentos (pp.5-6).

El turismo receptivo que emita facturas a nivel internacional será gravado con tarifa cero del IVA de acuerdo con la ley de Régimen Tributario Interno, además otorgan crédito a la empresa turística. Cuando se realiza la declaración, esas ventas deben ser presentadas como servicio exportado y dar al Servicio de Rentas Internas los datos de acuerdo con sus cláusulas (Asamblea Nacional, 2014).

Todos los usuarios de los servicios de turismo son protegidos por la ley, por lo tanto pueden reclamar sus derechos y mostrar quejas al centro de Protección del Turista; dicho centro está intercomunicado con instituciones como las que menciona el artículo 46 de la ley de turismo “Policía Nacional, Defensoría del Pueblo, municipalidades, centros de Información Turística y embajadas acreditadas en el Ecuador que manifiesten interés de interconexión” (p.20) (Asamblea Nacional, 2014).

Por otro lado, el Ministerio de Turismo define las actividades turísticas de la siguiente manera (Ministerio de Turismo, 2015):

-Alojamiento: Son los bienes destinados para el hospedaje no permanente con o sin servicios adicionales.

-Servicios de alimentos y bebidas: Se refiere a aquellas empresas que se dedican a la prestación de servicios de gastronomía o cuya actividad económica se refiere a la producción o venta de alimentos y bebidas.

-Transportación: Es el desplazamiento de turistas por cualquier medio de transporte para la realización de actividades relacionadas con el turismo o con su estancia en el país de visita.

-Operación: Cuando se mencionan las operaciones se involucran diferentes tipos de turismo como son el cultural, patrimonial, de aventura, deportivo,

rural, educativo, entre otras. Todas las actividades se realizan a través de operadoras de turismo como empresas comerciales.

-Intermediación: Se lleva a cabo por agencias de turismo, sociedades comerciales que se dedican a prestar servicios de manera directa o como intermediarios entre proveedores de servicios y pasajeros.

Ley del deporte

La ejecución de educación física, deporte y recreación debe ser voluntaria y libre, además es un derecho y forma parte integral de todas las personas; por ellos todas las personas que realicen cualquier actividad deportiva, son protegidas por el Estado (Ley Del Deporte, Educacion Fisica Y Recreacion, 2015).

El deporte es considerado como una actividad física (fútbol) o intelectual (ajedrez) que tiene un motivo competitivo de desafío, de acuerdo con las normas y disciplinas establecidas por la ley; su objetivo es crear un valor social, cívico o moral (Ley Del Deporte, Educacion Fisica Y Recreacion, 2015).

Las organizaciones deportivas de acuerdo con el artículo 25 del (Reglamento General A La Ley Del Deporte, Educación Física Y Recreación, 2011) que sean financiadas por el presupuesto del Estado, deberán cumplir con las directrices financieras, administrativas y técnicas establecidas por el Ministerio Sectorial.

Entre las actividades que estas organizaciones deportivas deben regular se encuentran aquellas de alto riesgo como los deportes extremos, donde los participantes arriesgan su vida por una pasión o para representar al país en una competencia.

De acuerdo con el artículo 236 que hace referencia a la salud ocupacional, el Estado se encargará de asegurar el bienestar social de todos los ciudadanos, donde el desarrollo personal y profesional tanto de empleados como clientes deberá aportar con los siguientes beneficios: alimentación, transporte, guardería, gastos en actividades deportivas, salud y techo (Reglamento General A La Ley Del Deporte, Educación Física Y Recreación, 2011).

Son deportistas, de acuerdo al artículo ocho de (Ley Del Deporte, Educación Física Y Recreación, 2015), a todas las personas que realicen actividades deportivas de manera grupal o individual sin importar el objetivo que tengan; siguiendo las condiciones determinadas por la ley.

Según el mismo reglamento en el artículo 65, un deportista activo es aquel que se prepara y participa de forma constante en una competencia oficial que ha sido establecida a nivel internacional. El periodo de participación en la disciplina deportiva, debe ser mínimo de un año (Reglamento General A La Ley Del Deporte, Educación Física Y Recreación, 2011).

Además, todos los deportistas activos recibirán pensiones dependiendo del nivel competitivo o la cantidad de logros que estos hayan alcanzado. Entre las pensiones que podrán recibir son: alimenticia, de estudio, de entrenamiento y una pensión vitalicia; que es otorgada a los deportistas retirados de acuerdo con la medalla de valor superior que hayan obtenido (Reglamento General A La Ley Del Deporte, Educación Física Y Recreación, 2011). De acuerdo con el artículo 17 de la ley orgánica de defensa del consumidor es obligación del proveedor proporcionar al consumidor información suficiente, oportuna, clara y veraz sobre los productos o servicios que se ofrecen para que dicho cliente potencial pueda tomar una elección razonable y clara (Congreso Nacional, 2015).

La Resolución No. 0001-CNC-2016, en la sección I, artículo 8, numeral 5 establece como atribución de la Autoridad Nacional de Turismo el “Administrar el inventario de atractivos turísticos nacionales, que incluye el inventario de atractivos turísticos de áreas naturales protegidas remitido por la Autoridad Nacional Ambiental”. Mientras que en la sección II, artículo 13, numeral 3 establece en el marco del desarrollo de actividades turísticas corresponde a los gobiernos autónomos descentralizados municipales y metropolitanos: “Elaborar y actualizar el inventario de atractivos turísticos de su circunscripción, de conformidad con la normativa expedida por la Autoridad Nacional de Turismo.” (Consejo nacional de competencias , 2016).

Capítulo 2: Investigación de mercado

Marco metodológico

Enfoque de investigación

El enfoque de esta investigación es cualitativo, ya que recoge información relevante de manera directa, estudia la realidad en su contexto natural interpretando la información necesaria de las unidades objetos de estudios; utilizando técnicas que no pretenden asociar las mediciones con números (no pretenden cuantificar), tales como observación no estructurada, entrevistas abiertas, revisión de documentos, evaluación de experiencias personales, inspección de historias de vida o interacción con grupos (Gómez, 2006). Este enfoque permitirá analizar de manera más precisa cuales son las causas del desaprovechamiento de Guayaquil como destino turístico deportivo.

Método de investigación

Según Zabala & Eizagirre (2006) la investigación - acción participativa (IAP) es aquel método de investigación que permite conocer un problema, realizando un análisis crítico de los grupos objetos de estudio implicados, el cual busca estimular la practica transformadora y el cambio social. De igual manera fusiona dos procesos, el de conocer y el de actuar, incluyendo en ambos a la población cuya realidad se aborda. Es por esto que se utilizará este método para analizar la situación actual de los eventos deportivos, permitiendo identificar la brecha existencial entre la oferta y demanda para posteriormente elaborar un producto de turismo deportivo para la ciudad de Guayaquil.

Tipo de investigación

El tipo de investigación de este estudio es exploratoria ya que, “La investigación exploratoria se realiza cuando el objetivo es examinar un tema o problema de investigación poco estudiado, del cual se tienen muchas dudas o no se ha abordado antes.” (Hernández, Fernández, & Baptista, 2006, pág. 80) . Este tipo investigación permitirá determinar con mayor precisión el problema principal de este estudio ya que el turismo deportivo en la ciudad de Guayaquil ha sido un tema poco abordado y el acceso a la información es limitado.

Para efecto de este estudio se realizará un muestreo no probabilístico utilizando la técnica bola de nieve, ya que se escogerá un grupo inicial de entrevistados para que

posteriormente se seleccione en base a las referencias o a la información suministrada otro grupo de entrevistados (Malhotra, 2008).

Técnicas de recolección de información

Para esta investigación se utilizarán herramientas de recolección de información de fuente primaria y secundaria. Según (Hernández, Fernández, & Baptista, 2006) “los datos primarios son aquellos que un investigador reúne con el propósito específico de abordar el problema que enfrenta.” (Pág. 106). Por otro lado los datos secundarios son aquellos que se reúnen con una finalidad diferente al problema en cuestión (Malhotra, 2008).

La recolección de datos primarios fue de primer orden basado en entrevistas semi-estructurada en donde las “preguntas planeadas pueden ajustarse a los entrevistados, adaptarse a los sujetos con enormes posibilidades para motivar al interlocutor, aclarar términos, profundizar sus respuestas, identificar ambigüedades y reducir formalismos” (Díaz Bravo, Torruco García, Martínez Hernández, & Varela Ruiz, 2013, pág. 1) permitiendo así recolectar información de lo que se quiere investigar. Estas entrevistas estarán dirigidas a encargados de empresas privadas organizadoras de eventos. También se entrevistarán a competidores y asistentes, ya que son aquellas personas que por medio de sus experiencias en eventos deportivos nacionales e internacionales podrán mencionar: que servicios recibieron por parte de los organizadores de eventos deportivos, que esperan de ellos antes, durante y después de su participación o asistencia y cuáles son los aspectos relevantes que toman en cuenta de la organización que influyen en la decisión de ser partícipe de estos. Así también a la Dirección de Deportes y Recreación de la M.I. Municipalidad de Guayaquil, para obtener datos relevantes de las actividades deportivas que tienen mayor repercusión turística en la ciudad, determinando así, con mayor precisión el diseño del producto turístico deportivo más óptimo para incrementar las visitas.

La recolección de datos secundarios será por medio de páginas web oficiales, redes sociales de los eventos más representativos, los asistentes y participantes; para posteriormente realizar un análisis de las publicaciones antes, durante y después del evento identificando así, cuáles son sus expectativas, preferencias, quejas y

comentarios, ya que estas influyen en la decisión de ser partícipe de un evento deportivo en otra ciudad.

Instrumento para la recolección de información

Para efecto de esta investigación se hará uso de la metodología propuesta por Osterwalder et al. (2014) Donde brinda la oportunidad de identificar los componentes del perfil de los clientes, para posteriormente realizar un mapa de valor que encaje con los aliviadores de frustraciones y creadores de alegrías de la propuesta de diseño del producto turístico planteado.

Las entrevistas dirigidas a los organizadores de eventos deportivos están elaboradas de tal manera que se determine cómo se compone la oferta actual, sus motivaciones para desarrollar el evento, cuáles son sus trabajos al momento de organizarlo y que relevancia tienen los servicios turísticos que adquieren los turistas deportivos activos y pasivos. Las entrevistas para los competidores y asistentes están elaboradas para poder analizar qué aspectos relevantes influyen en la asistencia o participación en un evento fuera de su lugar de residencia. La entrevista a la Dirección de Deportes y Recreación de la M. I Municipalidad de Guayaquil fue estructurada para identificar y analizar los convenios de cooperación con los principales eventos deportivos que tienen repercusión turística en la ciudad.

Por medio de la información recolectada en las entrevistas se verificará cuáles son los trabajos, frustraciones y alegrías que se presentan en los clientes antes y después de ser partícipes, organizadores o asistentes de un evento deportivo. Posteriormente se realizara un mapa de valor para diseñar un producto de turismo deportivo con aliviadores de frustraciones y creadores de alegrías que incentive el turismo deportivo y receptivo de la ciudad de Guayaquil. Con las respuestas obtenidas en las diferentes entrevistas, se espera identificar el común denominador de las exigencias del mercado para diseñar un producto de turismo deportivo que incentive el turismo interno y receptivo de la ciudad de Guayaquil.

Procedimiento de registro de datos

Para realizar la investigación y recolectar la información necesaria, se contactó a los organizadores, competidores y asistentes de eventos deportivos para obtener una entrevista. Una vez realizada las entrevistas se identificaron las alegrías, frustraciones,

y trabajos, una vez obtenido el análisis de los datos se procedió a realizar a construir el mapa de valor. De igual manera se obtuvo el consentimiento de las entrevistas por medio de correos electrónicos y llamadas telefónicas; previas a la entrevista con la Dirección de Deportes y Recreación de la M.I municipalidad de Guayaquil, se procedió a entregar una carta de consentimiento para solicitarla, se encuentran en el apéndice 5. Una vez establecidas las entrevistas, horario y lugar requerido por los entrevistados se procedió a la grabación y transcripción de las mismas. Se realizó un registro de datos de cada uno de los entrevistados en un cuadro de excel con las fechas y horas acordadas, nombres de los entrevistados, edad, ocupación, la disciplina que practica, este formato se encuentra en el apéndice 9. En total se logró entrevistar 22 personas 5 organizadores, 13 deportistas y 4 asistentes. Cabe mencionar que se entregó una carta de petición para solicitar una entrevista a la Empresa Pública de Turismo de la M.I de Guayaquil y al Ministerio de Turismo sin embargo, no se obtuvo una respuesta favorable de dichas entidades antes mencionadas Apéndice 6 y 7.

Análisis de los datos obtenidos

Análisis de las entrevistas a los organizadores de eventos deportivos

Los organizadores de eventos deportivos entrevistados han acogido desde 300 hasta 3000 personas en competencias como “la competencia 507” a finales del 2009, organizada por Pedro Nuques, dueño de la empresa T3 y triatlonista reconocido en la ciudad; evento que acogió alrededor de 300 personas, siendo el primer evento que organizó. También ha realizado competencias de ciclismo, carreras de triatlón, distancia Sprint, Olímpico, larga distancia, medias maratones de atletismo, carreras 5 y 10 k. Pedro Nuques realiza triatlones en la que participan deportistas de diferentes ciudades como la Sierra, Portoviejo, Manta, Cuenca, Santo Domingo, entre otros. También recalca que el IronMan de Manta recibe alrededor de 400 extranjeros a finales de julio.

Santiago Coral, Gerente General de la Empresa Enjoy Media Group organizó eventos deportivos como los “Glow 5K” dándose desde hace seis años consecutivos, iniciando con la participación de 700 personas y en el último año; 3000 personas asistieron, donde recibió a turistas deportivos activos y pasivos de Santo Domingo, Cuenca, Machala, Quito, Manta, entre otros. Estos eventos los realiza con fines

benéficos para niños de poca caña del cantón Samborondón. Adicionalmente mencionó que organizó el evento “reggae 5k” en la chocolatera, “Bigote” en honor al alcalde Jaime Nebot, en el malecón 2000, en el año 2016, eventos que se organizaron con el fin de promocionar los sitios anfitriones. Santiago Coral y Pedro Nuques también realizan eventos para olimpiadas y empresas privadas que los contraten para la organización de un evento deportivo.

Darwin García, Director de deportes y recreación del Guayaquil tenis club, en su entrevista mencionó que realiza alrededor de 70 eventos anuales, dando hincapié al 2017 donde cerraron el año con un total de 52 actividades deportivas; alrededor de 14 externas, torneos de copa como Cosac, Challenger, copa Davis, torneos ITF que son avalados por la Federación Internacional de Tenis, todos torneos macros que se realizan y tienen participación directa con el Guayaquil tenis Club. Guayaquil tenis Club también realiza eventos deportivos como: futbol, natación, box, artes marciales múltiples y beach tenis, ya que tienen una academia de cada una de estas actividades.

Por otro lado, también se entrevistó a Teddy Madero, dueño de un establecimiento de ejercicio funcional o también conocido como box de crossfit it3(integral training 3), coach y deportista, ha organizado alrededor de tres competencias internas en su box, sin embargo también ha sido fiel espectador y seguidor del deporte a lo largo de su entrenamiento, mencionó que las competencias de crossfit que se dan en la ciudad, a pesar de ser competencias relativamente pequeñas requieren factores importantes como arduo trabajo, logística y administración.

Se determinó que es importante para todos los organizadores, brindarles un producto a los participantes que valga la pena. Como factor en común sus principales motivaciones es permitirles a los deportistas poner a prueba sus habilidades, de esta manera reflejar el esfuerzo y trabajo a lo largo de su entrenamiento. Todos encuentran en la organización de eventos deportivos una oportunidad de negocio que genera ingresos sea cual sea el fin de ellos, benéficos o no.

Pedro Nuques mencionó que su principal motivación fue corregir las falencias de los eventos locales y aventurarse en el negocio, Santiago coral por otro lado vio una oportunidad de generar ingresos en beneficio para el necesitado y la alegría de ver a

sus participantes disfrutar sus eventos. Darwin García es el encargado de la organización de eventos deportivos del mejor club de tenis de la ciudad y por ende su mayor motivación es mantener el prestigio que se ha ganado a lo largo de su trayectoria y Teddy Madero, lo motiva la satisfacción de ver los frutos de su trabajo entrenando a sus alumnos y que esto genere una atracción para “crossfiteros” de otras ciudades para mostrar de que son capaces en este tipo de competencia. El común diferenciador de la organización de sus eventos se basa en la buena organización, la puntualidad y el prestigio.

Mencionan que la organización de un evento demanda bastante tiempo y trabajo para que todo salga perfecto, lo que causa estrés en los organizadores, para esto se necesita una buena organización de la información, detalles y requerimientos que conlleva el evento. Al principio la falta de información los lleva a cometer errores no saber la cantidad de productos que se necesitan, la falta de organización con el tiempo; concuerdan en que es importante prevenir cualquier inconveniente o eventualidad.

La experiencia los ha ayudado a identificar que lo necesario para organizar un evento deportivo es: la proyección refiriéndose a tener en claro cuántas personas se inscriben; planificar cual es el alcance del torneo, a donde se quiere llegar y que se va realizar; prever el presupuesto, aportaciones por parte de entidades públicas o privadas, el dinero que se necesita para los premios, entre otros gastos. Tienen en claro que la realización de un evento les exige innovación en temáticas y tecnología; es importante también el enlace con las autoridades locales de donde se realizan los eventos: permisos municipales, reconocimiento de rutas adecuadas; diseñar de manera adecuada el recorrido, el marcado y la limpieza después del evento; analizar qué actividades deportivas son aptas para cada categoría de tal manera que beneficie a todos las categorías y no solo a una; es necesario resguardar la seguridad de los participantes, verificando la categoría de cada competidor que se inscribe de manera que se identifique que sus capacidades están aptas para las actividades del evento; establecer staff y un director de carrera que controlen las zonas de transición y cualquier necesidad de los competidores así como de la correcta posición de las estaciones de agua y ambulancias.

Todos los encargados de la organización de eventos deportivos entrevistados coinciden que la relación Precio/calidad es sumamente importante al momento de ofertar un evento deportivo, esto motiva que los competidores quieran ser partícipes de los eventos consiguientes. Santiago Coral mencionó que muchas personas no están dispuestas a pagar más de 20\$ por la inscripción a evento deportivo lo que provoca que la calidad del evento y premios sea menor a lo esperado, menciona que alrededor del mundo el costo de inscripción es mucho más elevado y que no dan todo lo que los consumidores locales piden. La situación del país provoca que muchas veces los promotores de eventos desistan de crear un evento deportivo ya que existe el escaso apoyo de auspiciantes por falta de dinero.

Teddy Madero mencionó que existen alrededor de 15 a 20 competencias de crossfit al año, organizadas por diferentes gimnasios de crossfit en la ciudad, de las cuales la mayoría paga alrededor de 20 a 30\$, los competidores son partícipes de cuatro a siete competencias anuales lo que demuestra una gran acogida de los deportistas en la ciudad. Sin embargo él considera que los establecimientos de crossfit deberían juntar esfuerzos para realizar un solo buen espectáculo en el año, con buenos auspiciantes, buenos premios, buena organización, y se pueda cobrar lo justo y necesario.

Se ha determinado que los organizadores de eventos deportivos suelen tener en cuenta los atractivos de las ciudades en donde se realizan estos, siempre y cuando estos cuenten con la infraestructura necesaria que permita a los turistas deportivos activos y pasivos disfrutar de un recorrido. Santiago coral mencionó en la entrevista que; organizó un evento con el apoyo de la entidad gubernamental en la chocolatera para dar a conocer el Malecón construido por el gobierno. También realizó un evento con el apoyo del municipio de Samborondón para dar a conocer Mocoli y la nueva ciclo vía de la entrada de Ciudad Celeste. Pedro Nuques ha realizado eventos en Salinas, sin embargo tiene en cuenta que fue complicado conseguir el apoyo de las entidades reguladoras así como de la comunidad en general de Salinas.

Entre las preocupaciones antes, durante y después de los organizadores de eventos deportivos a los que se entrevistó está: la aceptación de los consumidores, conseguir los permisos de la municipalidad, comisión de tránsito, el correcto funcionamiento del plan de contingencia. Es importante recalcar que los organizadores

a lo largo de su experiencias, todos coinciden que no existe una culturalización en la comunidad de la importancia del deporte, ellos consideran que el deporte es una actividad que genera impactos, quita vicios en la gente, cambia mentalidades, ayuda a fomentar la salud física, nos permite socializar, conocer personas y abrir horizontes, consideran que actualmente en la sociedad no existe concientización de esto.

Los principales motivos por la que los organizadores deportivos desisten de realizar un evento son los permisos, falta de apoyo de las entidades gubernamentales y auspiciantes. Con respecto a la organización de eventos deportivos en la ciudad de Guayaquil consideran que le hace falta el apoyo de las entidades gubernamentales para realizar eventos en sitios de concurrencia en la ciudad de Guayaquil. Pedro Nuques, considera también que deberían hacerse media maratón en Samborondon y Durán.

Algunos de los servicios complementarios que brindan los organizadores de eventos deportivos son masajes después del evento, PhotoBooth, permitir que la gente pueda descargar videos de ellos en su página web, diplomas virtuales. Guayaquil tenis Club ofrece servicios complementarios como piscina deportiva, terapias neuromusculares, etc. El club también ha realizado alianzas estratégicas con hoteles y agencias de viajes para solventar los gastos de hospedaje y transporte. Consideran que lo eventos deportivos ayudan también a fomentar el turismo en la ciudad sede del evento, ya que se da a conocer con la motivación principal de competir.

Análisis de las entrevistas de los turistas activos

El análisis de los turistas activos se desarrolló mediante encuestas con preguntas desencadenantes; las cuales se realizaron a los deportistas que participaron en eventos deportivos de diversas disciplinas en ciudades como: Guayaquil, Manta, Quito, y; a nivel internacional en países como: Colombia, Perú, México, Argentina, Zúrich, Francia, Inglaterra, Estados Unidos; La mayoría de dichas entrevistas se efectuaron personalmente y vía WhastApp por medio de notas de voz.

Es por esto, que los deportistas que fueron entrevistados para fines de esta investigación exploratoria tienen en promedio entre tres a 40 competencias anuales destacándose en disciplinas como triatlón, atletismo, ciclismo, natación, canotaje, tenis, crossfit, vela, futbol, básquet, baseball, surf, bádminton y esquí; Así mismo, se identificó que las principales motivaciones de los deportistas fueron la pasión que

sienten al momento de participar en las competencias para poder medir su rendimiento y poder superar sus límites, manifestaron que así unen el gusto de viajar con el deseo de conocer otra cultura, de tal manera, que disfrutan la experiencia de la superación personal en su disciplina generando así ingresos por lo que les apasiona.

Por otro lado, usualmente lo que coordinan antes de ir a participar a un evento deportivo es el hospedaje, el cual debe ser cómodo y preferiblemente debe estar cerca del evento deportivo, de igual manera analizan la distancia y la accesibilidad de las rutas de tránsito además, consideran que una alimentación equilibrada antes de la competencia es crucial para su desempeño; cabe señalar que los competidores consideran que pueden ahorrar dinero, esfuerzo y tiempo planificando de manera anticipada la reserva del hospedaje, la alimentación, el alquiler del vehículo, entre otros. Por otro parte, la mayoría de los deportistas entrevistados esperan tener la oportunidad de realizar actividades turísticas, coinciden también que les gusta conseguir descuentos en los servicios que adquieren y que se sienten seguros al ver la buena organización de los eventos donde compiten.

A su vez, consideran fundamental la relación precio calidad al momento de pagar por un servicio o producto, de igual manera todos coinciden que es relativo y varía del precio que estén dispuestos a pagar, de esto dependerá la expectativa de calidad de lo que adquirieron. Así mismo, se analizó que la mayoría de los deportistas están enfocados en principio en la competencia, una vez que termina buscan informarse sobre las actividades turísticas que se pueden realizar en el destino; por otro lado, algunos deportistas aprovechan al máximo el destino realizando búsquedas de los atractivos que pueden visitar con anticipación vía internet.

El impacto social que perciben los deportistas en los destinos donde deciden participar es de beneficios económicos para la comunidad receptora, los cuales promuevan la dinamización del flujo del dinero; motivando a la población de diversas edades a la práctica del deporte alejándolos de actividades nocivas, desarrollado como consiguiente una cultura deportiva, ayudando así a crear una conciencia de civismo en la ciudad sede del evento; por otro lado, incentivan y promocionan el turismo del destino. Sin embargo, argumentan que muchas veces los lugareños dueños de

comercios tradicionales no perciben los beneficios que se pueden incrementar en la ciudad o localidad donde se realizan los eventos deportivos, ya que se oponen al cierre de algunas calles por algunas horas porque se sienten afectados, pero lo que no comprenden es que después de la competencia el flujo de clientes y consumidores va a ser mayor.

Por otro lado, los eventos con fines benéficos tienen aceptación entre los deportistas, ya que consideran que tienen una alta acogida por parte de los participantes porque sienten que están apoyando una causa, sin embargo, existe escepticismo por el destino de los fondos recaudados, manifiestan que debería realizarse una gestión transparente para que no haya ningún inconveniente y no se vea perjudicado el fin del evento deportivo.

Así mismo, los servicios complementarios que les gustaría a los deportistas son transporte gratuito desde el hotel hasta el evento, servicios de masajes post competencia, tour como premios, medico deportivo y fisioterapeuta, puesto de snacks saludables, actividades recreativas al final de la competencia, oferta gastronómica típica del lugar sede, servicio de city tour, y, descuentos y promociones complementarias realizados bajo convenio previo con la planta turística. Sin embargo, manifestaron que las preocupaciones que tenían antes del evento son el hospedaje, el transporte, el dinero, los patrocinadores en el caso de algunos deportistas, la seguridad de la ciudad a la cual van a participar, la accesibilidad para poder llegar a los eventos deportivos, la calidad de la comida ya que sienten mucha presión por su desempeño en la competencia y deben alimentarse bien, la condición en la que llegan sus equipos para competir, por otro lado usualmente después de la competencia los deportistas buscan realizar actividades de ocio y recreación como city tour o vida nocturna. Así mismo, en la entrevista realizada a Pedro Nuques afirmo que los deportistas de triatlón usualmente se hospedan entre dos a tres días antes de la competencia en donde usualmente compiten 2500 personas las cuales suelen tener gastos en promedio de \$4000 dólares.

Por otro parte, los problemas frecuentes que se presentaron en los deportistas entrevistados al momento de participar fueron: encontrar restaurantes fiables para

alimentarse óptimamente para la competencia, contagio de virus en los medios de transporte, pérdida o retraso del vuelo o del equipaje en los aeropuertos, daño de su equipo en el viaje, competencias en países cuyo idioma no manejan, un buen hotel para descansar y que este cerca del evento es fundamental ya que suelen ir entre dos o tres días antes de las competencias para climatizarse y hacer un reconocimiento del lugar donde será el evento. En la entrevista realiza a Francisco Vélez afirmo que la retirada de los chips en las carreras de triatlón siempre es un inconveniente, o los días y horas de las competencias a veces son un problema para los deportistas que tienen trabajo de lunes a viernes. De igual manera, los deportistas coinciden que esperan que el lugar sede donde se realiza la competencia brinde lo difundido en la promoción; enfatizan que se debe cumplir con el premio y los servicios complementarios ofertados; así mismo, indicaron que el tiempo con el que cuentan es limitado, por ende no alcanzan a disfrutar de los atractivos que se encuentran lejos del lugar que visitan.

Con respecto a los principales motivos por los cuales los deportistas no participarían en los eventos deportivo indicaron que están: la mala organización y logística, la distancia y accesibilidad del lugar de origen al lugar sede, solventar los costos que implican participar en la competencia, mal clima o la ubicación geográfica, que dure varios días, a su vez destacan que el incentivo es importante ya que motivan a participar o desistir. Por otro lado, las recomendaciones que realizaron a los organizadores de eventos deportivos fueron que apunten bien al target al cual se van a enfocar, que sean más inclusivos y de igual manera que cobren valores reales por la calidad de servicio que están ofreciendo, en conjunto con la seguridad así mismo, deben ser organizados y profesionales a la hora de trabajar y que no lo vean como un negocio 100% sino como algo que contribuyente a la mejorara de la sociedad.

Análisis de las entrevistas a los turistas pasivos

El análisis de los turistas pasivos se realizó mediante encuestas con preguntas desencadenantes, las cuales, se hicieron a los asistentes de eventos deportivos de diversas disciplinas en ciudades como en: Guayaquil, Manta, Cali Colombia; en su mayoría se realizaron por medio de notas de voz enviadas vía WhatsApp y entrevistas personales. Es por esto que se determinaron las alegrías de los asistentes de los eventos deportivos, los cuales tienen en promedio entre tres a 20 asistencias anuales, donde se

destacan espectáculos como; atletismo, Ironman, fútbol, raquetball, vóley, lucha libre, competencias de natación, Juegos Bolivianos, Juegos Sudamericanos, Juegos Nacionales como “Supérate Colombia” y “Juegos Departamentales” en Colombia. Además resaltaron que el amor al deporte combinado con el hecho de compartir con los deportistas, más la calidad del evento deportivo en conjunto con el espectáculo que ofrecen las disciplinas, son sus principales motivaciones para asistir a un evento deportivo. Así mismo, indicaron que suelen coordinar con anticipación el hospedaje, el cual preferiblemente debe estar cerca del evento o que tenga rutas de acceso para una fácil movilización; con respecto a la comida suelen buscar opciones típicas de la zona que visitan; dentro de las facilidades que prefieren utilizar se encuentra el internet con varios métodos de pago, el cual usan como medio de pago para realizar reservas de hotel, compras de boletos y entradas a los espectáculos; de igual forma manifiestan que realizar compras de entradas y reservaciones de servicios turísticos vía internet ayuda a minimizar tiempo y ahorrar dinero para asistir a un evento deportivo, además consideran que la ubicación estratégica del hotel sede del evento es crucial.

Por otra parte, indicaron que los servicios y productos que adquieren deben ser: legales, con accesos seguros, primeros auxilios, ambulancia entre otros para que llamen su atención; de igual manera, la relación precio/calidad es fundamental para decidir si acuden a un evento deportivo y adquieren los servicios o productos complementarios, argumentan que el monto pagado debe ser compensado con la calidad sin embargo, mencionan que están conscientes de que si un evento cuenta con todos parámetros requeridos, demanda gastos que se representan en el valor del servicio por los cuales están dispuestos a pagar. Además expresaron que algunos de los servicios complementarios que les gustaría recibir por parte de los organizadores son: el cronograma del evento, un punto de bebidas hidratantes, rifas de estadias, descuentos y beneficios para los asistentes como tarifas especiales para los tours, punto de venta de comida y bebidas saludables, y, por ultimo servicios fotográficos; Así mismo, indicaron que la difusión de los eventos debe hacerse con anticipación para que el espectáculo tenga una buena repercusión, aumentando así la expectativa y el interés de los asistentes. Así mismo, consideran que los paquetes turísticos son una buena opción si se ofertan con anticipación para hacer una planificación previa,

igualmente manifiestan que estarían interesados en un paquete especial que incluya la entrada del espectáculo más tours de distancias cortas como los full days y recorridos city tours.

Los impactos que perciben los asistentes en los lugares que visitan generalmente están asociados con la dinamización de la economía, ya que consideran que gastan en: hotel, comercios locales, transporte, entre otros; sin embargo indican que los espectáculos deportivos motivan a la sociedad al fomento de la práctica del deporte en conjunto con el sentido de pertenencia de la ciudad. Por otro lado mencionan que los eventos deportivos con fines benéficos hacen sentir a los asistentes que están ayudando al prójimo con lo cual están a gusto, siempre y cuando los fondos no vayan a pasar a manos de terceros o empresas privadas, es por esto que expresan que debe haber una rotunda transparencia con el destino del dinero recaudado.

Ahora bien, en el análisis de las frustraciones se destacaron aspectos relevantes asociados con la planta turística con respecto a los establecimientos hoteleros, los asistentes mencionan que cuando no realizaban reservas a tiempo debían pagar valores altos en hospedaje u optaban algunas veces por alojamientos económicos que se encontraban retirados del evento, lo cual causaba gastos extra en taxi cuando no contaban con transporte propio o transfer del hotel; así mismo, en las preocupaciones que tienen se encuentran: realizar compras con anticipación de las entradas para obtener una buena ubicación del espectáculo, la seguridad en las zonas aledañas al evento, la calidad de la presentación, y, quedar conforme con lo pagado; Sin embargo, mencionan que los organizadores deben respetar la capacidad de carga del evento deportivo para que no haya sobreventa de entradas, además debe haber relación con el costo del evento y el espectáculo, ya que de no ser así no volverán asistir a dicho evento; La seguridad es esencial como lo mencionó Andrés Escobar quien sufrió golpes y maltrato por parte de hinchas en el estadio Pascual Guerrero de Cali; la logística es fundamental para evitar que el espectáculo se vea afectado por la malicia de algunos competidores afirmó Jairo Mendoza al ver como un deportista realizaba la competencia de atletismo y otro fue el que obtuvo el premio en el pódium.

Por otro lado, los asistentes entrevistados no han tenido conocimiento de las actividades turísticas que podían realizar en las ciudades anfitrionas del evento,

consideran que existe una falta de información por parte de los organizadores de los eventos con respecto a hospedaje o transportes oficiales, y paquetes turísticos; así mismo manifestaron que el principal motivo por el cual no asistirían a un evento deportivo sería por tiempo y distancia, ya que en Ecuador el costo de los vuelos internos es alto, por ende obligan a los asistentes nacionales a desplazarse vía terrestre, también desisten de asistir a un evento deportivo por el cruce de fechas que puede existir entre ellos. Para finalizar los asistentes recomiendan a los organizadores cerrar el círculo, brindando información de costos de hospedaje, transporte, alimentación, y paquetes turísticos.

Con el análisis de los organizadores, turistas activos y pasivos se procedió a realizar el perfil del cliente propuesto por Osterwalder et al. (2014), el cual muestra las similitudes de los trabajos, alegrías y frustración de los entrevistados apéndice 10, 11 y 13; para posteriormente realizar los mapas de valor que ayuden al diseño del producto de turismo deportivo con propuesta de valor.

Capítulo 3: Análisis de la oferta y la demanda

Tomando en cuenta que los eventos deportivos son productos turísticos que aportan a la consolidación de Guayaquil como marca y destino. Se analizará la oferta de los eventos deportivos con mayor repercusión turística en la ciudad y la demanda de su mercado. Delimitando a esta investigación al análisis de eventos deportivos organizados por empresas privadas con apoyo de entidades públicas y excluyendo a eventos deportivos organizados por medio de federaciones.

Análisis de la oferta

Rodríguez U (2003) definió la oferta turística como “El conjunto de productos y servicios asociados a un determinado espacio geográfico y socio-cultural, que poseen un determinado valor o atractivo turístico que es puesto a disposición de los públicos en un mercado competitivo” (Pag.7). Es por esto que, para el desarrollo del análisis de la oferta se consideraron las entrevistas realizadas a las empresas privadas organizadoras de eventos deportivos y a la Dirección de Deportes y Recreación de la M.I Municipalidad de Guayaquil; con los cuales se identificó el tipo de oferta de

eventos deportivos que tienen mayor repercusión turística en la ciudad y los convenios de cooperación que realizan en conjunto con la M.I municipalidad, de igual manera, se analizó como se promocionan en redes sociales como Facebook, Instagram, paginas informativas y web oficial; de igual manera, se realizaron cotizaciones a las agencias de viajes sobre los paquetes turísticos personalizados para deportistas y asistentes que complementen los eventos deportivos desarrollados en la ciudad.

Por medio de las entrevistas realizadas a las empresas organizadoras de eventos deportivos se realizó un perfil del cliente figura 1, en el cual se determinó, que una de sus principales motivaciones es el obtener ingresos económicos por el desarrollo del espectáculo, en el cual buscan que los deportistas (turistas activos) y asistentes (turistas pasivos) se diviertan para así fidelizarlos y que regresen en futuras ediciones, de igual manera desean crear impactos económicos por medio de los visitantes que atraen sus eventos; afirmaron que logran incentivar a la comunidad anfitriona a la práctica del deporte lo cual representa un impacto social positivo. Sin embargo, se identificó que se limitan a satisfacer las necesidades de los participantes durante la competencia, ya que manifiestan que la organización requiere de tiempo, dinero y una planificación rigurosa; es por esto, que se enfocan en cada aspecto relevante para que la competición sea como lo esperaban en ámbitos como: logística, escenografía, convenios de cooperación con entidades públicas, patrocinios y auspicio de marcas reconocidas para poder financiar algunos de los productos y servicios que se entregan antes, durante y después de la competencia; entre ellos están: kits deportivos, chips, croquis de las rutas, bebidas hidratantes durante la competencia, snacks saludables, premios monetarios, baterías sanitarias, seguridad, entre otros. Sin embargo, se detectó que los servicios que ofrecen no buscan incentivar a los turistas a que prolonguen su tiempo de estadía con la ayuda de actividades turísticas: Alojamiento, servicios de alimentos y bebidas, transportación, operación e intermediación.

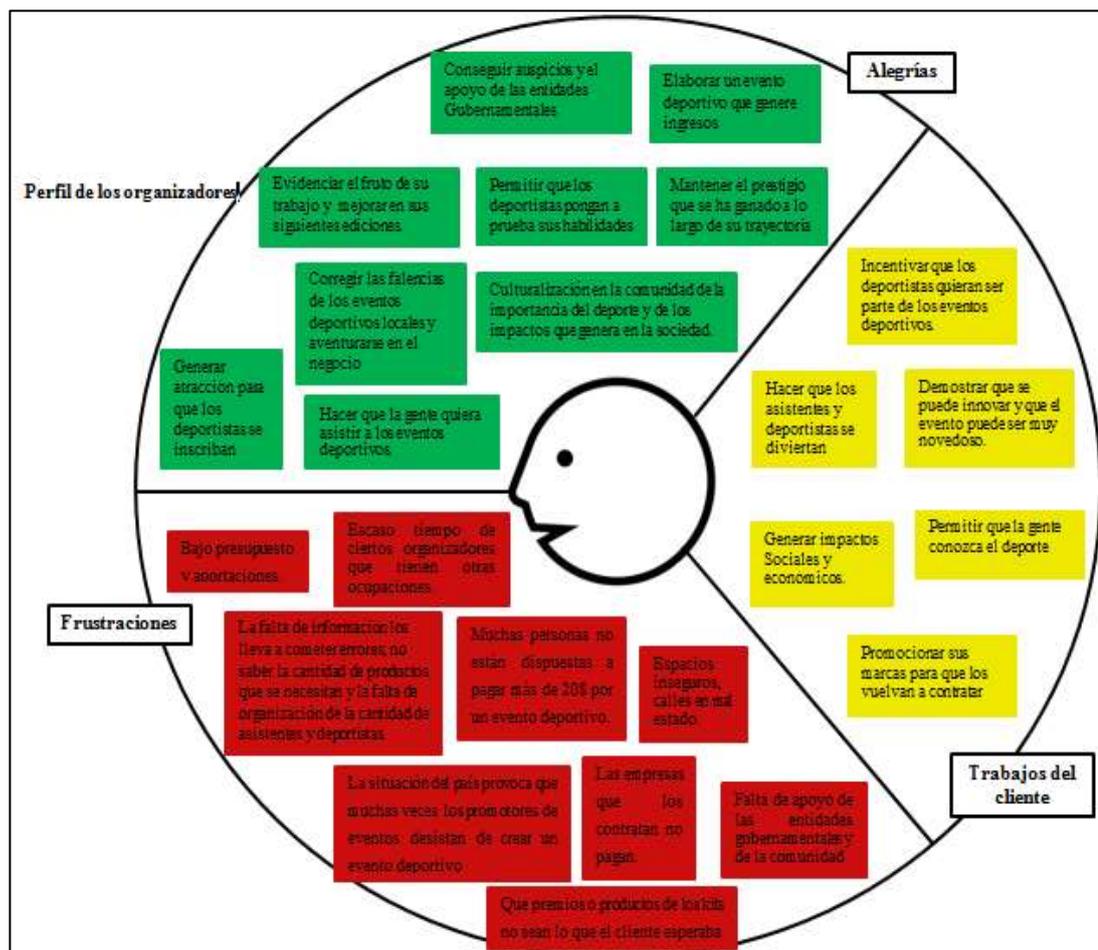


Figura 1. Perfil del cliente de los organizadores de eventos deportivos

Fuente: Adaptado de la metodología de Osterwalder et al. (2014)

Por otro lado, mencionaron que la situación económica del país afecta directamente el costo de una competencia, ya que, los principales patrocinadores o auspiciantes de empresas privadas y entidades públicas reducen sus aportaciones monetarias y de productos; es por esto que resaltaron la importancia del apoyo por parte de las entidades municipales y gubernamentales, para promover este tipo de eventos programados que benefician a la comunidad con impactos sociales y económicos positivos; de igual manera, los organizadores de eventos indicaron que la inseguridad en conjunto con las calles en mal estado distorsionan la imagen que se busca brindar a los turistas del lugar donde se desarrolla el evento.

En la entrevista realizada al Ing. Jack Aragundi Director de la Dirección de Deportes y Recreación de la M.I Municipalidad de Guayaquil destacó la importancia

de la fusión del turismo con el deporte, ya que en el año 2017 realizaron diversos convenios de cooperación con organizadores de eventos deportivos apéndice 8, de los cuales destaca los que tuvieron mayor repercusión turística y trayectoria nacional e internacional como: el Challenger Ciudad de Guayaquil ATP realizado por el tenista Andrés Gómez desde el 2005, atrajo alrededor de 120 tenistas reconocidos que suelen viajar solos o con su comisión técnica para sumar puntos ATP, procedentes de países como Australia, Estados Unidos, España, Canadá, Italia, entre otros. que disputan premios alrededor de \$50.000, resalto que para este evento el organizador les proporciona a los tenistas y sus comisiones técnicas transporte exclusivo, hospedaje de lujo, alimentación especial, seguridad privada y tours; la Maratón de Guayaquil realizada por el Señor Diego Maruri desde 2001, la cual atrajo alrededor de 1500 participantes que suelen venir solos, en grupos deportivos, con familiares y amigos, procedentes de ciudades como Cuenca, Quito, Manta, Zamora, Machala entre otras del país, a su vez, participan competidores de México, Colombia, Perú y Chile; el Duelo Extremo 6k 7ma Edición realizado por el deportista Jefferson Pérez desde 2014, desarrollado en el Malecón 2000, atrajo alrededor de 300 deportistas principalmente de Quito y Cuenca entre otras ciudades del país; la Cerriza Guayaquil realizada desde el año 2006 por la empresa Monobiker's, es una carrera de ciclismo que tiene como punto de partida la Escuela Superior Politécnica del Litoral ESPOL, atrajo alrededor de 300 participantes y 100 asistentes principalmente de Guayas, Azogues, Pichincha, Los Ríos y Manabí.

Así mismo, resaltó que para realizar un convenio de cooperación con un evento deportivo este debe ser atractivo para que incremente el número de visitantes en la ciudad, al mismo tiempo demandan responsabilidad por parte del organizador que presente el proyecto, ya que por ley ellos pueden auspiciar hasta con el 50% del mismo, además indicó que realizan asesoramientos para mejorar la calidad previo a efectuarse, posteriormente se realiza un informe durante el evento mediante inspecciones, el cual indica si es favorable o requiere un llamado de atención para determinar si se puede seguir con el convenio de cooperación establecido o no. A su vez, enfatizó que los eventos deportivos reactivan una red de comercio por parte de empresas prestadoras de servicio de alimentación, transporte, alojamiento, seguridad, empresas de logística,

entre otras que logran activar la micro y macro economía de la ciudad; además crea impactos sociales sobre la ciudadanía, motivándolos a la práctica deportiva y al empoderamiento de la ciudad.

Por otra parte, se analizó la gestión y promoción realizada en redes sociales, páginas informativas y webs oficiales de los eventos deportivos con mayor repercusión turística de la ciudad de Guayaquil como: La Maratón de Guayaquil realizada desde el 2001, es apoyada por la M.I. Municipalidad de Guayaquil por medio de la Dirección de Deportes; cubren gran parte de los gastos de la organización como parte de un convenio de cooperación para fomentar el deporte, la salud y el turismo; avalándola así como el único evento oficial de la ciudad en esta categoría. Por otro lado, se analizó la promoción realizada en su página web oficial de la empresa DM3, donde se encontró que como facilidad tienen una inscripción rápida en línea, información sobre la fecha y hora de la carrera, al igual que los precios de inscripción que oscilan entre los \$25 a \$45 dependiendo de la distancia a recorrer 10k, 21K, 42K, el lugar de inicio es desde la Plaza Rodolfo Baquerizo, los premios varían dependiendo de la categoría inscrita entre los \$100.00 a los \$1000.00 dólares con un total de \$20,000.00 en premios; se identificó que la entrega de los kits deportivos se realizan entre 1 o 2 días antes de la carrera, lo que obliga a los turistas a pernoctar mínimo 1 noche en la ciudad.



Figura 2. Página web empresa DM3

Tomado de: <http://dm3.com/carreras/maraton-de-guayaquil/>

La promoción que realizan a nivel internacional es por medio de páginas informativas que enlistan las maratones realizadas en diversas partes del mundo como World's Marathons entre otras; a nivel nacional utilizan páginas como Timing

Ecuador, Cuando Pasa. En Facebook en la cuenta de Running Motivation Ec con 67,760 seguidores. De igual manera la promoción también se realiza por medio de su cuenta DM3 Evento Deportivo en Guayaquil con una comunidad de seguidores de 8,418 personas, en donde publican noticias deportivas, consejos saludables, equipamiento necesario para corredores y promoción de los eventos en general de la empresa, fotos de los participantes, a su vez se observa que existe expectativa de los corredores por la maratón. En Instagram cuentan como 8,149 seguidores y un total de 1,044 publicaciones, con 1,905 menciones usando el #maratondeguayaquil lo que refleja un nivel de interacción alto con la carrera.



Figura 3. Promoción de Maratón de Guayaquil en página informativa internacional
Tomado de: <https://worldsmarathons.com/marathon/guayaquil-marathon>



Cuenta oficial DM3

Tendencias de Instagram

Figura 4. Publicaciones, seguidores, seguidos y hashtag

Tomado de: <https://www.instagram.com/dm3deportes/?hl=es-la>



Figura 5. Página oficial en Facebook de DM3 y Runnig Motivation EC

Tomado de: <https://www.facebook.com/DM3DEPORTES/>

De igual manera, en la entrevista realizada al Ing. Jack Aragundi otro de los eventos auspiciados con mayor repercusión fue; El Duelo Extremo 6k 7ma Edición realizado por el deportista Jefferson Pérez desde el año 2014; consiste en un multidesafío extremo realizado a través del Malecón 2000, las Peñas y Puerto Santa Ana, en el cual los participantes o equipos deben realizar pruebas alrededor de 6 kilómetros de distancia; se realiza en ciudades principales como Quito, Cuenca y Guayaquil, atrae alrededor de 300 deportistas y asistentes. Como indica la página oficial del evento; se divide en: modalidad élite con grupos de 5 deportistas mayores de 18 años, con un valor de inscripción de \$200.00 dólares; y, modalidad individual en donde los deportistas deben ser mayores de 15 años con un costo de inscripción de \$15.00 dólares; los premios varían dependiendo de la categoría entre \$50.00 a \$5000.00 dólares, las edades que más predominan son entre 20 a 40 años.



Figura 6. Página web el Duelo Xtremo 6k

Tomado de: <http://jpsportmarketing.com/newsite/el-duelo-gye/>

La promoción realizada para el evento mayoritariamente es a través de las cuentas oficiales del deportista y organizador Jefferson Pérez, el cual cuenta con 16,658 seguidores en Facebook y 17,600 seguidores en Instagram, en dichas redes sociales se observó un alto nivel de interacción y expectativa por las próximas ediciones, en la página oficial del evento Tecdepor se identificó que solo brindan información sobre el evento como, lugar, hora, fecha, modalidades, costos de inscripción, pero no brindan la facilidad a los deportistas de inscribirse online, ya que deben acudir a un punto específico.



