

UNIVERSIDAD LAICA “ELOY ALFARO” DE MANABÍ



FACULTAD DE HOTELERÍA Y TURISMO

TESIS DE GRADO



PREVIA A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN DE
EMPRESAS TURÍSTICAS Y HOTELERAS.

TEMA:

ESTUDIO DE LA OFERTA DE PAQUETES TURÍSTICOS FAMILIAR EN EL
CANTÓN EL CARMEN, COMO ALTERNATIVA DE DESARROLLO SOCIO
ECONÓMICO SOSTENIBLE.

ELABORADO POR:

SILVIA PATRICIA ANDRADE GILCES

KETTY ALEXI ZAMBRANO MENDOZA

DIRECTORA:

ING. ESTEFANÍA BASURTO

MANTA- MANABÍ – ECUADOR

2014

ÍNDICE

	Pág.
CERTIFICADO DE AUTORÍA	IV
APROBACIÓN DEL DIRECTOR DE TESIS	V
DEDICATORIA	VI
AGRADECIMIENTO	VII
DEDICATORIA	VIII
AGRADECMIENTO	IX
RESUMEN	X
INTRODUCCION	1-2
CAPÍTULO I	3
1. EL PROBLEMA	3
1.1. TEMA.	3
1.2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.	3
1.2.1. CONTEXTUALIZACIÓN	3-8
1.2.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.	9
1.2.3. DELIMITACIÓN DEL OBJETO DE INVESTIGACIÓN.	9
1.3. OBJETIVOS.	10
1.3.1. GENERAL.	10
1.4 ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS	11
1.4.1 FUNDAMENTACIÓN FILOSÓFICA	11
1.4.2 CATEGORÍAS FUNDAMENTALES	12-21
1.4.3 FUNDAMENTACIÓN LEGAL	22
1.5 HIPOTESIS	24
1.5.1 VARIABLES	24
CAPITULO II	
2 DIAGNOSTICO O ESTUDIO DE CAMPO	25
2.1. METODOLOGÍA	25
2.1.1. MODALIDAD BÁSICA DE LA INVESTIGACIÓN	25
2.1.2. NIVEL O TIPO DE INVESTIGACIÓN	26
2.2 POBLACION Y MUESTRA	26-34
2.3 TÉCNICAS E INSTRUMENTO	35

2.4.	ENCUESTA APLICADA A LOS GERENTES PROPIETARIOS	36-55
2.4.1	ENCUESTA APLICADA A LOS USUARIOS	56-74
2.5	FODA	75-76
CAPITULO III		
3.1.-	PROPUESTA	77
3.1.1	DATOS INFORMACION	77
3.2	OBJETIVOS	77
3.2.1	OBJETIVOS GENERAL	77
3.2.2	OBJETIVOS ESPECIFICOS	77
3.3	JUSTIFICACION	78
3.4	ANTECEDENTES DE PROPUESTA	81
3.5	ESTRUCTURA DE LA PROPUESTA	81
3.6	DISEÑO DE INVESTIGACIÓN	81
3.7	POBLACIÓN Y MUESTRA	82
3.8	METODOLOGIA Y ACTORES CLAVE	82
3.9	CONCLUSIONES	84
4.0	PRESUPUESTO	85
4.1	CRONOGRAMA	86
CAPITULO IV		
4.1	EVALUACION DE LOS RESULTADOS	88
4.2	VERIFICACION DE LA HIPOTESIS	89
	CONCLUSIONES	90
	RECOMENDACIONES	91
	BIBLIOGRAFIA	93
	ANEXOS	94

CERTIFICACIÓN DE AUTORÍA

La redacción del presente trabajo, que comprende la decisión, los razonamientos, opiniones, ideas, conceptualizaciones y todo aquello que contiene el mismo, como son: cuadros, gráficos, matrices, son de mí autoría y responsabilidad. Además, tienen como respaldo las enunciaciones psicológicas y temáticas de autores reconocidos que se presentan en la bibliografía respectiva, este trabajo de investigación se presenta bajo el nombre de ESTUDIO DE LA OFERTA DE PAQUETES TURÍSTICOS FAMILIAR EN EL CANTÓN EL CARMEN, COMO ALTERNATIVA DE DESARROLLO SOCIO ECONÓMICO SOSTENIBLE.

.....
Alexi Zambrano

.....
Silvia Andrade

APROBACIÓN DEL DIRECTOR DE TESIS

En mi calidad de DIRECTORA de tesis de la estudiante de la especialidad de Hotelería y Turismo, de la Universidad Laica “Eloy Alfaro” de Manabí,

Certifico:

Que he revisado el informe de la tesis de grado titulada “ESTUDIO DE LA OFERTA DE PAQUETES TURÍSTICOS FAMILIAR EN EL CANTÓN EL CARMEN, COMO ALTERNATIVA DE DESARROLLO SOCIO ECONÓMICO SOSTENIBLE.”.Elaborada por las estudiantes: Alexi Mendoza, Silvia Andrade, previo a la investidura de Licenciada en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras.

El Carmen, 21 de Diciembre del 2014

.....

DIRECTORA DE TESIS

DEDICATORIA

A mis padres, que han sido siempre hombre y mujer admirables, quienes me han brindado, amor y comprensión, y apoyo incondicional. Quienes basándose, en sus sabios consejos orientaron mis pasos por el camino recto de la vida.

Deseo que reciban esta modesta dedicación como un homenaje, a su grandeza.

Así como también este triunfo es para mis hijos, para motivar en ellos el deseo de superación a través de mi ejemplo, además para mi esposo ya que siempre demostró paciencia e interés por mis actividades académicas. Hago votos para que se llenen de dicha por mis logros y se enorgullezcan.

ALEXI ZAMBRANO

DEDICATORIA

A Dios, por permitirme llegar a este momento tan especial en mi vida. Por los triunfos y los momentos difíciles que me han enseñado a valorarlo cada día más, A mi madre por ser la persona que me ha acompañado durante todo mi trayecto estudiantil y de vida, a mi esposo que ha estado siempre conmigo brindándome su apoyo durante este arduo camino para convertirme en una profesional. A mi padre quien con sus consejos ha sabido guiarme para culminar mi carrera profesional. A mis profesores, gracias por su tiempo, por su apoyo así como por la sabiduría que me transmitieron en el desarrollo de mi formación profesional.

Gracias a todas las personas que ayudaron directa e indirectamente en la realización de este proyecto.

SILVIA ANDRADE

AGRADECIMIENTO

Son tantas las personas a las que les debo parte de este triunfo, de alcanzar mi meta en esta etapa de desarrollo profesional.

En primer lugar a Dios porque supo guiarme por el camino del bien, a los maestros de la Universidad, así como a mis compañeros por compartir sus conocimientos, experiencias y anécdotas en el salón de clases, logrando así un encuentro de fraternidad y superación continua.

Quiero expresar un agradecimiento especial a nuestra asesora por su paciencia, aclarar y guiar todas mis inquietudes.

ALEXI ZAMBRANO

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por protegerme durante todo mi camino y darme fuerzas para superar obstáculos y dificultades a lo largo de toda mi vida. A mi madre, que con su demostración de una madre ejemplar me ha enseñado a no desfallecer ni rendirme ante nada y siempre perseverar a través de sus sabios consejos.

Agradezco también a mi Padre por ser en apoyo en mi carrera, en mis logros, gracias por su amor incondicional y por su ayuda en mi proyecto.. A mi familia, por su apoyo incondicional y por demostrarme la gran fe que tienen en mí.

A mis hijos y a mi esposo, por acompañarme durante todo este arduo camino y compartir conmigo alegrías y fracasos.

Y gracias a todos los que nos brindaron su ayuda en este proyecto.

SILVIA ANDRADE

RESUMEN EJECUTIVO

Como sabemos, el turismo es una fuente permanente de ingresos de primer orden dentro del conjunto de circunstancias que conforman la economía del país; pero de uno que realmente le preste la atención y le dé la importancia que este renglón merece, sabiendo explotar y aprovechar la herencia que han legado otras civilizaciones, así como la naturaleza misma.

En nuestro medio desgraciadamente se tiene un pobre concepto de lo que es la industria turística. El gobierno y sus instituciones se preocupan más por otros asuntos, que relegan este negocio a un tercer plano, desperdiciando así, la gran oportunidad de sacar a flote nuestro deteriorado status financiero a través de esta internacional forma.

El turismo familiar consiste en el disfrute de tiempo de ocio con la familia fuera del lugar de residencia habitual.

Se entiende por unidad familiar, a efectos del presente informe de producto y por requerir instalaciones específicas, a aquella que incluye como mínimo a un niño entre 0-14 años

El desarrollo del turismo familiar exige una adaptación de los servicios las necesidades de los niños, además de una oferta de ocio variada para todos los miembros del núcleo familiar.

El Turismo es un medio de intercambio social, ya que muestra efectivamente que la sociedad que desarrolla más activada se capacita hacia la comprensión, para la adaptación de sus medios habituales, juzgando de una manera positiva su propia sociedad.

En cuando a la cultura es realmente el radio dentro del campo de la acción de la empresa turística. Cultura es el término que determina el imán que poseen las regiones para el turismo comprendido su geografía, historia, costumbres, tradiciones, folklore y artesanía.

Generalizando el Turismo es la industria del futuro de todos aquellos países en vías de desarrollo que sepan aprovechar al máximo todos sus recursos.

INTRODUCCION

El turismo es la materia que indica al estudiante en el campo de la actividad turística. Le permite conocer sus orígenes y trascendencias. A través de este trabajo se recopilan todo aquellos aspectos inherentes al estudio básico sobre la tecnología y practica del turismo. Las primeras manifestaciones del turismo las encontramos en el hecho que refieren viajes como antigua forma de turismo.

Es una magnitud que tiene un peso muy importante en cualquier economía del país, se trata de una actividad con un gran dinamismo, capaz de generar flujos de turistas incidiendo de forma directa en la economía del lugar ya que el turista realiza desembolso durante su estancia en el lugar de destino.

También es importante destacar la mejora en las infraestructuras locales gracias al turismo, ya que el turismo suele atraer inversiones facilitando por la creciente demanda turística y la facilidad de obtener ganancias en un corto periodo de tiempo. Durante décadas el turismo ha experimentado un continuo crecimiento y una profunda diversificación, hasta convertirse en unos de los sectores económicos que crecen con mayor rapidez en el mundo. Esta dinámica ha convertido al turismo en un motor clave del progreso socioeconómico.

Según datos de la Organización Mundial del Turismo internacional genero unos 693 mil millones de E, con su total de 940 millones de turistas. A nivel nacional, el turismo es sin lugar uno de los principales sectores productivos y uno de los motores de su crecimiento.

La importancia económica es más evidente, si bien también ha de destacar la actividad turística, como una actividad generadora de empleo, ya que el turismo provoca la creación de empleo durante todo el año, si bien se ve mas acentuado durante la temporada alta.

Consecuencia directa de todo esto, es la diversidad de tipologías turísticas que hoy en día encontramos en el mundo, tipos de turismo únicos en la zona o bien conviven con la modalidad turística por antonomasia, el turismo de sol, playa, si bien esta modalidad se encuentra ya, que los mismos turistas los que se sienten atraídos por estos destinos.

CAPÍTULO I

1.- El Problema

1.1.- Tema

ESTUDIO DE LA OFERTA DE PAQUETES TURÍSTICOS FAMILIAR EN EL CANTÓN EL CARMEN, COMO ALTERNATIVA DE DESARROLLO SOCIOECONÓMICO SOSTENIBLE.

1.2.- Planteamiento del Problema.

1.2.1.- Contextualización

Ecuador es un país con una vasta riqueza natural y cultural. La diversidad de sus cuatro regiones ha dado lugar a cientos y miles de especies de flora y fauna. Ecuador está considerado como uno de los 17 países donde está concentrada la mayor biodiversidad del planeta. La mayor parte de su fauna y flora vive en 26 áreas por el estado. Así mismo, ofrece atractivos históricos como Quito, gastronómicos y una variedad de culturas y tradiciones.

