



**UNIVERSIDAD LAICA “ELOY ALFARO” DE MANABÍ
EXTENSIÓN “BAHÍA DE CARÁQUEZ”**

CAMPUS: DR. HÉCTOR USCOCOVICH BALDA

FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA Y HOTELERA

TRABAJO DE TITULACIÓN

**PROYECTO DE INVESTIGACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL
TÍTULO DE INGENIERA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
HOTELERAS**

TEMA

**DISEÑO DE UN PRODUCTO TURÍSTICO BASADO EN EL ANÁLISIS
DEL TURISMO INTERNO EN LA OCUPACIÓN HOTELERA DEL
FERIADO DE NOVIEMBRE DEL 2017 EN BAHÍA DE CARÁQUEZ**

AUTORA

INÉS ALEXANDRA REYES MERO

TUTOR

ING. JAIRO INTRIAGO TORRES

BAHÍA DE CARÁQUEZ – MANABÍ- ECUADOR

2018

CERTIFICACIÓN

ING. JAIRO INTRIAGO CATEDRÁTICO DE LA UNIVERSIDAD LAICA “ELOY ALFARO” DE MANABÍ, EXTENSIÓN BAHÍA DE CARÁQUEZ.

CERTIFICA:

Que el trabajo de investigación titulado “**Diseño de un Producto Turístico basado en el análisis del Turismo Interno en la ocupación hotelera del feriado de Noviembre del 2017 en Bahía de Caráquez**”, elaborado por la estudiante **Inés Alexandra Reyes Mero**, ha sido revisado y desarrollado conforme con los lineamientos de la metodología científica y las normas de investigación establecidas por la Facultad de Administración Turística y Hotelera.

Por lo que puede ser presentada para su revisión y defensa.

Bahía de Caráquez, Febrero del 2018

Ing. Jairo Intriago

DOCENTE ULEAM – EXT. BAHÍA DE CARÁQUEZ

DIRECTOR DE TESIS

AUTORÍA DE TESIS

Las ideas, resultados, conclusiones y recomendaciones emitidas en esta Tesis pertenecen exclusivamente a la autora.

El derecho intelectual de este trabajo de investigación corresponde a la Universidad Laica “Eloy Alfaro” de Manabí, Extensión Bahía de Caráquez.

Bahía de Caráquez, Febrero del 2018

Tcnlga. Inés Alexandra Reyes Mero

APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO

Previo el cumplimiento de los requisitos de ley, el Tribunal de Grado otorga la calificación de:

MIEMBRO DEL TRIBUNAL

CALIFICACIÓN

MIEMBRO DEL TRIBUNAL

CALIFICACIÓN

MIEMBRO DEL TRIBUNAL

CALIFICACIÓN

S. E. Ana Isabel Zambrano Loor

SECRETARIA DE LA UNIDAD ACADÉMICA

AGRADECIMIENTO

En primer lugar quiero agradecer de manera especial a Dios, quien me ha permitido llegar hasta aquí y cumplir esta meta importante en mi vida.

A mis padres Nexar Reyes Demera y Mercedes Mero Demera, quienes me han dado la vida, por sus enseñanzas, cuidados y apoyo incondicional que me han brindado en todas las etapas de mi vida. Ellos son mi orgullo y fortaleza.

A mi hermano Ing. Andrés Reyes Mero (+), que ya no está presente desde un año en esta vida, pero es mi ejemplo de superación, de lucha y de constancia, que hasta el último día de su vida nunca se rindió.

A mis demás hermanos; Luis, Amparo y Byron quienes me han apoyado y con quienes he compartido todos los años de mi vida, momentos de travesuras, alegrías y tristezas.

A todas las autoridades, catedráticos y personal administrativo de la Universidad Laica “Eloy Alfaro” de Manabí, Extensión Bahía de Caráquez, por brindarme la oportunidad de compartir experiencias con ellos, además de profundizar conocimientos en las aulas de esta institución.

De la misma manera al Director de Tesis Ing. Jairo Intriago por su ayuda para el desarrollo de esta tesis.

A mis compañeros de clases, con quienes durante estos cinco años hemos compartido gratos momentos de amistad.

A una persona muy especial, por brindarme su apoyo en los momentos difíciles, por su confianza, su dedicación, su paciencia y su tiempo.

Y a mis demás familiares que siempre con palabras o actos han estado presentes en situaciones difíciles y momentos de alegrías

DEDICATORIA

Dedico este trabajo de investigación de una manera especial a mi hermano **Ing. Andrés Reyes Mero (+)**, quien es mi mayor orgullo, él es el ángel que desde el cielo me cuida y me guía.

A mis padres **Nexar Reyes y Mercedes Mero**, por sus consejos, educación, comprensión y amor. Y a mis demás hermanos; **Luis, Amparo y Byron.**

Tcnlga. Inés Alexandra Reyes Mero

RESUMEN

En la provincia de Manabí se encuentra la ciudad de Bahía de Caráquez, un lugar encantador y tranquilo que cuenta con atractivos turísticos, pero después del terremoto del 2016 ha disminuido el flujo de turistas, por lo cual se hace necesario promover nuevos productos turísticos. Por esta razón, en esta investigación se señalan los conceptos teóricos relacionados a este tema, las características, componentes de diseño para su creación, entre otros temas; lo cual le da importancia y caracterización al trabajo de investigación.

Además, se realizaron encuestas a los turistas que visitaron la ciudad, de la cual se pudo conocer que la mayoría son visitantes internos, que eligen su destino a visitar por los atractivos naturales que poseen. También se efectuaron entrevistas dirigidas a algunos de los propietarios de los establecimientos hoteleros que aún mantienen su empresa activa.

Y finalmente se elaboró la propuesta, donde se detallaron los principales atractivos turísticos del Cantón Sucre y se diseñó un paquete turístico, el cual está estructurado en dos itinerarios, abarcando los diferentes lugares que poseen atractivos en el cantón Sucre, donde se brinda un tour familiar, para así mejorar la afluencia de los turistas hacia la ciudad.

Seguidamente se redactaron las respectivas conclusiones y recomendaciones, basándose en los objetivos de la propuesta y se añadieron los anexos compuestos por los cuadros estadísticos, las encuestas, las entrevistas y fotos que han sido fruto y prueba del trabajo realizado.

ÍNDICE

CERTIFICACIÓN	I
AUTORÍA DE TESIS	II
APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO	III
AGRADECIMIENTO	IV
DEDICATORIA	V
RESUMEN	VI
INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO I	5
1 Marco teórico	5
1.1 Producto turístico	5
1.1.1 Definición	5
1.1.2 Efectos económicos que genera el producto turístico.....	5
1.1.3 Características de un producto turístico.....	6
1.1.4 Componentes de un producto turístico	7
1.1.5 Aspectos del producto turístico.....	7
1.1.6 Diseño de un producto turístico	10
1.1.7 Fases de Creación del Producto Turístico.....	11
1.1.8 Líneas y Variedades de productos específicos del Ecuador	12
1.2 Turismo	15
1.2.1 Definición	15
1.2.2 Mercado Turístico.....	16
1.2.3 Componentes del mercado turístico.....	16
1.2.3.1 La oferta turística.....	16
1.2.3.2 La demanda turística.....	17
1.2.4 Alojamientos turísticos	17

1.2.5	Empresas de restauracion turistica.....	18
1.2.6	Turismo interno o nacional	19
1.2.7	Nuevos segmentos de mercado.....	20
1.2.8	Turismo Sustentable	22
1.2.9	Ecuador y la economía turística.....	23
CAPITULO II.....		26
2	Trabajo de campo.....	26
2.1	Población y muestra	26
2.2	Diseño metodológico de la investigación	26
2.3	Análisis e interpretación de los resultados de la encuesta realizada a los clientes externos que se hospedaron en los hoteles de la ciudad de Bahía de Caráquez	27
2.4	Entrevistas realizada a los propietarios de los establecimientos hoteleros	30
2.4.1	Entrevista al propietario del Hotel Buena Vista Place.....	30
2.4.2	Entrevista al propietario del Hotel La Herradura.....	31
2.5	Análisis cruzado de la información.....	33
CAPITULO III.....		34
3	Propuesta.....	34
3.1	Antecedentes	34
3.2	Objetivos de la propuesta	34
3.2.1	Objetivo general.....	34
3.2.2	Objetivos específicos	35
3.3	Justificación.....	35
3.4	Importancia	35
3.5	Proyección.....	36
3.6	Descripción de la propuesta y su operatividad.....	36

3.7	Involucrados.....	37
3.8	Principales atractivos turísticos del Cantón Sucre	38
3.9	Diseño del Producto Turístico.....	42
	CONCLUSIONES	48
	RECOMENDACIONES.....	49
	BIBLIOGRAFÍA	50
	ANEXOS	56
	Anexo 1: TABLAS ESTADÍSTICAS	56
	Anexo 2: ENCUESTAS.....	61
	Anexo 3: ENTREVISTAS.....	63
	Anexo 4: FOTOS	64

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1:	Sexo	56
Tabla 2:	Edad	56
Tabla 3:	¿Cuál es el lugar de su procedencia?.....	57
Tabla 4:	¿Con quién viajó usted?.....	57
Tabla 5:	¿Con qué frecuencia ha visitado Bahía de Caráquez?.....	57
Tabla 6:	Los establecimientos hoteleros de Bahía de Caráquez le parecen:	58
Tabla 7:	La comida que se oferta en los restaurantes de Bahía de Caráquez le parece:	58
Tabla 8:	¿Cuál es la duración prevista de su visita en Bahía de Caráquez?	58
Tabla 9:	De las opciones que le relacionamos a continuación cuál considera más importante para elegir el o los destinos turísticos a visitar	59
Tabla 10:	¿Cómo evaluaría los atractivos turísticos que conoció en Bahía de Caráquez?	59

Tabla 11: ¿Estaría dispuesto a realizar turismo familiar en un tour realizado en Bahía de Caráquez?..... 60

Tabla 12:¿Escriba el nombre del hotel donde se hospedo la última vez en Bahía de Caráquez?..... 60

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro 1: Línea de productos específicos en el país..... 13

Cuadro 2: Diferencias entre turismo interno y turismo internacional 19

Cuadro 3: Principales atractivos turísticos del Cantón Sucre 41

Cuadro 4 Requerimientos, lo que el paquete incluye/no incluye en el primer itinerario, normas de seguridad y prohibiciones..... 44

Cuadro 5: Requerimientos, lo que el paquete incluye/no incluye en segundo itinerario, normas de seguridad y prohibiciones..... 46

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1: Mapa del primer itinerario..... 44

Gráfico 2: Mapa del segundo itinerario 46

INTRODUCCIÓN

Sin duda alguna el “Ecuador, en los últimos 10 años ha tenido un auge, siendo uno de los principales destinos turísticos entre los visitantes extranjeros, esto debido a que éste es un país pluricultural, multiétnico, con cuatro regiones geográficas que ofrecen al turista nacional y extranjero, hermosos escenarios, parajes y lugares para realizar un turismo de calidad. Está considerado como uno de los 17 países donde está concentrada la mayor biodiversidad del planeta. Atravesado por la Línea Ecuatorial y la Cordillera de los Andes, con su cadena de nevados y volcanes ofrece un sinnúmero de lugares para conocer, visitar y admirar.” (Mendoza, 2008)

El turismo nacional es uno de los sectores que beneficia a la economía del país, promoviendo la inversión nacional, regional y local. Según cifras del Ministerio de Turismo, el turismo interno movió alrededor de USD 1,7 millones diarios en el 2015, en comparación con el 2016, esta cifra descendió a USD 1.6 millones diarios, como consecuencia de un sinnúmero de causas, entre las cuales pueden resaltarse: falta de productos turísticos, pocas plazas de alojamiento, malas administraciones de las autoridades, entre otras.

Manabí por su geografía es uno de los lugares más visitados, tanto por viajeros nacionales como extranjeros, posee muchas razones para atraer a los visitantes; como su gastronomía, cultura, diversos paisajes, el clima, entre otros. Todos estos son motivos para realizar un turismo sustentable y sostenible, que permita utilizar la eficacia y eficiencia para promover un turismo dinámico.

“En esta provincia es posible hacer turismo de aventura, deportivo, de naturaleza, gastronómico, arqueológico, ecológico, artesanal de diversión, de descanso, religioso, cultural o de sol y playa. Posee innumerables zonas de gran atractivo turístico que se destaca por su variada cultura étnica, gastronomía, cultural y gran biodiversidad de ecosistemas es la principal causa del crecimiento y desarrollo del turismo nacional.” (Robalino, 2012)

“Bahía de Caráquez es una pequeña gran ciudad, dueña de características incomparables; considerada por muchos como la ciudad-balneario más tranquila y segura de todo el Ecuador; poseedora de una playa de extraordinaria calidad paisajística y notablemente divertida. Es también un destino único para el turismo familiar

vacacional por la tranquilidad que se vive en la ciudad y por una extensa oferta de deportes de playa como el kayak, el surf, el windsurfing, esquí acuático debido a las características inmejorables de nuestra playa.” (GAD de Sucre, 2016)

Aquí no se han encontrado estudios realizados específicamente, que indiquen si existe un alto o bajo índice del turismo interno, además de las causas que puedan presentarse para que este porcentaje no se incremente. Por tal razón, se hizo necesario investigar y analizar la afluencia de este tipo de turismo en los establecimientos hoteleros, de acuerdo al feriado de noviembre del presente año y luego se diseñó un producto turístico, que permitirá contribuir a su mejoramiento económico, para que Bahía de Caráquez pueda posesionarse en el mercado turístico de nuestro país.

Este proyecto de investigación se justificó por la importancia que tiene el diseño de un producto turístico basado en el análisis del turismo interno en la ocupación hotelera del feriado de noviembre del 2017 en Bahía de Caráquez del Cantón Sucre, Manabí, y con ello promover el turismo en familia, para así promocionar a la ciudad como un destino familiar.

Las razones expuestas resaltan la importancia académica y social del tema a investigarse.

El problema científico se describe de la siguiente manera: Deficiente estudio del turismo interno en el feriado de noviembre del 2017 en Bahía de Caráquez.

El **objeto** de estudio de la presente investigación, es el turismo.

El **objetivo** se manifiesta como: Diseñar un producto turístico basado en el análisis del turismo interno del feriado de noviembre del 2017 en Bahía de Caráquez que contribuya a la dinamización turística del cantón Sucre.

La relación entre el problema, el objeto y el objetivo permitió determinar cómo **campo de investigación**; el turismo interno.

La variable independiente.- Diseño de un producto turístico. De acuerdo a (SERNATUR, 2015), un producto turístico “es un conjunto de factores tangibles (infraestructura, equipamiento, alojamiento, etc.) e intangibles (emociones vividas, cultura, hospitalidad, etc.) articulados en una experiencia turística, que dispone de los recursos de un territorio para hacer vivir al consumidor uno o varios momentos significativos, de acuerdo con la percepción individual y subjetiva del turista.”