Cuenta oficial Instagram Jefferson Pérez

Cuenta de Facebook Jefferson Pérez

Figura 7. Publicaciones, seguidores, seguidos

Tomado de: <https://www.instagram.com/jeffersonperezq/?hl=es-la> ;

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

Por otro lado, está la Cerriza de Guayaquil realizada desde 2006, hace parte de las “Rutas de Gloria” para los ciclistas en Ecuador, realizada a finales de Julio como homenaje a la Fundación de la ciudad con el auspicio de la M.I. Municipalidad por medio de la Dirección de Deportes y Recreación y la Empresa Pública de Turismo con el fin de promover el deporte y el turismo. El lugar de partida y llegada del evento es en la Escuela Politécnica del Ecuador, la inscripción tiene un costo de \$20.00 dólares, la cual incluye jersey de la carrera, hidratación, seguro de accidentes, medalla de participación y chip de cortometraje; a su vez cuentan con categorías elite hombres y mujeres; master A (30-39 años); master B (40-49 años); master C (50 en adelante); juvenil (15-18 años); sub23 (19-22); parejas mixtas; novatos hombres y mujeres. El rango de premios varía por la categoría entre \$50.00 a \$220 dólares.

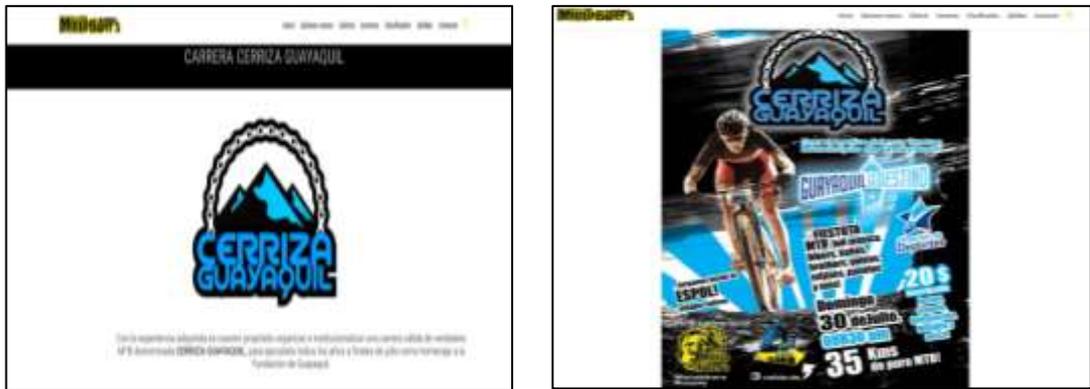


Figura 8. Página web de la cerriza y flyer

Tomado de: <http://www.monobikers.com/cerriza/>



Figura 9. Jersey oficial de la carrera y ruta de la carrea “Cerro Azul”

Tomado de: <http://www.monobikers.com/cerriza/>

La promoción principal del evento se realiza por medio de la página web oficial, Facebook con 1.379 seguidores; Instagram es utilizada para difusión de la carrera y es de uso personal del organizador del evento German Arias, cuenta con 1.276 seguidores, 2.168 seguidos y 736 publicaciones, se evidenció que existe una alta interacción y expectativa por la carrera en las publicaciones, de igual manera realizan difusión por medio de la radio local para incentivar la participación y asistencia al evento.

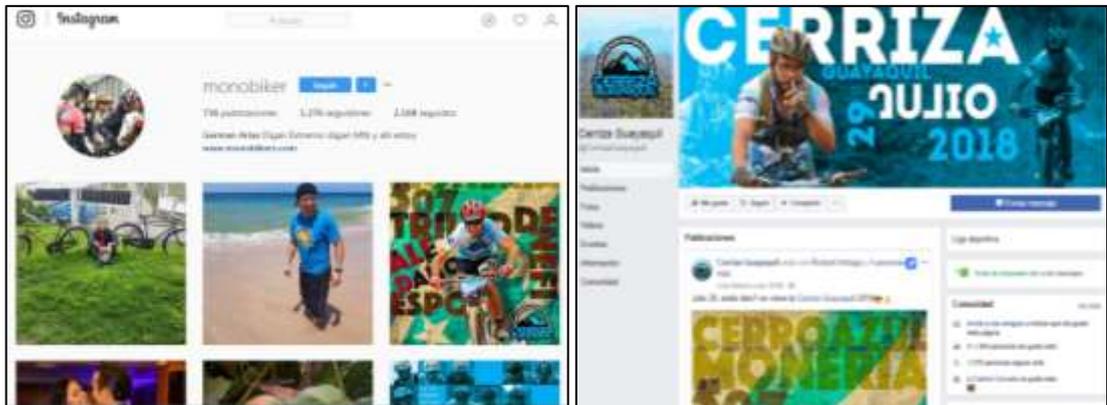


Figura 10. Cuentas oficiales de la Cerriza e de Monobiker's

Tomado de: <https://www.instagram.com/monobiker/?hl=es-la> ;

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

El Challenger ciudad de Guayaquil que se realiza desde el 2005 por el tenista Andrés Gómez en las instalaciones del Guayaquil Tennis Club y el Anexo Guayaquil Tennis Club Samborondon, es considerado uno de los torneos más importantes de Latinoamérica cuenta con categorías singles, doubles y qualy singles. Disputa el premio por \$50.000 dólares, la promoción que se realiza del evento es por medio de redes sociales como Facebook con 1,025 seguidores, Instagram 1,228 seguidores, 535 publicaciones, Twitter con 5194 Tweets, 1,582 seguidores. Se observó que la red social con la que más interactúan los asistentes y deportistas es Tweeter ya que es la que mantienen con contenido actualizado, A su vez utilizan ruedas de prensa antes de realizar el torneo, utilizan páginas de información internacionales para su difusión como la ATP World Tour que informa sobre los torneos más relevantes del mundo.



Figura 11. Página oficial ATP Challenger Guayaquil

Tomado de: Challenger ciudad de Guayaquil



Figura 12. Cuentas oficiales del ATP Challenger Guayaquil

Tomado de: <https://www.facebook.com/atpguayaquil/> ;

<https://www.instagram.com/atpguayaquil/?hl=es-la>

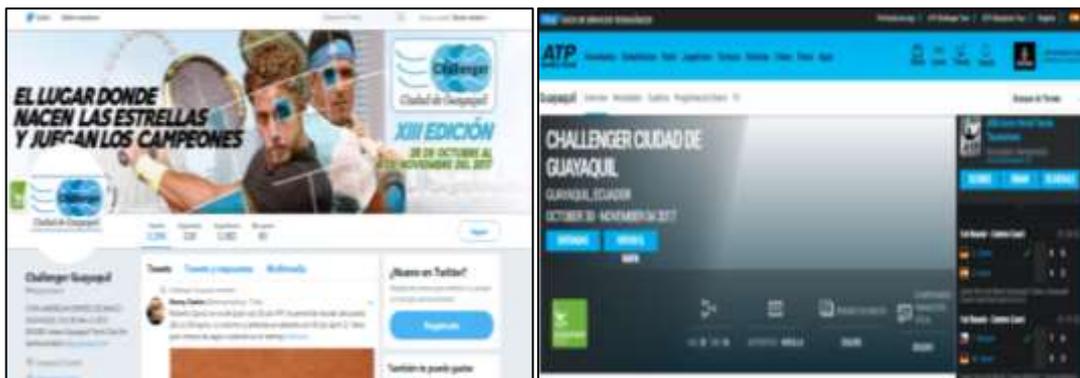


Figura 13. Cuenta oficial del ATP Challenger Guayaquil y ATP World Tours

Tomado de: <https://twitter.com/atpguayaquil?lang=es> ;

<https://www.atpworldtour.com/es/tournaments/guayaquil/7391/overview>

Se determinó que los precios de los eventos deportivos varían por el valor de los auspicios, la calidad y cantidad de servicios complementarios que ofrezcan como: tecnología para medir los tiempos de llegada de los competidores, el número de personal que demanda el evento, el equipamiento y facilidades de los deportistas entre otros vinculados con la organización. Además, se verificó por medio de cotizaciones vía Facebook que las agencias de viajes no ofrecen paquetes turísticos específicos para deportistas o asistentes a eventos deportivos que complementen la afluencia de turistas atraídos por los espectáculos anteriormente mencionados, solo brindan el servicio de

reserva de alojamiento, transporte y compra de boletos aéreos más tours, en acciones aisladas y no como un paquete especializado para este segmento.

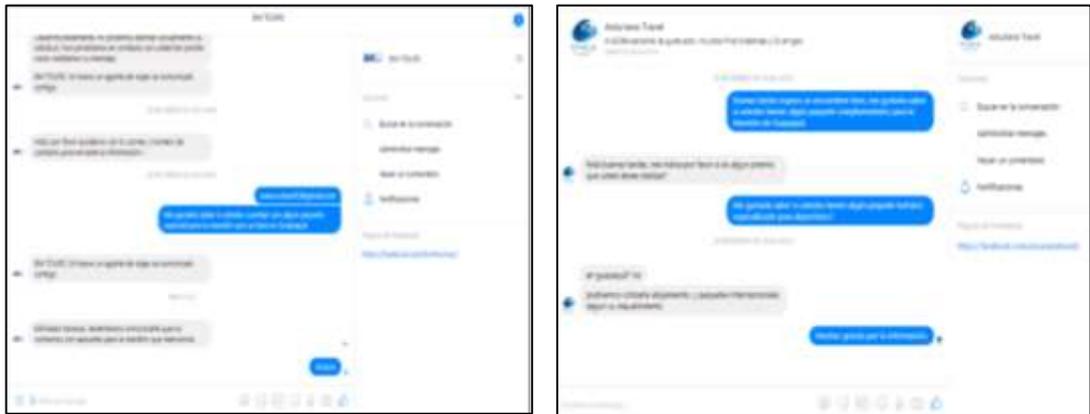


Figura 14. Cotizaciones de paquete deportivo

Tomado de: <https://www.facebook.com/messages/t/bmtoursec> ;

<https://www.facebook.com/messages/t/asturianatravel>

Análisis de la demanda

Rodríguez U (2003) definió la demanda turística como “El conjunto de atributos, valores, servicios y productos que el mercado (turistas activos y pasivos) requieren de los operadores turísticos, para satisfacer determinadas necesidades de esparcimiento, ocio, tiempo libre o vacaciones” (pag.2). Para el desarrollo del análisis de la demanda turística se consideraron dos perfiles del cliente de los turistas deportivos activos y pasivos figuras 15 y 16, realizados en base a las entrevistas de los deportistas y asistentes cuyo principal motivo de viaje fue participar o ser espectadores de eventos deportivos nacionales e internacionales. Como consecuencia se logró, describir de una forma más estructurada el segmento de clientes al cual va dirigido el diseño del producto de turismo deportivo de la ciudad de Guayaquil. De igual manera, se realizó un análisis de los comentarios de los participantes y asistentes de los eventos deportivos de la ciudad para medir el nivel de satisfacción de la demanda actual.

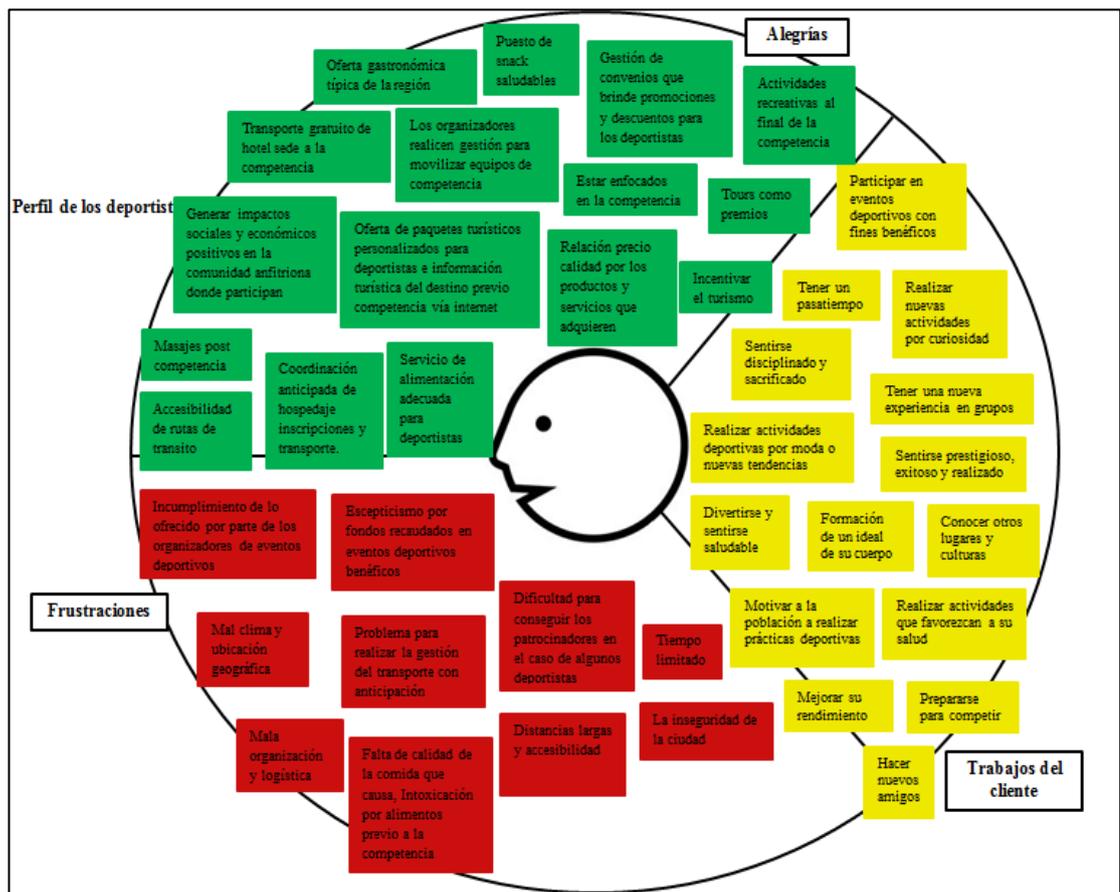


Figura 15. Perfil del cliente de los turistas activos

Fuente: Adaptado de la metodología de Osterwalder et al. (2014)

En el análisis del perfil de los deportistas se identificaron las motivaciones de su desplazamiento a los eventos deportivos, entre estas tenemos que buscan medir su rendimiento durante las competencias para sentirse prestigiosos, exitosos, realizados y con excelente estado físico y salud, así mismo, desean vivir experiencias en grupos numerosos para divertirse y conocer nuevos amigos; por otro lado, consideran que les gusta conocer lugares y culturas diferentes a las de su lugar de origen, además les gusta participar en eventos deportivos con fines benéficos, ya que sienten que fusionan el amor por el deporte con ayudar al prójimo.

Por otra parte, las frustraciones de los deportistas se dividen en las personales y las provocadas por la organización del evento; con respecto a las molestias personales se encontró que tienen dificultades para reservar hospedaje cerca del evento, ya que los hoteles suelen incrementar el costo de las habitaciones; la contratación de empresas de transporte con tarifas accesibles para la movilización en

el destino suelen ser altas, por lo tanto, al no contar con este servicio recurren a utilizar taxis, lo cual consideraron que incrementa el presupuesto y suele ser peligroso, por otro lado, la alimentación especial para deportistas es esencial para su desempeño en las competencias, es por esto que al no contar con este servicio optan por ir a los supermercados locales y comprar sus alimentos o llevarlos desde su casa, lo cual implica costos elevados en rubros asociados con la asistencia al evento. A su vez, manifestaron que el interés por participar baja, si implica recorrer distancias extremadamente largas; si existe un pronóstico de mal clima; si la ubicación geográfica es desfavorable para la accesibilidad al evento y por último esta la inseguridad de la ciudad. En cuanto a las molestias provocadas por los organizadores está en algunos casos el incumplimiento de lo ofertado en la publicidad del evento, en conjunto con la mala logística y la calidad de los productos y servicios brindados, además indicaron que a pesar de que les apasiona participar en eventos deportivos con fines benéficos, existe un leve escepticismo por el fin de los fondos recaudados.

Los deportistas quieren una relación precio calidad con los servicios y productos contratados para tener una experiencia satisfactoria en su viaje, así mismo, desean que existan convenios que brinden promociones y descuentos a los deportistas por parte de aerolíneas y hoteles, al igual que servicios complementarios como el transporte gratuito del hotel al evento y viceversa, masajes post competencia más tours como premios y puestos de snack saludables. Por otro lado, les gustaría coordinar anticipadamente el hospedaje, la inscripción al evento, el transporte y la alimentación, consideran que el hotel debería ofrecer un desayuno especial para los deportistas, además quieren una oferta de paquetes turísticos personalizados e información turística del destino previo a la competencia, la cual debe ser proporcionada vía internet, porque, buscan realizar actividades recreativas al final del evento, de la misma manera, les gusta incentivar el turismo ya que generan impactos sociales y económicos positivos en la comunidad anfitriona donde participan.

Por otra parte, están los asistentes a los eventos deportivos que tienen como principal motivo de desplazamiento el amor por el deporte; les gusta fusionar su pasión por viajar con conocer nuevos destinos, compartiendo con otros espectadores y deportistas, de igual manera, les gusta asistir a eventos con fines benéficos ya que sienten que están contribuyendo a la sociedad con su aporte.

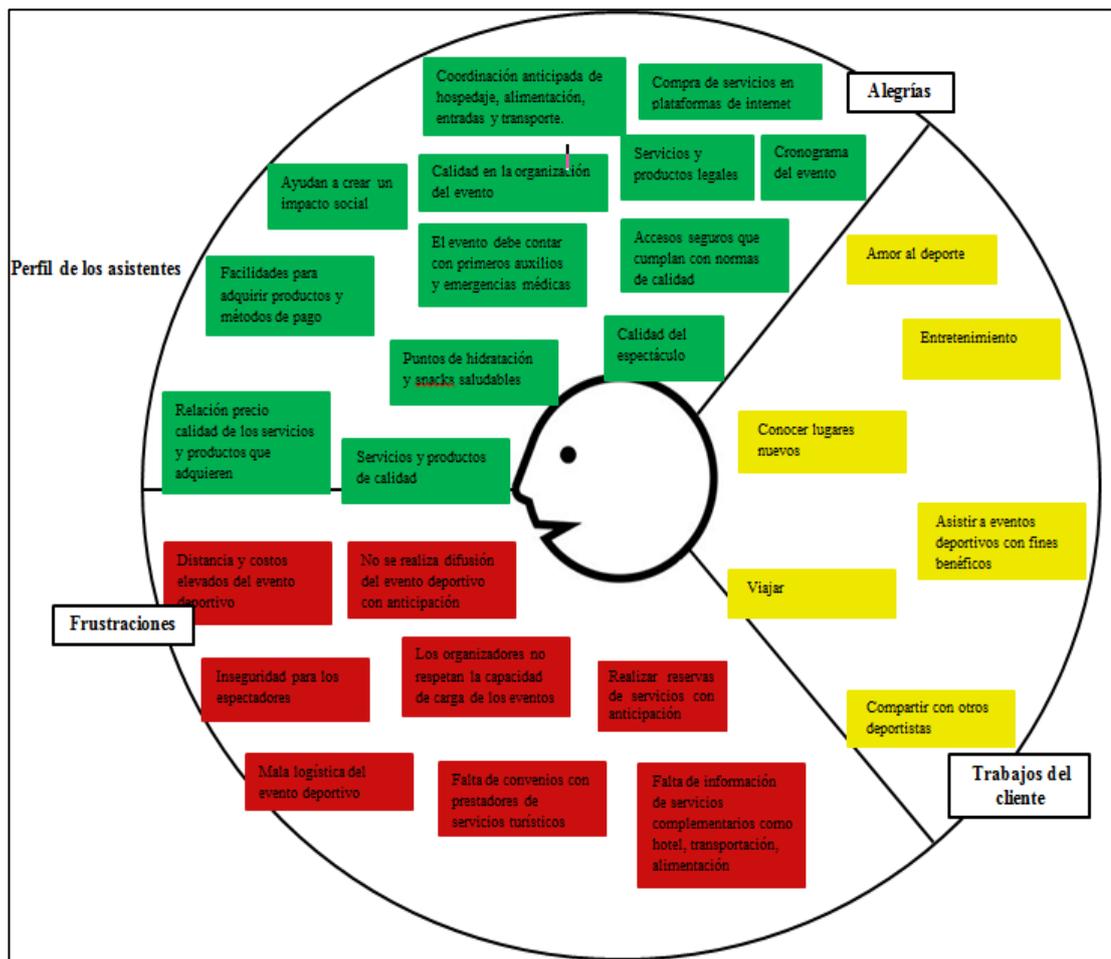


Figura 16. Perfil del cliente de los turistas pasivos

Fuente: Adaptado de la metodología de Osterwalder et al. (2014)

Los asistentes al igual que los deportistas tienen dos tipos de frustraciones una personal y otra por parte de los organizadores; en las personales se encontró que las distancias largas desde su lugar de origen al evento pueden ser un impedimento para que asistan, al igual que los elevados precios de las entradas, así mismo, la inseguridad en las localidades que están alrededor del evento pueden interferir en su decisión, además enfatizan que debe haber una relación entre el precio y la calidad, están conscientes que a mayor calidad incrementa el costo, pero están dispuestos a pagarlos; por parte de la organización, indicaron que deberían proveer información sobre servicios complementarios en hoteles, tours, transportación y alimentación, para facilitar la labor de realizar reservas con anticipación, de la misma manera enfatizan que deben respetar la capacidad de carga de los eventos para poder apreciar el

espectáculo deportivo, al igual que deben hacer una difusión con meses de anticipación para poder hacer una correcta planificación.

Por otra parte, afirmaron que el uso de la tecnología debe ser parte esencial para realizar las reservas y compras de productos y servicios turísticos por medio de internet, ya que optimizan tiempo, dinero y recursos; de la misma manera, la calidad por parte de la organización en aspectos como accesos seguros que cumplan con normas de calidad, primeros auxilios que estén preparados para emergencias médicas, productos y servicios legales son de suma importancia para brindar una experiencia gratificante en el destino.

En el análisis de los comentarios de los participantes y asistentes en redes sociales de los eventos deportivos de la ciudad, se identificó que tienen una expectativa por participar en la maratón de Guayaquil, en especial por comunidades de corredores en Facebook como el Club Deportivo Luis Chocho con 632 seguidores y el Adventure Team de Rolando Saquipay con 750 seguidores en Facebook, los cuales representan uno de los equipos más numerosos del Azuay; al igual que Macahala Running que cuenta con 2,169 seguidores de la provincia de El Oro por otro lado, se encontraron quejas sobre el evento por parte de una deportista Mexicana donde indicó que la logística no era lo que esperaba ya que cambiaron las fechas del evento a última hora, a su vez indicaron que no tenían personal capacitado, reportaron fallas en la inscripción online, de igual manera, manifestaron que debían aumentar el control de la ATM para que aislen totalmente el carril de los corredores, además se encontró deportistas de Estados Unidos y Lima interesados en participar en la media maratón, por cual solicitaban una guía para llegar a la ciudad de Guayaquil.

A continuación se muestra mediante tablas los comentarios y quejas de la demanda acerca de las ediciones anteriores de los eventos más representativos de la ciudad:



Figura 17. Comentarios de seguidores en facebook. Cerriza de Guayaquil

Tomado de: <https://www.facebook.com/CerrizaGuayaquil/>



Figura 18. Comentarios de la Maratón de Guayaquil

Tomado de: <https://www.facebook.com/DM3DEPORTES/>



Figura 19. Quejas de la organización de maratón de Guayaquil.

Tomado de: <https://www.facebook.com/DM3DEPORTES/>

<https://www.instagram.com/dm3deportes/?hl=es-la>



Figura 20. Reposts de la cuenta oficial de twitter de Jefferson Pérez.

Tomado de: <https://twitter.com/EIDueloXtremo6k>

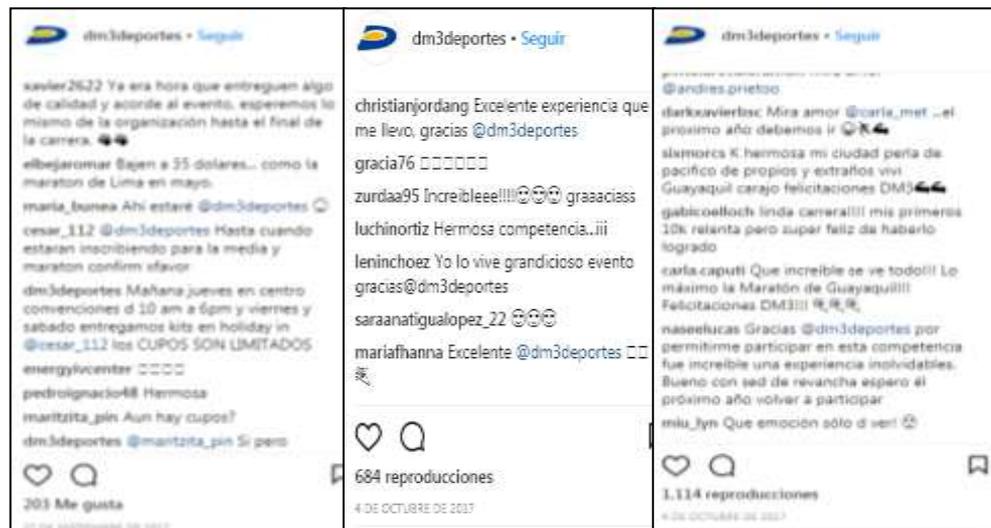


Figura 21. Comentarios de las personas sobre la Maratón de Guayaquil en la cuenta oficial de Dm3

Tomado de: <https://www.instagram.com/dm3deportes/?hl=es-la>



Figura 22. Únicos comentarios en redes sociales sobre el ATP challenger.

Tomado de: https://www.facebook.com/pg/atpguayaquil/posts/?ref=page_internal

Análisis comparativo entre la oferta y la demanda

Según la categorización de los atractivos turísticos en Ecuador, los eventos deportivos son manifestaciones culturales de tipo acontecimiento programado. Para efecto del análisis comparativo entre la oferta y la demanda se utilizó la metodología para la Jerarquización de Atractivos y generación de espacios turísticos dispuesta por la autoridad nacional de turismo. Esta metodología según el Ministerio de Turismo (MINTUR)(2017) permite “La identificación, clasificación y levantamiento de información en territorio de objetos, lugares, acontecimientos, fenómenos y otros elementos de interés turístico” (pág. 8).

Se elaboró una ficha por cada manifestación cultural representativa en la ciudad, para determinar cuáles fueron sus condiciones en su última edición y verificar en que jerarquía se encuentra cada atractivo. Según el MINTUR (2017) “Es posible diagnosticar el potencial que presentan los atractivos levantados y permite sugerir acciones concretas para mejorar las condiciones y coadyuvar a su desarrollo” (pág. 9).

Para el levantamiento de información de las fichas de atractivos turísticos, según la metodología propuesta por MINTUR (2017) “Se debe recopilar en territorio y deberá ser complementada con entrevistas a responsables de instituciones, comunidades locales e informantes clave” (pág. 8). Para obtener la información primaria adecuada para llenar las fichas se usaron las características de cada evento identificadas en el análisis de la oferta realizado anteriormente, ya que para efecto de ese análisis se usaron las entrevistas con los organizadores y entidades públicas de la ciudad de Guayaquil. De acuerdo a lo establecido por el Ministerio de Turismo se debe generar un respaldo para verificar la visita al atractivo turístico pero debido a que los eventos deportivos se realizan una vez al año como acontecimiento programado, en fechas establecidas por sus organizadores, se tomó en cuenta las características de los eventos en ediciones anteriores que son los eventos realizados en el año 2017.

Con el fin de recolectar información secundaria se comprobó y reviso la cantidad de planta turística de manifestación cultural y de su entorno, así como de sus características climatológicas, declaratorias, amenazas naturales, políticas, regulaciones y medios de promoción. Las cuales deben ser levantadas por información oficial nacional, bibliografía existente y otras fuentes documentales, incluida la información de organismos técnicos especializados. Los acontecimientos programados se realizan en el entorno de la ciudad de Guayaquil por ende esta información secundaria se obtuvo por medio del catastro de los establecimientos turísticos de Guayaquil, páginas de fuentes oficiales para obtener información de características climatológicas, amenazas naturales de la ciudad y para finalizar la web para determinar los medios de difusión de los eventos deportivos.

Se realizó una matriz de comparación reflejada en la tabla 2, donde se muestra la ponderación máxima que deben contar todas las manifestaciones culturales (eventos deportivos) para llegar a ser un atractivo turístico de jerarquía IV; de igual manera, la valoración técnica obtenida desde la realización de las fichas de inventario de los cuatro acontecimientos programados con mayor repercusión turística en la ciudad tomadas en cuenta en esta investigación. Se toman en cuenta criterios relacionados con el índice de competitividad turística sustentados por el foro Económico Mundial que son: accesibilidad y conectividad, planta turística / servicios, estado de conservación e integración atractivo / entorno, higiene y seguridad turística, políticas y regulaciones, actividades recreacionales que se practican y criterios relacionados con la demanda: difusión, Registro de visitante y afluencia, recurso humano. Ministerio de Turismo (2017) “El factor de ponderación de cada criterio responde a la capacidad institucional, según competencias, de incidir sobre la mejora o manejo de los mismos” (Pág. 9)

Tabla 2. Resultado de la valoración técnica de las cuatro manifestaciones culturales

Resultados de la valoración técnica							
Criterios de valoración	Descripción	Ponderación	Resultado				
			Acontecimientos programados				
			Maratón de Guayaquil	El Duelo Xtremo 6k	La Cerriza	ATP Challenger	
A	Accesibilidad y conectividad	Contempla el ingreso, horario del atractivo y facilidades instaladas para personas con alguna discapacidad; además, se hace referencia de vías de acceso al sitio, con énfasis en las cualidades que condicionan la relación distancia/tiempo, así también la conectividad tecnológica.	18	11	9	9	18
B	Planta turística / servicios	Registra equipamiento y la disponibilidad de servicios en el atractivo	18	10,2	8,7	7,2	14,7
C	Estado de conservación e integración sitio / entorno	Estimación de la integridad de los atributos patrimoniales físico-ambientales y socioculturales, en particular de las condiciones del sitio y su entorno.	14	12	14	12	14
D	Higiene y seguridad turística	Hace referencia a la disponibilidad de dispositivos para la recolección de basura, procedencia del agua, presencia de actos vandálicos, limpieza e iluminación del atractivo.	14	11	11	9,5	12,8
E	Políticas y regulaciones	Consideración del atractivo dentro de la Planificación territorial turística cantonal y cumplimiento de regulaciones para las actividades que se realizan en el atractivo.	10	3	3	6	3
F	Actividades que se practican en el atractivo	Constatación de actividades que se practican en el atractivo, mismas que le dan valor agregado.	9	9	9	9	9
	Difusión del atractivo	Publicaciones internacionales, nacionales, monografías o medios de difusión. Declaratorias y reconocimientos, relevancia y divulgación.	7	2	2	2	5
G	Registro de visitantes y afluencia	Registro del tipo de visitantes, perfil de consumo, volumen intensidad de uso. Estimación de demanda potencial.	5	2	2	2	2
H	Recursos Humanos	Hace referencia nivel de instrucción académico del personal que elabora en el atractivo.	5	4	2	3	3
Total			100	64,2	60,7	59,7	81,5
Jerarquía				III	III	II	III

Nota: Adaptado de los resultados de valoración técnica del MINTUR.

Los criterios propuestos por la OEA en la Metodología para Inventarios de Atractivos Turísticos del MINTUR 2004 y adaptado a los criterios del Índice de Competitividad Turística en la metodología desarrollada por el MINTUR . Son puestos en valor numérico mismo que representa un puntaje alcanzado sobre 100 que enmarcan a cada evento dentro de un nivel de jerarquía que va en una escala de I a IV, como se muestra en la siguiente tabla.

Tabla 3. Tabla de rangos y jerarquías del Ministerio de Turismo

Rangos	Jerarquía
86-100	IV
61-85	III
36-60	II
11-35	I
0-10	Recurso

Fuente: Ministerio de Turismo del Ecuador (2017)

Según las definiciones de cada jerarquía que de acuerdo al (MINTUR, 2017): Los eventos deportivos que alcancen el puntaje mínimo se dividen a los atractivos turísticos según su jerarquía:

La IV se refiere a “Atractivos excepcionales y de alta significación para el mercado turístico internacional capaz por sí solo de motivar una importante corriente de visitantes (actual o potencial) y presenta las condiciones óptimas para el desarrollo de productos turísticos enfocado al mercado internacional.”

La III muestra que son “Atractivos con rasgos excepcionales capaces de motivar por sí solo o en conjunto con otros atractivos contiguos una corriente actual o potencial de visitantes nacionales o extranjeros. y presentan las condiciones óptimas para el desarrollo de productos turísticos enfocado al mercado nacional e internacionales”.

La II representa a “Atractivos con algún rasgo llamativo que presente condiciones básicas para la generación de productos turísticos capaz de interesar a visitantes que hubiesen llegado a la zona por otras motivaciones turísticas o de motivar corrientes turísticas nacionales.”

Con el puntaje mínimo para ubicarse en la jerarquía I estos “Son atractivos que presentan condiciones mínimas para generar productos, como elementos que complementen a otros de mayor jerarquía.” y Aquellos atractivos que no alcancen la calificación mínima son considerados “recursos naturales o culturales que pueden motivar el desplazamiento, pero no se encuentran todavía incorporados en la dinámica turística, ni cuenta con ningún tipo de infraestructura de apoyo”.

Como se puede evidenciar en la tabla 1, la cerriza se encuentra en jerarquización tipo II lo que lo convierte en un “Atractivo turístico con algún rasgo llamativo que presenta condiciones básicas para la generación de productos turísticos capaz de interesar a visitantes que hubiesen llegado a la zona por otras motivaciones turísticas o de motivar corrientes turísticas nacionales” (Ministerio de Turismo, 2017, pág. 10); la Maratón de Guayaquil, el Duelo Xtremo 6k y el Challenger se encuentran en jerarquía III en donde los identifican como “Atractivos turísticos con rasgos excepcionales, capaces de motivar por sí solo o en conjunto con otros atractivos contiguos, una corriente actual o potencial de visitantes nacionales o extranjeros” (Ministerio de Turismo, 2017, pág. 10). Lo que muestra que los eventos deportivos tienen posibilidades de mejorar y ampliar la demanda del mercado turístico nacional e internacional (turistas deportivos y activos).

Analizando la interacción entre la oferta y la demanda, si existen eventos deportivos con condiciones mínimas para acoger a turistas, la brecha está en la demanda turística (los turistas deportivos activos y pasivos) a la cual está enfocada el diseño de un producto turístico deportivo para Guayaquil que los incentive a pernotar por lo menos una noche más en la ciudad. Necesitan que se mejore sus condiciones tomando en cuenta los criterios propuesto por el MINTUR en el 2017, tomando en cuenta que se debe mejorar también la interacción que tienen estos eventos con otras actividades turísticas. De manera que los eventos deportivos se conviertan en productos turísticos deportivos y en “Atractivos turísticos excepcionales y de alta significación para el mercado turístico internacional capaces por sí solo de motivar una importante corriente de visitantes (actual o potencial), presentando las condiciones óptimas para el desarrollo de otros productos turísticos enfocado a atraer el mercado internacional.” Jerarquía IV (Ministerio de Turismo, 2017).

Capítulo 4: Diseño de producto de turismo deportivo

Para el diseño de la propuesta de valor de los productos de turismo deportivo de la Maratón de Guayaquil, el Duelo Xtremo 6k, la Cerriza Guayaquil, y, el ATP Challenger Ciudad de Guayaquil, se tuvo en cuenta el mapa de valor realizado con la metodología de Osterwalder et al. (2014) figuras 12 y 14; donde se estableció como la oferta de productos turísticos deportivos (eventos deportivos) creará alegrías y aplacará frustraciones de la demanda turística (turistas deportivos activos y pasivos), descritos en un mapa de valor.

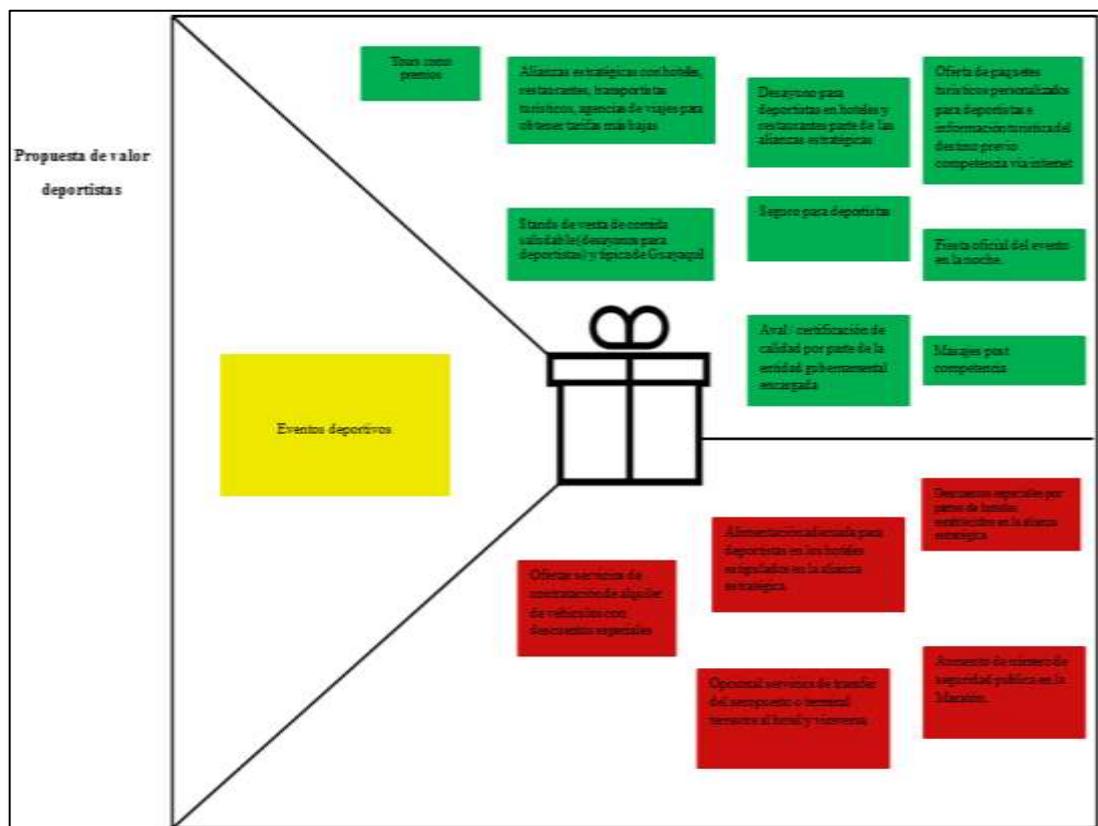


Figura 23. Mapa de valor para los turistas activos

Nota: Adaptado de la metodología de Osterwalder et al. (2014)

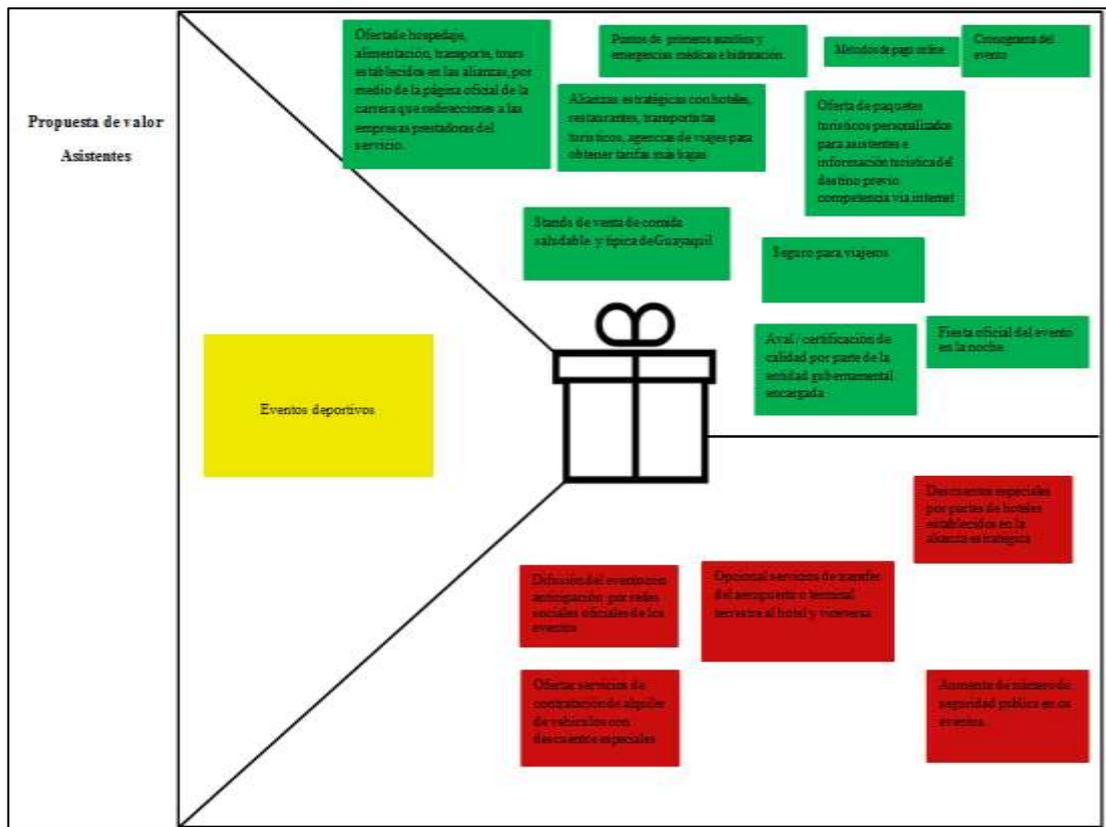


Figura 24. Mapa de valor para los turistas pasivos

Nota: Adaptado de la metodología de Osterwalder et al. (2014)

Una vez recopilada esta información para poder presentar de una manera más detallada y estructurada las acciones concretas para diseñar un producto turístico deportivo óptimo, se adaptó una ficha de presentación de propuestas del “Manual para la planificación de productos turísticos” realizado por el Ministerio de Comercio y Turismo de Perú (MINCENTUR) en cooperación con Suiza (SECO) para gestionar proyectos de destinos en Perú; en el cual indicaron, que la suma de varios atractivos turísticos que cuenten con equipamiento, facilidades e infraestructura logran encaminar la consolidación de un destino y que para su diseño no es necesario crear nuevos sino reestructurar los existentes de tal manera que obtengan las condiciones necesarias y óptimas para atraer a turistas nacionales e internacionales.

Anteriormente en el capítulo 3 se tomaron en cuenta criterios relacionados con el índice de competitividad turística diseñados por el Ministerio de Turismo de Ecuador en el 2017 para evaluar un atractivo turístico con los atributos mínimos que

deben tener para desarrollarse en producto turístico. En base a estos se determinó la brecha existente entre la oferta (eventos deportivos) y la demanda turística (turistas activos y pasivos). Se determinó que lo que necesita la oferta turística deportiva es tener las condiciones necesarias para atraer a turistas activos y pasivos. Es por esto que se diseñó la ficha de presentación en base a estos mismos criterios: Accesibilidad y conectividad, planta turística/Servicios, estado de conservación e integración atractivo / entorno, higiene y seguridad turística, políticas y regulaciones, actividades recreacionales que se practican y otros criterios relacionados con la demanda: difusión, Registro de visitante y afluencia, recurso humano. En la ficha de presentación se resumen las acciones clave que se deben ejecutar para reestructurar los productos de turismo deportivo de acuerdo a los mismos criterios. De manera que los eventos deportivos más representativos: Maratón de Guayaquil, el Duelo Xtremo 6k, la Cerriza Guayaquil, y, el ATP Challenger Ciudad de Guayaquil, se conviertan en productos turísticos deportivos capaces de promover el turismo deportivo en la ciudad de Guayaquil, ayudando a encaminar a Guayaquil como destino turístico deportivo.

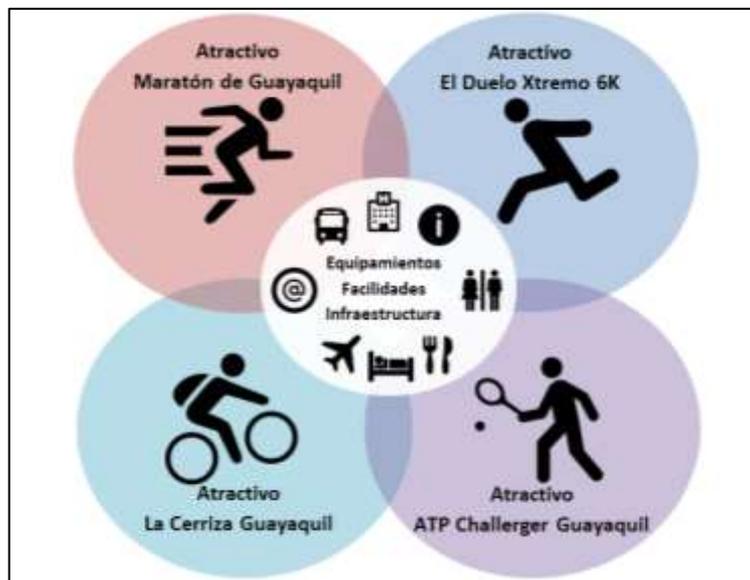


Figura 25. Productos de turismo deportivo de la ciudad de Guayaquil

Fuente: Adaptado del Ministerio de Comercio y Turismo de Perú

Fichas de presentación de propuesta de productos turísticos

Propuesta para la reestructuración del producto turístico “Maratón de Guayaquil”

Nombre del producto turístico propuesto: “Maratón de Guayaquil”	
Identificar si el producto turístico es: Producto nuevo() Producto reestructurado(X)	
Descripción del producto turístico	
Eje Temático: Evento turístico deportivo (Atractivo: Manifestación Cultural/Acontecimiento programado/Evento Deportivo + Equipamiento y facilidades + Infraestructura)	
Segmento de demanda: Turismo deportivo Turistas deportivos activos : (Participantes) Turistas deportivos Pasivos: (Asistentes)	
Motivación (Identificar los motivos del viaje)	
<p>Turistas activos</p> <p>Motivación principal: Participar en la carrera Maratón de Guayaquil</p> <ul style="list-style-type: none"> • Prepararse y mejorar su rendimiento para competir en siguientes ediciones o maratones de otras ciudades. • Sentirse prestigioso, exitoso y realizado • Conocer otros sitios y culturas diferentes a los de su lugar de residencia. • Sentirse disciplinado y sacrificado • Realizar actividades que favorezcan a su salud • Motivar a la población a realizar prácticas deportivas 	<p>Turistas pasivos</p> <p>Motivación principal: Asistir al evento deportivo.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Conocer lugares nuevos • Compartir con deportistas • Acompañar a familiares, amigos que participan en la carrera. • Ser parte de una comisión técnica • Recreación

<ul style="list-style-type: none"> • Compartir su afición con los demás participantes • Divertirse participando. • Participar en la maratón por moda o tendencia. • Hacer nuevos amigos • Formación de un ideal de su cuerpo 	
Fundamentación (Importancia y contribución a las condiciones actuales)	
<p>El evento deportivo “Maratón de Guayaquil” es un manifestación cultural, el cual se encuentra en la jerarquización III del MINTUR (Anexo 10 Resultados de la evaluación técnica de la Maratón de Guayaquil), indicando que es un “Atractivo con rasgos excepcionales, capaz de motivar por sí solo o en conjunto con otros atractivos contiguos, una corriente actual o potencial de visitantes nacionales o extranjeros” (Ministerio de Turismo, 2017, pág. 10). Es por esta razón que se utilizó la ficha diseñada por la Dirección de Productos y Destinos del Ministerio de Turismo, para conocer la situación actual de atractivo y proceder a reestructurar el evento programado ya establecido, elevándolo así a la categoría IV en donde “el atractivo es excepcional y de alta significación para el mercado turístico internacional, capaz por sí solo de motivar una importante corriente de visitantes (actual o potencial)” (MINTUR, 2017, pág. 10), para poder incrementar la demanda turística interna y receptiva de la ciudad. Por otro lado, se utilizó la metodología “Diseñando la Propuesta de Valor” para complementar la reestructuración con lo que quieren lo turistas activos y pasivos.</p>	
Calidad necesaria de infraestructura y servicio	
<p>Accesibilidad y conectividad:</p> <p>En la accesibilidad y conectividad se detectó que se deben mejorar las condiciones de accesibilidad del atractivo turístico al medio físico para personas con discapacidad visual por medio de un narrador de la carrera; y, en condición auditiva con el uso de una pantalla led que muestre en vivo el desarrollo de la misma.</p>	
<p>Planta Turística/Servicios:</p> <p>Planta turística para el atractivo:</p>	

- Realizar alianzas estratégicas con hoteles cercanos a la carrera para ofertarlos por medios digitales oficiales de la Maratón a los deportistas y asistentes del evento.
- Instalaciones de stands donde se ofrezca comida saludable y típica de Guayaquil.
- Realizar alianzas estratégicas con operadores turísticos para que oferten paquetes half day y full day con guías certificados antes y durante el evento, estimulando a los visitantes a pernotar más de 1 día.