Según Kraft y Walter Huzinker el turismo es el conjunto de relaciones y fenómenos producidos por el desplazamiento y la permanencia de personas fuera de su lugar de domicilio, en tanta dicha permanencia y desplazamiento no estén motivadas por una actividad lucrativa.

Según San Martín García. 1997 p. 38 considera el turismo como una suma de tres factores: tiempo libre, ingresos económicos no necesarios para satisfacer necesidades personales, como comida, transporte y una consideración positiva o tolerancia por parte de la sociedad a la que se pertenece, hacia el hecho de viajar.

Clasificación y terminología según la (OMT) Organización Mundial del Turismo.

TURISMO

Es la acción de viajar temporalmente con intención de regresar a su domicilio habitual.

TURISMO INTERNO

Incluye las actividades realizadas por un visitante en el país de referencia, como parte de un viaje turístico interno.

TURISMO RECEPTOR

Engloba las actividades por un visitante no residente en el país de referencia, como parte de un viaje turístico receptor.

TURISMO EMISOR

Abarca las actividades realizadas por un visitante residente fuera del país de referencia como parte de un viaje turístico emisor o de un viaje turístico interno.

TURISMO INTERIOR

Engloba al turismo interior y el turismo receptor, a saber, las actividades realizadas por los visitantes residentes y no residentes en el país de referencia, como parte de sus viajes turísticos internos o internacionales.

TURISMO NACIONAL

Abarca al turismo interno y el turismo emisor, a saber, las actividades realizadas por los visitantes residentes dentro y fuera del país de referencia, como parte de sus viajes turísticos internos o emisores.

TURISMO INTERNACIONAL

Incluye el turismo receptor y el turismo emisor, es decir, las actividades realizadas por los visitantes residentes fuera del país de referencia, como

parte de sus viajes turísticos internos y emisores., y las actividades realizadas por los visitantes en el país de referencias, como parte de sus viajes turísticos receptores.

VIAJE / TURISMO

El termino viaje designa la actividad de los viajeros. Un viajero es toda persona que se desplaza entre dos lugares geográficos distintos por motivo y duración. El visitante es un tipo de viajero y, por lo tanto, el turismo es subconjuntos de viaje.

VISITANTE

Es una persona que viaja a un destino principal distinto al de su entorno habitual, por una duración inferior a un año, con cualquier finalidad principal.

TURISTA

Un visitante (interno, receptor o emisor) se clasifica como turista (o visitante que pernocta), si su viaje incluye. Una pernoctación.

El turismo en el Ecuador inicia su desarrollo moderno en los años 50 del siglo XX, es principalmente en las tres últimas décadas, en que empieza a consolidarse como actividad económica y socio- cultural de importancia. En el campo político, la creación de una instancia gubernamental – el actual Ministerio de turismo- surge tan solo hace 14 años (Agosto 1992 MINTUR).

El turismo representa para Ecuador la tercera actividad en importancia económica, luego del petróleo y banano. Hay que señalar que el turismo bajo ciertas modalidades de operación, tiene condiciones para proyectar su desarrollo, al ser Ecuador considerado uno de los 12 países megadiversos del

mundo, poseedor de una de las mayores diversidades de ecosistemas y culturas.

El ministerio de información y turismo fue creado el 10 de agosto de 1992, al inicio del gobierno de Sixto Duran Ballén, quien visualizó al turismo como una actividad fundamental para el desarrollo económico y social de los pueblos. Frente al crecimiento del sector turístico, en junio de 1994, se tomó la decisión de separar al turismo de la información, para que se dedique exclusivamente a impulsar y fortalecer actividades.

Según la Constitución de la República del Ecuador en lo que se refiere al derecho de la Naturaleza, establece lo siguiente:

Art. 14.- Se reconoce el derecho de la población a vivir en un ambiente sano y ecológicamente equilibrado, que garantice la sostenibilidad y el buen vivir, (sumak kawsay).

- Mejorar la calidad de vida de la población. Objetivo #3 BV
- Garantizar los derechos de la naturaleza y promover la sostenibilidad ambiental territorial y global. Objetivo # 7 BV
- Consolidar el sistema económico social y solidario, de forma sostenible. Objetivo # 8 BV

Art. 71.- La naturaleza o Pacha Mama, donde se reproduce y realiza la vida, tiene derecho a que se respete integralmente su existencia y el mantenimiento y regeneración de sus ciclos vitales, estructura, funciones y procesos evolutivos.

Art. 400.- El Estado ejercerá la soberanía sobre la biodiversidad, cuya administración y gestión se realizará con responsabilidad intergeneracional. Se

declara de interés público la conservación de la biodiversidad y todos sus componentes, en particular la biodiversidad agrícola y silvestre y el patrimonio genético del país.

El turismo sustentable que busca garantizar el mantenimiento de la actividad turística en el presente sin poner en peligro las oportunidades de las generaciones futuras.

Las autoridades de la Provincia a través de los ministerios, como son: (GAD) Gobiernos Autónomo Descentralizados, (MINTUR) Ministerio De Turismo, (MINAE) Ministerio Del Ambiente y Energía, y además de, (ONG) Organización No Gubernamental, trabajan en la importancia actualmente en la planificación de la actividad turística mancomunadamente, que se ve reflejada en el número de planes turísticos que se han realizado en los últimos años.

Las ventajas comparativas del Ecuador frente al resto de países de la región, en cuanto a los recursos naturales y culturales por unidad de superficie, determinan una potencial turística y una oportunidad social. Manabí, como la provincia costera del país con mayores ventajas comparativas para el desarrollo turístico. Manabí se encuentra situada en el centro del Ecuador; en el centro del mundo.

La provincia de Manabí es la más privilegiada con desembocaduras, estuarios, islotes, islas, lajas, rocas que muestran bellos paisajes a lo largo de nuestra geografía costera, que es el principal atractivo turístico de nuestra provincia. Posee un atractivo turístico único en la costa ecuatoriana. La diversidad de paisajes, balnearios, cultura y hasta su gastronomía hacen a Manabí uno de los lugares preferidos por turistas nacionales y extranjeros.

Las playas manabitas son las más apreciadas por los turistas, las cuales podemos mencionar: Pedernales donde están las playas más hermosas de la costa ecuatoriana. Son propicias para la práctica de deportes acuáticos. Jama donde está ubicado “El Mirador del Pacífico” o punta prieta. Además está “El Arco del Amor”.

Otros atractivos turísticos de Manabí no solo son las playas, también las bondades naturales dan a nuestra provincia muchas cosas importantes que apreciar y disfrutar como:

Extensas vegetaciones en las zonas de Jama y Pedernales, donde puede observar la flora y la fauna nativa del sector en esta zona se encuentra la reserva ecológica de Mache- Chindul, San Vicente comparte el estuario del río Chone y en Bahía de Caraquez se puede observar manglares y aves marinas.

El Carmen es conocido como "La puerta de oro de Manabí" fue creado el 8 de Junio de 1967, mediante decreto expedido por la Asamblea Nacional Constituyente y publicado en el registro oficial del 3 de Julio del mismo año

El Cantón el Carmen se encuentra ubicado al noroeste de la provincia de Manabí, está conformado por dos parroquias urbanas y las rurales de Wilfrido Llor Moreira y San Pedro de Suma. Posee un clima cálido y húmedo, la constante humedad del suelo hace que El Carmen sea dueño de una rica flora. Existen montañas vírgenes, no explotadas, se encuentran infinidad de flores cuyos colores matizan con el verdor de los campos. Las especies crecen en la zona son el tangare, cedro amarillo, laurel, guachapelí y una gran variedad de palmas.

En la jurisdicción del cantón pueden verse jaguares, loros, guatusas y culebras. Se consideran especies de amenaza a venado, tigrillos, monos y otras

especies que casi han desaparecido por la depredación a las que han sometido los cazadores y comerciantes.

En la gastronomía sobresale el seco de gallina criolla, platos a base de pescado de río y seco de guanta.

En el Cantón el Carmen existen números de lugares turísticos en los que se destacan los siguientes:

Balneario las Minas, Cascada El Salto del Pintado, Polideportivo Lagos de los Cisnes, Balneario San Felipe, Cascada del Armadillo, Balneario Isla Tropical, Balneario Los Chiros.

El turismo como recurso económico, se encuentra en franco desarrollo, debido a que cuenta con atractivos natural, cultural y paisajístico, que se ubica en un sitio de preferencia para el turista. El turismo familiar ofrece las ventajas competitivas que vienen determinadas por aquellos elementos incorporados (valor añadido) al destino turístico.

1.2.2.- Formulación del problema.

¿Cuáles son las necesidades de creación de las ofertas de paquetes turísticos familiares en el cantón El Carmen, como alternativa de desarrollo socio económico sostenible?

1.2.3- Delimitación del objeto de investigación.

De Contenido:

Campo: Socio económico

Área: Turismo

Aspecto: Oferta de paquetes turísticos familiares en el cantón El Carmen, como alternativa de desarrollo socio económico sostenible.

Tema: OFERTA DE PAQUETES TURÍSTICOS FAMILIARES EN EL CANTÓN EL CARMEN, COMO ALTERNATIVA DE DESARROLLO SOCIO ECONÓMICO SOSTENIBLE.”

Problema: ¿Cuál es la necesidad de ofertas de paquetes turísticos familiares en el cantón El Carmen, como alternativa de desarrollo socio económico sostenible?

Delimitación Espacial: Cantón El Carmen.

Delimitación Temporal: Este problema se estudiará en el año 2014.

1.3.- Objetivos.

1.3.1.- General.

Identificar la demanda de paquetes turísticos familiares en el cantón El Carmen, como alternativa de desarrollo socio económico sostenible.

1.3.2.- Específicos.

- Investigar las estrategias de marketing de las zonas de destino del cantón El Carmen.
- Ofrecer a los administradores de los atractivos turísticos sobre las ofertas familiares de turismo.
- Enlistar las zonas de destino y sus atractivos turísticos

- Definir cuáles son las necesidades prioritarias para el planteamiento de la propuesta.
- Plantear propuesta que den solución al problema.

1.4.- Antecedentes investigativos.

No existen antecedentes sobre este estudio, por lo tanto servirá de base para futuras investigaciones en el campo turístico.

1.4.1.- Fundamentación filosófica.

Oferta y Demanda

Podemos definir el producto turístico como aquel plan de viaje o viaje que realicen las personas, elaborado con un crítico subjetivo y con una serie de componentes diferenciados, planificados y llevados a cabo por el propio turista en régimen de autoconsumo, o si no acude a una empresa especializada en la que adquiere un programa de servicios combinados, para que esa persona desarrolle su viaje. La oferta turística son el conjunto de empresas, que están encargadas de elaborar todos los productos y servicios que consumen los turistas que componen los viajes. La demanda turística es el resultado de todas las decisiones de todas las demandas individuales de los usuarios turísticos. También podemos definirla como la cantidad demanda por los consumidores a cada uno de los productos y servicios que componen los viajes.

Fuente; libro Lexus hotelería y turismo evolución y situación actual del turismo.

1.4.2.- Categorías fundamentales.

OFERTA TURÍSTICA

Es el conjunto de bienes y servicios, de recursos e infraestructura ordenados y estructurados de forma que estén disponibles en el mercado para ser usados o consumidos por los turistas.

Definición, factores y componentes de la oferta turística.

La oferta turística es la combinación de una gran diversidad de elementos destinados a satisfacer las necesidades de los turistas. Los elementos que se componen son:

Recursos turísticos: naturales, culturales, folklore, museo, etc.

Infraestructuras: carreteras, red ferroviaria-, aeropuertos, puertos.etc.