El producto turístico “es un conjunto de prestaciones, materiales e inmateriales, que se ofrecen con el propósito de satisfacer los deseos o las expectativas del turista, es un producto compuesto que puede ser analizado en función de los componentes básicos que lo integran: atractivos, facilidades y acceso.” (Acerenza, 1990)

Según (Vega, 2012), “el Producto o servicio Turístico se caracteriza por: alojamiento, transporte, restauración, información turística, actividades culturales, deportivas y recreativas, etc. Con sus características de calidad, marca, prestigio, rasgos diferenciadores y funcionales, presentación y tamaño que buscan mercados emisores que trascienden las fronteras nacionales.”

Variable dependiente.- Análisis del turismo interno. Según la Organización Mundial de Turismo (OMG., 2017) “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.”

Para (García A. , 2012) el turismo interno es también llamado Turismo Doméstico, el cual se refiere a los residentes visitando su propio país. Este implica el traslado del flujo monetario hacia los destinos dentro de los límites de un país. Sus efectos económicos más conocidos son: la generación de empleo, inversión, efecto multiplicador, etc.

Además expresa (Coronel, 2011) que “el turismo interno está conformado tanto por turistas como excursionistas que viajan al interior de su propio país, y que se los conoce como visitantes internos.”

Debemos reconocer que Ecuador es un país hermoso, posee atractivos turísticos únicos, aunque muchos de ellos no se han sabido explotar. Realizar turismo internamente aquí, debería ser una de nuestras preferencias, ya que los recursos que brinda este tipo de turismo nos beneficia a todos.

El cronograma de trabajo especificó la planeación y ejecución de la investigación y de las tareas científicas, las cuales se desarrollaron en diferentes etapas y constituyen los objetivos específicos de la misma. Para esta tesis se declararon las siguientes **tareas científicas**:

1. Fundamentar mediante conceptos y teorías la investigación en relación al turismo interno y a producto turístico.

2. Investigar la afluencia del turismo interno en los establecimientos hoteleros y su contribución económica durante el feriado de noviembre del 2017 en Bahía de Caráquez.
3. Diseñar un producto turístico que permita brindar a los turistas un medio de distracción y diversión en Bahía de Caráquez.

El **diseño metodológico** está constituido por el método lógico inductivo, que permitió realizar el diseño de un producto turístico tomando en cuenta el análisis del turismo interno, como contribución a la dinamización turística del cantón Sucre

Se aplicó una investigación exploratoria y aplicada, la cual consistió en analizar e investigar, dando respuestas a las interrogantes, para luego llegar a concretar los objetivos a través de la aplicación de mecanismos o estrategias que involucren una investigación sistemática y organizada.

La población para la presente investigación estuvo conformada por los establecimientos hoteleros que tiene actualmente la ciudad de Bahía de Caráquez.

Para determinar la muestra se tomó en cuenta la fórmula de muestreo infinito, ya que no se conocía con exactitud el número de turistas, sacando como resultado 42 personas.

Para la recolección de datos se realizaron encuesta, con preguntas cerradas para determinar el porcentaje de afluencia de turistas internos que visitaron esta ciudad y además conocer sus preferencias en cuanto a productos turísticos.

Además, se realizaron entrevistas a los propietarios de los establecimientos hoteleros para conocer el flujo de turistas internos en el feriado e noviembre del 2017.

CAPÍTULO I

1 Marco teórico

1.1 Producto turístico

1.1.1 Definición

“Es un conjunto de factores tangibles (infraestructura, equipamiento, alojamiento, etc.) e intangibles (emociones vividas, cultura, hospitalidad, etc.) articulados en una experiencia turística, que dispone de los recursos de un territorio para hacer vivir al consumidor uno o varios momentos significativos, de acuerdo con la percepción individual y subjetiva del turista.” (SERNATUR, 2015, pág. 20)

Es decir, aquel que brinda servicios que pueden ser tanto materiales como inmateriales, que buscan la satisfacción de los turistas y activar la economía, generando ingresos a nivel local y nacional. Además, debe de estar ligado a emociones y a la realización personal de las expectativas, previamente planteadas sobre el desarrollo del mismo.

Todos los productos y servicios no son iguales y tampoco se pueden sustituir fácilmente por otros, ya que cada uno tiene características que le hacen diferentes. Debido a que los turistas buscan diversas actividades, acordes a sus preferencias y así obtener el máximo bienestar posible del producto o servicio que compra. (Pérez , Vázquez, & Álvarez , 2012)

1.1.2 Efectos económicos que genera el producto turístico

El producto turístico brinda beneficios tanto a los turistas o visitantes como a las empresas que generan actividades de turismo, buscando dinamizar aquellos sectores que no han sido explotados, para que sean reactivados y fomentar la actividad turística.

Según los autores (Ruano & Sánchez, 2012, pág. 32), “los efectos económicos que este sector genera sobre el territorio donde se desarrolle son:

- ✚ Sector estratégico para la economía y, a su vez, responsable del efecto multiplicador, ya que necesita de otros sectores para satisfacer a la demanda turística (construcción, metalúrgico, etc.).
- ✚ Generador de empleo y riqueza.
- ✚ Incremento de inversiones de diferentes tipos: hoteles, restaurantes, servicios culturales, etc.

- ✚ Contribución a la Hacienda Pública a través de los impuestos, tanto directos como indirectos.
- ✚ Efecto sobre las importaciones y exportaciones de bienes, materias primas, tecnología, etc.
- ✚ Efecto sobre la balanza de pagos.
- ✚ Contribuye a redistribución de la economía.
- ✚ Incremento y selección en las estructuras de consumo.
- ✚ Influencia sobre los precios.
- ✚ Aumento del PIB.”

1.1.3 Características de un producto turístico

El producto turístico se caracteriza por: alojamiento, transporte, restauración, información turística, actividades culturales, deportivas y recreativas, etc. Con sus características que le permiten proyectar la cantidad de turistas que se desean atraer, las actividades que se van a realizar y el lugar donde se va a efectuar, además de otros factores que influyen para el diseño de este servicio, estableciendo los recursos necesario para los mercados emisores y su satisfacción. (Vega, 2012)

- a) **Caducidad:** De acuerdo a los autores (Intriago & Bravo, 2015), esta característica señala que en la hotelería se debe vender a ritmo de mercado, directamente al público o con anticipación a través de intermediarios, ya que el overbooking está acechando actualmente; y por lo tanto debemos tener presente y tratar de contrarrestar la caducidad de los servicios turísticos.
- b) **Intangibilidad:** “Se deduce del hecho de que las características de los componentes de producto turístico no se pueden testar por medio de los sentidos. Los turistas generan tativas, imaginan cómo es el producto, qué uso le darán, y qué resultados esperan. Este componente de intangibilidad hace que los consumidores no estén seguros de lo que compran, ni del beneficio que realmente van a obtener cuando consuman el producto” (Ballester, Prada, Gray, Marcé, & Nieto, 2014)
- c) **Agregabilidad:** “El producto turístico se puede formar de la agregación de varios productos, lo cual dificulta su comercialización como en el control de la calidad. Esto implica que los precios pueden variar eliminando o agregando

servicios al paquete ya existente, creándose así nuevos productos.” (Jaume, 2013)

Lo que el autor quiere expresar, es que puede variar su precio debido a la cantidad y calidad de productos que se forman al crear un nuevo paquete turístico.

- d) Heterogeneidad:** “La calidad depende de quién, cuándo, dónde y cómo los proporcionen.” (Suárez, 2015, pág. 25)
- e) Simultaneidad de producción y consumo:** Es decir; los productos o servicios turísticos primero entran en la fase de compra, después se producen y finalmente son consumidos simultáneamente.

1.1.4 Componentes de un producto turístico

“El producto turístico se compone de dos partes indivisibles: Una parte tangible; la constituye el producto global, tal y como es ofrecido por los productores a los clientes. Y otra parte intangible; que es la percepción y expectativas que los consumidores tienen del producto.” (Arévalo, 2015, pág. 8)

Es decir, que está compuesto por elementos que se pueden ver o tocar, así como elementos que no podemos ver ni tampoco tocar, pero si podemos percibir. De acuerdo a (Buñay, 2014), los elementos que lo conforman son:

-  Alojamientos
-  Alimentación
-  Guianza
-  Transporte
-  Atractivos Naturales
-  Manifestaciones Culturales
-  Servicios complementarios

1.1.5 Aspectos del producto turístico

La definición de productos turísticos abarca un conjunto de conocimientos básicos que se relacionan entre sí, y que es importante analizar para diseñar las principales estrategias que permiten promocionar e implementar el turismo en una zona. A continuación se distinguen los siguientes aspectos:

a) Atractivos turísticos

“Los atractivos turísticos son el conjunto de lugares, bienes costumbres y acontecimientos que llaman la atención del turista, constituyendo una parte muy importante para el turismo, por lo cual se han dividido en dos grandes grupos, los cuales facilitan su estudio, conociéndose como manifestaciones culturales y los sitios naturales, que se sub dividen a su vez en varios sub grupos.” (Monge, 2014, pág. 25)

A lo que la autora se refiere, es que son de mucha importancia dentro del turismo, porque promueven un impacto positivo en la atracción de los turistas o clientes, generando dinamismo en la económica de una región o de un país.

En la Guía metodológica para la jerarquización de atractivos y generación de espacios turísticos del Ecuador del (MINTUR, 2017), se detalla que los atractivos turísticos se clasifican en:

- ✚ **Sitios naturales:** Se refiere a atractivos de la naturaleza y se reconocen los tipos: montañas, planicies, desiertos, ambientes lacustres, ríos, bosques, aguas subterráneas, fenómenos geológicos, costas o litorales, sistema de áreas protegidas, tierras insulares, entre otros.
- ✚ **En la Categoría manifestaciones culturales:** “Tienen que ver con participación humana, y se reconoce los tipos: Históricos, etnográficos, realizaciones técnicas, científicas y artísticas, acontecimientos programados, folklor, arquitectura, vestimenta, gastronomía, música y danzas, tradiciones, ceremonias, festividades, formas de vida, etc.” (Humala, 2017, pág. 12)

b) Recursos turísticos del destino

El recurso turístico es un elemento natural, cultural o una actividad humana que atrae a los visitantes. Por lo tanto es indispensable a la hora de elegir un lugar a visitar, ya que está constituido por espacio, bienes y valores. Por ejemplo; una iglesia, un parque recreacional, playas, etc. (Illescas L. A., 2015)

Según expresan los autores (Rivera & Rodríguez, 2012), “son los elementos que en su mayoría determinan la motivación de desplazarse al lugar. Estos recursos pueden ser naturales, culturales, sociales, artificiales, entre otros”

c) Servicios y equipamientos del destino

Hace relación a todos los productos y servicios que se ofertan en un destino turístico, como por ejemplo; el alojamiento, la alimentación, actividades turísticas, oficinas de información turística, entre otros.

d) Paquete turístico

Es un conjunto de servicios que son adquiridos por un cliente o grupo de clientes, el cual tiene un itinerario organizado y se oferta a un precio único y global. Además involucra servicios intermedios o de base, como: alojamiento, transporte, gastronomía, recreación, visitas guiadas, lugares de diversión, prácticas deportivas, entre otros. (Chan, 2011)

e) Accesos

“Son indispensables para la llegada de turistas, ya que es el medio por el cual arriban los turistas a su destino” (Basurto & Bravo, 2015)

Se refiere a todo lo que tiene relación con el transporte, el cual permite el acceso a los diferentes lugares turísticos. Como por ejemplo; aeropuertos, carreteras, terminales terrestres, trenes, etc.

f) Precio de venta

“Con el tiempo los investigadores en turismo se han dado cuenta que además del precio se han de considerar otras variables como son la calidad del servicio, el riesgo percibido y la imagen. Se considera que un destino turístico es satisfactorio para el turista cuando el valor que percibe al llegar al destino es superior al valor que se paga por acceder a dicho destino.” (Millet, 2010, pág. 25)

g) Tour

“Dentro de este conjunto podemos distinguir tres tipos de viajes diferentes, los de corta distancia: fin de semana y miniturismo y los viajes de larga distancia. El tour puede ser operado tanto por mayoristas como por empresas operadoras y su distribución en el mercado dependerá de la política de comercialización de la empresa productora.” (Chan, 2011, pág. 27)

Se refiere a un viaje turístico donde se visitan varios lugares o diferentes regiones, y que generalmente son ofrecidos por empresas.

h) Ruta

Según los autores (Capa & Duarte, 2013), una ruta es parecida a un itinerario o recorrido en el que se establece una oferta organizada y elaborada que incluye atractivos, actividades, instalaciones y servicios turísticos propios del área, que puede ser comercializada en forma integrada o parcialmente. Es como un macro producto que posee características específicas que lo diferencian de otros productos turísticos tradicionales.

i) Circuito turístico

“Los circuitos son un conjunto de vías y visitas que se enlazan, constituyendo un itinerario cerrado, que nace y muere en un idéntico lugar. Está constituido por la presencia de atractivos turísticos y su planta que lo soporta de cualquier jerarquía y alcance.” (Nicola, 2012)

Lo que nos quiere explicar el párrafo anterior, es que es un recorrido a uno o a varios atractivos turísticos, así como también a centros de diversión, siendo el mismo punto de salida el punto de llegada, pero sin pasar dos veces por el mismo lugar durante el recorrido.

1.1.6 Diseño de un producto turístico

“En el proceso de la producción turística, uno de los retos más interesantes para las personas y empresas vinculadas a la actividad, es la creación de nuevos productos turísticos, de los cuales se espera que sean novedosos, pertinentes y rentables en el amplio espacio de la oferta y la demanda. Cabe recordar que para ser novedoso y oportuno en la creación de nuevos productos, se requiere ser un buen observador, un atento lector del sujeto turista y realizar un permanente análisis de las tendencias del mercado que permita identificar en dónde están las oportunidades, la demanda y su relación con los recursos en el núcleo receptor, trátase de una región, un municipio, un parque natural o una playa.” (Bravo & Zambrano, 2017, pág. 17)

Lo que los autores quieren expresar; es que elaborar un producto turístico es un desafío un poco complejo, ya que se necesita realizar un estudio del área, utilizando técnicas de observación, investigación, entre otras, para definir características necesarias en el proceso de diseño y estructurar una serie de servicios, que permitan la satisfacción de los visitantes.

