



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES

**CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y
HOTELERAS**

TEMA:

**Propuesta de caracterización del visitante del Área Nacional de Recreación
Playas Villamil, para determinar el nivel de satisfacción respecto a la oferta de
servicios presentes en la zona**

AUTOR (ES):

Ruiz Blacio, Samantha Nicole

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

TUTOR:

Lcda. Mariela Ercilia Pinos Guerra, Mgs.

Guayaquil, Ecuador

Guayaquil, a los 17 días del mes de septiembre del año 2018



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

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

CERTIFICACIÓN

Certificamos que el presente trabajo de titulación, fue realizado en su totalidad por Ruiz Blacio, Samantha Nicole como requerimiento para la obtención del título de Ingeniero/a en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras

TUTOR (A)

Lcda. Mariela Ercilia Pinos Guerra, Mgs.

DIRECTOR DE LA CARRERA

Ing. María Belén Salazar Raymond

Guayaquil, a los 17 días del mes de septiembre del año 2018



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

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

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Yo, RUIZ BLACIO, SAMANTHA NICOLE

DECLARO QUE:

El Trabajo de Titulación, **Propuesta de caracterización del visitante del Área Nacional de Recreación Playas Villamil, para determinar el nivel de satisfacción respecto a la oferta de servicios presentes en la zona**, previo a la obtención del título de Ingeniero/a en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras, ha sido desarrollado respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan en el documento, cuyas fuentes se incorporan en las referencias o bibliografías. Consecuentemente este trabajo es de mi total autoría.

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

Guayaquil, a los 17 días del mes de septiembre del año 2018

LA AUTORA

Ruiz Blacio, Samantha Nicole



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

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

AUTORIZACIÓN

Yo, RUIZ BLACIO, SAMANTHA NICOLE

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil a la **publicación** en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación, **Propuesta de caracterización del visitante del Área Nacional de Recreación Playas Villamil, para determinar el nivel de satisfacción respecto a la oferta de servicios presentes en la zona**, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

Guayaquil, a los 17 días del mes de septiembre del año 2018

LA AUTORA:

Ruiz Blacio, Samantha Nicole



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES

**CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y
HOTELERAS**

Certificación Antiplagio

Certifico que después de revisar el documento final del trabajo de titulación denominado **Propuesta de caracterización del visitante del Área Nacional de Recreación Playas Villamil, para determinar el nivel de satisfacción respecto a la oferta de servicios presentes en la zona**, presentado por la estudiante Ruiz Blacio Samantha Nicole, fue enviado al Sistema Antiplagio URKUND, presentando un porcentaje de similitud correspondiente al (1%), por lo que se aprueba el trabajo para que continúe con el proceso de titulación.

URKUND

Documento	TT Ruiz Blacio Samantha Nicole.docx (D40883029)
Presentado	2018-08-20 09:36 (-05:00)
Presentado por	marielpinosg@hotmail.com
Recibido	mariela.pinos.ucsg@analysis.urkund.com
Mensaje	tesis Mostrar el mensaje completo

1% de estas 30 páginas, se componen de texto presente en 5 fuentes.

Lcda. Mariela Ercilia Pinos Guerra, Mgs.

TUTOR

Agradecimiento

A mi madre, por el apoyo incondicional que me ha brindado a lo largo de este camino, y por ser mi mayor ejemplo a seguir.

A mi familia, la cual me ha apoyado en este largo camino.

A Dios, por todas las bendiciones dadas en mi vida

Y por último, pero no menos importante a mis amigas, que siempre han estado para mí cuando lo he necesitado.

Samantha Nicole Ruiz Blacio

Dedicatoria

Esta tesis se la dedico a mi madre, el pilar de mi vida, ya que durante todos estos años de estudio siempre me apoyo incondicionalmente, gracias a sus esfuerzos y sacrificios pude hacer este sueño realidad.

Samantha Nicole Ruiz Blacio



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

TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN

Ing. María Belén Salazar Raymond, Mgs.

DECANO O DIRECTOR DE CARRERA

Lcda. Karla Ramírez Iñiguez, Mgs.

COORDINADOR DEL ÁREA O DOCENTE DE LA CARRERA

Lcda. Grace Mogollón Claudett, Mgs.

OPONENTE



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES

**CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y
HOTELERAS**

Calificación

APELLIDOS Y NOMBRES	NOTA FINAL DEL TUTOR
Ruiz Blacio Samantha Nicole	

Lcda. Mariela Ercilia Pinos Guerra, Mgs.

TUTOR

Índice General

Introducción	1
Antecedentes.....	2
Justificación	3
Planteamiento del problema.....	4
Objetivos	4
Objetivo General	5
Objetivos Específicos	5
Capítulo 1: Fundamentación teórica.....	6
Marco Teórico	6
Marco Conceptual	8
Marco Legal	10
Marco Referencial	14
Capítulo 2: Perfil del turista.....	20
Metodología de Investigación	20
Resultados de la encuesta sobre el perfil del visitante que llega al cantón Playas	23
Capítulo 3: Niveles actuales de satisfacción de los turistas	30
Capítulo 4: Plan de Mejora	43
Introducción.....	43
Justificación.....	44
Objetivos del Proyecto	45
Beneficiarios Directos e Indirectos del Proyecto	45
Líneas de Productos Turísticos.....	45
Análisis FODA	45
Articulación del Plan de Políticas del Desarrollo Nacional	46
Problemas detectados en la salida de campo	47
Necesidades de intervención del Plan de Mejoras	47
Propuesta de Equipamiento Turístico y Desarrollo de capacidades de talento humano ..	48
Proyectos de Implementación	50
Costo Total de los Proyectos de Implementación.....	58
Conclusiones.....	59
Recomendaciones.....	60
Referencias Bibliográficas.....	61

Índice de Figuras

Figura 1. Niveles de satisfacción del cliente	6
Figura 2. Pirámide de Maslow	8
Figura 3. Preferencia de visita a atractivos turísticos nacionales.	13
Figura 4. Género de visitantes del cantón Playas	23
Figura 5. Edad de los visitantes del cantón Playas.....	24
Figura 6. Estado civil de los visitantes del cantón Playas	24
Figura 7. Lugar de residencia de los visitantes del cantón Playas	25
Figura 8. Nivel de educación de los visitantes del cantón Playas	25
Figura 9. Modo de viajar de los visitantes del cantón Playas.....	26
Figura 10. Motivo de viaje de los visitantes del cantón Playas	26
Figura 11. Han visitado anteriormente el cantón Playas	27
Figura 12. Motivos por los cuales los visitantes volvieron al destino	27
Figura 13. Visitantes que volverían a visitar el destino.....	28
Figura 14. Grado de satisfacción de la estancia donde se hospedaron los turistas	31
Figura 15. Grado de satisfacción de la limpieza donde se hospedaron los turistas	31
Figura 16. Grado de satisfacción de la atención del personal donde se hospedaron los turistas.....	32
Figura 17. Grado de satisfacción de la facilidad con la que los turistas encontraron hospedaje	32
Figura 18. Grado de satisfacción del precio que pagaron por el servicio de hospedaje.....	33
Figura 19. Grado de satisfacción de la experiencia del consumo de alimentos	33
Figura 20. Grado de satisfacción de la experiencia del consumo de bebidas	34
Figura 21. Grado de satisfacción de la calidad de los alimentos consumidos.....	34
Figura 22. Grado de satisfacción de la calidad de las bebidas consumidos	35
Figura 23. Grado de satisfacción de la atención del personal de alimentos y bebidas.....	35
Figura 24. Grado de satisfacción de la limpieza de los establecimientos de alimentos y bebidas	36
Figura 25. Grado de satisfacción del precio a pagar por el servicio de alimentos y bebidas	36
Figura 26. Grado de satisfacción de la atención recibida por los carperos de Playas.....	37
Figura 27. Grado de satisfacción de la atención recibida por los vendedores ambulantes de Playas	37
Figura 28. Grado de satisfacción del precio pagado por el servicio de los carperos	38
Figura 29. Grado de satisfacción del precio pagado por los servicios de los vendedores ambulantes	38
Figura 30. Grado de satisfacción de la calidad del transporte local	39
Figura 31. Grado de satisfacción de la atención dada por el personal del transporte local	39
Figura 32. Grado de satisfacción de la disponibilidad del transporte local.....	40
Figura 33. Grado de satisfacción del precio pagado por el servicio del transporte local.....	40
Figura 34. Grado de satisfacción de la disponibilidad de estacionamiento	41
Figura 35. Grado de satisfacción del precio pagado por el servicio de estacionamiento	41

Índice de Tablas

Tabla 1. Factores Internos del FODA.....	46
Tabla 2. Factores Externos del FODA	46
Tabla 3. Necesidades de intervención del Plan de Mejoras	48
Tabla 4. Desarrollo de capacidades de talento humano	48
Tabla 5. Equipamiento Turístico	49
Tabla 6. Proyecto de capacitación en Servicio al Cliente	50
Tabla 7. Proyecto de capacitación en Seguridad Alimentaria	51
Tabla 8. Proyecto de capacitación en Historia y Patrimonio Cultural.....	52
Tabla 9. Proyecto de Organización y Sectorización de la playa	53
Tabla 10. Proyecto de Recolección de basura en la playa.....	53
Tabla 11. Proyecto de control y certificación a los establecimientos prestadores de servicios	54
Tabla 12. Proyecto de control y certificación a los establecimientos prestadores de servicios	55
Tabla 13. Proyecto de fomento a la certificación de prestadores de servicio de alojamiento	56
Tabla 14. Proyecto de Organización y control a las actividades realizadas en la Playa	57
Tabla 15. Total de Presupuesto General de Proyectos	58

Índice de Apéndices

Apéndice 1. Encuesta para caracterizar el perfil del turista.....	64
Apéndice 2. Encuesta para determinar el nivel de satisfacción de los turistas.....	65
Apéndice 3. Formulario de aplicación para certificados de calidad en establecimientos de alimentos y bebidas	68

Resumen

El cantón General Villamil Playas se encuentra ubicado a 93km de Guayaquil, debido a su cercanía y extensa playa es uno de los destinos de sol y playa más popular para los guayaquileños, lo cual se pudo constatar en la investigación de campo realizada. Los habitantes del cantón consideran su clima como el segundo mejor del mundo; la principal actividad económica del cantón es la pesca, sin embargo, muchos se dedican a la actividad turística como actividad complementaria para sus ingresos económicos.

Debido a la popularidad del destino se consideró importante realizar un estudio para analizar la situación actual de la actividad turística, además de caracterizar el perfil del visitante que llega al destino. Como resultado de la investigación se detectó que muchos visitantes se conforman con la atención brindada en el destino, no obstante, los habitantes de la comunidad concuerdan en que se debe realizar una mejora en aspectos como infraestructura, servicio al cliente, entre otros.

A su vez se realizó un análisis de las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas del destino, donde se pudo visualizar los puntos fuertes y débiles del cantón; como último punto, en base a toda la información recaba se diseñó un Plan de Mejora en el cual constan proyectos que ayudaran a mejorar la experiencia turística de los turistas, y a su vez favorecerán a los habitantes de Playas.

Palabras Clave: Turismo de sol y playa, Plan de Mejora, Cantón General Villamil Playas, Perfil del Turista.

Abstract

General Villamil Playas canton is located 93km from Guayaquil, due to its proximity and extensive beach it is one of the most popular beach destinations for Guayaquil population, which was found in the field research conducted. The inhabitants of the canton consider the climate as the second best in the world; the main economic activity of the canton is fishing, however, many are engaged in tourism as a complementary activity for their income.

Due to the popularity of the destination, it was considered important to carry out a study to analyze the current situation of the tourist activity, as well as to characterize the profile of the visitor arriving at the destination. As a result of the investigation it was detected that many visitors are satisfied with the attention provided in the destination, however, the inhabitants of the community agree that an improvement should be made in aspects such as infrastructure, customer service, among others.

At the same time, an analysis was made of the strengths, opportunities, weaknesses and threats of the destination, where the strengths and weaknesses of the canton could be visualized; As a last point, based on all the information gathered, an Improvement Plan was designed in which projects that help to improve the tourist experience of tourists, and in turn favor the inhabitants of Playas.

Key words: Sun and beach tourism, Improvement Plan, General Villamil Playas canton, Profile of the Tourist.

Introducción

El cantón General Villamil Playas se encuentra ubicado a 93km de Guayaquil, y es uno de los destinos de sol y playa más populares de los habitantes de la Provincia del Guayas; la principal actividad económica a la que se dedican los comuneros de este destino es la pesca, sin embargo, muchos realizan actividades turísticas de manera complementaria.

El objetivo del presente trabajo es diseñar un Plan de Mejora en el cual se desarrollen proyectos que ayuden a mejorar la experiencia turística del destino; la metodología aplicada en el presente estudio fue el contacto directo con turistas y habitantes del cantón, por lo cual se realizaron encuestas a los visitantes del destino, y entrevistas a los habitantes, para de este modo tener una visión más clara de la situación actual del turismo en Playas.

Las encuestas realizadas tuvieron como objetivo obtener información acerca del perfil del visitante, y el grado de satisfacción de estos con respecto a los servicios recibidos en el destino; en cuanto a los habitantes, con las entrevistas se buscó recabar información acerca de la actividad turística actual, y lo que ellos consideran que se debe mejorar, entre estas entrevistas, se realizó una al Director de Turismo Municipal para saber datos relevantes sobre la situación actualidad.

En base a la información obtenida, se realizó un FODA, y posterior a esto se procedió a diseñar el Plan de Mejora antes mencionado, en el cual se incluyeron proyectos para mejorar la atención al cliente, así mismo, proyectos que beneficien a los prestadores de servicios. Es por esto que se recomienda que el GAD Municipal de Playas ponga en desarrollo el plan propuesto, ya que se encuentra enfocado en estrategias que ayuden a la actividad turística del destino.

Antecedentes

El cantón General Villamil Playas se encuentra ubicado a 93km de Guayaquil, con una temperatura promedio de 24°C, conocido como el segundo mejor clima del mundo según el GAD Municipal de Playas (s.f), y además es poseedora de una extensa playa. Según las proyecciones del INEC 2010-2014, el Cantón Playas, cuenta con 49.311 habitantes aproximadamente; que indica que el 80% de los habitantes pertenece al sector urbano y el 20% al sector rural. Playas posee un importante patrimonio de áreas naturales del Ecuador, abarca sus 14 km de playas lineales de playa protegida, bajo la categoría de Área Nacional de Recreación Playas de Villamil, por declaración del Ministerio del Ambiente del Ecuador.

Según la Dirección Provincial Guayas (2017) tanto la pesca como el turismo se han constituido como la fuente más importante de ingresos para los habitantes de este cantón, sin embargo, el cantón carece de infraestructura, lo cual impide el completo desarrollo del sector turístico del balneario; es por esto, que actualmente se está desarrollando en el cantón un plan de desarrollo con el objetivo de incrementar la demanda turística en la zona.

Cabe destacar, que el cantón Playas es el único balneario de la provincia del Guayas, por lo que la inversión en cuanto a infraestructura y demás servicios es importante, ya que ayudaría a que el turismo en la provincia obtenga un incremento d demanda.

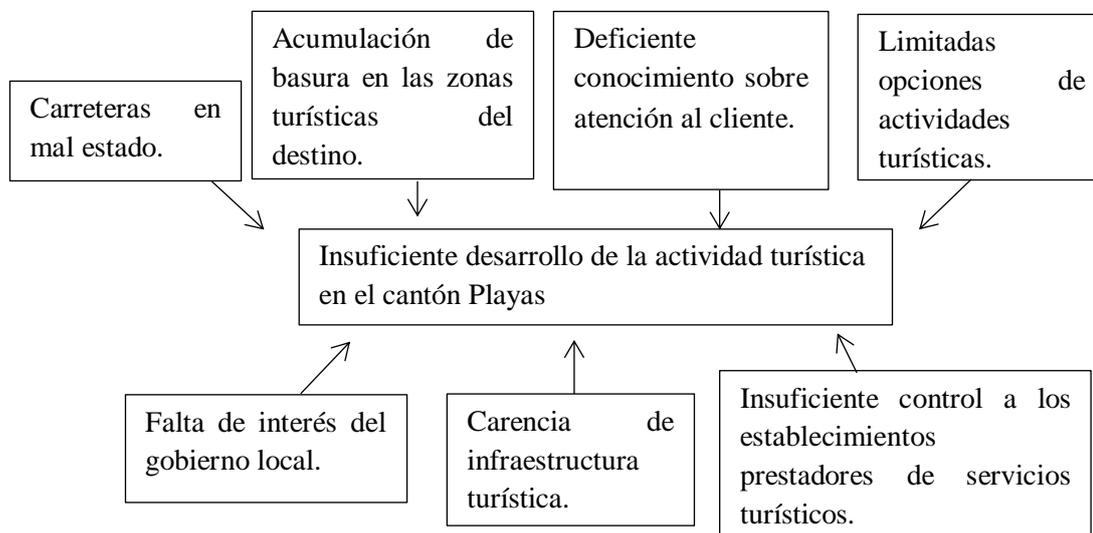
Justificación

“El Sector Turismo forma parte del sector terciario de la economía, es decir se enfoca a la prestación de servicios, para conocer la calidad de su prestación se basa en el estudio de la satisfacción de los usuarios (consumidores) de dicho servicio. Para ello es necesario identificar en primera instancia quiénes son los usuarios del servicio” (SECTUR; CESTUR, 2012, pág. 5)

La presente investigación se encuentra enfocada en estudiar la satisfacción del turista nacional y extranjero que visita el cantón Playas, al mismo tiempo, se enfoca en caracterizar el perfil de dicho visitante.

Conocer el perfil del turista que visita Playas es de gran utilidad ya que esto facilita y provee información necesaria para poder desarrollar productos que satisfagan sus necesidades, del mismo modo, el conocer el grado de satisfacción de estos turistas ayuda a obtener información relevante sobre los problemas que puedan existir en la prestación de los servicios ofertados en el destino, es así entonces, que el obtener toda esta información favorece la formulación de estrategias que puedan mejorar la oferta turística en el destino y así potencializar la llegada de los turistas, y al mismo tiempo, diseñar adecuaciones encaminadas a mejorar la experiencia en el destino.

Planteamiento del problema



Para el presente trabajo se plantea que en Playas hay un insuficiente desarrollo de la actividad turística debido a varios factores que contribuyen directamente a este problema, entre estos se encuentran las carreteras internas del cantón, las cuales se hayan en mal estado, y afectan de manera directa a la imagen que los turistas obtienen del destino; la acumulación de basura es otro de los problemas que perjudican al desarrollo turístico debido a los olores y el mal aspecto que esto ocasiona en el destino sobre todo en las zonas que son visitadas por los visitantes; por otro lado, el trato que los prestadores de servicio dan a los turistas perjudican a Playas, ya que muchos de estos no cuentan con los conocimientos necesarios sobre atención al cliente, por lo que en ocasiones los turistas son atendidos de manera inadecuada, otro de los problemas que actualmente existen en Playas son las limitadas opciones de actividades turísticas, es por esto que muchos turistas no pernoctan en el destino. Se considera importante mencionar, que los problemas antes señalados se deben en su mayoría a la falta de interés que el gobierno local ha tenido en la zona, así como la falta de infraestructura y el insuficiente control que se hace a los establecimientos que ofrecen servicios turísticos.