Servicios: de alojamientos, restauración, intermediación, información y acogida de eventos congresuales.

Transporte: tren, barco, avión, coche de alquiler, etc.

Característica de la oferta turística:

Servicios que constituyen su producción, presentan las siguientes características:

- **Inamovilidad de la oferta:** servicios turísticos que están constituidos básicamente dentro de una planta física y no pueden ser llevados hasta los consumidores.
- **Rigidez de la oferta:** servicios turísticos ofrecidos a los consumidores. Todas las prestaciones turísticas se elaboran en el momento de su consumo.

- **Dinamismo de los componentes:** los efectos de las fuerzas ambientales (economía, tecnología, cultura y legislación) sobre los componentes del mercado turístico (producto, plaza, precio y competencia) determinan la naturaleza cambiante del mercado turístico.
- **Predominio de los costos fijos:** la mayoría de los activos involucrados en el negocio turístico están representados por activos fijos.

Factores que afectan la oferta turística:

La oferta es la cantidad de un bien que los productores pueden y desear en venta. La oferta al igual que la demanda, es un flujo por día, semana, mes o año.

Entre los factores que afectan la oferta turística se identifican los siguientes:

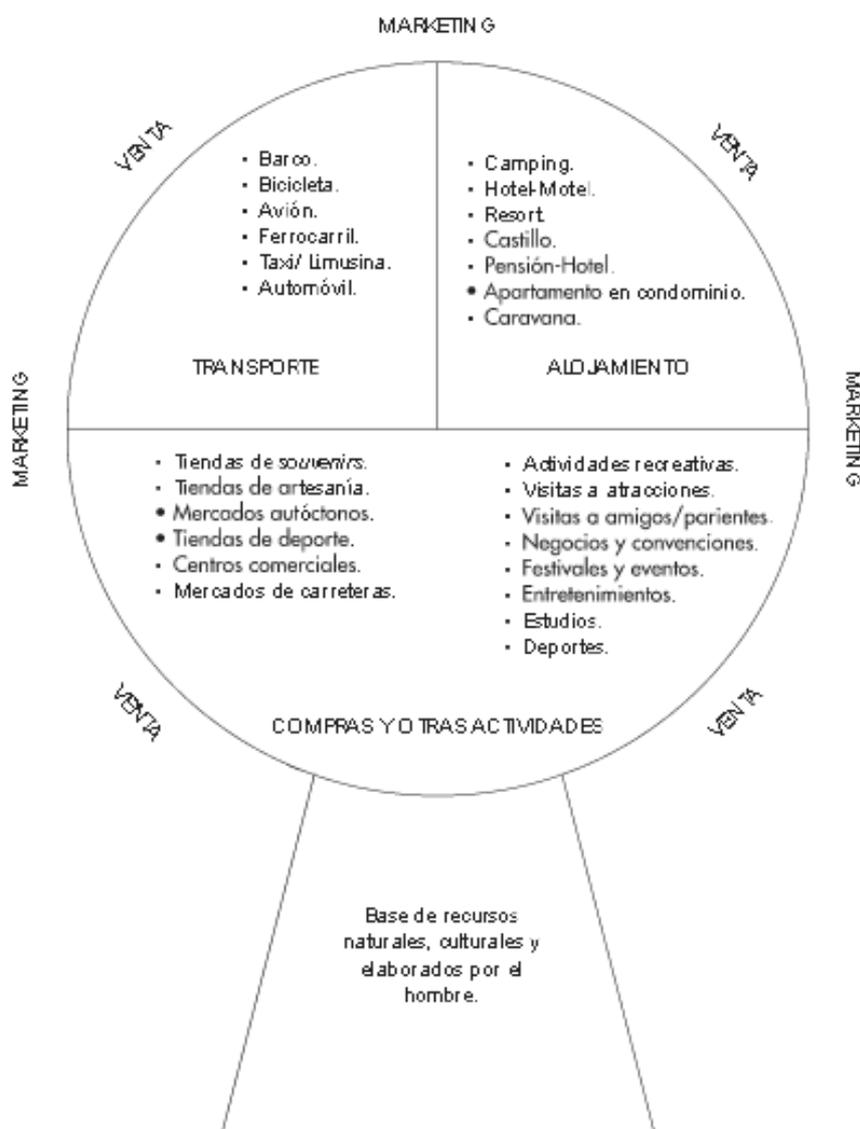
- El precio del bien
- La disponibilidad de recursos
- La tecnología
- Los precios de las materias primas
- La intervención del estado
- La competencia

Fuente: manual de la economía

Fuente: libro de Manuel Jesús Sánchez Casimiro- Soriquer, Carmen Ruano Pavón

Diseño de productos y servicios turísticos locales. HOTI0108

ASPECTO A CONSIDERAR PARA CREAR UNA OFERTA TURÍSTICA



Fuente: McInthos y Goeldner, 1990.

PAQUETE TURÍSTICO

Es un producto que se comercializa de forma única. Contiene dos o más servicios de carácter turísticos, como alojamiento, manutención y transporte, por el cual se abona un precio dentro del cual el consumidor no es capaz de establecer un precio individual para cada servicio que se le presta.

Características de un paquete turístico

Según la ley de viajes combinados, se entiende como paquete turístico a la combinación previa de por lo menos los siguientes servicios:

- Transporte
- Alojamiento
- Otros servicios turísticos (diversiones)

Esto ocurre siempre y cuando dicha presentación pase las 24 horas o incluya una noche de estancia.

Componentes de un paquete turístico

Atractivos: son los elementos que hacen que el turista escoja ese destino y no otro.

Facilidades: son un complemento de producto turístico. No genera flujo turístico pero la falta de estas puede impedir la presencia de los turistas.

Accesos: son indispensables para el turista llegue a destino ya que estos son los medios para que esto sea posible.

Herencia cultural de un pueblo: es algo muy importante siempre y cuando la expectativa del turista sea conocer culturas, lugares eventos sociales, estilos de vida, autóctonos, es una importante motivación para los turistas.

Los componentes de un producto turístico deben estar desarrollados a fin de atraer a los turistas de mercado potenciales específicos y crear una imagen positiva del destino.

Demanda: comprender las necesidades de los consumidores.

Oferta: evaluar los componentes de producto turístico

Fuente: lexis hotelería y turismo

DEMANDA TURISTICA

Es el conjunto de atributos, valores, servicios y productos que el mercado requiere a los operadores turísticos, para satisfacer determinadas necesidades de esparcimiento, ocio, tiempo libre o vacaciones.

Factores que determinan la demanda turística

Son los determinantes que tienen las personas para la realización de los viajes, distinguiendo entre los factores internos o directo y los externos o indirectos.

Factores Internos: son las condiciones propias de cada persona en particular, subjetivos y relativos a ellas. Determinan la posibilidad o imposibilidad de realización del viaje, independiente de las características de una zona:

- **Renta:** Es la capacidad económica que tienen las personas para destinar al consumo turístico y satisfacer el precio que tiene en el mundo los productos y servicios turísticos. Donde curiosamente los productos y servicios específicamente turísticos carecen de coste económico o su precio es insignificante.
- **Tiempo:** Es el elemento necesario para la realización turística, ya que se concibe como actividad que exige un desplazamiento de un lugar de destino, donde se tiene una estancia temporal que una vez terminado se vuelve a su lugar de residencia del turista.
- **Predisposición:** es la necesidad o deseo de viajar que se plantea las personas, cuando en general tiene cubiertas las necesidades primarias (orgánicas y la de seguridad).

Factores Externos: son las condicionantes que tienen las zonas, que afectan subjetivamente al turista, que actúan como polo de atracción o rechazo para la realización de las actividades turísticas. Se pueden dividir en dos grupos:

Grupos de factores de condiciones de zona: son aquellos condicionantes que hacen atractiva la zona turística, con carácter coyuntural en la que se distinguen 3 factores:

- Estado meteorológico: las condiciones en un determinado momento, analizando fundamentalmente las condiciones de temperatura y precipitaciones.
- Distancia cultural: se refiere al grado de separación que existe entre la cultura de la zona de origen del turista y a del turista de destino. Condicionan la interpretación de las condiciones de seguridad de la zona, es decir, cuanto mayor es la distancia cultural, mayor es la resistencia de zona, esto hace que la demanda sea menor, porque se crean barreras entre el lugar y destino.
- Calidad de los productos y servicios turísticos: se define como el grado de probabilidad del resultado de la producción del viaje, se mide habitualmente entre la expectativa que manifiesta el turista y el grado de satisfacciones del producto y servicios turísticos.

Factores económicos: son aquellas condiciones de zona que afectan al viaje del turista, y que explican una buena medida el planteamiento que los países desarrollados se comporten como emisores, y que los países menos desarrollados se comporten como receptores. Los factores económicos más importantes son:

- Distancia económica: es el incremento que sufre el precio del viaje, con relación al precio del transporte, este factor se modifica por diversas circunstancias, de las que se destacaremos las tres fundamentales:
- En primer lugar, cuando es un destino turístico aumentan las frecuencias de turistas (aumentando así la oferta), consecuentemente habrá una reducción de precio.
- En segundo lugar, también se modifican, cuando aumenta la competencia dando lugar a una lucha por la demanda, por la captación de turistas.
- En tercer lugar, se modifican cuando las compañías ofrecen precio de espacio global. Esto significa que cuando dentro de un espacio determinado, todos los destinos turísticos se ofrecen al mismo precio, independiente de la distancia.
- Coste de precio del viaje: es el precio global que paga el turista en función de su país o lugar de residencia y la zona o país de destino turísticos, teniendo en cuenta que la evaluación del precio depende de tres elementos:
 - De la cantidad de productos y servicios que consume el turista.
 - El nivel de vida o diferencial de precios entre el país de residencia y el lugar de destino.
 - Los valores de cambio de las monedas, que pueden dar lugar de destino y el de residencia.
- La temporada turística: es el conjunto de condiciones homogéneas que presentan la zonas, caracterizadas por la situación de la oferta y el

acceso de la demanda que dan lugar a una modificación constante de precio, distinguiendo entre tres tipos de temporadas:

- Temporada alta: se caracteriza porque la oferta y los atractivos se encuentran en la mejor situación posible esto coinciden generalmente con un acceso masivo de los turistas, que provoca un incremento considerable del precio.
- Temporada media: se caracteriza por la pérdida de las condiciones y características de los atractivos turísticos de la zona donde la demanda turística reduce su acceso, lo que tiene como consecuencia una reducción significativa de fenómeno turístico.
- Temporada baja: es aquel periodo de tiempo donde los atractivos han perdido sus características esenciales, y en donde la demanda turística está limitada por que son los establecidos para el trabajo.

Características de la demanda turística

La demanda turística se caracteriza por ser:

- Culturalmente determinada.
- cambiante en el tiempo y en el espacio de factores culturales, económicos y políticos.
- Estar asociadas a lugares o puntos de interés individuales.

Fuente: <https://aulas vituales.wordpress.com/oferta. Turística-y-demanda>

Libro lexus organización y administración de turismo Donald E. Lundberg.ph. D centrum. Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabi.Manta.

Impactos socioculturales de la actividad turística

El turismo, como desplazamiento, es tan antiguo como el hombre y nace con el mismo. Durante toda la historia de la humanidad, las personas han viajado por razones económicas, políticas, sociales y culturales los viajes en grupo se han realizado siempre por emigrantes y peregrinos, que se hospedan en posadas y residencias familiares o religiosas.

El padre del turismo masivo moderno fue Thomas Cook, quien, el cinco de Julio del año 1841, desarrollo y llevo a la práctica el primer viaje organizado en la historia, alquilando un tren para llevar a su grupo de turistas desde Leicester a un rally en Loughborough, situado a veinte millas de distancia. Cook vio rápidamente el gran potencial de negocio en el sector y se convirtió en el primer Tour Operador de la historia. Sin embargo el crecimiento del turismo a escala internacional ha acarreado problemas, sobre todo en lo referente a su impacto en las sociedades y en el medio ambiente. Los planificadores del turismo empiezan a incluir factores socioeconómicos y medioambientales en su trabajo.