Facilidades en el entorno al atractivo:

- Como apoyo a la gestión turística se debe instalar un punto de información sobre los atractivos y destinos del país de manera gratuita
- Stands con venta de artesanías y merchandising

Estado de Conservación E integración sitio/Entorno:

Por medio de la ficha de jerarquización de atractivos culturales se determinó que el estado de conservación e integración del entorno del atractivo es óptimo para el desarrollo del producto, ya que alcanzo la ponderación máxima por contar por los atributos patrimoniales físico-ambientales y socioculturales del atractivo.

Higiene y Seguridad Turística:

- El atractivo cuenta con servicios básicos de agua potable, red eléctrica de servicio público, red pública de saneamiento y carro recolector de disposición de desechos
- Por otra parte, debe agregar señalética turística como un panel informativo de direccionamiento con la ruta de la carrera, especificando los atractivos que se van a recorrer.

Políticas y Regulaciones:

La Dirección de Deporte y recreación de la M.I. Municipalidad de Guayaquil establece mediante su POA apoyo monetario a la carrera con el fin de promover el deporte. Es por esto que el atractivo cultural “Maratón de Guayaquil” deberá incluirse dentro de la planificación turística realizada por la Empresa Pública de Turismo de la M.I.

Municipalidad de Guayaquil, para así poder establecer normativas y ordenanzas para el desarrollo de la carrera, logrando realizar convenios de cooperación que logren realizar la competencia, aumentando las visitas en la ciudad.

Actividades que se practican en el atractivo:

Se propone realizar un cronograma actividades artísticas durante el evento para que la carrera sea más atractiva:

- Presentaciones en vivo de cantantes nacionales y extranjeros
- Presentación de amorfinos
- Degustación de platos tradicionales
- Concurso de fotografía del evento deportivo

Compra de artesanías

Muestra audiovisual de la carrera por medio de una pantalla Led que transmite el evento en vivo desde un dron guiado a control remoto

Participación del turista pasivo en la celebración del evento

Difusión del atractivo:

La Maratón de Guayaquil debe ser incluida en la promoción turística realizada por el Ministerio de Turismo y la Empresa Publica turismo de la M.I. Municipalidad de Guayaquil por medio de: revistas especializadas de turismo y deporte, medios de comunicación tradicionales como radio, televisión, prensa, redes sociales, ferias turísticas internacionales y nacionales.

Por parte de la comercialización, se desarrolló un modelo de paquete turístico que pueden ofertar las agencias de viajes en conjunto con los operadores, para brindar servicios y productos a la demanda actual y potencial de la maratón.

Registro de visitantes y Afluencia:

Con el fin de cuantificar el flujo de visitantes por motivo de eventos deportivos programados en la ciudad, se generara un reporte de las inscripciones de la Maratón de Guayaquil donde se obtendrán datos sobre la temporalidad de la visita, número de visitantes nacionales y extranjeros, ciudades y países de origen, acompañantes y motivaciones del viaje.

Recursos humanos:

Se deberá incluir en la planificación del desarrollo de la carrera un especialista en turismo que guíe a la empresa organizadora del evento a cumplir con los requerimientos establecidos por la Dirección de Productos y Destinos del Ministerio de para planificar el desarrollo técnico del producto de turismo deportivo.

Propuesta de servicios complementarias del evento Maratón de Guayaquil

Los siguientes servicios complementarias de la Maratón de Guayaquil se proponen en base a la creación de los mapas de valor realizados con la metodología de Ostelwalder, Pigneur, Bernarnda, Smith & Papadacos (2014); en donde se analizó a los turistas activos y pasivos para determinar lo que quiere el mercado turístico deportivo en un evento (figura 23 y 24 mapas de valor), además se complementó con referentes de Maratones mundiales para aumentar la propuesta de valor en el diseño del producto de turismo deportivo.

Análisis mapa de valor de deportista y asistentes:

- Brindar como premio un tour a un destino del Ecuador, ya que, esto incentivaría a los participantes a inscribirse.
- Instalar en el punto de partida y en el trayecto del recorrido de la carrera puntos de primeros auxilios, emergencias médicas e hidratación.
- Realizar convenios de cooperación con la M.I. Municipalidad de Guayaquil para ubicar Stands de venta de comida saludable, gastronomía típica y artesanías en la Plaza Rodolfo Baquerizo.
- Realizar fiesta oficial del evento con atletas reconocidos para incentivar a los participantes y asistentes a pernotar una noche más.
- Ofrecer por medio de empresas aseguradoras el servicio opcional de seguro para deportistas o viajeros.
- Gestionar certificación de calidad por parte de la entidad gubernamental o municipal encargada
- Incluir puestos de masajes para los deportistas
- Difundir los servicios complementarios de la Maratón con anticipación.
- Gestionar el aumento de la seguridad pública durante el evento.

- Brindar servicios opcionales de transfer del hotel a la carrera y de la carrera al hotel.
- Brindar servicios de fotografía previo al evento.

Análisis de referentes mundiales:

- Servicio de guarda ropa.
- Establecer en puntos estratégicos del recorrido de la carrera baños portátiles, hidratación, snacks, primeros auxilios, puesto de oxígeno.
- Servicio de “bus escoba” que marca el cierre de la carrera y recoja a los atletas rezagados.
- Cierre total de las calles por donde se desarrolla la carrera.
- Realizar un video donde se muestre los momentos más emotivos de la carrera, para posteriormente utilizarse como marketing 3.0 en gestiones de promoción por parte del MINTUR y la Empresa Pública de Turismo.

Itinerarios sugeridos (ejemplos de posible forma de consumo)

Los siguientes opciones de itinerarios son enfocados en los gustos y preferencias detectados en el análisis de la demanda para los turistas activos (deportistas) y turistas pasivos (asistentes), los cuales están sugeridos para las agencias de viajes y los operadores de la ciudad de Guayaquil.

Fuente: Adaptado del Mincetur

Opción 1: Itinerario deportista

“Maratón de Guayaquil”

2 días 1 noche

Día

1

- (opcional) Traslado del aeropuerto o terminal terrestre hacia el hotel
- 3:00pm Check In en el hotel
- 5:30pm Conferencia de motivación deportiva más la entrega de kits de la carrera en el salón de eventos del hotel
- 7:30pm Cena especial para deportistas

Día 2

- 4:00 am Desayuno especial para deportistas
- 4:45am Traslado del hotel a la carrera
- Masajes post competencia
- Traslado hacia el hotel
- Entrega de medallas en el lobby del hotel
- 13:00 late Check Out
- (opcional) City tour

- (opcional) Traslado hacia el aeropuerto o terminal terrestre

Incluye

- Impuestos
- Inscripción
- Seguro para viajeros
- Traslados desde el hotel hacia la carrera
- 1 desayunos, 1 cena especial para deportistas
- Masajes post competencia
- Snack Saludables
- Entrega de medalla

No incluye

- Gastos no especificados en el paquete
- Tours y traslados opcionales

Servicios complementarios

- Reserva de boletos aéreos
- Servicio de fotografía
- Seguro para deportistas

Aviso

Tarifas sujetas a disponibilidad y tipo de acomodación

Opción 2: Itinerario deportista

4 días 3 noches

Día

1

- (Opcional) Traslado del aeropuerto o terminal terrestre hacia el hotel
- 3:00pm Check In en el hotel
- 5:30pm Conferencia de motivación deportiva más la entrega de kits de la carrera en el salón de eventos del hotel
- 7:30pm Cena especial para deportistas

Día 2

- 4:00 am Desayuno especial para deportistas
- 4:45am Traslado del hotel a la carrera
- Masajes post competencia
- Traslado hacia el hotel

- Entrega de medallas en el lobby del hotel
- (Opcional) 2:00pm City tour (duración 3horas) o al parque histórico
- 9:00pm Fiesta de integración (En algún bar como rayuela, paleta)

Día 3

- 7:00 am Desayuno
- Full day salinas
 - 8:00am traslado hacia la playa del Malecón de Salinas
 - 1:30am visita a la chocolatera, mirador y lobería.
 - 4:00am visita al museo de las ballenas
 - 5:00am retorno Guayaquil
- 7:00 Cena

Día 4

- Desayuno
- 12:00 pm Check out
- (Opcional) Traslado desde el hotel hacia el aeropuerto o terminal

Incluye

- Impuestos
- Inscripción
- Seguro para viajeros
- Traslados desde el hotel hacia la carrera
- 1 desayunos, 1 cena especial para deportistas
- 2 desayunos, 1 cena
- Masajes post competencia
- Snack Saludables
- Entrega de medalla

No incluye

- Gastos no especificados en el paquete
- Tours y traslados opcionales

Servicios complementarios

- Reserva de boletos aéreos
- Servicio de fotografía
- Seguro para deportistas

Aviso

Tarifas sujetas a disponibilidad y tipo de acomodación

Opción 1: Itinerario Asistentes

3 días 2 noches

Día 1 viernes

- (Opcional) Traslado del aeropuerto o terminal terrestre hacia el hotel

- 3:00pm Check In en el hotel
- 5:30pm caminata por el Malecón 2000 más barco Morgan
- 7:30pm Cena
- Noche libre

Día 2

- 7:00 am Desayuno
- 8:00 am Full day Tour Churute
 - Aproximadamente una hora y media para llegar a la reserva
 - 09:30 am comienza la orientación y recorrido
 - 2:00 pm almuerzo
 - 4:00 pm regreso a Guayaquil
- 5:30pm Conferencia de motivación deportiva más la entrega de kits de la carrera en el salón de eventos del hotel
- 7:30pm Cena con los deportistas

Día 3

- 4:00 am Desayuno
- 4:45am Traslado desde hotel hacia la carrera

- Snack Saludables e hidratación
- Traslado hacia el hotel
- Entrega de diplomas de asistencia
- 13:00pm late check out
- Traslado hacia el aeropuerto o terminal terrestre

Incluye

- Impuestos
- Inscripción
- Seguro para deportistas
- Traslados
- 2 desayunos, 1 cena especial para deportistas
- Masajes post competencia
- Snack Saludables
- Entrega de certificación de asistencia
- Reconocimiento de ruta de la carrera

No incluye

- Gastos no especificados en el paquete
- Almuerzos y cenas no especificadas
- Tours y traslados opcionales

Servicios complementarios

- Reserva de boletos aéreos

- Servicio de fotografía

Aviso

Tarifas sujetas a disponibilidad

Opción 2: Itinerario Asistentes

4 días 3 noches

Día

1

- (Opcional) Traslado del aeropuerto o terminal terrestre hacia el hotel
- 3:00pm Check In en el hotel
- 5:30pm Conferencia de motivación deportiva
- 7:30pm Cena con los deportistas

Día 2

- 4:00 am Desayuno
- 4:45am Traslado desde el hotel hacia la carrera
- Snack Saludables e hidratación
- Traslado hacia el hotel
- Entrega de diplomas de asistencia
- 2:00pm City tour (duración 3horas) o al parque histórico

- 9:00pm Fiesta de integración (En algún bar como rayuela, paleta)

Día 3

- 7:00 am Desayuno
- Full day salinas
 - 8:00am traslado hacia la playa del Malecón de Salinas
 - 1:30am visita a la chocolatera, mirador y lobería.
 - 4:00am visita al museo de las ballenas
 - 5:00am retorno Guayaquil
- Cena
- Noche libre

Día 4

- 7:00 am Desayuno
- 12:00 pm Check out
- (Opcional) Traslado desde el hotel hacia el aeropuerto o terminal

Incluye

- Impuestos
- Inscripción
- Seguro para deportistas
- Traslados
- 3 desayunos, 2 cenas

- Snack Saludables e hidratación
- Entrega de certificación de asistencia
- Reconocimiento de ruta de la carrera

No incluye

- Gastos n/e en el paquete
- Almuerzos y cenas no especificadas
- Tours y traslados opcionales

Servicios complementarios

- Reserva de boletos aéreos
- Servicio de fotografía

Aviso

Tarifas sujetas a disponibilidad

Propuesta para la reestructuración para el producto turístico “Duelo Xtreme 6K”

Nombre del producto turístico propuesto: “Duelo Xtreme 6k”	
Identificar si el producto turístico es: Producto nuevo() Producto reestructurado(X)	
Descripción del producto turístico	
Eje Temático: Evento turístico deportivo (Atractivo: Manifestación Cultural/Acontecimiento programado/Evento Deportivo + Equipamiento y facilidades + Infraestructura)	
Segmento de demanda: Turismo deportivo Turistas deportivos activos : (Participantes) Turistas deportivos Pasivos: (Asistentes)	
Motivación (Identificar los motivos del viaje)	
<p>Turistas activos</p> <p>Motivación principal: Participar en la carrera Maratón de Guayaquil</p> <ul style="list-style-type: none"> • Prepararse y mejorar su rendimiento para competir en siguientes ediciones. • Sentirse prestigioso, exitoso y realizado • Conocer otros sitios y culturas diferentes a los de su lugar de residencia. • Sentirse disciplinado y sacrificado • Realizar actividades que favorezcan a su salud • Motivar a la población a realizar prácticas deportivas 	<p>Turistas pasivos</p> <p>Motivación principal: Asistir al evento deportivo.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Conocer lugares nuevos • Compartir con deportistas • Acompañar a familiares, amigos que participan en la carrera. • Ser parte de una comisión técnica • Recreación

<ul style="list-style-type: none"> • Compartir su afición con los demás participantes • Divertirse participando. • Participar en la maratón por moda o tendencia. • Hacer nuevos amigos • Formación de un ideal de su cuerpo 	
Fundamentación (Importancia y contribución a las condiciones actuales)	
<p>El evento deportivo “El Duelo Xtremo 6k” es un manifestación cultural, el cual se encuentra en la jerarquización tipo III del MINTUR (Anexo 11 Resultados de la evaluación técnica del Duelo Xtremo 6k), indicando que “Atractivo con rasgos excepcionales, capaz de motivar por sí solo o en conjunto con otros atractivos contiguos, una corriente actual o potencial de visitantes nacionales o extranjeros” (Ministerio de Turismo, 2017, pág. 10). Es por esta razón que se utilizó la ficha diseñada por la Dirección de Productos y Destinos del Ministerio de Turismo, para conocer la situación actual de atractivo y proceder a reestructurar el evento programado ya establecido, elevándolo así a la categoría IV en donde “el atractivo es excepcional y de alta significación para el mercado turístico internacional, capaz por sí solo de motivar una importante corriente de visitantes (actual o potencial)” (MINTUR, 2017, pág. 10), para poder incrementar la demanda turística interna y receptiva de la ciudad. Por otro lado, se utilizó la metodología de Diseñando Propuesta de Valor para complementar la reestructuración con lo que quieren lo turistas activos y pasivos.</p>	
Calidad necesaria de infraestructura y servicio	
<p>Accesibilidad y conectividad:</p> <p>Adaptación de la competencia para personas con discapacidad motriz por medio de la elaboración de un conjunto de actividades adaptadas a sus capacidades.</p>	
<p>Planta Turística/Servicios:</p> <p>Planta turística para el atractivo:</p>	

- Realizar alianzas estratégicas con hoteles cercanos al duelo para ofertarlos por medios digitales oficiales del evento, estableciendo descuentos para deportistas y asistentes.
- Instalaciones de stands donde se ofrezca comida saludable y típica de Guayaquil.
- Realizar alianzas estratégicas con operadores turísticos para que oferten paquetes half day y full day con guías certificados antes y durante el evento, estimulando a los visitantes a pernochar más de 1 día.

Facilidades en el entorno al atractivo:

- Como apoyo a la gestión turística se debe instalar un punto de información sobre los atractivos y destinos del país de manera gratuita
- Stands con venta de artesanías y merchandising.

Estado de Conservación E integración sitio/Entorno:

Por medio de la ficha de jerarquización de atractivos culturales se determinó que el estado de conservación e integración del entorno del atractivo es óptimo para el desarrollo del producto, ya que alcanzo la ponderación máxima por contar por los atributos patrimoniales físico-ambientales y socioculturales del atractivo.

Higiene y Seguridad Turística:

El atractivo cuenta con todos los servicios básicos de agua potable, red eléctrica de servicio público, red pública de saneamiento y carro recolector de disposición de desechos por alcanza la ponderación máxima.

Políticas y Regulaciones:

La Dirección de Deporte y recreación de la M.I. Municipalidad de Guayaquil establece mediante su POA apoyo monetario a la carrera con el fin de promover el deporte. Es por esto que el atractivo cultural “Duelo de Jefferson Pérez” deberá incluirse dentro de la planificación turística realizada por la Empresa Pública de Turismo de la M.I. Municipalidad de Guayaquil, para así poder establecer normativas y ordenanzas para el desarrollo de la carrera, logrando realizar convenios de cooperación que logren realzar la competencia, aumentando las visitas en la ciudad.

Actividades que se practican en el atractivo:

Se propone realizar un cronograma actividades artísticas durante el evento para que la carrera sea más atractiva:

- Presentaciones en vivo de cantantes nacionales y extranjeros
- Presentación de amorfinos
- Degustación de platos tradicionales
- Concurso de fotografía del evento deportivo

Compra de artesanías.

Muestra audiovisual de la carrera por medio de una pantalla Led que transmite el evento en vivo desde un dron guiado a control remoto

Participación del turista pasivo en la celebración del evento.

Difusión del atractivo:

Este evento debe ser incluida en la promoción turística realizada por el Ministerio de Turismo y la Empresa Publica turismo de la M.I. Municipalidad de Guayaquil por medio de: revistas especializadas de turismo y deporte, medios de comunicación tradicionales como radio, televisión, prensa, redes sociales, ferias turísticas internacionales y nacionales.

Por parte de la comercialización, se desarrolló un modelo de paquete turístico que pueden ofertar las agencias de viajes en conjunto con los operadores, para brindar servicios y productos a la demanda actual y potencial de la maratón.

Registro de visitantes y Afluencia:

Con el fin de cuantificar el flujo de visitantes por motivo de eventos deportivos programados en la ciudad, se generará un reporte de las inscripciones del Duelo de Jefferson Pérez, donde se obtendrán datos sobre la temporalidad de la visita, número de visitantes nacionales y extranjeros, ciudades y países de origen, acompañantes y motivaciones del viaje.

Recursos humanos:

Se deberá incluir en la planificación del desarrollo del evento deportivo un especialista en turismo que guie a la empresa organizadora del evento a cumplir con los requerimientos establecidos por la Dirección de Productos y Destinos del Ministerio para planificar el desarrollo técnico del producto de turismo deportivo.

Propuesta de servicios complementarios del evento Maratón de Guayaquil

Los siguientes servicios complementarios del Duelo se proponen en base a los mapas de valor realizados con la guía metodología del autor Alex Osterwalder, Pigneur, Greg Bernarda, Alan Smith & Patricia Papadakis en el 2014 propuesto en su libro Diseñando la propuesta de valor, elaborados con el fin de determinar las necesidades específicas de los eventos deportivos fuera del lugar de residencia, estos mapas de valor se encuentran en las figuras 23 y 24 del capítulo 4 de esta investigación, fueron determinadas en base al perfil de los turistas deportivos activos y pasivos analizados en el Capítulo 2. Además se complementó con referentes de eventos con características similares debido a que el Duelo de Jefferson Pérez no es una competencia ligada a una disciplina específica, de manera que se pueda aumentar la propuesta de valor en el diseño del producto de turismo deportivo.

Análisis mapa de valor de deportista y asistentes:

- Brindar como premio un tour a un destino del Ecuador, ya que, esto incentivaría a los participantes a inscribirse.
- Instalar en el punto de partida y en el trayecto del recorrido de la carrera puntos de primeros auxilios, emergencias médicas e hidratación.
- Realizar convenios de cooperación con la M.I. Municipalidad de Guayaquil para ubicar Stands de venta de artesanías o productos de preferencia deportiva, información acerca de los eventos posteriores establecidos en el plan de promoción turística de Guayaquil.
- Realizar fiesta oficial del evento con atletas reconocidos para incentivar a los participantes y asistentes a pernotar una noche más.
- Ofrecer por medio de empresas aseguradoras el servicio opcional de seguro para deportistas o viajeros.
- Gestionar certificación de calidad por parte de la entidad gubernamental o municipal encargada
- Incluir puestos de masajes para los deportistas
- Difundir los servicios complementarios con anticipación.
- Gestionar el aumento de la seguridad pública durante el evento.

- Brindar servicios opcionales de transfer del hotel a la carrera y de la carrera al hotel.
- Brindar servicios de fotografía previo al evento.

Análisis de referentes mundiales:

- Servicio de guarda ropa.
- Realizar un video donde se muestre los momentos más emotivos de la carrera, para posteriormente utilizarse como marketing 3.0 en gestiones de promoción por parte del MINTUR y la Empresa Pública de Turismo.

Itinerarios sugeridos (ejemplos de posible forma de consumo)

Los siguientes opciones de itinerarios son enfocados en los gustos y preferencias detectados en el análisis de la demanda turistas deportivos activos (participantes) y turistas deportivos pasivos (asistentes), los cuales están sugeridos para las agencias de viajes y los operadores de la ciudad de Guayaquil.

Fuente: Adaptado del MINCENTUR (2014)

Opción 1: Itinerario deportista

“Duelo Xtremo 6K”

2 días 1 noche

Día

1

- (opcional) Traslado del aeropuerto o terminal terrestre hacia el hotel
- 3:00pm Check In en el hotel
- 5:30pm Conferencia de motivación deportiva por parte de un deportista reconocido, más la entrega de kits de la carrera en el salón de eventos del hotel
- 7:30pm Cena especial para deportistas

Día 2

- 5:00 am Desayuno especial para deportistas
- 6:00 am Traslado del hotel al duelo
- Masajes post competencia
- Traslado hacia el hotel
- Entrega de medallas en el lobby del hotel
- 13:00 late Check Out
- (opcional) City tour

- (opcional) Traslado hacia el aeropuerto o terminal terrestre

Incluye

- Impuestos
- Inscripción
- Seguro para viajeros
- Traslados desde el hotel hacia la carrera
- 1 desayunos, 1 cena especial para deportistas
- Masajes post competencia
- Snack Saludables
- Entrega de medalla

No incluye

- Gastos no especificados en el paquete
- Tours y traslados opcionales

Servicios complementarios

- Reserva de boletos aéreos
- Servicio de fotografía
- Seguro para deportistas

Aviso

Tarifas sujetas a disponibilidad y tipo de acomodación

Opción 2: Itinerario deportista

“Duelo Xtremo 6k”

4 días 3 noches

Día

1

- (Opcional) Traslado del aeropuerto o terminal terrestre hacia el hotel
- 3:00pm Check In en el hotel
- 5:30pm Conferencia de motivación deportiva de un deportista reconocido más la entrega de kits de la carrera en el salón de eventos del hotel
- 7:30pm Cena especial para deportistas

Día 2

- 4:00 am Desayuno especial para deportistas
- 6:00am Traslado del hotel a la carrera
- Masajes post competencia
- Traslado hacia el hotel
- Entrega de medallas en el lobby del hotel
- (Opcional) 5:00pm City tour (duración 3horas) o al parque histórico
- 9:00pm Fiesta de integración (En algún bar como rayuela, paleta)

Día 3

- 7:00 am Desayuno
- Full day salinas
 - 8:00am traslado hacia la playa del Malecón de Salinas
 - 1:30am visita a la chocolatera, mirador y lobería.
 - 4:00am visita al museo de las ballenas
 - 5:00am retorno Guayaquil
- 7:00 Cena

Día 4

- Desayuno
- 12:00 pm Check out
- (Opcional) Traslado desde el hotel hacia el aeropuerto o terminal

Incluye

- Impuestos
- Inscripción
- Seguro para viajeros
- Traslados desde el hotel hacia la carrera
- 1 desayunos, 1 cena especial para deportistas
- 2 desayunos, 1 cena
- Masajes post competencia
- Snack Saludables

- Entrega de medalla

No incluye

- Gastos no especificados en el paquete
- Tours y traslados opcionales

Servicios complementarios

- Reserva de boletos aéreos
- Servicio de fotografía
- Seguro para deportistas

Aviso

Tarifas sujetas a disponibilidad y tipo de acomodación

Opción 1: Itinerario Asistentes “Duelo Xtremo 6k”

3 días 2 noches

Día 1 viernes

- (Opcional) Traslado del aeropuerto o terminal terrestre hacia el hotel
- 3:00pm Check In en el hotel
- 5:30pm caminata por el Malecón 2000 más barco Morgan
- 7:30pm Cena
- Noche libre

Día 2

- 7:00 am Desayuno

- 8:00 am Full day Tour Churute
 - Aproximadamente una hora y media para llegar a la reserva
 - 09:30 am comienza la orientación y recorrido
 - 2:00 pm almuerzo
 - 4:00 pm regreso a Guayaquil
- 5:30pm Conferencia de motivación deportiva más la entrega de kits de la carrera en el salón de eventos del hotel
- 7:30pm Cena con los deportistas

Día 3

- 4:00 am Desayuno
- 4:45am Traslado desde hotel hacia la carrera
- Snack Saludables e hidratación
- Traslado hacia el hotel
- Entrega de diplomas de asistencia
- 13:00pm late check out
- Traslado hacia el aeropuerto o terminal terrestre

Incluye

- Impuestos
- Inscripción
- Seguro para deportistas
- Traslados
- 2 desayunos, 1 cena especial para deportistas
- Masajes post competencia
- Snack Saludables
- Entrega de certificación de asistencia
- Reconocimiento de ruta de la carrera

No incluye

- Gastos no especificados en el paquete
- Almuerzos y cenas no especificadas
- Tours y traslados opcionales

Servicios complementarios

- Reserva de boletos aéreos
- Servicio de fotografía

Aviso

Tarifas sujetas a disponibilidad

Opción 2: Itinerario Asistentes

“Duelo Xtremo 6k”

4 días 3 noches

Día

1

- (Opcional) Traslado del aeropuerto o terminal terrestre hacia el hotel
- 3:00pm Check In en el hotel
- 5:30pm Conferencia de motivación deportiva
- 7:30pm Cena con los deportistas

Día 2

- 4:00 am Desayuno
- 6:00am Traslado desde el hotel hacia la carrera
- Snack Saludables e hidratación
- Traslado hacia el hotel
- Entrega de diplomas de asistencia
- 5:00pm City tour (duración 3horas) o al parque histórico
- 9:00pm Fiesta de integración (En algún bar como rayuela, paleta)

Día 3

- 7:00 am Desayuno
- Full day salinas

- 8:00am traslado hacia la playa del Malecón de Salinas
- 1:30am visita a la chocolatera, mirador y lobería.
- 4:00am visita al museo de las ballenas
- 5:00am retorno Guayaquil
- Cena
- Noche libre

Día 4

- 7:00 am Desayuno
- 12:00 pm Check out
- (Opcional) Traslado desde el hotel hacia el aeropuerto o terminal

Incluye

- Impuestos
- Inscripción
- Seguro para deportistas
- Traslados
- 3 desayunos, 2 cenas
- Snack Saludables e hidratación
- Entrega de certificación de asistencia
- Reconocimiento de ruta de la carrera

No incluye

- Gastos no especificados en el paquete
- Almuerzos y cenas no especificadas
- Tours y traslados opcionales

Servicios complementarios

- Reserva de boletos aéreos
- Servicio de fotografía

Aviso

Tarifas sujetas a disponibilidad

Propuesta para la reestructuración del producto turístico “Cerriza de Guayaquil”

Nombre del producto turístico propuesto: “Cerriza de Guayaquil”	
Identificar si el producto turístico es: Producto nuevo() Producto reestructurado(X)	
Descripción del producto turístico	
Eje Temático: Evento turístico deportivo (Atractivo: Manifestación Cultural/Acontecimiento programado/Evento Deportivo + Equipamiento y facilidades + Infraestructura)	
Segmento de demanda: Turismo deportivo Turistas deportivos activos : (Participantes) Turistas deportivos Pasivos: (Asistentes)	
Motivación (Identificar los motivos del viaje)	
Turistas activos Motivación principal: Participar en la carrera.	Turistas pasivos Motivación principal: Asistir al evento deportivo. <ul style="list-style-type: none"> • Conocer lugares nuevos • Compartir con deportistas

<ul style="list-style-type: none"> • Prepararse y mejorar su rendimiento para competir en siguientes ediciones. • Sentirse prestigioso, exitoso y realizado • Conocer otros sitios y culturas diferentes a los de su lugar de residencia. • Sentirse disciplinado y sacrificado • Realizar actividades que favorezcan a su salud • Motivar a la población a realizar prácticas deportivas • Compartir su afición con los demás participantes • Divertirse participando. • Participar en la maratón por moda o tendencia. • Hacer nuevos amigos • Formación de un ideal de su cuerpo 	<ul style="list-style-type: none"> • Acompañar a familiares, amigos que participan en la carrera. • Ser parte de una comisión técnica • Recreación
--	---

Fundamentación (Importancia y contribución a las condiciones actuales)

El evento deportivo “Cerriza Guayaquil” es un manifestación cultural, el cual se encuentra en la jerarquización tipo II del MINTUR (Anexo 12 Resultados de la evaluación técnica de la Cerriza Guayaquil), indicando que es un “Atractivo con algún rasgo llamativo que presente condiciones básicas para la generación de productos turísticos capaz de interesar a visitantes que hubiesen llegado a la zona por otras motivaciones turísticas o de motivar corrientes turísticas nacionales.” (Ministerio de Turismo, 2017, pág. 10). Es por esta razón que se utilizó la ficha diseñada por la Dirección de Productos y Destinos del Ministerio de Turismo, para conocer la situación actual de atractivo y proceder a reestructurar el evento programado ya establecido, elevándolo así a la categoría IV en donde “el atractivo es excepcional y

de alta significación para el mercado turístico internacional, capaz por sí solo de motivar una importante corriente de visitantes (actual o potencial)” (MINTUR, 2017, pág. 10), para poder incrementar la demanda turística interna y receptiva de la ciudad. Por otro lado, se utilizó la metodología “Diseñando la Propuesta de Valor” para complementar la reestructuración con lo que quieren lo turistas activos y pasivos.

Calidad necesaria de infraestructura y servicio

Accesibilidad y conectividad:

Debido a la temática de la carrera de ciclismo, no podrían establecerse actividades para personas con discapacidad motriz o visual. Sin embargo la asistencia al acontecimiento programado es accesible para todos debido que la meta está dentro de establecimiento óptimo.

Planta Turística/Servicios:

Planta turística para el atractivo:

- Realizar alianzas estratégicas con hoteles para ofertarlos por medios digitales oficiales del evento, estableciendo descuentos para deportistas y asistentes.
- Instalaciones de stands donde se ofrezca comida saludable y típica de Guayaquil.
- Realizar alianzas estratégicas con operadores turísticos para que oferten paquetes half day y full day con guías certificados antes y durante el evento, estimulando a los visitantes a pernochar más de 1 día.

Facilidades en el entorno al atractivo:

- Como apoyo a la gestión turística se debe instalar un punto de información sobre los atractivos y destinos del país de manera gratuita
- Stands con venta de artesanías y merchandising.

Estado de Conservación E integración sitio/Entorno:

Por medio de la ficha de jerarquización de atractivos culturales se determinó que el estado de conservación e integración del entorno del atractivo es óptimo para el desarrollo del producto, ya que alcanza la ponderación máxima por contar por los atributos patrimoniales físico-ambientales y socioculturales del atractivo.

Higiene y Seguridad Turística:

El atractivo cuenta con todos los servicios básicos de agua potable, red eléctrica de servicio público, red pública de saneamiento y carro recolector de disposición de desechos por alcanza la ponderación máxima.

Políticas y Regulaciones:

La Dirección de Deporte y recreación de la M.I. Municipalidad de Guayaquil establece mediante su POA apoyo monetario a la carrera con el fin de promover el deporte y el turismo. El atractivo cultural “Cerriza” esta incluido dentro de la planificación turística realizada por la Empresa Pública de Turismo de la M.I. Municipalidad de Guayaquil, Sin embargo, también se necesita establecer normativas y ordenanzas para el desarrollo de la carrera, logrando realizar convenios de cooperación que logren realzar la competencia, aumentando las visitas en la ciudad.

Actividades que se practican en el atractivo:

Se propone realizar un cronograma actividades artísticas durante el evento para que la carrera sea más atractiva:

- Presentaciones en vivo de cantantes nacionales y extranjeros
- Presentación de amorfinos
- Degustación de platos tradicionales
- Concurso de fotografía del evento deportivo

Compra de artesanías.

Muestra audiovisual de la carrera por medio de una pantalla Led que transmite el evento en vivo desde un dron guiado a control remoto

Participación del turista pasivo en la celebración del evento.

Difusión del atractivo:

Este evento es incluido en la promoción turística realizada por el Ministerio de Turismo y la Empresa Publica turismo de la M.I. Municipalidad de Guayaquil por lo tanto debe ser de vital importancia difundirse por medio de: revistas especializadas de turismo y deporte, medios de comunicación tradicionales como radio, televisión, prensa, redes sociales, ferias turísticas internacionales y nacionales.

Por parte de la comercialización, se desarrolló un modelo de paquete turístico que pueden ofertar las agencias de viajes en conjunto con los operadores, para brindar servicios y productos a la demanda actual y potencial de la maratón.

Registro de visitantes y Afluencia:

Con el fin de cuantificar el flujo de visitantes por motivo de eventos deportivos programados en la ciudad, se generará un reporte de las inscripciones, donde se obtendrán datos sobre la temporalidad de la visita, número de visitantes nacionales y extranjeros, ciudades y países de origen, acompañantes y motivaciones del viaje.

Recursos humanos:

Se deberá incluir en la planificación del desarrollo del evento deportivo un especialista en turismo que guíe a la empresa organizadora del evento a cumplir con los requerimientos establecidos por la Dirección de Productos y Destinos del Ministerio para planificar el desarrollo técnico del producto de turismo deportivo. Además del personal capacitado y con un nivel adecuado de instrucción para la administración de los acontecimientos programados.

Propuesta de servicios complementarios del evento Maratón de Guayaquil

Los siguientes servicios complementarios de la Cerriza Guayaquil se proponen en base a los mapas de valor que se encuentra en las figuras 23 y 24, realizados con la guía metodológica del autor Alex Osterwalder, Pigneur, Greg Bernarda, Alan Smith & Patricia Papadacos en el 2014, propuesto en su libro Diseñando la propuesta de valor. Que se elaboró con el fin de determinar las necesidades específicas de los eventos deportivos fuera del lugar de residencia, en base al perfil de los turistas deportivos activos y pasivos que fueron analizados en el capítulo 2 de esta investigación. Además se complementó con referentes de eventos dirigidos al mismo segmento de mercado, de manera que se pueda aumentar la propuesta de valor en el diseño del producto de turismo deportivo.

Análisis mapa de valor de deportista y asistentes:

- Brindar como premio un tour a un destino del Ecuador, ya que, esto incentivaría a los participantes a inscribirse.
- Instalar en el punto de partida y en el trayecto del recorrido de la carrera puntos de primeros auxilios, emergencias médicas e hidratación.

- Realizar convenios de cooperación con la M.I. Municipalidad de Guayaquil para ubicar Stands de venta de artesanías o productos de preferencia deportiva, información acerca de los eventos posteriores establecidos en el plan de promoción turística de Guayaquil.
- Realizar fiesta oficial del evento con atletas reconocidos para incentivar a los participantes y asistentes a pernotar una noche más.
- Ofrecer por medio de empresas aseguradoras el servicio opcional de seguro para deportistas o viajeros.
- Gestionar certificación de calidad por parte de la entidad gubernamental o municipal encargada
- Incluir puestos de masajes para los deportistas
- Difundir los servicios complementarios con anticipación.
- Gestionar el aumento de la seguridad pública durante el evento.
- Brindar servicios opcionales de transfer del hotel a la carrera y de la carrera al hotel.
- Brindar servicios de fotografía previo al evento.

Análisis de referentes mundiales:

- Servicio de guarda ropa.
- Realizar un video donde se muestre los momentos más emotivos de la carrera, para posteriormente utilizarse como marketing 3.0 en gestiones de promoción por parte del MINTUR y la Empresa Pública de Turismo.

Itinerarios sugeridos (ejemplos de posible forma de consumo)

Los siguientes opciones de itinerarios son enfocados en los gustos y preferencias detectados en el análisis de la demanda turistas deportivos activos (participantes) y turistas deportivos pasivos (asistentes), los cuales están sugeridos para las agencias de viajes y los operadores de la ciudad de Guayaquil.

Fuente: Adaptado del MINCENTUR (2014)

Opción 1: Itinerario deportista

“Cerriza Guayaquil”

2 días 1 noche

Día

1

- (opcional) Traslado del aeropuerto o terminal terrestre hacia el hotel
- 3:00pm Check In en el hotel
- 5:30pm Conferencia de motivación deportiva por parte de un deportista reconocido, más la entrega de kits de la carrera en el salón de eventos del hotel
- 7:30pm Cena especial para deportistas

Día 2

- 5:00 am Desayuno especial para deportistas
- 6:00 am Traslado del hotel al duelo
- Masajes post competencia
- Traslado hacia el hotel
- Entrega de medallas en el lobby del hotel
- 13:00 late Check Out
- (opcional) City tour

- (opcional) Traslado hacia el aeropuerto o terminal terrestre

Incluye

- Impuestos
- Inscripción
- Seguro para viajeros
- Traslados desde el hotel hacia la carrera
- 1 desayunos, 1 cena especial para deportistas
- Masajes post competencia
- Snack Saludables
- Entrega de medalla

No incluye

- Gastos no especificados en el paquete
- Tours y traslados opcionales

Servicios complementarios

- Reserva de boletos aéreos
- Servicio de fotografía
- Seguro para deportistas

Aviso

Tarifas sujetas a disponibilidad y tipo de acomodación

Opción 2: Itinerario deportista “Cerriza Guayaquil”

4 días 3 noches

Día

1

- (Opcional) Traslado del aeropuerto o terminal terrestre hacia el hotel
- 3:00pm Check In en el hotel
- 5:30pm Conferencia de motivación deportiva de un deportista reconocido más la entrega de kits de la carrera en el salón de eventos del hotel
- 7:30pm Cena especial para deportistas

Día 2

- 4:00 am Desayuno especial para deportistas
- 6:00am Traslado del hotel a la carrera
- Masajes post competencia
- Traslado hacia el hotel
- Entrega de medallas en el lobby del hotel
- (Opcional) 5:00pm City tour (duración 3horas) o al parque histórico
- 9:00pm Fiesta de integración (En algún bar como rayuela, paleta)

Día 3

- 7:00 am Desayuno
- Full day salinas
 - 8:00am traslado hacia la playa del Malecón de Salinas
 - 1:30am visita a la chocolatera, mirador y lobería.
 - 4:00am visita al museo de las ballenas
 - 5:00am retorno Guayaquil
- 7:00 Cena

Día 4

- Desayuno
- 12:00 pm Check out
- (Opcional) Traslado desde el hotel hacia el aeropuerto o terminal

Incluye

- Impuestos
- Inscripción
- Seguro para viajeros
- Traslados desde el hotel hacia la carrera
- 1 desayunos, 1 cena especial para deportistas
- 2 desayunos, 1 cena
- Masajes post competencia
- Snack Saludables

- Entrega de medalla

No incluye

- Gastos no especificados en el paquete
- Tours y traslados opcionales

Servicios complementarios

- Reserva de boletos aéreos
- Servicio de fotografía
- Seguro para deportistas

Aviso

Tarifas sujetas a disponibilidad y tipo de acomodación

Opción 1: Itinerario Asistentes “Cerriza Guayaquil”

3 días 2 noches

Día 1 viernes

- (Opcional) Traslado del aeropuerto o terminal terrestre hacia el hotel
- 3:00pm Check In en el hotel
- 5:30pm caminata por el Malecón 2000 más barco Morgan
- 7:30pm Cena
- Noche libre

Día 2

- 7:00 am Desayuno

- 8:00 am Full day Tour Churute
 - Aproximadamente una hora y media para llegar a la reserva
 - 09:30 am comienza la orientación y recorrido
 - 2:00 pm almuerzo
 - 4:00 pm regreso a Guayaquil
- 5:30pm Conferencia de motivación deportiva más la entrega de kits de la carrera en el salón de eventos del hotel
- 7:30pm Cena con los deportistas

Día 3

- 4:00 am Desayuno
- 4:45am Traslado desde hotel hacia la carrera
- Snack Saludables e hidratación
- Traslado hacia el hotel
- Entrega de diplomas de asistencia
- 13:00pm late check out
- Traslado hacia el aeropuerto o terminal terrestre

Incluye

- Impuestos
- Inscripción
- Seguro para deportistas
- Traslados
- 2 desayunos, 1 cena especial para deportistas
- Masajes post competencia
- Snack Saludables
- Entrega de certificación de asistencia
- Reconocimiento de ruta de la carrera

No incluye

- Gastos no especificados en el paquete
- Almuerzos y cenas no especificadas
- Tours y traslados opcionales

Servicios complementarios

- Reserva de boletos aéreos
- Servicio de fotografía

Aviso

Tarifas sujetas a disponibilidad

Opción 2: Itinerario Asistentes

“Cerriza Guayaquil”

4 días 3 noches

Día

1

- (Opcional) Traslado del aeropuerto o terminal terrestre hacia el hotel
- 3:00pm Check In en el hotel
- 5:30pm Conferencia de motivación deportiva
- 7:30pm Cena con los deportistas

Día 2

- 4:00 am Desayuno
- 6:00am Traslado desde el hotel hacia la carrera
- Snack Saludables e hidratación
- Traslado hacia el hotel
- Entrega de diplomas de asistencia
- 5:00pm City tour (duración 3horas) o al parque histórico
- 9:00pm Fiesta de integración (En algún bar como rayuela, paleta)

Día 3

- 7:00 am Desayuno
- Full day salinas

- 8:00am traslado hacia la playa del Malecón de Salinas
- 1:30am visita a la chocolatera, mirador y lobería.
- 4:00am visita al museo de las ballenas
- 5:00am retorno Guayaquil
- Cena
- Noche libre

Día 4

- 7:00 am Desayuno
- 12:00 pm Check out
- (Opcional) Traslado desde el hotel hacia el aeropuerto o terminal

Incluye

- Impuestos
- Inscripción
- Seguro para deportistas
- Traslados
- 3 desayunos, 2 cenas
- Snack Saludables e hidratación
- Entrega de certificación de asistencia
- Reconocimiento de ruta de la carrera

No incluye

- Gastos no especificados en el paquete
- Almuerzos y cenas no especificadas
- Tours y traslados opcionales

Servicios complementarios

- Reserva de boletos aéreos
- Servicio de fotografía

Aviso

Tarifas sujetas a disponibilidad

Propuesta para la reestructuración del producto turístico “ATP Challenger Guayaquil”

Nombre del producto turístico propuesto: “ATP Challenger Guayaquil”	
Identificar si el producto turístico es: Producto nuevo() Producto reestructurado(X)	
Descripción del producto turístico	
Eje Temático: Evento turístico deportivo (Atractivo: Manifestación Cultural/Acontecimiento programado/Evento Deportivo + Equipamiento y facilidades + Infraestructura)	
Segmento de demanda: Turismo deportivo Turistas deportivos activos : (Participantes) Turistas deportivos Pasivos: (Asistentes)	
Motivación (Identificar los motivos del viaje)	
<p>Turistas activos</p> <p>Motivación principal: Participar en la carrera Maratón de Guayaquil</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ganar puntos ATP y mejorar su rendimiento para competir en otros torneos. • Sentirse prestigioso, exitoso y realizado • Conocer otros sitios y culturas diferentes a los de su lugar de residencia. • Realizar actividades que favorezcan a su salud • Compartir su afición con los demás participantes • Divertirse compitiendo. 	<p>Turistas pasivos</p> <p>Motivación principal: Asistir al evento deportivo.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Conocer lugares nuevos • Compartir con deportistas • Acompañar a familiares, amigos que participan en el torneo. • Ser parte de una comisión técnica • Recreación

<p>Fundamentación (Importancia y contribución a las condiciones actuales)</p>
<p>El evento deportivo “ATP Challenger Guayaquil” es un manifestación cultural, la cual se encuentra en la jerarquización tipo III del MINTUR (Anexo 13 Resultados de la evaluación técnica del ATP Challenger Guayaquil), indicando que es “Atractivo con rasgos excepcionales, capaz de motivar por sí solo o en conjunto con otros atractivos contiguos, una corriente actual o potencial de visitantes nacionales o extranjeros” (Ministerio de Turismo, 2017, pág. 10). Es por esta razón que se utilizó la ficha diseñada por la Dirección de Productos y Destinos del Ministerio de Turismo, para conocer la situación actual de atractivo y proceder a reestructurar el evento programado ya establecido, elevándolo así a la categoría IV en donde “el atractivo es excepcional y de alta significación para el mercado turístico internacional, capaz por sí solo de motivar una importante corriente de visitantes (actual o potencial)” (MINTUR, 2017, pág. 10), para poder incrementar la demanda turística interna y receptiva de la ciudad.</p> <p>Por otro lado, se utilizó la metodología de Diseñando Propuesta de Valor para complementar la reestructuración con lo que quieren lo turistas activos y pasivos.</p>
<p>Calidad necesaria de infraestructura y servicio</p>
<p>Accesibilidad y conectividad:</p> <p>Por medio de la ficha de jerarquización de atractivos culturales se determinó que cuentan con condiciones óptimas ya que contemplan el ingreso, horario del atractivo y facilidades instaladas para personas con alguna discapacidad; además, se hace referencia de vías de acceso al sitio, con énfasis en las cualidades que condicionan la relación distancia/tiempo, así también la conectividad tecnológica.</p>
<p>Planta Turística/Servicios:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Como apoyo a la gestión turística se debe instalar un punto de información sobre los atractivos y destinos del país de manera gratuita • Stands con venta de paquetes de lujo como el tren crucero, y city tours en helicóptero.
<p>Estado de Conservación E integración sitio/Entorno:</p>

Por medio de la ficha de jerarquización de atractivos culturales se determinó que el estado de conservación e integración del entorno del atractivo es óptimo para el desarrollo del producto, ya que alcanza la ponderación máxima por contar con los atributos patrimoniales físico-ambientales y socioculturales del atractivo.

Higiene y Seguridad Turística:

El atractivo debe agregar señalética turística como un tótem de los atractivos turísticos que se encuentran alrededor del torneo.

Políticas y Regulaciones:

La Dirección de Deporte y recreación de la M.I. Municipalidad de Guayaquil establece mediante su POA apoyo monetario a la carrera con el fin de promover el deporte. Es por esto que el atractivo cultural “ATP Challenger Guayaquil” deberá incluirse dentro de la planificación turística realizada por la Empresa Pública de Turismo de la M.I. Municipalidad de Guayaquil, para así poder establecer normativas y ordenanzas para el desarrollo de la carrera, logrando realizar convenios de cooperación que logren realzar la competencia, aumentando las visitas en la ciudad.

Actividades que se practican en el atractivo:

Una de las actividades claves que se debe hacer es la degustación de platos tradicionales y cervezas nacionales.

Difusión del atractivo:

El ATP Challenger Guayaquil debe ser incluido en la promoción turística realizada por el Ministerio de Turismo y la Empresa Pública turismo de la M.I. Municipalidad de Guayaquil por medio de: revistas especializadas de turismo y deporte, medios de comunicación tradicionales como radio, televisión, prensa, redes sociales, ferias turísticas internacionales y nacionales.

Registro de visitantes y Afluencia:

Con el fin de cuantificar el flujo de visitantes por motivo de eventos deportivos programados en la ciudad, se generará un reporte de las inscripciones de la Maratón de Guayaquil donde se obtendrán datos sobre la temporalidad de la visita, número

de visitantes nacionales y extranjeros, ciudades y países de origen, acompañantes y motivaciones del viaje.

Recursos humanos:

Se deberá incluir en la planificación del desarrollo de la carrera un especialista en turismo que guíe a la empresa organizadora del evento a cumplir con los requerimientos establecidos por la Dirección de Productos y Destinos del Ministerio de para planificar el desarrollo técnico del producto de turismo deportivo.