Debido a los problemas antes mencionados se planteó realizar el presente trabajo, en el cual se busca diseñar una propuesta que contribuya al desarrollo turístico de Playas.

Objetivos

Objetivo General

- Analizar la calidad de los servicios ofertados en Playas y el nivel de satisfacción del visitante mediante un estudio de campo para proponer un plan de mejora para incrementar y mejorarla operación turística del cantón.

Objetivos Específicos

- Definir las características socioculturales para determinar el perfil de los turistas que visitan el cantón Playas.
- Identificar los niveles actuales de satisfacción de los turistas con respecto a los servicios turísticos ofrecidos en el cantón Playas.
- Diseñar un plan de mejoras aplicable en el cantón Playas para incrementar y/o mejorar la operación turística del cantón.

Capítulo I: Fundamentación teórica

Marco Teórico

Satisfacción del cliente.

La satisfacción se refiere al nivel de conformidad y agrado que experimenta un cliente después de haber consumido un producto o servicio en específico, esta satisfacción es una respuesta emocional percibida entre su experiencia previa y las expectativas que tenía del producto o servicio que obtuvo.

Berry y Parasuraman (1991) Señalaron que los consumidores poseen dos niveles de expectativas: el nivel deseado y el nivel adecuado. El primero corresponde a lo que le gustaría recibir y el segundo lo que es aceptable recibir; entre estos dos niveles existe una zona de tolerancia



Figura 1. Niveles de satisfacción del cliente. Tomado de: *Marketing Services*, por Berry y Parasuraman (1991)

Debido a la competencia existente entre los destinos, conocer y analizar los aspectos que valoran los turistas es fundamental para lograr la optimización de la operación turística en un destino en específico.

No obstante Oliveira (2010) destacó que “por las propias características del mercado de turismo, evidentemente la atención de las expectativas y el sentimiento de satisfacción del turista pueden no ser determinantes para que repita la elección del destino, ya que el anhelo de descubrir y conocer nuevos lugares es un significativo factor motivacional. No obstante es cierto que si queda insatisfecho, además de

perder la oportunidad de tenerlo nuevamente como turista, el esparcimiento de esa insatisfacción puede contaminar a otros turistas potenciales.”

La satisfacción del visitante es importante ya que de esta manera se puede lograr la lealtad del visitante, hoy en día, es un elemento fundamental en las estrategias de marketing, la lealtad del consumidor supone una fuente de ingresos estable lo cual mejora los beneficios de un destino.

Entre los beneficios que se pueden obtener al lograr la satisfacción de los clientes, estos pueden resumirse en los tres más importantes: un cliente satisfecho por lo general siempre vuelve a comprar, obteniendo así la lealtad del cliente; el cliente satisfecho comunica a otros sus experiencias positivas con un producto o servicio obteniendo así difusión gratuita; y por último el cliente satisfecho deja de lado a la competencia (Thompson, 2005).

Teoría Psicosocial de Veblen

En este modelo habla sobre que los consumidores se encuentran influenciados por el medio que los rodea, lo cual incluye a todas las personas con las que convive, ya que al momento de que un miembro se interese y obtenga un producto hace que los demás miembros también se interesen en él.

En su teoría Veblen considera que el hombre forja sus deseos y conducta por el deseo de pertenecer a un grupo, que muchas de las compras son motivadas por la búsqueda del prestigio, haciendo hincapié en las influencias sociales en la conducta. Sin embargo, Arevalo, Garizabal y Campo (2001) señalaron que “la teoría de Veblen está bajo un enfoque psicosociológico cuyo comportamiento no solo está determinado bajo un aspecto económico, sino también por variables psicológicas como la personalidad, necesidades, deseos entre otros”

En su modelo Veblen toma en cuenta los factores de influencia social el cual está dividido en distintos niveles: el cultural, los grupos de referencia, y la familia.

- Cultural: “son influencias que recibe del medio ambiente (...) hasta que aparecen otros elementos de la misma cultura o cuando se conocen miembros de otras culturas” (Arevalo, Garizabal, & Campo, 2001).
- Grupos de referencia: “aquellos a los que le hombre se une porque se identifica con ellos; son aquellos con los convive y establece un contacto frecuente” (Arevalo, Garizabal, & Campo, 2001).

- Familia: “tiene un papel principal y duradero en la formación de las actitudes (...) este va indicar cuáles son las clases de artículos que le interesan a cada miembro de la familia de acuerdo con lo que el papel de cada uno desempeña; cada uno tiene diferente papel en la decisión de compra” (Arevalo, Garizabal, & Campo, 2001).

Teoría de las necesidades de Maslow

Abraham Maslow (1968) planteó el concepto de la Jerarquía de las Necesidades que fundamenta el concepto básico del ser humano al buscar satisfacer sus necesidades, desde la más básica hasta las de carácter superior.

En esta Jerarquía Maslow las estructura en forma de pirámide, organizadas desde la más baja en las cuales se ubican las necesidades más prioritarias y las de menor prioridad encontrándose en la parte superior.



Figura 2. Pirámide de Maslow. Tomado de: Página web PDCA Home

Como se puede observar, en la base se hayen las necesidades biológicas, es decir las referentes a la supervivencia; a esta le siguen las necesidades de seguridad y protección; en el tercer escalón se encuentran las relacionadas con el carácter social, al cual se le llama necesidades de afiliación; en el cuarto escalón están las relacionadas al estima propio, es decir las necesidades de reconocimiento, y por último en la cúspide se encuentran, las necesidades de autorrealización.

Marco Conceptual

Perfil del consumidor.

El perfil del consumidor es el conjunto de características que describe al cliente meta. Entre las características del perfil consumidor se encuentran las características demográficas, estilo de vida, motivaciones, personalidad, creencias y actitudes, y percepción, sin embargo, es importante realizar una determinada investigación de la conducta del consumidor, para de esta manera tener más claro que es lo que influencia al hombre al momento de consumir un producto.

Segmento de mercado.

Según Stanton, Etzel y Walker (2007) un segmento de mercado es “un grupo de clientes con diferentes deseos, preferencias de compra o estilo de uso de productos” (pág. 167).

Producto Turístico.

“Un producto turístico es un conjunto de componentes tangibles e intangibles que incluyen recursos o atractivos turísticos, infraestructura, actividades recreativas, imágenes y valores simbólicos para satisfacer motivaciones y expectativas, siendo percibidos como una experiencia turística” (MINCENTUR, 2011).

Oferta turística.

La Organización Mundial del Turismo (2008) define la oferta turística como un: conjunto de productos turísticos y servicios puestos a disposición del usuario turístico en un destino determinado, para su disfrute y consumo.

Turismo.

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

Demanda turística.

La Organización Mundial del Turismo (2008) define como demanda turística a los turistas, viajeros y visitantes.

Por otro lado, Andrade (2006) define la demanda como: “La cantidad de bienes o servicios que el comprador o consumidor está dispuesto a adquirir a un

precio dado y en lugar establecido, con cuyo uso pueda satisfacer parcial o totalmente sus necesidades particulares”.

Calidad de servicio.

Santomá (2008) definió la calidad de servicio como un concepto subjetivo, el cual depende de las opiniones de los clientes, y que resulta de la comparación que hace el cliente entre las expectativas que tenía sobre la prestación de un servicio o bien, y las impresiones previas a su consumo.

Marco Legal

Ley de Turismo.

Según el artículo cinco, se consideran actividades turísticas las desarrolladas por personas naturales o jurídicas que se dediquen a la prestación remunerada de modo habitual a una o más de las siguientes actividades: a) Alojamiento; b) Servicio de alimentos y bebidas; c) Transportación, cuando se dedica principalmente al turismo; c) Operación, cuando las agencias de viajes provean su propio transporte, esa actividad se considerará parte del agenciamiento; d) La de intermediación, agencia de servicios turísticos y organizadoras de eventos congresos y convenciones (Ley de Turismo, 2015).

De acuerdo al artículo 42, corresponde al Ministerio de Turismo la defensa de los derechos del usuario de servicios turísticos en los términos que señala la Constitución Política, la Ley Orgánica de Defensa del Consumidor y la presente Ley de Turismo (Ley de Turismo, 2015).

Por otro lado, en el artículo cuatro se señala que el empresario que venda o preste servicios turísticos de los detallados en el artículo cinco es civilmente responsable por los eventuales daños que cause a quien los utilice. Su responsabilidad llega hasta la culpa leve. Así mismo, es responsable por los actos de negligencia de sus empleados; en el ejercicio de sus funciones vinculadas con la empresa que presta el servicio (Ley de Turismo, 2015)

Ley Orgánica de Defensa del Consumidor.

“El objeto de esta Ley es normar las relaciones entre proveedores y consumidores, promoviendo el conocimiento y protegiendo los derechos de los

consumidores y procurando la equidad y la seguridad jurídica en dichas relaciones entre las partes” (Ley Organica de Defensa del Consumidor, 2011)

El artículo dos define al consumidor como toda persona natural o jurídica que como destinatario final adquiera utilice o disfrute bienes o servicios, o bien reciba oferta para ello; por otro lado, la oferta es la práctica comercial consistente en el ofrecimiento de bienes o servicios que efectúa el proveedor al consumidor; y los prestadores son las personas naturales o jurídicas que en forma habitual prestan servicios a los consumidores (Ley Organica de Defensa del Consumidor, 2011).

De acuerdo al artículo cuatro, los consumidores tienen derecho a la protección de la vida, salud y seguridad en el consumo de bienes y servicios, así como a la satisfacción de las necesidades fundamentales y el acceso a los servicios básicos; así mismo, tienen derecho a recibir servicios básicos de óptima calidad; derecho a la información adecuada, veraz, clara, oportuna y completa sobre los bienes y servicios ofrecidos en el mercado, así como sus precios, características, calidad, condiciones de contratación y demás aspectos relevantes de los mismos, incluyendo los riesgos que pudieren presentar; derecho a un trato transparente, equitativo y no discriminatorio o abusivo por parte de los proveedores de bienes o servicios; tienen derecho a la protección contra la publicidad engañosa o abusiva, los métodos comerciales coercitivos o desleales; derecho a la reparación e indemnización por daños y perjuicios, por deficiencias y mala calidad de bienes y servicios (Ley Organica de Defensa del Consumidor, 2011).

Según lo establecido por el artículo cinco entre las obligaciones del consumidor se encuentran propiciar y ejercer el consumo racional y responsable de bienes y servicios; preocuparse de no afectar el ambiente mediante el consumo de bienes o servicios que puedan resultar peligrosos en ese sentido; evitar cualquier riesgo que pueda afectar su salud y vida, así como la de los demás, por el consumo de bienes o servicios lícitos; y por último informarse responsablemente de las condiciones de uso de los bienes y servicios a consumirse (Ley Organica de Defensa del Consumidor, 2011).

Por otro lado, el artículo 17 señala que es obligación de todo proveedor, entregar al consumidor información veraz, suficiente, clara, completa y oportuna de

los bienes o servicios ofrecidos, de tal modo que éste pueda realizar una elección adecuada y razonable (Ley Organica de Defensa del Consumidor, 2011).

El artículo 18 señala, que todo proveedor está en la obligación de entregar o prestar, oportuna y eficientemente el bien o servicio, de conformidad a las condiciones establecidas de mutuo acuerdo con el consumidor. Ninguna variación en cuanto a precio, costo de reposición u otras ajenas a lo expresamente acordado entre las partes, será motivo de diferimiento (Ley Organica de Defensa del Consumidor, 2011).

PLANDETUR 2020

Turismo receptor - Perfil del turista.

“En lo que respecta al perfil, un estudio realizado por la Oficina Económica y Comercial de la Embajada de España en Quito el turista que llega a Ecuador es el de personas con estudios de posgrado o universitarios, que viajan solos, estos visitaron Ecuador más de una vez, las compras de sus pasajes las realizaron ellos mismos a través de Internet o de amigos y familiares” (PLANDETUR 2020, 2007). Según el PLANDETUR 2020 (2007) los motivos de las visitas fueron “la recreación o el esparcimiento, aunque también el encuentro con amigos y familiares o los negocios o motivos profesionales. Entre las actividades más solicitadas se encuentran las visitas a comunidades indígenas, práctica de deportes, diversión y observación de flora y fauna.”

Turismo interno.

El Turismo doméstico o interno: “es el realizado por los residentes de una región (país) dentro de la misma y no hay entrada ni salida de divisas, pero origina notables beneficios económicos como la redistribución de la renta” (PLANDETUR 2020, 2007) .

Visitantes internos: “cualquier persona que viaja por un tiempo inferior a un año a algún lugar dentro del país pero fuera de su entorno habitual” (PLANDETUR 2020, 2007).

Atractivo visitado	Total de visitantes	%
Sitios naturales	786.718	29,5
Playas	775.756	29,1
Balnearios termales	404.860	15,2
Sitios de diversión	221.414	8,3
Sitios de comida	144.161	5,4
Fiestas y mercados	102.281	3,8
Fiestas religiosas	65.396	2,5
Otros	56.460	2,1
Parque nacional	40.147	1,5
Museos	34.267	1,3
Zonas históricas	26.988	1
Sitios arqueológicos	7.867	0,3
Total del universo	2.666.315	100

Figura 3. Preferencia de visita a atractivos turísticos nacionales. Tomado de: *Encuesta de Turismo Interno (junio 2002-2003)* por Sistema de Estadísticas turísticas del Ecuador. Ministerio de Turismo del Ecuador.

A partir de los datos obtenidos en esta tabla, se determina que los sitios naturales y las playas ocupan el primer lugar y segundo lugar en las preferencias de los turistas nacionales (29,5%).

Turismo de sol y playa

Definición:

“Es una modalidad de gran volumen, que se practica en enclaves turísticos costeros, que pueden ser poblaciones costeras, resorts de playa de alta densidad o enclaves en entornos naturales con baja densidad. La motivación de sol y playa se complementa generalmente con diversión y relax” (PLANDETUR 2020, 2007).

Proyección:

- Una expansión superior a la media de los viajes a lugares de destino lejanos;
- Un aumento de los segmentos de mercado especializados, ej. centros turísticos “todo incluido”; viajes de bodas y viajes de novios;
- Vacaciones combinadas, con un componente de playa y otro de visitas turísticas de interés especial, se centra en los destinos costeros lejanos;
- Un aumento de parejas que se casan en el extranjero que viajan acompañadas de su familia y amigos; o de grupos de parejas (PLANDETUR 2020, 2007).

Desarrollo de la oferta

Facilidades, instalaciones y servicios – calidad.

- “Necesidad de definición de indicadores de calidad y sostenibilidad para la operación turística. Certificación de playas” (PLANDETUR 2020, 2007).

Gobernanza

Marco legal.

- Necesidad de emitir la normativa turística para regular la operación;
- Necesidad de regular las actividades de turismo informales en las playas a través de la coordinación entre la Capitanía del Puerto y el MINTUR para la emisión de permisos (PLANDETUR 2020, 2007).

Marco Referencial

Caracterización del visitante de un día a la Isla de la Gomera: el ejemplo del jeep safari.

En el 2016 Escuela realizó un estudio para determinar la caracterización del visitante en la Isla de la Gomera en las Islas Canarias en España, este estudio se enfocó en el 30% de los turistas que visita la isla, los cuales tienen como motivo de viaje el turismo de safari realizado en dicha isla, estos visitantes realizan un viaje de una sola jornada en la isla, es decir no pernocta en ella.

La metodología usada en este proyecto fue realizar encuestas a los visitantes y entrevistas a las empresas que realizan las excursiones, se ejecutó un total de 40 encuestas a los visitantes durante el mes de mayo del 2016, y entrevistas a los guías turísticos, una vez extraídos los datos de las entrevistas se llevó a cabo un análisis de la perspectiva de los turistas, así como la de los empresarios.

Tras llevar a cabo el estudio se obtuvo como resultado que existe un equilibrio entre ambos sexos, de las 40 encuestas que fueron realizadas, el 55% corresponde a mujeres y el 45 % a los hombres. La edad media de los visitantes fue de 38 años, predominando de una forma equitativa las edades comprendidas entre 31-40 y 41-50, por lo que se concluye que se trata de un tipo de visitante adulto. Así mismo el estudio concluyó que el turista que visita la isla tiene mayor conciencia ambiental sobre el territorio y sus recursos ya que las características que posee la isla es de valor natural y diversidad de ecosistemas.

Otro de los aspectos que se trató en las encuestas fue el cómo viajan hasta el destino, si viajan solos, en familia, amigos, parejas, etc. Como resultado se obtuvo que el porcentaje mayor son los que viajan en pareja (35%), seguido de amigos (28%), en familia (22%) y el porcentaje menor corresponde a las personas que viajan solas (15%). Concluyendo así que el visitante corresponde más a un tipo de turista más familiar, aunque también predomina el viaje en pareja.

En cuanto al motivo de la visita a la isla, se destacó con un 53% los paisajes y atractivos naturales del lugar, seguido de un 17% correspondiente al atractivo histórico y cultural, un 15% correspondió al ocio, 12% por recomendación y un 3% correspondiente a la gastronomía del lugar.

Un aspecto importante en el estudio fue el cómo contrató los servicios de excursiones en la isla, obteniendo que el 60% de los encuestados lo hizo por medio de tour operadoras, un 25% contrató el servicio a través de un hotel, mientras que un 12% lo hizo on-line, por último, se obtuvo que tan solo un 3% de los visitantes contrató el servicio directamente a la empresa encargada de la visita a la isla, por lo que se concluyó que el turista busca un intermediario por el cual contratar el servicio, buscando siempre la calidad del servicio y garantía.

La relación calidad-precio fue otro de los puntos a tratar en las encuestas, en la que el 50% opinó que es buena, seguido de un 40% que consideraron que es regular, tan solo un 7.5% consideró que es muy buena y un 2.5% mala. En cuanto al grado de satisfacción de los visitantes con el guía un 47,5% correspondió a una valoración buena y un 35 % como muy buena, solo un 17,5% valoró el servicio de guía como regular.

Tras haber analizado el perfil del visitante de un día a la isla, Escuela (2016) propone como estrategia para optimizar los recursos y generar más demanda la creación de un nuevo diseño de producto, en el cual se abran más rutas turísticas alrededor de la isla, para de este modo atraer más visitantes a la zona. Para el desarrollo de esta nueva ruta turística, Escuela propone que es necesario que los guías amplíen sus conocimientos en el pasado histórico de la isla, en aspectos económicos (importancia de la agricultura y ganadería en el pasado) y sociales.

Análisis de la satisfacción del turista de paquetes turísticos respecto a las actividades de ocio en el destino: el caso de República Dominicana.

Moreno, Celis, y Aguiar (2002) analizaron el nivel de satisfacción de los turistas que viajan por medio de un paquete turístico ofertado por un tour operador, en este estudio se analizó los diferentes servicios relacionados con las actividades de ocio y el proceso de disfrute del tiempo libre en el destino, disponiendo así de la satisfacción obtenida respecto a los principales componentes de estos servicios y sus implicaciones.