Turismo, en el sentido moderno de la palabra, es un fenómeno de los tiempos actuales, basado en la creciente necesidad de recuperación y cambio de ambiente, el conocimiento y la apreciación de la belleza escénica, el goce del contacto con la naturaleza y es, en particular, producto de la creciente fusión de las naciones y países de la sociedad humana.

Cualquiera que da origen a la palabra turismo y turista, el hecho es que finalmente fueron tomadas del francés "tour" para ser utilizada en otro idiomas con ciertas modificaciones. Ya que en el año 1811 el "The Shorter Oxford

English Dictionary” cita los términos “tourist” (turista) y “tourism” (turismo), con las acepciones siguientes:

Turista: persona que hacen una o más excursiones. Con el afán de recreación.

Turismo: la teoría y práctica de viajar, con el afán de placer.

Fuente: Jiménez G. Luis Fernando, apuntes de la catedra sobre teoría turística.

Administración del turismo conceptualización y organización. Miguel Ángel

Acerenza vol.1 trillas , universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí. MANTA

TURISMO SOCIAL

El turismo social es un sistema que crea las condiciones necesarias que permiten el acceso al turismo a un gran sector de la población que carece de posibilidades financieras para disfrutar del turismo comercial, pero que también tiene necesidades humanas de recreación, descanso y de conocer otros ambientes, aunque sea en forma limitada.

Es una forma de turismo modesto, más ligado a la naturaleza, a la protección del medio ambiente, es familiar, sin medios sofisticados, sin lujos, que tiene a la persona humana como su centro. Muchas veces administrado por asociados sin interés de lucro, sino como un servicio social.

Por turismo social se pretende identificar al turismo que realizan los sectores de menores ingresos de la población: empleados, obreros, estudiantes, jubilados y en general, los sectores económicos menos favorecidos.

En ocasiones, el turismo social es promovido, e inclusive, a veces el Estado lo subvenciona. Pero, en la mayoría de los casos, lo organizan y fomentan asociaciones y agrupaciones sindicales, como un beneficio para los

afiliados, a fin de que estos puedan disfrutar aún más sus periodos vacacionales con un gasto mínimo.

El turismo sostenible como estrategia de desarrollo

Un turismo sostenible puede definirse como un proceso que permite que se produzca el desarrollo sin degradar o agotar los recursos que posibilitan ese desarrollo. La sostenibilidad en el turismo, como concepto, se define como ecoturismo, turismo verde, o turismo responsable. Cualquiera que sea su descripción, se considera como un medio de reconocer que la tierra posee pocos recursos limitados y que el turismo, como en otros sectores, tiene límites para el desarrollo, sobre todo en lugares específicos. La interdependencia del turismo, la cultura y el medio ambiente, se ha convertido en una consideración crítica al formular las políticas turísticas. La sostenibilidad no solo se aplica a los proyectos turísticos a pequeñas escala; es igualmente importante, si no más, en zonas donde existe un gran volumen de turistas.

Fuente: Lexus Editores Turismo, Hotelería y Restaurant

1.4.3.- Fundamentación legal

El presente trabajo investigativo tiene sus fundamentaciones en el Reglamento de Aplicación a la Ley de Turismo Ecuador, mediante Decreto presidencial del Sr. Lucio Gutiérrez Borbúa, Presidente Constitucional De La Republica Que mediante Ley, publicada en el Suplemento del Registro Oficial No. 733 de 27 de diciembre de 2002 se publicó la Ley de Turismo; Que mediante Decreto

Ejecutivo No. 133, publicado en el Registro Oficial No. 25 del 19 de febrero de 2003, se expidió el Reglamento de Aplicación al Capítulo VII de la Ley de Turismo; Que es necesaria la expedición del Reglamento General a la Ley de Turismo que permita la aplicación de la ley, el establecimiento de los procedimientos generales y la actualización general de las normas jurídicas secundarias del sector turístico expedida con anterioridad a la expedición de ley; En ejercicio de las atribuciones que le confiere el Art. 171, numeral 5 de la Constitución Política de la República.

Constitución de la República del Ecuador

La constitución político de república, en el artículo 226, primer inciso establece que todas las competencias del gobierno central son susceptibles de ser descentralizadas con acepción de la defensa y la seguridad nacional, la dirección política exterior y las relaciones internacionales.

Ley especial de desarrollo turístico.

El Ministerio de Turismo impulsa una política moderna y democrática con la finalidad de que el turismo se convierta en el eje de reactivación económica del país y sea una actividad en la que todos los ecuatorianos se sientan comprometidos.

En el artículo 46 de la misma Ley determina la obligación de todas las personas naturales y jurídicas que debe dedicarse a la industria del turismo.

Ley de Régimen Municipal

Los municipios tienen como función primordial el impulso de desarrollo turístico cantonal, conforme a sus ordenanzas internas y a las atribuciones que le confieren la Ley de Régimen Municipal en los numerales 8 y 10 del artículo 15.

1.5.- Hipótesis.

La creación de ofertas de paquetes turísticos familiar en el cantón El Carmen, incrementa el desarrollo socio económico sostenible.

1.5.1.- Variables

INDEPENDIENTE

Ofertas de paquetes turísticos familiar

DEPENDIENTE

Desarrollo socio económico sostenible

CAPITULO II

2.-DIAGNOSTICO O ESTUDIO DE CAMPO

2.1.- METODOLOGÍA

2.1.1.- Modalidad básica de la investigación.

El presente trabajo de investigación será documental de campo y explicativa.

Investigación Documental:

Parte esencial de un proceso de investigación científica, es la enseñanza universitaria reside en que al conocer y practicar sus principios y procedimientos permite desarrollar las habilidades, destrezas y actitudes que se requieren para construir datos, información y conocimiento.

Investigación de Campo:

Se trata de la investigación aplicada para comprender y resolver alguna situación, necesidad o problema en un contexto determinado. El investigador permite obtener nuevos conocimientos en el campo de la realidad social.

* Investigación Explicativa:

Esta constituye el conjunto organizado de principios, inferencias, creencias, descubrimientos y afirmaciones, por medio del cual se interpreta una realidad.

2.1.2.- Nivel o tipo de investigación.

El nivel de investigación es exploratoria superficial en la búsqueda de la información bibliográfica, de campo y en la búsqueda de resultados correlacionando la causa y efecto del objeto de investigación.

La investigación además será no probabilística; en donde el investigador decide el tamaño de la muestra, cuando y donde tomarla de manera circunstancial e intencional.

2.2.- Población y muestra

El Universo a investigar es el total de las zonas de destino en el cantón El Carmen.

Población: Total de las zonas de destino en el cantón El Carmen y turistas que ahí asistan

Muestra: 40% del total de población

Centro Recreacional “San Felipe” (5 usuarios turísticos)

Piscinas “Chapuzón D’ MARY” (5 usuarios turísticos)

Polideportivo “Lago de los Cisnes” (5 usuarios turísticos)

Centro Deportivo Recreacional “AIRFER” (5 usuarios turísticos)

Centro Recreativo “La Dolorosa” (5 usuarios turísticos)

25 usuarios turísticos y 5 gerentes o propietarios.

❖ CENTRO RECREACIONAL “SAN FELIPE”

Se encuentra ubicada en el sitio los tres Ranchos, a una distancia de 4 kilómetros vía El Carmen la Bramadora.



Con una superficie de 7 hectáreas, donde se hallan estructuras cómodas para el deleite del turista como: Salón de eventos, canchas deportivas, sala de juegos, senderos, parqueaderos, juegos infantiles, piscina, servicio de restaurante.



❖ PISCINAS “CHAPUZÓN D’ MARY”

Se encuentra ubicada calle Eugenio Espejo urbanización Atenas 3
Ofrecemos servicio de piscinas, duchas, turco, hidromasajes, toboganes, salón de eventos, servicios de bar, restaurant, parqueadero atención esmerada de sus propietarios.



Reservaciones para cumpleaños, quinceañeras, matrimonios, etc.



❖ **POLIDEPORTIVO “LAGO DE LOS CISNES”**

El este lugar, constituido en un importante punto de destino turístico internacional, nacional y provincial, cuenta con una gran variedad de lugares para realizar turismo de sol, de campo, avistamiento de aves y vista panorámica desde los diferentes miradores.

Lo encontramos ubicado en la Av. 3 de Julio Tras el Hospital.



❖ CENTRO DEPORTIVO RECREACIONAL “AIRFER”

Se encuentra ubicada calle Eugenio Espejo urbanización Atenas 3
Ofrecemos servicio de piscinas, duchas, turco, hidromasajes, toboganes, salón de eventos, servicios de bar, restaurant, parqueadero atención esmerada de sus propietarios.



❖ **CENTRO RECREATIVO “LA DOLOROSA”**

El Complejo La Dolorosa se caracteriza por ser un lugar con atractivos turísticos naturales para la diversión sana de toda la familia. Existen varias opciones tanto para niños como para adultos, los cuales se detallan a continuación:

LAS PISCINAS DE AGUA NATURAL

El complejo cuenta con dos piscinas: una para niños y otra para adultos, esta última está dividida en dos partes, una con profundidad de ochenta centímetros y otra parte con una profundidad de dos metros; cabe destacar que las aguas corren de manera permanente. El agua que llenan las piscinas proceden de una vertiente natural, del río Cajones sin ningún tipo de tratamiento, solo con el mantenimiento semanal adecuado.



EL TÚNEL DEL AMOR

Existe un túnel en donde se prueba la adrenalina de las personas al pasar de un lado a otro por debajo de un cerro, en una dimensión de veinticinco metros, el mismo que para mayor seguridad está protegido con cemento armado.

RESTAURANTE DE COMIDA TÍPICA

En este lugar los visitantes pueden deleitarse con la buena comida típica del sector en donde hay desde el seco de gallina criolla hasta la famosa fritada, en fin, una serie de platos con sabrosa sazón manabita preparada con las manos expertas del personal que atiende de la manera más cordial a los visitantes en el

restaurante del complejo. Lo más importante es que los precios de los platos están al alcance de todos.



LAS PISCINAS DE TILAPIA Y CHAME

Se aprovecharon las aguas del cauce de un río para crear una laguna en donde se cultiva tilapia y chame, la misma que en el futuro se convertirá en una piscina para realizar paseos en botes.



LAS CANCHAS DEPORTIVAS

El Complejo cuenta con cuatro canchas deportivas: dos de césped y una de cemento, destinadas a la práctica de indor y otra destinada a la práctica de vóley playero.



LA PISTA DE BAILE

Existe una pista de baile cubierta con capacidad para mil personas, en este lugar es donde se divierten al máximo bailando pues contamos con un moderno equipo de amplificación y personal capacitado para aquello, en donde trabajan tres DJ's y dos animadores profesionales. Cabe señalar que en esta pista de baile artistas locales, nacionales, e internacionales.

EL SENDERO DEL COMPLEJO

Contamos con un sendero que llega al túnel del amor y recorre parte del Complejo en donde se pueden realizar caminatas mientras se contempla la naturaleza en todo su esplendor, encontrando a su paso diferentes tipos de mariposas, pájaros y animalitos propios del sector.



EL MIRADOR

Hay un lugar adecuado para que los visitantes observen lo hermoso de este lugar en donde se puede escuchar música junto a los familiares y amigos e inclusive realizar juegos de azar.



2.3.- Técnicas e Instrumento.- Para la realización del presente trabajo de investigación se realizaron encuestas a los gerentes propietarios y usuarios de las zonas de destino en el Cantón El Carmen.