“Uno de los elementos que caracteriza a la actividad turística es la elevada inversión que se necesita para llevar a cabo la mayoría de iniciativas. Realizar un análisis del territorio, manejar información de la zona (oferta, infraestructuras, recursos, servicios, comunicaciones, etc.), diseñar productos turísticos adecuados a un público objetivo, definir y desarrollar estrategias que ayuden a conseguir los objetivos propuestos son pasos fundamentales a la hora de crear productos turísticos competitivos.” (Ruano & Sánchez, 2012, pág. 134)

1.1.7 Fases de Creación del Producto Turístico

Para crear productos turísticos es importante guiarse por una secuencia de pasos fundamentales, que permiten identificar desde la primera etapa las diferentes opciones que se pueden realizar, en sí, no garantizan el éxito pero ayudan a programar y a realizar un buen trabajo:

a) Conceptualización

Una vez identificado el grupo objetivo al cual va dirigido nuestro producto turístico, empezamos con la etapa de conceptualización. En esta fase realizamos un estudio general, definiendo los siguientes aspectos: (González, 2016)

- ✚ **Generación de ideas:** análisis de las diferentes fuentes (internas, clientes, competencia, etc.)
- ✚ **Selección final de la idea:** valorando de forma adecuada los objetivos y recursos disponibles.
- ✚ **Definición de los atributos y determinación del nuevo producto:** debe presentar alguna diferencia significativa respecto a los ya existentes.
- ✚ **Viabilidad del producto:** análisis de las posibilidades como negocio.
- ✚ **Estudio de mercado:** rentabilidad del proyecto.
- ✚ **Desarrollo del producto:** medios, recursos, infraestructuras y gestión.
- ✚ **Establecimiento de los precios:** en base a la demanda, competencia, costes directos e indirectos y beneficios.
- ✚ **Test en un mercado de prueba:** permite realizar los ajustes necesarios.
- ✚ **Desarrollo del plan de comercialización:** lanzamiento del nuevo producto.

b) Embalaje o estructura del producto

En esta fase hay que darle forma a la estructura del producto (antes, durante y después del consumo) y realizar la selección de los servicios que se llevaran a cabo. Debe ofrecer diversas actividades que complementen con la calidad del producto que se piensa diseñar, además debe tener una marca de identidad que le permitirá posicionarse en el mercado turístico.

c) Promoción y comercialización

“Consiste en la toma de decisiones sobre el precio al que se venderán los servicios, las empresas de intermediación que van a intervenir (agencias de viaje, turoperadores, hoteles, empresas de transportes, etc.), las actuaciones de promoción, información y venta que se van a desarrollar (si se considera el punto de venta como canal de distribución básico) y, por último, las acciones de comunicación que la empresa llevará a cabo para dar a conocer su producto a través de la publicidad (promociones, spots, anuncios en prensa, ferias, Internet, la venta personal, etc.).” (Ruano, 2012)

Es decir, realizar publicaciones referentes al atractivo turístico, donde se debe transmitir lo que realmente se ofrece, además de garantizar condiciones de seguridad, comodidad y que exista una buena relación entre calidad y precio.

d) Trato con el cliente

La atención al cliente es primordial, brindando la información previa y realizando las respectivas acciones para atraer, y fidelizar con los visitantes o turistas. Este trato debe ser cordial y amable, ya que un cliente feliz atraerá más clientes.

1.1.8 Líneas y Variedades de productos específicos del Ecuador

Según el PLANDETUR 2020, existe una línea de productos específicos en el país, consideradas en los diferentes estudios de consultoría de productos, que luego han sido contrastados con las opiniones de un grupo de especialistas. A continuación, se exponen las líneas de producto actualizadas y las variantes que integran estas líneas, producto de la revisión y análisis realizados: (MINTUR, 2007)

Circuitos generales	Circuitos generales	Ecoturismo y turismo de naturaleza	Parques nacionales
Sol y playa	Sol y playa		Reservas y bosques privados
Turismo Comunitario	Turismo Comunitario		Ríos, lagos, lagunas y cascadas
Turismo cultural	Patrimonios naturales y culturales		Observación de flora y fauna
	Mercados y artesanías	Turismo de deportes y aventura	Deportes terrestres
	Gastronomía		Deportes fluviales
	Shamanismo		Deportes aéreos
	Fiestas populares		Deportes acuáticos
	Turismo religioso	Turismo de salud	Termalismo
	Turismo urbano		Medicina ancestral
	Turismo arqueológico		SPA's
	CAVE, científico, académico, voluntario y educativo	Agroturismo	Haciendas, fincas y plantaciones
Haciendas históricas	Turismo de convenciones y congresos	Reuniones, incentivos, conferencias, exposiciones y ferias	
Parques temáticos	Parques temáticos	Turismo de cruceros	Cruceros

Cuadro 1: Línea de productos específicos en el país

Fuente: PLANDETUR 2020

Turismo sol y playa.- “Este tipo de turismo es uno de los más concurrido a nivel mundial sin importar la edad, grandes lugares cuentan con gran importancia hotelera para el hospedaje de los usuarios, estas se encuentran en zonas costeras donde el clima es adecuado y su temperatura es propicio para el desenvolvimientos de esta actividad, las personas que recurren aquí son aledaños al sitio o extranjeros, gran cantidad de gente buscan un instante de recreación en temporadas del años con el fin de obtener experiencia, confortación y sobre todo una estadía inigualable” (Quintana, 2016, pág. 22)

Es una actividad que se realiza en las zonas costeras, normalmente en estos lugares hay estructura hotelera que brindan la acogida de los visitantes. Muchas son las personas que prefieren este tipo de turismo, ya que suelen disfrutar del sol y la playa; y en las noches realizar diferentes actividades, que por lo general ofrecen los hoteles o las zonas de esparcimiento cercanas.

Turismo comunitario.- “Es el turismo con el que la población local mediante el contacto con el turista mejora su situación económica prestando sus servicios. Tomando en consideración el turismo comunitario se encuentra incorporado en la modalidad de turismo alternativo tiene como factor importante el involucrar a la comunidad.” (Loja, 2017, pág. 40)

Permite que una comunidad pueda mostrar a la sociedad los recursos turísticos que posee, promoviendo la economía del sector rural. Los principales actores son los miembros de la comunidad, quienes reciben a los turistas y comparten sus costumbres y hábitos en la vida comunitaria.

Turismo cultural.- Este tipo de turismo hace referencia al conjunto de ideas, costumbres, tradiciones y prácticas artísticas que conforman el estado cultural y social de un pueblo o de un grupo étnico; buscando conocer, y entrar en contacto con su cultura y acercarse a sus identidades. (Illescas T. E., 2017)

Parques temáticos.- “Los parques temáticos son lugares con gran dimensión en cuya área se exhibe una temática o temáticas específicas atrayentes e innovadoras que se exponen a través de un conjunto de atracciones con fines de ocio, entretenimiento y educación cultural, brindando a su vez los servicios complementarios como alimentación, comercio, entre otros al visitante, para que de esta manera pueda pasar un día placentero en dicho lugar.” (Rivera & Quimí, 2015, pág. 19)

Ecoturismo y turismo de naturaleza.- “El ecoturismo se determina como un turismo responsable hacia áreas naturales que preserva el entorno y entrega bienestar a la población, que involucra un viaje hacia áreas naturales no contaminadas o poco alteradas, con la intención de estudiar y disfrutar de la flora y fauna existente en cada lugar y respetando cultura local.” (Vera, 2015, pág. 27)

Es decir, todas las actividades turísticas que se realizan en contacto con la naturaleza, buscando incentivar y promover el respeto hacia el entorno, conociendo las expresiones culturales y los recursos naturales de las diferentes áreas del mundo.

Turismo de deportes y aventura.- En este tipo de turismo se realizan actividades cuya principal motivación es la práctica de actividades deportivas. También se incluyen las realizadas en nieve, las de golf, entre otras. (Ruano & Sánchez, 2012)

Turismo de salud.- En el turismo de salud se ofrece a los turistas el cuidado y cura de su cuerpo y mente, aprovechando las propiedades beneficiosas del agua, sales, aromas, masajes, piedras, entre otros. Generalmente este servicio lo brindan los spas, lugares como balnearios, termas, paisajes vírgenes y enclaves históricos donde se disfruta de circuitos de relax. (Guerrero & Ramos, 2014)

Agroturismo.- “Es un segmento del turismo rural cuyo mayor objetivo es enseñar el cultivo y crianza de los productos consumidos en el sector y el país, dando como resultado vivencias inolvidables al turista.” (Vera, 2015, pág. 25)

Hace referencia a las visitas turísticas que se realizan en los lugares de cultivo y de crianza de animales, con el fin de conocer, experimentar las labores productivas, y mantenerse en contacto con el entorno rural.

Turismo de convenciones y congresos.- Está conformado por las actividades que realizan los participantes que concurren a reuniones periódicas, organizadas con fines profesionales o empresariales a los distintos destinos turísticos. (Jiménez & Jiménez , 2013)

Turismo de cruceros.- Se refiere al turismo que se lleva a cabo en grandes lagos, mares y océanos. El viaje se hace en barcos, los cuales complementan el recorrido mediante instalaciones de apoyo en tierra, como son los autobuses, guías, tiendas, restaurantes y algunos puntos de atracciones. Brindando beneficios a los pueblos costeros que tienen acceso a la llegada de estos cruceros. (Jiménez & Jiménez , 2013)

1.2 Turismo

1.2.1 Definición

“El turismo es una forma de distracción que las personas emplean al momento de trasladarse de su lugar de origen hacia otro destino, realizando diferentes actividades

que son para satisfacer sus necesidades, entre ellas tenemos; gastronomía, alojamiento, diversión y entretenimiento, excursión, y aprendizajes.” (García M. F., 2013, pág. 21)

Según la OMT (Organización Mundial de Turismo, 2017), el turismo es un fenómeno social, cultural y económico relacionado con el movimiento de las personas a lugares que se encuentran fuera de su lugar de residencia habitual por motivos personales o de negocios/profesionales. Estas personas se denominan visitantes (que pueden ser turistas o excursionistas; residentes o no residentes) y el turismo tiene que ver con sus actividades, de las cuales algunas implican un gasto turístico.

En otras palabras, se refiere a todo desplazamiento que realizan las personas voluntariamente o temporalmente fuera de su domicilio habitual, con fines de ocio, de diversión, de salud, de reunión familiar, de religión, de trabajo, entre otras. Es una actividad que brinda beneficios a un destino turístico y a la sociedad en general.

1.2.2 Mercado Turístico

“El Mercado Turístico es donde confluyen la oferta de productos y servicios turísticos y la demanda que está interesada y motivada en consumir esos productos y servicios turísticos.” (Págalo, 2013, pág. 8)

1.2.3 Componentes del mercado turístico

1.2.3.1 La oferta turística

Según los autores (Ruano & Sánchez, 2012), la oferta turística es la combinación de una gran diversidad de elementos destinados a satisfacer las necesidades de los turistas. Los elementos que la componen son:

- ✚ Recursos turísticos: Naturales, culturales, folklore, museos, etc.
- ✚ Infraestructuras: Carreteras, red ferroviaria, aeropuertos, puertos, etc.
- ✚ Servicios: De alojamiento, restauración, intermediación, información y acogida de eventos congresuales.
- ✚ Transportes: Tren, barcos, avión, coche de alquiler, etc.

Actualmente, una de las formas de ofertar los recursos turísticos y los servicios que se ofrecen a los visitantes en los distintos lugares, es mediante el marketing turístico, el cual a través del internet ofrece una variedad de opciones que permiten desde cualquier lugar tener información de la realidad turística.

1.2.3.2 La demanda turística

“En el sector turístico, la demanda viene a ser aquella que abarca o bien al individuo o bien a un conjunto de personas que viajan y se desplazan fuera de su domicilio habitual por un periodo de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, por negocios u otros motivos, en consonancia con la definición de la OMT, para consumir productos y servicios turísticos a los que les mueven diferentes intereses, deseos y necesidades.” (Romero, 2013, pág. 17)

De acuerdo a (Monchón, 2008), el consumo turístico reúne una serie de características que convierten la toma de decisiones del turista en un proceso complejo. Y éstas se pueden concretar en los siguientes puntos:

- ✚ El turista se enfrenta a diferentes niveles de elección: duración del viaje, destino, forma de viaje, tipo de alojamiento, actividades complementarias, canal de compra, etc.
- ✚ El consumo turístico requiere el desplazamiento fuera del lugar de residencia habitual de quien lo realiza, lo que exige disponer de mucho tiempo libre y contribuye a explicar la estacionalidad de la demanda turística y su concentración en fines de semana.
- ✚ El consumo turístico supone un desembolso importante de dinero dentro de la estructura de gasto de los presupuestos familiares.
- ✚ La compra de un producto turístico conlleva hacer frente a la incertidumbre de adquirir algo que en parte se desconoce. El turista no sabe qué le deparará el viaje a un destino que no ha visitado antes ni la calidad de los servicios que le prestarán.
- ✚ En ocasiones transcurre un tiempo considerable entre la contratación del viaje y su realización. Esto suele ocurrir en las promociones de las agencias de viaje.

1.2.4 Alojamientos turísticos

Son aquellos establecimientos que brindan hospedaje a las personas dentro del lapso de tiempo, y además pueden brindar varios servicios adicionales, como; alimentación, garaje, recreación, etc. El costo de estadía depende de la categoría, del tiempo en pernoctar en el hotel y de los servicios que se ofrezcan.

Según el (Reglamento de Alojamiento Turístico, 2016), actualmente vigente, los establecimientos de alojamiento turístico se clasifican en:

- ✚ Hotel H
- ✚ Hostal HS
- ✚ Hostería HT
- ✚ Hacienda Turística HA
- ✚ Lodge L
- ✚ Resort RS
- ✚ Refugio RF
- ✚ Campamento Turístico CT
- ✚ Casa de Huéspedes CH

1.2.5 Empresas de restauración turística

Son aquellos establecimientos que brindan servicios de alimentación y bebida a los clientes o comensales, de forma habitual, en el mismo lugar donde se preparan los alimentos o en forma directa, por un precio fijo y determinado.

“Un restaurante puede variar en tamaño: desde un pequeño local de comidas hasta el restaurante de un gran hotel, y comprende por lo común tres zonas principales: la cocina, donde se prepara y guisa la comida; el servicio de comidas a los clientes en el restaurante, y el bar, una sala que ofrece comidas y bebidas alcohólicas, amenizadas con música y espectáculos en vivo o grabados.” (Tau Lee & Dalhouse, 2012)

De acuerdo a los autores (Guerrero & Ramos, 2014), algunos de los productos y servicios que suministran estas empresas son:

- ✚ Suministro de comida (desde muy sencilla como botanas, refrigerios, entradas, reposterías, hasta menús muy elaborados, completos, formales o de tipo gourmet).
- ✚ Bebida (vinos, licores, refrescos, aguas).
- ✚ Servicios de carácter complementario (renta de equipo de servicio y para banquetes como refrigeradores, mesas, sillas, cubertería, entre otros); decoraciones tema o existen sitios en donde amenizan con música viva)

1.2.6 Turismo interno o nacional

“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.” (Organización Mundial de Turismo, 2017)

De acuerdo a (Silva, 2013), el turista nacional o interno es toda persona, cualquiera que sea su nacionalidad, que reside en un país y se traslada a un lugar situado en ese mismo país, pero distinto de aquel en que tiene su residencia habitual, por una duración de al menos 24 horas o por una pernoctación y por motivos diferentes del de ejercer una profesión remunerada en el lugar visitado.