Para este estudio se realizó un total de 956 entrevistas personales realizadas en el destino de República Dominicana y llevadas a cabo en sus dos principales zonas turísticas: Puerto Plata y Punta Cana. Para este trabajo se elaboró un cuestionario estructurado mediante el cual se solicitó al visitante que puntuara en una escala de Likert su nivel de satisfacción con valores entre 1 (muy poco satisfecho) y 5 (muy satisfecho). Es así entonces que en los resultados obtenidos se exponen los niveles de satisfacción para varios aspectos del servicio y los atributos más representativos para ellos.

Los resultados arrojaron que el 98% de los encuestados se alojaron en hoteles con régimen “todo incluido”, con relación a la edad se destacó que la mayoría de los turistas mostraron un perfil bastante joven, el 70% de los encuestados mostraron una edad inferior a 40 años. Por otra parte se destacó que el 77% de los encuestados visitaba el destino por primera vez, mientras que el 23% restante ya lo conocían con anterioridad, por lo cual se concluyó que el nivel previo de experiencia en un destino es factor importante a considerar, dado que una compra repetida del destino puede significar una percepción positiva y actitud favorable hacia el destino por parte del turista, influyendo entonces positivamente en la satisfacción del cliente.

En cuanto a la satisfacción general percibida del destino es muy alta, en la categoría de “muy satisfecho” se agrupó más del 50% de los encuestados para todos los aspectos, a excepción de las excursiones con el 43,3%. La valoración conjunta de “satisfecho” y “muy satisfecho” agrupó el 90% de los encuestados para todos los atributos del destino salvo para las excursiones, por lo tanto se concluyó que las excursiones, seguidas de la atención prestada por el guía muestran valores menos positivos entre los encuestados, claro está que esto no significa altos índices de

insatisfacción, sino más bien que se debe mejorar ciertos aspectos relacionados a las excursiones y el guía.

Moreno, et al. (2002) recalcaron que el elemento “hotel” del paquete turístico dictamina en mayor medida la satisfacción general del cliente ya que el turista dispone del sistema “todo incluido” por lo que hace que pase mucho tiempo en el establecimiento. Con relación a la información obtenida en cuanto a las excursiones se consideró que el elemento clave para valorar la experiencia fue el precio de las excursiones, detectando así una disconformidad de los clientes en cuanto a la relación calidad-precio, ya que un 33% de los encuestados manifestó un índice de desacuerdo significativo, además que el precio de una excursión es un factor clave que incide directamente en su contratación.

En los resultados observados se percibe un grado de satisfacción bastante alto con relación a la amabilidad en el trato y la accesibilidad del guía, seguidos por una gestión eficaz de las quejas y problemas de los clientes. Moreno, et al. (2002) destacaron que se debe mejorar la información brindada por los guías ya que suele ser limitada y en ocasiones cuando han pasado varios días en el destino o cuando ya ha finalizado su viaje el turista percibe que el guía no les ha informado correctamente sobre determinados aspectos del destino.

Por otra parte, el estudio señaló que la seguridad del transporte es un aspecto importante a considerar ya que esto produce reticencias en la contratación de excursiones por parte de algunos turistas, el 78,8% de los visitantes mostraron una opinión a favor de la seguridad, sin embargo el resto manifestó experimentar algún tipo de inseguridad.

Es así entonces que Moreno, et al. (2002) concluyeron que: “en gran medida la satisfacción del cliente con las excursiones representa en gran medida su satisfacción respecto a las actividades de ocio del destino en su primera visita, e influye decisivamente en su decisión de recompra” (pág. 78).

Análisis del perfil socio-económico de los turistas que visitan las Islas Galápagos y medición del nivel de satisfacción de su visita al destino.

Este estudio presenta una evaluación desde la percepción de satisfacción de los servicios ofertados en las Islas Galápagos, para determinar así los gustos y

preferencias de los turistas. La metodología que se usó para este estudio fueron encuestas dirigidas tanto a turistas nacionales como a los extranjeros, por lo cual se realizó un total de 847 encuestas.

Los resultados obtenidos fueron que a un 41% le pareció muy bueno el servicio de hospedaje, a un 27% le pareció excelente, y un 22% lo calificó de bueno, el 10% restante no está satisfecho con el servicio recibido. En cuanto al servicio de alimentación un 41% opinó que el servicio fue muy bueno, el 34% lo consideró bueno, para un 15% fue excelente y el 10% restante le pareció regular.

El servicio de guía de turismo fue calificado con un 39% como muy bueno, el 38% lo calificó de bueno, el 16% lo calificó de excelente, para un 6% fue regular, y para un 1% fue malo. E cuanto al servicio de transporte interno un 45% lo calificó de bueno, el 38% consideró que fue muy bueno, para un 13% fue excelente, para un 2% fue regular y el 2% lo calificó como malo.

El ingreso al parque, se calificó como muy bueno con un 35%, un 31% manifestó que es bueno y un excelente servicio lo manifestaron el 32% de los encuestados, un 2% lo consideró un servicio regular. Por lo cual Cevallos y Paguay (2013) calificaron que el nivel de satisfacción de este servicio es satisfactorio.

Los resultados obtenidos para el servicio de recreación, bares y discotecas arrojaron que el 51% de los encuestados no calificó este servicio, por lo cual se observa que este servicio o no está bien promocionado o los turistas no acudieron a este tipo de establecimientos.

Para Cevallos y Paguay (2013) un punto muy importante en cualquier destino es la seguridad que se puede obtener, en este caso, los turistas encuestados calificaron la seguridad de las islas con un 43% como muy bueno, es decir, que la percepción en este aspecto es muy buena, 38% lo califica como excelente, un 18% aprecia como bueno y 1% como regular. Este punto es muy importante porque el turista seguro tiende a recomendar y regresar a las islas.

El trato que recibe el turista por parte de la población local es otro factor importante, así lo consideran Cevallos y Paguay (2013) cuando mencionaron que “muchas personas regresan a un destino por el carisma y trato que ofrecen las personas que viven en dichos lugares”, es así entonces que los encuestadores calificaron el trato de la población de la siguiente manera: un 49% lo consideró como

muy bueno, 28% lo determinó como bueno, un 3% consideró que es regular y un 1% lo calificó de malo.

Después de haber analizado los resultados obtenidos Cevallos y Paguay (2013) concluyen que en términos generales, los servicios que globalmente tienen mejor calificación son: seguridad en las islas (13%), hospedaje (13%) e ingreso a los parques (12%). El resto de servicios presenta una mínima diferencia, sin embargo, la primera recibe mejor puntuación en cuanto a la calificación excelente.

Se identifica que el perfil del turista que visita Galápagos proviene del mercado norteamericano y europeo, además de visitantes de Australia, viajan generalmente en grupos que no sobrepasan los 3 integrantes (en turistas extranjeros) y en turistas nacionales no sobrepasa los 4 integrantes.

Al mismo tiempo Cevallos y Paguay (2013) recomendaron que se debe elaborar un estudio al respecto de los servicios individualmente para determinar calificaciones generales de servicios, y así mismo realizar un estudio que permita diferenciar calidad y satisfacción, además que es necesario profundizar las investigaciones para determinar si en Ecuador existen normas técnicas o reglamentos técnicos para validar el criterio de calidad como cumplimiento mínimo de los requisitos exigidos.

Capítulo II: Perfil del turista

En diferentes estudios se ha analizado el perfil de los turistas de un determinado destino, identificando el perfil socio-demográfico, las motivaciones, hábitos, entre otros, según Beltrán Bueno (2014) el estudio de las motivaciones permite entender mejor las expectativas, las necesidades y los objetivos de los turistas, y además es un elemento fundamental para ayudar al posicionamiento y competitividad de los agentes implicados en la actividad turística.

Para Martínez (2011) al realizar un análisis del consumidor en cuanto a su comportamiento, es necesario diferenciar los factores externos de los internos, los factores internos son aquellos que dependen del consumidor, como su personalidad, actitudes, creencias, y entre los factores externos se destacan la cultura y estilos de vida, por lo que se puede entender que la visita a un destino no depende únicamente de los atractivos con los que cuenta, sino que existe influencia de otros factores.

Según un estudio realizado en conjunto por la Secretaría de Turismo y el Cuerpo Especializado de Seguridad Turística (2012), el caracterizar o perfilar a los consumidores de servicios turísticos, ya sean estos turistas nacionales o extranjeros facilitará la identificación de mecanismos que mejoren u optimicen la oferta turista de un destino, y de este modo potencializar la llegada de más turistas; y al mismo tiempo brinda información necesaria para planear y desarrollar productos y servicios adaptados a satisfacer las necesidades del mercado objetivo (turistas).

A continuación se indica el método de investigación usado para el levantamiento de la información de la presente investigación.

Metodología de Investigación

Método.

Para la presente investigación, se ha usado un enfoque cuantitativo, ya que es una forma estructurada de recopilar y analizar datos por medio de herramientas estadísticas; al mismo tiempo, este método es usado para explorar e identificar las causas de problemas que puedan existir.

Enfoque.

La recopilación de la información del estudio se realizó mediante encuestas, las cuales se dividieron en dos partes, la primera estuvo dirigida a obtener

información del turista que llega a Playas, es decir identificar el perfil del visitantes, y la segunda parte se enfocó en conocer el grado de satisfacción de estos turistas con respecto a los servicios ofertados en el cantón, entre los que se encontraban los servicios de alimentos y bebidas, alojamiento, transporte, etc.

Población es “el conjunto de todos los individuos (objetos, personas, eventos, etc.) en los que se desea estudiar el fenómeno. Éstos deben reunir las características de lo que es objeto de estudio” (Latorre, Rincón, & Arnal, 2003)

Tamaño de muestra

Muestra es “una parte representativa de un conjunto o población debidamente elegida, que se somete a observación científica en representación del conjunto, con el propósito de obtener resultados válidos, también para el universo total investigado” (Sierra Bravo, 1988, pág. 174).

Según el Sistema Nacional de Áreas Protegidas del Ecuador (2017), Playas tuvo una entrada de aproximadamente 66.635 turistas tanto nacionales como extranjeros, en el feriado de fin de año. La fórmula para calcular el tamaño de la muestra es:

$$n = \frac{Z^2 * U * p * q}{e^2 (U - 1) + Z^2 * p * q}$$

Donde:

n= Tamaño de la muestra

U= Universo

p= Probabilidad de éxito

q= Probabilidad de fracaso, el cual es 1-p

E= Error muestral, el cual puede ser del 1 al 5%

Z= Nivel de confianza el cual procederemos a usar es del 95% y es de 1.96

Para realizar la fórmula para obtener la muestra del universo que es 66.635 el cual corresponde a la cantidad de turistas que llegaron a Playas; el margen de error (e) es el 5% que se entiende como 0.05, el valor de (Z) es de 1.96 que representa el 95% de confianza, en cuanto a la probabilidad de éxito (p) es de 0.5 que significa el 50%, y la probabilidad de fracaso es la diferencia de 1 – 0.5, que es igual a 0.5 que corresponde a un 50%.

Al reemplazar los valores se obtiene lo siguiente:

$$n = \frac{1.96^2 * 66635 * 0.5 * 0.5}{0.05^2(66635 - 1) + 1.96^2 * 0.5 * 0.5}$$

$$n = \frac{63996}{167.5454}$$

$$n = 381.96$$

El resultado obtenido en la muestra se redondea a 382, lo que significa la cantidad de encuestas que se realizará en el cantón Playas.

Tipo de muestreo.

El muestreo probabilístico conocido como un muestreo de selección aleatorio, según Marín Ibañez (1985) este tipo de muestreo es el que alcanza mayor rigor científico, ya que se caracteriza porque todos los elementos de la población tiene la misma probabilidad de salir elegidos en la muestra.

Técnica para la recopilación de datos.

Méndez (1999, p.143) define a las técnicas para recolección de la información como los hechos o documentos a los que acude el investigador y que le permiten tener información; así mismo, al hacer referencia a la técnica de encuestas, señala que esta se hace a través de formularios, los cuales tienen aplicación a aquellos problemas que se pueden investigar por métodos de observación. La encuesta permite el conocimiento de las motivaciones, las actitudes y las opiniones de los individuos con relación a su objeto de investigación.

Para realizar las encuestas se escogieron a 382 turistas que se encontraran en Playas, dichas encuestas se diseñaron de manera concreta y entendible para el visitante, la primera parte de la encuesta la cual corresponde a obtener información sobre el perfil del turista, contiene preguntas abiertas, sobre la edad, nivel de educación, estado civil, lugar de residencia, entre otras; para la segunda parte, que se encuentra dirigida a saber los índices de satisfacción de los turistas, las preguntas son cerradas, estas están estructuradas en grados de satisfacción, del uno al diez; siendo muy bajo del uno al cinco, y muy alto de seis a diez.

Técnica de análisis de datos.

El análisis de los datos se realizará una vez haya finalizado el levantamiento de la información, es decir, cuando se hayan hecho todas las encuestas indicadas a los turistas que visitan Playas. Cuando este proceso haya finalizado se procederá en primer lugar a realizar la tabulación de la información obtenida, una vez realizada la tabulación se representará los resultados por medio de gráficos y de manera porcentual, para de esta forma poder interpretar de mejor manera los resultados obtenidos, y así proceder a diseñar un plan de mejoras aplicable en el cantón Playas para incrementar y/o mejorar la operación turística del cantón.

Resultados de la encuesta sobre el perfil del visitante que llega al cantón Playas.

Para efectos de la presente investigación se diseñó una encuesta con la cual se pueda obtener información acerca del perfil del visitante del destino Playas, y de este modo poder crear un perfil del turista.

Es así entonces, que para el levantamiento de información y posterior caracterización del perfil del turista que visita Playas se realizaron 382 encuestas en el cantón, las cuales se efectuaron desde el día 22 de junio hasta el 11 de julio del 2018; los resultados obtenidos en dichas encuestas son los siguientes:

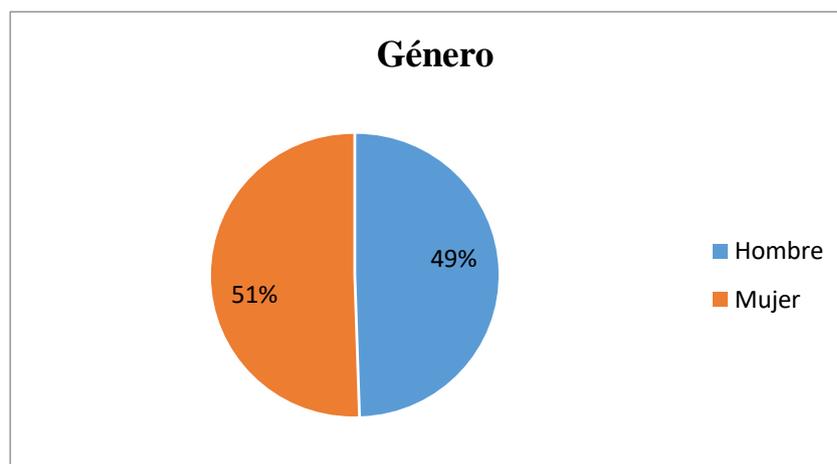


Figura 4. Género de visitantes del cantón Playas

Atendiendo al género, existe un equilibrio entre ambos sexos; de las 382 encuestas realizadas, el 51% corresponde a mujeres y el 49% a los hombres.

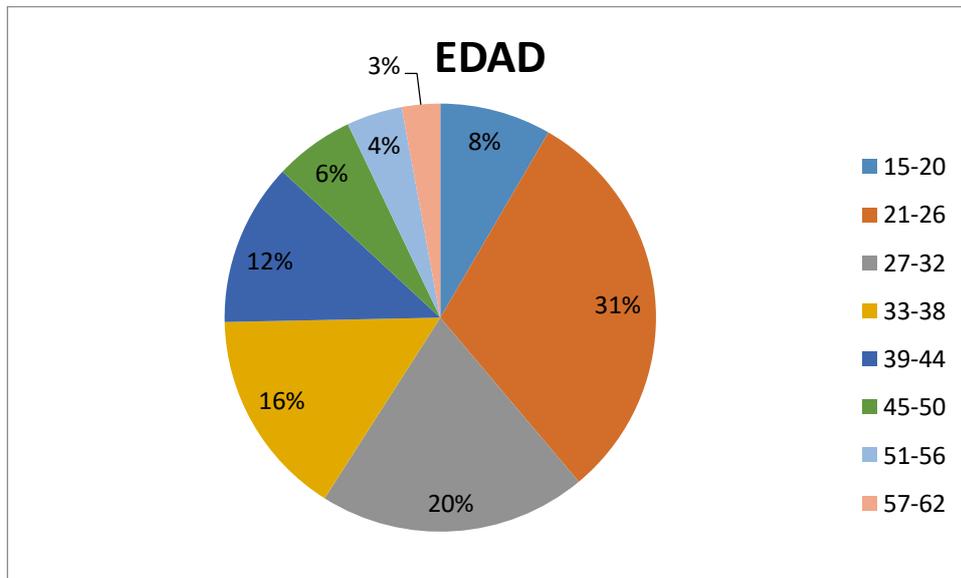


Figura 5. Edad de los visitantes del cantón Playas

En cuanto a la estructura por edad, predominan los rangos de 21 a 26 años con un 31%, seguido de un 20% correspondiente al rango de 27 a 32 años, un 16% que concierne a las edades entre 33 y 38 años, y por último un 12% con respecto a las edades entre 39 y 44 años, por lo que se puede decir que se trata de un visitante adulto, sin embargo, el porcentaje de adultos mayores correspondientes a las edades entre 45 y 62 años es muy bajo, así mismo como el porcentaje del rango de 15 a 20 años, el cual obtuvo un 8%.

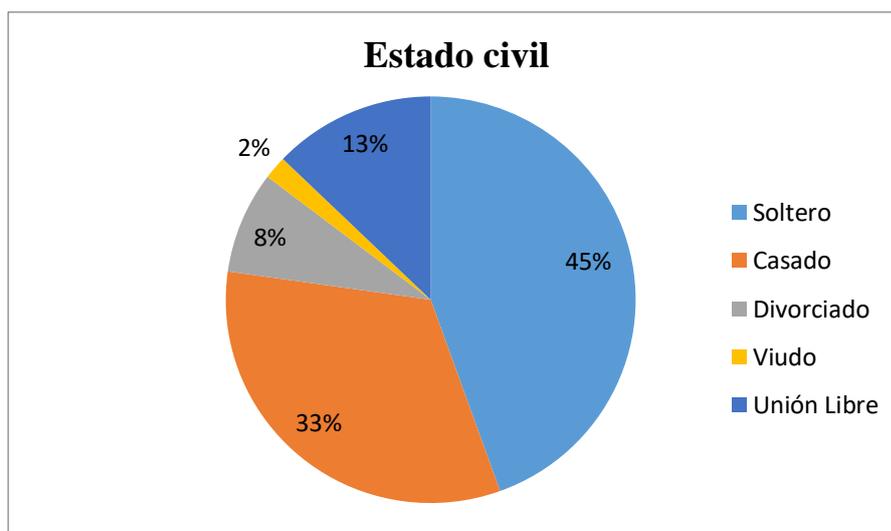


Figura 6. Estado civil de los visitantes del cantón Playas

Con respecto al estado civil de los turistas que visitan el cantón Playas, entre los porcentajes más sobresalientes se obtuvo que un 45% de los visitantes son solteros y un 33% casados.