2.4.- ENCUESTA APLICADA A LOS GERENTES PROPIETARIOS

1.- ¿Qué medios publicitarios utiliza para promocionar su zona de destino?

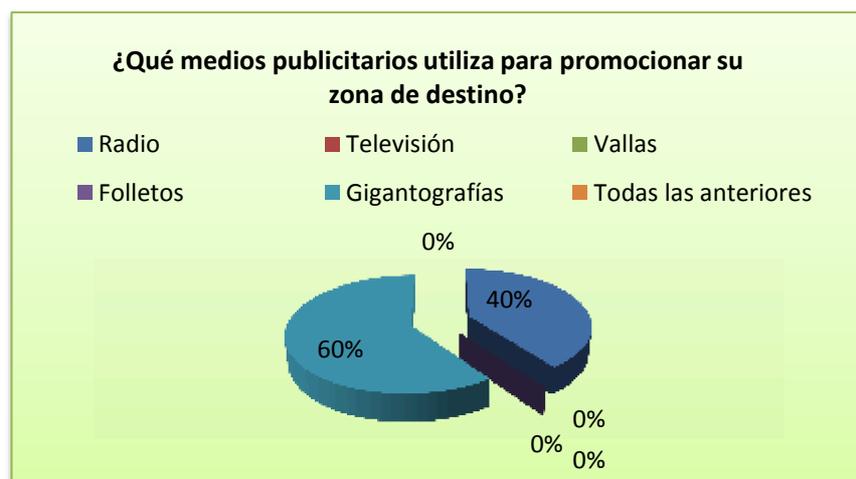
CUADRO # 1

ALTERNATIVAS	RESPUESTAS	PORCENTAJE
Radio	2	40
Televisión	0	0
Vallas	0	0
Folletos	0	0
Gigantografías	3	60
Todas las anteriores	0	0
TOTAL	5	100

FUENTE: Encuesta dirigida a Gerentes Propietarios

ELABORACIÓN: Investigadoras

GRÁFICO # 1



FUENTE: Cuadro # 1

ELABORACIÓN: Investigadoras

INTERPRETACION

Como se puede observar en el cuadro número uno, de acuerdo, a las actividades que realizan para dar publicidad a la zona de destino, tres (60%) de los Gerentes indicó que por medio de Gigantografías, y los otros dos encuestados (40%) selecciono la opción Radio.

La publicidad es lo que da vida al negocio: anuncios espectaculares, carteles, volantes, folletos, tarjetas y personas que recomiendan son algunas formas que se usan de manera cotidiana. Con estas estrategias se espera influir en las decisiones de compra de los posibles clientes, destacando las características positivas de los productos o servicios que se anuncian y los beneficios que el cliente puede obtener con ellos.

Con la publicidad se busca:

- Incrementar la productividad
- Atraer nuevos clientes
- Mantener el nivel actual de servicio
- Promocionar ofertas
- Introducir nuevos productos o servicios

- **2.- ¿Cuál de las siguientes estrategias ha utilizado para promocionar su zona de destino?**

CUADRO #2

ALTERNATIVA	RESPUESTA		PORCENTAJE
	S	E	
Buscar ayuda con un profesional en el área de Turismo	1		20
Buscar ayuda con un profesional en el área de Marketing	0		0
Realizar visitas a instituciones para proponer descuentos	0		0
Crear una cuenta en internet con imágenes, videos o atractivos.	4		80
TOTAL	5		100

FUENTE: Encuesta dirigida a Gerentes Propietarios

ELABORACIÓN: Investigadoras

GRÁFICO #2



FUENTE: Cuadro # 2

ELABORACIÓN: Investigadora

INTERPRETACION

En base al cuadro número dos, sobre la inquietud de las estrategias que han utilizado para promocionar su zona de destino, se ven los siguientes resultados, cuatro (80%) seleccionaron la alternativa de crear una cuenta en internet con imágenes, videos o atractivos, uno (20%) la opción de buscar ayuda con un profesional en el área de Turismo.

3.- ¿Cuántas veces al año ha diseñado ofertas en paquetes de turismo para grupos o familias?

CUADRO # 3

ALTERNATIVA	RESPUESTAS	PORCENTAJE
DE 1 A 3	2	40
DE 4 A 5	2	40
DE 5 A 7	0	0
NINGUNA	1	20
TOTAL	5	100

FUENTE: Encuesta dirigida a Gerentes Propietarios

ELABORACIÓN: Investigadoras

GRÁFICO # 3



FUENTE: Cuadro # 3

ELABORACIÓN: Investigadoras

INTERPRETACION

En el cuadro número tres se observa las respuestas obtenidas sobre el número de veces al año ha diseñado ofertas en paquetes de turismo para grupos o familias, y 2 gerentes (40%) seleccionaron la alternativa de 1 a 3 veces, otros 2 (40%) escogieron la opción de 4 a 5, y el ultimo gerente (20%) indico que ninguna vez al año.

Las empresas pueden incrementar el valor para el consumidor aumentando alguno de los beneficios, funcionales o emocionales y/o reduciendo alguno de sus costos.

4.- ¿De qué manera crea las ofertas de paquetes turístico familiar?

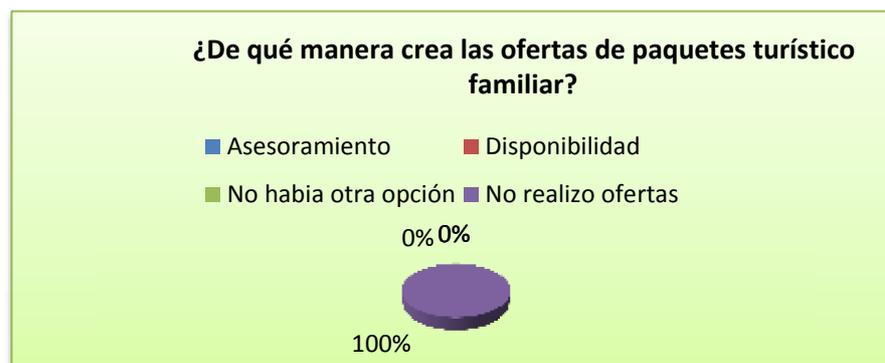
CUADRO # 4

ALTERNATIVA	RESPUESTAS	PORCENTAJE
Asesoramiento	0	0
Disponibilidad	0	0
No había otra opción	0	0
No realizo ofertas	5	100
TOTAL	5	100

FUENTE: Encuesta dirigida a Gerentes Propietarios

ELABORACIÓN: Investigadoras

GRÁFICO # 4



FUENTE: Cuadro # 4

ELABORACIÓN: Investigadora

INTERPRETACION

En el cuadro número cuatro se indican las respuestas que seleccionaron los gerentes sobre la manera que crean las ofertas de paquetes turístico familiar, cinco (100%), señalaron la alternativa de que no realizan ningún tipo de ofertas.

5.- ¿Será necesario crear un Plan de desarrollo Turístico Local para fomentar el Desarrollo de Turismo Familiar?

CUADRO # 5

ALTERNATIVA	RESPUESTAS	PORCENTAJE
Si	5	100
No	0	0
Tal vez	0	0
TOTAL	5	100

FUENTE: Encuesta dirigida a Gerentes Propietarios

ELABORACIÓN: Investigadoras

GRÁFICO # 5



FUENTE: Cuadro # 5

ELABORACIÓN: Investigadoras

INTERPRETACION

Sobre si será necesario crear un Plan de desarrollo Turístico Local para fomentar el Desarrollo de Turismo Familiar, se indago en la pregunta número cinco, reflejado en el cuadro con las respuestas seleccionadas por los encuestados, cinco (100%) de ellos indicaron si es necesario.

6.- ¿Cree usted que la Oferta de paquetes turísticos aumentará la asistencia de turistas a su zona de destino?

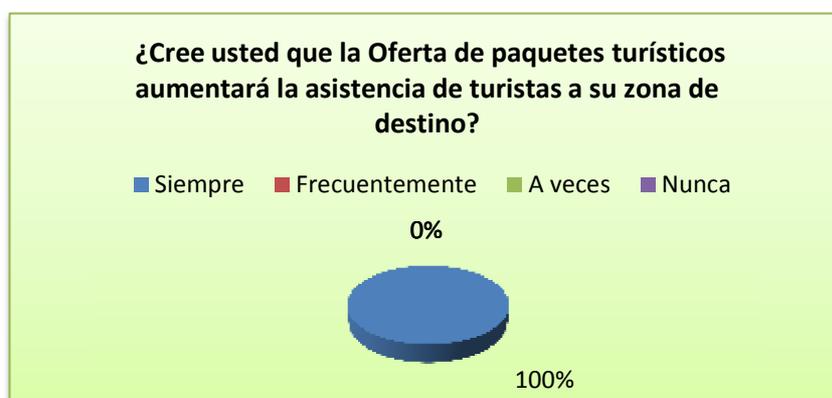
CUADRO # 6

ALTERNATIVA	RESPUESTAS	PORCENTAJE
Siempre	5	100
Frecuentemente	0	0
A veces	0	0
Nunca	0	0
TOTAL	5	100

FUENTE: Encuesta dirigida a Gerentes Propietarios

ELABORACIÓN: Investigadoras

GRÁFICO # 6



FUENTE: Cuadro # 6

ELABORACIÓN: Investigadora

INTERPRETACION

Luego de indagar sobre si creen que la Oferta de paquetes turísticos aumentará la asistencia de turistas a su zona de destino, cinco (100%) indicaron que siempre influirá.

7.- ¿La llegada de grupos familiares en su establecimiento se da?

CUADRO # 7

ALTERNATIVA	RESPUESTAS	PORCENTAJE
Mucho	4	80
Poco	1	20
Nada	0	0
TOTAL	5	100

FUENTE: Encuesta dirigida a Gerentes Propietarios

ELABORACIÓN: Investigadoras

GRÁFICO # 7



FUENTE: Cuadro # 7

ELABORACIÓN: Investigadoras

INTERPRETACION

En el cuadro número siete, se observa las respuestas escogidas en cuanto a La llegada de grupos familiares en su establecimiento, 4 de los encuestados (80%), indicaron que lo realizan mucho, y 1 (20%), la alternativa poco, es decir, que lo hacen de una manera más periódica

8.- ¿Cada que tiempo realiza inversión en mejoramiento de la infraestructura para atraer a las familias de la localidad?

CUADRO # 8

ALTERNATIVA	RESPUESTAS	PORCENTAJE
Mensualmente	0	0
Trimestralmente	0	0
Semestralmente	0	0
Anualmente	5	100
TOTAL	5	100

FUENTE: Encuesta dirigida a Gerentes Propietarios

ELABORACIÓN: Investigadora

GRÁFICO # 8



FUENTE: Cuadro # 8

ELABORACIÓN: Investigadora

INTERPRETACION

En el cuadro número ocho, están tabuladas las respuestas a la interrogante sobre cada que tiempo realiza inversión en mejoramiento de la infraestructura para atraer a las familias de la localidad, 5 (100%) seleccionaron que anualmente.

Cuando hablamos de invertir, ya sea tiempo, dinero o en formar a equipos, debemos siempre pasar antes por una planificación. De hecho cuando hablamos de tiempo, muchas empresarias cometen el error de no planificar porque piensan que así pierden el mismo. Pero precisamente la planificación es la inversión de tiempo necesaria para sacarle más partido y disponer de más horas.

Por supuesto con el dinero, también es imprescindible una planificación previa, para ver en qué lo vamos a invertir y cómo vamos a hacer que produzca. A parte del obligatorio control de ingresos y gastos que nos va a permitir saber en qué se va el dinero y de cuanto disponemos.

9.- ¿Cree usted que la actividad turística familiar hace que las zonas de destino se preocupen por mejorar?