Este turismo trata de incentivar a las personas para que conozcan acerca de sus propias raíces y costumbres, consumiendo productos y servicios nacionales y además contribuyendo al desarrollo de su propio país. A continuación se detallan algunas diferencias entre lo que es el turismo interno y el turismo internacional:

Turismo interno	Turismo internacional (receptor y emisor)
Turista: Todo visitante que reside en un país y que viaja a un lugar dentro del país, distinto al de su entorno habitual, que efectúa una estancia de, por lo menos, una noche pero no superior a un año, y cuyo motivo principal de la visita no es el ejercer una actividad que se remunere en el país visitado.	Turista: Todo visitante que viaja a un país distinto de aquel en el que tiene su residencia habitual, que efectúa una estancia de por lo menos una noche, pero no superior a un año, y cuyo motivo principal de la visita no es el de ejercer una actividad que se remunere en el país visitado.
Visitante: Toda persona que reside en un país y que viaja, por un período inferior al año a un lugar dentro del mismo país, pero distinto al de su entorno habitual, cuyo motivo principal de la visita no es ejercer una actividad que se remunere en el lugar visitado.	Visitante: Toda personas que viaja, por un período inferior a un año, a un país distinto del de su residencia habitual, pero fuera de su entorno habitual, y cuyo motivo principal de la visita no es ejercer una actividad remunerada en el país visitado.
Excursionista: Todo visitante que viaja a un lugar dentro del país de su residencia, pero distinto al de su entorno habitual, por un período inferior a 24 horas sin incluir pernoctación en el lugar visitado y cuyo motivo principal de la visita no es el ejercer una actividad que se remunere en el lugar visitado.	Excursionista: Todo visitante que viaja a un país distinto de aquel en el que tiene su residencia habitual, fuera de su entorno habitual, por un período inferior a 24 horas sin pernoctar en el país visitado, y cuyo motivo principal de la visita no es el de ejercer una actividad que se remunere en el país citado.

Cuadro 2: Diferencias entre turismo interno y turismo internacional

Fuente: (Economía y turismo, 2008)

1.2.7 Nuevos segmentos de mercado

Según la revista Hosteltur (2014), existen algunos segmentos y nichos de viajeros que más interés despiertan en la industria turística, las cuales son:

- a) **Turistas que viajan con mascotas o turismo de mascotas:** La elección del destino está condicionada por la aceptación de mascotas tanto por parte del alojamiento como del medio de transporte. Incluso existen agencias de viaje especializadas en este segmento. Aunque más allá del alojamiento y el transporte, existe una oferta de actividades de ocio programadas para que los dueños compartan el tiempo con sus mascotas.

Un servicio complementario a este segmento es ofrecer un seguro para mascotas, que cubre los gastos derivados de cualquier eventualidad, como puede ser el retorno en caso de accidente, publicidad en caso de pérdida, sanitario o cancelación del viaje. (Cordente, Mondéjar, & Esteban, 2015)

- b) **Turismo de mujeres que viajan con mujeres:** Este tipo de turismo se refiere a mujeres independientes, de edad media de 45 años, con un nivel socio – económico medio - alto, al igual que su nivel de gasto y con formación universitaria. A ellas les gusta viajar, buscando aprender nuevas culturas y dando protagonismo a la visión femenina del mundo. Además poco a poco este tipo de turismo está empezando a tener acogida por hombres, sin embargo en actividades realizadas por mujeres, como; ir a la peluquería, se deben plantear otras alternativas.

- c) **Millennials o generación del ahora:** Se trata de individuos que nacieron entre los años ochenta y el 2000, en un mundo tecnológico, y que están empezando a trabajar; en sus viajes buscan experiencias auténticas, integrándose en la cultura local del destino y siendo respetuosos con éste. En sus viajes demandan, además, flexibilidad, buen precio y tecnología.

Una forma de comunicar con estos consumidores es a través de las redes sociales y con una oferta económica, pues para ellos el precio es el factor más importante a la hora de elegir un producto o servicio.

Constituyen tres tipos de segmentos, según la edad: (Cordente, Mondéjar, & Esteban, 2015)

- ✚ Hippy-chic o mochileros. Ahorran en alojamiento, generalmente duermen en carpas, les gusta comer bien, realizan muchas actividades en sus viajes y se dan algunos lujos.
 - ✚ Aquellos que empiezan a realizar viajes de negocio, pero mezclan los viajes de negocio con vacaciones, llegando un día antes y quedándose algunos días después.
 - ✚ DINK (Double Income No Kids). Son personas mayores de edad dentro del segmento de millennial, y se trata de parejas no interesadas a corto plazo en tener niños, donde ambos trabajan y les gusta viajar juntos accediendo a servicios de lujo.
- d) El nuevo lujo:** Se trata de turistas jóvenes y de nivel económico alto, que buscan productos o servicios únicos, ya que les gusta disfrutar de experiencias insólitas y diferentes.
- e) Turismo islámico:** Este tipo de turistas son musulmanes, atraídos por el patrimonio islámico, que se caracterizan por su gran capacidad de gasto turístico. Este turismo requiere que los destinos estén habilitados para la práctica de su religión y que proporcionen una experiencia amigable a los musulmanes.
- f) Niños con familia o turismo familiar:** De acuerdo a (Congo , 2016, pág. 10), “el turismo familiar es un nicho de mercado importante de modo que, tras viajar en pareja, el turismo familiar se posiciona entre el segundo y el tercer segmento de la demanda extranjera más importante para Ecuador, según se considere el grupo familiar en su composición más amplia o más reducida (familia incluyendo solo hijos) en cuanto a la demanda nacional.”
- Según este autor, es el turismo que se realiza con todos los miembros de la familia, por lo general; hijos y padres, sus instalaciones deben estar acordes a las necesidades de los niños. En la elección prima el producto y no el destino; y otra ventaja es su compatibilidad con otros productos turísticos de sol y playa, rural, entre otros.
- g) Tías con sobrinos:** Se trata del turismo familiar. pero que consiste en mujeres profesionales sin hijos que viajan con sus sobrinos.
- h) Viajeras de negocio:** Es decir, mujeres que viajan por motivos de negocios, buscando seguridad, pero disfrutan estancias más largas que combinan con tiempo de ocio.

- i) **Singles:** Este tipo de mercado se refiere a personas que viven solas o sin pareja, con buena situación económica que pueden viajar sin compañía.
- j) **Familias monoparentales:** Es turismo familiar, pero solo viaja un adulto con sus hijos.

1.2.8 Turismo Sustentable

“El turismo sostenible o turismo sustentable es una forma de turismo que sigue los principios de sostenibilidad. Es una industria comprometida a hacer un bajo impacto sobre el medio ambiente y cultura local, al tiempo que contribuyen a generar ingresos y empleo para la población local.” (Nicola, 2012, pág. 33)

Lo que la autora quiere decir, es que el turismo debe estar comprometido con la protección del medio ambiente, ya que se debe respetar el entorno. El respeto hacia los recursos naturales, hacia la diversidad y hacia las costumbres ancestrales, es parte de un turismo responsable y solidario con el planeta.

Según los autores (Casanueva & Gallego, 2017), las empresas turísticas tienen una parte importante de responsabilidad tanto en el deterioro del medio ambiente como en su conservación, debido a que el fenómeno turístico implica la concentración de un elevado número de personas y de actividades bastante agresivas en puntos muy concretos que normalmente son sensibles, como los espacios naturales, monumentos o instalaciones. Las diferentes posturas respecto al medio ambiente están muy ligadas a las posiciones de las empresas respecto a su responsabilidad social que han sido consideradas anteriormente.

La lógica de la gestión medioambiental se basa en el concepto de sostenibilidad, es decir, realizar una explotación económica de la empresa turística y de los recursos turísticos a los que está ligada, de forma que no afecte a la posible explotación futura de los mismos.

Según la Organización Mundial del Turismo OMT, los principios que definen el turismo sostenible son (Tapia, 2013):

- ✚ Se conservan los recursos naturales y culturales para su uso continuado en el futuro, al tiempo que reportan beneficios;
- ✚ El desarrollo turístico se planifica y gestiona de forma que no cause serios problemas ambientales o socioculturales;

- ✚ La calidad ambiental se mantiene y mejora;
- ✚ Se procura mantener un elevado nivel de satisfacción de los visitantes y el destino retiene su prestigio y potencial comercial;
- ✚ Los beneficios del turismo se reparten ampliamente entre toda la sociedad.

1.2.9 Ecuador y la economía turística

De acuerdo a los autores (Maldonado & Proaño, 2015, pág. 82), “el turismo es clave en un país, es un sector indispensable para su progreso socioeconómico, ya que su continua expansión y diversificación ha permitido no solo la creación de puestos de trabajo sino, además, la generación de ingresos de exportación y la ejecución de infraestructura. Esto ha llevado, entre otros resultados, a que los negocios de alojamiento y servicio de comida hayan experimentado un crecimiento en los últimos 10 años.”

Es muy importante para el desarrollo turístico de una región o de un país, porque es una fuente de ingresos económicos que beneficia a todos los lugares donde se brinda este servicio. Muchas de las comunidades se han desarrollado gracias a esta actividad, siendo para ellos un factor primordial la visita de los turistas, donde les dan a conocer los atractivos turísticos de la zona.

“El impacto turístico en el crecimiento económico comprende los costos y beneficios primarios y secundarios; los primeros son consecuencia directa de la actividad turística; los gastos de los visitantes se convierten en ingresos de los comerciantes que, a su vez, se usan para abonar sueldos y salarios, rendimiento de capital e impuestos, que son los beneficios directos del turismo; como un factor dinamizador de la economía social de la población en general y, como consecuencia el crecimiento económico.” (Caguana & Janeta, 2016)

De acuerdo a (Pozo, 2016, pág. 8), “El turismo ha generado un gran impacto en el ser humano en las últimas décadas, debido a los cambios producidos en lo económico, social y ambiental. La actividad turística es un eje fundamental para la reactivación económica, la generación de empleo, la inversión local y extranjera, en el desarrollo de estructuras hoteleras, entre otros.”

El Ecuador es uno de los países con mayor biodiversidad del planeta, y que ha mantenido durante los últimos años un incremento en la llegada de turistas debido a sus maravillas naturales. Localizado en un lugar privilegiado del planeta, en el nor-

occidente de Sudamérica y la línea equinoccial, limitando al Norte con Colombia, al sur y al este con Perú, y al oeste con el Océano Pacífico. (Ministerio de Turismo del Ecuador, 2014).

Este es un país muy hermoso, posee especies de flora y fauna, además cuenta con atractivos turísticos que contribuyen a la riqueza del país, sus cuatro regiones muestran las diferentes culturas y costumbres de los habitantes. La gastronomía es variada, utilizando ingredientes de especies y productos que son cosechados en cada una de las regiones de este lugar. (Tau Lee & Dalhouse, 2012)

Según (Loja, 2017), la economía ecuatoriana presentó un panorama complejo, ya que en los últimos años la tasa de crecimiento anual del PIB ha disminuido de forma importante al ubicarse en una tasa de crecimiento del 0,2% al 2015, frente al 4% alcanzado en el 2014. Esto se debería a diferentes factores entre los que se encuentran la baja del precio del crudo, que afecta directamente a los ingresos del país.

“El turismo tiene un efecto multiplicador de 1,6 en la economía nacional, ya que es la tercera fuente de ingresos no petroleros en el 2016. Durante este año la contribución total del turismo al PIB alcanza el 5,1%.” (Ministerio de Turismo, 2016)

El sector de alojamiento constituye un segmento fundamental en la economía ecuatoriana, ya que no solo dinamiza la economía interna por su capacidad de creación de empleo, también se establece como un eje de fuerte influencia en el crecimiento de otros sectores como los servicios públicos, la construcción, el transporte y el entretenimiento. (Maldonado & Proaño, 2015)

El turismo en nuestro país ha tenido un balance diferente en cada año, poco a poco se visualiza la importancia que este sector tiene en la economía. Ya que el turismo abarca diferentes servicios; alimentación, operadores turísticos, centros comerciales, transporte, infraestructura hotelera, promoviendo alternativas que llaman la atención de los visitantes.

Además, no podemos olvidarnos del turismo interno, el cual a sido una fuente significativa en la economía del país, ya que según la Coordinación General de Estadísticas e Investigación del Ministerio de Turismo informó que durante el 2016 los desplazamientos por turismo interno fueron de 12,3 millones de viajes, lo que dinamizó la economía en el Ecuador con \$ 285,5 millones. El 40% de estos desplazamientos fue

realizado en los diferentes feriados, lo que representó más de 4,9 millones de viajes alrededor del país. (Ecuavisa, 2017)

CAPITULO II

2 Trabajo de campo

En este capítulo se abordan los resultados que se realizaron en el estudio de campo, es decir, lo aportado por los instrumentos de investigación.

Por medio de las encuestas y las entrevistas se pudo interiorizar en el problema y obtener un diagnóstico, lo que permitió proyectar una solución viable para entender las múltiples necesidades de la ocupación hotelera de Bahía de Caráquez.

2.1 Población y muestra

Población.- La población para la presente investigación la constituyeron todos los establecimientos hoteleros que tiene actualmente la ciudad de Bahía de Caráquez.

Muestra.- Para esta investigación se tomó en cuenta la fórmula de muestreo infinito, ya que no se conocía con exactitud el número de turistas, por lo cual se utilizó los siguientes datos:

Nivel de confianza: 95%

Desviación estándar: 16,44

Error máximo tolerante: 5

$$n = \left(\frac{1,96 * 16,44}{5} \right)^2 = 41,53 = 42$$

De ese total de muestra, se hicieron 40 encuestas a los clientes externos de los hoteles de Bahía de Caráquez y 2 entrevistas a los propietarios de los establecimientos hoteleros.

2.2 Diseño metodológico de la investigación

La modalidad de la investigación fue de carácter bibliográfico y de campo. Se utilizaron instrumentos como antecedentes de los diferentes atractivos turísticos según el levantamiento del GAD de Sucre, los cuales permitieron diseñar el paquete turístico y así contribuir a la dinamización turística del cantón Sucre.

El tipo de investigación fue exploratoria y descriptiva, ya que se recopiló y analizó las encuestas realizadas a los visitantes, y las entrevistas a propietarios de los establecimientos hoteleros para determinar el porcentaje del turismo interno y para

conocer los gustos y preferencias de los turistas en cuanto al tipo de turismo que desean realizar.

2.3 Análisis e interpretación de los resultados de la encuesta realizada a los clientes externos que se hospedaron en los hoteles de la ciudad de Bahía de Caráquez

➤ Sexo

Según el resultado de las encuestas realizadas, se pudo observar que el 50 % de los turistas encuestados son hombres y el 50% son mujeres, no hay diferencia entre estas dos variables, debido a que la mayoría de visitantes que vienen a disfrutar del turismo en la ciudad de Bahía de Caráquez son parejas o viajan en grupos familiares. *(Ver tabla N°1)*

➤ Edad

De acuerdo al resultado de las encuestas realizada, se pudo observar que el 50% son personas entre las edades de 31 y 45, mientras el 45% son turistas que se encuentran entre los 19 y 30 años y el 5% entre las edades de 46 y 60. *(Ver tabla N°2)*

Como se puede observar en los resultados, la mayoría de personas que vienen a la ciudad de Bahía de Caráquez están entre las edades de 31 a 45 años, es decir que este tipo de edades pertenecen a los turistas que le gusta viajar en familia.

➤ ¿Cuál es el lugar de su procedencia?

Analizando la pregunta N° 3 se pudo observar que el 85% de las personas encuestadas son turistas internos, y el 15% son internacionales. *(Ver tabla N°3)*

Es decir, la mayoría de turistas que visitan la ciudad de Bahía de Caráquez son personas que viven en diferentes lugares del Ecuador, es decir turistas internos, que le gusta disfrutar de los atractivos turísticos que brinda su país.

➤ ¿Con quién viaja usted?

Revisando la pregunta N°4, el 35% de los encuestados afirmaron que viajan con sus familiares, el 30% de los turistas viajan en pareja, el 20% viaja con amigos, mientras que el 10% viaja solo y el 5% de los visitantes viaja con compañeros de trabajo. *(Ver tabla N°4)*

Por lo que quiere decir que la mayoría de turistas que visitan Bahía de Caráquez les gusta viajar con sus familiares en relación con el otro grupo que viaja con compañeros de trabajo, por lo tanto, esta ciudad es muy considerada por las personas para realizar turismo familiar.

➤ **¿Con qué frecuencia ha visitado Bahía de Caráquez?**

Analizando la pregunta N° 5, el 35 % de los encuestados afirmaron que han visitado la ciudad de Bahía de Caráquez en vacaciones, también el 35 % dijo que en fin de semana, mientras que el 22,5 % indicaron que suelen venir en feriado y el 7,5 % días particulares o cualquier época porque son mochileros. *(Ver tabla N°5)*

Lo cual quiere decir, que la mayoría de turistas vienen en vacaciones o fines de semanas a Bahía de Caráquez, ya que durante estos días les gusta salir a disfrutar con sus familiares de las bondades que tiene este lugar.

➤ **Los establecimientos hoteleros de Bahía de Caráquez le parecen:**

Interpretando la pregunta N°6, se pudo observar que el 47,5 % de encuestados afirmaron que los establecimientos hoteleros de Bahía de Caráquez son buenos, el 45 % dijo que son muy buenos, el 5 % opinaron que son regulares y el 2,5 % dijo que son deficientes. *(Ver tabla N°6)*

Dado el resultado se puede constatar que los establecimientos hoteleros de la ciudad son buenos, esto es, debido a los problemas que se acarrearón a partir del terremoto del 16 de Abril, ya que no se cuenta con suficiente capacidad de plazas hoteleras en Bahía de Caráquez y los clientes no se sienten completamente satisfechos.

➤ **La comida que se oferta en los restaurantes de Bahía de Caráquez le parece:**

Según la encuesta, el 50% de los encuestados opinaron que la comida en los restaurantes de Bahía de Caráquez es muy buena, el 47,5 % dijo que es buena, mientras que el 2,5 % de los turistas afirmaron que la comida es regular. *(Ver tabla N°7)*

Por lo cual se llega a la conclusión, que la comida que se oferta en los restaurantes de Bahía de Caráquez es muy buena, ya que ofrecen buena calidad y sabor en la preparación de sus alimentos.

➤ **¿Cuál es la duración prevista de su visita en Bahía de Caráquez?**

Interpretando la pregunta N°8, con un total de 55 % afirmaron que la duración de su visita a Bahía de Caráquez es de 3 a 5 días, el 32,5 % dijeron que de 1 a 2 días y el 12,5 % opinaron que su duración es de más de una semana. *(Ver tabla N°8)*

Deduciendo, que a los turistas les gusta visitar esta ciudad por varios días, ya que no solo buscan descansar sino también divertirse y distraerse por un tiempo.

➤ **De las opciones que le relacionamos a continuación cuál considera más importante para elegir el o los destinos turísticos a visitar**

En la pregunta N° 9, el 45% de los encuestados dijeron que ellos eligen el destino turístico a visitar por los atractivos naturales o paisajes, el 22,5% opinaron que por la paz, tranquilidad y descanso que brinda el lugar, el 10% dijo que por los atractivos culturales, otro 10% opino por la gastronomía, el 5% respondió por las actividades deportivas, otro 5% por diversión, mientras que el 2,5 dijo que por otras actividades como el negocio. *(Ver tabla N°9)*

Se concluye que los turistas escogen su destino a visitar por los atractivos naturales que brinda el lugar, ya que la mayoría de personas les gusta pasar en familia visitando los paisajes y la naturaleza.

➤ **¿Cómo evaluaría los atractivos turísticos que conoció en Bahía de Caráquez?**

Con respecto a la pregunta N°10, el 75% de los encuestados opinaron que los atractivos turísticos que conocieron de Bahía de Caráquez son buenos, el 20% afirmaron que son muy buenos y el 5% dijo que son regulares. *(Ver tabla N°10)*

Dado estos resultados se puede concluir que los atractivos turísticos de Bahía de Caráquez son buenos, muchos turistas vienen a este lugar porque les encanta disfrutar del sol y la playa, sin embargo es necesario reactivar y mejorar los demás atractivos turísticos que posee esta ciudad.

➤ **¿Estaría dispuesto a realizar turismo familiar en un tour realizado en Bahía de Caráquez?**

Interpretando la pregunta 11, con un total de 50% de turistas afirmaron que están muy interesados en realizar turismo familiar en un tour realizado en Bahía de Caráquez, el

45% dijo que estaban interesados, mientras que el 5% dijeron que están poco interesados, según la encuesta realizada a los turistas. *(Ver tabla 11)*

Deduciendo que, el diseño de un paquete turístico de turismo familiar en Bahía de Caráquez es viable, ya que los turistas afirmaron que están muy interesados en realizar este tipo de turismo y además con la creación de este producto se contribuye al desarrollo del cantón Sucre.

➤ **¿Escriba el nombre del hotel donde se hospedó la última vez en Bahía de Caráquez?**

Con esta pregunta se puede concluir que todas las encuestas son válidas ya que el 100% de los turistas encuestados respondieron que estuvieron hospedados en unos de los hoteles de Bahía de Caráquez. *(Ver tabla 12)*

2.4 Entrevistas realizada a los propietarios de los establecimientos hoteleros

Objetivo de la entrevista: Analizar el flujo del turismo interno que arribo a los establecimientos hoteleros en la ciudad de Bahía de Caráquez durante el feriado de Noviembre del 2017.

2.4.1 Entrevista al propietario del Hotel Buena Vista Place

A. ¿Cree usted que el turismo en la ciudad de Bahía de Caráquez después del terremoto ha decaído?

Cuando se realizó la entrevista al propietario, este afirmó: Claro que si, después de un desastre natural, en cualquier parte del mundo, por ser un tema sensible, la gente deja de visitar las ciudades por temor que vuelva a pasar otro desastre natural.

B. ¿Hacia que segmento turístico (nacional o extranjero), van dirigidos sus servicios?

El propietario supo manifestar, que en Bahía de Caráquez todo el turismo es nacional, ya que el internacional no representa mucho porque este turismo se va más a las ciudades que tienen diversos atractivos; como Galápagos, Cuenca o Quito.

C. ¿Qué servicios adicionales ofrece? (paseos, traslados por carretera, por avión, etc.)

El propietario manifestó que como hotel ellos saben sugerir las pocas actividades que se realizan en la ciudad, ya que considera que Bahía de Caráquez es un destino solo de sol

y playa y no hay muchas ofertas en cuanto a productos empaquetados. Ellos por ejemplo sugieren que: visiten la Isla Corazón, o que vayan a las diferentes playas, como la de San Vicente o la de esta ciudad.

D. ¿Cuál es el porcentaje en relación a las habitaciones, de turistas internos que se han hospedado en el hotel en el feriado de noviembre del 2017?

El propietario afirmó que el 100% de las habitaciones fueron hospedadas por turistas nacionales.

E. ¿Considera usted importante el flujo de turistas nacionales o internos para su hotel?

Claro que si lo considera importante, porque él afirmó que el turismo interno es la fuente principal de su empresa.

F. ¿Qué cree usted que le falta a la ciudad de Bahía de Caráquez para incentivar el turismo?

Falta fomentar los productos o atractivos turísticos, es decir, cautivar al futuro huésped para que visiten a la ciudad. Si hay características importantes que brinda Bahía de Caráquez, como la seguridad, ya que es un valor agregado que este lugar tiene, además es una ciudad hospitalaria, tiene una geografía espectacular y antes del terremoto fue una de las ciudades más limpias de la costa del Ecuador. Esto si es muy importante, pero si hacen falta puntos o productos de mayor potencia.

2.4.2 Entrevista al propietario del Hotel La Herradura

A. ¿Cree usted que el turismo en la ciudad de Bahía de Caráquez después del terremoto ha decaído?

El propietario afirmó que sí, que el turismo en Bahía de Caráquez decayó al 100%, ya que los turistas no quieren venir por temor a que se repita este fenómeno. Además todos los hoteles no están en buen estado, después de este acontecimiento y ni las autoridades o el municipio dan importancia a este sector, para que los prestadores de servicios turísticos den buenos servicios.

B. ¿Hacia que segmento turístico (nacional o extranjero), van dirigidos sus servicios?

Él indicó que su hotel va dirigido a turistas nacionales e internacional. Aunque el turista extranjero poco visita la ciudad y más aun con los casos de inseguridad que han pasado algunos de ellos.

C. ¿Qué servicios adicionales ofrece? (paseos, traslados por carretera, por avión, etc.)

Anterior al terremoto el aseguró que su hotel brindaba servicios de restauración, como room service, garaje, entre otros. Pero debido al terremoto actualmente solo brinda el servicio de hospedaje.

D. ¿Cuál es el porcentaje en relación a las habitaciones, de turistas internos que se han hospedado en el hotel en el feriado de noviembre del 2017?

El propietario supo manifestar que fue muy poco el turismo en este feriado. Un porcentaje de 20% de habitaciones fueron ocupadas.

E. ¿Considera usted importante el flujo de turistas nacionales o internos para su hotel?

Él indicó que todos los turistas son importantes, porque gracias a ellos se genera la economía en Bahía de Caráquez, brindando servicios y beneficios, tanto a las personas de la ciudad como a los turistas que vienen de otros lugares.

F. ¿Qué cree usted que le falta a la ciudad de Bahía de Caráquez para incentivar el turismo?

El propietario manifestó que la ciudad de Bahía de Caráquez no le hace falta nada, posee características únicas que ningún otro lugar tiene, como por ejemplo; el estuario, las playas, el puente, el faro, además de su historia.

Lo que si haría falta es que las personas de la comunidad y las autoridades se preocupen por incentivar y promover el turismo, mediante programas, anuncios, festividades, entre otras, y que además se reactive y se mejoren los atractivos turísticos que posee.

2.5 Análisis cruzado de la información

En la investigación realizada se utilizaron dos instrumentos de investigación; encuestas y entrevistas, las cuales arrojaron datos en los que la mayoría de turistas que visitan la ciudad de Bahía de Caráquez son internos, aunque en el feriado de Noviembre del 2017 hubo poca afluencia tanto de turistas nacionales como internacionales, pues no todos los hoteles cubrieron su capacidad.

Además, según expresaron los visitantes, los atractivos turísticos que conocieron de Bahía de Caráquez son buenos, sin embargo los propietarios de los establecimientos hoteleros señalaron que esta ciudad no posee una variedad de atractivos y la mayoría no están en buenas condiciones después del terremoto del 2016, razón por la cual ellos ofertan los lugares aledaños, como; San Vicente.

Finalmente, los empresarios supieron manifestar que es necesario promocionar la ciudad, fomentar los atractivos y recursos turísticos y crear productos de mayor potencia. Por lo cual se hace necesario llevar a cabo la propuesta, de crear paquetes turísticos que favorezcan de manera positiva en la economía del Cantón Sucre.

CAPITULO III

3 Propuesta

Plantear un paquete turístico de turismo familiar para impulsar el flujo de turistas en la ciudad de Bahía de Caráquez, Cantón Sucre, provincia de Manabí.

3.1 Antecedentes

Bahía de Caráquez tiene diferentes actividades productivas dentro de las que se encuentran: la producción camaronera que es una generadora de divisas para el país, además sus pobladores se dedican a la agricultura (verde, maíz, sandía, habas, naranja, entre otros productos) ganadería, avicultura, comercio, pesca y turismo. (Aguagüña, 2013)

En la actualidad el turismo en el cantón Sucre ha disminuido significativamente, y sobre todo después del terremoto del 16 abril del 2016, que se localizó en Pedernales, provocando un sinnúmero de pérdidas sociales y económicas, especialmente en el sector turístico, debido a la destrucción de la mayoría de la infraestructura hotelera y de algunos atractivos turísticos, por lo que la actividad turística del cantón ha tenido un retroceso bastante significativo en el sector.

Con la implementación de un paquete turístico de turismo familiar para impulsar el flujo de turistas, las empresas que brindan el servicio turístico en Bahía de Caráquez tendrán la oportunidad de mejorar sus negocios y sus operaciones de manera eficiente, para contribuir al desarrollo de esta ciudad, satisfaciendo de mejor manera las necesidades de los turistas, en especial del turismo interno.

El presente paquete turístico de turismo familiar ayudará a la ciudad y a los servidores turísticos, como hoteles, restaurantes, bares, entre otros, a perfeccionar sus servicios y a promocionar los atractivos turísticos, promoviendo la economía del Cantón Sucre, especialmente en temporadas bajas.