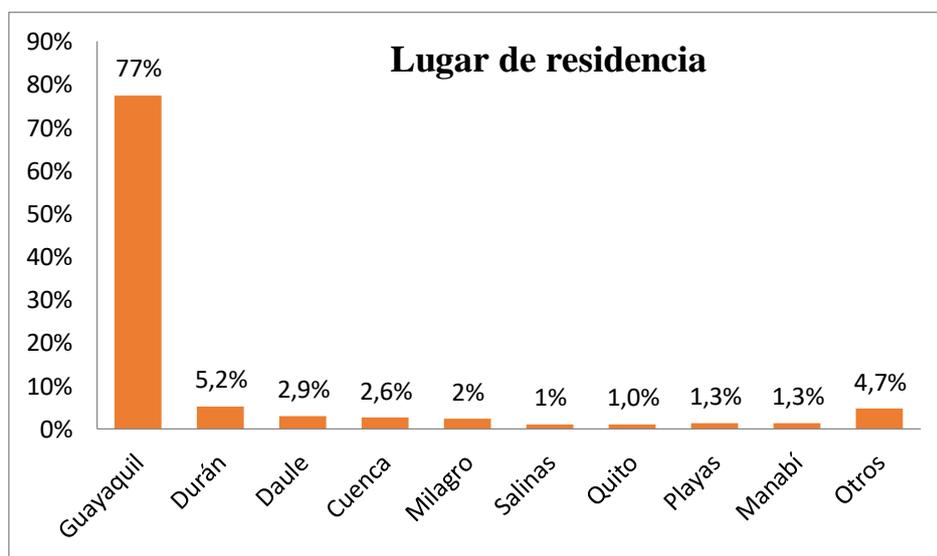


Figura 7. Lugar de residencia de los visitantes del cantón Playas

En la figura siete, se señala la procedencia del visitante, entre las ciudades más destacadas se encuentra la ciudad de Guayaquil (77%), seguido de Durán (5,2%), Daule (2,9%), Cuenca (2,6%) y la ciudad de Milagro con un (2%).

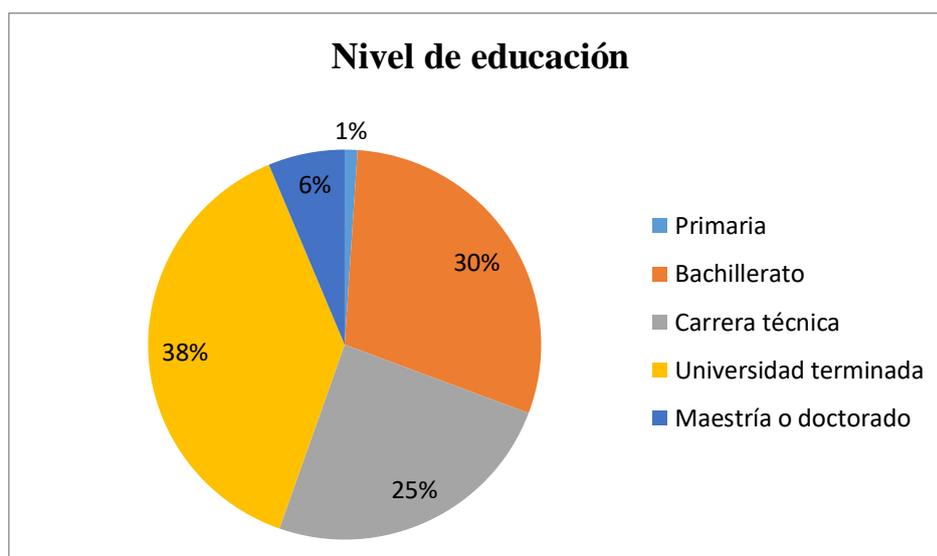


Figura 8. Nivel de educación de los visitantes del cantón Playas

En cuanto al nivel de educación, un 38% de los encuestados ha culminado la universidad, así mismo, un 30% corresponde a turistas cuyo nivel máximo de estudios es el bachillerato, por último entre los rangos más destacados se obtuvo un 25% con respecto a visitantes que cuentan con una carrera técnica, y un 6% correspondiente a turistas que cuentan con una maestría o doctorado.

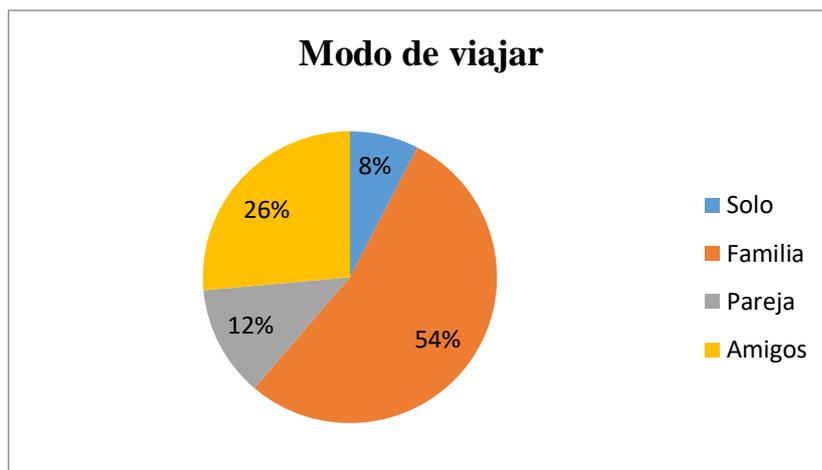


Figura 9. Modo de viajar de los visitantes del cantón Playas

Otro de los aspectos que se preguntó en las encuestados fue el modo de viajar, es decir, si viajan solos, en familia, amigos o en pareja, en el grafico se puede ver que un 54% de los encuestados viajó junto a su familia, siendo este el porcentaje mayor, seguido de amigos (26,4%), en pareja (12%), y el porcentaje menor corresponde a las personas que viajan solas (8%). Con esta información se puede concluir que el tipo de turistas que visita playa corresponde a un tipo de turista más familiar.

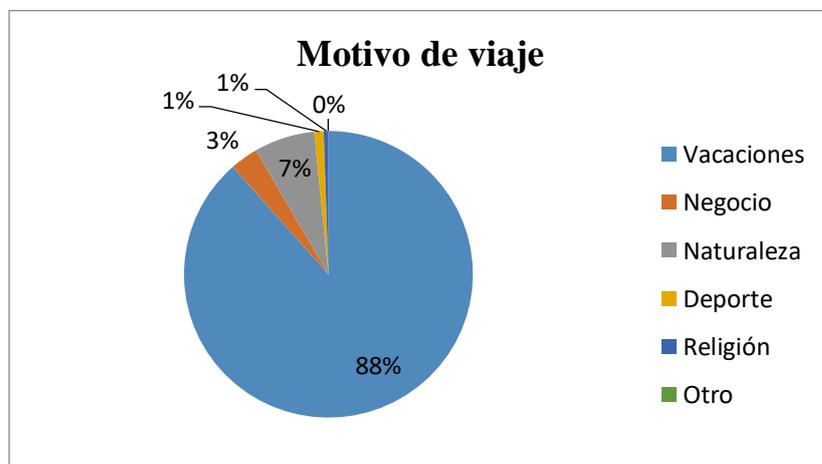


Figura 10. Motivo de viaje de los visitantes del cantón Playas

Con respecto al motivo de viaje de los turistas, predomina un 88% las vacaciones, seguido de un 7% que realizó su viaje motivado por la naturaleza y paisaje del cantón, entre los rangos con menor porcentaje se encuentran por motivos de negocio (3%), deporte (1%), y religión (1%).

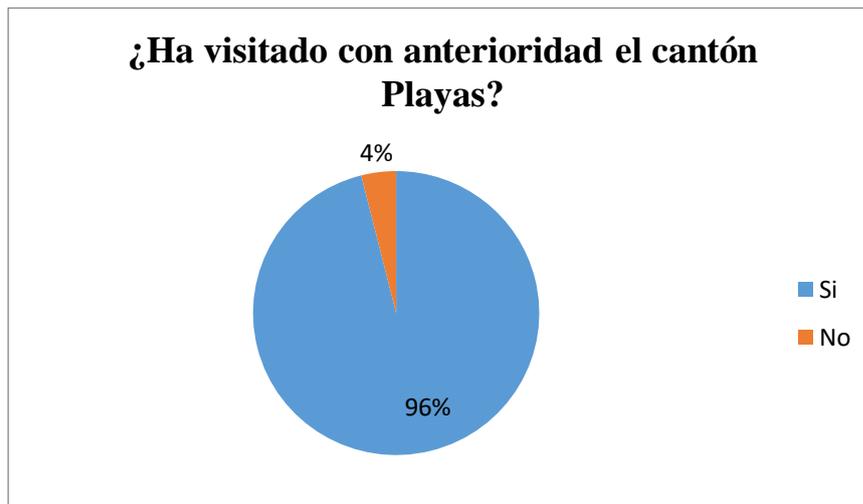


Figura 11. Han visitado anteriormente el cantón Playas

Otro aspecto tratado en las encuestas fue si el turista había visitado anteriormente el destino, aquí se obtuvo que un 96% de los visitantes ya conocía el destino, y un 4% lo visitaba por primera vez, lo que significa que existe una repetición de compra.



Figura 12. Motivos por los cuales los visitantes volvieron al destino

Entre las razones que motivó al turista a volver al destino un alto porcentaje (48%) lo hacía por el factor distancia, se puede asumir aquí que este factor se encuentra asociado al lugar de procedencia del turista, como se mostró anteriormente la mayoría de visitantes proceden de las ciudades de Guayaquil y Durán, las cuales se encuentra a poca distancia del cantón Playas. Un 25% estuvo motivado por la playa del destino, seguido de un 11% motivado por su gastronomía, y un 10% se encontró motivado por el clima del cantón.

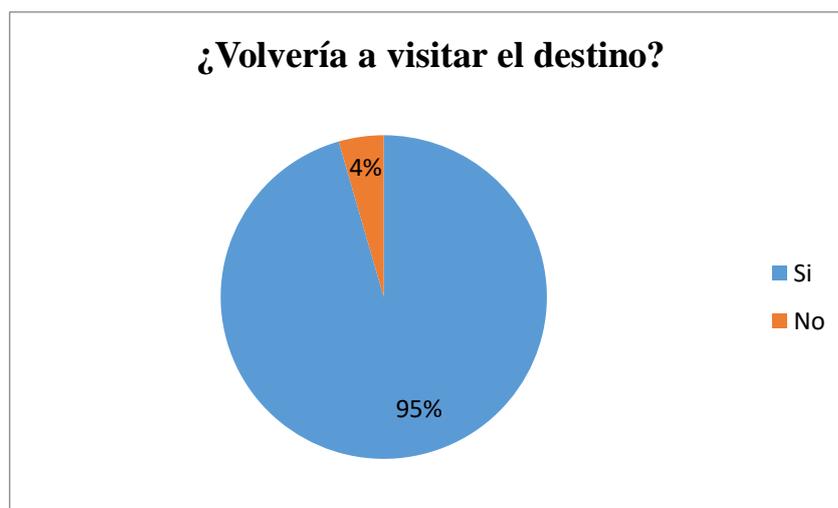


Figura 13. Visitantes que volverían a visitar el destino

Como último aspecto a tratar en la encuesta se preguntó si el visitante estaría dispuesto a visitar nuevamente el destino, un 95% de los turistas señalaron que si lo harían, y el 4% restante corresponde a turistas que no se encuentran interesantes en volver a visitar el destino, estos turistas señalaron que no lo harían ya que a su parecer el destino carece de infraestructura y atractivos que motiven al visitante a querer volver al destino.

Conclusión de los resultados de las encuestas sobre el perfil del visitante

Como conclusión con respecto a la información obtenida en la encuesta sobre el perfil del cliente se obtiene que, hay un equilibrio en cuanto al género de turistas que llegan al destino, el estado civil de estos turistas en mayor porcentaje son los solteros, sin embargo, se identificó que éstos prefieren viajar con su familia, por lo que el visitante que llega a Playas es un tipo de turista familiar, los cuales se encuentran motivados a viajar al cantón por la cercanía que hay entre su lugar de residencia y el destino, por otro lado, la principal motivación para viajar de estos

turistas es el ocio, y en su mayoría ya ha visitado con antelación el destino, por lo que existe una repetición de compra debido a que el destino ofrece un clima, gastronomía, y un paisaje agradable para el visitante, así mismo, los turistas que mayormente visitan el cantón Playas son visitantes con una edad adulta, es importante resaltar en este punto que, entre los porcentajes más elevados con respecto al nivel de educación, se obtuvo que los turistas que llegan al cantón en su mayoría son bachilleres.

Capítulo III: Niveles actuales de satisfacción de los turistas

La Secretaría de Turismo de México (SECTUR) en conjunto con Estudios Superiores en Turismo (CESTUR) (2012) realizaron una metodología para el grado de satisfacción de los turistas y así conocer el grado de satisfacción del destino. La metodología usada en ese estudio fue utilizada para desarrollar estrategias para consolidar y desarrollar la oferta turística de un destino, así mismo tomar acciones para incrementar el nivel de competitividad de los destinos turísticos. Es por esto que se ha escogido la presente metodología para esta investigación; las preguntas de las encuestas usadas para el levantamiento de información están diseñadas para conocer los atributos del destino, así como también los hábitos de viaje del turista.

Con respecto al grado de satisfacción de un turista, el obtener esta información permite poder diseñar adecuaciones para mejorar la experiencia del turista en el destino; por lo tanto, las preguntas planteadas en las encuestas están diseñadas para conocer cuan satisfecho se encuentra el visitante con respecto a los productos y servicios prestados en el destino. Los índices de satisfacción aportan información útil para tener una visión más clara de las áreas donde se debe mejorar la calidad de los servicios que se ofrecen; por lo tanto, en las encuestas se pide que el turista indique su grado de satisfacción de servicios como: alimentación, hospedaje, transportación, seguridad y recreación, con índices de: muy satisfecho, satisfecho o regular.

Para el levantamiento de esta información se diseñó una encuesta en la cual los turistas deban indicar su grado de satisfacción con respecto a diferentes servicios ofertados en el cantón. Esta encuesta fue efectuada en el cantón Playas a un total de 382 turistas, las cuales se realizaron desde el día 22 de junio hasta el 11 de julio del 2018; los resultados obtenidos en dichas encuestas son los siguientes:

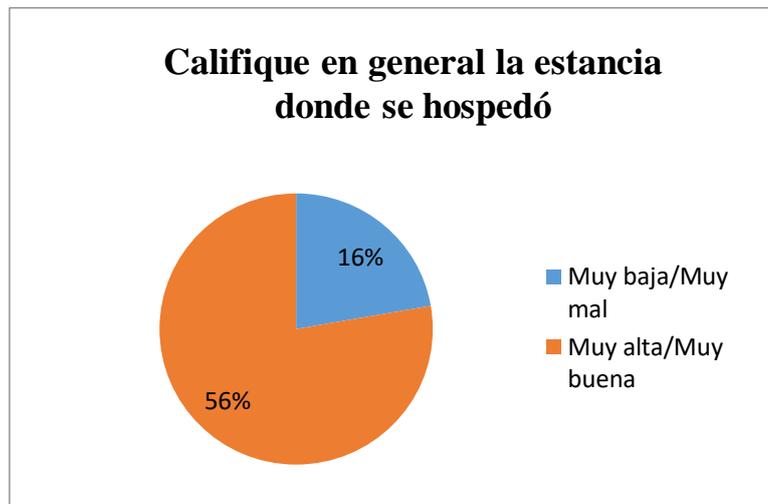


Figura 14. Grado de satisfacción de la estancia donde se hospedaron los turistas

Como primer aspecto de la encuesta se pidió a los encuestados que dieran una calificación en general del establecimiento donde se hospedaron, como lo muestra el gráfico 12 el 56% de los turistas calificó como muy alta la satisfacción en cuanto a este aspecto, y para un 16% su satisfacción fue muy baja. Es importante recalcar que de los 382 turistas que fueron encuestados solo un 72% de ellos hicieron uso del servicio de hospedaje en el destino.

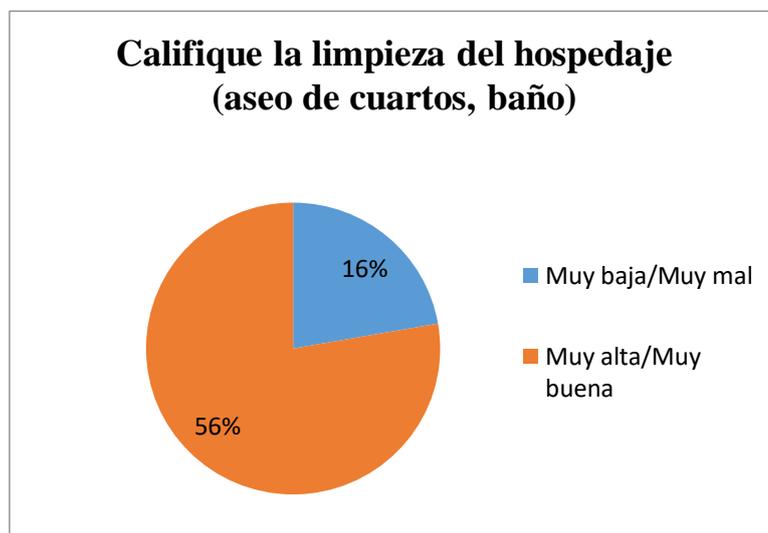


Figura 15. Grado de satisfacción de la limpieza donde se hospedaron los turistas

En cuanto a la limpieza de las habitaciones y baños de las mismas, el grado de satisfacción de los turistas fue de 56% correspondiente a un nivel muy alto, y un 16% que corresponde a un nivel de satisfacción muy bajo.

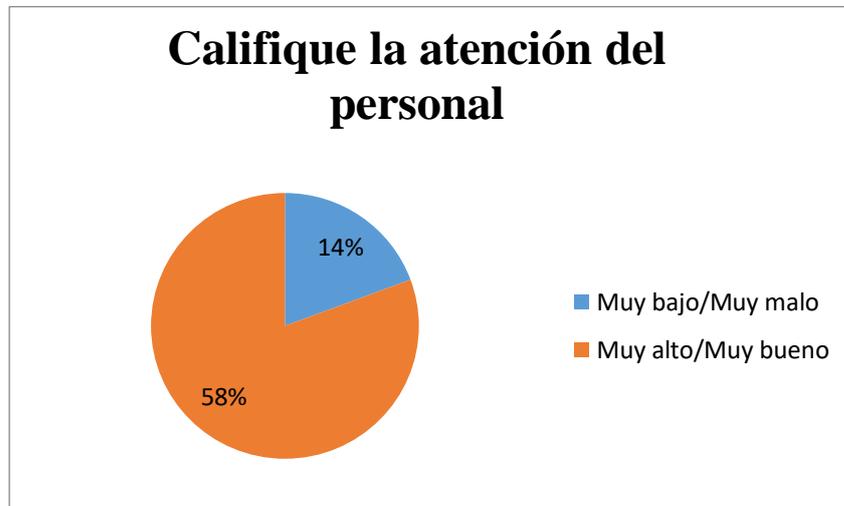


Figura 16. Grado de satisfacción de la atención del personal donde se hospedaron los turistas

Con respecto a la atención del personal, para un 58% de los turistas su grado de satisfacción fue muy alto, sin embargo, para un 14% fue muy bajo.