CUADRO # 9

ALTERNATIVA	RESPUESTAS	PORCENTAJE
Si	5	100
No	0	0
TOTAL	5	100

FUENTE: Encuesta dirigida a Gerentes Propietarios

ELABORACIÓN: Investigadoras

GRÁFICO # 9



FUENTE: Cuadro # 9

ELABORACIÓN: Investigadoras

INTERPRETACION

En el noveno cuadro se reflejan los datos obtenidos sobre si ellos creen que la actividad turística familiar hace que las zonas de destino se preocupen por mejorar, los 5 encuestados (100%) seleccionaron la alternativa afirmativa.

10.- ¿Conoce usted cuál es la necesidad prioritaria en la zona de destino?

CUADRO # 10

ALTERNATIVA	RESPUESTAS	PORCENTAJE
Creación de paquetes turísticos en familia	0	0
Promoción de actividades	0	0
Diseñar actividades de participación en familia	5	100
TOTAL	5	100

FUENTE: Encuesta dirigida a Gerentes Propietarios

ELABORACIÓN: Investigadoras

GRÁFICO # 10



FUENTE: Cuadro # 10

ELABORACIÓN: Investigadora

INTERPRETACION

En la interrogante número diez se preguntó sobre cuál es la necesidad prioritaria en la zona de destino, y, los 5 gerentes (100%), indicaron que es Diseñar actividades de participación en familia.

2.4.1.- ENCUESTA APLICADA A LOS USUARIOS

1.- ¿Mediante qué medio conoció usted la zona de destino?

CUADRO # 11

ALTERNATIVA	RESPUESTAS	PORCENTAJE
Radio	12	48
Televisión	4	16
Vallas	1	4
Folletos	2	8
Gigantografías	4	16
Todas las anteriores	2	8
TOTAL	25	100

FUENTE: Encuesta dirigida a Usuarios

ELABORACIÓN: Investigadoras

GRÁFICO # 11



FUENTE: Cuadro # 11

ELABORACIÓN: Investigadoras

INTERPRETACION

En el cuadro número once, se observan las respuestas que se obtuvieron en la pregunta número uno realizada a los usuarios sobre el medio por el cual se conocieron de la zona de destino, 12 (48%) indicaron que por la radio, 4 (16%) por la televisión, otros 4 (16%) manifiestan que lo realizan por la gigantografías, otros 2 (8%) señalaron que lo realizan en base a folletos, 2 más (8%) mediante todos las alternativas indicadas, y 1(4%) por medio de vallas.

2.- ¿Cuántas veces al año ha visitado esta zona de destino por las ofertas en paquetes de turismo para grupos o familias?

CUADRO #12

ALTERNATIVA	RESPUESTAS	PORCENTAJE
DE 1 A 3	12	48
DE 4 A 5	2	8
DE 5 A 7	5	20
DE 8 A 9	2	8
NINGUNA	4	16
TOTAL	25	100

FUENTE: Encuesta dirigida a Usuarios

ELABORACIÓN: Investigadoras

GRÁFICO #12



FUENTE: Cuadro # 12

ELABORACIÓN: Investigadoras

INTERPRETACION

Se indagó a los usuarios sobre cuántas veces al año ha visitado esta zona de destino por las ofertas en paquetes de turismo para grupos o familias, estos datos se observan en el cuadro y gráfico número doce, 12 (48%) nos dan a conocer que de 1 a 3 veces, 5 (20%) han visitado este lugar de 5 a 7 ocasiones, y 4 (16%) señalaron que no la han visitado por este motivo, otros 2 (8%) de 2 a 4 veces, y 2 más (8%) de 8 a 9 veces en este año.

3.- ¿Cree que esta zona de destino esta adecuada para realizar actividades de esparcimiento en familia?

CUADRO # 13

ALTERNATIVA	RESPUESTAS	PORCENTAJE
Si	19	76
No	3	12
A veces	3	12
TOTAL	25	100

FUENTE: Encuesta dirigida a usuarios

ELABORACIÓN: Investigadoras

GRÁFICO # 13



FUENTE: Cuadro # 13

ELABORACIÓN: Investigadoras

INTERPRETACION

En el cuadro número trece se observan tabulados los datos sobre zona de destino esta adecuada para realizar actividades de esparcimiento en familia, 19 (76%) señalaron que si, 3 (12%) que a veces, y los otros 3 (12%) que no.

4.- ¿Será necesario crear un Plan de desarrollo Turístico Local para fomentar el Desarrollo de Turismo Familiar?

CUADRO # 14

ALTERNATIVA	RESPUESTAS	PORCENTAJE
Si	20	80
No	3	12
Tal vez	2	8
TOTAL	25	100

FUENTE: Encuesta dirigida a usuarios

ELABORACIÓN: Investigadoras

GRÁFICO # 14



FUENTE: Cuadro # 14

ELABORACIÓN: Investigadoras

INTERPRETACION

A los usuarios de las diferentes zonas de destino seleccionadas se les pregunto también sobre si será necesario crear un Plan de desarrollo Turístico Local para fomentar el Desarrollo de Turismo Familiar, 20 (80%) indicaron que si, 3 (12%) manifestaron que no y 2 (8%) indicaron que tal vez.

5.- ¿Qué cree usted que sería lo más ideal para que la zona de destino atienda a grupos o familias?

CUADRO # 15

ALTERNATIVA	RESPUESTAS	PORCENTAJE
Ofertas	8	32
Actividades recreativas	17	68
Nada	0	0
TOTAL	25	100

FUENTE: Encuesta dirigida a usuarios

ELABORACIÓN: Investigadoras

GRÁFICO # 15



FUENTE: Cuadro # 15

ELABORACIÓN: Investigadoras

INTERPRETACION

En el cuadro número quince se reflejan las respuestas a la pregunta sobre lo que sería lo más ideal para que la zona de destino atienda a grupos o familias, 17 (68%) indicaron que actividades recreativas, 8(32%) escogieron la alternativa de ofertas.

6.- ¿Usted realiza Turismo en Familia?

CUADRO # 16

ALTERNATIVA	RESPUESTAS	PORCENTAJE
Frecuentemente	10	40
Poco	14	56
Nada	1	4
	25	100

FUENTE: Encuesta dirigida a los usuarios

ELABORACIÓN: Investigadoras

GRÁFICO # 16



FUENTE: Cuadro # 16

ELABORACIÓN: Investigadoras

INTERPRETACION

Se puede observar en el cuadro número dieciséis los datos sobre si realizan turismo en familia, 14 (56%) manifestaron que poco, mientras que 10 (40%) indicaron que frecuentemente y 1 (4%) indico que no realiza turismo en familia.

7.- ¿Cree usted que las estrategias que emplean las zonas de destino son?

CUADRO # 17

ALTERNATIVA	RESPUESTAS	PORCENTAJE
Adecuadas	17	68
Inadecuadas	8	32
TOTAL	25	100

FUENTE: Encuesta dirigida a usuarios

ELABORACIÓN: Investigadora

GRÁFICO # 17



FUENTE: Cuadro # 17

ELABORACIÓN: Investigadoras

INTERPRETACION

Se indagó sobre las estrategias que emplean las zonas de destino, en la interrogante número siete, 17 (68%) escogieron la opción adecuada, mientras que otros 8 (32%) señalaron que las estrategias empleadas son inadecuadas.

8.- ¿Cree usted que el turismo realizado en familia ayuda a contribuir a la unión familiar?

CUADRO # 18

ALTERNATIVA	RESPUESTAS	PORCENTAJE
Si	21	84
No	2	8
Tal vez	2	8
TOTAL	25	100

FUENTE: Encuesta dirigida a usuarios

ELABORACIÓN: Investigadoras

GRÁFICO # 18



FUENTE: Cuadro # 18

ELABORACIÓN: Investigadoras

INTERPRETACION

En cuanto a si el turismo realizado en familia ayuda a contribuir a la unión familiar, 21(84%) indicaron que si, 2 (8%) opinan que tal vez, y 2 (8%) señalo que no.

9.- ¿Conoce usted cuál es la necesidad prioritaria en la zona de destino?

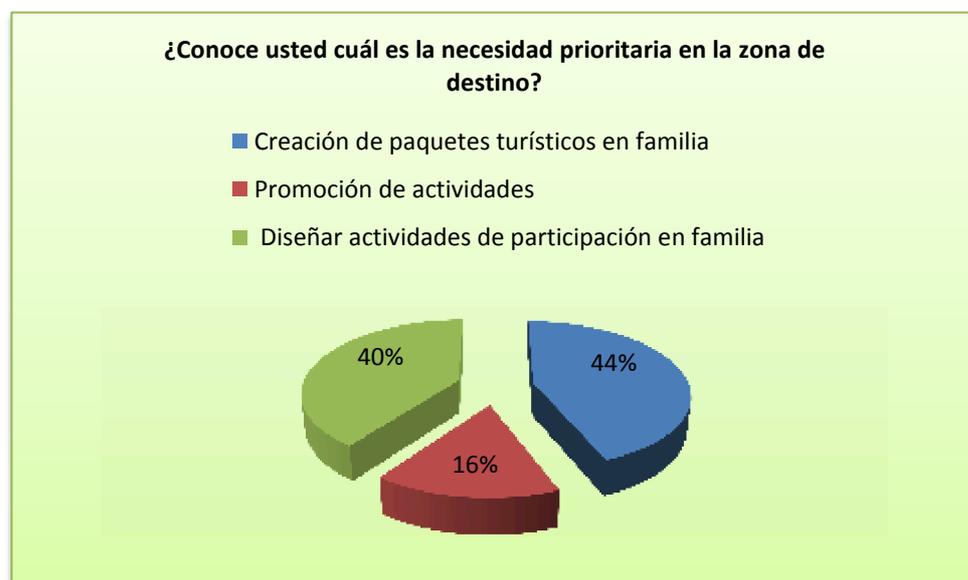
CUADRO # 19

ALTERNATIVA	RESPUESTAS	PORCENTAJE
Creación de paquetes turísticos en familia	11	44
Promoción de actividades	4	16
Diseñar actividades de participación en familia	10	40
TOTAL	25	100

FUENTE: Encuesta dirigida a usuarios

ELABORACIÓN: Investigadoras

GRÁFICO # 19



FUENTE: Cuadro # 19

ELABORACIÓN: Investigadoras

INTERPRETACION

En el décimo noveno cuadro se reflejan los datos obtenidos sobre la necesidad prioritaria en la zona de destino, 11 encuestados (44%) seleccionaron la alternativa de Creación de paquetes turísticos en familia, 10 (40%) Diseñar actividades de participación en familia y 4 (16%) la opción de Promoción de actividades.

10.- ¿Cree usted que las zonas de destino deben sujetarse a un plan de mejora?

CUADRO # 20

ALTERNATIVA	RESPUESTAS	PORCENTAJE
Si	21	84
No	0	0
Tal vez	4	16
TOTAL	25	100

FUENTE: Encuesta dirigida a usuarios

ELABORACIÓN: Investigadoras

GRÁFICO # 20



FUENTE: Cuadro # 20

ELABORACIÓN: Investigadoras

INTERPRETACION

En la interrogante número veinte se preguntó sobre si zonas de destino deben sujetarse a un plan de mejora, 21 usuarios (84%), indicaron que sí, y 4 (16%) seleccionaron la opción tal vez.

FODA

FORTALEZAS

Ubicación geográfica cercana a grandes centros urbanos. Buena accesibilidad terrestre (rutas y transporte).

Ciudad sólida social, económica y financieramente con buen sistema de salud, seguridad y alta calidad de vida.

Posee diversidad económica con una actividad agropecuaria, industrial y turística consolidada.

La ciudad está inserta dentro del principal atractivo, complementándose con un importante patrimonio cultural tangible e intangible.

Infraestructura deportiva construida y natural.

Buena imagen transmisible de la ciudad, sus residentes y sus productos típicos.

Calidad y variedad de la planta turística con una fuerte inversión en el sector.