3.2 Objetivos de la propuesta

3.2.1 Objetivo general

Elaborar un paquete turístico de turismo familiar para impulsar el flujo de turistas en la ciudad de Bahía de Caráquez, Cantón Sucre, provincia de Manabí

3.2.2 Objetivos específicos

- Identificar los principales atractivos turísticos del cantón Sucre, que serán incorporados en el paquete turístico familiar.
- Diseñar un paquete turístico familiar que promueva el turismo en la ciudad de Bahía de Caráquez.

3.3 Justificación

El turismo en Bahía de Caráquez es una de las actividades económicas más importantes que ha movido millones de visitantes cada año, pero debido a múltiples factores como; el fenómeno del niño en el 1998, el terremoto del 2016, entre otros, y sumado a las malas administraciones que durante estos años han estado a cargo de esta ciudad, ha disminuido el flujo de turistas.

Razón por la cual la presente propuesta, surgió como un aporte para promover el turismo y contribuir al desarrollo turístico del cantón, por lo que es vital tener esa confianza hacia una cultura turística, agrupando atractivos, infraestructuras, servicios básicos e imagen de este lugar, el mismo que estará dirigido al turismo familiar, tanto del mercado nacional como del internacional.

Para la realización del diseño del producto se tomó en cuenta los gustos y preferencias de los turistas potenciales, así como también la confluencia con la oferta que presenta la zona de estudio, con lo cual se procedió a elaborar los paquetes turísticos tomando en cuenta denominación del paquete, duración, itinerario, dificultad, servicios que incluyen y servicios que no incluyen, precio, observaciones y requerimientos para la visita.

3.4 Importancia

El presente trabajo de investigación se justifica por la importancia de poder ofertar paquetes turísticos en Bahía de Caráquez, para atraer a los turistas o visitantes que desean disfrutar de sus vacaciones, fines de semanas, feriados, días particulares, entre otros, y puedan pasarla en familia, conociendo los recursos o atractivos turísticos, además de poder realizar diferentes actividades.

3.5 Proyección

Situación actual	Situación deseada
El turismo en Bahía de Caráquez ha disminuido, y más aún después del terremoto del pasado 16 de abril, la afluencia turística tanto en temporadas altas ha bajado, por lo que representa una debilidad para que esta ciudad pueda posesionarse en el mercado turístico del cantón.	El diseño de un paquete turístico de turismo familiar será un aporte fundamental para mejorar la afluencia de visitantes tanto en temporadas bajas como en temporadas altas, y reactivar económicamente al cantón Sucre, tomando en cuenta los recursos y atractivos turísticos de la ciudad de Bahía de Caráquez.

3.6 Descripción de la propuesta y su operatividad

A continuación se mencionan algunos detalles pertinentes al diseño del paquete turístico, el cual está elaborado con los siguientes parámetros:

- ✚ NOMBRE DEL PRODUCTO: El paquete turístico debe de llevar un nombre que lo identifique y este debe ser único.
- ✚ DURACIÓN: El tiempo que se estipula que se va a realizar el paquete: las horas, días y noches.
- ✚ CARÁCTER: Especifica el tipo de turismo que se va a realizar: sol y playa, naturaleza, cultura o aventura.
- ✚ MERCADO OBJETIVO: Hacia quien va dirigido.
- ✚ NÚMERO DE PAX: Es el número de personas que incluye en el paquete turístico.
- ✚ DIFICULTAD: (fácil, moderado, difícil)
- ✚ ITINERARIO: “Sistematización de los desplazamientos turísticos, que determina los modelos de uso y consumo del espacio geográfico en función del tipo de desplazamiento, el objeto del mismo y el uso realizado del destino.” (Aigaje & López , 2013). Es decir, se detalla el día, la hora y las actividades que se van a realizar en el paquete turístico.

- ✚ MAPA DEL RECORRIDO: En el mapa se indicará las zonas que se recorrerán durante el paquete turístico.
- ✚ REQUERIMIENTOS PARA LA VISITA: Todo lo que se puede necesitar para realizar la actividad, por ejemplo; ropa cómoda, protector solar, entre otros.
- ✚ LO QUE EL PAQUETE INCLUYE: Es todo aquello que va incluido en el costo del paquete turístico; como puede ser el transporte, la alimentación, entre otros.
- ✚ EL PAQUETE NO INCLUYE: Está relacionado a todo lo que no puede ir incluido en el cobro del paquete turístico; como puede ser comidas extras, adquisición de artesanías, entre otras.
- ✚ NORMAS DE COMPORTAMIENTO: Se refiere a las normas de conducta que deben tener los visitantes, especialmente el respeto a la naturaleza.
- ✚ PROHIBICIONES: Este parámetro hace referencia a todos los objetos que estarán prohibidos llevar durante las actividades.
- ✚ COSTO REFERENCIALES: El precio destinado para cada actividad y todo aquellos que incluye el paquete.

3.7 Involucrados

INVOLUCRADOS	PROPUESTA
<ul style="list-style-type: none"> • Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí, Extensión Bahía de Caráquez. • Los establecimientos hoteleros y restaurantes. • Personas de Bahía de Caráquez (capacitados para realizar las guianzas) • Turistas que arriban hacia Bahía de Caráquez. 	<p>Elaboración un paquete turístico de turismo familiar para impulsar el flujo de turistas en la ciudad de Bahía de Caráquez, Cantón Sucre, provincia de Manabí.</p>

3.8 Principales atractivos turísticos del Cantón Sucre

ATRACTIVO	CATEGORÍA	TIPO	JERARQUIZACIÓN	DESCRIPCIÓN
Mirador turístico la cruz	Manifestaciones Culturales	Manifestaciones técnicas y científicas	II	Cerrado
Casa Americana	Manifestaciones Culturales	Históricas	III	Cerrado
Zoológico Saiananda	Manifestaciones Culturales	Manifestaciones técnicas y científicas	II	Está rodeado de un jardín japonés y una colección de bonsais, también existe un lugar para la oración. El lugar alberga varias especies de aves exóticas, patos, pavos reales, palomas, faisanes, codornices, loros, pericos, guacamayos y gallinas de diferentes países de África, Asia, América y Europa. También se puede observar animales nativos, como venados, perezosos. El atractivo se encuentra en condiciones óptimas para el deleite de los turistas.
Museo arqueológico banco central Bahía.	Manifestaciones Culturales	Históricas	III	Cerrado
Museo y sitio arqueológico Chirije	Manifestaciones Culturales	Históricas	III	Un paraíso escondido a 90 kilómetros al sur de la línea equinoccial, el arqueólogo guayaquileño Emilio Estrada descubrió el sitio en la década de 1950, y nombró una nueva cultura, llamada Chirije. De sus investigaciones se dedujo que fue un antiguo puerto marítimo, de la cultura Bahía.
Zona arqueológica de San Isidro	Manifestaciones Culturales	Históricas	III	Alberga importantes piezas arqueológicas. Aquí se encuentra uno de los centros ceremoniales de las tribus pre-hispánicas más importantes de Mesoamérica

ATRACTIVO	CATEGORÍA	TIPO	JERARQUIZACIÓN	DESCRIPCIÓN
Sitio arqueológico de Japotó	Manifestaciones Culturales	Históricas	III	Ciudad Arqueológica, Japotó la zona en donde se encuentran tolas, cubren un área de 29 hectáreas que han sido investigadas y cuyo proceso científico continúa.
Isla Corazón Fragata	Sitios Naturales	Costas o Litorales	II	En este lugar el principal atrayente es la variedad de aves, aquí el turista puede disfrutar de sus aguas tranquilas y cristalinas, que hacen que el viajero se sienta con la confianza de disfrutar sin ningún riesgo, en el lugar se puede recolectar almejas, cangrejos, en este sitio se realiza la pesca artesanal ya sea mediante atarraya o trasmallo.
Playa de Chirije	Sitios Naturales	Costas o Litorales	II	Esta playa está al frente del sitio arqueológico de Chirije. Es muy hermosa y sus aguas son tranquilas.
Playa San Clemente	Sitios Naturales	Costas o Litorales	II	Es una hermosa playa que está beneficiada con una mezcla diversa de atracciones y actividades. La belleza natural del trópico costanero y la abundancia de vida marina, son los elementos que dan realce a este encantador pueblo de pescadores.
Playa Pajonal	Sitios Naturales	Costas o Litorales	I	Se caracteriza principalmente por ser una playa tranquila ideal para el descanso así como también por su magnífico paisaje. La arena de esta playa es de color gris, semigruesa, con manchas verdes debido a las algas, el atractivo se encuentra en condiciones favorables para el deleite de los turistas.
Playa de San Jacinto	Sitios Naturales	Costas o Litorales	II	La playa de San Jacinto es uno de los sitios más visitados por los lugareños y turistas, quienes gustan de sus aguas tranquilas, propicias para la natación y paseos en lancha
Sendero Ecológico San Jacinto		Costas o Litorales		Es un hermoso sendero, el trayecto dura 30 minutos en una totalidad de 118 metros de sendero; la subida es de madera, hay una torre de dos pisos donde se hace el avistamiento de aves.

ATRACTIVO	CATEGORÍA	TIPO	JERARQUIZACIÓN	DESCRIPCIÓN
Sector Lugares Históricos de Bahía Caráquez	Manifestaciones Culturales	Históricas	III	Este atractivo que está conformado por algunas viviendas históricas que se destacan en esta ciudad. Estas casas que aún siguen en pie son parte de la historia de este pueblo, a través de cada rincón, cada madero, cada pared hay historias que contar, como por ejemplo la Casa Velázquez.
Iglesia de LA Merced	Manifestaciones Culturales	Históricas	III	El Templo fue construido con material selecto, importado de los Estados Unidos, se compone de tres naves con ábside semiabierta, el piso de mosaico el cual es finamente laborado, tiene un estilo historicista ya que usan formas, elementos y detalles de arquitectura de épocas pasadas, arcos ojivales y góticos.
Playa La Gorda, la Mesita, La Gringa, Bejuco, Playa Bellavista	Sitios Naturales	Costas o Litorales	II	Son balnearios paradisíacos y extraordinarios. Se pueden apreciar aves, entre las más comunes: pelicanos, piqueros, gaviotas, fragatas, cangrejos entre otros, dentro de este bello horizonte podemos encontrar algas y en las colinas se encontraran varios tipos de árboles.
Playa Bahía De Caráquez	Sitio Natural	Costas o Litorales	II	Se observan dos zonas claramente definidas: la playa estuarina, en la parte frontal, donde se aprecia la ciudad de San Vicente con todo el sistema orográfico, además se aprecia la parte externa del estuario donde se encuentra el muelle fluvial, y la playa hacia el océano, conocida popularmente como "La Ciudadela" donde el paisaje es más urbano. Cuando hay pleamar el oleaje marino choca con el muro del malecón.
Estuario del Río Chone	Sitio Natural	Costas o Litorales	II	Los manglares de este estuario corresponden a dos tipos estructurales: bosque de borde o islote y bosque ribereños. El estuario se forma principalmente por los Ríos Chone y Carrizal.

ATRACTIVO	CATEGORÍA	TIPO	JERARQUIZACIÓN	DESCRIPCIÓN
Reserva ecológica Cerro seco	Sitio Natural	Bosques	II	Es un escenario natural que demuestra la adaptabilidad de la flora típica tanto para la época seca, el visitante tiene una vista panorámica de cerros contiguos; apreciar la bahía y parte del estuario del río Chone.
Casacada 9 de Octubre	Sitios Naturales	Ríos	II	Este lugar es un punto exótico de la parroquia San Isidro, en esta pequeña cascada se disfruta de un entorno acogedor, está ubicada en la vía nueve de octubre, adentrándose en los terrenos de una familia campesina de la zona.
Mirador de Bellavista	Sitios Naturales	Montañas	II	El mirador se encuentra ubicado en la parroquia de Bahía de Caráquez cuenta con una variedad de flora entre ellas especies de ceibo tales como: palo santo, árbol coca, guayacán entre otros.
El faro	Manifestaciones Culturales	Histórica		Un ícono que representa parte de la historia local y que “observa” desde su ubicación el paso del tiempo de la urbe y de sus habitantes.
Puente “ Los Caras”	Obra Gubernamental	Manifestacion es técnicas y científicas		Considerado el más grande del país y une a San Vicente con Bahía de Caráquez, tiene 1980 metros de longitud.

Cuadro 3: Principales atractivos turísticos del Cantón Sucre

Elaborado por: Alexandra Reyes

3.9 Diseño del Producto Turístico

NOMBRE DEL PRODUCTO: Ruta Turística “Los Caras”

PAQUETE TURÍSTICO

ITINERARIO 1

DURACIÓN: 3 días y 2 noches

CARÁCTER: Aventura, Sol y Playa, Natural y Cultural

MERCADO OBJETIVO: Familias

NÚMERO DE PAX: 1-2-3-10-16

DIFICULTAD: Fácil

Día 1:

- **7:15 am** - Arribo a la ciudad de Manta
- **7:35am - 9:00 am** - Llegada a Bahía de Caráquez
- **9:30 am** - Check in (establecimientos hoteleros de Bahía de Caráquez)
- **9:45 am** - Desayuno
- **10:15 - 10:30 am** - Descanso
- **10:30 am** – Salida del Hotel hacia la comunidad de Puerto Portovelo
- **11:15 am** - Arribo a la guardianía comunitaria del área protegida en Portovelo
- **11:30 am** - Ingreso a la Isla Corazón y Fragatas; recorridos en canoas por el interior de las islas con la ayuda de los servicios turísticos del guía.
- **1:00 pm** - Arribo a la guardianía comunitaria de Portovelo y almuerzo.
- **3:00 pm** - Arribo a Bahía de Caráquez
- **3:30 pm** – Disfrutar de la playa Bahía De Caráquez (animación hotelera para los niños y adultos en la playa)
- **4:30 pm** – Refrigerio
- **7:00 pm** – Cena
- **9:00 pm** - City by night por la ciudad y puente “Los Caras”

Día 2:

- **8:30 am** – Desayuno
- **9:30 am** – Arribo al zoológico Saiananda

- **10:30 am** - Arribo hacia los lugares históricos de Bahía Caráquez, incluida la Iglesia de la Merced y el faro (el guía relatará la reseña histórica de la ciudad de Bahía de Caráquez). – “Lo que hoy es Bahía de Caráquez fue asentamiento de la tribu Caras. Los indígenas, posiblemente, llegaron de Centroamérica, navegando en grandes balsas entre los años 700 y 800 después de Cristo. El jefe era Carán, llamado el 'Shyri', que significa 'El Señor de todos'", razón por la cual se conoce a Bahía de Caráquez como Puerta y Cuna de la Nacionalidad Ecuatoriana.” (Silva, 2013)
- **1:00 pm** – Almuerzo en uno de los restaurantes de Bahía de Caráquez
- **2:00 pm** – Tiempo libre
- **6:00 pm** - Viaje sobre la arena arribando a Chirije, una playa exclusiva donde se encuentra un Eco-lodge, con cabañas románticamente rústicas en medio de un asentamiento precolombino que hace milenios fue un puerto marítimo del intercambio del Spondylus.
- Cena y noche de descanso en Chirije.

Día 3:

- **7:30 am** – Desayuno
- **8:30 am** – Tour Arqueológico por Chirije.
- **9:45 am** – Explorar el bosque y sitio arqueológico de Chirije.
- **12:30 pm** – Almuerzo
- **1:30 pm** – Disfrutar de la playa o descansar en las hamacas en área específica del Eco-Lodge.
- **2:30 pm** – Salida al Sendero Ecológico San Jacinto.
- **5:00 pm** - Traslado a la ciudad de Manta. Fin de Servicios.

Observaciones

- Dependiendo de la marea del océano, los itinerarios y actividades podrían variar, pero todas las actividades programadas serán completadas.

MAPA DEL RECORRIDO



Gráfico 1: Mapa del primer itinerario
Elaborado por: Alexandra Reyes

REQUERIMIENTOS PARA LA VISITA	EL PAQUETE INCLUYE	EL PAQUETE NO INCLUYE
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Ropa cómoda ✓ Repelente de insectos ✓ Protector solar ✓ Ropa de baño ✓ Cámara fotográfica ✓ Documentos personales 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 3 días de Servicio Privado de Transporte ✓ Transporte fluvial a la Isla Corazón ✓ Alimentación completa más 1 día refrigerios ✓ Hospedaje ✓ Caminata al Sendero Ecológico San Jacinto ✓ Entradas a Isla Corazón 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Comidas extras ✓ Boleto aéreos Quito-Manta-Quito ✓ Guías en francés, inglés o alemán. Adicional en Tarifa de 40 USD/diario por grupo.
NORMAS DE COMPORTAMIENTO		PROHIBICIONES
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Respetar a la naturaleza ✓ No botar basura ni llevarse elementos de los sitios como plantas, piezas arqueológicas y animales. ✓ Seguir las instrucciones y recomendaciones del Guía. 		<ul style="list-style-type: none"> ✓ Armas y bebidas alcohólicas.

Cuadro 4 Requerimientos, lo que el paquete incluye/no incluye en el primer itinerario, normas de seguridad y prohibiciones
Elaborado por: Alexandra Reyes Mero

COSTOS REFERENCIALES

	Número de PAX					
	1	2	3	4	10	16
3 Dias, 2 Noches						
	\$490	\$392	\$343	\$294	\$245	\$200

Niños de 6 a 16 años - mitad de precio; Niños de 5 años de edad o menos - gratis.

ITINERARIO 2

DURACIÓN: 1 día

CARÁCTER: Aventura, Sol y Playa, Natural y Cultural

MERCADO OBJETIVO: Familias

NÚMERO DE PAX: 1-2-3-10-16

DIFICULTAD: Fácil

Día 1:

- **8:00 am** – Concentración en la pista de patinaje de Bahía de Caráquez
- **8:30 am** - Bienvenida por parte del guía
- **9:00 am** – Recorrido hacia los lugares históricos de Bahía Caráquez, la Iglesia La Merced y el faro (El guía relatará los hechos históricos de la ciudad)
- **12:00 pm** - Almuerzo
- **1:00 pm** – Animación hotelera en la playa de Bahía de Caráquez o pista de patinaje. (Para niños y adultos)
- **3:00 pm:** Arribo a la Cascada 9 de Octubre en San Isidro (Una de las parroquias rurales de Bahía de Caráquez con gran potencial para el turismo con áreas de bosque pre-montano húmedo, arqueologías y cultura)
- **4:00 pm** – Refrigerio
- **6:00 pm** – Arribo a Bahía de Caráquez

MAPA DEL RECORRIDO

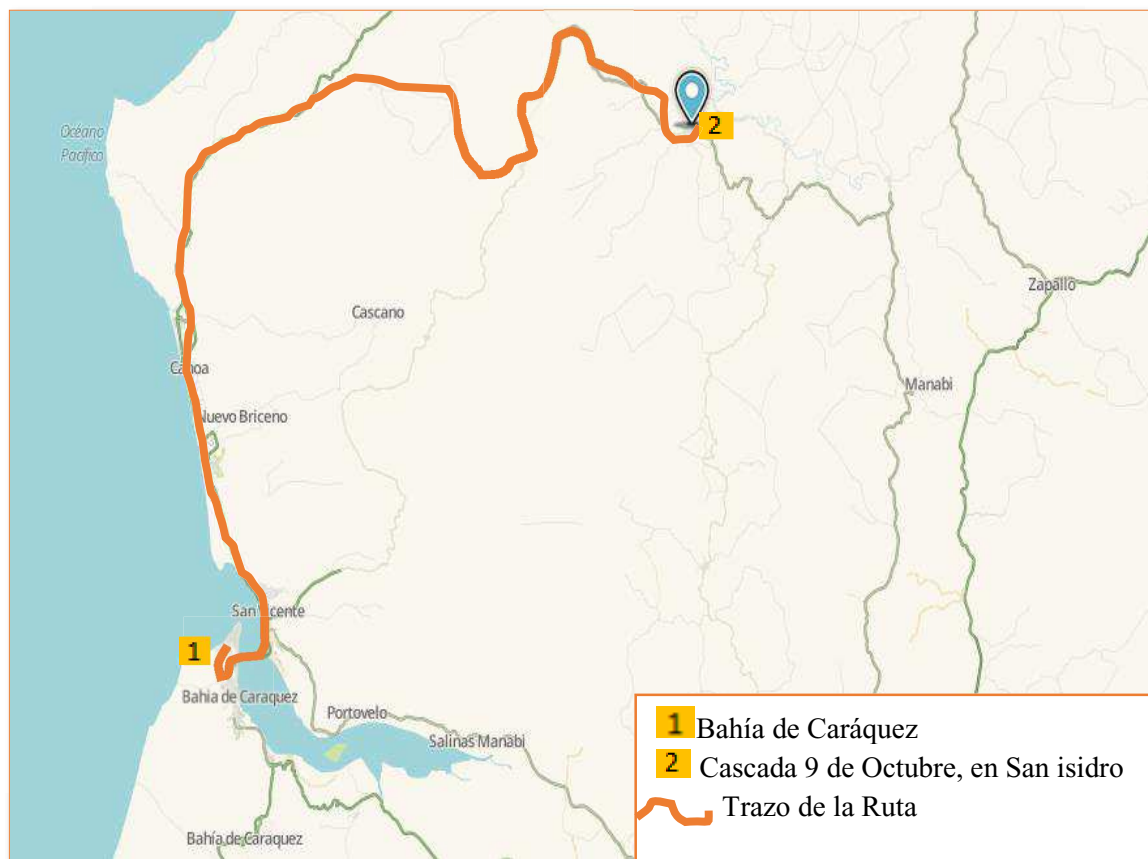


Gráfico 2: Mapa del segundo itinerario
Elaborado por: Alexandra Reyes

REQUERIMIENTOS PARA LA VISITA	EL PAQUETE INCLUYE	EL PAQUETE NO INCLUYE
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Ropa cómoda ✓ Protector solar ✓ Ropa de baño ✓ Cámara fotográfica 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Transporte privado ✓ Refrigerio 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Comidas extras ✓ Guías en francés, inglés o alemán. Adicional en Tarifa de 40 USD/diario por grupo.
NORMAS DE COMPORTAMIENTO		PROHIBICIONES
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Respetar a la naturaleza ✓ No botar basura ni llevarse elementos de los sitios como plantas y animales. ✓ Seguir las instrucciones y recomendaciones del Guía. 		<ul style="list-style-type: none"> ✓ Armas y bebidas alcohólicas.

Cuadro 5: Requerimientos, lo que el paquete incluye/no incluye en segundo itinerario, normas de seguridad y prohibiciones
Elaborado por: Alexandra Reyes Mero

COSTOS REFERENCIALES

1 Día	Número de PAX					
	1	2	3	4	10	16
Precio Neto/Persona	\$150	\$120	\$105	\$90	\$75	\$70

Niños de 6 a 16 años - mitad de precio; Niños de 5 años de edad o menos - gratis.

CONCLUSIONES

Según la investigación se concluye que:

- En Bahía de Caráquez el flujo de turistas internos o nacionales es superior a los turistas extranjeros. Según afirmó uno de los propietarios de los establecimientos hoteleros, el visitante interno es la fuente principal de la economía en el turismo de la ciudad.
- El turismo en Bahía de Caráquez ha decaído de manera considerable, debido al terremoto del 16 de abril y a la mala administración de las autoridades actuales. La mayoría de la infraestructura hotelera ha colapsado y las que aún permanecen no se encuentran al cien por ciento operativas, ya que no hay fuentes de financiamiento para que puedan cubrir los daños provocados por este acontecimiento.
- Una parte de los atractivos turísticos de Bahía de Caráquez no se encuentran en perfectas condiciones, razón por la cual no están disponibles, como por ejemplo; la casa americana, el museo, el mirador turístico la cruz, entre otros. Y desde la época del último terremoto hasta la actualidad, ni las autoridades se han preocupado por repararlos.
- Se aplicaron 40 encuestas en Bahía de Caráquez, lo cual permitió determinar que la mayoría de los encuestados están dispuestos a realizar turismo familiar mediante tours en esta ciudad, por lo cual la creación de productos turísticos de este tipo, permitirá promocionar a Bahía de Caráquez también como destino familiar.

RECOMENDACIONES

- Es necesario que las autoridades competentes se preocupen en la reactivación de este sector, para lo cual deben trabajar en conjunto con los servidores turísticos, motivando y ofreciendo fuentes de financiamiento para que los empresarios puedan emprender sus negocios o empresas.
- Se recomienda realizar promoción turística de la ciudad, en especial de sus atractivos existentes, para que así los turistas conozcan a Bahía de Caráquez no solo como ciudad de descanso, sino también como destino para recrearse con amigos y familiares.
- Los atractivos turísticos son el eje principal de la actividad turística en cualquier lugar, por lo cual se necesita la adecuación de los atractivos que no se encuentran disponibles en Bahía de Caráquez, a consecuencia del último terremoto, para que la ciudad tenga más oferta y pueda posicionarse nuevamente como un destino turístico potencial.
- Se recomienda la creación de productos turísticos, que fomenten el turismo familiar, lo cual permitirá dinamizar y reactivar la economía de la ciudad, atrayendo al visitante nacional o extranjero, especialmente en temporadas bajas.

BIBLIOGRAFÍA

- Acerenza, M. Á. (1990). *Agencias de Viajes, Organización y Operación*. S/a.
- Aguagüiña, M. B. (2013). *Análisis de los impactos ambientales producidos por la infraestructura turística de la Reserva Biológica Cerro Ceco, Bahía de Caraquez, cantón Sucre, provincia de Manabí*. Ecuador.
- Aigaje, I. P., & López, L. K. (2013). *Diseño de un circuito turístico para contribuir al desarrollo del turismo gerontológico en la ciudad de milagro y naranjito de la provincia del guayas*. Milagro. Ecuador .
- Arévalo, I. L. (2015). *Diseño de productos turísticos para el corredor turístico sostenible paraíso subtropical de la provincia de Chimborazo*. Ecuador.
- Ballester, C. d., Prada, M. S., Gray, A., Marcé, P., & Nieto, E. (2014). *Temas de turismo*. Madrid.
- Basurto, M. E., & Bravo, M. M. (2015). *Diseño de un producto turístico para el aprovechamiento del potencial de los recursos naturales y culturales en el humedal la Segua, cantón Chone y Tosagua*. Ecuador. Obtenido de <http://repositorio.esпам.edu.ec/bitstream/42000/146/1/Maria%20Basurto%20-%20Maria%20Bravo.pdf>
- Borbor, M. C. (2017). *Gestión turística del patrimonio cultural y su influencia en el desarrollo del turismo cultural de la cabecera parroquial rural de Colonche, Provincia de Santa Elena, año 2016*. La Libertad - Ecuador.
- Bravo, M. M., & Zambrano, J. R. (2017). *Producto turístico basado en el potencial agro productivo de la provincia de Manabí*. Ecuador.
- Buñay, C. J. (2014). *Diseño de productos turísticos en la parroquia Matus, cantón Penipe, provincia de Chimborazo. Propuesta alternativa*. Ecuador.
- Caguana, K. M., & Janeta, J. M. (2016). *Análisis e impacto del turismo en el crecimiento económico, período 2000 - 2004*. Ecuador.
- Capa, J. A., & Duarte, A. K. (2013). *Diseño de un circuito turístico para la parroquia Julio Andrade, cantón Tulcán, provincia del Carchi*. Ecuador.

- Casanueva, C., & Gallego, M. Á. (2017). *Empresas y organizaciones turísticas* (3° ed.). Madrid: Ediciones Pirámide.
- Chan, N. (2011). *Circuitos turísticos. Programación y cotización* (4° ed.). Argentina: Ediciones Turísticas de Mario Banchik.
- Congo, C. E. (2016). *Análisis del comportamiento turístico de las parejas con hijos del cantón Quevedo, año 2016*. Los Ríos. Ecuador.
- Cordente, M., Mondéjar, J. A., & Esteban, Á. (2015). Emergencia de identidades turísticas para el rejuvenecimiento de destinos consolidados y la aparición de nuevos destinos. En E. Aguiló, & S. Clavé, *20 Retos para el turismo en España* (pág. 900). España: Difusora Larousse - Ediciones Pirámide.
- Coronel, M. F. (2011). *Sistematización y análisis de estimaciones y estadísticas del turismo interno en el Ecuador: 2008-2009*. Ecuador.
- Ecuavisa. (26 de Septiembre de 2017). *Ecuador Turístico: cifras y datos que debes saber*. Obtenido de <http://www.ecuavisa.com/articulo/noticias/actualidad/323596-ecuador-turistico-cifras-datos-que-debes-saber>
- GAD de Sucre. (2016). *Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Sucre*. Recuperado el 13 de Noviembre de 2017, de <http://www.sucre.gob.ec/12-turismo>
- García, A. (2012). *Algunas consideraciones sobre la actividad turística. Conceptos y definiciones de turismo*. Obtenido de http://sedici.unlp.edu.ar/bitstream/handle/10915/27078/Documento_completo.pdf?sequence=1
- García, M. F. (2013). *Creación de un parque temático petrolero en la cabecera parroquial Ancón, de la jurisdicción de la Parroquia San José de Ancón, del cantón Santa Elena, Provincia de Santa Elena, año 2013*. Ecuador.
- González, P. M. (2016). *Diseño de productos y servicios turísticos locales*. UF0083. Logroño (La Rioja): TUTOR FORMACIÓN.

- Guerrero, P. E., & Ramos, J. R. (2014). *Introducción al turismo* (1° ed.). México: Grupo Editorial Patria, S.A. de C.V.
- Humala, T. M. (2017). *Productos turísticos para diversificar la oferta del turismo en el cantón Chunchi provincia de Chimborazo*. Ecuador.
- Illescas, L. A. (2015). *Recursos turísticos*. Ecuador: Ediciones utmach.
- Illescas, T. E. (2017). *La actividad turística y el crecimiento económico del Ecuador*". Ambato. Ecuador.
- Intriago, J. T., & Bravo, M. A. (2015). *Diseño de un producto turístico de sol y playa que contribuya al desarrollo del cantón San Vicente*. Ecuador. Obtenido de <http://repositorio.espam.edu.ec/bitstream/42000/147/1/Mirna%20Bravo%20-%20Jenffer%20Intriago.pdf>
- Jaume, C. (2013). *Estrategias y herramientas de outbound marketing*. México.
- Jiménez, L. H., & Jiménez, W. G. (2013). *Turismo. tendencias globales y planificación estratégica* (1° ed.). Bogotá: Ecoe Ediciones.
- Loja, S. N. (2017). *El turismo desde los emprendimientos sociales y su incidencia en la economía ecuatoriana*. Guayaquil. Ecuador.
- Maldonado, F., & Proaño, G. (2015). *Con el turismo ganamos todos*. *ekosnegocios.com*.
- Mendoza, M. C. (2008). *Estudio de factibilidad para la creación de una operadora Turística, ubicada en la ciudad de Portoviejo para promover las playas de la provincia de Manabí*. <http://repositorio.espe.edu.ec/handle/21000/1855>. Obtenido de <http://repositorio.espe.edu.ec/handle/21000/1855>
- Millet, O. F. (2010). *La imagen de un destino turístico como herramienta de marketing*.
- Ministerio de Turismo. (18 de Febrero de 2016). *Reglamento de Alojamiento Turístico*. Obtenido de <http://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2016/06/REGLAMENTO-DE-ALOJAMIENTO-TURISTICO.pdf>
- Ministerio de Turismo. (2016). *Rendición de cuentas 2016*. Ecuador.

- Ministerio de Turismo del Ecuador. (2014). *Documento Proyecto "ECUADOR POTENCIA TURÍSTICA"*. Ecuador.
- MINTUR. (2007). *Plan estratégico de desarrollo de turismo sostenible para Ecuador "PLANDETUR 2020"*. Ecuador.
- MINTUR. (2017). *Guía metodológica para la jerarquización de atractivos y generación de espacios turísticos del Ecuador*. Ecuador.
- Monchón, F. M. (2008). *Economía y turismo*. Madrid: MCGRAW-HILL.
- Monge, J. G. (2014). *Los atractivos turísticos y su incidencia en el desarrollo turístico de la Parroquia la matriz del cantón patate, provincia de Tungurahua*. Ecuador.
- Nicola, M. G. (2012). *Creación de dos circuitos turísticos sustentables para el desarrollo, promoción y fortalecimiento de la actividad turística en la provincia de los ríos*. Guayaquil. Ecuador.
- Nuevos perfiles de turista: ¿Estamos preparados para satisfacerles? (2014). *Hosteltur*, 44.
- OMG., O. M. (2017). *Entender el turismo: Glosario Básico*. Recuperado el 13 de Noviembre de 2017, de <http://media.unwto.org/es/content/entender-el-turismo-glosario-basico>
- Organizacion Mundial de Turismo. (2009). *Concepts, definitions and classifications of Tourism Statistics*. Madrid.
- Organización Mundial de Turismo. (2017). *Entender el turismo: Glosario básico*. Obtenido de <http://media.unwto.org/es/content/entender-el-turismo-glosario-basico>
- Págalo, Á. R. (2013). *Diseño de productos turísticos para la parroquia Calpi, cantón Riobamba, provincia de Chimborazo*. Riobamba. Ecuador.
- Pérez , Y., Vázquez, L., & Álvarez , V. (2012). *Procedimiento para realizar estudios de mercados emisores reales y potenciales para el producto turístico de Las Tunas*. Las Tunas.

- Pozo, S. R. (2016). *Diseño del producto pesca vivencial como actividad turística en el recinto la Rinconada, parroquia Manglaralto, provincia de Santa Elena, periodo 2016*. La Libertad. Ecuador .
- Quintana, J. V. (2016). *Propuesta de diseño de un producto turístico fluvial para el río Quiñonez en el cantón Flavio Alfaro en la provincia de Manabí*. Guayaquil. Ecuador.
- Rivera, L., & Quimí, B. (2015). *Creación de un parque temático recreativo turístico – cultural, Cantón Santa Elena, Provincia Santa Elena, año 2015*. La Libertad-Ecuador.
- Rivera , M. M., & Rodríguez, L. G. (2012). *Turismo responsable, sostenibilidad y desarrollo local comunitario*. España.
- Robalino, G. A. (2012). *Promoción Turística del balneario de Banchal parroquia Cascol cantón Pajan provincia de Manabí*. Obtenido de <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/1401/1/TESIS%20PROMOCION%20TURISTICA%20DEL%20BALNEARIO%20DE%20BANCHAL>. Obtenido de <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/1401/1/TESIS%20PROMOCION%20TURISTICA%20DEL%20BALNEARIO%20DE%20BANCHAL>
- Romero, M. J. (2013). *Productos, servicios y destinos turísticos*. Málaga: IC Editorial.
- Ruano, C. P. (2012). *Promoción y comercialización de productos y servicios turísticos locales*. Málaga: IC editorial.
- Ruano, C. P., & Sánchez, M. C.-S. (2012). *Diseño de productos y servicios turísticos locales*. Málaga: IC editorial.
- SERNATUR. (2015). *Manual paso a paso para el diseño de productos integrados*. Chile.
- Silva, M. E. (2013). *Los atractivos culturales en el desarrollo turístico del cantón Sucre en el periodo 2012-2013*. Quito. Ecuador.
- Suárez, F. D. (2015). *Diseño de un producto turístico tipo ciclopaseo para la comuna San Vicente del cantón santa Elena, año 2015*. Ecuador.
- Tapia, G. (2013). *Turismo sostenible. Introducción y marco financiero*.

- Tau Lee, P., & Dalhouse, N. (2012). Enciclopedia de salud y seguridad en el trabajo. *Hoteles y restaurantes.*
- Vega, C. E. (2012). *Propuesta para la implementación de una ruta turística cultural a lo largo de la vía Bahía de Caráquez-Pedernales en la Zona Norte de la Provincia de Manabí.* Ecuador.
- Vera, J. A. (2015). *Análisis de factibilidad de una operadora de turismo para fomentar el desarrollo del turismo interno y sostenible en Bahía de Caráquez, provincia de Manabí 2015.* Ecuador.

ANEXOS

Anexo 1: TABLAS ESTADÍSTICAS

Tabla 1: Sexo

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Masculino	20	50%
Femenino	20	50%
TOTAL	40	100%

Fuente: Encuesta realizada a los clientes interno de los Hoteles de Bahía de Caráquez
Elaborado por: Alexandra Reyes Mero

Tabla 2: Edad

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
0 -18	0	00%
19 – 30	18	45%
31 – 45	20	50%
46 -60	02	5%
61 – mas	00	00%
TOTAL	40	100%

Fuente: Encuesta realizada a los clientes interno de los Hoteles de Bahía de Caráquez
Elaborado por: Alexandra Reyes Mero

Tabla 3: ¿Cuál es el lugar de su procedencia?

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Turista interno	34	85%
Turista internacional	06	15%
TOTAL	40	100%

Fuente: Encuesta realizada a los clientes interno de los Hoteles de Bahía de Caráquez
Elaborado por: Alexandra Reyes Mero

Tabla 4: ¿Con quién viajó usted?

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Solo	04	10%
En pareja	12	30%
Con amigos	08	20%
Con familiares	14	35%
Con compañeros de trabajo	02	5%
Otros	00	0%
TOTAL	40	100%

Fuente: Encuesta realizada a los clientes interno de los Hoteles de Bahía de Caráquez
Elaborado por: Alexandra Reyes Mero

Tabla 5: ¿Con qué frecuencia ha visitado Bahía de Caráquez?

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Vacaciones	14	35%
Feriado	09	22,5%
Fin de semana	14	35%
Otros (Mochilero, Días particulares)	03	7,5%
TOTAL	40	100%

Fuente: Encuesta realizada a los clientes interno de los Hoteles de Bahía de Caráquez
Elaborado por: Alexandra Reyes Mero

Tabla 6: Los establecimientos hoteleros de Bahía de Caráquez le parecen:

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Muy bueno	18	45%
Bueno	19	47,5%
Regulares	02	5%
Deficientes	01	2,5%
Desconozco	00	0%
TOTAL	40	100%

Fuente: Encuesta realizada a los clientes interno de los Hoteles de Bahía de Caráquez

Elaborado por: Alexandra Reyes Mero

Tabla 7: La comida que se oferta en los restaurantes de Bahía de Caráquez le parece:

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Muy bueno	20	50%
Bueno	19	47,5%
Regulares	01	2,5%
Deficientes	00	0%
TOTAL	40	100%

Fuente: Encuesta realizada a los clientes interno de los Hoteles de Bahía de Caráquez

Elaborado por: Alexandra Reyes Mero

Tabla 8: ¿Cuál es la duración prevista de su visita en Bahía de Caráquez?

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1 – 2 días	13	32,5%
3 – 5 días	22	55%
Más de una semana	05	12,5%
TOTAL	40	100%

Fuente: Encuesta realizada a los clientes interno de los Hoteles de Bahía de Caráquez

Elaborado por: Alexandra Reyes Mero

Tabla 9: De las opciones que le relacionamos a continuación cuál considera más importante para elegir el o los destinos turísticos a visitar

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Por los atractivos naturales/paisajes	18	45%
Por los atractivos culturales	04	10%
Por la gastronomía	04	10%
Por las actividades deportivas	02	5%
Por la paz/tranquilidad/descanso	09	22,5%
Por diversión	02	5%
Por seguridad	00	0%
Otros (Negocio)	01	2,5%
TOTAL	40	100%

Fuente: Encuesta realizada a los clientes interno de los Hoteles de Bahía de Caráquez

Elaborado por: Alexandra Reyes Mero

Tabla 10: ¿Cómo evaluaría los atractivos turísticos que conoció en Bahía de Caráquez?

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Muy bueno	08	20%
Bueno	30	75%
Regulares	02	5%
Deficientes	00	0%
TOTAL	40	100%

Fuente: Encuesta realizada a los clientes interno de los Hoteles de Bahía de Caráquez

Elaborado por: Alexandra Reyes Mero

Tabla 11: ¿Estaría dispuesto a realizar turismo familiar en un tour realizado en Bahía de Caráquez?

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Muy interesado	20	50%
Interesado	18	45%
Poco interesado	02	5%
Nada interesado	00	0%
TOTAL	40	100%

Fuente: Encuesta realizada a los clientes interno de los Hoteles de Bahía de Caráquez

Elaborado por: Alexandra Reyes Mero

Tabla 12: ¿Escriba el nombre del hotel donde se hospedó la última vez en Bahía de Caráquez?

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
No me he hospedado	00	00%
Si me he hospedado	40	100%
TOTAL	40	100%

Fuente: Encuesta realizada a los clientes interno de los Hoteles de Bahía de Caráquez

Elaborado por: Alexandra Reyes Mero

Anexo 2: ENCUESTAS



UNIVERSIDAD LAICA ELOY ALFARO DE MANABÍ EXTENSIÓN BAHÍA DE CARÁQUEZ

Ingeniería en Administración de Empresas Hoteleras

Encuesta aplicada a los **clientes externos** de los Hoteles de Bahía de Caráquez, **40 del total de la muestra.**

Objetivo: Analizar la afluencia del turismo interno en los hoteles de Bahía de Caráquez y las preferencias de los turistas en cuanto al tipo de turismo.

Sexo

Masculino () Femenino ()

Edad

0 – 18 () m19 – 30 () 31 – 45 () 46 – 60 () 61 – mas ()

1. ¿Cuál es el lugar de su procedencia?

Turista interno () Turista internacional ()

2. ¿Con quién viaja usted?

Solo () En pareja () Con amigos () Con familiares ()

Con compañeros de trabajo () Otros _____

3. ¿Con qué frecuencia ha visitado Bahía de Caráquez?

Vacaciones () Feriados () Fin de semanas () Otros

4. Los establecimientos hoteleros de Bahía de Caráquez le parecen:

Muy buenos () Buenos () Regulares () Deficientes () Desconozco ()

5. La comida que se oferta en los restaurantes de Bahía de Caráquez le parece:

Muy buena () Buena () Regular () Deficiente ()

6. ¿Cuál es la duración prevista de su visita en Bahía de Caráquez?

1 – 2 días () 3 – 5 días () Más de 1 semana ()

7. De las opciones que le relacionamos a continuación cuál considera más importante para elegir el o los destinos turísticos a visitar

Por los atractivos naturales/ paisajes () Por los atractivos culturales ()

Por la gastronomía () Por las actividades deportivas ()

Por la paz/tranquilidad/descanso () Por diversión () Por seguridad ()

Otros _____

8. ¿Cómo evaluaría los atractivos turísticos que conoció en Bahía de Caráquez?

Muy buenos () Buenos () Regulares () Deficientes ()

9. ¿Estaría dispuesto a realizar turismo familiar en un tour realizado en Bahía de Caráquez?

Muy interesado () Interesado () Poco interesado () Nada interesado ()

10. ¿Escriba el nombre del hotel donde se hospedó la última vez en Bahía de Caráquez?

No me he hospedado ()

Anexo 3: ENTREVISTAS

UNIVERSIDAD LAICA ELOY ALFARO DE MANABÍ

EXTENSIÓN BAHÍA DE CARÁQUEZ

Ingeniería en Administración de Empresas Hoteleras

Entrevista aplicada a los **propietarios** de los Hoteles de Bahía de Caráquez, **2 del total** de la muestra

- A. ¿Cree usted que el turismo en la ciudad de Bahía de Caráquez después del terremoto ha decaído?**

- B. ¿Hacia que segmento turístico (nacional o extranjero), van dirigidos sus servicios?**

- C. ¿Qué servicios adicionales ofrece? (paseos, traslados por carretera, por avión, etc.)**

- D. ¿Cuál es el porcentaje en relación a las habitaciones, de turistas internos que se han hospedado en el hotel en el feriado de noviembre del 2017?**

- E. ¿Considera usted importante el flujo de turistas nacionales o internos para su hotel?**

- F. ¿Qué cree usted que le falta a la ciudad de Bahía de Caráquez para incentivar el turismo?**

Anexo 4: FOTOS



Foto 1: Entrevista al propietario del Hotel Buenavista Place



Foto 2: Entrevista al propietario del Hotel la