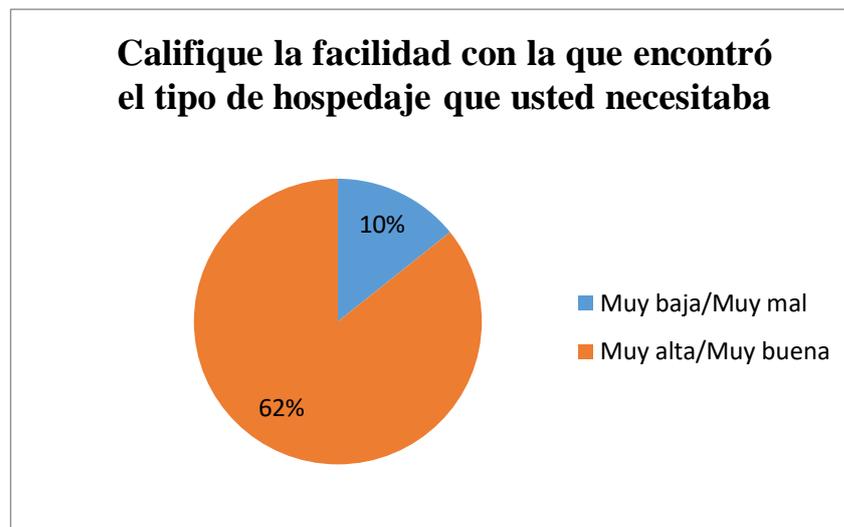


Figura 17. Grado de satisfacción de la facilidad con la que los turistas encontraron hospedaje

En cuanto a la facilidad con la que los turistas encontraron el tipo de hospedaje que requería el índice de satisfacción fue de un 62% correspondiente a muy bueno, y para un 10% su grado de satisfacción fue muy bajo.

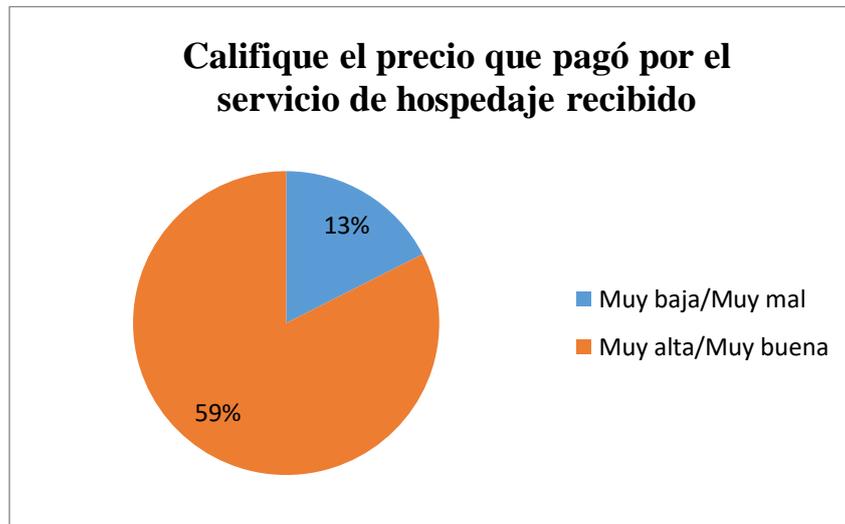


Figura 18. Grado de satisfacción del precio que pagaron por el servicio de hospedaje

La figura 18 indica los grados de satisfacción en cuanto al precio que los turistas tuvieron que pagar por el hospedaje recibido, aquí un 59% se encuentran con un grado muy alto de satisfacción, y para un 13% sus índices son muy bajos.

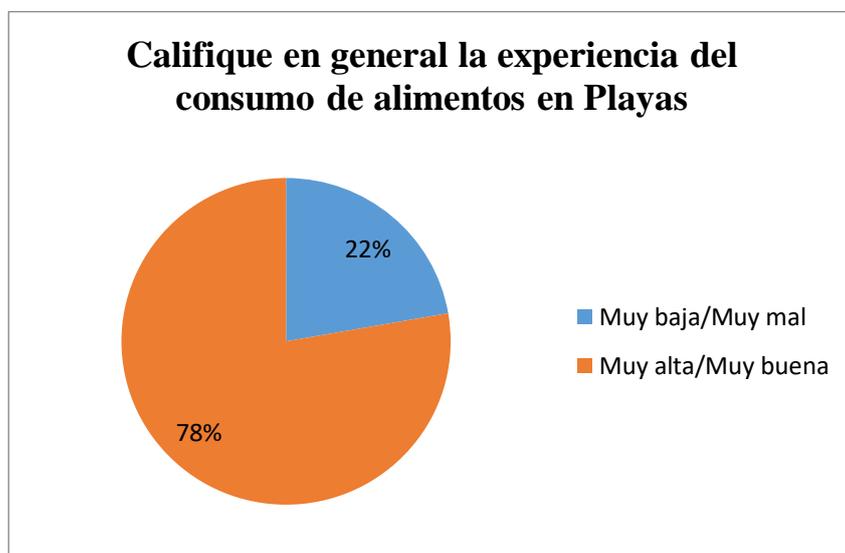


Figura 19. Grado de satisfacción de la experiencia del consumo de alimentos

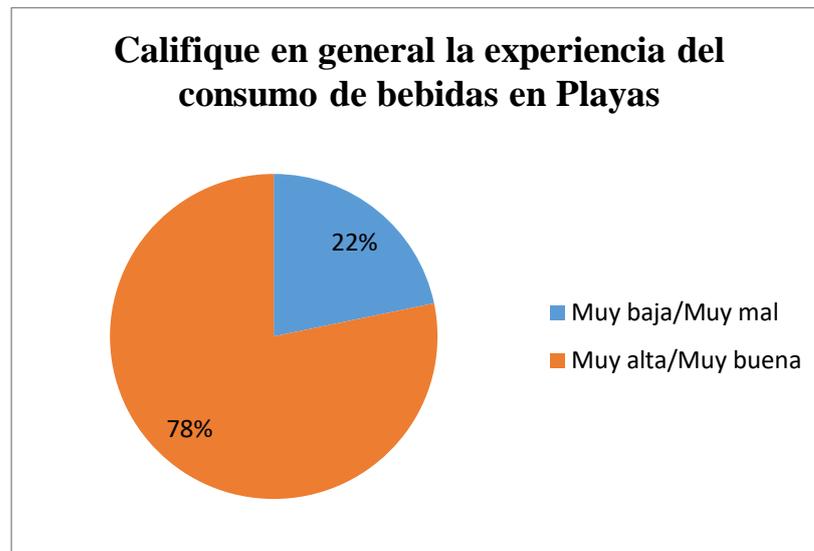


Figura 20. Grado de satisfacción de la experiencia del consumo de bebidas

Las figuras 19 y 20 indican la calificación en general de la experiencia del consumo de alimentos y de bebidas en el destino, en este aspecto tanto en alimentos como en bebidas obtuvieron un 78% correspondiente a un grado muy alto de satisfacción, y un 22% que corresponde a un grado muy bajo, se puede decir entonces, que la mayor parte de los turistas que visitan Playas se encuentran satisfechos con los servicios de alimentos y bebidas del cantón. Cabe recalcar, que en este caso, el 100% de los encuestados, es decir, los 382 turistas que llenaron la encuesta hicieron uso del servicio de alimentos y bebidas en el destino.

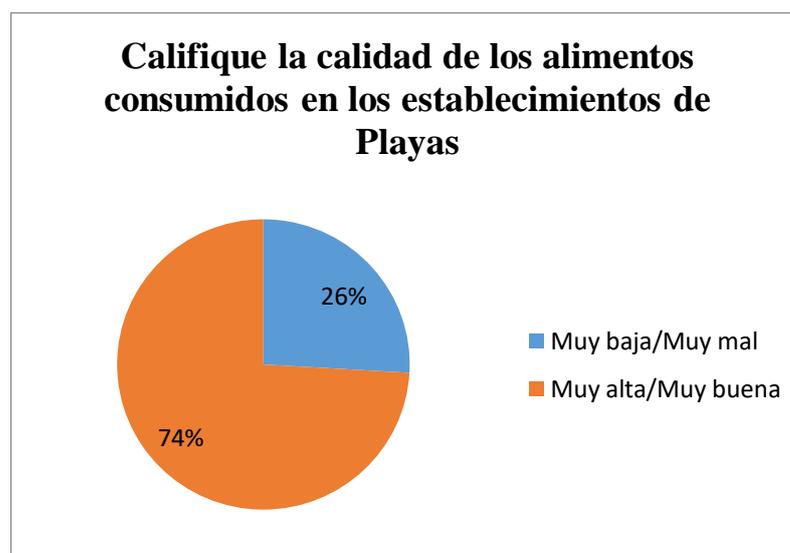


Figura 21. Grado de satisfacción de la calidad de los alimentos consumidos

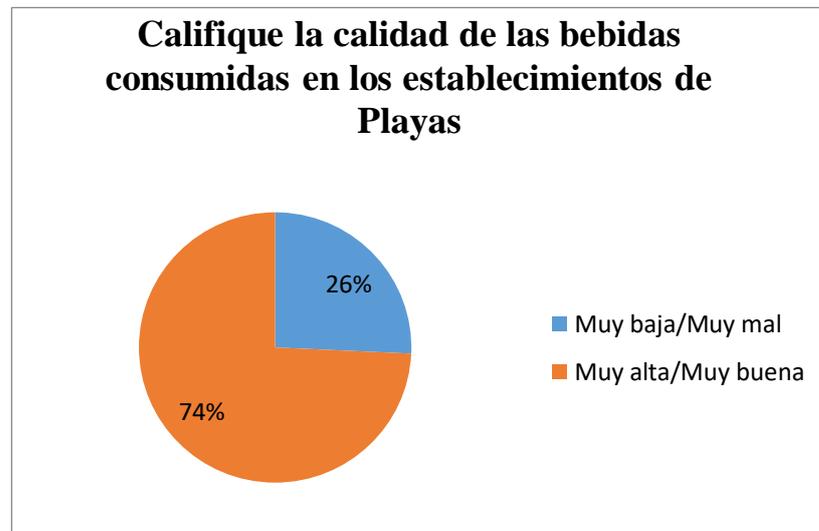


Figura 22. Grado de satisfacción de la calidad de las bebidas consumidos

En cuanto a la calidad de los alimentos y bebidas consumidos en los establecimientos de Playas el 74% de los turistas coincidieron en tener un grado muy alto de satisfacción, y un 26% indicaron tener un grado muy bajo de satisfacción. Con esta información se puede decir entonces que aunque un alto porcentaje de visitantes se encuentran satisfechos en cuanto a la calidad de los servicios de alimentos y bebidas del destino, aún hay un porcentaje el cual no se encuentra satisfecho, por lo que se debería investigar y solucionar el o los problemas que ocasionan que no todos los turistas se encuentren satisfechos con este servicio, para de este modo minimizar más el porcentaje de turistas insatisfechos.

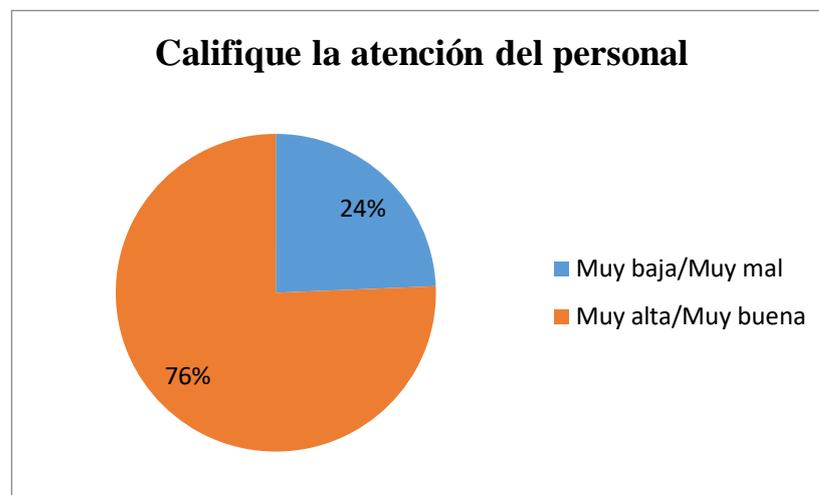


Figura 23. Grado de satisfacción de la atención del personal de alimentos y bebidas

Con respecto al grado de satisfacción de la atención recibida por el personal de los servicios de alimentos y bebidas el 76% de los turistas indicaron tener un alto grado de satisfacción, y un 24% un grado muy bajo.

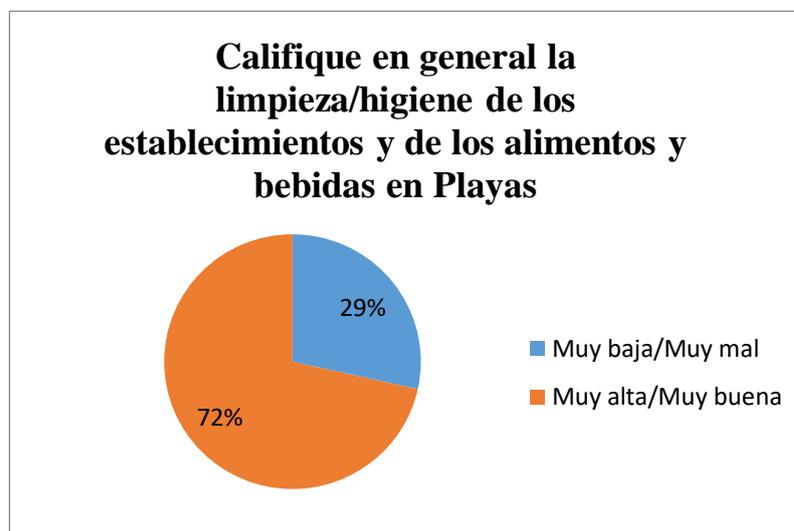


Figura 24. Grado de satisfacción de la limpieza de los establecimientos de alimentos y bebidas

En cuanto a la limpieza/higiene de los establecimientos y de los alimentos y bebidas en Playas, para un 72% de los encuestados su índice de satisfacción fue muy alto, y para un 29% fue muy bajo.

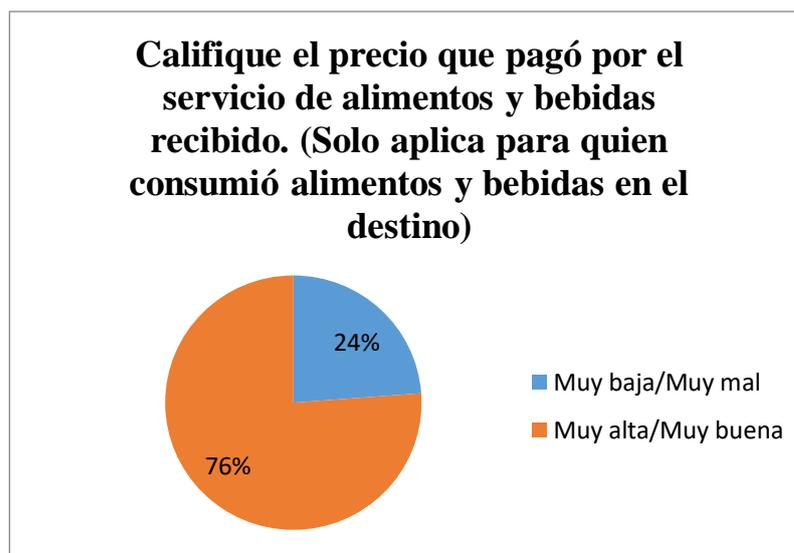


Figura 25. Grado de satisfacción del precio a pagar por el servicio de alimentos y bebidas

La calificación en cuanto al precio que el turista tuvo que pagar por el servicio de alimentos y bebidas el 76% indicó tener un alto grado de satisfacción, y un 24% un grado muy bajo.

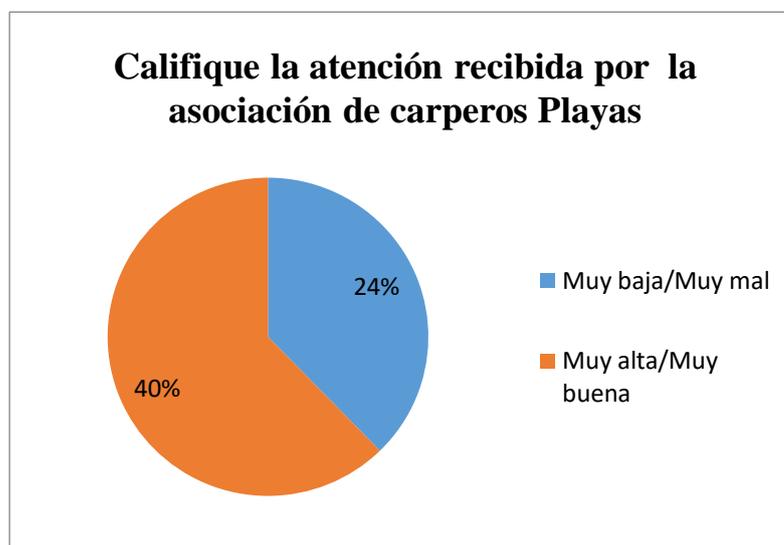


Figura 26. Grado de satisfacción de la atención recibida por los carperos de Playas

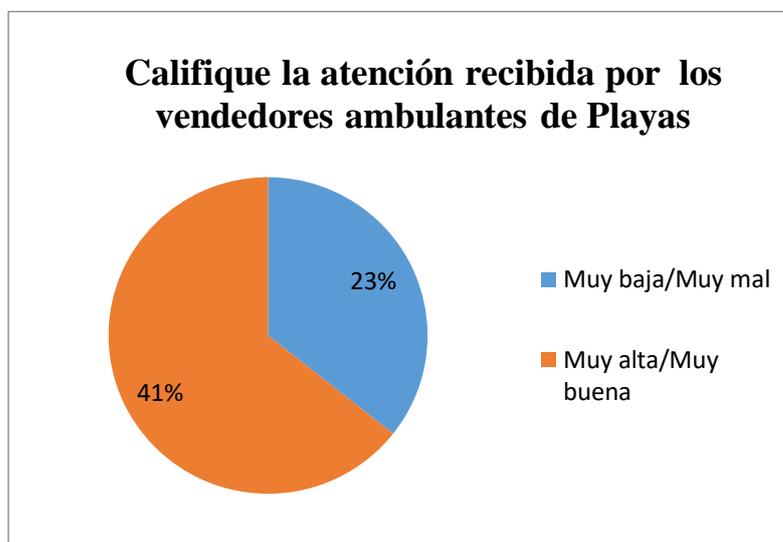


Figura 27. Grado de satisfacción de la atención recibida por los vendedores ambulantes de Playas

Con respecto a la asociación de carperos y los vendedores ambulantes, es importante señalar que de los 382 encuestados tan sólo el 64% de ellos hicieron uso de estos servicios; la atención dada por la asociación de carperos en Playas obtuvo una calificación de muy buena con un 40%, y un 24% correspondiente a un grado

bajo de satisfacción. El grado de satisfacción correspondiente a la atención recibida por los vendedores ambulantes obtuvo un 41% como muy alto, y un 23% muy bajo.