Destino no masificado.

OPORTUNIDADES

Tendencia del mercado al turismo activo, rural, de salud, bienestar, belleza y gastronómico.

Potencialidad de la ciudad como sede de eventos culturales, deportivos, religiosos.

Se presenta como un destino seguro. No hay extremos sociales altos.

Voluntad de integración entre sectores público y privado y decisión para definir la planificación turística en conjunto.

Destino original dentro de la oferta próxima con una alta calidad de servicios turísticos.

Presencia en los medios de comunicación y turísticos.

Reconocimiento a nivel nacional y mundial de figuras artísticas y deportivas nativas de la ciudad.

DEBILIDADES

Dificultades en la accesibilidad al destino aérea y ferroviaria. Falta de señalización en accesos y ciudad.

Deficiencia o ausencia de infraestructura básica de servicios en determinadas zonas de la ciudad.

Falta de planificación turística y de promoción.

Falta de puesta en valor y conservación de algunos atractivos y capacidad de carga de los mismos.

Falta de áreas protegidas

Falta de concientización, educación y capacitación turística y ambiental.

AMENAZAS

Ausencia de ofertas para realizar Turismo en familia.

Falta de promoción en medios de comunicación.

Inexistencia de señalizaciones que indiquen las ubicaciones de la zona de destino

CAPITULO III

3.1.- PROPUESTA

3.1.1.- DATOS INFORMACION

TEMA

Diseñar una Guía con estrategias para incrementar el turismo familiar y brindar una capacitación a los empleados y gerente propietarios de las zonas de destino.

3.2.- OBJETIVOS

3.2.1.- OBJETIVOS GENERAL

- ✓ Elaborar una guía estratégica para incrementar el turismo familiar y brindar una capacitación a los empleados y gerente propietarios de la zona, en el cantón El Carmen como alternativa de desarrollo socio económico sostenible.

3.2.2.- OBJETIVOS ESPÈCIFICOS

- ✓ Investigar estrategias de promoción turística, mediante la lectura de textos relacionados con la propuesta.
- ✓ Redactar un manual con la información adquirida, e imprimir un manual para cada zona de destino involucrada en la investigación.

- ✓ Inducir a las organizaciones a acercarse a los requerimientos de grupos familiares para procurar su satisfacción; informándoles los beneficios que obtienen las zonas de destino cuando se realiza turismo familiar.

- ✓ Promover la cultura de la mejora continua en la organización a través de la medición de la satisfacción del usuario; mediante la ubicación de un buzón de quejas y sugerencias en cada zona de destino.

- ✓ Promover la importancia del cuidado ambiental y la inclusión de la comunidad local, así como también transmitir el compromiso e importancia de ello a los usuarios de los servicios, mediante la ubicación de gigantografías con frases relacionadas.

3.3.- JUSTIFICACION

A pesar de todos atractivos turísticos que tiene el Cantón El Carmen no es categorizado como unos de los importantes destinos para el turismo al grado que merece.

Las ofertas de turismos de alto nivel de Ecuador muestran abundante biodiversidad y su rica herencia cultural y, colocan al país entre los 20 destinos emergentes más populares de turismo de aventura, con las islas Galápagos ocupando el tercer puesto en el mundo y el primero en Latinoamérica.

Entonces son los esfuerzos de los propietarios que impulsan al turismo familiar en el mercado lo que también demuestran que resultan atractivos los lugares comenzándose a desarrollar una oferta. Sin embargo como en cualquier

negocio, para potenciar al máximo el producto reglas claro y productos favorables.

Hoy en día es evidente la necesidad de efectuar una adecuada planificación si se desea que un determinado espacio, municipio o zona turística pueda llegar a tener un valor importante como producto turístico y, consiguientemente, pueda ser relevante dentro de la economía local de la zona.

En el hecho turístico confluyen muchas y variadas disciplinas y materias, tales como medio ambiente, legislación, urbanismo, ingeniería, factor turístico – hotelero, actividades de ocio, actividades culturales.– deben componer un todo integral que ha de ser correctamente interpretado y evaluado a la hora de definir el modelo de desarrollo turístico que se desea seguir.

De un modo general podemos decir que la oferta turística es el conjunto de productos y/o servicios que atienden a las necesidades y expectativas del mercado turístico a un precio determinado.

La mejora de la calidad de vida de la sociedad en los últimos años ha permitido que la oferta turística se haya ido adaptando a las nuevas demandas y haya sido ampliada según la necesidad del mercado. Aquí juega un importante papel la oferta turística deportiva que ha ido creciendo gracias a valores tales como la salud, la estética, nuevas formas de vida, el equilibrio, desarrollo físico y personal, recreo y ocio...

Debido a los constantes cambios de necesidades y motivaciones de la demanda turística pueden ir surgiendo nuevos tipos de oferta que ahora no lo

son, por ello las empresas turísticas que ofrecen estos productos y servicios deben estar pendientes a las nuevas necesidades de mercado.

La actual situación del mercado, donde la necesidad de obtener productos altamente competitivos es clave para la pervivencia económica de los mismos, impone la necesidad de desarrollar los productos turísticos.

No obstante, las demandas de los turistas se están abriendo a nuevos horizontes y, por tanto, se están creando nuevos destinos y productos. De este modo, la oferta cultural y una exigencia cada vez mayor de calidad son las tónicas por las que parece que pasa el futuro del turismo familiar

El turismo familiar es el nuevo paradigma que busca la rentabilidad sustentable de la actividad turística a largo plazo, es decir, pretende no sólo aumentar sino también mantener la capacidad de obtener beneficios a lo largo del tiempo.

Se ha predominado hasta el momento: maximizar los beneficios a corto plazo, sin tener en cuenta los impactos negativos (económicos, sociales, medioambientales) de la actividad turística en el entorno. La ventaja comparativa ya no garantiza el mantenimiento de la diferenciación del destino.

El sector público tiene un papel importante en este proceso, tanto por la capacidad que tiene a la hora de coordinar el mercado, como por su función en la provisión de bienes públicos que, son una parte substancial de la experiencia turística.

3.4.- ANTECEDENTES DE PROPUESTA

En el cantón El Carmen de la provincia de Manabí no existen trabajos previos a esta investigación, relacionados con las zonas de destino, ya que esta es la primera promoción de estudio en el campo en el cantón El Carmen. Esta labor es el punto de partida para futuros trabajos y es un aporte cognoscitivo para todos los individuos y organizaciones que estén relacionados con el área de Turismo.

3.5.- ESTRUCTURA DE LA PROPUESTA

Toda la información obtenida a través de la aplicación del instrumento de recolección de datos fue procesada con la intención de proporcionarle a Los lugares una propuesta de mejoras.

Se estructura la propuesta basada en las condiciones actuales de la organización y obteniendo las referencias necesarias para un mejor. De esta manera la propuesta está fundamentada en recomendaciones, para los puntos críticos detectados en función de los resultados obtenidos, correspondientes a distintas áreas de atractivos.

Partiendo de los propietarios, de cada establecimiento, se dice entonces que el sistema propuesto a cada lugar, está basado en subsistemas dirigidos a las actividades del área.

3.6.- DISEÑO DE INVESTIGACIÓN

El estudio se fundamenta en una investigación de campo, ya que los datos se recogieron de manera de encuesta. Ya que los datos fueron recabados con

distintas técnicas en el mismo atractivo turístico donde se desarrolló la investigación.

3.7.- POBLACIÓN Y MUESTRA

A los efectos de alcanzar los objetivos de la presente investigación, la población correspondiente a este estudio está conformada por la totalidad de las personas que integran el área en estudio, la cual asciende a un número de 25 personas encuestadas.

3.8.- METODOLOGIA Y ACTORES CLAVE

Para la elaboración y Diseño de una Guía con estrategias para incrementar el turismo familiar se considera las opiniones de los habitantes del Cantón como beneficiarios directos e indirectos y personas que de una y otras están involucrados en el turismo.

Es importante mencionar que, como parte de la metodología se encuentra la recopilación de información a través de fuentes primarias en este caso encuestas.

DISEÑAR UNA GUÍA CON ESTRATEGIAS PARA INCREMENTAR EL TURISMO FAMILIAR Y BRINDAR UNA CAPACITACIÓN A LOS EMPLEADOS Y GERENTE PROPIETARIOS DE LAS ZONAS DE DESTINO.

PRESENTACION

Ecuador es un país con una vasta riqueza natural y cultural la diversidad de sus cuatro regiones ha dado lugar a cientos de miles de especies de flora y fauna.

El turismo es actualmente y culturales más importantes con las que pueden contar el país o una región. Entendemos por turismo a todas aquellas actividades que tengan que ver como conocer o disfrutar de regiones o espacios en los que uno no vive de manera permanente. El turismo puede presentarse muchas variantes ya que hay diferentes tipos de turismo: turismo cultural, turismo de jóvenes, de familias, de terceras edad, de parejas, de amigos, etc.

Independientemente de las posibles variantes que haya de turismo, la importancia de esta actividad reside en dos pilares principales. El primero es aquel que tiene que ver con el movimiento y la reactivación económica que genera en la región específica en la que se realiza. Por otro lado, el turismo tiene otro pilar que podemos denominar sociocultural. Aquí la importancia del turismo residirá en el hecho de que a través suyo que el ser humano puede conocer de cerca y en vivo la cultura, otras sociedades, otras formas de vivir y otros ambientes geográficos.

El desarrollo del diseño de una Guía con estrategias para incrementar el turismo familiar además se contó con el apoyo de la participación de los gerentes y usuarios de cada lugar. Así el documento que se presente a continuación contiene un diagnóstico general sobre una capacitación a los empleados y gerente propietarios de las zonas de destino.

FASE DE DIGNOSTICOS

- ✓ Recopilación y revisión de información relevante para realizar el diagnostico.
- ✓ Visita a cada lugar turístico para conocer la actividad turística y de su área de influencia. Como resultado de esta visita de campo generamos la siguientes información:
 - Información sobre la potencialidad turística.
 - Ubicación sobre cada lugar turístico
- ✓ Taller FODA

3.9.- CONCLUSIONES

- Se logró establecer mediante encuesta a los propietarios de cada atractivo, la creación diseño de una Guía con estrategias para incrementar el turismo familiar.
- Se estableció encuesta a cada usuario que visitaba el atractivo.
- Es importante diseño de una Guía con estrategias para incrementar el turismo familiar, para mayor flujo turístico regional y más alternativas de fuentes de trabajo.

4.0.- PRESUPUESTO:

- \$400.00

Detalle	Valor	Responsable
Impresión de Manuales	\$150.00	Alexis-Silvia
Gigantografías	\$100.00	Alexis-Silvia
Diario de actividades	\$ 80.00	Alexis-Silvia
Refrigerios	\$ 70.00	Alexis-Silvia
Transporte		Gobierno Municipal
Transporte		ULEAM

4.1.- CRONOGRAMA:

- Octubre
- Noviembre

Actividad	Fecha	Responsable
Impresión de Manuales	02/10/2013	Alexis-Silvia
Gigantografías	03/10/2013	Alexis-Silvia
Diario de actividades	04/10/2013	Alexis-Silvia
Alquiler del Local (San Felipe)	05/10/2013	Alexis-Silvia
Visita al Municipio	15/10/2013	Gobierno Municipal Alexis-Silvia
Visita a la ULEAM	16/10/2013	ULEAM Alexis-Silvia
Entrega de Invitaciones a los Gerentes de las Zonas de destino	22/10/2013	Alexis-Silvia
Entrega de Invitaciones a los Empleados de las Zonas de destino	23/10/2013	Alexis-Silvia
Concentración en el Parque Central	06/11/2013	Municipio Alexis-Silvia
Transportación	06/11/2013	Municipio
Capacitación	06/11/2013	Alexis-Silvia
Entrega de Guía con Estrategias	06/11/2013	Alexis-Silvia

a los gerentes propietarios		
Refrigerios	06/11/2013	Alexis-Silvia
Entrega de Gigantografías	06/11/2013	Alexis-Silvia
Entrega de Diarios	06/11/2013	Alexis-Silvia
Transportación	06/11/2013	ULEAM

Beneficiarios:

- Gerentes propietarios de las zonas de destino
- Empleados de las zonas de destino
- Investigadoras

Lugar de Capacitación:

San Felipe

Contenido de la Capacitación:

- ¿Qué debe tener en cuenta la zona de destino?
- Infraestructura y Atención
- ¿A quiénes compete la calidad del destino turístico?
- Ofrecer calidad
- Ofertas
- Promociones
- Estrategias competitivas.