Propuesta de servicios complementarias para el torneo ATP Challenger Guayaquil

Los siguientes servicios complementarios del ATP Challenger Guayaquil se proponen en base a los mapas de valor que se encuentra en las figuras 23 y 24, realizados con la guía metodología del autor Alex Osterwalder, Pigneur, Greg Bernarda, Alan Smith & Patricia Papadacos en el 2014, propuesto en su libro Diseñando la propuesta de valor. Que se elaboró con el fin de determinar las necesidades específicas de los eventos deportivos fuera del lugar de residencia, en base al perfil de los turistas deportivos activos y pasivos que fueron analizados en el capítulo 2 de esta investigación. Además se complementó con referentes de eventos dirigidos al mismo segmento de mercado, de manera que se pueda aumentar la propuesta de valor en el diseño del producto de turismo deportivo.

Análisis mapa de valor de deportista y asistentes:

- Brindar adicional al premio un tour a un destino de lujo del Ecuador.
- Realizar fiesta oficial del evento con atletas reconocidos en el Guayaquil Tennis Club para incentivar a los participantes y asistentes a pernotar una noche más.
- Gestionar certificación de calidad del evento por parte de la entidad gubernamental o municipal encargada

Análisis de referentes mundiales:

- Realizar un video donde se muestre los momentos más emotivos del torneo, para posteriormente utilizarse como marketing 3.0 en gestiones de promoción por parte del MINTUR y la Empresa Pública de Turismo.

Itinerarios sugeridos (ejemplos de posible forma de consumo)

En la entrevista realiza al señor Darwin García Director de Deportes del Anexo Guayaquil Tennis Club se conoció que cuentan con una agencia de viajes la cual les brinda paquetes de lujo a los turistas deportivos activos y pasivos.

Fuente: Adaptado del MINCENTUR (2014)

Conclusiones

Actualmente no existe una estrecha relación entre el turismo y los eventos deportivos en Guayaquil; es difícil el acceso a estudios, estadísticas o documentos sobre la percepción del turismo deportivo en la ciudad. A diferencia de Quito donde existen estudios de casos donde afirman la importancia de los eventos deportivos para el turismo, demostrando los impactos socio-culturales y económicos positivos en la capital. Las entidades públicas en la ciudad de Guayaquil relacionadas con el turismo no realizan el esfuerzo necesario para mejorar la gestión del turismo en conjunto con las empresas privadas organizadoras de eventos deportivos, desaprovechando a Guayaquil como destino de turismo deportivo.

De acuerdo a las necesidades y expectativas de la demanda turística para involucrarse en actividades inherentes al turismo deportivo se tienen en cuenta aspectos relacionados con: la accesibilidad y conectividad, planta turística / servicios, estado de conservación e integración atractivo / entorno, higiene y seguridad turística, políticas y regulaciones, actividades recreacionales que se practican y otros criterios como: difusión (promoción), registro de visitante y afluencia, recurso humano que conforman la organización de eventos deportivos; para la correcta gestión de todos estos criterios se necesita el trabajo en conjunto de la Empresa Pública de Turismo de la M.I. municipalidad de Guayaquil, los organizadores privados de eventos deportivos y otras entidades públicas relacionadas al deporte y turismo.

Por medio de la entrevista realizada a el director de la Dirección de Deportes y Recreación de la M.I municipalidad de Guayaquil, se realizó el análisis de la situación actual de la oferta turística en la cual se tomaron en cuenta los cuatro eventos deportivos más representativos de Guayaquil con repercusión turística en la ciudad, se determinó que la interacción que actualmente tiene el mercado del turismo deportivo en la ciudad demuestra que no se está realizando la gestión correcta para que los eventos deportivos se desarrollen como productos turísticos deportivos aptos para atraer a turistas nacionales e internacionales.

Las acciones concretas y necesarias que se deben reestructurar en los productos de turismo deportivo determinadas a partir de la exploración de la oferta turística de los eventos deportivos más representativos de la ciudad de Guayaquil y las características de la demanda del turismo deportivo en general (turistas deportivos activos y pasivos) en esta investigación, se demostró que la ciudad de Guayaquil tiene potencial para convertirse en un destino turístico deportivo con los acontecimientos programados existentes como lo son: la Maratón de Guayaquil dirigida a los atletas que desean poner a prueba sus límites y tiempos de llegada para clasificar a la Maratón de Boston; el Duelo Xtremo 6k enfocado para los deportistas aventureros que deseen pasar diversas pruebas estilo desafío; la Cerriza para los ciclistas de montaña BMC que ponen a prueba sus habilidades a travesando cerro azul siendo este uno de los recorridos que demanda más adrenalina del país; el ATP Challenger Guayaquil en uno de los torneos de tenis más elogiados en Sudamérica, en donde se disputan premios monetarios de sumas considerables en conjunto con 80 puntos ATP.

Recomendaciones

Para encaminar a la ciudad de Guayaquil como destino de turismo deportivo se recomienda a los organizadores de eventos deportivos con alta repercusión de visitas turísticas, realizar alianzas estratégicas con el mercado turístico para obtener beneficios y descuentos para la demanda en alojamiento, alimentación, paquetes turísticos y transporte.

De igual manera, los organizadores de eventos deportivos deben realizar convenios de cooperación con las entidades públicas gubernamentales y municipales para realizar una gestión turística óptima con la seguridad, calidad de servicios, destinos y productos para que generen una experiencia única haciendo turismo consiente, conectividad que permita a los turistas viajar desde su lugar de origen al destino con eficiencia y promoción para que los eventos deportivos tenga mayor repercusión y generen un aumento de demanda turística.

Referencias Bibliográficas

- Alonso, C., & Fracchia, E. (2009). EL EMPRENDEDOR SCHUMPETERIANO. APORTES A LA TEORÍA ECONÓMICA MODERNA. *Asociación Argentina de la economía política*, (pág. 24). Argentina.
- Asamblea Nacional. (2014). *Ley de turismo*. Quito: Asamblea Nacional.
- Ávila, M. A., & Santanna, B. C. (20 de Enero de 2011). *UAEM*. Recuperado el 03 de Febrero de 2018, de Red de Revistas Científicas de América Latina y el Caribe, España y Portugal: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=180717677010>
- Banderas Arellano, M. C. (2016). La importancia de los eventos deportivos para el turismo en el Distrito Metropolitano de Quito, estudio de caso. . *Facultad de Turismo y Hospitalidad. UDLA*. Quito.
- CARTAM. (2016). *Los Juegos Olímpicos Rio 2016TM*. Rio de Janeiro: CARTAN GLOBAL.
- COMETUD. (2015). *Consejo Mexicano de Turismo Deportivo*. Obtenido de <http://cometud.com.mx/quienes-somos/>
- Congreso Nacional. (2015). *LEY ORGANICA DE DEFENSA DEL CONSUMIDOR*. Quito: Congreso Nacional. Recuperado el 27 de Octubre de 2017
- Consejo nacional de competencias . (23 de Marzo de 2016). *CNC*. Recuperado el 13 de febrero de 2018, de CNC: <http://www.competencias.gob.ec/wp-content/uploads/2016/03/Resolucion-No.-0001-0002-2016.pdf>
- Coral, S. (11 de Diciembre de 2017). Gerente General Enjoy Media Group, Organizador de eventos deportivos . (V. Escobar, Entrevistador)
- Destinos del Perú. (2014). *Manual para la planificación de productos turísticos*. Lima: Fundación Suiza de Cooperación para el Desarrollo Técnico.
- Diaz Bravo, L., Torruco García, U., Martínez Hernández, M., & Varela Ruiz, M. (05 de Julio de 2013). *Scielo*. Recuperado el 15 de 02 de 2018, de Investigacion en educación medica: http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2007-50572013000300009
- DRAE. (Octubre de 2014). *Diccionario de la Real Academia de la Lengua Española*. Recuperado el 3 de Noviembre de 2017, de <http://dle.rae.es/?id=CFEFwiY>
- Empresa Pública de Turismo . (2017). *Guayaquil es mi destino*. Obtenido de <http://www.guayaquilesmidestino.com/>
- Garcia-Mas, A., & Garcia Mas, A. (2005). Capitulo 3 Los motivos del viajero. En: la mente del viajero.caracteristicas psicologicas de viajeros y turistas. En Tomson. España: S.A. ediciones paraninfo. Recuperado el 27 de octubre de 2017

- GEM. (2017). *Global Entrepreneurship Monitor*. Guayaquil: ISSN: 13903047.
- Gómez, M. (2006). *Introducción a la metodología de la investigación científica*. Córdoba : Brujas .
- Hernández, S., Fernández, C., & Baptista, L. (2006). *Metodología de la investigación* (Vol. 4ª Edición). Mexico: McGraw-Hill.
- Herstein, R., & Jaffe, E. (2008). *Journal of Business Strategy*. Recuperado el 4 de Noviembre de 2017, de Sport hospitality as a business strategy: <https://doi.org/10.1108/02756660810917228>
- Latiesa, M., & Paniza, J. L. (2006). Turistas Deportivos, una perspectiva de analisis. *Revista Internacional de Sociología*, LXIV(133-149), 135. Recuperado el 4 de Noviembre de 2017
- Leiper, N. (1979). The framework of tourism, *Annals of Tourism Research*. En N. Leiper, *The Framework of Tourism: Towards a Definition of Tourism, Tourist, and the Tourist Industry* (Vol. 4, págs. 390-407). Sydney: School of Business and Administrative Studies. doi:[https://doi.org/10.1016/0160-7383\(79\)90003-3](https://doi.org/10.1016/0160-7383(79)90003-3)
- Ley Del Deporte, Educacion Fisica Y Recreacion. (2015). *Ley Del Deporte, Educacion Fisica Y Recreacion*. Quito: Registro Oficial Suplemento .
- Lisbona, M., Medina, F., & Sánchez, R. (2008). *Ankulegi*. Recuperado el 25 de Noviembre de 2017, de <https://www.ankulegi.org/wp-content/uploads/2012/03/0112Lisbona.pdf>
- M.I Municipalidad de Guayaquil. (1 de octubre de 2016). *Calendario de eventos deportivos*. Obtenido de <http://www.guayaquil.gob.ec/agenda-deportiva-mensual>
- Malhotra, N. (2008). *Investigación de mercados*. México: Pearson educación. Recuperado el 20 de noviembre de 2018, de <http://www.cars59.com/wp-content/uploads/2015/09/Investigacion-de-Mercados-Naresh-Malhotra.pdf>
- Martínez López, J. S. (14 de Agosto de 2012). *Los eventos deportivos: concepto, historia, características, implicaciones y tipos*. Recuperado el 17 de Noviembre de 2017, de <http://www.efdeportes.com/efd171/los-eventos-deportivos-concepto-historia.htm>
- Maudos, J., Aldás, J., Benages, E., & Zaera, I. (2016). *36 Maratón Valencia Trinidad Alfonso EDP 2016*. Valencia: Ivie. Recuperado el 12 de Noviembre de 2017, de <http://valenciaciudaddelrunning.com/revistas/revista-MVTA-2016-ivie/#4/z>
- MECD. (2017). *Anuario de Estadísticas Deportivas*. Instituto de Estudios Turísticos. Movimientos Turísticos de los Españoles (FAMILITUR) y Encuesta de Gasto Turístico (EGATUR). España: Gobierno de España. Recuperado el 29 de 10 de 2017, de https://www.mecd.gob.es/servicios-al-ciudadano-mecd/dms/mecd/servicios-al-ciudadano-mecd/estadisticas/deporte/anuario-deporte/AED-2017/Graficos_Anuario_de_Estadisticas_Deportivas_2017.pdf

- MINCETUR. (04 de Mayo de 2014). *Ministerio de Comercio Exterio y Turismo de Perú*.
Obtenido de <https://www.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/turismo/consultorias/directoriosManuales/Manual-Planificacion-ProductosTuristicos-2014.pdf>
- Ministerio de Turismo. (2015). *Reglamento General a la Ley de turismo*. Quito: Ministerio de Turismo.
- Ministerio de turismo. (14 de Marzo de 2015). Tasas de establecimientos turisticos y permisos de funcionamiento. Quito.
- Ministerio de Turismo. (Junio de 2017). *Serviciones de turismo*. Obtenido de http://servicios.turismo.gob.ec/descargas/InventarioAtractivosTuristicos/Parte1_GuiaMetodologicaInventarioGeneracionEspacioTuristico2017_2daEd.pdf
- Ministerio de Turismo. (31 de Diciembre de 2017). *Servicios de Turismo*. Obtenido de http://servicios.turismo.gob.ec/descargas/Turismo-cifras/Boletin/Boletin_diciembre_2017.pdf
- MINTUR. (17 de Diciembre de 2013). *Ministerio de Turismo*. Obtenido de <http://www.turismo.gob.ec/ecuador-es-oficialmente-la-sede-del-campeonato-mundial-de-carrera-de-aventura-2014/>
- MINTUR. (1 de Agosto de 2016). *Ministerio de Turismo*. Obtenido de <http://www.turismo.gob.ec/un-exito-el-ironman-70-3-de-manta/>
- MINTUR. (04 de Junio de 2017). *Ministerio de turismo*. Recuperado el 13 de 02 de 2018, de http://servicios.turismo.gob.ec/descargas/InventarioAtractivosTuristicos/Anexo2_Glosario.pdf
- MINTUR. (09 de Septiembre de 2017). *Ministerio de Turismo del Ecuador*. Obtenido de <http://www.turismo.gob.ec/ecuador-el-pais-mas-ganador-de-los-world-travel-awards-2017/>
- Montoya Suarez, O. (2004). SCHUMPETER, INNOVACIÓN Y DETERMINISMO TECNOLÓGICO. *Scientia Et Technica*, 212.
- Observatorio turístico de Guayaquil. (18 de Noviembre de 2017). *Guayaquil es mi destino*. Obtenido de <http://www.guayaquilesmidestino.com/sites/default/files/observatorio-turistico-guayaquil-es-mi-destino.pdf>
- Olímpico, C. I. (2016). *Los Juegos Olímpicos Rio 2016*. Lausanne: Chateau de Vidy. Recuperado el 11 de 11 de 2017, de <https://www.cob.org.br/Handlers/RecuperaDocumento.ashx?codigo=4792>
- OMT. (2007). *Organizaciones especializado de las Naciones Unidas*. Obtenido de <http://media.unwto.org/es/content/entender-el-turismo-glosario-basico>

- OMT. (14 de Julio de 2008). *Organización Mundial del Turismo*. Obtenido de <http://www.utntyh.com/wp-content/uploads/2011/09/INTRODUCCION-AL-TURISMO-OMT.pdf>
- Osterwalder, A., Pigneur, Y., Smith, A., Bernarda, G., & Papadacos, p. (2014). *Diseñando la propuesta de valor* (Primera ed.). (M. Meneses, Trad.) New Jersey: Grupo Planeta.
- Panosso Netto, A., & Lohmann, G. (2012). *Teoría del turismo*. México, México: Trillas, S. A. de C. V. Recuperado el 10 de 11 de 2017, de <http://www.entornoturistico.com/wp-content/uploads/2017/06/Teor%C3%ADa-del-Turismo-Conceptos-modelos-y-sistemas-de-Panosso-PDF.pdf>
- Peláez, M. E. (03 de Octubre de 2009). *efdeportes*. Recuperado el 2018 de Enero de 2018, de <http://www.efdeportes.com/efd137/el-deporte-como-producto-turistico.htm>
- Quito Turismo. (2013). *Empresa Publica de Gestion de Destinos Turisticos*. Obtenido de <https://www.quito-turismo.gob.ec/noticias/actualidad-2015/970-quito-aspira-a-convertirse-en-destino-de-turismo-deportivo>
- Ramirez, J. M., Ordas, J. A., & Rueda, J. M. (junio de 2007). Evaluación del impacto económico y social de la celebración de grandes eventos deportivos a nivel local: el caso de Campeonato de Tenis Femenino de la ITF en Sevilla. (u. d. Sevilla, Ed.) *Revista de métodos cuantitativos para la economía y la empresa*, 20-39. Recuperado el 26 de octubre de 2017, de <http://www.upo.es/RevmetCuant/art9.pdf>
- Reglamento General A La Ley Del Deporte, Educación Física Y Recreación. (2011). *Reglamento General A La Ley Del Deporte, Educación Física Y Recreación*. Quito: Organismo del Gobierno del Ecuador.
- Rodríguez U, M. L. (02 de Abril de 2003). *Aulas Virtuales*. Recuperado el 07 de 02 de 2018, de <https://aulasvirtuales.files.wordpress.com/2014/09/caracteristicas-de-la-oferta-y-la-demanda-turisticas.pdf>
- Ross, S. D. (Julio de 2001). *National Laboratory for Tourism and eCommerce*. Recuperado el 30 de Octubre de 2017, de University of Illinois at Urbana-Champaign: <http://www.lib.teiher.gr/webnotes/sdo/Sport%20Tourism/Sport-Tourism%20Development%20Guide.pdf>
- Solis Corvo, M. V., Romero Lamorú, I., Carnero Gonzales, D., & Nuñez Gonzales, Y. (Diciembre de 2012). *TURyDES*. Recuperado el 07 de 01 de 2018, de revista de investigación en turismo y desarrollo local: <http://www.eumed.net/rev/turydes/13/clgg.html>
- Valencia de Lara, J., & Patlan Perez, P. (2011). El empresario innovador y su relación con el desarrollo económico. *Tec Empresarial*, 22.
- World Travel & Tourism Council. (2013). *The Authority on World Travel & Tourism*. WTTC.

Zabala, M., & Eizagirre, N. (2006). *Diccionario de Acción Humanitaria*. Obtenido de <http://www.dicc.hegoa.ehu.es/listar/mostrar/132>

Zaugar, J. (2003). *Chapter 2. Historical Perspectives of Sport Tourism*. (S. Hudson, Ed.) Routledge. Recuperado el 26 de 10 de 2017, de https://books.google.com.ec/books?id=xGo6u70tnJkC&printsec=frontcover&hl=es&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false

Apéndices

Apéndice 1. Entrevista para turistas deportivos activos



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

Trabajo de Investigación

Entrevista para turistas deportivos activos

Nombre del entrevistador:

Nombre del entrevistado:

Fecha:

1. ¿En qué tipo de eventos deportivos ha participado usted?
2. ¿Cuántas participaciones en promedio ha tenido usted fuera de la ciudad en eventos deportivos?
3. ¿Cuáles fueron sus motivaciones para participar en estos eventos?
4. ¿Cuáles son las cosas que coordina antes de ir a participar en un evento deportivo en otra ciudad?
5. ¿Qué aspectos toma en cuenta de los servicios o productos que adquiere antes de ir a participar a un evento?
6. ¿Considera usted que la relación precio/calidad es relativo al momento de pagar un servicio? ¿Por qué?
7. ¿De todas las competencias en las que ha participado cuales han sido sus peores experiencias?
8. ¿Qué considera usted que pudo ahorrarse en tiempo, esfuerzo o dinero al momento de participar en el evento?
9. ¿Cuándo decidió ser partícipe de estos eventos deportivos tuvo conocimiento de las actividades turísticas que se podían realizar?
10. ¿Cuándo decidió participar que preocupaciones tenía antes y después del evento?
11. ¿Qué problemas frecuentes se presentan al momento de participar en un evento deportivo en otra ciudad?
12. ¿Cuáles serían los principales motivos por los cuales usted no participaría a un evento deportivo en otra ciudad? (tiempo/dinero/distancia/disponibilidad)

13. ¿Cuál cree usted que es el impacto social que tienen los eventos deportivos en las ciudades? ¿Qué tan importante son para usted?
14. ¿Qué opina usted de los eventos deportivos con fines benéficos?
15. ¿Qué recomendaciones le daría usted los organizadores de eventos deportivos en otras ciudades?
16. ¿Qué tipo de servicios complementarios le gustaría que tenga un evento deportivo?
17. ¿Le gustaría que en el lugar sede del evento deportivo se oferten paquetes turísticos o se brinde información turística de la ciudad?
18. ¿Qué tipo de ofertas turísticas le interesaría?

Apéndice 2. Entrevista para turistas deportivos pasivos



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

Trabajo de Investigación

Entrevista para turistas deportivos pasivos

Nombre del entrevistador:

Nombre del entrevistado:

Fecha:

1. ¿Ha que tipos de eventos deportivos ha asistido usted? ¿En qué ciudades?
2. ¿Ha cuantos eventos deportivos en promedio anualmente ha asistido?
3. ¿Cuáles fueron sus motivaciones para asistir a estos eventos?
4. ¿Cuáles son las cosas que coordina antes de asistir a un evento deportivo en otra ciudad?
5. ¿Qué aspectos toma en cuenta de los servicios o productos que adquiere antes de asistir a un evento?
6. ¿Considera usted que la relación precio/calidad es relativo al momento de pagar un servicio? ¿Por qué?
7. ¿De todas las competencias a las que ha asistido, cuáles han sido sus peores experiencias?

8. ¿Qué considera usted que pudo ahorrarse en tiempo, esfuerzo o dinero al momento de asistir a un evento deportivo?
9. ¿Cuándo decidió asistir a este tipo de eventos deportivos tuvo conocimiento de las actividades turísticas que se podían realizar?
10. ¿Cuándo decidió asistir que preocupaciones tenía antes y después del evento?
11. ¿Qué problemas frecuentes se presentan al asistir a un evento deportivo en otra ciudad?
12. ¿Cuáles serían los principales motivos por los cuales usted no asistiría a un evento deportivo en otra ciudad? (tiempo/dinero/distancia/disponibilidad)
13. ¿Cuál cree usted que es el impacto social que tienen los eventos deportivos en las ciudades? ¿Qué tan importante son para usted?
14. ¿Qué opina usted de los eventos deportivos con fines benéficos?
15. ¿Qué recomendaciones le daría usted los organizadores de eventos deportivos en otras ciudades?
16. ¿Qué tipo de servicios complementarios le gustaría que tenga un evento deportivo?
17. ¿Le gustaría que en el lugar sede del evento deportivo se oferten paquetes turísticos o se brinde información turística de la ciudad?
18. ¿Qué tipo de ofertas turísticas le interesaría?

Apéndice 3. Entrevista para turistas deportivos pasivos



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

Trabajo de Investigación

Entrevista para los organizadores de eventos deportivos

Nombre del entrevistador:

Nombre del entrevistado:

Fecha:

1. ¿Qué tipo de eventos deportivos ha organizado usted?
2. ¿Cuáles fueron sus motivaciones principales para organizar eventos deportivos?
3. ¿Qué le pareció la experiencia de organizar su primer evento deportivo?
4. ¿Cuáles son las cosas que coordina antes de realizar un evento deportivo?
5. ¿Qué aspectos toma en cuenta para promocionar un evento deportivo?
6. ¿Cuál es el factor diferenciador de los eventos deportivos que usted realiza?
7. ¿Considera usted que la relación precio/calidad es relativo para los competidores y asistentes de un evento deportivo? ¿porqué?
8. ¿Tomó en cuenta los atractivos turísticos de los lugares en donde realizó eventos deportivos?
9. ¿Cuándo organiza un evento deportivo que preocupaciones tiene antes, durante y después?
10. ¿Qué problemas frecuentes se presentan al momento de organizar un evento deportivo en otra ciudad?
11. ¿Cuáles serían los principales motivos por el cual usted desistiría organizar un evento deportivo en otra ciudad?
12. ¿Cuál cree usted que es el impacto social que tienen los eventos deportivos? ¿Qué tan importante son para usted?
13. ¿Usted ha organizado eventos deportivos con fines benéficos?
14. ¿Qué considera que le hace falta a la organización de eventos deportivos en Guayaquil?

15. ¿Qué tipo de servicios complementarios brinda en sus eventos deportivos? ¿Cuáles le gustaría brindar en próximos eventos?
16. ¿En la organización de un futuro evento deportivo internacional ¿consideraría usted implementar un punto de información turística?

Apéndice 4. Entrevista para la dirección de Deporte de la M.I municipalidad de Guayaquil



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

Trabajo de Investigación

Entrevista para la dirección de Deporte de la M.I municipalidad de Guayaquil

Nombre del entrevistador:

Nombre del entrevistado:

Fecha:

1. ¿Qué tipo de eventos deportivos con fines turísticos han patrocinado o auspiciado ustedes?
2. ¿Cuáles fueron los principales motivos para patrocinar o auspiciar estos eventos deportivos?
3. ¿Cuáles son los requisitos que debe cumplir un evento deportivo con fines turísticos para poder obtener el patrocinio o auspicio de ustedes?
4. Usualmente, ¿Cuáles son los tipos de convenios que realizan con los organizadores de los eventos deportivos con fines turísticos?
5. ¿Cómo controlan la calidad de eventos de turismo deportivo?
6. ¿Cuál cree usted que es el impacto social y económico que tienen los eventos deportivos con fines turísticos en la ciudad?

Apéndice 5. Solicitud de entrevista Dirección de Deportes



FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y HOTELERAS
SECRETARÍA DE LA FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES

Guayaquil, 17 de enero de 2018

Señor
Jack Aragundi
Dirección de Deportes
Muy Ilustre Municipalidad de Guayaquil
En su despacho.-

De mi consideración:

La secretaria de la Carrera de Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras a petición de las señoritas **Anggie Maribel López Salazar**, con cédula de identidad No. 0923793285 y **July Vanessa Escobar Giraldo**, con cédula de identidad No. 0954882627 estudiantes del IX ciclo - Unidad de Titulación Especial, se les permita ingresar a la institución con la finalidad de realizar entrevistas y encuestas para el tema del proyecto de titulación: **"Diseño de producto turístico deportivo para la ciudad de Guayaquil que incentive el turismo interno y receptivo."**

Sin otro particular y esperando una respuesta favorable a la petición requerida, me suscribo de usted.

Atentamente,


Ing. María Belén Solazar Raymond, Mgs.
Directora
Carrera de Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras
Facultad de Especialidades Empresariales
Universidad Católica de Santiago de Guayaquil



Universidad Católica de Santiago de Guayaquil - Avda. Carlos Julio Arosemena Km. 1 X
Edificio Facultad de Especialidades Empresariales 1 piso
Teléfonos 2209207 - 2220560 - ext. 5024 - turismo.hoteleria@cu.ucsg.edu.ec

Apéndice 6.Solicitud de entrevista Ministerio de Turismo



FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y HOTELERAS
SECRETARÍA DE LA FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES

Guayaquil, 17 de enero de 2018

Abogado
Ricardo Armijos
Coordinador Zonal
Ministerio de Turismo
En su despacho.

De mi consideración:

La secretaría de la Carrera de Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras a petición de las señoras **Anggie Maribel López Salazar**, con cédula de identidad No. 0923793285 y **July Vanessa Escobar Giraldo**, con cédula de identidad No. 0954882627 estudiantes del IX ciclo - Unidad de Titulación Especial, se les permita ingresar a la institución con la finalidad de realizar entrevistas y encuestas para el tema del proyecto de titulación: **"Diseño de producto turístico deportivo para la ciudad de Guayaquil que incentive el turismo interno y receptivo."**

Sin otro particular y esperando una respuesta favorable a la petición requerida, me suscribo de usted.

Atentamente,


Ing. María Belén Salazar Raymond, Mgs
Directora
Carrera de Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras
Facultad de Especialidades Empresariales
Universidad Católica de Santiago de Guayaquil



Universidad Católica de Santiago de Guayaquil - Avda. Carlos Julio Arosemena Km. 1 1/2
Edificio Facultad de Especialidades Empresariales 1 piso
Teléfonos 2209207 - 2220560 - ext. 5024 - turismo.hoteleria@cu.utsq.edu.ec

Apéndice 7. Solicitud de entrevista Empresa Pública de Turismo



FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y HOTELERAS
SECRETARÍA DE LA FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES

Guayaquil, 17 de enero de 2018

Señora
Gloria Gallardo
Presidenta
Empresa Pública de Turismo
Muy Ilustre Municipalidad de Guayaquil
En su despacho.-

De mi consideración:

La secretaría de la Carrera de Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras a petición de las señoras **Anggie Maribel López Salazar**, con cédula de identidad No. 0923793285 y **July Vanessa Escobar Giraldo**, con cédula de identidad No. 0954882627 estudiantes del IX ciclo - Unidad de Titulación Especial, se les permite ingresar a la institución con la finalidad de realizar entrevistas y encuestas para el tema del proyecto de titulación: **"Diseño de producto turístico deportivo para la ciudad de Guayaquil que incentive el turismo interno y receptivo."**

Sin otro particular y esperando una respuesta favorable a la petición requerida, me suscribo de usted

Atentamente,


Ing. María Belén Salazar Raymond, Mgs
Directora
Carrera de Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras
Facultad de Especialidades Empresariales
Universidad Católica de Santiago de Guayaquil



Universidad Católica de Santiago de Guayaquil - Avda. Carlos Julio Arosemena Km. 1 1/2
Edificio Facultad de Especialidades Empresariales 1 piso
Teléfonos 2209207 - 2220560 - ext. 5024 - turismo.hotelaria@cu.ucsg.edu.ec

Apéndice 8. Convenios de cooperación de la Dirección de Deportes de la M.I. Municipalidad de Guayaquil

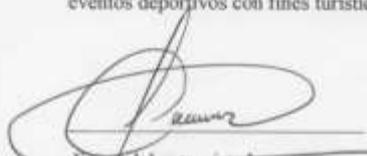
REQUISICIÓN	EVENTO	FECHA EVENTO	REPETICIÓN	APROBADO	ESTADO LABORADO	CONTRATANTE	40 COMPROBADO	PRIMA DEL CONTRATO	GARANTÍA	VALOR
1	Polideportivo Simón Bolívar	18 de Julio	del 2017 al 2018	02/07/2017 (Faltante 13 de Julio 2017)	Resolución 09 Mayo del 2017					\$ 14.000,00
2	Ang. Nicolás Copernico	Agosto y Noviembre	del 2017 al 2017	02/08/2017 (Faltante 13 de Julio 2017)	Resolución 11 Abril del 2017					\$ 14.000,00
3	Ismael Chiquito	8 al 9 de Julio del 2017	del 2017 al 2018	02/07/2017 (Faltante 13 de Julio 2017)	Resolución 09 Mayo del 2017					\$ 3.000,00
4	ESTADOS UNIDOS	ABRIL	del 2017 al 2018	02/04/2017	Resolución 09 Mayo del 2017					\$ 11.000,00
5	ESTADO MICHUAN DEL NOROCCIDENTE	ABRIL	del 2017 al 2017	02/04/2017	Resolución 09 Mayo del 2017					\$ 15.000,00
6	ING. JESSE ORTIZ DE MENDOZA	16 de Julio	del 2017 al 2017	02/07/2017	Resolución 09 Mayo del 2017					\$ 3.000,00
7	PRESENCIA DE LA COMISIÓN DE FOMENTO DEPORTIVO	16 de Julio	del 2017 al 2017	02/07/2017	Resolución 09 Mayo del 2017					\$ 20.000,00
8	PRESENCIA DE LA COMISIÓN DE FOMENTO DEPORTIVO	16 de Julio	del 2017 al 2017	02/07/2017	Resolución 09 Mayo del 2017					\$ 14.000,00
9	RECORRIDO DEPORTIVO	16 de Julio	del 2017 al 2017	02/07/2017	Resolución 09 Mayo del 2017					\$ 11.000,00
10	COMITÉ DEPORTIVO	16 de Julio	del 2017 al 2017	02/07/2017	Resolución 09 Mayo del 2017					\$ 14.000,00
11	COMITÉ DEPORTIVO	16 de Julio	del 2017 al 2017	02/07/2017	Resolución 09 Mayo del 2017					\$ 14.000,00
12	COMITÉ DEPORTIVO	16 de Julio	del 2017 al 2017	02/07/2017	Resolución 09 Mayo del 2017					\$ 14.000,00
13	COMITÉ DEPORTIVO	16 de Julio	del 2017 al 2017	02/07/2017	Resolución 09 Mayo del 2017					\$ 14.000,00
14	COMITÉ DEPORTIVO	16 de Julio	del 2017 al 2017	02/07/2017	Resolución 09 Mayo del 2017					\$ 14.000,00
15	COMITÉ DEPORTIVO	16 de Julio	del 2017 al 2017	02/07/2017	Resolución 09 Mayo del 2017					\$ 14.000,00
16	COMITÉ DEPORTIVO	16 de Julio	del 2017 al 2017	02/07/2017	Resolución 09 Mayo del 2017					\$ 14.000,00
17	COMITÉ DEPORTIVO	16 de Julio	del 2017 al 2017	02/07/2017	Resolución 09 Mayo del 2017					\$ 14.000,00
18	COMITÉ DEPORTIVO	16 de Julio	del 2017 al 2017	02/07/2017	Resolución 09 Mayo del 2017					\$ 14.000,00
19	COMITÉ DEPORTIVO	16 de Julio	del 2017 al 2017	02/07/2017	Resolución 09 Mayo del 2017					\$ 14.000,00
20	COMITÉ DEPORTIVO	16 de Julio	del 2017 al 2017	02/07/2017	Resolución 09 Mayo del 2017					\$ 14.000,00
21	COMITÉ DEPORTIVO	16 de Julio	del 2017 al 2017	02/07/2017	Resolución 09 Mayo del 2017					\$ 14.000,00
22	COMITÉ DEPORTIVO	16 de Julio	del 2017 al 2017	02/07/2017	Resolución 09 Mayo del 2017					\$ 14.000,00
23	COMITÉ DEPORTIVO	16 de Julio	del 2017 al 2017	02/07/2017	Resolución 09 Mayo del 2017					\$ 14.000,00
24	COMITÉ DEPORTIVO	16 de Julio	del 2017 al 2017	02/07/2017	Resolución 09 Mayo del 2017					\$ 14.000,00
25	COMITÉ DEPORTIVO	16 de Julio	del 2017 al 2017	02/07/2017	Resolución 09 Mayo del 2017					\$ 14.000,00
26	COMITÉ DEPORTIVO	16 de Julio	del 2017 al 2017	02/07/2017	Resolución 09 Mayo del 2017					\$ 14.000,00
27	COMITÉ DEPORTIVO	16 de Julio	del 2017 al 2017	02/07/2017	Resolución 09 Mayo del 2017					\$ 14.000,00
28	COMITÉ DEPORTIVO	16 de Julio	del 2017 al 2017	02/07/2017	Resolución 09 Mayo del 2017					\$ 14.000,00
29	COMITÉ DEPORTIVO	16 de Julio	del 2017 al 2017	02/07/2017	Resolución 09 Mayo del 2017					\$ 14.000,00
30	COMITÉ DEPORTIVO	16 de Julio	del 2017 al 2017	02/07/2017	Resolución 09 Mayo del 2017					\$ 14.000,00
31	COMITÉ DEPORTIVO	16 de Julio	del 2017 al 2017	02/07/2017	Resolución 09 Mayo del 2017					\$ 14.000,00
32	COMITÉ DEPORTIVO	16 de Julio	del 2017 al 2017	02/07/2017	Resolución 09 Mayo del 2017					\$ 14.000,00
33	COMITÉ DEPORTIVO	16 de Julio	del 2017 al 2017	02/07/2017	Resolución 09 Mayo del 2017					\$ 14.000,00
34	COMITÉ DEPORTIVO	16 de Julio	del 2017 al 2017	02/07/2017	Resolución 09 Mayo del 2017					\$ 14.000,00
35	COMITÉ DEPORTIVO	16 de Julio	del 2017 al 2017	02/07/2017	Resolución 09 Mayo del 2017					\$ 14.000,00
36	COMITÉ DEPORTIVO	16 de Julio	del 2017 al 2017	02/07/2017	Resolución 09 Mayo del 2017					\$ 14.000,00
37	COMITÉ DEPORTIVO	16 de Julio	del 2017 al 2017	02/07/2017	Resolución 09 Mayo del 2017					\$ 14.000,00
38	COMITÉ DEPORTIVO	16 de Julio	del 2017 al 2017	02/07/2017	Resolución 09 Mayo del 2017					\$ 14.000,00
39	COMITÉ DEPORTIVO	16 de Julio	del 2017 al 2017	02/07/2017	Resolución 09 Mayo del 2017					\$ 14.000,00
40	COMITÉ DEPORTIVO	16 de Julio	del 2017 al 2017	02/07/2017	Resolución 09 Mayo del 2017					\$ 14.000,00
41	COMITÉ DEPORTIVO	16 de Julio	del 2017 al 2017	02/07/2017	Resolución 09 Mayo del 2017					\$ 14.000,00
42	COMITÉ DEPORTIVO	16 de Julio	del 2017 al 2017	02/07/2017	Resolución 09 Mayo del 2017					\$ 14.000,00
43	COMITÉ DEPORTIVO	16 de Julio	del 2017 al 2017	02/07/2017	Resolución 09 Mayo del 2017					\$ 14.000,00
44	COMITÉ DEPORTIVO	16 de Julio	del 2017 al 2017	02/07/2017	Resolución 09 Mayo del 2017					\$ 14.000,00
45	COMITÉ DEPORTIVO	16 de Julio	del 2017 al 2017	02/07/2017	Resolución 09 Mayo del 2017					\$ 14.000,00
46	COMITÉ DEPORTIVO	16 de Julio	del 2017 al 2017	02/07/2017	Resolución 09 Mayo del 2017					\$ 14.000,00
47	COMITÉ DEPORTIVO	16 de Julio	del 2017 al 2017	02/07/2017	Resolución 09 Mayo del 2017					\$ 14.000,00
48	COMITÉ DEPORTIVO	16 de Julio	del 2017 al 2017	02/07/2017	Resolución 09 Mayo del 2017					\$ 14.000,00
49	COMITÉ DEPORTIVO	16 de Julio	del 2017 al 2017	02/07/2017	Resolución 09 Mayo del 2017					\$ 14.000,00
50	COMITÉ DEPORTIVO	16 de Julio	del 2017 al 2017	02/07/2017	Resolución 09 Mayo del 2017					\$ 14.000,00

Apéndice 9. Formulario de autorización para grabar


**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**
Carta de consentimiento para entrevistados

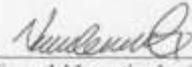
Formulario de Autorización para grabación

Acepto voluntariamente ser grabado/a durante la entrevista realizada por Vanessa Escobar y Anggie López, estudiantes de la carrera de Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras de la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil. Entiendo que esta información será usada para propósitos académicos, la cual generará respuestas acerca los eventos deportivos con fines turísticos que se han realizado en la ciudad de Guayaquil.


Firma del entrevistado

18 Enero 2018
Fecha

Correo Electrónico: Jack Argumedo@gmail.com


Firma del Investigador (Vanessa Escobar)

18 Enero 2018
Fecha

Firma del Investigador (Anggie López)

Fecha

Apéndice 10. Resultados de la evaluación técnica de Maratón de Guayaquil

RESULTADOS DE LA EVALUACIÓN TÉCNICA			
CRITERIOS DE VALORACIÓN	DESCRIPCIÓN	PONDERACIÓN	RESULTADO
A ACCESIBILIDAD y CONECTIVIDAD	Contempla el ingreso, horario al atractivo y facilidades instaladas para personas con alguna discapacidad; además, se hace referencia a la existencia de vías de acceso al sitio, con énfasis en las cualidades que condicionan la relación distancia/tiempo, así también la conectividad tecnológica.	18	11
B PLANTA TURÍSTICA / SERVICIOS	Registra equipamientos y la disponibilidad de servicios en el atractivo.	18	10,2
C ESTADO DE CONSERVACIÓN E INTEGRACIÓN SITIO / ENTORNO	Estimación de la integridad de los atributos patrimoniales físico-ambientales y socioculturales, en particular de las condiciones del sitio y su entorno.	14	12
D HIGIENE Y SEGURIDAD TURÍSTICA	Hace referencia a la disponibilidad de dispositivos para recolección de basura, procedencia del agua, presencia de actos vandálicos, limpieza e iluminación del atractivo.	14	11
E POLÍTICAS Y REGULACIONES	Consideración del atractivo dentro de la Planificación territorial turística cantonal y cumplimiento de regulaciones para las actividades que se realizan en el atractivo.	10	3
F ACTIVIDADES QUE SE PRACTICAN EN EL ATRACTIVO	Constatación de actividades que se practican en el atractivo, mismas que le dan valor agregado.	9	9
G DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO	Publicaciones internacionales, nacionales, monografías o medios de difusión. Declaratorias y reconocimientos. Relevancia y divulgación.	7	2
H REGISTRO DE VISITANTES Y AFLUENCIA	Registro del tipo de visitantes, perfil de consumo, volumen intensidad de uso. Estimación de demanda potencial.	5	2
I RECURSOS HUMANOS	Hace referencia al nivel de instrucción académico del personal que labora en el atractivo.	5	4
TOTAL		100	64,2

Apéndice 11. Resultados de la evaluación técnica del Duelo Xtremo 6k de Guayaquil

RESULTADOS DE LA EVALUACIÓN TÉCNICA				
CRITERIOS DE VALORACIÓN	DESCRIPCIÓN	PONDERACIÓN	RESULTADO	
A	ACCESIBILIDAD y CONECTIVIDAD	Contempla el ingreso, horario al atractivo y facilidades instaladas para personas con alguna discapacidad; además, se hace referencia a la existencia de vías de acceso al sitio, con énfasis en las cualidades que condicionan la relación distancia/tiempo, así también la conectividad tecnológica.	18	9
B	PLANTA TURÍSTICA / SERVICIOS	Registra equipamientos y la disponibilidad de servicios en el atractivo.	18	8,7
C	ESTADO DE CONSERVACIÓN E INTEGRACIÓN SITIO / ENTORNO	Estimación de la integridad de los atributos patrimoniales físico-ambientales y socioculturales, en particular de las condiciones del sitio y su entorno.	14	14
D	HIGIENE Y SEGURIDAD TURÍSTICA	Hace referencia a la disponibilidad de dispositivos para recolección de basura, procedencia del agua, presencia de actos vandálicos, limpieza e iluminación del atractivo.	14	11
E	POLÍTICAS Y REGULACIONES	Consideración del atractivo dentro de la Planificación territorial turística cantonal y cumplimiento de regulaciones para las actividades que se realizan en el atractivo.	10	3
F	ACTIVIDADES QUE SE PRACTICAN EN EL ATRACTIVO	Constatación de actividades que se practican en el atractivo, mismas que le dan valor agregado.	9	9
G	DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO	Publicaciones internacionales, nacionales, monografías o medios de difusión. Declaratorias y reconocimientos. Relevancia y divulgación.	7	2
H	REGISTRO DE VISITANTES Y AFLUENCIA	Registro del tipo de visitantes, perfil de consumo, volumen intensidad de uso. Estimación de demanda potencial.	5	2
I	RECURSOS HUMANOS	Hace referencia al nivel de instrucción académico del personal que labora en el atractivo.	5	2
TOTAL			100	60,7

Apéndice 12. Resultados de la evaluación técnica de la Cerriza Guayaquil

CRITERIOS DE VALORACIÓN	DESCRIPCIÓN	PONDERACIÓN	RESULTADO
A ACCESIBILIDAD y CONECTIVIDAD	Contempla el ingreso, horario al atractivo y facilidades instaladas para personas con alguna discapacidad; además, se hace referencia a la existencia de vías de acceso al sitio, con énfasis en las cualidades que condicionan la relación distancia/tiempo, así también la conectividad tecnológica.	18	9
B PLANTA TURÍSTICA / SERVICIOS	Registra equipamientos y la disponibilidad de servicios en el atractivo.	18	7,2
C ESTADO DE CONSERVACIÓN E INTEGRACIÓN SITIO / ENTORNO	Estimación de la integridad de los atributos patrimoniales físico-ambientales y socioculturales, en particular de las condiciones del sitio y su entorno.	14	12
D HIGIENE Y SEGURIDAD TURÍSTICA	Hace referencia a la disponibilidad de dispositivos para recolección de basura, procedencia del agua, presencia de actos vandálicos, limpieza e iluminación del atractivo.	14	9,5
E POLÍTICAS Y REGULACIONES	Consideración del atractivo dentro de la Planificación territorial turística cantonal y cumplimiento de regulaciones para las actividades que se realizan en el atractivo.	10	6
F ACTIVIDADES QUE SE PRACTICAN EN EL ATRACTIVO	Constatación de actividades que se practican en el atractivo, mismas que le dan valor agregado.	9	9
G DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO	Publicaciones internacionales, nacionales, monografías o medios de difusión. Declaratorias y reconocimientos. Relevancia y divulgación.	7	2
H REGISTRO DE VISITANTES Y AFLUENCIA	Registro del tipo de visitantes, perfil de consumo, volumen intensidad de uso. Estimación de demanda potencial.	5	2
I RECURSOS HUMANOS	Hace referencia al nivel de instrucción académico del personal que labora en el atractivo.	5	3
TOTAL		100	59,7

Apéndice 13. Resultados de la evaluación técnica del ATP Challenger de Guayaquil

CRITERIOS DE VALORACIÓN	DESCRIPCIÓN	PONDERACIÓN	RESULTADO
A ACCESIBILIDAD y CONECTIVIDAD	Contempla el ingreso, horario al atractivo y facilidades instaladas para personas con alguna discapacidad; además, se hace referencia a la existencia de vías de acceso al sitio, con énfasis en las cualidades que condicionan la relación distancia/tiempo, así también la conectividad tecnológica.	18	18
B PLANTA TURÍSTICA / SERVICIOS	Registra equipamientos y la disponibilidad de servicios en el atractivo.	18	14,7
C ESTADO DE CONSERVACIÓN E INTEGRACIÓN SITIO / ENTORNO	Estimación de la integridad de los atributos patrimoniales físico-ambientales y socioculturales, en particular de las condiciones del sitio y su entorno.	14	14
D HIGIENE Y SEGURIDAD TURÍSTICA	Hace referencia a la disponibilidad de dispositivos para recolección de basura, procedencia del agua, presencia de actos vandálicos, limpieza e iluminación del atractivo.	14	12,8
E POLÍTICAS Y REGULACIONES	Consideración del atractivo dentro de la Planificación territorial turística cantonal y cumplimiento de regulaciones para las actividades que se realizan en el atractivo.	10	3
F ACTIVIDADES QUE SE PRACTICAN EN EL ATRACTIVO	Constatación de actividades que se practican en el atractivo, mismas que le dan valor agregado.	9	9
G DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO	Publicaciones internacionales, nacionales, monografías o medios de difusión. Declaratorias y reconocimientos. Relevancia y divulgación.	7	5
H REGISTRO DE VISITANTES Y AFLUENCIA	Registro del tipo de visitantes, perfil de consumo, volumen intensidad de uso. Estimación de demanda potencial.	5	2
I RECURSOS HUMANOS	Hace referencia al nivel de instrucción académico del personal que labora en el atractivo.	5	3
TOTAL		100	81,5

Apéndice 14. Agenda de entrevistas realizadas en el mes de diciembre 2017 y enero 2018.

Turistas deportivos activos						
Nombre	Edad	disciplina	Ocupacion	Fecha de la cita	Hora	
1 Beto Campozano	25	Canotaje	Ex Deportista/estudiante	Viernes 1	10:00AM	
2 Amigo Aurelio	18	Tenis	Ex Deportista/estudiante	Sabado 2	12:00PM	
3 Pedro Nuques	36	Triatlon	Deportista/ couch/empresario	Sabado 2	1:00PM	
4 Francisco Velez	27	Triatlon	Deportista/Empresario	Lunes 4	4:30PM	
5 Cristopher Castro	34	Crossfit	Competidor de Cossfit y Couch/empresario	Martes 5	3:00PM	
6 Maria Belen Ibarra	25	Canotaje	Federada del Ecuador/profesora de educacion fisica/estudiante	Miercoles 6	11:00AM	
7 Roberto Frydson	42	Natacion	Ex Deportista Fe/entrenador de natacion	Miercoles 6	4:00PM	
8 Alvaro Giraldo	27	Crossfit	Competidor de Cossfit Cali Colombia/empresario	Viernes 8	2:00PM	
9 Nadia Pazmiño	24	Triatlon	Deportista/estudiante de enfermeria	Sabado 09	11:20AM	
10 Carlos Aguirre	24	Triatlon	Deportista/ almirante de la marina	Sabado 09	4:00PM	
12 Stefano Capecciotti	27	Velerista	Deportista/empresario	Miecoles 13	3:00PM	
11 Miguel cedeño	29	Ciclista	Deportista/empresario	Viernes 15	10:00AM	
13 Diego Barcia	21	Velerista	Estudiante	Viernes 15	10:00AM	
Turistas deportivos pasivo						
Nombre	disciplina	Ocupacion	Fecha de la cita	Hora		
1 Gustavo Portela	41	Atletismo, carreras, hipica	Empresario	Viernes 1	2:00PM	
2 Andres Escobar	30	Natación olympica	Entreador Selección de Cali Colombia	Lunes 12	2:00PM	
3 Andres Pizarro	24		Director de Marketing Deportivo del Delfin de Manta	Lunes 12	3:00PM	
4 Jairo Mendoza	24		Fotografo oficial triatlon Manta	Jueves 14	8:00PM	
Organizadores de eventos deportivos						
Nombre	disciplina	Ocupacion	Fecha de la cita	Hora		
1 Pedro Nuques	36	Triatlon	Organizador de Eventos T3	Sabado 2	1:00PM	
2 Teddy Madero	35	Crossfit	Organizador de Eventos Crossfit	Martes 5	3:00PM	
3 Darwin Garcia	52	Tenis, Natacion, Beach Tennis	Organizador de eventos	Jueves 7	3:00PM	
4 Santiago Coral	45	Atletismo	Competencias de Atletismo	Martes 12	11:00AM	
Entidades públicas						
Nombre	Entidad	Ocupacion	Fecha de la cita	Hora		
1 Jack Aragundi	46	M.I. Municipalidad de Guayaquil	Director de la Dirección de Deportes y Recreación	Jueves 18 Enero	11:00AM	

Apéndice 15. Transcripciones entrevistas organizadores de eventos deportivos



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

Nombre: Pedro Nuques / Organizadores

Ocupación: Propietario T3, Couch de triatlón y deportista

Disciplina: Triatlon

1. ¿Qué tipos de eventos deportivos ha organizado usted?

Bueno, nosotros empezamos organizando carreras de atletismo, pero, hicimos el cambio en vez de la típica carrera que era en asfalto lo hicimos tipo triatlón o sea la primera carrera de atletismo que organizamos fue subiendo las antenas que quedan vía la costa frente a Puerto Azul. Se llama 507 porque son 5 km 70 metros. Ese fue el primer evento que organizamos, tuvo una acogida de 300 personas de eso te hablo a finales del 2009 que empezamos con esos eventos. Lo que hemos realizado son competencias de ciclismo, también hemos hecho carreras de triatlón, distancia Sprint, olímpico, larga distancia; hemos organizado medias maratones de atletismo y carreras 5 y 10k.

2. ¿Cuáles fueron tus motivaciones principales para organizar estos eventos?

Cómo deportista por haber viajado tanto y haber visto las carreras que se realizan afuera y ver las falencias que habían en las carreras locales; vi que era como un negocio que se podía trabajar, me aventure a realizar una primera carrera, ver todos los puntos negativos de las otras carreras y nosotros tratamos de hacerlo mejores cada día, hacer esa diferencia entre otras personas.

3. ¿Qué le pareció la experiencia de organizar su primer evento deportivo?

Es súper que chévere terminar de organizar el evento, pero, a la vez demanda bastante tiempo, es bastante estresante uno quiere que todo salga perfecto. Al inicio, cuando uno empieza no sabe la cantidad de aguas que va a necesitar, los hidratantes, cuantas camisetas, cuales son las tallas de las camisetas. Las personas a veces no están acostumbradas, tal vez están mal acostumbrados de otros organizadores de no llegar puntual a las carreras; entonces nosotros empezamos a hacer todos los cambios para ser más puntuales; que la hora fijada es la hora de salida y es emocionante pero a la vez tiene muchas responsabilidades.

4. ¿Cuáles son las cosas que coordina antes de realizar un evento deportivo?

Lo primero que se hace en sacar los permisos municipales, los permisos de tránsito, la policía, y, se debe tener un plan de contingencia para poder presentar dependiendo del evento que queramos hacer. A nosotros las personas nos contratan para hacer el evento, entonces buscamos la ruta que sea más fácil de realizar, que no tenga tráfico, que el

corredor pueda hacer una carrera sin ningún problema, sin ningún inconveniente y después tratamos de cotizar camisetas, medallas, bolsos, tratamos de buscar la mejor calidad para poder darle a los deportistas después de que termina la carrera.

5. ¿Qué aspectos toma en cuenta para promocionar un evento deportivo?

Bueno, nos manejamos antes de comprar teníamos un mailing que pagábamos y hacíamos ahí la plataforma para que las personas se puedan escribir y mandamos a la base de datos que teníamos en los correos, ahora con las redes sociales tenemos todo “linkeado”, subimos una foto al Instagram y esa foto del Instagram tiene 12000 seguidores, pasa al Facebook, del Facebook pasa al Twitter, entonces los “linkpost” Entonces ya empezamos más que nada a manejarnos con las redes sociales y de boca a boca; también hay páginas web que ya te suben la fecha, la carrera de uno entonces ya está reservado para esa fecha.

6. ¿Cuál es el factor diferenciador de los eventos deportivos que usted realiza?

El número 1 es la puntualidad, nosotros somos súper que puntual. Número 2 es: bien organizada la entrega de kits. Tratamos de hacerlo siempre en 2 días, ya tener la base de datos lista, días previos para que cuando uno venga a retirar su kit no estar buscando en ese momento la talla o el número de competidor, sino que todo este organizado. De ahí las camisetas tratar de hacerlas de la mejor calidad, una talla que sea adecuada para los deportistas, que en el kit de inscripción no solamente sean productos de lo que te quieren dar los auspiciantes, sino que también darles algo más. Si es un triatlón por el valor de la inscripción no solamente te dejamos competir, sino, que te damos un chip, te damos un número, te damos la camiseta de ciclismo, te damos gorro de natación, te damos un bolso, te damos hidratación, te damos la medalla, te damos comida después de la carrera y te damos premios económicos y premios especiales.

7. ¿Considera usted que la relación precio-calidad es relativo para los competidores y asistentes de un evento deportivo?

Claro, porque tú pagas por algo. Cuando tú ya pagas es como un servicio que estas comprando y tú quieres que el servicio sea de buena calidad, porque hay carreras y carreras, y empresas y empresas que organizan eventos deportivos que pueden poner la misma fecha u otra carrera de atletismo por \$5 menos; pero, tú sabes que esa carrera no está medida exactamente, las camisetas no son de buena calidad o no alcanza para todos las camisetas, o no hay buenos premios. A veces pagar un valor de una cantidad, o sea, relativamente económico de \$10 a \$15. Me parece que es económica una carrera, depende de lo que te quieran dar los organizadores del evento.

8. ¿Tomo en cuenta los atractivos turísticos de los lugares donde realizo los eventos deportivos?

Cuando son carreras en las playas siempre hacemos en Salinas. Una vez al año hacemos una carrera en Salinas y otra en playas; tratamos de hacer el domingo y tratar de que las personas puedan. Ponemos diferentes tipos de hoteles al que pueden llegar, que puedan hacer las reservas; tenemos un amigo que nos presta su hotel, el hotel sede del evento entonces el hotel se llena. El problema de lo que tratamos de hacer siempre en épocas de la Sierra, porque si lo hacemos en época de Costa o en la temporada es complicadísimo, casi imposible que te den un permiso municipal para hacer un evento. Quizás no es la mejor época para ir a la playa pero igual siempre es bueno ir con la familia a relajarse.

9. ¿Porque es problemática la parte de los permisos por parte del municipio para realizar un evento deportivo?

Porque te toca cerrar las calles para tener la seguridad del 100%, más que nada en la parte del ciclismo. Imagínate la temporada marzo, ustedes quieren ir a Punta carnero y la gente está pedaleando, los carros se te van a tirar encima le van a echar la culpa al ciclista o culpar al organizador qué en vez de hacerlo otro día lo hace un carnaval o semana santa. Nosotros hacemos la carrera supermaxi, la nocturna y antes nos dejaban correr en el malecón pero se hacia el tráfico, era algo súper qué feo para la gente que iba en carro; horas de horas esperando para llegar a Salinas. Ahora utilizamos la calle segunda como se podría decir que esa calle es menos transitada.

Eso nos estaba diciendo que a usted lo contratan empresas para realizar eventos ¿Qué tipo de empresas lo contratan?

En si nos contrató RCA que es una empresa de seguros que tiene una fundación. El domingo pasado hicimos una carrera 5 y 10 km tuvimos 550 personas. Digamos, Supermaxi todos los años nos contra antes nos contrataba radio City, hemos trabajado también con Bic, con la cámara de comercio, varias empresas nos han contratado. Nosotros también vendíamos antes el triatlón qué se llamaba “evolution” lo vendíamos a diferentes empresas un año estuvimos con Toyota, con profit, ahora estamos con Gatorade ya tenemos varios años trabajando con ellos.

10. Cuando organiza un evento deportivo ¿Qué tipo de preocupaciones tiene antes durante y después del evento?

Es súper que importante el plan de contingencia todos los permisos con la comisión de tránsito, de la Policía, Municipal, tener una ambulancia. La última vez tuvimos un inconveniente en una carrera de triatlón; un señor no había ido preparado, o sea, uno te hace firmar vía internet que aceptas qué estás preparado físicamente para la competencia, pero no todo el mundo en realidad lo está. Esta persona habiendo hidratación cada 2 kilómetros (agua y Gatorade) se desmayó y la ambulancia venía siguiendo el último ciclista, entonces no llegó cuando el señor se desmayó. Nosotros lo trepamos a la camioneta y lo llevamos rápido a la clínica o el policlínico naval, pero ese policlínico naval no tenía nada. Después, la ambulancia llegó y la ambulancia era un carro vacío pintado de ambulancia; lo llevamos a otra clínica más en Salinas tampoco tenía nada hasta que pudieron llevarlo a Guayaquil. Entonces, eso es súper importante la próxima ocasión ya no vamos a contratar ambulancias de Salinas; sino que directamente de Guayaquil, cuesta un poco más, pero, necesitamos estar seguros de que pueden atender si hay una emergencia como lo tuvo el señor.

11. ¿Qué problemas frecuentes se presenta en el momento de organizar un evento deportivo en otra ciudad?

Bueno, cuando es en otra ciudad es súper que complicado porque no conoces a la gente que maneja la parte del municipio; en la sierra nunca hemos hecho un evento porque ellos planifican el año anterior con la comisión de tránsito para sacar los permisos para poder cerrar las calles en esas fechas. Lo que hemos hecho lejos, lo más lejos ha sido Salinas y playas por ahora; también estuvimos en Chone, estuvimos en Portoviejo, pero eso fue años atrás que era más fácil. Hay que ir a ese sitio, reconocer el circuito, marcarlo, ver si hay baches, tratar de hablar con la comisión para que nos ayude a cerrar las calles, llevar toda la logística para allá, entonces si te hablo de las vallas son

mil vallas que tenemos que llevar para allá, llevar los camiones, tenemos que llevar los conos. Llevar todo sube el precio cuando se hacen carreras afuera.

¿Aumentan Los costos?

Exacto se aumentan los costos.

¿Es más fácil realizarlo aquí dentro de la ciudad?

Es más fácil aquí.

12. ¿Cuáles serían los principales motivos por el cual usted desistiría de organizar un evento deportivo en otra ciudad?

Primero; si no están los permisos 100%. Segundo; si no se a llegado a un acuerdo del pago. A veces, cuando uno lastimosamente consigue auspiciantes por medio de una agencia publicitaria, no te pagan, se hacen los locos, se demoran, no es un trato directo. O sea, tenemos un inconveniente desde julio, ya estamos diciembre y todavía no nos paga El telégrafo. No es el telégrafo, sino, la agencia que contrató el telégrafo. Esas cosas nos molestan entonces es mejor directo.

13. ¿Cuál cree usted que es el impacto social que tiene el evento deportivo en otra ciudad y que tan importantes son para usted?

Bueno el impacto social mucha gente que era sedentaria, por lo que yo he visto en los últimos años es que también muchos jóvenes que pensaban más que nada en las discotecas, en las fiestas; yo no viví esa parte porque yo siempre fui deportista. Alguien de 20 años que se levante un jueves 4 de la mañana para salir a correr, no lo hacía. Ahora sí ha habido esos cambios y ha crecido bastante el atletismo en Guayaquil gracias a los grupos de corredores, que son un grupo social que hacen deporte y así ha crecido también las carreras de atletismo y las personas que organizan eventos deportivos. Hay gente que tiene experiencia y gente que no tiene experiencia y cada uno busca que carreras hacer. La parte social ha crecido bastante y se está masificando más el deporte; tú ves que ya no va a solamente uno, sino que, va la novia, la esposa, a veces van los hijos también a las carreras. Eso es lo bueno, también, las áreas verdes han ayudado bastante como el parque samanes para que hagan alguna actividad física.

En los eventos que ha realizado ¿A notado que a habido un incremento en la participación de turistas?, en esta relación sería competidores de otras partes de la ciudad o a nivel internacional.

Cuando yo organizó los triatlones no tanto las carreras de atletismo; en las carreras de atletismo la gente te viene de otra ciudad cuando hay dinero, así de fácil, sólo cuando hay dinero vienen, te llama toda la gente de la sierra y vienen si hay \$200 se vienen por los \$200. En cambio en las carreras de los triatlones si viene bastante gente de la Sierra, viene bastante gente de Portoviejo, de manta, viene gente de Cuenca, vienen de Santo Domingo. Diferentes personas del Ecuador vienen a participar a la carrera de Salinas, porque también lo usan como preparación para el Campeonato internacional. Vienen como 400 extranjeros que es cada año en finales de julio, en Manta, que es el Ironman de Manta. Lo usan como preparación previo al triatlón de manta, entonces si se llena bastante.

14. Aquí en la ciudad de Guayaquil exactamente ¿Cuáles son los tipos de eventos que más se realizan?

La media maratón de Guayaquil es como la insignia, de ahí la carrera nocturna de rock-n-roll también se llena bastante, la carrera de glow creo que también llama bastante la atención, RCA metió 550 personas. Ese día hubo 3 carreras, tres carreras hubieron el

mismo día: 5k kotek, cámara de comercio y RCA. Imagínate que cada una metió 500 entonces 1500 corredores hubieron ese día en las calles, dispersos.

Sea que ustedes si cuantifican las personas que vienen de otro lado o ¿Usted tiene un aproximado de eso?

Será el 10% que te viene y siempre hay más hombres que mujeres por si acaso, cuando hay un evento 80/20 a veces hasta 90/10.

15. Usted organizó eventos deportivos con fines benéficos

Me han contratado empresas como las de ahora, y ellos con el dinero que obtuvieron de los auspiciantes y de las inscripciones, el año pasado hicieron unas escuelas; no sé si es en Durán que las están haciendo los de RCA. Yo como triatosport nunca he realizado un evento, nunca hemos organizado un evento, pero, si nos han contratado para para hacer los eventos benéficos. Son más complicados que los mismos eventos normales de una empresa.

¿Por qué?

Porque tú no tratas con una persona sino como con 8 voluntarios es complicadísimo eso, es súper que complicado. Yo sé que el dinero es súper importante, pero para ellos muchos más; quieren a veces llenar a última hora la carrera, inscriben al momento y hacen otras categorías. Cuando vale la pena y es algo que es serio en realidad, sí nos metemos ayudar; por ejemplo: bajamos los precios, nosotros tratamos de hacer de esa forma nuestra ayuda porque a la larga es un negocio y me toca pagarle a mis trabajadores y ellos no lo van hacer gratis. Hice la otra vez una carrera un duatlón y una parte del dinero recaudado lo done a un profesor que sufría de los riñones, hicimos una pequeña aportación económica. Para hacer una carrera benéfica tendría que tener un significado en realidad grande para poder hacerlo, la verdad es que es mucho trabajo. Una carrera no son 5 días, es un mes y medio antes que se lo prepara y los últimos cuatro días es un trabajo de más de 16 horas. Que esto, que lo otro, que el teléfono no para de sonar...es complicado.

16. ¿Que considera que le hace falta a la organización de eventos deportivos en la ciudad de Guayaquil?

Organizarse, respetar las fechas es súper importante. Muchas empresas se están regalando por ganar las carreras; hay una empresa que nos regala con los precios del chip para estar en todas las carreras. Entonces el hace volumen, como que ya pagó la máquina, pago los chips. Todo lo que le entra, si le entra...antes se vendían a \$2.50 los chips ahora ellos los venden a \$1.25, \$1.50 se regalan, pero al regalarse también no hacen un trabajo de calidad, ya que para ganar, las camisetas las mandan hacer a otro lado, las camisetas no son de buena calidad, son muy angostas; las medallas las hacían en Cuenca, ya no las hacen en Cuenca, las hacen de otra forma. Tendría que haber como que un valor estandarizado para que puedan hacer más legal la competencia; o que los organizadores de eventos deportivos en realidad sepan lo que están haciendo. Hay gente que se crea un Facebook o Instagram y dice que es organizador de eventos, y a la hora de la carrera no tiene ni los permisos municipales. Ha pasado.

Falta como que un tipo de organización de los organizadores de eventos los cuales se pongan de acuerdo.

De acuerdo, sí. Si te metes en la página carreras del Ecuador tú vas a ver carreras todos los días. He visto carreras 5k

¿Evolucionar?

Sí, exacto. Para qué Guayaquil se vuelva un punto de concentración de deportistas; que la gente diga: realmente vale la pena ir a competir. Tiene dos media maratón, pero Samborondón no tiene media maratón. Samborondón debería tener una media maratón, Durán debería tener una media maratón; eso es fuerte pero en cambio 5k hay en todos lados.

17. ¿Cuáles son los servicios complementarios que brinda en sus eventos deportivos?

Cuando a nosotros nos contratan, nosotros les decimos que nos encargamos de todo. Si tú me quieres contratar a mí para un evento deportivo, tu no tienes que mover ni un dedo. Solo llegas a la tarima, si quieres pararte y dar los premios lo haces. Nosotros desde un inicio, desde dar nuestra página web para que todo el mundo se pueda inscribir, tener toda la información de los competidores, entrega de kits tres días antes, limpieza del evento eso es muy importante. Nosotros no terminamos el evento hasta no limpiar toda la calle, nosotros siempre llevamos un carro escoba. Al último que va siguiendo al último competidor, van dos personas recogiendo todas las fundas de agua. Eso ha pasado en varias carreras; el año pasado en Salinas en una media maratón pasó eso, dejaron 10 días las fundas botadas ahí entonces pides el malecón o pides punta carnero la parte de ecuasal y si dejas todo sucio no eres nada, lo que tratamos es de darle la mayor la menor posibilidad al cliente y que ellos puedan disfrutar del evento que contrataron.

¿Y por parte de servicios complementarios a los participantes?

Ponemos Masajes después del evento, hay photo booth, subimos fotos, subimos videos, la gente baja los videos, subimos los resultados a la página web eso le gusta a millón gente, también se puede descargar el diploma virtual, antes dábamos de cartón pero nos dimos cuenta que en ese momento sudado y todo lo doblas, se dañaba entonces era un gran desperdicio por eso lo hicimos virtual, también para ayudar al ambiente.

Ahorita me estabas comentando algo, que realizabas estilo convenios con hoteles y es muy importante porque ya estuvimos conversando con muchos deportistas el tema de la alimentación, entonces ¿también toman ustedes eso en cuenta?

Lo que tratamos es de terminar siempre el congresillo más que todo el triatlón, temprano, y a las 7:30PM terminar para que las personas puedan ir a cenar. La carrera arranca 6:30AM, entonces, en un triatleta es importante que pueda levantarse con hambre y poder comer antes la carrera temprano; o, si cenas 9 de la noche y te levantas a las 4:30 no tienes hambre, por más que quieras comer no vas a poder o no vas a poder ir al baño. No hemos tenido con hoteles que nos puedan ayudar; solamente alojamiento pero no con alimentación, es un poquito más complicado. Creo que todavía no llega a ese nivel acá en Ecuador, que te den la alimentación un día antes o el día de la carrera, pero, en otras partes si es así.

¿En qué otras partes?, disculpa.

Yo recién vengo de México y yo no alquile hotel sede, yo hice una reserva; pero mis amigos si llegaron a uno de los hoteles sedes Park Royal. Yo ya había viajado antes y tiene todo incluido entonces te levantabas de madrugada el día de la carrera el domingo y estaba ahí el buffet para desayunar. Esos son los beneficios ya tenías todas tus comidas.

Y en la organización de un evento deportivo futuro internacional como sería un caso acá: “los Ironman” ¿Considera usted implementar un punto de información turístico?

Claro, porque cuando digamos: Cozumel es súper qué turístico, es una isla inmensa a punta de taxi nos comen vivos los taxis, ¿qué fue lo que hicimos? lo mejor fue alquilar una moto con seguridad, con cuidado íbamos manejando la moto, pero igual nosotros decíamos: Okay Vámonos a Chankanaab, vámonos a bucear, vámonos a nadar a la playa de acá, vámonos a estás otras playas. En todos lados hay información de placer turístico, no solamente es la carrera del día siguiente, sino que días previos, o días después puedes salir a una discoteca, puedes irte a Mister Frog; o si te vas a Cancún puedes irte al Coco Bongo. Todas esas cosas se pueden hacer y también hay varios lugares digamos dependiendo del lugar y la época del frío y la playa puedes hacer avistamiento de ballenas.

Tipos de aves, aventura y turismo...

Claro, en Galápagos la mayoría de gente que va a ver avistamiento de aves llevan cámaras.



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

Nombre: Santiago Coral

Ocupación: Gerente General de la Empresa Enjoy Media Group

1. ¿Qué tipo de eventos deportivos ha organizado usted?

Hemos realizado algunos eventos deportivos, los principales que tenemos son de la carrera Glow 5k por seis años la hemos venido haciendo, es una carrera que se realiza para hacer un fondo benéfico para los niños de poca caña del cantón Samborondón, los participantes son más de tres mil personas, adicional a esa tenemos una carrera que se llama Reggae 5k que es en la playa es una carrera en la chocolatera, adicional hicimos una carrera para el malecón 2000 el año pasado que se llamaba bigote en honor al alcalde Jaime Nebot, de ahí hacemos otros eventos con empresas que tenga que ver con olimpiadas o ese tipo de cosas deportivas ya esto lo realizamos más privado.

En la carrera Glow tenemos seis años haciéndola empezamos con 700 personas ahora tenemos 3000 y lo interesante es que vienen de Santo Domingo, Cuenca, Machala, bastantes de Quito, Manta de Macas más o menos es la información que tengo levantada por lo que me escriben, pero viene bastante gente de otros lados, es más las

carreras importantes son en ciudades como Guayaquil y Quito ya que promueven un viaje para participar y conocer la ciudad.

2. ¿Cuáles fueron sus motivaciones principales para organizar eventos deportivos?

Realmente la motivación principal fue porque, mi hija quería levantar fondos para poder ayudar a los niños en navidad, fue una idea de mi hija y pensamos en algo pues mi familia es toda deportista y dijimos bueno, (te estoy hablando de hace 6 años que no había mucha carrera como ahora) y decidimos realizar esta carrera para recaudar fondos y de esta forma ya brindamos casi a 1500 niños en navidad regalando juguetes, es súper chévere la obra, aparte del tema es no solo de dar sino también de ayudar también es increíble el tema de fomentar el deporte, tengo gente que ha corrido en casi todas las carreras y nos escriben y nos dicen que increíble gracias esta fue mi primer carrera cambio mi vida, gracias a esa carrera ahora soy deportista, porque también hicimos que la carrera no sea igual, normalmente las carreras hacen que todo el mundo corra contra el tiempo y están más enfocadas al llegar a la competencia, en cambio estas carreras son muy alegres así como estilo de los 80 entonces el ambiente es todo de los 80 la gente disfrazada de los 80 y hay fiesta alrededor por ahí juegos, no solo vas hacer la carrera si no que vas con tus amigos, si no también mucha gente con este tipo de carreras ayudan a empezar, entonces gente que en su vida había corrido ni 1km es súper chévere porque cuando veo mi pc veo como la gente me escribe y dice mi vida cambio, una chica que me envió me dijo ustedes cambiaron mi vida yo no hacia deporte yo no me movía ni para cambiar de canal el televisor y ahora ya ha cambiado ha hecho un Ironman súper chévere.

3. ¿Qué le pareció la experiencia de organizar su primer evento deportivo?

Bueno como te digo lo importante del evento, como te digo un evento deportivo es de masas estas trabajando con bastante gentes, entonces debes trabajar con bastante seguridad, previo hacer un deporte deportivo como te digo por suerte soy deportista y he competido en carreras nacionales e internacionales entonces trate de juntar lo mejor de ambos lugares para poder de esta forma primero que nada brindar seguridad a la gente, osea es algo super importante para que no pase nada extra un inconveniente, que pueden pasar pero que obviamente debes evitarlo siempre que puedas tener ambulancia tener gente que esté dispuesta ayudar que la ruta sea la adecuada osea hay que cuidarse mucho. Yo he visto aveces muchas carreras que son muy rapidas o elaboradas sin pensar en los riesgos que pueden ser, hay gente en la carrera que corre siempre otros que corren más o menos o que por primera vez se va a lanzar y posiblemente para alguien 5k sea nada, como para ti 5k los vas a ver wow, si, entonces debes cuidarte con el tema de la hidratación, la distancia, que tipo de gente tener, es súper importante porque la gente de lanza cosas por novelería y pueden pasar muchas cosas entonces se deben cuidar el deportista, y eso es lo que nosotros tratamos de hacer fomentar el runner de una forma interesante entretenida pero siempre cuidando al deportista.

4. ¿Cuáles son las cosas que coordina antes de realizar un evento deportivo?

Primero como te decía la seguridad, segundo como te decía la ruta no te imaginas cuantas veces corres la ruta, la haces en bicicleta en moto, corriendo en todo para justamente evitar cualquier cosa accidente cualquier tema, parece tan tonto pero a veces en la calle hay cosas huecos. Normalmente cuando tu estas corriendo estas

carreras corres alrededor de cientos de personas, tú no tienes tiempo de estar revisando el suelo, cuando tu entrenas tú ves la ruta porque vas solo puedes ver, cuando estas en estas carreras no ves, no tienes como ver el piso, entonces es super importante en estas carreras analizas primero que nada la ruta para que no se pudan tropezar y si hay alguna cosa tienes que ver para ese día arreglarlo o poner alguna señal para que la gente sepa, la señalética es súper importante, el tema de seguridad, de ambulancia, los permisos con la comisión de tránsito o con la ATM dependiendo de donde sea el lugar el tema de los bomberos, el municipio, todo tienes que sacar, la cuestión cuando hagas esto debes tener todo en regla, ósea como te digo aquí no hay nada empírico que yo digo hago las cosas y veo que pasa no, tienes que saber que hay gente que no solo va a correr si no a ver, tienes deferentes personas que van hacer diferentes cosas actividades, depende del horario, si son las carreras en le día debes estar pendiente del sol si es en la noche debes pensar en el tema de la luz y seguridad, depende mucho de esas cosas.

5. ¿Qué aspectos toma en cuenta para promocionar un evento deportivo?

Primero que nada vemos que está buscando el consumidor, como que producto es el que están queriendo, cual es la demanda del consumidor y buscar carreras divertidas entretenidas, que no solo hagan 5k sino que vayan a pasarla bien a disfrutar, en nuestro caso lo que buscamos es eso no, si la demanda es esa realizar la demanda para el consumidor de esa forma, una cosa que nosotros hacemos es fomentar el deporte y también levantar fondos para los regalos, pero ni siquiera lo comentamos porque la gente que no le interesa, entonces dijimos no es más fácil que nuestra comunicación que venga a pasarla bien a disfrutarla, sin embargo a veces lo mencionamos ya en el lugar del evento porque como te digo, muchas veces cuando la gente ve cosas benéficas dicen, ahh eso está mal organizado o ahh eso debe ser turro, lastimosamente en nuestro país todavía hay esa mentalidad eso es lo que yo pienso lo que percibo. Al final posteamos un video con lo que se realizó en la carrera. la gente dice esa carrera es benéfica uhh no eso está mal organizado.

6. ¿Cuál es el factor diferenciador de los eventos deportivos que usted realiza?

Bueno el factor diferenciador de nuestras carreras que nosotros hacemos es buscar siempre un concepto, te pongo un ejemplo el año pasado fue de los 80, después Halloween otra fue el tema del reggae que como te digo fue tipo Bob Marley y todo ese tipo de cosas, siempre buscamos tener algo diferenciador, no que sea una carrera más, nuestras camisetas son diferentes el año pasado hicimos de súper héroes de mostros este año hicimos de otras cosas de Grow te pintan la cara, como te indique buscamos que las personas no vayan solo a la carrera si no que te diviertas con tu familia, amigos mira la carrera empieza a las 8:00 y la gente va a las 6:00 de la tarde porque saben lo que hay, este año el dj lo disfrazamos de Mario Bross la gente se divierte, hicimos un calentamiento previo divertido con música, la pasamos bien es algo diferente realmente.

7. ¿Considera usted que la relación precio/calidad es relativo para los competidores y asistentes de un evento deportivo? ¿porque?

Realmente en Ecuador el precio es muy barato, muy muy barato ehh las carreras básicamente por lo que pagas te cubren el costo de la carrera y nosotros como promotores de estos eventos necesitamos de anunciantes si no fuera por ellos no sería rentable la carrera, un tipo de carrera en el mundo está alrededor de veinticinco dólares

o treinta dólares que aquí la gente no está dispuesta a pagar la gente paga diez, quince máximo veinte, pero más de eso la gente no está dispuesta a pagar, no se dan cuenta el tema de todo atrás, es más una de las cosas de los errores de aquí es que a alguien se le ocurrió la maravillosa idea de dar la camiseta para la carrera y ahora todas las carreras deben dar camisetas y es un costo altísimo para el promotor pero ya no lo puedes quietar pero en todo caso yo he corrido la maratón de Miami, Buenos Aires, Lima, San Diego y nadie te da camiseta, imagínate una carrera que cuesta noventa dólares y no te dan la camiseta y la gente aquí paga quince y quiere la camiseta, ese tipo de cosas complica mucho al promotor de los eventos de aquí, realmente en estos casos los ingreso que da la gente por el evento llevan solo a cubrir los costos de la carrera, si no fueran por los anunciantes las carreras no se podrían dar, este años muchos eventos deportivos han caído por el tema de la crisis del país. Porque los anunciantes no están participando en estos tipos de eventos porque no tienen dinero.

8. ¿Tomó en cuenta los atractivos turísticos de los lugares en donde realizó eventos deportivos?

Si, en el caso de reggae la hicimos en la playa en la chocolatera justamente ahí lo que buscamos fue fomentar este tema del malecón que había hecho el gobierno el malecón ya que este lugar tiene una caída de sol espectacular en Samborondon la hicimos dentro de Mocoli para que la gente conozca Mocoli con el apoyo del municipio de Samborondon, ahora la hicimos en la entrada de ciudad celeste que esta nueva para que conozcan la ciclo vía, siempre buscamos que las personas vean cosas en diferentes lugares de la ciudad.

9. ¿Cuándo organiza un evento deportivo que preocupaciones tiene antes, durante y después?

Uh cualquier cantidad, las primeras preocupaciones son el tema de los anunciantes es lo más importante porque sin anunciantes como te digo no hay evento, de hay tienes el tema de la ruta que la ruta sea viable para todos, para que la masa pueda tranquilamente correr sin problema, estamos hablando que por casi 3k la gente corre junta, de ahí el tema de la seguridad como te decía todo el tema de salud ambulancia, post evento que no pasara nada, que todo este perfecto, que no hubo ningún herido, una de las cosas que más detesto de las carreras y que a veces pasa en unas que he competido es que nadie limpia, porque la gente bota normal, la funda el vaso no puedes llevarlo consigo, nosotros dejamos limpia la ciudad no tenemos problemas por eso hemos hecho bastantes carreras.

10. ¿Qué problemas frecuentes se presentan al momento de organizar un evento deportivo en otra ciudad?

Los principales que tenemos son el tema de cerrar las avenidas, porque lastimosamente en Ecuador no le damos espacio al deporte como debería dársele, en otras ciudades del mundo una competencia las prioridades las tienen los competidores, aquí no la prioridad la tienen los vehículos, entonces es impresionante como los carros saben que está cerrado que hay vallas pero te tiran el carro no les interesa la gente lastimosamente no tiene esa cultura deportiva todavía, ni las autoridades tienen cultura deportiva, aún falta muchísimo por fomentar, en nuestro país el deporte une, cambia mentalidades, ayuda a quitar vicios a la gente y esa mentalidad todavía estamos muchos años luz de

otros países ejemplo he competido en otras maratones de otras partes del mundo y la maratón para la ciudad y que pena, y la gente de Nueva York sabe que las calles esta cerradas y tu vez la gente de Nueva York y están bien, yo sé que por cinco o seis horas va a estar cerrada mi calle pero puedo salir caminando o planifico, yo lo hago porque es por mi ciudad que estamos fomentando el deporte, aquí no es más, nos dicen no comuniquen mucho porque van a venir a quejarse al municipio que como es posible que vamos hacer una carrera que yo quiero salir de mi casa, la gente tira los carros no hay cultura deportiva lastimosamente, no te voy a decir que es todo el mundo pero existe una falta de cultura en autoridades y en las personas por fomentar el deporte. Quito tiene muchas más culturas deportivas y cuenca para hacer competencias sí.

11. ¿Cuáles serían los principales motivos por el cual usted desistiría organizar un evento deportivo en otra ciudad?

Si no cuento con el apoyo del municipio sea el municipio que sea, si no existe el apoyo de la autoridad, de la comisión de tránsito de la ATM de lo que sea, la carrera no va a funcionar, tienes que tener siempre el apoyo de ellos, no se puede hacer sin su apoyo, y eso pasa muchas veces que quieres hacer un evento y muchas veces, te dicen a bueno veras es su responsabilidad y no pues eso no puede ser, como te digo falta fomentar mucho el deporte en esta ciudad o en este país.

12. ¿Cuál cree usted que es el impacto social que tienen los eventos deportivos? ¿Qué tan importante son para usted?

Como te decía hace un rato los eventos deportivos tienen un impacto social increíble, solo te digo algo tu eres de la generación de todo lo puede de somos los mejores y podemos hacerlo, verdad. Tú eres de la generación colombiana ganadora de que somos más de que si podemos, que si jugamos contra alguien mas no nos importa, podemos salir a ganar sin miedo. Tus padres no fueron así, en Ecuador cambio mucho la mentalidad deportiva post mundial y el mundial hizo que todos los mismo deportes sigan también el mismo patín en crecimiento, post mundial la gente se dio cuenta de que si se puede de que somos iguales, que podemos estar en un mundial y eso paso en los deportes, la gente comenzó a decir yo sí puedo hacer deporte si lo puedo lograr, hacer carreras o crossfit donde sea, donde tu quiera.

Tú mides un país de acuerdo al nivel de su deporte mira las potencias económicamente hablando como China y Estados Unidos, cuales son los países que más medallas ganan, China y Estados Unidos también están los deportistas de la unión soviética, el deporte te mide un país, los alemanes siempre llegan a las finales en todos los deportes porque han vivido guerras y otras cosas que hacen que el deportista nazca con el siempre puedo ir hasta el final que no me voy a dejar vencer.

En Ecuador el deporte ayuda a cambiar la mentalidad, si lo podemos lograr deja los vicios crear más hábitos, amistades, la gente está más alegre, el deporte es lo que mueve un país.

13. ¿Usted ha organizado eventos deportivos con fines benéficos?

Nosotros solamente la Glow es nuestro bonos para la comunidad es lo que nosotros pensamos como empresa, esa carrera está dirigida para poder colaborar a la comunidad

14. ¿Qué considera que le hace falta a la organización de eventos deportivos en Guayaquil?

Uno es como te decía es la falta de apoyo de la autoridad, hay muchísima falta de apoyo, otro posiblemente sea tener un lugar donde se pueda fomentar el deporte en difusión, capaz los medios ayuden más a difundir los deportes.

**15. ¿Qué tipo de servicios complementarios brinda en sus eventos deportivos?
¿Cuáles le gustaría brindar en próximos eventos?**

Básicamente que la gente pase un momento agradable, que usen prendas distintas, hidratación este año tuvimos pizza, medallas, frutas poco más y este años salías regalado, es parte de la carrera para que te sientas como un campeón, es más todos reciben su medalla.

16. En la organización de un futuro evento deportivo internacional ¿consideraría usted implementar un punto de información turística?

Sabes que no lo he pensado, pero me parece chévere cuando hicimos en salinas fomentamos un poco más el lugar, nos asociamos con un hotel pero no como se debería haber hecho.



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

Nombre: Darwin García

Ocupación: Director de deportes y recreación del Guayaquil tenis club

Introducción del entrevistado

Nosotros realizamos alrededor de 70 eventos, este año cerramos con 52 actividades deportivas, alrededor de 14 son externas; torneos de copa como cosac, challenger y copa Davis que son torneos macros que se realiza y que tienen participación directa en Guayaquil en el tenis Club. En el torneo challenger vienen tenistas destacados en el ranking mundial, lo mismo en copa Davis tenemos torneos ITF que son avalados por la federación internacional de tenis que también son torneos internacionales y nosotros tenemos que organizar una serie de requerimientos, según la proyección hay que hacer un v(b)g que nosotros llamamos a todo lo que tiene que ver con la organización, infraestructura, logística, desarrollo, etc.

Bueno soy Darwin García, soy el director de deportes y recreación del Guayaquil tenis club,

1. ¿Qué tipo de eventos deportivos ha organizado usted?

Eventos deportivos como: tenis, futbol, natación, box, artes marciales múltiples, beach tenis.

2. ¿Cuáles fueron sus motivaciones principales para organizar eventos deportivos?

Nosotros tenemos una academia de cada una de las actividades que les mencioné anteriormente, lo que nos motiva definitivamente es que nuestros chicos sigan

formándose y que esto los motive, los impulse a ser deportistas destacados de elite que puedan alcanzar objetivos tanto nacionales como internacionales y posicionarse en los primeros lugares que por tradición Guayaquil tenis club lo ha hecho en cada una de sus disciplinas.

3. ¿Qué le pareció la experiencia de organizar su primer evento deportivo?

Definitivamente fue con muchas nervios, pero a la vez una vez que se realizó el eventos los resultados fueron muy satisfactorios nos dejó muchas alegrías de haber cumplido los objetivos, de haber tenido mucho éxito entonces esto obviamente nos motiva a seguir creciendo, y obviamente cada vez que realizamos un evento por más bien que nos salga el siguiente evento nos exige que tiene que ser el mejor.

4. ¿Cuáles son las cosas que coordina antes de realizar un evento deportivo?

Definitivamente tiene que ver la parte económica ver el presupuesto que se cuenta para realizar un evento deportivo entonces es la parte elemental, ver el tema de los recursos, como se van a obtener los recursos, que aportaciones tiene es muy importante, es la parte elemental. Definitivamente la proyección hay que hacer un bg cuantas personas se inscriben que se tiene que previsto el alcance del torneo en donde quiere llegar que quiero realizar. Es así como inicialmente se planifica un evento.

5. Usualmente cuando ustedes invitan a estos tenistas que son personas de elite ustedes incluyen hospedaje y alimentación o corre por cuenta de ellos?

Bueno el club tiene convenio con cadenas de hoteles que solo lo hace el departamento de mercadeo y obviamente la misma naturaleza de la actividad de club en este caso el deseo de ciertas cadenas de tener presencia en el club obviamente a ellos lo motiva a dar unos beneficios para nuestros invitados y para nuestros socios entonces nosotros lo que hacemos cuando vienen tenista internacionales buscamos una buena oferta negociamos un buen descuento para que ellos puedan obviamente si se obtiene algún tipo de canje o convenio lo aplicamos al 100 % para que ellos puedan disfrutar de un hospedaje capaz que tiene que cubrir una cantidad mínima, a veces vienen delegación que vienen a través de federaciones y esas federaciones se encargan de cubrir los gastos de hospedaje y aéreo, también contribuyen con lo que es alimentación de manera cómo te comente a través de los convenios.

6. ¿Qué aspectos toma en cuenta para promocionar un evento deportivo?

Bueno son varios muchos aspectos que tienen que ver con el marco del público que va a pisar el evento, el tipo de evento que vamos a realizar. El tipo de actividad deportiva que se va a realizar en este caso en un torneo de tenis tenemos que ver que las canchas ue exigencias tenemos en este caso en el organismo que regula al torneo que cumpla con las exigencias vigas de cancha, avales, si es un torneo de natación igual, verdad toda la logística, escenografía, escenario deportivo en el que se va a realizar. Depende mucho de la actividad que se vaya a realizar.

7. ¿Cuál es el factor diferenciador de los eventos deportivos que usted realiza?

Bueno por referencia el Guayaquil tenis club se ha destacado por sus eventos deportivos entonces otros clubes tienen la confianza de que cuando vienen al Guayaquil tenis club se van a encontrar con un evento de calidad entonces nos vemos obligados a ofrecer a nuestros invitados a nuestros deportistas toda el contingente que necesiten para que ellos se sientan cómodos y puedan participar tranquilos en los eventos que los invitamos.

8. ¿Considera usted que la relación precio/calidad es relativo para los competidores y asistentes de un evento deportivo? ¿Porque?

Si, indudablemente. Todo depende también del grado del torneo la calificación al evento deportivo que se vaya a realizar si es un torneo oficial, si es un torneo en caso de tenis porque hay un torneo de los chicos que se están iniciando necesitan tener puntaje para tener un inicio a nivel de puntuación a nivel internacional definitivamente que si la parte económica es elemental en este caso en un tenista tienen que tener un estado económico que le permita poder participar en torneos deportivos si no puede avanzar en este deporte tan competitivo y exigente que es el tenis, en el caso de la natación igual porque si necesita crecer definitivamente necesita salir al exterior en ocasiones, tiene que viajar y para eso necesita tener recursos

9. ¿Tomó en cuenta los atractivos turísticos de los lugares en donde realizó eventos deportivos?

Por supuesto, de hecho cuando tenemos torneos internacionales, con agencias de viajes hacemos una especie de convenio para que ellos le ofrezcan paquetes que le permitan conocer la ciudad que les permitan conocer sectores turísticos de la ciudad y de hecho nosotros también aprovechamos para meterlos más en el equipo.

10. ¿Cuándo organiza un evento deportivo que preocupaciones tiene antes, durante y después?

Antes definitivamente es la logística que todo este perfecto cumpliendo con las normas requerimientos del organismo que regula durante estar pendiente del contingente necesario para no tener ningún tipo de inconveniente o obstrucción, o si existe poder remediarlo de manera inmediata. Por ejemplo si es un evento oficial tiene que tener ambulancia paramédicos todo tipo de contingente que se necesite para alguna eventualidad posterior nos queda en ocasiones la preocupación que mas que preocupación es la necesidad de proyectarse inmediatamente para el siguiente año o para el siguiente evento que vamos a realizar como lo vamos a hacer y que tenemos que mejorar que podemos hacer mejor.

11. ¿Qué problemas frecuentes se presentan al momento de organizar un evento deportivo en otra ciudad?

La verdad que actualmente nuestro mercado local la parte que más se complica en ocasiones es la parte económica, muchas veces la disponibilidad de recursos los auspiciantes no están en las mismas condiciones que años anteriores entonces ahora tienen que hacer una multiplicación de auspiciantes para poder alcanzar un objetivo que anteriormente lo conseguías con menos auspicios entonces ahora hay mucha mayor gestión hay que hacer más gestión hay que aprovechar más los recursos para poder alcanzar los objetivos

12. ¿Cuáles serían los principales motivos por el cual usted desistiría organizar un evento deportivo en otra ciudad?

Las condiciones climáticas y el riesgo que pueda tener para realizar un evento deportivo en este caso nuestros eventos han sido bien proyectados, no hemos tenidos que aplazar un evento.

13. ¿Cuál cree usted que es el impacto social que tienen los eventos deportivos? ¿Qué tan importante son para usted?

Indudablemente, por supuesto como lo indicaba anteriormente nosotros los torneos que por tradición se han hecho en la ciudad y que afortunadamente se han hecho en el Guayaquil tenis club, han sido torneos que no se los han vuelto a realizar en la ciudad como el caso de copa Davis que es un torneo que al momento que se va a realizar o un challenger que al momento que se va a realizar en la ciudad de Guayaquil la sociedad de Guayaquileña sabe que es en el Guayaquil tenis Club entonces lo tienen claramente identificado.

14. ¿Usted ha organizado eventos deportivos con fines benéficos?

Por supuesto, Claro que si. Lo hemos hecho para facetar, hicimos un evento deportivo en el año 2016 del terremoto, carrera 5k con fines obviamente para los damnificados. Tuvimos muy buena respuesta de la sociedad guayaquileña y de nuestros socios especialmente.

15. ¿Qué considera que le hace falta a la organización de eventos deportivos en Guayaquil?

La disponibilidad de las instalaciones que cumplan con las normas y estándares de calidad que exigen los organismo reguladores internacionales, son muy exigentes en tenis muchas veces no tienen la disponibilidad de recursos, aunque en Quito, Cuenca y Manta cumplen definitivamente con este tipo de exigencias y ellos están haciendo también eventos deportivos.

16. ¿Qué tipo de servicios complementarios brinda en sus eventos deportivos? ¿Cuáles le gustaría brindar en próximos eventos?

Bueno nosotros el servicio que los servicios en caso de un deportista aparte de la hospitalidad que le ofrece el club tenemos servicios complementarios como piscina deportiva, las terapias neuromuscular, masajes descontracturante todo lo que necesitan aparte todo lo que tiene que ver con la alimentación, transporte, entonces es básicamente lo que le ofrecemos a un extranjero cuando viene.

17. En la organización de un futuro evento deportivo internacional ¿consideraría usted implementar un punto de información turística?

Lo hemos hecho si con nuestros auspiciantes, por medio de las alianzas estratégicas que hemos hecho.



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

Nombre: Teddy Madero

Ocupación: Dueño de Box – Interative Trainning

1. ¿Qué tipo de eventos deportivos ha organizado usted?

He organizado tres eventos, dos de ellos fueron bajo mi guía completamente porque fue una competencia interna en los que solo pudieron competir mis alumnos, se realizó

otro que fue en conjunto con el coach Christopher con el objetivo de recaudar fondos para un viaje a México, esta competencia fue mucho más demandante, trabajo, logística y administración. Los dos primeros fueron pesados ya que uno como organizador tienes que tener presente que producto vas a darle a tus alumnos, que es lo que buscas en una competencia, fuera de llevarse una experiencia es poner a prueba que todo tu trabajo como coach está reflejado en un día; que ellos compitan, que se animen a competir, que sientan la seguridad, no cualquiera compite algunos ponen pretextos. Uno como organizador tiene que tener claro a qué tipo de atleta o alumno se va a dirigir. Como coach como dueño de box tiene que tratar de mandar el mensaje a todos, existen varias categorías: principiantes, intermedio más de 6 meses o unos años y categoría avanzada para todos los que tienen las habilidades y movimientos.

2. ¿Cuáles fueron sus motivaciones principales para organizar eventos deportivos?

Primero que nada como acabe de decirte una muestra de agradecimiento, que mi enseñanza ha tenido sus frutos y yo le enseñé a mis alumnos a caminar de manos, pararse de cabeza, hacer un burpee ya saben hacerlo a tal punto de seguridad de hacerlo que ya compiten, fuera de eso es un mensaje de comunidad, normalmente hacemos competencia para que la gente venga traiga a sus amigos, pasen un momento ameno en familia. Tus amigos, familiares te vienen apoyar, alentar. Y para que haya un efecto cadena que las demás personas que no han tenido la oportunidad de competir o entrenan crossfit se animen lo vean como un empuje que vean en fotos lo que sus compañeros hacen, esa es la primera motivación fuera del lucro

3. ¿Qué le pareció la experiencia de organizar su primer evento deportivo?

Estresante, toma mucho tiempo no se puede hacer en un mes. Empezando por la logística tienes que primero tener un número fijo de cuanto es el mínimo de atletas que se puede inscribir, una vez que ya se tenga una cantidad de atletas hay que analizar que ejercicios poner en la competencia que beneficien a todos y no solo a uno, de ahí se tiene que ver de dónde se saca el dinero para dar los premios, que se dará en una competencia: camisetas, gorra o solo se entrega medalla, regalos, auspiciantes un dato importante todos los auspiciantes en este medio trabajan por medio de canje, de los tres eventos realizados en los dos primeros no se permitió que el auspiciante de canje, en el tercero que fue el evento más grande si se lo permitió ya que fueron más de 500 personas que asistieron. En esa competencia estuve a cargo de las instalaciones quien podía entrar y quién no. Un restaurante pago auspicio les fue muy bien, mientras que los otros auspiciantes un día antes al ver que el número de asistentes era de 200 comenzaron a llamar pero les dije que no, porque no puede denigrar el trabajo de la organización de este tipo de competencias y a los alumnos dándoles un canje, porque los competidores de elite no viven de un canje, ellos van por un premio monetario.

4. ¿Cuáles son las cosas que coordina antes de realizar un evento deportivo?

En primer lugar los jueces, quien va a estar a cargo de las personas que van a competir. Cuantas personas van a salir por hora o por hit. Por ejemplo salen 6 competidores se necesitan 6 jueces. La diferencia entre una competencia buena y una mediocre tiene que ver mucho en los jueces, es muy irresponsable de mi parte decirle a un alumno que haga de juez, se tiene que conseguir mínimo coaches que son los que saben de

todos los movimientos, faltas entre otros. Para con eso dar un buen espectáculo, en el que la gente sepa que el que está dirigiendo la competencia es una persona experimentada en el deporte, el personal cuando se termina el hit se tiene que tener personas que se encarguen de mover las barras, los discos, pesos y armen las nuevas estaciones. Estar atentos a la hidratación de cada competidor, un stand de terapia física dándole masajes a los competidores, música el Dj que exista buen sonido una música que te prenda, hay competidores que dependen de la música pueden bajar el ritmo o aumentar dependiendo del tipo de música.

Han solicitado la presencia de una ambulancia?

En el tercer evento realizado si se puso un área de médicos con un enfermero, terapeutas físicos y un doctor, él era alumno de aquí y tenía contacto con una ambulancia, en las dos primeras no existió ambulancia pero si conto con un área de médicos.

5. ¿Qué aspectos toma en cuenta para promocionar un evento deportivo?

Primero hasta dónde quieres llegar, cuantas personas quieres tener porque si rompe tu límite se hace una desorganización fatal, no puedes controlar tu evento, muchas personas, desconcentración, bulla, entre otros factores. Entonces es primordial poner un límite, por un lado dejando un poco de lado lo monetario, dando un buen espectáculo. Algo que salga bien siempre y cuando contando con un personal o analizando el espacio. Para que se pueda disfrutar de las instalaciones, equipos de los jueces, de hidratación, de una buena organización

6. ¿Cuál es el factor diferenciador de los eventos deportivos que usted realiza?

La experiencia, los que tienen mayor experiencia tienen mayor contactos, consiguen mejores auspiciantes y mejores premios, nosotros nos basamos en competencias internas, hacerla un evento más grande es más complicado se tiene que tener una publicidad fuerte, un diseñador gráfico, un community Management que maneje las redes que postee fotos cada tres horas, hit, imágenes de competencia, precios, todo eso requiere de un personal no se puede hacerlo todo solo, no te da el tiempo, hay que delegar responsabilidades

7. ¿Considera usted que la relación precio/calidad es relativo para los competidores y asistentes de un evento deportivo? ¿porque?

Son dos preguntas diferentes una es pagar para competir y otra pagar para ver, ese lujo se lo pueden dar los que tienen experiencia. Hay Cross que organizan eventos a nivel nacional en el centro de convenciones pero para realizar un evento ahí se necesita un personal amplio porque alquilar el centro cuesta. Para asistir al evento como espectador tiene un valor de \$5 a \$10 no es mucho, ahora para entrar como competidor los precios varían. La persona que organiza el espectáculo lo ve con fines de lucro bien fuerte de \$25 - \$30 para darte una camiseta y de premio un souvenir o unas calleras o muñequeras eso de ahí se puede cubrir durante tu campaña de publicidad. En la última competencia logre conseguir el auspicio de SONY y dimos tres celulares sortear, entonces ahí el precio de la entrada ya sube y más eso hubieron premios de la misma marca para los participantes, cuando se consiguen auspicios así se puede cobrar un precio elevado, pero todo se basa en experiencias, como organizador de eventos este

año hubieron demasiadas. Qué pasa cuando existen muchas competencias la gente gasta y gasta cuando lo puedes invertir en otra cosa, mi punto de vista es ponerse de acuerdo con varios boxes y organizar una sola competencia con un buen espectáculo, pero de repente cada una saca tres competencias al año, se está hablando de 15 a 20 al año, pero omitiendo lo que es el espectáculo y apuesta por el bien de lucrarse, el evento que organizamos incluyo camiseta, medalla, proteína, audífonos por el evento no fue con fines de lucro, sino para que los chicos ganaran más experiencia entre sus compañeros.

8. ¿Tomó en cuenta los atractivos turísticos de los lugares en donde realizó eventos deportivos?

Si me lo han propuesto, pero es muy estresante hay que tener un buen personal honesto que te ayude, por ejemplo a un evento que fui los jueces se iban, se cansaron en donde yo competí, tuve que buscar un juez porque no había entonces es muy complicado, tienes que ver que mientras uno habla con auspiciantes, otro tiene que ver local, otro sacar los permisos, otro se encarga de suvenires, publicidad e imagen, logo, redes sociales todo eso está en la organización y si se cuenta con un buen capital tú te puedes dar el lujo de invertir y esperar hasta lo último poder recuperar lo invertido, pero también tiene su contra no recuperar el capital no me ha pasado pero lo he visto, en lo personal ese es el motivo, hay personas que si les gusta y tienen las conexiones para hacerlo. Todo depende de logística y que llame la atención, en el último evento realizado planeo el factor sorpresa una prueba nueva con unos equipos totalmente innovados, hay se ve la adrenalina algo nuevo que engancho a las personas que la gente quedo impactada.

9. ¿Cuándo organiza un evento deportivo que preocupaciones tiene antes, durante y después?

Antes que los auspiciantes, música, hidratación, jueces lleguen que salga todo como está planeado, durante que no pase nada grave como alguna emergencia clínica, inseguridad y después la celebración que se lleve todo en un final de altura, pero el más importante para mí es en el durante que no pase nada fuera de lo normal.

En las competencias por lo general no son honestos existen competidores de elite que se bajan de categoría para asegurar un premio porque lo ven desde un punto de vista de lucrarse, cuando no debería ser así. En mi caso yo conozco mis alumnos y se en que categoría asignarlos. Existen un evento que realizan un precalificatorio que se llama open en el cual los mejores pasan entonces hay ya se va descartando quienes son los que deben o no deben ir a la competencia

10. ¿Qué problemas frecuentes se presentan al momento de organizar un evento deportivo en otra ciudad?

Los permisos son uno de los principales inconvenientes, al momento de buscar un lugar debes observar que cuente con todos los permisos necesarios para el evento, no puedes ir al malecón, escuela, vía pública, parque porque todos esos lugares requieren permisos. Pero si el lugar es un coliseo de una universidad se hace fácil de adquirirlo porque ellos ya cuenta con permisos para cualquier evento, uno ya directo a proponer evento y que lo admitan.

11. ¿Cuáles serían los principales motivos por el cual usted desistiría organizar un evento deportivo en otra ciudad?

Si no se cumple el número de estimado de asistentes al evento se cancela o se lo aplaza para que no genere un gran impacto, no todos los competidores cuentan con el valor de inscripción.

La principal motivación de un participante es el instinto de competir, de mostrar sus capacidades físicas, el motivo de sentirse mejor que el otro.

El premio económico llama más la atención, para que los competidores asistan a un evento, porque si tu asistes a un evento donde ves grandes auspiciantes, grandes premios tienes que prepararte con anticipación y prepararse no significa entrenar, prepararse significa comer bien “no existe un atleta sin suplementos” ese concepto de que las proteínas es droga es un mito, adquirir zapatos, cuerdas, alimentos eso es un gasto no solo físico sino monetario que esperas recuperarlo en la competencia.

12. ¿Cuál cree usted que es el impacto social que tienen los eventos deportivos?

Existen dos impactos el económico y para el deportista el impacto físico, en el caso del box el competidor se denigra al estar dos o tres competencias al año porque ese es un mensaje de decir no tengo plata, tengo que ir a una competencia,

13. ¿Qué tan importante son para usted?

esto incentiva mucho a la práctica del deporte porque haces amistades

14. ¿Usted ha organizado eventos deportivos con fines benéficos?

Eventos no, pero si hemos recaudado fondos, se lo hizo cuando hubo el terremoto entre todos se recogió cosas nuevas o usadas para así poder donarlas y ahora pedimos que donen cosas para regalar a los niños de la calle, no evento porque se necesita capital y en caso que se haga totalmente benéfico hay que asegurar el presupuesto de los auspiciante para que así tenga realce

15. ¿Qué considera que le hace falta a la organización de eventos deportivos en Guayaquil?

Un poco más de control al momento de diferencias las categorías para que no exista el inconveniente y sea más justo. Dejar de aceptar los canjes por partes de los auspiciantes que es mejor recibir el dinero porque eso puede formar parte de premio para el competidor

16. ¿Qué tipo de servicios complementarios brinda en sus eventos deportivos? ¿Cuáles le gustaría brindar en próximos eventos?

Se da como servicios complementarios los masajes terapéuticos, alimentación, oportunidad para que los microempresarios o emprendedores tengan la oportunidad de mostrar su producto sanos.

17. En la organización de un futuro evento deportivo internacional ¿consideraría usted implementar un punto de información turística?

Nunca lo he pensado pero si se podría hacer, porque nadie me lo ha propuesto.

Apéndice 16. Transcripción entrevistas realizadas a los turistas activos (deportistas)



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

Nombre: Pedro Nuques / Deportista

Ocupación: Propietario T3, Couch de triatlón y deportista

Disciplina: Triatlon

1. En cuántas competencias usted ha participado aproximadamente como triatleta?

Yo he participado en más de 40 competencias y a nivel internacional, desde los 18 años empecé a viajar y ya tengo 35 y no he parado. Todos los años he viajado, habido veces que he competido 4 veces afuera, 3 veces afuera y este año sólo una vez. Tengo un promedio de 40 carreras internacionales.

2. ¿Cuáles fueron sus motivaciones para participar en estos eventos?

Siempre me gustó hacer deporte, pero, también me gustaría conocer la cultura en otras partes. El pretexto es la carrera y conocer es en realidad lo que uno quiere.

El principal motivo ¿sería?

Exacto.

3. Cuáles serían las cosas que coordina antes de ir a participar a un evento deportivo en otra ciudad?

Bueno en realidad para empezar a entrenar lo primero que se hace es conocer la “alquimiotria”, conocer las rutas, conocer el clima. Después de eso ver qué tan lejos estamos del Hotel sede, o algo que quede cerca del hotel sede, para poder alquilar un departamento o un hotel; qué tan lejos es el aeropuerto, si es bueno alquilar carros, taxis o ahora Uber o en metro también. Todas esas cosas vemos.

4. Qué aspectos toma en cuenta de los servicios o productos que adquiere antes de ir a participar a un evento?

Bueno la mayoría de todos los eventos de triatlón te dan lo mismo, el mismo kit casi siempre te dan, lo que varía es el lugar. Más que nada, es ir a competir a otro lugar. Lo que te dan ellos es casi idéntico en todos lados siempre te cambian la mochila o una gorra, te dan algún tipo de medalla pero uno lo hace como que... más que nada estás carreras por reconocimiento.

¿Por reconocimiento personal?

Exacto.

5. ¿Considera usted que la relación precio-calidad relativo al momento de pagar por el servicio?

Claro porque si tú ya te pegas tremendo viaje quieres que sea perfecto. Nos hemos ido a Galápagos que es precioso, la carrera es hermosa; a mí nunca me ha tocado pagar porque siempre fui invitado, pero, aun así invitado igual hacia problema porque las premiaciones no eran de acuerdo a lo que habían cobrado en las inscripciones. Estaban casi igual que una carrera internacional \$250 para arriba, no era gratificante subirse al podio haberlo ganado y esforzado tanto para que no nos den los producto del auspiciante. O sea, “Claro” el auspiciante, no te da un celular te da una gorra y una toalla que diga: “Claro” eso como que no te llenaba.

Entonces es primordial al momento de terminar la carrera que los competidores que literalmente que compitieron y que quisieron ganar se lleven premios que los llene. Pero en el otro lado “IronMan” en cambio ese es reconocimiento, porque “IronMan” te da un trofeo o antes era una medalla y nada más. Y costaba el triple la inscripción, eso nomás es nombre. Pero en cambio hay otras carreras que tienen buenos premios. Entonces acá tenemos dos variantes por decirlo así; la primera que se compite por prestigio, y la otra se compite por querer ganar algo.

Si, hay mucha gente que es atleta profesional su vida es buscar carreras; todos los fines de semana hacen una carrera y cobran cobran cobran y a veces tienen más que un sueldo básico o tres sueldos básicos qué se lo pueden ganar en un mes, en 8 carreras. Hay gente que lo hace más por prestigio, ya es diferente.

Exacto.

Se ven como mercados diferentes. Usualmente veo que la gente, los “IronMan” si bien es cierto si hay personas que lo hacen no sólo por prestigio, sino también por dinero u otras cosas aquí. Pero, si hay mucho empresario que busca distraerse y practicar en esto.

Sí, claro lo toman como un estilo de vida. Viajar, hacer deporte, Club Social como te dije un grupo social; más que nada viajar a todo el mundo le gusta viajar.

6. De todas las competencias en las que ha participado ¿Cuáles han sido sus peores experiencias?

¡Quedarme del vuelo! me ha tocado quedarme del vuelo, me he equivocado sabía que me regresaba tal día, pero, no la misma hora. La otra vez me tocaba regresaba el día siguiente de la carrera y no llegue al aeropuerto...dos veces me ha pasado eso de quedarme del vuelo. Me tocaba comprar pasaje de nuevo para poder regresar.

Eso sería en el ámbito transporte ¿y en el ámbito de las carreras?

Pinchar en un evento, eso sí es bien feo; que te toque estar súper que preparado y se te dañe la bicicleta.

7. ¿Que considera usted que pudo ahorrarse en tiempo, esfuerzo o dinero al momento de participar en el evento?

¿Tiempo, esfuerzo y dinero? Bueno, cuando uno no conoce la ciudad y no averigua, a veces va restaurantes que son muy caros; cada comida fuera son 40 dólares, más a uno que no está acostumbrado aquí en Ecuador. A veces uno no sabe dónde llegar y alquila mal el hotel, está muy lejos y le toca alquilar también un carro y todas esas cosas; por eso es bueno preguntarle a alguien que ya ha viajado a ese sitio para que nos pueda asesorar, que error no cometer.

8. Cuando decidió ser partícipe de estos eventos deportivos ¿tuvo conocimiento de las actividades turísticas que se pudieron realizar?

Sí y no. En unos sitios, más que nada de playa sí se busca algo que hacer después; pero hay otros que son fríos como Arizona que hace frío, más que nada pasear por la ciudad algo así, irse adentro, a ver que tiene que te pueda ofrecer. A veces no tienes hotel y te preparas no más para ir a la carrera, mucha gente le toca regresar al día siguiente por trabajar. Muchos americanos amigos míos compiten el domingo y ese mismo día se están regresando para llegar el lunes al trabajo, lo toman como fin de semana.

9. ¿Qué problemas frecuentes se presentan al momento de participar en un evento deportivo?

Te puedes enfermar porque te cayó mal la comida, te puedes trepar al avión y alguien está con gripe y estornuda se queda en el ambiente; hay que tener mucho cuidado con eso. Si no viajas con tiempo la maleta no te llega, no te puede llegar la bicicleta, se te puede perder, si no pones en una caja lo suficientemente dura se te puede romper la bicicleta a veces.

10. Usualmente los deportistas cuando participan en estos eventos ¿con cuántos días o día de anticipación viajan?

De 2 a 3 días antes sería lo recomendable; 3 días antes del evento.

Usualmente llegan ¿Cuántos días?

De 2 a 3 días antes.

Eso serían las personas con un poder adquisitivo alto

Exactamente.

¿Y las personas que no tienen un poder adquisitivo tan alto?

Máximo dos días, porque hasta cierto día se aceptan registros ya después se cierran. Después no te entregan los kits y no puedes competir.

11. Usualmente, el impacto que tendría esto para una ciudad en beneficios económicos ¿sería interesante con eventos deportivos?

Claro, no es que te compiten 2500 personas y uno se gasta fácil \$4000 te puedes hacer una idea de cuánto necesitas en un viaje hotel, comida, cuántos días te quedas allá, que compras. Se gasta bastante dinero.

12. ¿Cuáles serían las principales motivos por los cuales usted no participaría en un evento deportivo en otra ciudad?

Por experiencia de otras personas. Mucha gente se quejó de Lima; te hacían rodar en el ciclismo por la parte de abajo, por la playa y habían los policías acostados y no los pudieron sacar porque era una avenida principal mucha gente pinchaba, se caía, se dañaba la bicicleta. Eran muchos circuitos para tanta gente entonces habían accidentes; mucha gente no quiere ir allá sabiendo lo que sucedió en el año pasado.

13. ¿Cuál cree usted que es el impacto social que tiene los eventos deportivos en las ciudades?

Yo creo que se beneficia mucha gente de las carreras internacionales. Toda la gente que está cerca de la zona Expo, restaurantes, las comidas, cine, farmacia, los supermercados; ayudan a que al pueblo o la ciudad entre más dinero; las mismas agencias también. Se mueve bastante dinero es como un crucero más o menos mueve 4000 personas por día, se mueve bastante dinero en esos días.

14. ¿Cómo asistente-participante qué opinas sobre las carreras con fines benéficos?

Si fin benéfico es real; porque hay personas que dicen carreras benéficas, pero, benéficas para su bolsillo. No sabemos si es real y sabemos que demuestran cada año

lo que hacen año a año lo que hacen con ese dinero; yo apoyaría. Hacen tantas carreras, recién me escribió un chico por una carrera 5k dental ¿para qué voy a ir a una carrera de esas? es diciembre cuando uno Ya está descansando o uno Ya está en otras cosas. Entonces veo una forma para ellos lucrarse, pero no es algo que en realidad te pueda llenar. Si es algo benéfico y que me guste yo si asistiría sin ningún problema. Un ejemplo de esto sería la maratón que se realiza en Bogotá; realizan una maratón con fines benéficos.

No sé cuál sea el fin benéfico de la carrera...

Construyen casas, construyen escuelas...

Si es así, sería excelente sólo que yo no podría ir a correr a una maratón a Bogotá porque la altura me mata; estamos a 2600 metros y no es lo mismo correr aquí que allá.

15. ¿Qué recomendaciones le daría usted a los organizadores de eventos de otras ciudades?

Que apunte bien al target, que cobren valores reales, que sean organizados, que sean profesionales a la hora de trabajar, que no lo vean como un negocio 100% sino como que uno retribuye a la sociedad.

Cuando hablas de valores reales ¿A qué te refieres?

Hay gente que te cobra por una carrera \$25 y te dan una medalla tapilla de cola, no te suben los resultados a ningún lado, no hay jueces, no hay chips, a veces no hay ni permisos. Es algo que es todo para ellos y nada para los competidores.

¿Mala organización?

Exacto.

16. ¿Qué tipos de servicios complementarios le gustaría que tengan los eventos deportivos?

Que tengan transporte gratuito, que te pueden llevar de un sitio al lugar de la carrera, qué te puedan ofrecer servicios de masajes, que te puedan dar tours que te puedan dar premios de Tours, si la gente sé que digamos en lugares paradisíacos poder aprovechar. Una vez en Galápagos premiaban sólo a los primeros con tours, yo quedé segundo no me gané nada. Me saque la madre en la carrera y me gané la gorra y la toalla, pero, los de primer lugar se fueron a un Tour a la Isabela, un Tour a tortuga Bay y yo no me gané nada nada habiendo quedado segundo. Hay que ser más equitativo.

17. ¿Le gustaría que en el lugar sede del evento deportivo se oferten paquetes turísticos o se brinden información turística de la ciudad en el evento?

Sí pero lo que vi ahora en México la gente está esperando que alguien se acerque, se sabe que nadie se va a acercar tú tienes que acercarte a ofrecerle los productos al cliente, al deportista porque uno entra a la expo y se vuelve loco con la venta de la ropa o llega a registrarse; no va a ver que “hay”. Yo pague como \$15 por una camisetita para mis dos hijos (\$30). Era una carrera en calzoncillos, corrí en calzoncillos ahí en Cozumel para una fundación y estaba la gente de la fundación cuando se que es real yo sin ningún problema lo hago.

18. ¿Qué tipo de ofertas turísticas le interesaría a usted?

Depende del sitio. Digamos que si fuera en Bariloche puedo ir a esquiar, en Pucón iría a conocer el volcán, en Galápagos ir a bucear o que te lleven a las playas en vez de caminar eso 5 kilómetros a tortuga Bay te lleven en lanchas rápidas, que te lleven a pescar; cosas así. Algo que sea significativo.

Y que no sea algo tan exigente porque igual en la competencia están un poco cansados.

Claro, o sea no te van a levantar al día siguiente A las 6 de la mañana a ver vámonos. Nosotros me acuerdo que terminamos el Ironman de manta al segundo año y al día siguiente nos habíamos registrado para ir ayudar de voluntarios hacer casas para la gente. Fuimos al día siguiente todos adoloridos, después de la fiesta todo el mundo estaba borracho y nos fuimos igual a trabajar como 5 horas. De todos los que fueron sortearon un premio, una inscripción al Mundial de Chattanooga de este año; se lo ganó mi esposa eso como que es chévere.

¿Incentiva?

Igual nosotros pagamos \$20 cada uno hay gente que compra una gorra por eso entraba el sorteo, nosotros pagamos y fuimos a ayudar.

Usualmente, cuando terminan las carreras ¿Qué hacen los deportistas?

Cuando termina la carrera muchos toman cerveza, comen se quitan de encima cinco-seis meses de estar privado a tantas cosas. Nosotros ahora en Cozumel nos quedamos ahí a esperar que lleguen todos, fuimos a una taquería, comimos, hicimos tres rondas de cerveza y a descansar. Al día siguiente nos fuimos a la playa estábamos ahí en un tipo Resort chiquito, el agua cristalina, comimos parrillada de mariscos y todo súper que bonito.

¡Perfecto! Terminamos la entrevista muchísimas, gracias.



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

Nombre: Alberto Camposano

Ocupación: Estudiante, deportista

Disciplinas: Natación, Canotaje, triatlón, atletismo

1. ¿En qué tipo de eventos deportivos ha participado usted?

Si, en eventos deportivos de natación, Canotaje, triatlón, atletismo.

2. ¿Cuántas participaciones en promedio ha tenido usted fuera de la ciudad en eventos deportivos?

Usualmente en tres o cuatro eventos al año, en ciudades como Portoviejo en Manta, en Quito, San pablo en un campeonato de aguas abiertas

3. ¿Cuáles fueron sus motivaciones para participar en estos eventos?

Competencia, cuando uno compite es para ser el mejor pues no, también cuando te toca ir a otra ciudad una es porque hay competencias de clubes, el club te invita porque está celebrando tal cosa, o es porque los regionales, estos se dan cuando todas las ciudades se reúnen se reúnen en un lugar para competir y forman un selectivo. Ahí es más por competencia.

4. ¿Cuáles son las cosas que coordina antes de ir a participar en un evento deportivo en otra ciudad?

El transporte y el hotel

5. ¿Qué aspectos toma en cuenta de los servicios o productos que adquiere antes de ir a participar a un evento?

La comodidad y la distancia de un punto al otro y que me quede cerca del lugar donde voy a competir.

6. ¿Considera usted que la relación precio/calidad es relativo al momento de pagar un servicio? ¿Por qué?

Claro, si quiero algo cómodo sé que me va a costar o algo cerca donde va a ser un evento deportivo sé que me va a costar un poquito más, pero el deportista muchas veces no ve eso, ya que prefiere la comodidad, si bien es cierto si uno gasta pero en una competencia con tal de sentirse bien, están dispuestos a pagar para estar cómodos.

7. ¿De todas las competencias en las que ha participado cuales han sido sus peores experiencias?

Una vez me tocó viajar a puerto viejo, que usualmente son tres horas y me tocó viajar ocho horas, porque habían cerrado la carretera, tuve amigos que el bus tuvo que pasar por partes donde habían abismos y venían con la ventana abierta y llegaron a concentración con mareos ese para mí ha sido uno de los peores, también que fuimos a un hotel y había mucho bulla, una vez fuimos a un hotel y la comida estaba mala y nos hizo daño a toditos, son experiencias que es ese momento imagínate ir a competir indispuesto.

8. ¿Qué considera usted que pudo ahorrarse en tiempo, esfuerzo o dinero al momento de participar en el evento?

Como dije anteriormente usualmente en tiempo busco priorizar en transporte los deportistas siempre viajamos con anticipación para estar tranquilos y a climatizarnos, si es en la sierra con mayor razón por la altura y en dinero bueno usualmente suelo tomar lo más barato, a veces cuando estamos en otra ciudad hacemos comprar para alimentarnos y cuidar nuestra dieta para estar listo para las competencias, también buscamos alojamiento que este cerca a la competencia y a sitios recreativos como mall.

9. ¿Cuándo decidió ser partícipe de estos eventos deportivos tuvo conocimiento de las actividades turísticas que se podían realizar?

Usualmente lo que hacíamos es que después de la competencia mirábamos que tipo de lugares turísticos podíamos visitar o que actividades podíamos realizar, no buscábamos algo tan cansado ya que después de la competencia no quieres hacer algo tan pesado porque están agotado.

10. ¿Cuándo decidió participar que preocupaciones tenía antes y después del evento?

El lugar, si vas a otra ciudad siempre te preocupas por el lugar si es seguro, la seguridad ante todo, después de la competencia vemos que podemos conocer cerca, aunque antes y después siempre es la seguridad eso es lo que te preocupa, que no penen en el hotel donde nos hospedamos jajaja.

11. ¿Qué problemas frecuentes se presentan al momento de participar en un evento deportivo en otra ciudad?

La puntualidad del transporte y el tipo de desayuno, muchas veces el entrenador debe preguntar mucha antes que tipo de desayuno nos van a servir, cuando tú vas a la sierra el desayuno es muy diferente al de acá, igual que es otras partes.

12. ¿Cuáles serían los principales motivos por los cuales usted no participaría a un evento deportivo en otra ciudad? (tiempo/dinero/distancia/disponibilidad)

Disponibilidad pero ahí están los factores, por ejemplo mira quiero viajar el fin de semana a quito en bus ya de por si el viaje es cansado, pero igual tengo que regresarme, son factores que influyen bastante.

13. ¿Cuál cree usted que es el impacto social que tienen los eventos deportivos en las ciudades? ¿Qué tan importante son para usted?

Ósea a criterio personal de las competencias que he tenido aquí en Guayaquil con las maratones, he conocido Guayaquil porque es muy diferente cuando uno va en el carro o en bus ya que la velocidad no te permite conocer y apreciar algunos lugares, pero cuando tú vas trotando tú vas conociendo la ciudad, nos ayuda a empoderarnos de la ciudad, por ejemplo yo no vivo en el sur pero el simple hecho de que yo fui a participar allá yo ya me siento parte de allá, yo puedo pasar y decir esto no es peligroso porque en el momento de la competencia no vi nada peligroso para sentir que si yo voy otro día por ahí trotando no me va a parecer peligroso. La parte hotelera y la parte de alimentos y bebidas generan un impacto en la ciudad. Las personas que se levantan temprano y ven las competencias te apoyan son educados, la parte de ciclismo ha tenido bastante acogida por que la gente ve y ve que es educada incentivan a la práctica y bueno no faltan los carros que no los respeten, pero al ciclismo interno aún les faltan, ya que ellos deben organizarse y no solo salir a dar vueltas por la ciudad, deben tener una secuencia, por que andar en la bicicleta en la calle es peligroso.

14. ¿Qué opina usted de los eventos deportivos con fines benéficos?

Los eventos deportivos con fines benéficos, actualmente hay competencias en lucha contra el cáncer de la mujer también, ósea si tienen mucha acogida, pero creo yo que no se promocionan mucho, yo veo instagram por mis amigos que compitieron en tal lado. Ejemplo yo soy ciclista y si se realiza una competencia solo lo difunden con el boca a boca. Pero la gente si apoya a los eventos con fines benéficos.

No sé si tu escuchaste este año o el año pasado hubo una competencia de niños discapacitados yo lo sé porque tengo un hermano que es especial y él es atleta pero otras personas no lo saben, falta promoción.

Pero tienen su pro y contra en el sentido que usualmente la gente no confía, la mentalidad del guayaco es así, la transparencia ante todo.

15. ¿Qué recomendaciones le daría usted los organizadores de eventos deportivos en otras ciudades?

Deben tener en cuenta las fechas y el clima, en una maratón no nos vas a poner a correr con tremendo sol vas a quemar al deportista, una ubicación ya que muchos organizadores solo ven lo económico, que te den buenos premios.

16. ¿Qué tipo de servicios complementarios le gustaría que tenga un evento deportivo?

Me gustaría que tuvieran médico deportivo, aunque a veces el entrenador es una persona experimentada. También cuando participas en otro país y utilizan otro idioma sería bueno tener un intérprete.

17. ¿Le gustaría que en el lugar sede del evento deportivo se oferten paquetes turísticos o se brinde información turística de la ciudad?

Por supuesto, si me hubiera gustado, incluso si no compro en ese momento ya tengo la idea que quien contactar para cuando regrese.

18. ¿Qué tipo de ofertas turísticas le interesaría?

Turismo de aventura que no sea tan pesado y lejos del lugar donde estoy.



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

Nombre: Álvaro Giraldo / Cali, Colombia

Ocupación: Inversionista

Disciplina: Crossfit

1. ¿En qué tipo de eventos deportivos ha participado usted?

Ya he participado en 6 competencias de Crossfit

2. ¿Cuántas participaciones en promedio ha tenido usted fuera de la ciudad en eventos deportivos?

En promedio he participado entre 2 o 3 competencias por año en la ciudad de Cali y en otros departamentos.

3. ¿Cuáles fueron sus motivaciones para participar en estos eventos?

El crossfit es una disciplina que tiene muy intrínseco la competitividad entre todos los que la practicamos. Por eso nos vemos muy motivados a estar midiendo nuestro progreso en competencia.

4. ¿Cuáles son las cosas que coordina antes de ir a participar en un evento deportivo en otra ciudad?

Principalmente la alimentación, ya si es una competencia de más de un día, toca revisar el hospedaje y el transporte.

5. ¿Qué aspectos toma en cuenta de los servicios o productos que adquiere antes de ir a participar a un evento?

Que el sitio este cerca al lugar del evento y la alimentación sea la apropiada

6. ¿Considera usted que la relación precio/calidad es relativo al momento de pagar un servicio? ¿Por qué?

Más que relativo, considero que debe ser proporcional. Si un servicio tiene un costo alto, así mismo debe ser la calidad de este.

7. ¿De todas las competencias en las que ha participado cuales han sido sus peores experiencias?

Afortunadamente, no he tenido malas experiencias en las competencias q he participado.

8. ¿Qué considera usted que pudo ahorrarse en tiempo, esfuerzo o dinero al momento de participar en el evento?

Básicamente en dinero y tiempo es realizar las reservas de los servicios que voy a necesitar con tiempo como hospedaje y alquiler de vehículos.

9. ¿Cuándo decidió ser partícipe de estos eventos deportivos tuvo conocimiento de las actividades turísticas que se podían realizar?

No, por lo general uno va pensando solo en la competencia. Ya si te eliminan antes de lo previsto, si buscas que hacer, que sitios visitar.

10. ¿Cuándo decidió participar que preocupaciones tenía antes y después del evento?

Antes uno solo se preocupa por que le van a colocar hacer básicamente por la competencia y después en como lo hubiera podido hacer mejor.

11. ¿Qué problemas frecuentes se presentan al momento de participar en un evento deportivo en otra ciudad?

La alimentación y un lugar adecuado para descansar mientras le toca salir a competencia.

12. ¿Cuáles serían los principales motivos por los cuales usted no participaría a un evento deportivo en otra ciudad? (tiempo/dinero/distancia/disponibilidad)

La distancia y el dinero

13. ¿Cuál cree usted que es el impacto social que tienen los eventos deportivos en las ciudades? ¿Qué tan importante son para usted?

Los eventos de crossfit llaman la atención a personas de todas las edades y hace q los jóvenes se alejen de actividades nocivas para ellos. Definitivamente son muy importantes a nivel social.

14. ¿Qué opina usted de los eventos deportivos con fines benéficos?

Nunca he estado en un evento de este tipo, pero imagino que deben ser muy buenos, mas sabiendo que es para ayudar en una justa causa.

15. ¿Qué recomendaciones le daría usted los organizadores de eventos deportivos en otras ciudades?

Que se preocupen mucho por el bienestar de los atletas, masajes de recuperación y preparación para poder dar un buen "espectáculo" a los asistentes del evento.

16. ¿Qué tipo de servicios complementarios le gustaría que tenga un evento deportivo?

Sería interesante que al final de la competencia nos dieran un masaje y un deberían tener un puesto de snacks saludables para los competidores.

17. ¿Le gustaría que en el lugar sede del evento deportivo se oferten paquetes turísticos o se brinde información turística de la ciudad?

Si claro, sería interesante saber que se puede hacer cuando no se está compitiendo.

18. ¿Qué tipo de ofertas turísticas le interesaría?

Sitios de interés en general ya uno decide cual le llama más la atención.



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

Nombre: Stefano Capesciotti

Ocupación: Ingeniero en Desarrollo de Negocios, Negocios de videojuegos y fabricación de modelos personalizados

Disciplinas: varios deportes, pero como pro es el Velerismo

1. ¿En qué tipo de eventos deportivos ha participado usted?

En lo que es de Velerismo participe en el campeonato Odesur, Bolivarianos, Sudamericanos y mundiales

2. ¿Cuántas participaciones en promedio ha tenido usted fuera de la ciudad en eventos deportivos?

Pasan de 15 desde lago San Pablo, Salinas, Galápagos navegando 4 días de Salinas a Galápagos, Cartagena, Perú, Argentina, Portugal, Holanda

3. ¿Cuáles fueron sus motivaciones para participar en estos eventos?

Uno tienes motivaciones, pero una vez que ya te apasionas con un deporte es increíble la parte social, la parte de motivación, la alegría de participar, las competencias, la adrenalina. Motivarse como imagen, deportista o mejorar físicamente hay muchísimos tipos de motivaciones para seguir adelante

4. ¿Cuáles son las cosas que coordina antes de ir a participar en un evento deportivo en otra ciudad?

Primero la fecha, hora de salida, el dinero y viáticos. Más que nada mi deporte no es sacar una tabla o una raqueta, ropa sino que también vienen los implementos de vela, los tubos para guardar los mástiles, las velas, los cabos, los batafioles, los chalecos, guantes, botas, casco, bote, timón que son cosas para competir.

5. ¿Qué aspectos toma en cuenta de los servicios o productos que adquiere antes de ir a participar a un evento?

En ese aspecto los comités, federaciones se encargan de todo. Porque son estos entes que se encargan de pagar todos los viajes. Nosotros los deportistas no elegimos hotel, ellos nos designan todo, el equipo que representa al país vaya en un solo grupo, entonces no nos encargamos mucho de este tema a menos que vayamos solos ahí si toca conseguir todo lo que es hospedaje

6. ¿Considera usted que la relación precio/calidad es relativo al momento de pagar un servicio? ¿Por qué?

Si uno quiere ir netamente a descansar hay si usar verdaderamente los servicios del hotel, pero si vas a estar fuera del lugar entonces es recomendado quedarse en un hostel que pagarías menos, los competidores son de una posición económica media alta. Prácticamente desde que yo comencé a practicar este deporte mis padres me asignaban los hoteles y viajaba con uno de ellos. Cuando ya estamos más grandes vamos con un padre organizador y los entrenadores, en el caso del Velerismo prácticamente nos quedamos en un hotel muy bueno

7. ¿De todas las competencias en las que ha participado cuales han sido sus peores experiencias?

Todas las experiencias han sido excelentes, hacer un gran esfuerzo en cuanto concentración y esfuerzo, existen experiencias que con el pasar del tiempo la toma como anécdotas. Como cuando tenía 14 años en plena regata comencé a reventar olas en el medio del mar y me vire, deje de competir pero si clasifique al sudamericano de Cartagena, practicando con un amigo en Salinas de repente me aparece una ballena jorobada o en Argentina que pasan las barcazas que transportan carros de Uruguay a Argentina son experiencias, siempre existen esos momentos estresantes en cuanto a la organización pero siempre hay que verle el lado positivo

8. ¿Qué considera usted que pudo ahorrarse en tiempo, esfuerzo o dinero al momento de participar en el evento?

Bueno en realidad no, porque me he vuelto más viajero entonces cuando quiero viajar uso CouchSurfing para no pagar hospedaje me quedo donde amigos, entonces en mi caso cuando estas en competencias estas más enfocado en esto que en el turismo. Aunque después de las competencias hay gente que le gusta visitar las iglesias, los museos, recorrer la ciudad sobretodo en su vida nocturna.

9. ¿Cuándo decidió ser partícipe de estos eventos deportivos tuvo conocimiento de las actividades turísticas que se podían realizar?

No, ahora sí porque he tenido más experiencias de vida, me he vuelto más viajero, más independiente, más libre. Uso CouchSurfing que es una página de viajes que puedes viajar a cualquier parte del mundo sin necesidad de hospedarse en un hotel, entonces llegas en casa de amigos o sin viajar también recibes a gente de otros países, entonces sientes que estas de viaje sin necesidad de salir del país, tienes diferentes tipos de motivaciones más abiertos a conocer otros tipos de lugares, cuando estas en cuestiones de competencia estas más enfocado en competir que realizar turismo

Si realizamos turismo, hay gente que le gusta recorrer las iglesias en cambio a mí me gusta recorrer la ciudad ver la vida nocturna, acá en Ecuador es algo que me da pena porque no dejan desarrollar lo que es la vida nocturna

10. ¿Cuándo decidió participar que preocupaciones tenía antes y después del evento?

Es un poco extenso el Velerismo, porque no solo hay que saber las partes del bote o las terminologías o saber manejar, sino también incluye la técnica y en campeonatos hay mediciones el peso, que nada te falte para que tengas el bote completo entonces necesitas bastante concentración antes y después del campeonato también hay que hacer lo mismo guardar velas, recoger velas hay bastante implementos de transportación entonces si es bastante tedioso

11. ¿Qué problemas frecuentes se presentan al momento de participar en un evento deportivo en otra ciudad?

Siempre el Velerismo no se ve tan a nivel público, ni famoso. Prácticamente nos vamos mar a dentro a navegar, yo navego óptimos, windsurfing, entre otros son campeonatos que se realizan en el Velerismo. Los yo practico son por el día sales del club de Yates y te vas mar adentro, se regresa antes de que se oscurezca. No es un deporte que se lo vea mucho como el Surf, a menos que el público que quiera ver regatas lo deseen observar a través de una lancha. Cuando eres principiante aquí en Guayaquil lo puedes realizar en lagos y cuando ya eres pro vas a Salinas a competir en los cubles como: club de los toboganes en punta blanca, Yat Club puerto lucia, Club de lago San Pablo, Club de manta, hay un nuevo club que está en puerto santa Ana eso puede ser una nueva escuela para los pequeños para que tengan más experiencia y aprendan, porque en campeonatos te encuentras con competidores de 7 a 8 años con gran nivel competitivo

12. ¿Cuáles serían los principales motivos por los cuales usted no participaría a un evento deportivo en otra ciudad? (tiempo/dinero/distancia/disponibilidad)

El factor clima es muy importante hay veces que no hay viento, por ejemplo a mí siempre me ha gustado bastante técnica soy bueno cuando no hay viento. Cuando hay tempestad hay que ingeniárselas para salir. En varios países todo lo ligan con el fútbol entonces los otros deportes quedan a un lado y por lo general los mismo veleristas pagan sus cosas. Igual hay apoyo de la federación pero no hay el apoyo debido

13. ¿Cuál cree usted que es el impacto social que tienen los eventos deportivos en las ciudades? ¿Qué tan importante son para usted?

Las personas lo ven como un deporte muy atractivo y llama la atención. Las personas comienzan a preguntar, como no es un deporte visible, llama mucho la atención, cuando se realiza la competencia de Galápagos que llegan delegaciones de varios lados Galápagos está encantado de recibir a todos

14. ¿Qué opina usted de los eventos deportivos con fines benéficos?

Lo máximo siempre la labor social, ayudar a las personas, la bondad, la humildad siempre va a ser algo positivo.

15. ¿Qué recomendaciones le daría usted los organizadores de eventos deportivos en otras ciudades?

Más que nada buscar buenos auspicios, las redes de telecomunicaciones darle prioridad a los otros deportes para que sean más populares. Comenzando por ese medio ir direccionando a los auspiciantes, el mayor problema es los medios de comunicación y las federaciones

16. ¿Qué tipo de servicios complementarios le gustaría que tenga un evento deportivo?

Actividades gastronómicas, de recreación

17. ¿Le gustaría que en el lugar sede del evento deportivo se oferten paquetes turísticos o se brinde información turística de la ciudad?

Si, la verdad es que las agencias de viajes son una verdadera competencia, ya que ahora están las aplicaciones que te brindan todo desde un clic

18. ¿Qué tipo de ofertas turísticas le interesaría?

Vida nocturna, gastronomía, atractivos turísticos



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

Nombre: María Belén Ibarra

Ocupación: Lcda. En Ciencias de la Educación y Deportista

Disciplinas: Canotaje

1. ¿En qué tipo de eventos deportivos ha participado usted?

En Bolivarianos, Sudamericanos, Mundiales

2. ¿Cuántas participaciones en promedio ha tenido usted fuera de la ciudad en eventos deportivos?

Eso varía dependiendo del programa que se estipule en la Federación Internacional por ejemplo este año tuve aproximadamente cinco eventos en el año

3. ¿Cuáles fueron sus motivaciones para participar en estos eventos?

Básicamente mejorar mis marcas y obviamente subirme al podio, siempre esa es la meta cuando uno es deportista lograr el primer lugar.

4. ¿Cuáles son las cosas que coordina antes de ir a participar en un evento deportivo en otra ciudad?

Generalmente precios de los lugares donde nos vamos a hospedar, por el número de deportistas que somos en ciertos eventos somos pocos, en otros somos más entonces dependiendo de eso nos ubican en determinado hotel se ve bastante lo que es la alimentación, ya sea que viajemos en avión o bus.

5. ¿Qué aspectos toma en cuenta de los servicios o productos que adquiere antes de ir a participar a un evento?

El hotel donde nos vamos a hospedar, la estadía, alimentación y atención, generalmente hay lugares y lugares. Generalmente se establece un estándar. Acudimos con 7 días de anticipación al evento, hay eventos que si nos vamos 10 o 12 días antes.

6. ¿Considera usted que la relación precio/calidad es relativo al momento de pagar un servicio? ¿Por qué?

7. ¿De todas las competencias en las que ha participado cuales han sido sus peores experiencias?

Vengo de los juegos bolivarianos que se realizaron en Santa Marta y sabes que yo tenía entendido que Santa Marta era una de las ciudades más bellas de Colombia por sus playas pero el lugar donde nosotros exactamente fuimos la verdad dejo mucho que desear, era un lugar sumamente sucio, las calles no estaban pavimentadas. En lo

personal fue una de las peores experiencias, ´porque te generan una expectativa. Porque dices hay Santa Marta y te quedas como woo. Pero el lugar específico donde nosotros estuvimos era deplorable

8. ¿Qué considera usted que pudo ahorrarse en tiempo, esfuerzo o dinero al momento de participar en el evento?

En realidad nosotros no nos encargamos de eso, porque eso lo maneja la federación como tal por ellos manejan los recursos. Pero ellos no buscan los peores lugares

9. ¿Cuándo decidió ser partícipe de estos eventos deportivos tuvo conocimiento de las actividades turísticas que se podían realizar?

Si antes de ir al lugar de competencia nos informamos por medio de las redes, que se puede hacer, que lugares visitar y darnos un tiempo para ir

10. ¿Cuándo decidió participar que preocupaciones tenía antes y después del evento?

Lo primero que me fijo es que día son las competencias, cuantos días de anticipación voy a ir y cuantos días me quedan o cuantas horas me quedan para poder darme un tiempo para poder conocer y si es así ver cuánto sería el gasto personal.

11. ¿Qué problemas frecuentes se presentan al momento de participar en un evento deportivo en otra ciudad?

Quedarnos del avión, porque siempre ocurre algún inconveniente con la aerolínea, nosotros tenemos implementos que llevar a veces no cobran carga extra o las maletas se nos quedan eso es problema en cuanto aerolínea, cuando estamos en el hotel la comida que nos dan no es la mejor, ni la más apropiada, a veces los hoteles son muy lejos de los lugares donde se practica el deporte y hay que movilizarse como una hora, hora y media y eso también es tedioso porque entrenamos doble turnos y se torna un poco complicado.

12. ¿Cuáles serían los principales motivos por los cuales usted no participaría a un evento deportivo en otra ciudad? (tiempo/dinero/distancia/disponibilidad)

No le veo obstáculo porque en lo personal es mucho más importante representar el país, en fijarme el lugar donde voy a competir y obtener las medallas que más pueda. Si me dices que tengo que ir a remar al peor lugar del mundo, yo por mi país lo haría.

13. ¿Cuál cree usted que es el impacto social que tienen los eventos deportivos en las ciudades? ¿Qué tan importante son para usted?

Promover bastante el turismo, justamente nosotros fuimos a un panamericano en Ibarra porque tiene el mejor lago para practicar canotaje y créeme que la gente quedo encantada por la ciudad.

14. ¿Qué opina usted de los eventos deportivos con fines benéficos?

Me parece muy buena la iniciativa porque la idea es ayudar a las personas que lo necesitan y si promueves un lugar con estas necesidades me parece perfecto. He participado en eventos benéficos, estuve de madrina en una cocina en un evento y es lindo ser parte de algo y colaborar.

15. ¿Qué recomendaciones le daría usted los organizadores de eventos deportivos en otras ciudades?

Que exploten más el lugar en donde están desarrollando el deporte, he tenido la oportunidad de ir a un mismo lugar varias veces pero te das cuenta que no explotan lo

mejor de ellos. Ya sea su gastronomía, sus lugares turísticos ya solo se muestra como un lugar en el que tienes que llegar a competir y se acaba

16. ¿Qué tipo de servicios complementarios le gustaría que tenga un evento deportivo?

Quizás gastronomía típica y la parte turística. Pero es por algo personal, no es porque te lo ofrecen.

17. ¿Le gustaría que en el lugar sede del evento deportivo se oferten paquetes turísticos o se brinde información turística de la ciudad?

Si sería muy bueno, cuando estuvimos en los bolivarianos nos acercamos a un puesto de información fuimos a preguntar los lugares más bonitos de taganga – Santa Marta y así fuimos a otros lugares que nos hicieron cambiar un poco la perspectiva que teníamos

18. ¿Qué tipo de ofertas turísticas le interesaría?

Más que nada que sea un paquete, que tenga un viaje corto, transporte, como una especie de City tour o aventura que no demande mucho esfuerzo.



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

Nombre: Cristofer Castro

Ocupación: Coach de Crossfit

Disciplinas: Crossfit

1. ¿En qué tipo de eventos deportivos ha participado usted?

He participado en South Fit Argentina, Battle Box en monterrey, regionales de Crossfit, clasificatorios para ir a los games, aquí en Guayaquil el reto ordax que Nacional, Fit life, en Chile un regional en el 2014 y ahora último fue a Caribbean Games que fue la semana pasada en playa del Carmen México.

2. ¿Cuántas participaciones en promedio ha tenido usted fuera de la ciudad en eventos deportivos?

Dentro de mi país alrededor de 3 o cuatro, fuera una o dos

3. ¿Cuáles fueron sus motivaciones para participar en estos eventos?

La experiencia, en realidad si te importa ganar el dinero. Pero la experiencia es algo importante que se va atribuyendo a medida que vas compitiendo y cada vez que regresas al país vienes con algo positivo que los puedes compartir con tus alumnos yo que soy coach, por ejemplo el roce con mas coaches hace que tu aprendas de ellos y lo pongas en practica

4. ¿Cuáles son las cosas que coordina antes de ir a participar en un evento deportivo en otra ciudad?

La preparación va primero, nos enfocamos de 5 a 6 meses para entrenar y luego viene la otra parte de conseguir patrocinadores para realizar el viaje o realizar actividades para recaudar dinero y así poder mantenernos fuera del país durante el torneo

5. ¿Qué aspectos toma en cuenta de los servicios o productos que adquiere antes de ir a participar a un evento?

El precio, por ejemplo cuando sales del país tienes que buscar siempre lo más económico, por ejemplo en Argentina todo es caro por más que cambies el dólar, todo es caro. Tienes que optimizar recursos. Porque siempre tenemos estadías de 8 a 10 días. En cambio en México el dinero es mucho más barato

6. ¿Considera usted que la relación precio/calidad es relativo al momento de pagar un servicio? ¿Por qué?

En Argentina el South Fit, nos costó alrededor de \$200 la inscripción, este incluía masajistas en todo momento, teníamos un lugar de atletas muy cómodo, agua en todo momentos, movilización, en cambio en México la movilización era lo único que teníamos que cubrir, en cambio en Ecuador es diferente pagas \$50 por la competencia te dan la camiseta y nada más.

7. ¿De todas las competencias en las que ha participado cuales han sido sus peores experiencias?

Fue una competencia horrible que termino a las 11 de la noche, al final no dieron los premios ofrecidos. Las ganancias debería ser 50/50

8. ¿Qué considera usted que pudo ahorrarse en tiempo, esfuerzo o dinero al momento de participar en el evento?

Si es mejor buscar la transportación, al principio cuando nadie te conoce se tenía que viajar en bus. Siempre busco estar de 4 días con anticipación a los lugares en los cuales compito.

9. ¿Cuándo decidió ser partícipe de estos eventos deportivos tuvo conocimiento de las actividades turísticas que se podían realizar?

Sí, me tomo el tiempo de buscar las actividades turísticas para conocer el lugar donde se realiza la competencia y siempre me quedo después de competir unos días más.

10. ¿Cuándo decidió participar que preocupaciones tenía antes y después del evento?

Por lo general te meten miedo por la delincuencia, pero cuando llegas al destino es todo diferente.

11. ¿Qué problemas frecuentes se presentan al momento de participar en un evento deportivo en otra ciudad?

El tiempo de espera, por ejemplo tu primer hit sale a las 7 am y luego te toca a las 10 am son de 3 a 4 horas que hay que esperar. De ahí que no esté bien organizado son cosas que se pueden salir de las manos.

12. ¿Cuáles serían los principales motivos por los cuales usted no participaría a un evento deportivo en otra ciudad? (tiempo/dinero/distancia/disponibilidad)

Que este de edad, que ya no pueda. Porque si es para competir busco la manera de conseguir el dinero y llegar a la competencia. Como experiencia después de llegar del South Fit nos invitaron a Latacunga solo nos dijeron que consigamos para el transporte

y que allá nos cubrían todo, cuando llegamos nos trataron como reyes alimentación, hospedaje. De premio era dinero en efectivo la competencia era individual. Ahora ya ves en la competencia los premios, antes solo ibas a competir por que te gusta.

13. ¿Cuál cree usted que es el impacto social que tienen los eventos deportivos en las ciudades? ¿Qué tan importante son para usted?

Sí, porque sientes que las personas se apasionan. En Argentina hay un lugar que se llama DIRECTV Arena y es increíble cuando la gente te nombra, menciona al país y es una emoción increíble

14. ¿Qué opina usted de los eventos deportivos con fines benéficos?

Si he participado en una competencia para una chica que tenía cáncer. Porque cuando se quiere ayudar lo hacemos de corazón.

15. ¿Qué recomendaciones le daría usted los organizadores de eventos deportivos en otras ciudades?

Que se preocupen más en los deportistas, los atletas. Nosotros como competidores si no recibimos lo que queremos no iremos más porque hay veces que discriminan al atleta

16. ¿Qué tipo de servicios complementarios le gustaría que tenga un evento deportivo?

Masajes, comidas, en Argentina nos regalaron un viaje a Chapelco que no pudimos realizarlo.

17. ¿Le gustaría que en el lugar sede del evento deportivo se oferten paquetes turísticos o se brinde información turística de la ciudad?

Sí, porque podrías tú mismo armarte un viaje o algo. Como estoy viajando constantemente fuera bueno

18. ¿Qué tipo de ofertas turísticas le interesaría?

Que existan circuitos que lleven por toda Europa, me encantaría que me ofrezcan paquetes o información turísticos. Un paquete turístico para un deportista de 3 a 6 horas es perfecto para que no exista desgaste



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

Nombre: Carlos Aguirre Ortiz

Ocupación: Alférez de navío infante de la Marina

Entrevista vía WhapsApp

Disciplina: Natación y Triatlón

1. ¿En qué tipo de eventos deportivos ha participado usted?

En eventos de natación y competencias de triatlón.

2. **¿Cuántas participaciones en promedio ha tenido usted fuera de la ciudad en eventos deportivos?**

Fuera de la ciudad he participado en unos diez eventos.

3. **¿Cuáles fueron sus motivaciones para participar en estos eventos?**

Superación personal y poder clasificar a un evento internacional

4. **¿Cuáles son las cosas que coordina antes de ir a participar en un evento deportivo en otra ciudad?**

Lo primero que coordino es el hospedaje, la comida y el transporte eso es lo primario y después de eso veo los lugares que voy a visitar

5. **¿Qué aspectos toma en cuenta de los servicios o productos que adquiere antes de ir a participar a un evento?**

Bueno los servicios de comodidad que sea cerca de la competencia y que sea fácil de ubicarse para no tener problemas.

6. **¿Considera usted que la relación precio/calidad es relativo al momento de pagar un servicio? ¿Por qué?**

Obviamente están las dos unidas proporcionalmente, por el motivo de que un buen servicio se paga sin ningún problema porque nos ayuda a desenvolvernos mejor.

7. **¿De todas las competencias en las que ha participado cuales han sido sus peores experiencias?**

Una vez que competí en Macas el hotel quedaba más o menos como a una hora y eso me hizo dar cuenta que tengo que ver un hotel cerca porque es tiempo de descanso que uno pierde antes de la competencia.

8. **¿Qué considera usted que pudo ahorrarse en tiempo, esfuerzo o dinero al momento de participar en el evento?**

Si el hotel hubiese quedado más cerca hubiera ahorrado más tiempo y dinero también porque por no llegar tarde coges taxi entonces ya estas pagando un extra.

9. **¿Cuándo decidió ser partícipe de estos eventos deportivos tuvo conocimiento de las actividades turísticas que se podían realizar?**

No, siempre me he enfocado en las competencias y después de la competencia si veo muy secundariamente los lugares que puedo visitar

10. **¿Cuándo decidió participar que preocupaciones tenía antes y después del evento?**

Antes que mi desempeño salga bien en la competencia y después veo que otras competencias tengo para mejorar.

11. **¿Qué problemas frecuentes se presentan al momento de participar en un evento deportivo en otra ciudad?**

Yo creo que los más difícil es la coordinación de la comida, si viajas independientemente, fácil tu comes en cualquier lado, pero cuando ya es un grupo un deportista en competencia no puede cualquier cosa, no puede ir a un centro comercial o meterse en algún local que no conoce entonces eso creo que es lo más difícil la comida, saber que necesita un buen alimento para que no tengo problemas estomacales en la competencia, que no le caiga muy pesado que el que cocina sepa la cantidad de proteína, carbohidratos fibra que debe ingerir un deportista antes de la competencia.

12. ¿Cuáles serían los principales motivos por los cuales usted no participaría a un evento deportivo?

Básicamente dinero, que no tuviera como solventar para ir a un lugar pero sentirme bien en un buen hotel, buena comida, estar cerca del lugar del evento

13. ¿Cuál cree usted que es el impacto social que tienen los eventos deportivos en las ciudades? ¿Qué tan importante son para usted?

Creo que el impacto es muy bueno ya que es un incentivo para que exista una cultura deportiva, cuando un joven mira a otros de su misma edad desarrollarse de esa forma competitiva se motiva de otra manera y mucho más si se promociona el evento en medios sociales.

14. ¿Qué opina usted de los eventos deportivos con fines benéficos?

Son una buena iniciativa para ayudar al prójimo y sentir que estar aportando a una noble causa.

15. ¿Qué recomendaciones le daría usted los organizadores de eventos deportivos en otras ciudades?

Que busquen un lugar donde se organiza el evento no sea de un alto presupuesto por que la competencia debe estar al alcance de todos, que sea un lugar donde se encuentren hoteles de clase media y que hallan buenos lugares de comida y que el transporte sea fluido.

16. ¿Qué tipo de servicios complementarios le gustaría que tenga un evento deportivo?

Equipo de fisioterapia, ya que nosotros no podemos viajar con ellos porque es demasiado caro.

17. ¿Le gustaría que en el lugar sede del evento deportivo se oferten paquetes turísticos o se brinde información turística de la ciudad?

Yo creo que no, uno viene a competir no ha turistar

18. ¿Qué tipo de ofertas turísticas le interesaría?

No me interesaría ninguna oferta turística si el motivo por el que fui es a competir



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

Nombre: Diego Barcia

Ocupación: Estudiante de la carrera de emprendedores en la Universidad Católica Santiago de Guayaquil

Disciplina: Velerismo

1. ¿En qué tipo de eventos deportivos ha participado usted?

El deporte que más practico es un deporte a vela, es un deporte acuático, compito dos veces al mes en salinas una copa nacional todos los años, también he participado en otras copas internacionales en Perú en donde debes navegar desde Lima hasta Paracas o Copa Galápagos que es navegar desde Salinas hasta una Isla de Galápagos que toma cuatro días tres noches estos son las travesías que he hecho.

2. ¿Cuántas participaciones en promedio ha tenido usted fuera de la ciudad en eventos deportivos?

Anuales aproximadamente mínimo dos.

3. ¿Cuáles fueron sus motivaciones para participar en estos eventos?

Primero que nada aparte de la competitividad conocer otras tierras, lugares el turismo.

4. ¿Cuáles son las cosas que coordina antes de ir a participar en un evento deportivo en otra ciudad?

Primero que nada lo que más se necesita es el descanso y para mí lo más importante es una buena estadía una buena cama buena comida lo principal.

5. ¿Qué aspectos toma en cuenta de los servicios o productos que adquiere antes de ir a participar a un evento?

El desayuno es lo más importante, ya que es lo primero que tomamos antes de navegar entonces debe tener una variedad más que nada que sea saludable y el hotel debe tener una buena cama, en mi deporte a vela mi cargo que se llama mayor, requiere esfuerzo de espalda de cuerpo y es crucial un buen hospedaje.

6. ¿Considera usted que la relación precio/calidad es relativo al momento de pagar un servicio? ¿Por qué?

Si, lastimosamente si quieres calidad siempre debes pagar un poco más. Todos los que navegan saben que un buen descanso, porque es un deporte que se practica baja la luz del sol muchas horas es agotador no solo el sol si no el esfuerzo físico.

7. ¿De todas las competencias en las que ha participado cuales han sido sus peores experiencias?

Hace unos dos meses tuve una competencia que se llama Copa Galapagos donde navegue desde salinas y me tomo aproximadamente un cuatro días tres noches muy agotador, porque no se duerme nada y cuando llego vía web había reservado un hotel estaba sin luz se saltó el breque y así súper cansados nos tocó buscar otro hotel, ósea muy engañosas las páginas web en este aspecto.

8. ¿Qué considera usted que pudo ahorrarse en tiempo, esfuerzo o dinero al momento de participar en el evento?

Cuando realiza reservas por Booking obtengo descuentos y cuando lo hago con anticipación mucho mejor.

9. ¿Cuándo decidió ser partícipe de estos eventos deportivos tuvo conocimiento de las actividades turísticas que se podían realizar?

Si, realmente he ido a lugares que son muy turísticos entonces a cada rato ofrecían tour a las islas en botes, pero es cuando estoy en el lugar busco que hacer.

10. ¿Cuándo decidió participar que preocupaciones tenía antes y después del evento?

Antes es el hotel, después es la calidad de la comida que se consume por el alto rendimiento que se debe tener en estas competencias.

11. ¿Qué problemas frecuentes se presentan al momento de participar en un evento deportivo en otra ciudad?

Usualmente en Galápagos en el hotel se puede encontrar pero en lugares pequeños como Ayamgue no encuentras buenos hoteles esto suele ser un problema.

12. ¿Cuáles serían los principales motivos por los cuales usted no participaría a un evento deportivo en otra ciudad? (tiempo/dinero/distancia/disponibilidad)

Que dure más de dos semanas mínimo una semana, buena la organización de los veleristas es un poco desordenado que molesta algunos porque sacan ventaja de otros competidores.

13. ¿Cuál cree usted que es el impacto social que tienen los eventos deportivos en las ciudades? ¿Qué tan importante son para usted?

Atraen muchos turistas porque son veleros grandes de cuarenta pies los más pequeños, llaman mucho la atención los promocionan mucho en el lugar donde se va a competir en eso atrae bastante al turismo, considero que es un deporte tranquilo que ayuda a la concentración que es limpio que no contamina el planeta.

14. ¿Qué opina usted de los eventos deportivos con fines benéficos?

Muy bien, siento que motiva a la gente de que hay un fin, por ejemplo lo que hace Unicef carreras trotes 5k y cosas así, si el fin es bueno como se refleja más de quinientos o miles de competidores creo que es importante para los deportistas.

15. ¿Qué recomendaciones le daría usted los organizadores de eventos deportivos en otras ciudades?

En general deben enfocarse en ayudar a los demás a los discapacitados, hay obviamente olimpiadas para estas personas discapacitadas pero yo creo que debería fortalecerlo mucho en la ciudad en el país, a nivel de mi deporte abrir más las puertas,

lo hacen más cerrado digamos es algo más exclusivo y no se da a conocer por todas las clases.

16. ¿Qué tipo de servicios complementarios le gustaría que tenga un evento deportivo?

Descuentos para regresar, promociones pero bueno cuando estoy en competencia no alcanzo a conocer mucho pero me gustaría que me dejen esas ganar de regresar a donde fui para ir de nuevo a visitar,

17. ¿Le gustaría que en el lugar sede del evento deportivo se oferten paquetes turísticos o se brinde información turística de la ciudad?

Si, realmente si

18. ¿Qué tipo de ofertas turísticas le interesaría?

Que me digan que es lo mejor que hay en la ciudad, hotel no, a mí me gustan muchos los deportes de cuadron de lanzarse de paracaídas de andar en patineta, esto me gusta.



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

Nombre: Miguel Cedeño

Ocupación: Propietario de Encachinate Sport

Disciplina: Ciclista

Introducción del entrevistado

Actualmente tengo una tienda deportiva, encachinate sport se llamó nosotros nos beneficiamos bastante del deporte a fines lucrativos también, en fines deportivos estamos en una para de momento porque una lesión que tengo en la rodilla pero siempre estamos mezclados con el deporte obviamente.

1. ¿Ha participado alguna vez en un evento deportivo en otra ciudad?

Básicamente todo lo que tiene que ver con ciclismo de montaña, eventos deportivos todas son carreras comerciales no son carreras que si tu ganas 10 carreras anuales vas a participar representando a Ecuador en un panamericano, no se podría dar ese título porque nuestras carreras son comerciales o sea vino xyz persona y hizo una carrera, si deportista de alta gama de todo el país. El premio de estas carrera es aproximadamente de 200\$ el primer lugar de elite, regalos de los auspiciantes y obviamente tu medalla de participación al llegar a la meta, regularmente anual serian unas 15, 20 carreras que nosotros podemos asistir porque cada semana hay una pero por cosas económicas no se puede ir a todas, todas son los domingos y hay 3 carreras anuales las cuales son todos los días, esas si son bastante tediosas en cuestiones económica. Estas carreras tienen la acogida de 200, 300 personas aproximadamente.

2. ¿Cuántas participaciones en promedio ha tenido Ud. fuera de la ciudad en eventos deportivos?

Unas 15 anuales.

3. ¿Cuáles fueron sus motivaciones para participar en estos eventos?

Superación personal, reto con el rendimiento que tenía al inicio siempre tenemos que tener a alguien a quien quieras superar.

4. ¿Cuáles son las cosas que coordina antes de ir a participar en un evento deportivo en otra ciudad?

Coordino la alimentación, el hospedaje, el estado de mi bicicleta, 3 días antes no pedaleo tomo agua esa semana como loco y el regreso; porque por lo general los buses vienen llenos y debo tener alguien que me traiga la bici. Creo que eso es lo que más nos preocupa la bici.

5. ¿Qué aspectos toma en cuenta de los servicios o productos que adquiere antes de ir a participar a un evento?

Los productos que adquiero antes son hidratantes, algún desinflamatorio, gel, spray en cosas de alimentación, lo que tengo que comer durante la competencia. Barras proteicas

6. ¿Considera usted que la relación precio/calidad es relativo al momento de pagar un servicio? ¿Por qué?

Obviamente si nosotros somos deportistas de ciclismo gastamos un poquito más, tenemos menos aceptación en el transporte, porque si vamos al terminal terrestre no te quieren llevar las bicicletas, y existe un artículo en el código vial el cual nos ampara, el que dice que tenemos derecho a transportar nuestros vehículos en este caso en la parte de debajo de los buses sin ningún recargo.

7. ¿De todas las competencias en las que ha participado cuales han sido sus peores experiencias?

Siempre cuando me preguntan eso instantáneamente me acuerdo que en una carrera en playas me ponche 3 veces. Para mí fue la peor competencia porque quede último de toda la competencia, de todas las categorías. Llegue casi cuando estaban sacando el arco, esa vez me frustre porque yo iba puntero con los ciclistas de elite cuando me ponche la primera vez y la última ponchada fue en la playa, ahí me desmotive pero seguí porque ese es el propósito de cualquier ciclista, llegar a la meta.

8. ¿Qué considera Ud. que pudo ahorrarse en tiempo, esfuerzo o dinero al momento de participar en el evento?

Ahorrarme esfuerzo seria irme el mismo día de la carrera al evento deportivo, ahorras tiempo por si tienes que trabajar al día siguiente, te ahorras cansancio.

9. ¿Cuándo decidió ser partícipe de estos eventos deportivos tuvo conocimiento de las actividades turísticas que se podían realizar?

No, por ejemplo si yo me voy a la ruta del cacao que es bucaiy, no se qué puedo hacer después de la competencia si voy a la ruta del cacao si averiguo en internet yo se que por otras cosas que hay rápidos, la comida, etc. No hay ninguna empresa que se encargue de que nosotros nos enteremos que actividades se pueden realizar.

10. ¿Cuándo decidió participar que preocupaciones tenía antes y después del evento?

Como me regreso, antes todo gira por el transporte si tu vas a otra ciudad, vas a las ciegas, porque por lo general nuestra categoría de ciclismo de montaña sale de pueblos la mayoría que son un poco inhóspitos de cierta manera, para llegar tienes que ir por unos caminos medios raros. Por ejemplo hay una ruta que se llama triosain esa medalla fue una de las duras de conseguir porque para llegar a donde comienza la competencia es punta del pacifico que es vía a la costa km 39 y de ahí te metes 30 km para adentro y es un camino horrible, llegas ahí recién a salir a la competencias. Dependiendo del lugar la gente desiste de ir porque son en lugares lejanos donde es difícil el acceso.

11. ¿Qué problemas frecuentes se presentan al momento de participar en un evento deportivo en otra ciudad?

Transporte. No confiamos mucho en el transporte terrestre porque si queremos viajar 5 ciclistas no nos quieren llevar porque ocupa la mayoría de espacio en el maletero de los buses. Entonces ellos siempre cobran a las personas que llevan sacos entonces no es lucrativo para ellos, es una perdida para ellos. A diferencia de si alquilamos un carro, vamos 4 en un carro con nuestras bicicletas atrás. La mayoría de ciclistas llegan en carro propio a las competencias.

12. ¿Cuáles serían los principales motivos por los cuales usted no participaría a un evento deportivo en otra ciudad? (tiempo/dinero/distancia/disponibilidad)

Por la distancia, existe una competencia que se llama puerta al Yasunii, es una cosa que vas por medio de la selva escuchas los monos es una cosa increíble pero es demasiado lejos entonces ahí si gastaras. Porque hay no podrías viajar el mismo día, entonces por la situación económica también desistes de ir a una competencia. El índole deportivo tiene que ver mucho ahí si tú tienes una mente ganadora así sea que vayas a quedarte último, los paisajes que de todas las competencias es lo mejor que puede haber siempre obviamente el chip de nosotros en competencia es ganar y obviamente dar lo mejor de nosotros en rendimiento. Pero hay ocasiones que las personas van porque les gusta por donde van por ejemplo el trillosain y tú dices que bonito puede ser esto pero cuando estás en la cúspide en toda la loma, todo es increíble y te place quedarte ahí es una cosa de locos. El deportista por lo general visitan el lugar de la competencia un día antes de iniciarla, los organizadores te dicen la carrera es el 20 de octubre el 1ero y el 7 de octubre hacen una ruta de reconocimiento. Estas rutas sirven para planificar mi estrategia e identificar los lugares con mayor dificultad y donde podría parar a tomar agua o comer.

13. ¿Cuál cree usted que es el impacto social que tienen los eventos deportivos en las ciudades? ¿Qué tan importante son para usted?

Es una gran fiesta, respiras un ambiente de festividad, se llena el sitio con personas que venden sus cositas, porque hay bastante afluencia de personas, son 300 personas inscritas aparte de las personas que van de visitantes. Los uniformes de la carrera que te dan tu las tienes guardadas, quizás los novatos les gusta pero cuando tú tienes 4, 5 años en el deporte y tienes un montón de jersey guardados. Los chips son por lo general lo que mayor te da problemas, el ciclista se preocupa primero por la señalización del terreno, eso es lo básico. Cuantas Y hay en el terreno entonces yo pongo 3 personas ahí esa es una buena organización. Cuando vas pedaleando lo que menos vez es por donde vas, tú vas embalado. Tu placa es azul todas las azules son elites, ves una y el primer elite se metió a la derecha todos lo van a seguir a él todos esos se van a perder. Y si otros que no eran elites se fueron por el lugar correcto que crees que dirán las

elites que fue mala organización nunca más vengo y en redes te hacen pedazos porque hay una mala organización en el trazado. Segundo la hidratación por lo general vas por los 20km pedaleando con todas tus fuerzas porque sabes que en ese punto recibirás agua. Esa es una buena organización.

El trazado, cronometraje, la hidratación, el resto puede ser cualquier cosa.

Y si alguien llega a la meta y no recibe un dólar sin ninguna de esas cosas, créeme que la gente no vuelve. El premio monetario atrae a la gente. Inclusive si dan premio monetario donde crees que van a gastar esa plata en la misma ciudad entonces eso dinamiza la economía bastante.

14. ¿Qué recomendaciones le daría usted a los organizadores de eventos deportivos en otras ciudades?

Que cumplan lo que prometen, porque te pintan algo increíble y al momento de llegar a la competencia no recibes nada. Si tú realizas una competencia es porque tienes un capital y en cada edición vayan mejorando.

15. ¿Qué tipo de servicios complementarios le gustaría que tenga un evento deportivo?

16. Ambulancias, personas que después de las rutas den masajes, piscinas de hielo, alguna actividad recreativa dependiendo de la ubicación, transporte etc.

17. ¿Le gustaría que en el lugar sede del evento deportivo se oferten paquetes turísticos o se brinde información turística de la ciudad?

Si pues creo que venderían muy bien. Pues después de las competencias quieres relajarte y sería una buena opción.

18. ¿Qué tipo de ofertas turísticas le interesaría?

Considero que el ciclista guarda todas sus energías entonces no adquiere oferta de paquetes turísticos, creo que lo que más se desea es descansar para dar todo de sí en la competencia. La hospitalidad de las personas que viven en los lugares de las competencias dan una buena imagen entonces lo disfrutas. La comunidad en el deporte es importante, ciclistas hay de todos los estratos sociales, acoge; hombres, mujer y etc. Existe bastante organización en cada club de ciclismo que hay en la ciudad.



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

Nombre: Nadia Pazmiño

Ocupación: Estudiante de enfermería en la Universidad Católica Santiago de Guayaquil

Disciplina: triatlón

¿Nadia cuál es tu disciplina y tu ocupación? Bueno al momento yo estudio en la Universidad Católica, estoy en el tercer ciclo de la carrera de licenciatura en enfermería y mi deporte es el triatlón.

1. ¿En qué tipos de eventos deportivos has participado?

Bueno, mi carrera deportiva empezó a los 12 años y he participado a nivel escolar, colegial, provincial e internacional representando a la provincia.

¿A qué países ha viajado?

A todos los países de Sudamérica, Estados Unidos, México y Canadá.

2. ¿Cuántas participaciones en promedio tienes anualmente?

Bueno, en triatlón a nivel nacional se han hecho 12 competencias importantes una cada mes; para así sacar a la selección nacional. Y en las competencias internacionales que se pueden decir “copamundo” son 5 veces al año.

3. ¿Cuáles fueron tus principales motivaciones para ir a participar a estos eventos?

Al principio era como un juego, pero, después viendo a conciencia de que tenía que representar bien a mi colegio, tenía que representar bien al país y a la provincia. Pues era una responsabilidad grande con 15 años y ser la menor de toda la selección, entonces, fue un punto importante en mi vida que marcó desde ese momento.

4. ¿Cuáles son las cosas importantes que coordina antes de ir a participar a un evento deportivo?

Bueno para hacer un evento deportivo, participarlo, hay que ver muchos factores: la calidad, hospedaje, costos, si podemos viajar cómodos, las maletas (si sé las puede llevar, las dimensiones, tal vez si vas en una aerolínea a veces la maleta de la bicicleta no te la reciben o tienes que pagar una tasa adicional) entonces hay factores que hay que verlos muchos meses antes, a ver si se puede ir a la competencia.

5. ¿Qué aspectos toma en cuenta de los servicios o productos que adquiere antes de ir a participar en un evento deportivo?

Bueno te puedo dar un ejemplo: En una competencia te ayuda bastante que la misma competencia te dé un hotel sede, que ahí mismo te puedan dar una dieta alimenticia buena para deportistas, te sirven con Buffet, el costo es económico para un deportista, te dan ayuda para guardar la bicicleta, ahí mismo es el congresillo técnico y está muy

cerca a la calidad de la competencia. Entonces eso motiva bastante a los deportistas y obviamente porque no ir y repetirlo.

¿Estos servicios complementarios que me dices usualmente se dan aquí en el país?

Muy poco cuando son copas mundo o competencias internacionales se recibe el apoyo del ministerio, pero a veces muchas de las competencias que ha tocado ir o a tocado representar ha habido la musaraña de los entrenadores para poder estar en la competencia.

¡Perfecto! ¿Considera usted que la relación precio-calidad relativo al momento de asistir a un evento deportivo?

Pues sí, tiene que ver bastante Porque si nos ocupamos del hotel y no nos alcanza para la alimentación, y nos basamos base un presupuesto, entonces como que si influye bastante en que nosotros vayamos o no; y cuántas personas vayamos en la delegación.

6. De todas las competencias en que participó, ¿Cuáles han sido sus peores experiencias?

Bueno la que más me impactó creo que fue en Canadá; todo está muy bien, el hospedaje, todo, pero el clima no nos ayudó tanto en la competencia. Una compañera de Azuay y yo éramos las únicas representantes de Ecuador en la categoría sub 23 olímpico, pero, ella siendo la mejor a nivel nacional tuvo un accidente por una falla técnica. Hubo bastante lluvia, ella, tuvo un accidente bien feo justamente fue en el día de mi cumpleaños; tuvimos que atenderla y todo. Fue algo bien impactante porque ella estaba destinada a como qué recibir o a que ella tuviera un buen lugar en la competencia, lamentablemente no pudo ser así; después hubo un evento que marcó para todos la vida fue Cristina Fárez ¡qué bueno! ¡qué descanse en paz! pero son cosas que a veces no controlamos.

¿Alguna otra experiencia?

Creo que esa fue la más impactante, de ahí creo que no porque siempre hemos estado respaldado por los representantes, los entrenadores qué han hecho que las competencias, las experiencias no hayan sido tan forzadas.

7. ¿Qué considera usted que pueda valorarse en tiempo esfuerzo y dinero al momento de participar en una competencia?

Bueno en todo ese proceso creo que es un caos realmente la vida del deportista. Porque no sabes qué hacer y bueno el entrenamiento se vuelve más pesado, con más estrés, hay poco tiempo, porque; al momento yo estudio y trabajo entonces es un poco difícil y bueno eso es lo que te puedo comentar

8. Cuando decides ser partícipe de estos eventos deportivos ¿Tuvo conocimientos de las actividades turísticas que se podían realizar en el lugar?

Al principio no porque como sólo uno va netamente con la perspectiva: “voy a competir y voy a entrenarlo bien y voy a hacerlo muy bien”, entonces uno no ve esa perspectiva. Ya cuando ha pasado el suplicio de la carrera se ve como que, ¡Oh a existido esto, lo eh tenido cerca! Y se empieza a investigar, indagar y a conocer parte de la ciudad en la que uno está.

9. ¿Cuándo decidió participar qué preocupaciones tenía antes y después de la carrera?

¡Uff! Demasiado diría yo, porque para hacer una carrera no es fácil clasificar primero en los tiempos, luego ver hospedaje, alimentación, dinero si alcanza, patrocinadores,

si el entrenador está dispuesto a viajar o no, que implementó me falta o qué debo de comprar nuevo, o que no debo de llevar nuevo. Son cosas, implementación, que hay que comprar o que hay que reparar. Entonces, son factores que sí son importantes en el deporte, en las cuales si hay que tenerla mucho cuidado para preservar nuestra vida y los demás espectadores que están en la competencia.

10. Cuéntame algo ¿Cuáles son los problemas frecuentes que se presentan antes de viajar a un evento deportivo?

Logística, a veces contratamos autos o compañías para que nos apoyen, que nos lleven al destino. Pero a veces como que existe el mismo nombre en dos lugares, entonces, me llevan a otro lugar y nosotros ya vamos con el tiempo y nos toca llegar atrasados; o el entrenador a veces no somos compatibles con el idioma entonces la expresiones, el idioma hay que acoplarse a la eventualidad que aparezca Y tratar de salir de ella porque sino no podemos estar.

11. ¿Cuáles son las principales motivos por los cuales desistiría de no ir a una carrera?

El incentivo, que eso no sólo se lo hace tanto por parte económica. Pero igual existe el incentivo en la inscripción, tenemos una camisa, una medalla o existe la parte masaje, la oxigenoterapia, algo que el deportista después de la competencia vea que sea beneficioso para él; no tanto en la parte económica pero en la parte físico emocional del deportista.

12. ¿Cuál cree usted que es el impacto social que generan este tipo de eventos en la ciudad y en otras ciudades fuera del país?

Sería el turismo; más que a todo dar a conocer cada ciudad en la que se va o país. Ha habido eventos en los que ha sido la independencia de la ciudad, del país, ¡Perdón! la independencia de la ciudad o el sector en el que estamos y se hacen fiestas, o sea se hace después de las competencias. Se incluye la fiesta del lugar en el que estamos y nos premian, y bueno eso queda como recuerdo y obviamente al deportista le da como un “realce emocional” después del desastre que ha pasado en toda la competencia.

13. ¿Qué opina usted de los eventos deportivos con fines benéficos?

Ha habido muchos casos en los que a algunos compañeros deportistas, atletas, nadadores, ciclistas a los cuales se ha apoyado bastante. Y como somos un grupo, bueno el “Tri” siempre nos hemos caracterizado al menos aquí en el país en que la mayoría nos conocemos y la mayoría nos apoyamos. No importa de que seas en la competencia, ya seas mi Enemigo o mi contrincante siempre nos hemos tratado de ayudar. Entonces eso es lo bonito de estar en este deporte conocer bastantes personas y que nos podamos apoyar los unos a los otros.

14. ¿Qué recomendaciones le darías a los organizadores de eventos deportivos de la ciudad?

Mayor seguridad; porque a veces la logística está perfecta, pero, hay ciertos puntos que a veces se salen de las manos o no controlamos. Existe imprudencia de las personas que viendo la carrera, la competencia o la señalización cometen la infracción de entrar a la competencia; entonces un poquito más de seguridad para el evento no estaría de más.

15. ¿Le gustaría que en los lugares sedes donde se realizan los eventos deportivos se brinde algún tipo de paquete turístico o información turística?

¡Claro! nos ahorraría demasiado tiempo y nos ayudaría a conocer la ciudad, ya que hay ciertas veces que no conocemos nada sólo el nombre de la ciudad, entonces, sí parecería una parte de incentivo porque ya que salimos por una competencia regresamos con buenos recuerdos de una ciudad y porque no regresar a ese evento.

16. ¿Y qué tipo de paquete turístico te gustaría que te ofrezcan?

Bueno, sería conocer la iglesia, conocer los museos, los parques, algo relativo, importante, las comidas ¿porque no? algo importante de cada ciudad, algo que los caracterice y poder decir: ¡Ah! fui a esa ciudad y esto los caracteriza. Igual con el conocimiento básico de ese tour poder promocionarlas y poder tener un bonito recuerdo.

¿Consideras que dentro del equipo de personas que conoces de otras provincias de Ecuador estarían interesados en participar en una competencia aquí en Guayaquil que sea algo estilo duatlón ciclismo y correr?

¡Sí!, la modalidad del triatlón es muy diversa existe el acuatlón, duatlón, el doble acuatlón. Entonces es como un reto para el triatleta tener esas variaciones de “Tri” porque, no el triatleta siempre es experto en las tres disciplinas, siempre hay una en la que se destaca. Entonces si hay una duatlón es beneficioso para el corredor y para el ciclista, entonces dice: “Bueno aquí le voy a ganar a este que no le gané en todo el año”. Entonces es un reto y ahí se pueden abrir muchas más categorías, puede haber mucha más competitividad; entonces es muy bonito es un reto que se le pone al deportista de decir bueno en estas vamos y vamos a ver qué tal nos va.

Y ¿Consideras que tus amigos de otras provincias de aquí de Ecuador estarían interesados en venir acá a Guayaquil a participar?

¡Sí! ellos siempre están Como qué salen, bueno en si el deportista por factor tiempo, por factor familia, por algunos factores faltan por decirte así a las competencias. Pero si la competencia está desde hace 5 meses y hay disponibilidad de tiempo y le comentas a todos cómo va a ser, como se los va apoyar, algo, algún incentivo, algo que ellos en realidad vean, que sí, que vamos a ir arriba en el deporte; pues ellos encantado. Siempre las personas, los chicos de la Sierra que yo conozco, ellos, siempre han dicho: Bueno si Y qué más si lo recomiendo, si lo recomiendo yo. Ellos dicen bueno: Eso está bueno si lo dices es por algo, entonces, vamos a esa carrera.

Definitivamente la recomendación boca a boca de un evento es primordial Al momento de que éste tenga éxito ¿no crees?

Claro si, eso es un factor importantísimo. Si a mí me dan una buena referencia y me dicen: esto habrá, esto no habrá, tienes que hacer, esto te damos la facilidad de pago, te damos esto, te damos un masaje o te damos una charla técnica, va haber una cena charla técnica; entonces las personas como dicen: ¡Si sí vamos!. O si nos dicen la competencia es el sábado pero desde el viernes los vamos a recibir y este paquete de promoción hay, y te puedes quedar hasta el domingo; entonces las personas lo ven como un paseo a parte de la carrera. “Me puedo quedar después de toda la carrera, me puedo quedar, puedo descansar un poco y conocer por el mismo precio que fui a una carrera.”

Perfecto Nadia Muchísimas gracias por tu ayuda un gusto de verdad es que muy enriquecedora tu entrevista

No, gracias a ti.



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

Nombre: Roberto Frickson

Ocupación: Entrenador de natación

Disciplina: Natación

He sido deportista durante más de 20 años, he estado en el ámbito de la natación por más de 20 años también; desde 1990 que ahí arranque mis novatos he competido en todos los eventos deportivos que han habido a nivel de natación he sido seleccionado guayas, del Ecuador. He podido participar y viajar mucho Gracias a este hermoso deporte

Actualmente ¿Cuál es su ocupación?

Profesor de natación.

1. ¿En qué tipo de eventos deportivos internacionales ha participado usted?

Todo en el ámbito de la natación. He participado en copas del Pacífico, sudamericano, panamericano, bolivariano, juegos del Sur.

2. ¿Cuántas participaciones en promedio ha tenido usted anualmente?

Bueno, en la etapa activa deportista tenía más o menos alrededor de unas 60 competencias al año. ¡Woh! Una cifra interesante y ¿qué motivaciones tenía usted al momento de acudir a estos eventos deportivos? Amor al deporte.

¿Era siempre amor al deporte?

En esos tiempos no se ofrecía dinero, ni nada como ahora que se dan becas y todo uno lo hacía por sentirse bien por mejorar su marca por estar con los amigos y por todo el ambiente que se creaba, una nueva familia en ese lugar.

3. ¿Cuáles son las cosas que usted coordinaba antes de ir a estos eventos deportivos?

Bueno como deportista uno tiene que ver qué nunca le falte el hidratante, que el traje de baño esté bien, los trajes de baño; porque hay uno para calentamiento, otro para competencia, los lentes o las gafas como le dicen para competir; que esté todo bien el gorro, zapatillas, siempre la mochilita bien Armada.

4. ¿Qué aspectos toma usted en cuenta con los servicios o productos que adquiere antes de ir a una competencia?

Bueno, cuando son competencias en la ciudad de uno no es mucha la cosa porque es prácticamente depende de uno. Cuando son competencias en otras ciudades se tiene que organizar bien lo que es el hospedaje, el bus o el transporte hacia la localidad donde uno va a competir; o en su defecto había veces que los mismos clubes ofrecían que vayan a casa de nadadores. Entonces sería como especie de un intercambio, que el deportista iba a casa de Pepito y después cuando Pepito Venía a Guayaquil iba a la

casa del deportista que estuvo ahí. Entonces había, ¡Hay! ese grado de familiaridad como quien dice, uno entra en un núcleo de familiaridad.

Usualmente en las competencias que usted tenía, ¿Debió pagar algún tipo de inscripción a la hora de participar?

Claro, para toda competencia se paga inscripción para costear lo que son medallas, las personas que están moviendo las placas, las personas de mantenimiento y todo eso.

Considera que una relación precio-calidad con este tipo de competencias los cual usted tenía que pagar y los tomaba en cuenta O sea que sí lo que usted pagaba tuviera relación con lo que iba a recibir tal vez al final

Bueno, realmente cuando uno compite siempre compite por su tiempo y por la medalla. La medalla todo el mundo dice que oro, de plata, de bronce, pero; no tiene nada de oro, nada de plata, nada de bronce. Sólo es el color, entonces uno sabe qué realmente pagaba era por ir a competir, o sea, no pagaba por un premio, no pagaba porque después iba a ver un beneficio extra, uno pagaba para ir a mejorar su marca.

5. De todas las competencias de las cuales usted ha participado ¿Cuáles han sido sus peores experiencias?

Bueno, una vez fuimos a Ibarra y estaban recién llenando la piscina y se imaginara que el agua de tanquero sale más fría que el agua de piscina...

¡Oh! Y en Ibarra todavía

Entonces ya cuando nos metimos a competir todo el mundo parecía robot, todo tieso, todo congelado y por más que uno trataba de darle lo más duro que pudiera no alcanzamos a calentar; ni yendo todo a full...esa fue una de las peores.

Y bueno ¿alguna en competencia internacional?

Bueno, en las internacionales casi siempre iba todo bien. Sólo hubo una en la que regrese, regresé con tifoidea...en Cali después de comer raspado.

(Risas)

6. Muy malo para mi ciudad; ¿considera usted que pudo ahorrarse tiempo dinero y esfuerzo en ir a alguna de estas competencias?

Realmente se gasta lo mínimo, se gasta lo justo, o sea se trata de economizar lo más posible por la cantidad de eventos que hay en el año. Entonces los que son en Ciudad son en el periodo de clases, pero en las vacaciones ya se tiene planificado que hay que salir una vez a la semana hacer una competencia.

7. Usualmente cuando son competencias fuera de la ciudad o competencias internacionales ¿ustedes viajan con algunos días de antelación, tal vez aclimatarse o para entrenar, tal vez?

Bueno, cuando es en altura se viaja el mismo día, porque si no coge la altura y es peor; pero cuando es internacional sí tenemos que viajar en dependencia a la economía, o sea lo barato que este el pasaje. Si el pasaje dice que tenemos que llegar el día lunes porque a habido 50 escalas porque sale baratísimo nos vamos el día lunes, pero tenemos que competir el día jueves. Ya todo eso va en dependencia de los costos.

8. Cuando decidió ser partícipe de estos eventos deportivos ¿Tuvo conocimiento de las actividades turísticas que podía realizar en algunos de estos lugares donde competía?

Realmente no, porque lo hice a partir de los 10 años de edad. Entonces mi papá era el que se encargaba realmente de todo eso, él era mi entrenador también. Pero lo bueno es que siempre sabíamos que si era internacional teníamos 1 o 2 días de paseo eso sí

se armaba un paseo; al parque La Caña fuimos una vez. Entonces todo súper hermoso, todo súper chévere y al final de la competencia siempre había una clausura había una fiesta y en la fiesta los mismos nadadores nos llevaban a pasear a algún tipo de turismo.

9. ¿Qué tipo de preocupaciones tenía antes durante y después de la competencia?

Antes de la competencia que no me pase nada para no lesionarme y durante la competencia que nadie me gané y después de la competencia haber ganado y haber bajado mi tiempo; eso más que nada.

¿El récord personal?

¡Claro!

10. ¿Qué problemas frecuentes se presentaban antes de ir a un evento deportivo?

Bueno realmente problemas problemas no habían, lo que por ahí había veces es: si eran aquí las competencias, la típica hora ecuatoriana a las 9 y empezamos a las 10, 11. Entonces eso era fastidioso por ejemplo: un sábado que uno ya quería dormir un poquito más y venía el sábado y se extendía la competencia tanto que llegábamos al domingo; entonces ya el domingo levantarse ya no quería saber nada, toda la semana haber entrenado y un domingo seguir compitiendo ya era algo extenuante.

11. ¿Me imagino!, ¿Cuáles eran los principales motivos por los cuales usted no asistió a una carrera?

Realmente creo que, si digamos un número; sí hubieron 100 competencias a las 100 fui.

12. ¿Cuáles hubieran sido como que las motivaciones por las cuales usted hubiera desistido?

Bueno, una no fui porque era en Estados Unidos y no tenía la visa. De ahí cuestiones de costo, es lo que primordialmente hace que uno diga: bueno planificamos para ir para allá pero no nos alcanza; así que busquemos una más cerca. Por ejemplo: nuestras salidas internacionales eran Colombia y Perú siempre, porque se puede ir por carro y es más económico; de Ahí, llegamos a Panamá que también era un poco económico, pero, nos invitaron a Costa Rica. Panamá En ese tiempo estaba \$250 el pasaje, a Costa Rica estaba \$500; entonces ahí se tuvo que hacer una gestión para poder ir. Entonces eso era lo que más limitaba viajar, el costo de los pasajes.

13. ¿Cree usted que ese tipo de competencias tienen algún tipo de impacto social en el lugar en qué se realizan?

Sí, yo me fui a un bolivariano en Perú créeme que qué emoción de los niños que llevaron de las escuelas nos pedían autógrafos. Uno se sentía como que: el más importante del mundo y yo les decía: “no pero yo soy un nadador promedio, no soy tan bueno”; “no, no importa yo sé que algún día vas a llegar a ser bueno así que firmame, firmame”; y yo ahí les regalaba un autógrafo y ya se iban contentos ellos.

14. ¿Qué increíble! ¿Qué opina usted de los eventos deportivos que tienen fines benéficos?

Bueno son sumamente importantes porque el deporte Crea una familia, y al crear una familia se está creando un ambiente en el que todo mundo va luchar por algo, y al crear

ese ambiente la parte benéfica se pone más fuerte; porque ya todos se ponen de acuerdo y todos quedan en lo mismo (en que vamos a llegar al beneficio que se quiere).

15. ¿Alguna vez ha participado en algún evento deportivo que tenga fin benéfico.

Sí en las maratones de mi colegio, eran con fines benéficos; yo tenía destrozadas mis rodillas pero igual iba.

Se tiene como esa necesidad de ayudar al prójimo.

Sí, exactamente.

16. ¿Qué recomendaciones le daría usted a los organizadores de eventos deportivos enfocándonos en la natación en la ciudad de Guayaquil?

Primero: que sean puntuales, siempre puntuales. Segundo: que tengan buenos jueces, porque, a veces tienen unos jueces que no saben ni tomar el tiempo, pero están ahí. Y tercero: que por lo menos regalen el hidratante que es lo básico.

17. ¿Qué tipos de servicio complementario le gustaría que hubiera en alguna competencia de natación aquí en la ciudad?

Bueno servicios complementarios realmente ¿cómo que podría ser?

En algunas competencias como crossfit, cuando ellos terminan de hacer su competencias por decirlo así, al final les ofrecen un masaje o al final les ofrecen un City tour.

Bueno sería bueno un City tour o por ahí una cevichada.

¿Comida podría ser?

Claro, un piqueo como quien dice por lo menos.

18. ¿Cuándo usted estuvo en estos eventos deportivos en alguno de estos, por si acaso había un punto de información turística?

Claro en Perú y Costa Rica ahí sí tenían.

¿Si había?

Ahí sí tenían puntos de información ellos mismo armaban City tours después de las competencias.

¿Después de las competencias? ¿No les pasaban a ustedes la información antes de que fueran para que pudieran planificarse?

No realmente, pero siempre estaba; o sea ahí tenían puntos ya fijos porque sabían que siempre hacían eventos. Y en Costa Rica por ejemplo: era un parque público que estaba la piscina y ya pues cada persona que pasaba por ahí le daban la información y todo; pero ellos sí se planificaban en ya tenernos listo un paseo.

19. Y usualmente ¿Qué tipos de paquetes turísticos les ofrecían a ustedes era algo corto o era de días?

No, era algo corto era de un día o dos días máximo.

Claro, como quien dice: una vez que terminen ya de hacer su carrera ya están cansados, o tal vez necesiten ir a competir a otros lados. No pueden ser paquetes muy largos.

Aparte qué, como cuando uno tiene una carrera deportiva uno termina su carrera y vuelta entrenar; no es que ya me puedo dar las vacaciones ni nada de eso. Siempre todo el año es entrena y entrena, hasta que termina tu carrera deportiva ahí sí ya puedes ir a disfrutar.

Una pregunta con el tema de la Alimentación, porque, ustedes los deportistas tienen una alimentación bien estricta ¿Cómo hacían? ¿Llevan su comida o allá tal vez había un hotel sede?

Bueno, eso se planificaba antes de ir. Si llegamos a un hotel ya se decía que tenía que tener tantas raciones de carbohidratos, tantas de proteínas; dependiendo de los días y todo eso por lo general en selecciones era así.

Bueno muchísimas gracias por tu ayuda nos ha sido muy útil escuchar esa experiencia.

Ok, muy linda entrevista y espero que todo lo que les haya dado les pueda servir para algo bueno



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

Nombre: José Javier Avilés

Ocupación: Estudiante

Disciplina: Tenis

1. ¿Ha participado alguna vez en un evento deportivo en otra ciudad?

Competencias deportivas de tenis, Venezuela, Perú, Paraguay, Estados Unidos.

2. ¿Cuántas participaciones en promedio ha tenido Ud. fuera de la ciudad en eventos deportivos?

De 5 a 6 por año aproximadamente

3. ¿Cuáles fueron sus motivaciones para participar en estos eventos?

Mis motivaciones principales fueron que como jugador de tenis podía sacar una beca deportiva para estudiar al extranjero

4. ¿Cuáles son las cosas que coordina antes de ir a participar en un evento deportivo en otra ciudad?

Bueno yo coordinaba que el hotel esté en orden, la comida, que el hotel no quede muy lejos del lugar sede de la competencia.

5. ¿Qué aspectos toma en cuenta de los servicios o productos que adquiere antes de ir a participar a un evento?

Que la comida sea buena y saludable para poder rendir bien en el torneo y que no sea muy cara la ciudad a la que voy.

6. ¿Considera usted que la relación precio/calidad es relativo al momento de pagar un servicio? ¿Por qué?

La verdad es que si de hecho, de hecho viajar a un torneo ya es caro y por ende yo intento buscar un hotel que no sea de alto costo para poder viajar más.

7. ¿De todas las competencias en las que ha participado cuales han sido sus peores experiencias?

Cuando me fui a Venezuela ya que no había tanta comida, de hecho me enferme porque habían puesto comida rancia en una de las cenas que nos dieron.

8. ¿Qué considera Ud. que pudo ahorrarse en tiempo, esfuerzo o dinero al momento de participar en el evento?

La verdad, las horas de viaje ya que yo llegaba a la capital y no sabía nada de la capital, tenía que ir en carro hasta la ciudad vecina, pude haber cogido una avioneta o un avión para llegar a la otra ciudad pero hubiera sido más costoso.

9. ¿Cuándo decidió ser partícipe de estos eventos deportivos tuvo conocimiento de las actividades turísticas que se podían realizar?

No, la verdad no mucho pero si más o menos buscaba información por medio de internet para poder irlos a visitar

10. ¿Cuándo decidió participar que preocupaciones tenía antes y después del evento?

Que la comida vaya a ser mala o que el aeropuerto quede muy lejos, el transporte.

11. ¿Cuáles serían los principales motivos por los cuales usted no participaría a un evento deportivo en otra ciudad? (tiempo/dinero/distancia/disponibilidad)

Que me quede muy lejos de mi país, ya que el viaje sería mucho más caro también que sea muy caro el país al que voy.

12. ¿Cuál cree usted que es el impacto social que tienen los eventos deportivos en las ciudades? ¿Qué tan importante son para usted?

La verdad para mí son importantes pero como son torneos amateurs todavía en la ciudad no son existe aún un impacto social fuerte.

13. ¿Qué opina Ud. De los eventos deportivos con fines benéficos?

Serían muy buenos ya que también hay que ayudar a la gente.

14. ¿Qué recomendaciones le daría Ud. A los organizadores de eventos deportivos en otras ciudades?

Que sepan organizar bien el torneo y sepan cuáles son las necesidades de cada participante.

15. ¿Qué tipo de servicios complementarios le gustaría que tenga un evento deportivo?

Servicios complementarios como un spa después del partido, o cosas así.

16. ¿Le gustaría que en el lugar sede del evento deportivo se oferten paquetes turísticos o se brinde información turística de la ciudad?

La verdad es que si porque también queremos conocer la ciudad.

17. ¿Qué tipo de ofertas turísticas le interesaría?

Ofertas turísticas como conocer parques, ir a conocer la ciudad.



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

Nombre: Francisco Vélez

Ocupación:

Disciplina: Triatlón

Francisco Vélez un gusto; bueno vamos iniciar con la entrevista para los turistas activos la primera pregunta es:

1. ¿En cuántos eventos deportivos ha participado usted?

Bueno en todo los eventos deportivos que he participado han sido triatlones, eventos de fútbol, eventos de crossfit. En lo que más he participado, para lo que realmente viajado, o he representado un equipo o lo he hecho en otro nivel es en el triatlón; en todas las estancias desde corrido Sprint, corrido olímpico, he corrido medio Iron Man y también Iron Man.

2. ¿Cuántas participaciones en promedio ha tenido usted en el año?

¿Dentro de la ciudad, fuera de la ciudad o general?

Fuera de la ciudad

En la ciudad en realidad 2. O sea el año pasado competí unas 30 veces o un poco menos 25 y todos fueron fuera de la ciudad. Duatlones que se hacen sería considerada fuera del perímetro urbano, porque se hacen en poblaciones como “Los lojas” que son fuera del perímetro urbano. O sea todos realmente son fuera de la ciudad a excepción de maratón de Guayaquil o media maratón de Guayaquil.

3. ¿Cuáles fueron sus motivaciones para participar en estos eventos?

La motivación principal siempre fue el ver hasta que límite podría llevar mi cuerpo o hasta donde guiarlo, o sea siempre descubriendo nuevos límites o ponerme nuevas metas es realmente la motivación principal. Yo siempre digo que aunque no tengo hijos mi motivación principal son mis hijos; el que le voy a poder decir yo después y en eso trato de basar mi filosofía de vida tanto en lo profesional como lo personal o laboral. Yo tengo ahorita el orgullo que voy a poder decirle a mis hijos que si es que algún día me dicen “no puedo hacer algo” les voy a decir “oye yo no hacía triatlón en 2 años fui el número 2 de Ecuador y fui el más rápido de todo el Ecuador, de la historia” ¿Su orgullo personal?

Sí creo que siempre es como que un tema muy personal. Además es un hobby y yo lo disfruto de esa manera, hay gente que le gusta hacerlo y cuando lo termina lo disfruta; yo lo disfruto siendo el mejor y creo que la satisfacción viene luego cuando uno disfruta ese triunfo ganado.

4. Cuáles son las cosas que coordina antes de participar en un evento deportivo en otra ciudad?

Yo soy temático con todo, yo necesito por sobre todo checar el hotel donde voy a llegar, porque para mí eso es fundamental. Los días antes de una competencia tú te pasas acostado, o sea tú te pasas descansando porque quieres estar bien para la competencia. Entonces no me voy a ir a meter a un lugar donde siento que no voy a poder descansar o quizás vaya a haber mucha bulla, o sé que van a haber muchos problemas, o que la cama va a ser demasiado incómoda; por eso siempre priorizó el hotel. Lo segundo que priorizo es tratar de viajar con la mayor antelación posible dentro de lo posible. Hay competencias que son los sábados en la mañana en la playa te obliga a buscar la forma de salir lo antes posible de la oficina el viernes para poder ir y poder descansar y eso es lo más que nada que priorizó, el hospedaje y el tiempo para poder descansar.

¿La comida?

Usualmente la comida yo la llevo o sea yo ya sé, cuando tú entrenas el día de la carrera debes hacer todo lo que ha entrenado incluyendo la comida. Entonces yo ya sé cuándo yo tengo entrenamiento fuerte yo práctico cuál es la nutrición que voy a utilizar en una competencia; que yo ceno lo mismo que entrene, desayuno lo mismo que entrene y durante la competencia como lo mismo que entrene. Realmente la comida la llevé y lo que cómo es después de la competencia y me aseguro de comer cosas que sean cocinadas, cosas que no me vayan a hacer daño. Igual también depende de cada uno; mi estilo de vida trato de que mi comida siempre sea lo más saludable posible, que sea orgánica, que no tenga químicos, que no tenga preservarte, trato de evitar la carne lo más posible. O sea obviamente cuando viajo no sólo por deporte, sino cualquier lado así sea por trabajo o por placer trato de buscar alimentación que vaya acorde a mi estilo de vida; hay personas que les gusta comer sólo hamburguesas todos los días creo que eso depende de cada uno.

5. Qué aspectos toma en cuanto a los servicios o productos que adquiere antes de ir a participar a un evento?

De los servicios o productos te refieres a los que ofrece la competencia?

La competencia o por gusto propio, en estos aspectos de aquí servicios serían como transporte, bueno ya me mencionaste la alimentación. Básicamente como de transporte ¿tienes algo muy en cuenta? alquilas...

Depende muchísimo de la competencia porque cuando son transportes dentro de Ecuador yo priorizo llevar mi carro para no depender de nadie, o sea no tener que depender de que si me recogen o no me recogen, de que si llega esta hora no llega esta hora, si yo puedo ir a la hora que quiero si no puedo ir a la hora que yo quiero; si a mí me gusta todo como yo quiero. Cuando voy a viajar fuera como en este caso que tuve que viajar a México a Cozumel ahí sí priorizas el transporte y llegar al hotel que tenga transporte porque cierran las calles ¿me explico? Entonces ahí sí es totalmente dependiendo la competencia, o sea ahí es la x de la oferta y la demanda si no hay carros la demanda por el consumo va a subir. Entonces te obliga a contratar un carro pero usualmente a mí no me gusta depender de otros. Mientras más yo pueda alquilar un carro o alquilar movilización o encargarme de yo ser responsable de eso, lo hago y prefiero tenerlo así. Eso es algo personal.

6. Usted cree que la relación precio-calidad relativa al momento de pagar por una competencia o que el hotel esté cerca si le cuesta o es más relevante?

No, o sea obviamente cualquier servicio precio-calidad debe ir acorde, pero es brutalmente importante y de hecho hoy en día siento que la globalización es algo que se equilibra solito porque lo digo por ejemplo en los Iron man la mayoría cuesta lo mismo... ¿Por cuál te vas?

¿Qué costó tienen actualmente los Iron man?

Hacer un full Iron Man te cuesta unos \$800 o \$700, y hacer un medio entre \$300 y \$500. Entonces por \$100 más de diferencia entre el uno y el otro nadie se hace problema realmente, te cuestan casi lo mismo todo ¿Por qué elegir ir a uno y otro? Por la organización, por lo que te ofrecen. ¿Por qué manta es atractivo? porque en manta cierran por completo las calles, hay triatlones en los que no, tu vas andando y los carros pasan a tu lado y eso es peligroso. En manta te cierran por completo las calles eso lo hace atractivo; tu estas pagando por un medio Iron man pudiendo pagar en otro lugar acá te cierran las calles.

¿Usualmente en esas competencias los premios son solamente efectivo o hay otro tipo de incentivos?

Depende si la competencia es de competidores de élite o sea ese es su trabajo le pagan en efectivo. Sí es para atletas como un Iron Man el premio de ganar un podio es un trofeo, pero pago por la experiencia y por todo lo que conlleva la organización. O sea tú pasas por un costo abasto de Iron Man y tienes todo: guineos naranja, sandía, Coca Cola, todo te lo dan en términos oficiales, tienes agua, tienes esponjas, barras, comida... Y eso sólo para contarte un costo abasto de la competencia porque de ahí usualmente hay N número de costo abasto. La organización usualmente hace cosas increíbles, hacen fiestas; todo el ámbito deportivo es súper chévere pero también tiene competencias como las que hay en esas validas nacionales buscan muchos auspiciantes y para atraer a las personas si dan muy buenos premios. Para ponerte un ejemplo; pueden ser los premios una bicicleta hay veces en que los premios son una rifa de un Smart trainer, un rodillo inteligente para poner la bici. O sea los premios pueden variar, lo importante es que sean atractivos.

7. En todas las competencias que usted ha participado ¿Cuáles han sido sus peores experiencias?

Yo creo que toda competencia puede mejorar no hay competencia perfecta incluyendo ahorita el Iron Man de Cozumel fui, había muchas cosas se podían mejorar le mandé un correo electrónico a la organización diciéndole: Esto no me gustó, y esto está mal. Te hablo de la Federación Mexicana de triatlón, una de las organizaciones más importantes que hay y que tiene muchísima experiencia en el tema pero en uno de los puntos de bebidas pusieron niños, niños chiquitos. Hay vueltas que demoran como mínimo 5 horas y como máximo 9 horas, entonces los niños estaban cansados no te daban bebidas. De aquí de Ecuador no quisiera nombrar un pero si hay mucho que mejorar.

8. En aspecto general en Ecuador sin nombrar ningún tipo de competencia ¿que se podría mejorar aquí?

Yo siento que la organización en general así sea la más organizada muchas veces cambian las fechas de las triatlón entonces tú te programas para un triatlón de acuerdo

a la fecha o te cambian día te dicen el día viernes te lo cambien para el día sábado. Cuando hay personas que se organizan con tiempo (como me pasa a mí) sí es un problema; al parecer este año está mejorando un poco el tema. Inclusive están pasando las fechas de todo el año hay un cronograma el cual si se respeta va a ser buenísimo es un paso gigante. Entonces creo que eso por sobre todo de ahí el resto de cosas que se pueden mejorar van muy de la mano con el interés que pueda existir hacia el triatlón.

9. ¿Que considera usted qué se pudo ahorra en tiempo dinero y esfuerzo al momento de participar en un evento?

El tener una buena organización o sea organizarte con tiempo creo que si te organizas con tiempo puedes hacer las cosas bien. No si hay algo que puedo decirte que es importante y es organizarte con un equipo o sea cuando voy a competir en un lugar cuando vas con un equipo grande tenemos la oportunidad de reservar el hotel entero, podemos pedir un buen precio o descuento o podríamos mejorar la tarifa.

10. ¿Cuándo decidiste ser partícipe de los eventos deportivos tuviste conocimiento acerca de los lugares turísticos los cuales podías visitar? Por ejemplo fuiste a México: Estás enfocado en tu competencia, se termina la competencia Y dices Bueno me gustaría ir algún lugar visitar...

sea si estoy pagando un pasaje para irme a una ciudad aproveché al máximo el viaje y hago todo lo que puedo hacer. Es una logística porque tengo mi maleta de la bicicleta que es enorme, tengo demás maletas; es una logística pero si se da la oportunidad debes aprovechar al máximo.

11. ¿Cuándo decidiste participar en estos momentos qué preocupaciones tenía antes y después?

Terminar la carrera vivo jaja Si había competencia en el agua que no me coma un tiburón qué no me ahogue...No en realidad preocupaciones antes y después de la carrera sólo las preocupaciones normales de todo competidor te preguntas si es que hiciste bien tu entrenamiento, te preguntas si la alimentación lo hiciste bien, si todo lo que has hecho está bien, si te has preparado correctamente para la carrera, si has consumido las calorías necesarias, etc. Y después de la carrera en lo único que piensas es dónde vas a ir a celebrar. Cuando cruzas la meta ya se acabó todo y en lo personal cuando cruzó la meta pienso en la siguiente carrera.

12. ¿Qué problemas frecuentes se te presentan al momento de participar en los eventos deportivos?

La retirada de los chips. Eso siempre es un problema cuando una competencia es el sábado 7 a m y te dicen que queda de 2 a 3 horas de Guayaquil la competencia y ponen la entrega de chips a las 9 pm tengo que salir a las 5 pm de la oficina para poder llegar y si tienes una reunión y tienes cosas que hacer, tienes que dejar todo botado por ir por ir a competir a tu Hobby. Si es realmente un problema la entrega de los chips. A veces te ofrecen por \$5 más llevarte el chip a domicilio o sea lo pago de una o por \$20 te llevan a domicilio todos los chips un día antes de la carrera encantado de la vida pongo la dirección de la oficina. Te descomplica un montón.

Esto sería para competencias nacionales y para competencias internacionales ¿sería más complejo?

Para las competencias internacionales es más fácil porque llego 3 días antes.

¿Cuáles son los motivos principales por los cuales usted no participaría en un evento deportivo?

Creo que la principal razón sería la relación precio-calidad o osea sí es cierto que si una carrera va a estar mal organizada y voy a pagar \$300 podría pagar lo mismo por asistir a otra.

Y si hablamos en el aspecto del lugar, o sea del recorrido, tal vez un poco por el tema de seguridad

Lo que pasa es que realmente uno nunca piensa mayormente en eso, porque es algo que asumes. Si es que la competencia va a ser en Salinas, tú sabes que en los hoteles usualmente los dueños son muy cordiales con la gente que va a competir, nos ayuda mucho la gente del lugar. Ni siquiera puedo pensar en alguno de mis amigos o algún conocido en medio del triatlón que haya ido a las competencias de puerto o Ibarra y se les han robado la bicicleta, es más en los triatlones de puerto López siempre las competencias parten de un mismo lugar. Justo alado del hotel sede que es donde llegan hay un terreno vacíos y en competencias todos dejaban sus carros ahí con la bicicleta guindada ahí, es algo que a mí no se me ocurriría.

13. ¿Cuál cree usted que es el impacto que se generaría en los lugares sede de donde se originan estos eventos deportivos?

El impacto social es indudable e innegable pero yo te diría que muchas veces el problema es que los lugareños no se dan cuenta del beneficio que tienen esas competencias. Por ejemplo en Salinas no se hacen mayor cosa porque los dueños de los locales no quieren que se hagan en el malecón entonces lo cierran por 4 horas pero te llevan 4000 turistas en un fin de semana, entonces es beneficio social no lo ven los lugareños entonces no es tema de la organización. Es simplemente que no existe la culturización, no se concientiza a la ciudadanía del beneficio que tienen estos eventos en las ciudades.

14. ¿Qué opina usted de los eventos deportivos con fines benéficos?

Mira todo tipo de evento deportivo es bueno, no hay como negarlo. Siento que a veces la gente toma una buena idea y la prostituye hay un par de carreras de beneficencia que son cortas, para muchas personas correr 5k es un reto y está bien es una meta por la que empiezas. Yo te aseguro que puedo encontrar a 100 personas cuya meta es correr 5k. Ahora si nos ponemos a buscar cuantas personas sueñan con ser un ironman o un corredor de larga distancia más van a ser lo que te creen locos que los que quieren serlo. Entonces yo creo que hay un par de carreras benéficas que recaudaron fondos y a partir de eso todos quieren hacer lo mismo. A mí me escriben en el año por mes 8 personas que están pensando en hacer un 5k unos benéficos otros que las ganancias vayan a tema social. Entonces siento que la sienten lo ve como lo más fácil entonces cuando se organiza se lo hace mal. No se innova.

15. ¿Qué les recomendarías a los organizadores de aquí de la ciudad de Guayaquil?

Yo sueño con hacer una triatlón aquí en Guayaquil, pero es difícil porque no hay donde nadar

Río Guayas.

Yo sé pero considero que si me meto ahora y salgo con 3 ojos. Lo pensaría dos veces antes de tirarme, entonces no se si es un tema de mala publicidad, no sé si sea real o no. Pero creo que por ahora está contaminado y no sé si tenga la distancia necesaria. Realmente creo que hay gente con muchísima experiencias en organizar este tipo de

competencias entonces realmente dar una recomendación no podría, es cuestión de estilos.

¿Qué tipos eventos crees que se podrían realizar aquí en la ciudad de Guayaquil?

Mira realmente lo que se podría hacer aquí mucho ya está hecho, hay mucha gente que viajar para estar en la maratón de buenos aires, de lima, de chicago. En Guayaquil existe una maratón clasificatoria para ir a Boston. Creo que ya está hecho solo falta explotarlo.

¿Duatlones se hacen?

Si pero su logística es demasiado compleja para la poca concurrencia que existe ahora.

Si pensamos en zonas aledañas.

Sí se realizan en los lojas, esto es por salitre. Hay otro que se hacía antes en calicanto que es por Holcim. Lo que pasa que calicanto se destruyó después del invierno anterior, yo entre una vez solo a hacer bicicleta por ahí y casi me mato.

16. ¿Qué tipo de servicios complementarios te gustaría que tenga un evento deportivo?

Más que servicios complementarios, descuentos complementarios por ejemplo el Ironman de Austria tú tienes buses de la organización que salen a cada hora del aeropuerto a la expo que es el centro. Pero ellos también te dicen que puedes alquilar un carro y te dan un 20% de descuento. Tenían una alianza con Avianca tenías un % de descuento en el pago del embarque de la bicicleta entonces para mí más importante que servicios complementarios es que hayan descuentos en los servicios que se adquieren. Ejemplo si eres competidor te dan un descuento en el hospedaje en tales hoteles y así. Eso para mí es mucho más valioso.

17. ¿Le gustaría Que en el lugar sede se oferten paquetes turísticos o se brinde información turística sobre el lugar?

Si sin duda y que tipos de servicios turísticos que ofertara, creo que lo que más se venderían son cityToures también varía del lugar sede donde se realice el evento. Creo que Galápagos se vendería muy bien.

Apéndice 17 Transcripción entrevistas realizadas a los turistas pasivos (asistentes)



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

Nombre: Gustavo Pórtela

Ocupación: Gerente propietario compra venta de oro Oro Gold

1. ¿Ha que tipos de eventos deportivos ha asistido usted? ¿En qué ciudades?

Sobretudo carreras soy runner, he ido a Manta, Salinas y Cali Colombia.

2. ¿Ha cuantos eventos deportivos en promedio anualmente ha asistido?

Fuera de la ciudad dos o tres

3. ¿Cuáles fueron sus motivaciones para asistir a estos eventos?

Me gusta correr, me gusta el ambiente que se desarrolla en las competencias el compartir con otros deportistas, cuando compito me gusta probarme que puedo y llevar los limites más allá.

4. ¿Cuáles son las cosas que coordina antes de asistir a un evento deportivo en otra ciudad?

La inscripción, la preparación física ah hospedaje y la alimentación.

5. ¿Qué aspectos toma en cuenta de los servicios o productos que adquiere antes de asistir a un evento?

Para un evento la calidad, me refiero por ejemplo si es la alimentación debe ser la adecuada no voy a comer cómo como normalmente si no que debo decir en tal lugar sobre todo antes de correr se comen pastas, que el hospedaje sea cómodo que no vaya a estar cerca de discotecas o lugares donde no pueda dormir, o lugares que no tengan acceso y que estén lejos de la competencia, por que regularmente las competencias son en horas muy tempranas de la mañana.

6. ¿Considera usted que la relación precio/calidad es relativo al momento de pagar un servicio? ¿Por qué?

Claro es importante, porque puede haber un lugar muy barato y no pasar una buena noche y al otro día el rendimiento en la competencia va hacer supremamente mala.

7. ¿De todas las competencias a las que ha asistido, cuáles han sido sus peores experiencias?

Ah una vez que fui a Manta al Ironman y no había hospedaje... ninguna otra.

8. ¿Qué considera usted que pudo ahorrarse en tiempo, esfuerzo o dinero al momento de asistir a un evento deportivo?

En tiempo el tema de organización, ósea el hecho de haber podido encontrar un mejor hospedaje más cerca a la competencia, el tema de dinero a veces por conseguir el hotel a última hora ha salido más costoso.

9. ¿Cuándo decidió asistir a este tipo de eventos deportivos tuvo conocimiento de las actividades turísticas que se podían realizar?

No, realmente no ya de pronto por el conocimiento de alguien que ya sabía o lo investigaba.

10. ¿Cuándo decidió asistir que preocupaciones tenía antes y después del evento?

Sobretudo ubicar los lugares que tuviera las cosas que necesitaba sobretudo como el hospedaje la alimentación el transporte.

11. ¿Qué problemas frecuentes se presentan al asistir a un evento deportivo en otra ciudad?

Los problemas básicamente son en información cuando no tienes personas como que te asesoren en el tema de ubicaciones en la entrega de equipos o también el tema de la organización para buscar un lugar el lugar donde hospedarte o también cuando uno viaja hay demasiada concentración de personas y el transporte esta caótico incluso se puede llegar tarde a la competencia.

12. ¿Cuáles serían los principales motivos por los cuales usted no asistiría a un evento deportivo en otra ciudad? (tiempo/dinero/distancia/disponibilidad)

Básicamente que quede muy lejos o que se me cruce con el tema laboral oh también que la competencia no esté bien organizada, cuando por ejemplo entregan los equipos tardíamente no hay buena información ni lugares donde obtenerla, los organizadores no tienen como que unas directrices de cada detalle que necesites

13. ¿Cuál cree usted que es el impacto social que tienen los eventos deportivos en las ciudades? ¿Qué tan importante son para usted?

Los eventos deportivos crean grandes impactos en ámbitos económicos ya que ayudan a mover la economía local y en ámbitos sociales por que concientiza a la sociedad por medio de la incentivación de la práctica del deporte.

14. ¿Qué opina usted de los eventos deportivos con fines benéficos?

Me parece genial que los eventos tengan un fin benéfico, porque siento que además de asistir o competir estoy ayudando alguien, estoy dando un aporte entonces disfruto algo que normalmente hago y a la vez estoy dando mi granito de arena para ayudar a otros.

15. ¿Qué recomendaciones le daría usted los organizadores de eventos deportivos en otras ciudades?

Que hicieran una organización total, cerrar el círculo, que ofrecieran temas de información de hospedaje, costos, transporte para que como deportista fuera muy cómodo llegar a competir.

16. ¿Qué tipo de servicios complementarios le gustaría que tenga un evento deportivo?

Sería bueno también masajes para después de entrenar, información nutricional, mucha gente no está asesorada en este sentido, todo el cronograma del evento.

17. ¿Le gustaría que en el lugar sede del evento deportivo se oferten paquetes turísticos o se brinde información turística de la ciudad?

Sería perfecto, porque después de acabar la competencia uno podría recorrer y conocer pero esto sería bueno que te lo ofrecieran antes de viajar a la competencia para uno hacer su programa. Para planificarlo.

18. ¿Qué tipo de ofertas turísticas le interesaría?

Algo que fuera corto porque después de una competencia terminas muy cansado algo que fuera cómodo y sobretodo des complicado porque uno usualmente va con ropa muy ligera.



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

Nombre: Andrés Pizarro

Ocupación: Gerente de marketing del Delfin Sporting Club

Entrevista vía WhatsApp

1. ¿Ha que tipos de eventos deportivos ha asistido usted? ¿En qué ciudades?

He asistido a partidos de básquet, raquetball, volley las maratones de atletismo, lucha libre pero las extranjeras en ciudades como Guayaquil el partido de la selección en Quito, en Riobamba y Manabí también.

2. ¿Ha cuantos eventos deportivos en promedio anualmente ha asistido?

Al año en promedio unos quince partidos la mayoría de futbol, rara vez de básquet.

3. ¿Cuáles fueron sus motivaciones para asistir a estos eventos?

Las motivaciones para ir a estos eventos como dije antes es el amor por el deporte en especial al futbol ya que a la mayoría de eventos que fui son de este deporte es uno de los más populares y lo he jugado profesionalmente.

4. ¿Cuáles son las cosas que coordina antes de asistir a un evento deportivo en otra ciudad?

Las cosas que tomo en cuenta son la facilidad para el transporte, si tengo transporte propio o si tengo con un amigo y el precio a la entrada del evento, incluso si incurre en quedarse más de un día o un día, eso también influye.

5. ¿Qué aspectos toma en cuenta de los servicios o productos que adquiere antes de asistir a un evento?

Tomo en cuenta el precio, la facilidad para adquirir el producto, la cercanía, los métodos de pago ese tipo de cosas.

6. ¿Considera usted que la relación precio/calidad es relativo al momento de pagar un servicio? ¿Por qué?

A mi parecer la relación precio calidad es lo más importante para adquirir un ticket para un evento por ejemplo para que haya una buena experiencia en un evento, debe haber un precio acorde para lo que se está pagando para que valga la pena.

7. ¿De todas las competencias a las que ha asistido, cuáles han sido sus peores experiencias?

Fue en un partido de fútbol donde se vendieron más entradas de la capacidad admitida cosa que no hay asientos, no había buena visibilidad en otra ocasión en uno de lucha libre el espectáculo de uno esperaba era muy superior al que se dio.

8. ¿Qué considera usted que pudo ahorrarse en tiempo, esfuerzo o dinero al momento de asistir a un evento deportivo?

Me puedo ahorrar tiempo y dinero comprando las entradas por internet ya que puede que el precio de las entradas sea el mismo pero me ahorra el transporte para ir a comprarlas.

9. ¿Cuándo decidió asistir a este tipo de eventos deportivos tuvo conocimiento de las actividades turísticas que se podían realizar?

En cuanto a las actividades turísticas muchas veces a mi parecer, creo que la gente va precisamente por el evento deportivo, ya sea por un partido o a veces a los conciertos también, van al evento y generalmente se regresan.

10. ¿Cuándo decidió asistir que preocupaciones tenía antes y después del evento?

Las preocupaciones que hay en general cuando hay un evento deportivo por lo menos aquí en Ecuador es que uno se quede sin un puesto adecuado para poder tener una buena visibilidad del espectáculo, ya sea si es pequeño el recinto donde se dé el evento, es posible que uno tenga lugares con poca visibilidad

11. ¿Qué problemas frecuentes se presentan al asistir a un evento deportivo en otra ciudad?

Ósea, más que un problema es la complicación o quizás o la incomodidad de estar buscando un hotel más económico, de acuerdo a las necesidades que uno tenga porque muchas veces uno trabaja de lunes a viernes y el evento es un sábado entonces como que también te ocupa mayor parte del tiempo buscar la mejor opción en lo que es hotel que quede cerca del lugar del evento, todo eso de ahí.

12. ¿Cuáles serían los principales motivos por los cuales usted no asistiría a un evento deportivo en otra ciudad? (tiempo/dinero/distancia/disponibilidad)

A mi parecer el principal motivo por el cual uno no asiste a un evento son las distancias, aquí en Ecuador las distancias son muy largas suelen ser de cinco u ocho horas y muchas veces los eventos suelen ser en las ciudades más grandes, por ejemplo de Quito a Guayaquil suelen ser ocho horas, una complicación también son los vuelos nacionales que son más caros que otros países, por tal motivo uno por no viajar tantas horas deja de asistir a un evento deportivo.

13. ¿Cuál cree usted que es el impacto social que tienen los eventos deportivos en las ciudades? ¿Qué tan importante son para usted?

Los eventos deportivos pueden ser importantes dependiendo del deporte, como lo dije antes el fútbol es el más representativo del país uno puede ver que en ciudades como Ambato ellos tienen dos equipos con hinchada propia, a mi parecer en otros deportes como básquetbol no van a tener la misma importancia, pero eso es un trabajo netamente de las federaciones las otras federaciones a mi parecer están de brazos cruzados con el tema de desarrollar el deporte, vender mejor una liga de básquet, una liga de fútbol femenino, creo que el principal problema está en estas federaciones o clubes que no se instruyen como vender de mejor manera sus deportes.

14. ¿Qué opina usted de los eventos deportivos con fines benéficos?

A mi parecer son una alternativa buena ya que en muchos casos para seguir con el tema del fútbol, hay partidos que no son muy atractivos se dice que se va a donar parte de la taquilla a una fundación o asociación entonces la gente como que se motiva a asistir a estos eventos, que quizá no son tan emocionantes para el espectador pero ellos pueden sentir que ayudan.

15. ¿Qué recomendaciones le daría usted los organizadores de eventos deportivos en otras ciudades?

Dependiendo del alcance que quieran tener, por ejemplo se me ocurre en Manabí, quieren hacer un partido en donde van a traer un jugador extranjero una estrella por ejemplo, los organizadores deben tener convenios con hoteles, transportes para que puedan vender todo el paquete del evento con transporte quizás comida.

16. ¿Qué tipo de servicios complementarios le gustaría que tenga un evento deportivo?

Algún pase para bebidas hidratantes, energizante, colas se hace un paquete vip o quizás una estadía sin costo o a mitad de precio esas cosas creo yo que serían muy valoradas

17. ¿Le gustaría que en el lugar sede del evento deportivo se oferten paquetes turísticos o se brinde información turística de la ciudad?

Sería una opción un poco atractivo que se vendan paquetes turísticos incluyendo el evento deportivo con algunas otras actividades, pero eso influye mucho de las personas que quieren ir solo al evento y no se les haga muy atractivo visitar una iglesia y solo quiere ver el evento y regresar a su ciudad.

18. ¿Qué tipo de ofertas turísticas le interesaría?

Las ofertas podrían ser descuentos en hoteles, comida, convenios con transportes quizás por ejemplo una camiseta oficial del evento o suvenires



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

Nombre: Andrés Felipe Escobar Ruano

Ocupación: Licenciado en educación física, entrenador selección del Valle del Cauca

Entrevista vía WhatsApp

1. ¿Ha que tipos de eventos deportivos ha asistido usted? ¿En qué ciudades?

Los eventos a los que he asistido como espectador son abiertos en nacionales de natación, carreras, he asistido a juegos nacionales de diferentes deportes, juegos bolivianos, sudamericanos, panamericanos también he asistido a juegos intercolegiales, nacionales como Supérate, juegos departamentales, como también he ido a encuentros de futbol profesionales nacionales e internacionales.

2. ¿Ha cuantos eventos deportivos en promedio anualmente ha asistido?

Anualmente en promedio he asistido a doce eventos deportivos en promedio entre diez y doce.

3. ¿Cuáles fueron sus motivaciones para asistir a estos eventos?

La motivación para asistir es la calidad de los eventos, el espectáculo que ofrecen y la organización con la que se desarrollan estos.

4. ¿Cuáles son las cosas que coordina antes de asistir a un evento deportivo en otra ciudad?

Antes de viajar al evento se coordinan lo que son los gastos en los hospedajes, se ve la distancia donde se va a desarrollar el espectáculo con el hotel, se coordinan el valor día en el hotel los gastos de transportación, los valores de transportes urbanos el valor de transportes intermunicipales, se coordina también en otros gastos que pueden salir dentro del evento.

5. ¿Qué aspectos toma en cuenta de los servicios o productos que adquiere antes de asistir a un evento?

Que los servicios y productos sean legales que los accesos seguros que cumplan con todas las normas de calidad, que cuenten con primeros auxilios y emergencias médicas.

6. ¿Considera usted que la relación precio/calidad es relativo al momento de pagar un servicio? ¿Por qué?

Es relativa, ya que tener el evento con todos los parámetros legales demanda gastos que se representan en el valor del servicio.

7. ¿De todas las competencias a las que ha asistido, cuáles han sido sus peores experiencias?

De las peores experiencias fue en un evento de futbol en el estadio Pascual Guerrero de la ciudad de Cali en donde la seguridad no dio abasto con la cantidad de hinchas

que invadían dentro de la cancha de juego y fue todo un caos, sufriendo golpes y maltrato por las demás personas.

8. ¿Qué considera usted que pudo ahorrarse en tiempo, esfuerzo o dinero al momento de asistir a un evento deportivo?

Se puede ahorrar tiempo, esfuerzo y dinero en una ubicación estratégica de un buen hospedaje

9. ¿Cuándo decidió asistir a este tipo de eventos deportivos tuvo conocimiento de las actividades turísticas que se podían realizar?

No, no me di cuenta de ninguna de las actividades turísticas

10. ¿Cuándo decidió asistir que preocupaciones tenía antes y después del evento?

Al asistir existía la preocupación de la seguridad de las zonas aledañas a los escenarios donde se iba a llevar el evento, o también la calidad de la presentación, o también quedar conforme con lo pagado.

11. ¿Qué problemas frecuentes se presentan al asistir a un evento deportivo en otra ciudad?

Se presentan inconvenientes con el hospedaje por ejemplo la distancia entre el escenario deportivo y el hotel, como también las vías de acceso y la seguridad a sus alrededores.

12. ¿Cuáles serían los principales motivos por los cuales usted no asistiría a un evento deportivo en otra ciudad? (tiempo/dinero/distancia/disponibilidad)

Los principales motivos por los que no asistiría serían el tiempo, no está acorde el tiempo y la distancia al escenario deportivo del hotel, esto nos ahorraría los gastos de transporte y seguridad.

13. ¿Cuál cree usted que es el impacto social que tienen los eventos deportivos en las ciudades? ¿Qué tan importante son para usted?

El impacto que dejan son de beneficios económicos y culturales fortalecen la unión de un pueblo ayudan a tener el sentido de pertenencia de la ciudad donde se realizan estos eventos.

14. ¿Qué opina usted de los eventos deportivos con fines benéficos?

Los eventos benéficos deportivos son importantes ya que se impacta la sociedad desde de una buena causa siempre y cuando el destino de los recursos recogidos no queden en manos de terceros o en los sectores privados.

15. ¿Qué recomendaciones le daría usted los organizadores de eventos deportivos en otras ciudades?

Según la magnitud del evento debe tener en cuenta la cantidad de personas que visitaran su ciudad para asistir a estos y que estén en la capacidad de brindar calidad de atención en seguridad, hospedaje, movilidad vías o rutas de acceso para de esta manera quedar en conformidad con lo ofrecido.

16. ¿Qué tipo de servicios complementarios le gustaría que tenga un evento deportivo?

Me gustaría que brindaran descuentos y beneficios para los asistentes, también facilidades como compra de entradas vía web.

17. ¿Le gustaría que en el lugar sede del evento deportivo se oferten paquetes turísticos o se brinde información turística de la ciudad?

Si, sería interesante para conocer más la ciudad a la cual asisto para ver el espectáculo.

18. ¿Qué tipo de ofertas turísticas le interesaría?

Me gustaría paquetes para visitar la ciudad y atractivos turísticos aledaños que no sean tan lejos.



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

Nombre: Jairo Ivan Mendoza Bonilla

Ocupación: Escritor y fotógrafo oficial Ironman Manta

Entrevista vía WhatsApp

1. ¿Ha que tipos de eventos deportivos ha asistido usted? ¿En qué ciudades?

He asistido a carreras 5k, 10k, media maratón a nivel nacional la verdad en Guayaquil, Salinas, Manta en algunas partes el mayor evento al cual asistí fue a Ironman de manta donde fui el fotógrafo oficial.

2. ¿Ha cuantos eventos deportivos en promedio anualmente ha asistido?

Entre unos diez a veinte eventos a los años más o menos

3. ¿Cuáles fueron sus motivaciones para asistir a estos eventos?

Mis dos padres son corredores profesionales, entonces por ellos empecé a tomar fotografías deportivas y el 90% de estos eventos han sido donde ellos compiten.

4. ¿Cuáles son las cosas que coordina antes de asistir a un evento deportivo en otra ciudad?

Para eventos pequeños solamente la movilización, el tiempo tener lo quipos listos, cuando son eventos grandes si se coordina planos ubicaciones un día antes donde va hacer el evento, en qué lugares puedo estar, donde puedo sacar buenas fotos, y donde puedo tener los mejores ángulos usualmente son saliendo, llegando de la meta y en el camino

5. ¿Qué aspectos toma en cuenta de los servicios o productos que adquiere antes de asistir a un evento?

El hotel que no sea caro y lejos del evento, pero usualmente a los eventos que voy no me hospedo voy el mismo día hago mi trabajo y me regreso a mi ciudad.

6. ¿Considera usted que la relación precio/calidad es relativo al momento de pagar un servicio? ¿Por qué?

En este sentido soy súper exigente, si pagas algo medio te dan algoito medio, pero eso aplica en todos los servicios que yo adquiero como hospedaje, transporte y comida.

7. ¿De todas las competencias a las que ha asistido, cuáles han sido sus peores experiencias?

Cuando las competencias no están bien organizadas, pero la mayoría por no decir que casi todas, han estado bien en el sentido de logística, pero cuando no están bien organizadas se nota y no se disfruta el evento como tal, esto evita que las personas que participan no estén conforme dicen que los tiempos no coinciden hay discusiones y cosas así o te das cuenta que la gente se cambia de ship y el compite es uno y el que recibe el premio es otro.

8. ¿Qué considera usted que pudo ahorrarse en tiempo, esfuerzo o dinero al momento de asistir a un evento deportivo?

Más que todo el tiempo, hay competencias buenas como la Warming que es solo para mujeres que es muy buena en Guayaquil, y mientras esperan los resultados hacen cosas, en algunas competencias es necesario esas cosas pero en otras no, y tu pierdes muchísimo tiempo ósea, hay gente que corre y debes esperar los resultados algo como ponerse a cantar, imagínate que la gente llega casi sin desayunar, es básicamente horas sin hacer nada por estar esperando la premiación.

9. ¿Cuándo decidió asistir a este tipo de eventos deportivos tuvo conocimiento de las actividades turísticas que se podían realizar?

No mucho, he viajado por casi todo el Ecuador entonces cuando voy a los eventos solo voy a realizar mi trabajo, usualmente lo que busca son lugares donde hospedarme o transporte pero cuando no voy a esa ciudad por algún tiempo ahí si busco información nueva usualmente me encanta realizar fotos de paisajes de las ciudades y la comida.

10. ¿Cuándo decidió asistir que preocupaciones tenía antes y después del evento?

La verdad me ha tocado fácil muchas veces uno se preocupa por la seguridad de sus equipos pero como voy en carro ando sin esa preocupación, lo que realmente me preocupa es si llueve, nada más y que no haya mucha seguridad dentro de eso más allá de todos los eventos han sido así y si veo mal clima llevo paraguas.

11. ¿Qué problemas frecuentes se presentan al asistir a un evento deportivo en otra ciudad?

No como te digo como tengo facilidades o si no pido facilidades no tengo problemas frecuentes, lo único sería que como las competencias empiezan de madrugada cinco de la mañana, puede que la cámara te dé un poco de problemas pero como cuento con buenos equipos eso no me preocupa.

12. ¿Cuáles serían los principales motivos por los cuales usted no asistiría a un evento deportivo en otra ciudad? (tiempo/dinero/distancia/disponibilidad)

Que este fuera de la ciudad, o que tenga otro evento que no sea deportivo o que tenga un rubro bien alto o que ese mal organizado.

13. ¿Cuál cree usted que es el impacto social que tienen los eventos deportivos en las ciudades? ¿Qué tan importante son para usted?

El hecho de fomentar el deporte por ejemplo mi mama es la segunda mejor de Manabí y tiene 57 años y mi papa tiene 60 y corren bien, la gente toma ese ejemplo y dicen me gusta corren quisiera ser como ella, entonces esto anima a la gente y bastante.

14. ¿Qué opina usted de los eventos deportivos con fines benéficos?

Me parecen súper bien, ya que es una forma de ayudar en algo a todo lo que está pasando, mientras se haga algo totalmente claro de lo que tu estas pagando por lo que estas asistiendo, todo eso va ayudar a alguien en realidad me parece muy bueno eso.

15. ¿Qué recomendaciones le daría usted los organizadores de eventos deportivos en otras ciudades?

Por carrera más sencilla que sea que la organicen bien, a la gente le gusta eso que sea rápida que todo tengan en mente, que las hagan a las 7 de la mañana para que el sol no se los coma a los corredores, que la difundan con tiempo los eventos que repartan flyers y den toda la información necesaria

16. ¿Qué tipo de servicios complementarios le gustaría que tenga un evento deportivo?

Un lugar donde se pueda hidratarse bien, donde se pueda comer algo sano después de la carrera, que te den un masaje si tiene un desguince, porque en las que hay la gente regresa muy contenta, sabes que esa carrera es muy organizada y que contraten servicios fotográficos pero de personas que sepan de fotografía, también se puede ofrecer el servicios fotográfico al momento de la inscripción, claro que también las puedan comprar en línea con valores no tan altos, porque hay deportistas que ya son pro y les encanta tener como evidencia eso

17. ¿Le gustaría que en el lugar sede del evento deportivo se oferten paquetes turísticos o se brinde información turística de la ciudad?

Eso sería increíble que pasara, el evento que te oferta varios servicios es como te dije el Ironman, al momento de tu inscribirte la gente te da referencia de todo lugares, comida, costos y sería bueno que alguien llegue. Hay una página de carreras donde tu anuncias tu carrera y sería bueno que también den esa información ahí, también sería bueno que cuando estén dando los kits estén dando información donde se pueden quedar, donde pueden hacer ciertas cosas en la ciudad, es una forma dual de hacer dos cosas.

18. ¿Qué tipo de ofertas turísticas le interesaría?

Deberías hacer varios paquetes por ejemplo que hagan un recorrido por la ciudad, como la mayoría de eventos son domingo. Podría ser recorridos en chivas lugares de comidas, que conozcan un poco de historia de la ciudad



**Presidencia
de la República
del Ecuador**



**Plan Nacional
de Ciencia, Tecnología,
Innovación y Saberes**



SENESCYT

Secretaría Nacional de Educación Superior,
Ciencia, Tecnología e Innovación

DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN

Yo, **Escobar Giraldo, Yuli Vanessa**, con C.C: # **0954882627** y **López Salazar, Anggie Maribel**, con C.C: # **0923793285** autor/a/es del trabajo de titulación: **Diseño de producto turístico deportivo para la ciudad de Guayaquil, que incentive el turismo interno y receptivo** previo a la obtención del título de **INGENIERO/A EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y HOTELERAS** en la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.

1.- Declaro tener pleno conocimiento de la obligación que tienen las instituciones de educación superior, de conformidad con el Artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior, de entregar a la SENESCYT en formato digital una copia del referido trabajo de titulación para que sea integrado al Sistema Nacional de Información de la Educación Superior del Ecuador para su difusión pública respetando los derechos de autor.

2.- Autorizo a la SENESCYT a tener una copia del referido trabajo de titulación, con el propósito de generar un repositorio que democratice la información, respetando las políticas de propiedad intelectual vigentes.

Guayaquil, 7 de marzo del 2018

Escobar Giraldo, Yuli Vanessa

C.C: 0954882627

López Salazar, Anggie Maribel

C.C: 0923793285

REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA

FICHA DE REGISTRO DE TESIS/TRABAJO DE TITULACIÓN

TEMA Y SUBTEMA:	Diseño de producto turístico deportivo para la ciudad de Guayaquil que incentive el turismo interno y receptivo.		
AUTORES	Escobar Giraldo, Yuli Vanessa y López Salazar, Anggie Maribel		
REVISOR/TUTOR	Ing. Gerson Rosenberg Sopó Montero, Mgs.		
INSTITUCIÓN:	Universidad Católica de Santiago de Guayaquil		
FACULTAD:	Facultad de Especialidades Empresariales		
CARRERA:	Carrera de Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras		
TÍTULO OBTENIDO:	Ingeniera en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras		
FECHA DE PUBLICACIÓN:	7 de marzo del 2018	No. DE PÁGINAS:	204
ÁREAS TEMÁTICAS:	<i>Tendencias actuales del mercado turístico</i>		
PALABRAS CLAVE/ KEYWORDS:	<i>Turismo, deportivo, diseño, producto, eventos /Tourism, sports, design, product, events</i>		

RESUMEN/ABSTRACT:

La oferta del turismo en el mundo es cada vez más competitiva, abarca una gran gama de atractivos que con la interacción de otras actividades turísticas se convierten en productos, los cuales aportan a la consolidación de una ciudad y por ende a un país como un destino turístico único. El turismo en Guayaquil se ha desarrollado de forma considerable en los últimos años en Ecuador, llegando a ser acreedor de reconocimientos significativos en los World Travel Awards (WTA) edición Suramérica en la Riviera Maya del 2017, comprometiendo más al sector turístico a seguir diversificando, innovando, modernizando y especializando los productos turísticos en la ciudad. Es por esto, que es necesario emprender acciones para aportar a la consolidación de Guayaquil como destino turístico. El objetivo general de esta investigación fue diseñar un producto de turismo deportivo para Guayaquil que incentive el turismo interno y receptivo, se utilizó la metodología de investigación exploratoria, técnicas de recolección de información basada en observación, documentos oficiales, descripción de información cualitativa para determinar las necesidades y expectativas de la demanda y la situación actual de la oferta turística deportiva. Se evidenció a lo largo de esta investigación que actualmente Guayaquil oferta un sin número de eventos deportivos en diferentes disciplinas, estos acogen durante sus celebraciones a turistas deportivos activos y pasivos nacionales e internacionales. El diseño de productos turísticos basados en las necesidades y expectativas de la demanda es muy significativo para este mercado. También se determinó que no solo de estos depende que la demanda se lleve una experiencia turística única, la gestión de las entidades públicas juegan un papel importante en la promoción de estos atractivos. En la presente investigación se muestran acciones concretas para la reestructuración de los eventos deportivos, tomando en cuenta que es posible convertirlos en productos turísticos excepcionales y de alta importancia para el mercado turístico interno y receptivo, capaces por sí solos de motivar a la demanda a regresar a ediciones consiguientes, mostrando así que se puede aprovechar la oferta de eventos deportivos en la ciudad para encaminar a Guayaquil como destino turístico deportivo.

Abstract

The offer of tourism in the world is easier to compete, covers a wide range of attractions that is related to other activities, can be found in products, which are offered to the consolidation of a city and the country as a unique tourist destination. Tourism in Guayaquil has developed considerably in recent years in Ecuador, and has been named creditor of recognition in the World Travel Awards (WTA) South America edition in the Mayan Riviera of 2017, committing more to the tourism sector to continue diversifying, innovating, modernizing and specializing tourist products in the city. That is why it is necessary to take action to contribute to the consolidation of Guayaquil as a tourist destination. The general objective of this research was to design a sports tourism product for Guayaquil that encourages internal and receptive tourism, exploratory research methodology, techniques for collecting information in the observation category, official documents, description of qualitative information to determine the needs and expectations of the demand and the real situation of the sports tourism offer. It was evidenced throughout this investigation that currently Guayaquil offers a number of sporting events in different disciplines, these events for national and international celebrations and pastimes. The design of tourism products is in



**Presidencia
de la República
del Ecuador**



**Plan Nacional
de Ciencia, Tecnología,
Innovación y Saberes**



SENESCYT

Secretaría Nacional de Educación Superior,
Ciencia, Tecnología e Innovación

the needs and expectations of the demand are very significant for this market. It was also determined that not only depends on the demand that a unique experience is carried out, the management of public entities is important in the promotion of these attractions. This research shows concrete actions for the restructuring of sporting events, taking into account that it is possible to turn them into exceptional tourism products of high importance for the internal and receptive tourist market, only for reasons of motivation to the demand to return You can also take advantage of the offer of sporting events in the city to route to Guayaquil as a sports tourism destination.

ADJUNTO PDF:	<input checked="" type="checkbox"/> SI	<input type="checkbox"/> NO
CONTACTO CON AUTORES:	Teléfono: +593 996750294 +593 993880899	E-mail: vane.scobar05@gmail.com angie_mls@hotmail.es
CONTACTO CON LA INSTITUCIÓN	Nombre: Salazar Raymond María Belén	
	Teléfono: +593-4-2206950 ext. 5049	
	E-mail: maria.salazar02@cu.ucsg.edu.ec	
SECCIÓN PARA USO DE BIBLIOTECA		
Nº. DE REGISTRO (en base a datos):		
Nº. DE CLASIFICACIÓN:		
DIRECCIÓN URL (tesis en la web):		