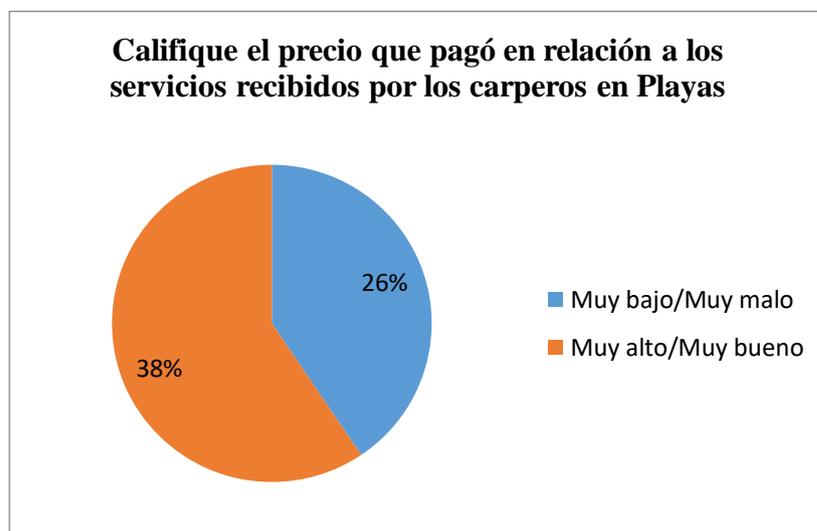


Figura 28. Grado de satisfacción del precio pagado por el servicio de los carperos

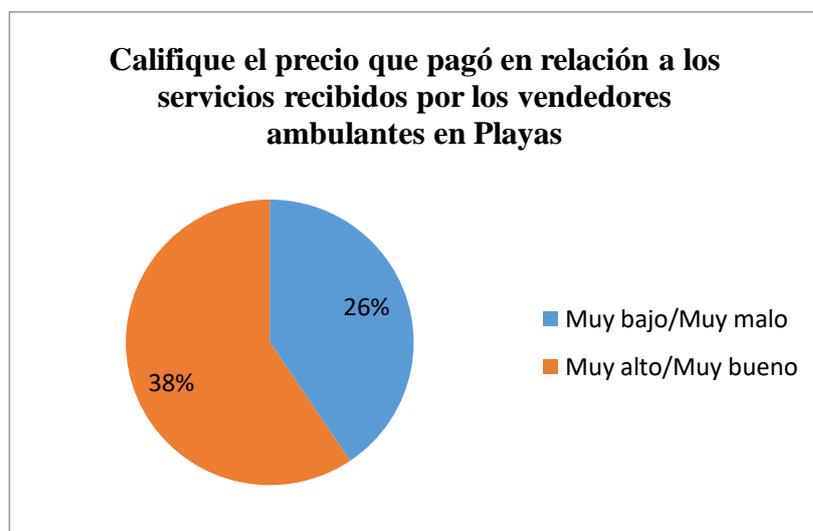


Figura 29. Grado de satisfacción del precio pagado por los servicios de los vendedores ambulantes

Las calificaciones obtenidas con respecto al precio que pagaron los turistas por el servicio recibido tanto por los carperos como por los vendedores ambulantes fue de un 38% que corresponde a un grado muy alto de satisfacción, y un 26% correspondiente a un grado muy bajo.

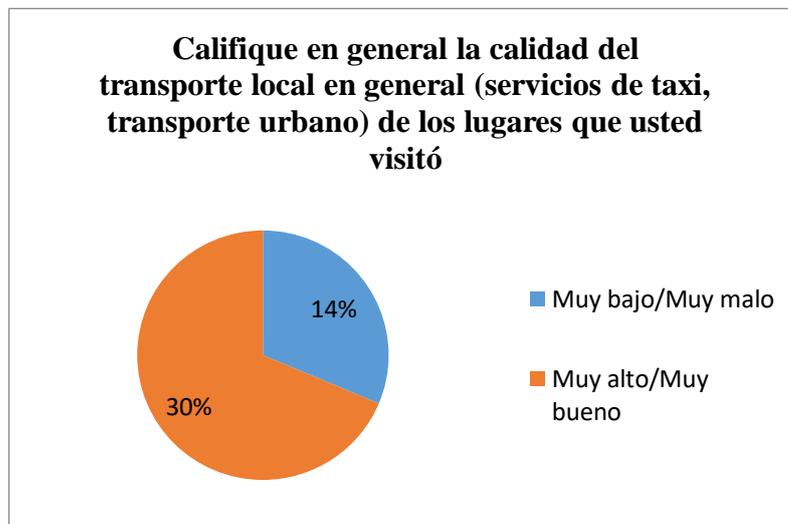


Figura 30. Grado de satisfacción de la calidad del transporte local

En cuanto al transporte, es importante mencionar que de los 382 encuestados, el porcentaje de turistas que hizo uso de este servicio fue de un 44%. Según muestra la figura 30 la cual indica la calificación en general de la calidad del transporte local, ya sea de taxis, o transporte urbano del destino, muestra como resultado que el 30% de los turistas tuvo un alto grado de satisfacción, al contrario del 14% que tuvo un índice de satisfacción muy bajo.

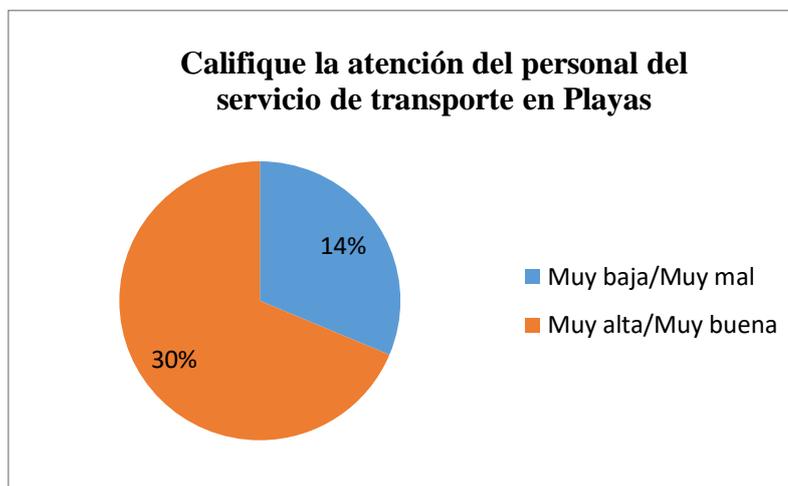


Figura 31. Grado de satisfacción de la atención dada por el personal del transporte local

Con respecto a la atención recibida por el personal del servicio de transporte, de igual modo el 30% de los turistas señalaron tener un alto grado de satisfacción, y un 14% indicaron un grado muy bajo.

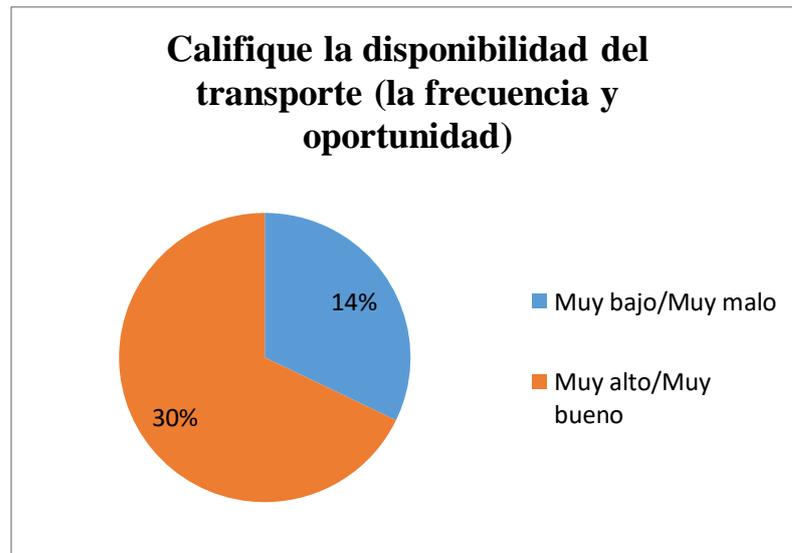


Figura 32. Grado de satisfacción de la disponibilidad del transporte local

La calificación recibida con respecto a la disponibilidad del transporte, el 30% de los turistas señalaron estar satisfechos en un alto grado, y un 14% indicaron un grado muy bajo.

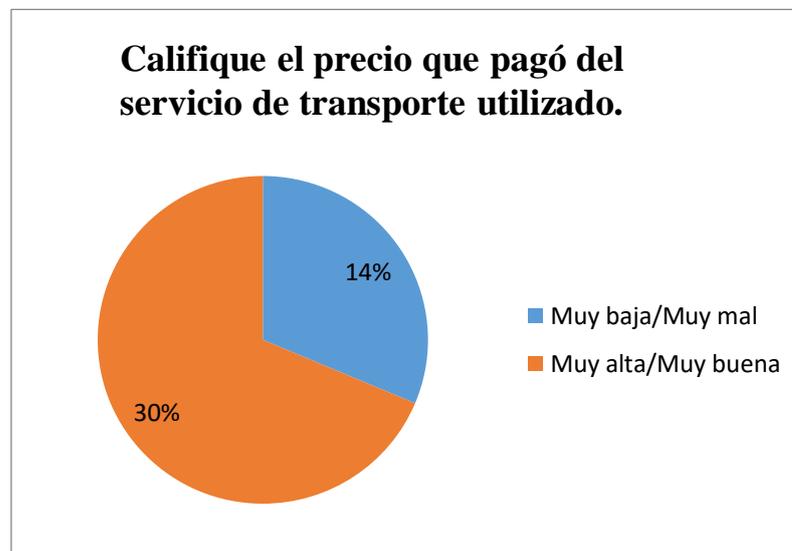


Figura 33. Grado de satisfacción del precio pagado por el servicio del transporte local

Al mismo tiempo, en cuanto al precio que tuvieron que pagar por el servicio los resultados fueron los mismos, el 30% de los turistas se encuentran satisfechos en un alto grado, y un 14% marcaron un índice de muy baja satisfacción.

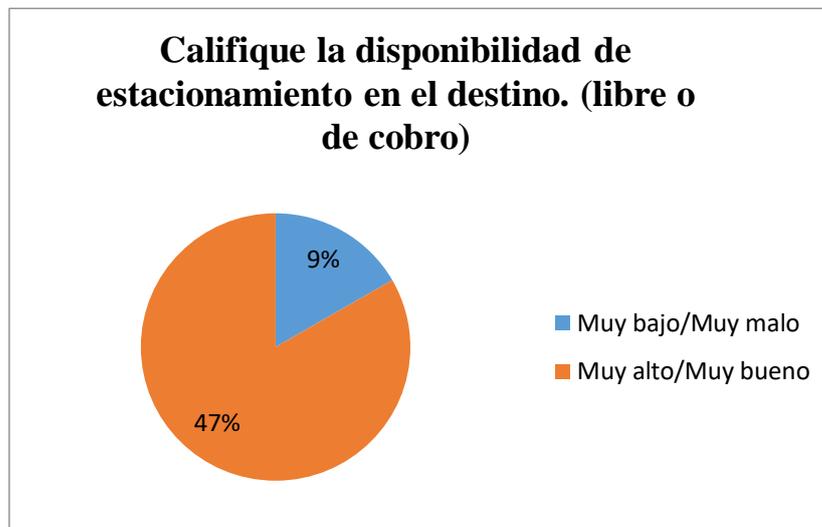


Figura 34. Grado de satisfacción de la disponibilidad de estacionamiento

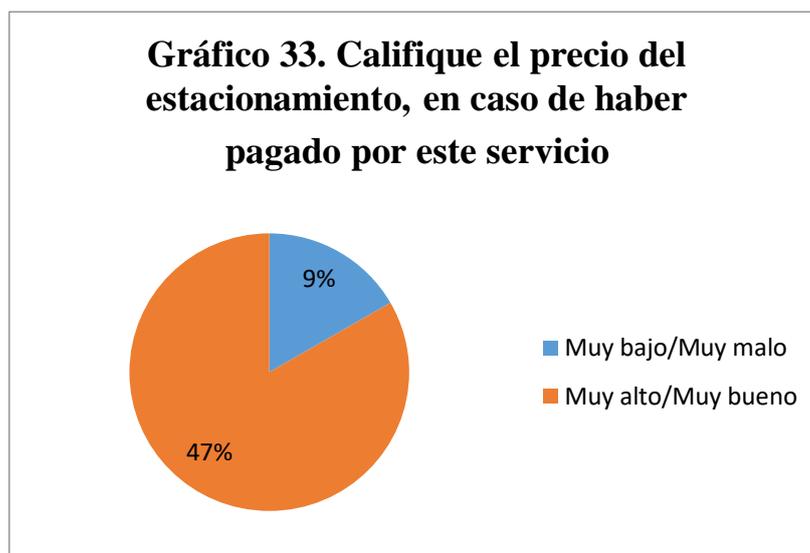


Figura 35. Grado de satisfacción del precio pagado por el servicio de estacionamiento

El último aspecto de la encuesta estuvo dirigido para aquellos turistas que viajaron al destino por medio de transporte propio, en este aspecto es importante señalar que de los 382 encuestados el 56% llegaron a Playas usando su medio de transporte personal; es así entonces que tanto como se muestra en la figura 34, como en la figura 35, las cuales indican la calificación dada con respecto a la disponibilidad de estacionamiento, y el precio que los turistas tuvieron que pagar por haber usado el servicio, los resultados obtenidos son similares, el 47% de los turistas indicaron un alto grado de satisfacción por el servicio, y un 9% señalaron tener un grado de satisfacción muy bajo.

Conclusión de los resultados de las encuestas sobre la satisfacción de los turistas

Como conclusión en cuanto a la encuesta sobre la satisfacción de los turistas se obtiene que, no todos los visitantes que llegan a playas hacen uso de la oferta del destino, es decir, no todos usan el servicio de alojamiento, transporte, así como los servicios dados por los carperos del cantón, sin embargo, cabe resaltar que el servicio que sí es usado por todos los turistas que entran a Playas, es el servicio de alimentos y bebidas. Con respecto al grado de satisfacción de los servicios recibidos en el destino, los turistas en su gran mayoría se encuentran satisfechos, tal como se demostró en las figuras anteriores, los porcentajes más elevados se encuentran en los grados de satisfacción de muy bueno.

Capítulo IV: Plan de Mejora

Introducción

La propuesta del presente Plan de Mejora en el cantón Playas es el punto clave del presente trabajo de investigación, ya que después de haber analizado la situación actual del destino se concluyó que es necesario proponer un mejoramiento para el desarrollo de las capacidades del talento humano, así como de equipamiento turístico de la oferta actual del cantón, con la finalidad de que se ofrezca un servicio adecuado y de calidad a los visitantes, y de este modo brindar una estadía placentera a los turistas.

Cabe destacar que aunque en las encuestas realizadas a los turistas se determinó que ellos se encuentran satisfechos con los servicios ofrecidos, hay que resaltar el hecho de que la gran mayoría de visitantes que llegan al destino no han concluido sus estudios superiores, por lo que se puede deducir que al ser un tipo de turista no preparado académicamente en su totalidad éstos se conforman con los servicios que se les ofrezca, ya que en las entrevistas realizadas a la comunidad, así como a la Dirección Municipal de Turismo estos concordaron que el destino necesita mejorar en elementos como infraestructura, servicio al cliente, entre otros.

Según la Agencia Nacional de Evaluación de la Calidad y Acreditación (s.f) un plan de mejoras integra estrategias para realizar cambios que deben incorporarse para que estos sean traducidos en un mejor servicio percibido; así mismo, dicho plan debe servir como base para la detección de mejoras, control y seguimiento de las distintas acciones que se van a desarrollar, es por esto, que se deben establecer los objetivos que se pretenden alcanzar y diseñar la planificación de acciones o proyectos que cumplan con los objetivos establecidos.

Es así entonces que a continuación se procede a diseñar el Plan de Mejoras del presente estudio, el cual se expone como:

Plan de mejor para el área nacional de recreación en Playas Villamil, ubicado en el cantón Playas, Provincia del Guayas

Para este Plan se ha tomado como base la investigación realizada preliminarmente, así como los objetivos planteados en el presente estudio, es importante mencionar, que se ha determinado que en el cantón Playas muchos habitantes se enfocan en brindar servicios de alojamiento, transporte, gastronomía, así como servicios de carpas en las playas; es por esto, que en función de lo investigado por medio del estudio de campo se procede a diseñar un Plan de Mejora aplicable en el cantón Playas para mejorar la experiencia turística en el cantón.

Justificación

El presente estudio se ha desarrollado con el objetivo de mejorar la experiencia turística en el cantón, por lo cual se analizó mediante un estudio de campo la situación actual de la actividad turística en el cantón Playas, en este análisis se detectó cuáles son los problemas y falencias que pueden afectar a que la experiencia en el destino no sea agradable para el turista; con esta información recopilada se diseña el presente Plan de Mejora, en el cual se integran programas de capacitación, certificación de establecimientos, organización y sectorización de la playa con respecto a la asociación de carperos, y organización del uso de suelo de la playa con respecto a las actividades que se realizan dentro de la misma.

Realizar capacitaciones sobre historia y patrimonio cultural del destino, así como de atención al cliente es un aspecto importante en el Plan de Mejora, ya que es importante que los prestadores además de brindar un buen trato, puedan proveer a los turistas de información completa del destino, para de esta manera la satisfacción y la experiencia que obtenga el turista en el destino sea la mejor.

En cuanto a la certificación, es esencial que los establecimientos que oferten servicios turísticos sean controlados y certificados, para de esta manera los turistas al momento de hacer uso de alguno de estos establecimientos tengan la absoluta confianza de que recibirán un servicio de calidad. Referente a la organización y sectorización se considera primordial que todos los carperos tengan su propio espacio señalado, para que de esta manera haya un orden en la playa.

Cabe resaltar, que el propósito de este Plan es mejorar e incrementar el desarrollo y crecimiento del turismo en el cantón, y así mismo, como se mencionó anteriormente, mejorar la experiencia que los turistas tenga en el destino, para así atraer a más visitantes a la zona, y por consiguiente los comuneros se vean beneficiados.

Objetivos del Proyecto

Objetivo General:

Proponer un Plan de Mejora para el Área Nacional de Recreación en Playas Villamil.

Objetivos Específicos:

1. Analizar la situación actual de la actividad turística del cantón Playas.
2. Determinar los problemas principales de los servicios turísticos ofertados en el cantón Playas.
3. Establecer programas que aporten a la solución de los problemas detectados en el cantón Playas.

Beneficiarios Directos e Indirectos del Proyecto.

Se considera a los habitantes de General Villamil Playas como los beneficiarios directos, ya que la implementación del Plan de Mejora busca incrementar la actividad turística de la zona. Los beneficiarios indirectos son los turistas nacionales y extranjeros que llegan al destino, ya que con el funcionamiento del Plan recibirán servicios de calidad.

Competencia.

- Ministerio de Turismo
- Dirección de Turismo del GAD Municipal de Playas
- Prefectura del Guayas
- ONG nacionales e internacionales

Líneas de Productos Turísticos.

Según el PLANDETUR 2020 las líneas turísticas que se aplican en este proyecto son: a) turismo de sol y playa; b) turismo comunitario; y c) turismo cultural.

Análisis FODA.

El FODA es un acrónimo de Fortalezas, Oportunidades, Debilidades, y Amenazas, ésta herramienta de análisis se aplica a cualquier situación, producto,

empresa, etc., que esté actuando como objeto de estudio; para fines de la presente investigación, se realiza este análisis para diagnosticar la situación actual del cantón Playas Villamil.

Tabla 1. Factores Internos del FODA

FORTALEZAS	DEBILIDADES
<ul style="list-style-type: none"> • El cantón Playas Villamil cuenta con una costa de 14km de extensidad. • Es considerado por muchos el segundo mejor clima del mundo. • La ubicación del destino se encuentra a poca distancia de la ciudad de Guayaquil. • Las vías de acceso al cantón se encuentran asfaltadas y en buenas condiciones. 	<ul style="list-style-type: none"> • Falta de interes por parte de la gobernanza en la mejora de infraestructura del destino • El alcantarillado se tapa en las epocas donde la llegada de visitantes se incrementa • El servicio electrico se ve interrumpido en epocas de grandes demandas en el cantón • Las carreteras dentro de Playas están deterioradas

Tabla 2. Factores Externos del FODA

OPORTUNIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> • El proyecto de Puerto de Aguas Profundas tendrá un impacto fundamnetal en la competitivad, y en los ingresos del cantón • Generación de empleos gracias al proyecto Karibao • Desarrollo y crecimiento de establecimientos de alojamiento, y alimentos y bebidas, en la vía Data • Apoyo economico y/o promocional por parte de entidades turísticas por ser el único balneario de la provincia del Guayas 	<ul style="list-style-type: none"> • Los servicios básicos colapsan cuando hay incremento de turistas • La contaminación de la playa se aumenta en los meses de alta demanda • Aumento de la delincuencia en las épocas de alta demanda • No existe politicas sobre el uso de suelo de la playa

Por medio del presente análisis FODA se concluye que uno de los puntos más débiles del cantón Playas es la falta de infraestructura en el destino; por otro lado, entre sus puntos fuertes se encuentra el apoyo económico que recibe por parte de entidades turísticas por ser el único balneario de la provincia del Guayas. Esta

información sirve para diseñar estrategias que ayuden a alcanzar los objetivos del presente Plan de Mejora.

Articulación del Plan de Políticas del Desarrollo Nacional.

En el siguiente Plan de Mejora se tomó en cuenta las políticas de desarrollo nacional como el PLANDETUR 2020, así como la Ley de Turismo y la Ley Orgánica de Defensa del Consumidor. Con este se busca diseñar estrategias para incrementar la actividad turística, así como brindar un buen servicio al consumidor, y mejorar las condiciones de los servicios prestados por los comuneros.

Problemas detectados en la salida de campo.

Por medio de la salida de campo realizada en el cantón Playas, los problemas detectados son los siguientes:

- Prestadores de servicios turísticos poco capacitado
- Falta de orden en la playa por parte de los carperos
- Acumulación de basura en la Playa
- Falta de control en los establecimientos prestadores de servicios
- Falta de orden de las actividades realizadas en la Playa

Necesidades de intervención del Plan de Mejoras.

Luego de haber determinado cuales son los problemas existentes en el cantón Playas, mediante una investigación de campo, se propone a continuación una solución para cada problema detectado:

Tabla 3. Necesidades de intervención del Plan de Mejoras

PROBLEMAS	SOLUCIONES
Personal poco capacitado	Capacitaciones en: <ul style="list-style-type: none"> • Servicio al cliente • Seguridad alimentaria • Historia y patrimonio cultural
Falta de orden en la playa por parte de los carperos	Organización y sectorización de la playa para la asociación de carperos
Acumulación de basura en la Playa	Implementación de normas de recolección de basura en los espacios usados por la asociación de carperos
Falta de control en los establecimientos prestadores de servicios	<ul style="list-style-type: none"> • Realizar control constante de los procesos llevados a cabo por los establecimientos • Colocar sellos de certificación a los establecimientos debidamente calificados para prestar servicios turísticos
Falta de orden de las actividades realizadas en la Playa	Organización del uso del suelo de la Playa

Propuesta de Equipamiento Turístico y Desarrollo de capacidades de talento humano

Tabla 4. Desarrollo de capacidades de talento humano

DESARROLLO DE CAPACIDADES DE TALENTO HUMANO	DESCRIPCIÓN
Capacitación en servicio al cliente	Prestadores de servicios turísticos del cantón Playas
Capacitación en seguridad alimentaria	Prestadores de servicios turísticos del cantón Playas
Capacitación en Historia y patrimonio cultural	Prestadores de servicios turísticos del cantón Playas

Tabla 5. Equipamiento Turístico

EQUIPAMIENTO TURÍSTICO	DESCRIPCIÓN
Organización y sectorización de la Playa	Sectorizar el espacio de uso para la asociación de carperos Implementación de normas de
Recolección de basura en la playa	recolección de basura en los espacios usados por la asociación de carperos
Controlar y certificar a los establecimientos prestadores de servicios	<ul style="list-style-type: none">• Realizar control constante a todos los establecimientos prestadores de servicios turísticos• Colocar sellos de certificación de calidad a establecimientos de alimentos y bebidas que estén debidamente calificados para prestar servicios turísticos
Fomento a la certificación de prestadores de servicio de alojamiento	Fomentar la certificación de calidad a los prestadores de servicio de alojamiento
Organizar y controlar las actividades realizadas en la Playa	Sectorizar el espacio de uso del suelo de la Playa para actividades como: cabalgar caballos, y para las bananas

Proyectos de Implementación

Tabla 6. Proyecto de capacitación en Servicio al Cliente

PROYECTO 1: CAPACITACIÓN EN SERVICIO AL CLIENTE

Programa: Desarrollo de capacidades de talento humano

Localización: Cantón Playas

Objetivo del Proyecto

Capacitar a los prestadores de servicios turísticos, para que el personal cuente con las actitudes y aptitudes competentes para atender al turista.

Descripción del Proyecto

Brindar por medio de capacitaciones las herramientas necesarias para que los prestadores de servicios mejoren la atención al cliente, y estén preparados competentemente para solucionar problemas.

Se considera importante mencionar que la empresa responsable de la ejecución del proyecto es Global Services SM&R Consultores S.A., una empresa especializada en servicios de asesoría y consultoría para el desarrollo, implementación, y procesos de mejoramiento continuo en organizaciones.

El contenido del curso será el siguiente:

- Principios básicos y características de la atención al cliente
- El poder de la palabra hablada. Que no decirle al cliente
- Cómo tratar con clientes difíciles
- Como manejar las quejas o reclamos del cliente
- Ejercicios prácticos

Incluye:

- Material de trabajo
- Certificado de asistencia

Se capacitará a tres grupos de 20 personas, las cuales estén más involucrados en la actividad turística.

Costo de Diseño e Implementación

Cantidad	Detalle	Costo por Grupo	Costo Total
3	Capacitación en servicio al cliente + certificado de participación	\$865	\$2.595
	Total		\$ 2.595
Responsable de la ejecución:	Global Services SM&R Consultores S.A.		
Presupuesto referencial:		\$2.595	
Plazo de ejecución:	Inicio:	2018	
	Duración:	3 días - 8 horas diarias	

Tabla 7. Proyecto de capacitación en Seguridad Alimentaria

PROYECTO 2: CAPACITACIÓN EN SEGURIDAD ALIMENTARIA

Programa: Desarrollo de capacidades de talento humano

Localización: Cantón Playas

Objetivo del Proyecto

Elevar la calidad y seguridad de los alimentos y bebidas ofertados en el destino para garantizar la salubridad de los mismos.

Descripción del Proyecto

A través de la capacitación se brindaran las herramientas necesarias para que los prestadores de servicios de alimentos y bebidas adquieran conocimientos sobre las practicas de manufactura, para brindar así productos de calidad.

Se considera importante mencionar que la empresa responsable de la ejecución del proyecto es Global Services SM&R Consultores S.A., una empresa especializada en servicios de asesoría y consultoría para el desarrollo, implementación, y procesos de mejoramiento continuo en organizaciones.

El contenido del curso será el siguiente:

- Principios básicos de las buenas prácticas de manufactura en alimentos
- Requisitos de higiene del personal y área de trabajo
- Manipulación, almacenamiento y transporte de alimentos

Incluye:

- Material de trabajo
- Certificado de asistencia

Se capacitará al personal de los tres establecimientos de alimentos y bebidas mas populares en el cantón

Costo de Diseño e Implementación

Cantidad	Detalle	Costo por Grupo	Costo Total
3	Capacitación en servicio al cliente + certificado de participación	\$865	\$2.595
	Total		\$ 2.595

Responsable de la ejecución: Global Services SM&R Consultores S.A.

Presupuesto referencial: \$2.595

Plazo de ejecución: **Inicio:** 2018

Duración: 3 días, 8 horas diarias

Tabla 8. Proyecto de capacitación en Historia y Patrimonio Cultural
PROYECTO 3: CAPACITACIÓN EN HISTORIA Y PATRIMONIO

Programa: Desarrollo de capacidades de talento humano

Localización: Cantón Playas

Objetivo del Proyecto

Instruir a los prestadores de servicios con información relevante sobre la Historia y Patrimonio del destino

Descripción del Proyecto

A través de la capacitación se brindará información necesaria sobre la Historia y Patrimonio del cantón para que los prestadores de servicios tengan mas conocimientos sobre su identidad, y origen; para así dar a conocer al turista mas información sobre el destino.

Se considera importante mencionar que la empresa responsable de la ejecución del proyecto es Global Services SM&R Consultores S.A., una empresa especializada en servicios de asesoría y consultoría para el desarrollo, implementación, y procesos de mejoramiento continuo en organizaciones.

El contenido del curso será el siguiente:

- Historia del destino
- Patrimonio Cultural

Incluye:

- Material de trabajo
- Certificado de asistencia

Se capacitará a tres grupos de 20 personas, las cuales esten más involucrados en la actividad turística.

Costo de Diseño e Implementación

Cantidad	Detalle	Costo por Grupo	Costo Total
3	Capacitación en historia y patrimonio cultural + certificado de participación	\$865	\$2.595
	Total		\$ 2.595

Responsable de la ejecución: Global Services SM&R Consultores S.A.

Presupuesto referencial: \$2.595

Plazo de ejecución: **Inicio:** 2018

Duración: 3 días, 8 horas diarias

Tabla 9. Proyecto de Organización y Sectorización de la playa

PROYECTO 4: ORGANIZACIÓN Y SECTORIZACIÓN

Programa: Equipamiento Turístico

Localización: Cantón Playas

Objetivo del Proyecto

Organizar y sectorizar la playa para el uso de suelo de la asociación de carperos

Descripción del Proyecto

A través del proyecto se busca sectorizar un espacio para cada carpero, para que de este modo haya mas orden y control de los mismos en la playa.

Por ello el proyecto debe:

- Identificar las áreas disponibles
- Gestionar los permisos requeridos
- Realizar una reunión entre la asociación de carperos y los responsables de la ejecución
- Marcar las áreas donde se ubicará a cada carpero

RESPONSABLES Y PLAZOS DEL PROYECTO

Responsable de la ejecución: • GAD Municipal de Playas

Plazo de ejecución: **Inicio:** 2018

Fin: 2019

Tabla 10. Proyecto de Recolección de basura en la playa

PROYECTO 5: IMPLEMENTACIÓN DE NORMAS

Programa: Equipamiento Turístico

Localización: Cantón Playas

Objetivo del Proyecto

Controlar la basura desechada en los espacios usados por carperos

Descripción del Proyecto

A través del proyecto se busca implementar normas para que los carperos controlen la basura desechada en los espacios usados por ellos.

Por ello el proyecto debe:

- Identificar las áreas usadas por carperos
- Gestionar los permisos requeridos
- Realizar una reunión con la asociación de carperos para llegar a un acuerdo que beneficie a todos los entes involucrados

RESPONSABLES Y PLAZOS DEL PROYECTO

Responsable de la ejecución: • GAD Municipal de Playas

Plazo de ejecución: **Inicio:** 2018

Fin: 2019

Tabla 11. Proyecto de control y certificación a los establecimientos prestadores de servicios

PROYECTO 6: CONTROL A LOS ESTABLECIMIENTOS PRESTADORES DE SERVICIOS TURÍSTICOS			
Programa:	Equipamiento Turístico		
Localización:	Cantón Playas		
Objetivo del Proyecto			
Realizar un control del cumplimiento de las normas, y procesos llevados a cabo por establecimientos que ofrecen servicios turísticos			
Descripción del Proyecto			
A través del proyecto se busca controlar que todos los establecimientos que brinden servicios turísticos, cumplan con las normas, requisitos, e implementaciones necesarias para la actividad.			
Se recomienda para este proyecto empezar realizando el control a los 30 establecimientos prestadores de servicios de alojamiento, y alimentos y bebidas más usados por los turistas.			
Por ello el proyecto debe:			
<ul style="list-style-type: none"> • Hacer visitas a los establecimientos y realizar una auditoria para verificar el cumplimiento o no de las normas establecidas • Realizar este control consecuentemente 			
Costo de Diseño e Implementación			
Cantidad	Detalle	Costo por Grupo	Costo Total
30	Control a los establecimientos de alimentos y bebidas	\$5	\$150
30	Control a los establecimientos alojamiento	\$5	\$150
Total			\$300
Responsable de la ejecución:		GAD Municipal de Turismo	
Presupuesto referencial:		\$300	
Plazo de ejecución:		Inicio:	2018
		Duración:	Enero 2019

Tabla 12. Proyecto de control y certificación a los establecimientos prestadores de servicios

PROYECTO 7: CERTIFICAR A LOS ESTABLECIMIENTOS PRESTADORES DE SERVICIOS TURÍSTICOS			
Programa:	Equipamiento Turístico		
Localización:	Cantón Playas		
Objetivo del Proyecto			
Certificar a los establecimientos que cumplan con todas las normas, y procesos requeridos para la actividad turística.			
Descripción del Proyecto			
A través del proyecto se busca certificar a todos los establecimientos de alimentos y bebidas que cumplan con los requisitos necesarios para dedicarse a la actividad turística, para que así los turistas que lleguen a Playas sepan en que establecimientos van a recibir servicios de calidad. Para el desarrollo de este proyecto se recomienda usar el formulario de aplicación de calidad que se encuentra en el Apéndice 3, el cual es una adaptación del formulario de aplicación distintivo “Q” usado por Quito Turismo. Cabe recalcar que para el desarrollo de este proyecto se debe realizar visitas a todos los establecimientos prestadores de servicios de alimentos y bebidas. Se recomienda para este proyecto empezar realizando el control a los 30 establecimientos prestadores de servicio de alimentos y bebidas más visitados por los turistas.			
Por ello el proyecto debe:			
<ul style="list-style-type: none"> • Gestionar los permisos requeridos • Realizar una visita de control de calidad a los establecimientos de alimentos y bebidas • Llenar formularios de aplicación de calidad 			
Colocar sellos de certificación a los establecimientos debidamente calificados para prestar servicios turísticos			
Costo de Diseño e Implementación			
Cantidad	Detalle	Costo por Grupo	Costo Total
30	Certificar a los establecimientos de alimentos y bebidas	\$5	\$150
	Total		\$150
Responsable de la ejecución:		GAD Municipal de Playas	
Presupuesto referencial:		\$150	
Plazo de ejecución:		Inicio:	2018
		Duración:	Enero 2019

Tabla 13. Proyecto de fomento a la certificación de prestadores de servicio de alojamiento

PROYECTO 8: FOMENTAR LA CERTIFICACIÓN DE CALIDAD	
Programa:	Equipamiento Turístico
Localización:	Cantón Playas
Objetivo del Proyecto	
Fomentar la certificación de calidad a los prestadores de servicio de alojamiento	
Descripción del Proyecto	
Por medio de este proyecto se busca fomentar que los establecimientos de alojamiento acepten participar en el proyecto de certificación de calidad que actualmente se esta desarrollando en el destino	
Por ello el proyecto debe:	
Incentivar a los prestadores de servicio de alojamiento de la siguiente manera:	
<ul style="list-style-type: none">• Realizar capacitaciones tecnicas• Realizar compensaciones de disminución de pago de impuesto• Asesorar en la creación de productos	
RESPONSABLES Y PLAZOS DEL PROYECTO	
Responsable de la ejecución:	<ul style="list-style-type: none">• Ministerio de Turismo• Dirección de Turismo de Playas
Plazo de ejecución:	Inicio: 2018
	Fin: 2019

Tabla 14. Proyecto de Organización y control a las actividades realizadas en la Playa

PROYECTO 9: SECTORIZAR EL USO DEL SUELO PARA LAS ACTIVIDADES QUE SE REALIZAN EN LA PLAYA	
Programa:	Equipamiento Turístico
Localización:	Cantón Playas
Objetivo del Proyecto	
Sectorizar el uso del suelo de la playa para las actividades que se realizan en la misma, para así mantener un orden en la misma	
Descripción del Proyecto	
Por medio de este proyecto se pretende sectorizar el suelo de la playa para que las actividades como: montar a caballo y las bananas, no interfieran con las actividades que otros turistas estén realizando, además, se busca obtener un orden en la playa, para que de este modo sea mas agradable para los visitantes que lleguen a la misma.	
Por ello el proyecto debe:	
<ul style="list-style-type: none"> • Gestionar los permisos requeridos • Sectorizar los espacios permitidos para las actividades antes mencionadas • Reunirse con los encargados de las actividades previamente mencionados para llegar a un acuerdo que beneficie a todos los involucrados en la actividad 	
RESPONSABLES Y PLAZOS DEL PROYECTO	
Responsable de la ejecución:	• GAD Municipal de Playas
Plazo de ejecución:	Inicio: 2018
	Fin: 2019

Costo Total de los Proyectos de Implementación**Tabla 15. Total de Presupuesto General de Proyectos**

PROGRAMA	PROYECTO	PRESUPUESTO REFERENCIAL
	Capacitación en servicio al cliente	\$2.595
Desarrollo de Capacidades de Talento Humano	Capacitación en seguridad alimentaria	\$2.595
	Capacitación en historia y patrimonio cultural	\$2.595
	Subtotal Programa 1	\$7.785
Equipamiento Turístico	Control de calidad en los establecimientos prestadores de servicios de alojamiento, y de alimentos y bebidas.	\$300
	Certificación de calidad a los establecimientos de alimentos y bebidas que cumplan con las normas y procesos de calidad establecidos.	\$150
	Subtotal Programa 2	\$450
	PRESUPUESTO GENERAL	\$8.235

Conclusiones

Con la investigación realizada se determinó que se es importante mejorar la calidad de los servicios turísticos ofertados en el destino, ya que esto ayudaría a generar mayor demanda de turistas en el cantón.

Con el estudio de campo efectuado se definió que el perfil del turista que entra al destino, es un tipo de visitante familiar, el cual tiene como principal motivo de viaje el ocio, así mismo, se detectó que la mayor parte de los turistas no han finalizado sus estudios superiores; por otro lado, este tipo de turista realiza una repetición de compra debido a la corta distancia entre su residencia y el destino.

En cuanto a los niveles actuales de satisfacción de los turistas que entran a Playas con respecto a los servicios turísticos ofrecidos se identificó que una parte de los turistas que llegan se sienten satisfechos con éstos servicios, sin embargo, hay visitantes los cuales tienen muy bajo índice de satisfacción; cabe recalcar que los visitantes que se encuentran satisfechos con los servicios ofrecidos no han culminado sus estudios superiores, por lo que se puede deducir que este tipo de turista al no ser preparados académicamente se conforman con lo ofertado actualmente.

El Plan de Mejoras para el cantón Playas cuenta con todas las herramientas necesarias para incrementar el desarrollo de la actividad turística en el destino, y al mismo tiempo, mejorar la experiencia turística en el cantón.

Recomendaciones

Se recomienda realizar controles de calidad en la oferta de servicios para así incrementar la demanda de turistas, y por ende lograr que los visitantes que lleguen a Playas pernocten más tiempo en el destino.

Por otro lado, se debe elaborar estrategias que ayuden a atraer un tipo de turista con un nivel socioeconómico más elevado, y así mismo, incrementar la demanda de visitantes extranjeros en el destino.

Así también, es importante diseñar estrategias que ayuden a incrementar los niveles de satisfacción en los turistas que se encuentran muy poco satisfechos con la oferta de servicios ofrecidos en Playas.

Por último, se recomienda llevar a cabo la implementación del Plan de Mejora diseñado en esta investigación para así mejorar la experiencia turística en el destino.

Referencias Bibliográficas

- Arevalo, L., Garizabal, A., & Campo, C. (2001). *Modelos del comportamiento del consumidor*. Obtenido de https://psicologiaconsumidorpres.wikispaces.com/file/view/seminario_3_doc.pdf
- Beltrán Bueno, M. (2014). *Las motivaciones como factor clave de la conducta turística. Un estudio empírico en el Sureste Español*. Murcia: Servicio de Publicaciones de la UCAM.
- Berry, L. L., & Parasuraman, A. (1991). *Marketing Services*. New York: The Free Press.
- Cevallos, F., & Paguay, J. (2013). *Análisis del perfil socio-económico de los turistas que visitan las Islas Galápagos y medición del nivel de satisfacción de su visita al destino*. Guayaquil: Universidad Ecotec.
- De Borja Solé, L. (2002). *El consumidor turístico*. España: ESIC Editorial.
- Dirección Provincial Guayas. (2017). *Ministerio de Transporte y Obras Públicas*. Obtenido de http://www.obraspublicas.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2017/03/LOTAIP_2_PLAYAS-POSORJA-DE-UNA-LONGITUD-DE-17-KMS-Y-DEL-BY-PASS-DE-LA-VIA-PLAYAS-POSORJA-DE-UNA-LONGITUD-DE-3-KMS-UBICADO-EN-LA-PROVINCIA-DEL-GUAYAS.pdf.
- Escuela, R. (2016). *Caracterización del visitante de un día a la Isla de la Gomera: el ejemplo del jeep safari*. Universidad de La Laguna.
- GAD Municipal del cantón Playas. (s.f.). *GAD Municipal del cantón Playas*. Obtenido de GAD Municipal del cantón Playas: <https://www.municipioplayas.gob.ec/turismo>
- Latorre, A., Rincón, D., & Arnal, J. (2003). *Bases Metodológicas de la Investigación Educativa*. Barcelona: Experiencia S.L.
- Ley de Turismo. (2015). *Reglamento General a la Ley de Turismo*. Quito: Registro Oficial.
- Ley Organica de Defensa del Consumidor*. (2011). Quito.
- Marín Ibañez, R. (1999). *Muestreo: Diseño y Análisis*. Madrid: Thomson Editores.

- Martínez, J. (2011). "Factores que influyen en el comportamiento de compra del turista". *TURyDES, Revista de investigación en Turismo y Desarrollo Local*, 4, 1-13.
- Maslow, A. (1968). *Toward a psychology of being*. New York: Van Nostrand.
- Méndez, E. (1999). *Metodología guía para elaborar diseños de investigación en ciencias económicas, contables y administrativas* (2da ed.). Santa fé de Bogotá: Mc Graw Hill interamericana.
- MINCENTUR. (2011). *Guía para la formulación de proyectos de inversión exitosos*. Lima: Arkabas.
- Ministerio del Ambiente. (05 de Enero de 2017). *Sistema Nacional de Áreas Protegidas*. Obtenido de <http://areasprotegidas.ambiente.gob.ec/es/noticias/100-mil-turistas-visitaron-las-%C3%A1reas-protegidas-en-fin-de-a-%C3%B1o#>
- Moreno, S., Celis, D., & Aguiar, T. (2002). *Análisis de la satisfacción del turista de paquetes turísticos respecto a las actividades de ocio en el destino: el caso de República Dominicana*. Universidad de Las Palmas de Gran Canaria.
- Oliveira, B. (2011). *Determinantes de la satisfacción del turista: Un estudio en la ciudad de Guarujá-Brasil. Estudios y perspectivas en turismo*. Sao Paulo. Obtenido de http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1851-17322011000100013
- Organizacion Mundial del Turismo. (2008). *World Tourism Organization* . Obtenido de UNWTO eLIBRARY: www.e-unwto.org
- PLANDETUR 2020. (2007). *Diseño del Plan Estrategico de Desarrollo de Turismo Sostenible para Ecuador "PLANDETUR 2020"*.
- Quito Turismo. (2014). *Quito Turismo*. Recuperado el 04 de 06 de 2018, de <https://www.quito-turismo.gob.ec/la-institucion/que-hacemos/reuniones-incentivos-congresos-eventos-rice-mice>
- Santomá, V. (2008). *Aspectos de gestión en la calidad de servicio. Una aplicación del concepto Mapping al caso de las cadenas hoteleras*. Barcelona: Universidad Ramon Llull, España.
- Secretaría de Turismo México. (11 de Mayo de 2015). *Sectur México*. Obtenido de <http://www.sectur.gob.mx/hashtag/2015/02/09/turismo-de-romance/>

SECTUR; CESTUR. (2012). *Metodología del estudio de perfil y satisfacción del turista*. México D.F.

Sierra Bravo, R. (1988). *Técnicas de Investigación Social. Teoría y Ejercicios*. Madrid: Paraninfo.

Stanton, W., Etzel, M., & Walker, B. (2007). *Fundamentos de Marketing* (13va ed.). Mexico: Mcgraw-Hill/Interamericana de Mexico.

Thompson, I. (Julio de 2005). *Promonegocios*. Obtenido de <https://www.promonegocio.net/clientes/satisfaccion-cliente.html>

APENDICES

Apéndice 1. Encuesta para caracterizar el perfil del turista

ENCUESTA 1.

Esta encuesta está dirigida a turistas nacionales y extranjeros que visitan el cantón Playas para determinar el perfil sociodemográfico.

1. Género

Hombre () Mujer ()

2. Edad - años cumplidos

15 – 20() 21 – 26 ()

27 – 32 () 33 – 38 ()

39 – 44 () 45 – 50 ()

51 – 56 () 57 – 62 ()

3. Estado civil

Soltero () Casado ()

Divorciado () Viudo ()

Unión libre ()

4. ¿Cuál es su lugar de residencia permanente?

5. ¿Cuál es su nivel de educación?

Primaria ()

Bachillerato ()

Carrera técnica ()

Universidad terminada ()

Maestría o doctorado ()

6. ¿Con quién viaja?

Solo () Familia ()

Pareja () Amigos ()

7. ¿Cuál es el motivo de su viaje?

Vacaciones () Negocio ()

Naturaleza () Deporte ()

Religión () Otro () indicar cuál: _____

8. ¿Ha visitado con anterioridad el cantón Playas?

Si () No ()

9. ¿Qué lo motivó a volver a visitar el destino?

10. ¿Volvería a visitar el destino?

Si () No ()

Si su respuesta es no indique el porqué: _____

Apéndice 2. Encuesta para determinar el nivel de satisfacción de los turistas

ENCUESTA 2.

Esta encuesta está diseñada para determinar el grado de satisfacción de los turistas nacionales y extranjeros que visitan el cantón Playas.

- **Según lo observado en su visita al cantón Playas califique del 1 a 5 si es baja y de 6 a 10 si es alto el grado de satisfacción con respecto a los siguientes aspectos:**

SECCIÓN A. CONSUMO DE SERVICIOS

- 1. Si usted utilizó los servicios de hospedaje en General Villamil Playas, califique los siguientes aspectos (en caso de haberse hospedado en: casa familiar, vivienda propia, vivienda rentada, pasar a la siguiente pregunta)**

	Muy baja/ Muy mal	Muy alta/ Muy buena
A1. Califique en general su estancia donde se hospedó.	1 2 3 4 5	6 7 8 9 10
A2. Califique la limpieza del hospedaje (aseo de cuartos, baño)	1 2 3 4 5	6 7 8 9 10
A3. Califique la atención del personal	1 2 3 4 5	6 7 8 9 10
A4. Califique la facilidad con la que	1 2 3 4 5	6 7 8 9 10

encontró el tipo de hospedaje que usted necesitaba	
A5. Califique el precio que pagó por el servicio de hospedaje recibido.	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

2. Si usted utilizó los servicios de alimentación en Playas, califique los siguientes aspectos

	Muy baja/ Muy mal	Muy alta/ Muy buena
A6. Califique en general la experiencia del consumo de alimentos en Playas	1 2 3 4 5	6 7 8 9 10
A7. Califique en general la experiencia del consumo de bebidas en Playas	1 2 3 4 5	6 7 8 9 10
A8. Califique la calidad de los alimentos consumidos en los establecimientos de Playas	1 2 3 4 5	6 7 8 9 10
A9. Califique la calidad de las bebidas consumidas en los establecimientos de Playas	1 2 3 4 5	6 7 8 9 10
A10. Califique la atención del personal	1 2 3 4 5	6 7 8 9 10
A11. Califique en general la limpieza/higiene de los establecimientos y de los alimentos y bebidas en Playas	1 2 3 4 5	6 7 8 9 10
A12. Califique el precio que pagó por el servicio de alimentos y bebidas recibido. (Solo aplica para quien consumió alimentos y bebidas en el destino)	1 2 3 4 5	6 7 8 9 10

3. Si usted utilizó los servicios de excursión en Playas, califique los siguientes aspectos. (En caso de no haber hecho uso de este servicio pase a la siguiente pregunta)

	Muy baja/ Muy mal	Muy alta/ Muy buena
A13. Califique la atención recibida por la	1 2 3 4 5	6 7 8 9 10

asociación de carperos Playas:		
A14. Califique la atención recibida por los vendedores ambulantes de Playas:	1 2 3 4 5	6 7 8 9 10
A15. Califique el precio que pagó en relación a los servicios recibidos por los carperos en Playas	1 2 3 4 5	6 7 8 9 10
A16. Califique el precio que pagó en relación a los servicios recibidos por los vendedores ambulantes en Playas	1 2 3 4 5	6 7 8 9 10

4. Si usted utilizó los servicios transporte local (taxi, transporte urbano, etc.) en Playas, califique los siguientes aspectos. (En caso de no haber hecho uso del transporte local pase a la siguiente pregunta)

	Muy baja/ Muy mal	Muy alta/ Muy buena
A17. Califique en general la calidad del transporte local en general (servicios de taxi, transporte urbano) de los lugares que usted visitó.	1 2 3 4 5	6 7 8 9 10
A18. Califique la atención del personal del servicio de transporte en Playas.	1 2 3 4 5	6 7 8 9 10
A19. Califique la disponibilidad del transporte (la frecuencia y oportunidad).	1 2 3 4 5	6 7 8 9 10
A20. Califique el precio que pagó del servicio de transporte utilizado.	1 2 3 4 5	6 7 8 9 10

5. Si usted viajó en automóvil a este destino turístico, por favor conteste la siguiente pregunta

	Muy baja/ Muy mal	Muy alta/ Muy buena
A21. Califique la disponibilidad de estacionamiento en el destino. (libre o de cobro)	1 2 3 4 5	6 7 8 9 10
A22. Califique el precio del estacionamiento, en caso de haber pagado por este servicio.	1 2 3 4 5	6 7 8 9 10

Apéndice 3. Formulario de aplicación para certificados de calidad en establecimientos de alimentos y bebidas

1. FICHA N°		2. Nombre del establecimiento		3. Dirección (calles y número)		4. Fecha en que se inauguró el local	
5. Teléfonos		6. Celular		7. Correo electrónico		8. Página web	
9. Tipo de establecimiento		10. Categoría		11. N° Registro turístico		12. Contacto en redes sociales	
13. CARACTERÍSTICAS DEL SERVICIO							
13.1 Tipo de cocina (nacional/internacional)	13.2 Ambiente	13.3 Estilo	13.4 Ofrece comida vegetariana	13.5 Ofrece comida rápida	13.6 Ofrece comida para llevar	13.7 Ofrece menús para niños	
13.8 Horario de atención		13.9 Formas de pago aceptadas:		13.10 Precio promedio por plato en USD(incluido impuesto)		13.11 Tarjetas aceptadas:	
14. INFORMACIÓN ADICIONAL							
14.1 ¿Cuenta el establecimiento con algún tipo de certificación ambiental o a iniciado algún proceso sobre este tema? Por favor indicar cuales				14.2 ¿En qué temas desearía recibir capacitación?			
15. ESCRIBA BREVE DESCRIPCIÓN DE LA OFERTA DEL ESTABLECIMIENTO							
16. DATOS DE CONTACTO DEL PROPIETARIO Y/O ADMINISTRADOR							
Fecha:							
Nombre:							
Teléfono de contacto:							
Fuente: Adaptado de Quito Turismo							



**Presidencia
de la República
del Ecuador**



**Plan Nacional
de Ciencia, Tecnología,
Innovación y Saberes**



SENESCYT
Secretaría Nacional de Educación Superior,
Ciencia, Tecnología e Innovación

DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN

Yo, **Ruiz Blacio, Samantha Nicole** con C.C: # **0925791675** autor/a/es del trabajo de titulación: **Propuesta de caracterización del visitante del Área Nacional de Recreación Playas Villamil, para determinar el nivel de satisfacción respecto a la oferta de servicios presentes en la zona**, previo a la obtención del título de **INGENIERO/A EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y HOTELERAS** en la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.

1.- Declaro tener pleno conocimiento de la obligación que tienen las instituciones de educación superior, de conformidad con el Artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior, de entregar a la SENESCYT en formato digital una copia del referido trabajo de titulación para que sea integrado al Sistema Nacional de Información de la Educación Superior del Ecuador para su difusión pública respetando los derechos de autor.

2.- Autorizo a la SENESCYT a tener una copia del referido trabajo de titulación, con el propósito de generar un repositorio que democratice la información, respetando las políticas de propiedad intelectual vigentes.

Guayaquil, 17 de septiembre del 2018

Ruiz Blacio, Samantha Nicole

C.C: 0925791675



Presidencia
de la República
del Ecuador



Plan Nacional
de Ciencia, Tecnología,
Innovación y Saberes



SENESCYT
Secretaría Nacional de Educación Superior,
Ciencia, Tecnología e Innovación

REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA			
FICHA DE REGISTRO DE TESIS/TRABAJO DE TITULACIÓN			
TEMA Y SUBTEMA:	Propuesta de caracterización del visitante del Área Nacional de Recreación Playas Villamil, para determinar el nivel de satisfacción respecto a la oferta de servicios presentes en la zona		
AUTOR(ES)	Samantha Nicole Ruiz Blacio		
REVISOR(ES)/TUTOR(ES)	Lcda. Mariela Ercilia Pinos Guerra, Mgs.		
INSTITUCIÓN:	Universidad Católica de Santiago de Guayaquil		
FACULTAD:	Facultad de Especialidades Empresariales		
CARRERA:	Carrera de Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras		
TÍTULO OBTENIDO:	Ingeniero/a en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras		
FECHA DE PUBLICACIÓN:	17 de septiembre del 2018	No. DE PÁGINAS:	68
ÁREAS TEMÁTICAS:	<i>Desarrollo de la cultura de servicio</i>		
PALABRAS CLAVES/ KEYWORDS:	<i>Turismo de sol y playa, Plan de Mejora, Cantón General Villamil Playas, Perfil del Turista.</i>		
RESUMEN:	<p>El cantón General Villamil Playas se encuentra ubicado a 93km de Guayaquil, debido a su cercanía y extensa playa es uno de los destinos de sol y playa más popular para los guayaquileños, lo cual se pudo constatar en la investigación de campo realizada. Los habitantes del cantón consideran su clima como el segundo mejor del mundo; la principal actividad económica del cantón es la pesca, sin embargo, muchos se dedican a la actividad turística como actividad complementaria para sus ingresos económicos. Debido a la popularidad del destino se consideró importante realizar un estudio para analizar la situación actual de la actividad turística, además de caracterizar el perfil del visitante que llega al destino. Como resultado de la investigación se detectó que muchos visitantes se conforman con la atención brindada en el destino, no obstante, los habitantes de la comunidad concuerdan en que se debe realizar una mejora en aspectos como infraestructura, servicio al cliente, entre otros. A su vez se realizó un análisis de las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas del destino, donde se pudo visualizar los puntos fuertes y débiles del cantón; como último punto, en base a toda la información recaba se diseñó un Plan de Mejora en el cual constan proyectos que ayudaran a mejorar la experiencia turística de los turistas, y a su vez favorecerán a los habitantes de Playas.</p> <p>General Villamil Playas canton is located 93km from Guayaquil, due to its proximity and extensive beach it is one of the most popular beach destinations for Guayaquil population, which was found in the field research conducted. The inhabitants of the canton consider the climate as the second best in the world; the main economic activity of the canton is fishing, however, many are engaged in tourism as a complementary activity for their income. Due to the popularity of the destination, it was considered important to carry out a study to analyze the current situation of the tourist activity, as well as to characterize the profile of the visitor arriving at the destination. As a result of the investigation it was detected that many visitors are satisfied with the attention provided in the destination, however, the inhabitants of the community agree that an improvement should be made in aspects such as infrastructure, customer service, among others. At the same time, an analysis was made of the strengths, opportunities, weaknesses and threats of the destination, where the strengths and weaknesses of the canton could be visualized; As a last point, based on all the information gathered, an Improvement Plan was designed in which projects that help to improve the tourist experience of tourists, and in turn favor the inhabitants of Playas.</p>		
ADJUNTO PDF:	<input checked="" type="checkbox"/> SI	<input type="checkbox"/> NO	
CONTACTO CON AUTOR/ES:	Teléfono: +593 985906056	E-mail: samvnico_94@hotmail.com	
CONTACTO CON LA INSTITUCIÓN (COORDINADOR DEL PROCESO UTE)::	Nombre: Salazar Raymond María Belén		
	Teléfono: +593-4-2206950 ext. 5049		
	E-mail: maria.salazar02@cu.ucsg.edu.ec		
SECCIÓN PARA USO DE BIBLIOTECA			
Nº. DE REGISTRO (en base a datos):			
Nº. DE CLASIFICACIÓN:			
DIRECCIÓN URL (tesis en la web):			