CAPITULO IV

4.1.- EVALUACION DE LOS RESULTADOS

Luego de haber hecho el análisis de las encuestas podemos interpretar que el : que los propietarios de cada atractivo turístico creen que si es necesario crear un plan de desarrollo turístico local para fomentar el turismo familiar, reflejado en el cuadro con las respuestas seleccionadas por los encuestados, cinco (100%) de ellos indicaron si es necesario. Que así aumentará la asistencia de turistas a su zona.

En relación a la pregunta cada que tiempo realiza inversión en mejoramiento de la infraestructura para atraer a las familias de la localidad el 100% seleccionaron anualmente.

Por supuesto con el dinero, también es imprescindible una planificación previa, para ver en qué lo vamos a invertir y cómo vamos a hacer que produzca. A parte del obligatorio control de ingresos y gastos que nos va a permitir saber en qué se va el dinero y de cuanto disponemos.

En cuanto a la consulta: será necesario crear un plan de desarrollo turístico local para fomentar el desarrollo de turismo familiar, el (80%) indicaron que si, el (12%) manifestaron que no y (8%) indicaron que tal vez.

En una de las alternativas los encuestados nos dieron a conocer, los datos obtenidos sobre la necesidad prioritaria en la zona de destino, los encuestados (44%) seleccionaron la alternativa de Creación de paquetes turísticos en familia, (40%) Diseñar actividades de participación en familia y (16%) la opción de Promoción de actividades.

Y así dar a conocer a la población en general las bondades de nuestras tierras.

4.2.- VERIFICACION DE LA HIPOTESIS

Basado en este estudio, se evidencia que en la hipótesis original que si es necesario crear un plan de desarrollo turístico local para fomentar el turismo familiar.puesto que se propenderá el desarrollo turístico del cantón.

Queda confirmada la hipótesis que por existiendo los suficientes atractivos turísticos perfectamente se puede crear un plan de desarrollo turístico local en el cantón.

CONCLUSIONES

- El turismo familiar crea hábitos de consumo, es decir que cada familia o individuo destine parte de su ingreso para la actividad turística como parte fundamental de su desarrollo personal.
- El turismo familiar es un tipo de turismo en el cual el alojamiento, las comidas, las actividades de ocio y los precios están especialmente adaptados para satisfacer las necesidades y comodidad de las familias con niños.
- Integra las comunidades locales a las actividades turísticas
- Disfrutar en familia estimula la comprensión de los impactos del turismo sobre los recursos naturales y culturales
- Genera empleo local, tanto directo como indirecto (por cada directo produce tres indirectos)
- Estimula el desarrollo de las empresas turísticas (agencia de viajes, transporte, alojamiento, alimentos y bebidas, recreativas y complementarias), así como también a las suplidoras (ganadería, agricultura, comunicaciones, agro industrias.)

RECOMENDACIONES

- Las imágenes y mensajes tienen que ser atractivos, positivos y precisos, que capturen la atención de toda la familia.
- Es necesario crear y dirigir mensajes de promoción directos durante y después de la visita, como por ejemplo mensajes dirigidos a las escuelas, a las guarderías, así como a través de boletines y correo.
- El mercado familiar puede que esté más preocupado por los precios pero, cada vez muestra más interés por los servicios ofertados. Es importante tener en cuenta las diferentes posibilidades que ofrecen las distintas modalidades de alojamiento buscadas por las familias.
- Es necesario ofrecer los suficientes puntos de interés turístico para captar la atención de los visitantes. Se hace especial hincapié en mejorar las atracciones para niños. Las granjas abiertas son muy populares y muchas zonas se esfuerzan en crear programas de actos dirigidos a las familias.
- Es mejor no ser demasiado sofisticados a la hora de crear atracciones y actos. Es importante garantizar unos accesos seguros. Las instalaciones deportivas y de ocio, utilizadas por la población local y los visitantes, también juegan un papel importante ya que ofrecen la posibilidad de disfrutar de la naturaleza, de los animales de granja y de los itinerarios y picnics.

El turismo familiar tiene que basarse en una oferta múltiple, para que los padres y los niños puedan elegir actividades, que pueden desarrollarse a través de los recursos locales.

- Es necesario un buen nivel de cooperación e integración entre los sectores, entre los residentes, entre los suministradores de alojamiento y entre el personal.
- La gestión tiene que ser profesional y estar bien organizada.
- Para garantizar un alto nivel de calidad, la formación es fundamenta

BIBLIOGRAFIA

La investigación social del turismo preceptiva y aplicaciones.

Jesus Guitierrez Brito. Universidad LAICA Eloy Alfaro de Manabi- Manta.

Lexus Editores Turismo y Hoteleria y Restaurant. Universidad Eloy Alfaro de Manabi- Manta.

Administracion del Turismo ,Conceptualizacion y Organización, Miguel Angel Acereza. Vol.1 Trillas.

Organización y Administracion de Turismo Donald E. Lundberg, ph. Centrum

<http://es.m.wiki.pediq.org/wiki/turismo-en-ecuador>

www.manda.gob.ec/turismo-manabi/manabi-cultura-montana-mar

buen vivir sumak kawsay

ley de turismo

reglamentos del turismo

libro Lexus hotelería y turismo evolución y situacion actual del turismo.

manuel de la economía

libro de Manuel Jesús Sánchez Casimiro- Soriquer, Carmen Ruano Pavón

Diseño de productos y servicios turísticos locales. HOTI0108

lexus hotelería y turismo

[https://aulas vituales.wordpress.com/oferta](https://aulasvituales.wordpress.com/oferta). Turística-y-demanda fuente:

Jiménez G. Luis Fernando, apuntes de la catedra sobre teoría turística

ANEXOS

ENCUESTA



Universidad Laica Eloy Alfaro De Manabí

Encuesta Dirigida A Propietarios de las Diferentes Zonas de Destino

El Turismo Familiar, es una actividad de finalidades recreativas y culturales, que desarrollan los individuos de manera conjunta.

Objetivo: Identificar la demanda de creación de paquetes turísticos familiares en el cantón El Carmen, como alternativa de desarrollo socio económico sostenible.

Se solicita a usted que por favor responda la siguiente encuesta que servirá para recopilar información para la tesis previa la obtención del título en Licenciadas en Administración Hotelera y Turística, por lo cual se pide su colaboración, ya que sus opiniones son importantes para el desarrollo del presente trabajo investigativo.

La información que usted proporcione tiene el carácter confidencial y es anónimo.

Marque una sola opción:

1.- ¿Qué medios publicitarios utiliza para promocionar su zona de destino?

- a) Radio ()
- b) Televisión ()
- c) Vallas ()
- d) Folletos ()

- e) Gigantografías ()
- f) Todas las anteriores ()

2.- ¿Cuál de las siguientes estrategias a utilizado para promocionar su zona de destino?

- a) Buscar ayuda con un profesional en el área de Turismo ()
- b) Buscar ayuda con un profesional en el área de Marketing ()
- c) Realizar visitas a instituciones para proponer descuentos ()
- d) Crear una cuenta en internet con imágenes, videos o atractivos. ()
- e) Nada ()

3.- ¿Cuántas veces al año ha diseñado ofertas en paquetes de turismo para grupos o familias?

- a) 1-3 ()
- b) 4-5 ()
- c) 5-7 ()
- d) 8-9 ()
- e) Ninguna ()

4.- ¿De qué manera crea las ofertas de paquetes turístico familiar?

- a) Asesoramiento ()
- b) Disponibilidad ()
- c) No había otra opción ()
- d) No realizo ofertas ()

5.- ¿Será necesario crear un Plan de desarrollo Turístico Local para fomentar el Desarrollo de Turismo Familiar?

e) Si ()

f) No ()

g) Tal vez ()

6.- ¿Cree usted que la Oferta de paquetes turísticos aumentará la asistencia de turistas a su zona de destino?

a) Siempre ()

b) Frecuentemente ()

c) A veces ()

d) Nunca ()

7.- ¿La llegada de grupos familiares en su establecimiento se da?

a) Mucho ()

b) Poco ()

c) Nada ()

8.- ¿Cada que tiempo realiza inversión en mejoramiento de la infraestructura para atraer a las familias de la localidad?

a) Mensualmente ()

b) Trimestralmente ()

c) Semestralmente ()

d) Anualmente ()

9.- ¿Cree usted que la actividad turística familiar hace que las zonas de destino se preocupen por mejorar?

a) Si ()

b) No ()

c) Tal vez ()

10.- ¿Conoce usted cuál es la necesidad prioritaria en la zona de destino?

a) Creación de paquetes turístico en familia

b) Promoción de actividades

c) Diseñar actividades de participación en familia

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN!



Universidad Laica Eloy Alfaro De Manabí

Encuesta Dirigida a los usuarios de las Diferentes Zonas de Destino

Objetivo: Identificar las ofertas de paquetes turísticos familiares en el cantón El Carmen, como alternativa de desarrollo socio económico sostenible.

Se solicita a usted que por favor responda la siguiente encuesta que servirá para recopilar información para la tesis previa la obtención del título en Licenciadas en Administración Hotelera y Turística, por lo cual se pide su colaboración, ya que sus opiniones son importantes para el desarrollo del presente trabajo investigativo.

La información que usted proporcione tiene el carácter confidencial y es anónimo.

Marque una sola opción:

1.- ¿Mediante qué medio conoció usted la zona de destino?

- g) Radio ()
- h) Televisión ()
- i) Vallas ()
- j) Folletos ()
- k) Gigantografías ()
- l) Todas las anteriores ()

2.- ¿Cuántas veces al año ha visitado esta zona de destino por las ofertas en paquetes de turismo para grupos o familias?

- f) 1-3 ()
- g) 4-5 ()
- h) 5-7 ()
- i) 8-9 ()
- j) Ninguna ()

3.- ¿Cree que esta zona de destino esta adecuada para realizar actividades de esparcimiento en familia?

- h) Si ()
- i) No ()
- j) A veces()

4.- ¿Será necesario crear un Plan de desarrollo Turístico Local para fomentar el Desarrollo de Turismo Familiar?

- a) Si ()
- b) No ()
- c) Tal vez ()

5.- ¿Qué cree usted que sería lo más ideal para que la zona de destino atienda a grupos o familias?

- e) Ofertas ()
- f) Actividades recreativas ()
- g) Nada ()

6.- ¿Usted realiza Turismo en Familia?

- d) Frecuentemente ()

e) Poco ()

f) Nada ()

7.- ¿Cree usted que las estrategias que emplean las zonas de destino son?

e) Adecuadas ()

f) Inadecuadas()

8.- ¿Cree usted que el turismo realizado en familia ayuda a contribuir a la unión familiar?

d) Si ()

e) No ()

f) Tal vez ()

9.- ¿Conoce usted cuál es la necesidad prioritaria en la zona de destino?

d) Creación de paquetes turístico en familia

e) Promoción de actividades

f) Diseñar actividades de participación en familia

10.- ¿Cree usted que las zonas de destino deben sujetarse a un plan de mejora?

a) Si ()

b) No ()

c) Tal vez ()

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN!