



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

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

TEMA:

**“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN PAQUETE
TURÍSTICO DESTINADO A PERSONAS DE LA TERCERA EDAD
Y SU INCIDENCIA EN EL SERVICIO DE ATENCIÓN AL CLIENTE
EN LOS JUBILADOS DEL CANTÓN CHONE, PROVINCIA DE
MANABÍ”**

AUTORA:

GEMA ANDREA ZAMBRANO MENDOZA

**TRABAJO DE TITULACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL
TÍTULO DE INGENIERA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
TURÍSTICAS Y HOTELERAS**

TUTOR:

EC. LUIS FERNANDO ALBÁN ALAÑA

GUAYAQUIL, ECUADOR

2014



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

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

CERTIFICACIÓN

Certificamos que el presente trabajo fue realizado en su totalidad por **Gema Andrea Zambrano Mendoza**, como requerimiento parcial para la obtención del Título de **Ing. en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras**.

TUTOR

Ec. Luis Fernando Albán Alaña

DIRECTOR DE LA CARRERA

Ing. María Belén Salazar Raymond, Mgs.

Guayaquil, a los 28 días del mes de agosto del año 2014



UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

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

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Yo, **Gema Andrea Zambrano Mendoza**

DECLARO QUE:

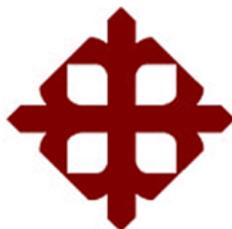
El Trabajo de Titulación “**Propuesta para la creación de un paquete turístico destinado a personas de la tercera edad y su incidencia en el servicio de atención al cliente en los jubilados del cantón Chone, provincia de Manabí**” previa a la obtención del Título **de Ing. en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras**, ha sido desarrollado en base a una investigación exhaustiva, respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan al pie de las páginas correspondientes, cuyas fuentes se incorporan en la bibliografía. Consecuentemente este trabajo es de mi total autoría.

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

Guayaquil, a los 28 días del mes de agosto del año 2014

LA AUTORA

Gema Andrea Zambrano Mendoza



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

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

AUTORIZACIÓN

Yo, **Gema Andrea Zambrano Mendoza**

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, la **publicación** en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación: **“Propuesta para la creación de un paquete turístico destinado a personas de la tercera edad y su incidencia en el servicio de atención al cliente en los jubilados del cantón Chone, provincia de Manabí”**, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

Guayaquil, a los 28 días del mes de agosto del año 2014

LA AUTORA

Gema Andrea Zambrano Mendoza

AGRADECIMIENTO

Este proyecto es el resultado del esfuerzo conjunto de todos los que formamos parte el mismo.

Por esto agradezco a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, por darme la oportunidad de estudiar y ser una profesional.

A mi tutor académico, Ec. Luis Albán, por su esfuerzo y dedicación, quien con sus conocimientos, sus enseñanzas, su experiencia, su paciencia, su motivación e indicaciones; ha logrado en mí que pueda culminar el desarrollo del proyecto con éxito.

A mis padres quienes a lo largo de toda mi vida han apoyado y motivado mi formación académica, creyeron en mí en todo momento y no dudaron de mis capacidades.

A mis profesores a quienes les debo gran parte de mis conocimientos, gracias a su paciencia y enseñanza.

Finalmente un eterno agradecimiento al SED – Portoviejo y a su coordinadora Lcda. Dolores García quienes abren sus puertas a jóvenes emprendedores como nosotros, preparándonos para un futuro competitivo y formándonos como personas de bien.

Gema Andrea Zambrano Mendoza

DEDICATORIA

Dedico este proyecto esencialmente a Dios Todopoderoso, por haberme dado la vida y permitirme haber llegado hasta este momento tan importante de mi formación profesional y cumplir uno más de mis anhelados sueños.

A mi madre, por ser el pilar más importante de mi vida, mi amiga y guía incondicional, por demostrarme siempre su cariño y apoyo absoluto sin importar nuestras diferencias de opiniones.

A mi padre, el hombre que me dio la vida, el cual ha estado siempre cuidándome y guiándome con sus preceptos.

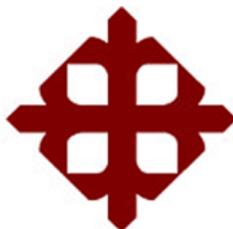
A mi abuela Francisca porque a pesar de nuestra distancia física, siento que estás conmigo siempre y aunque nos faltaron muchas cosas por vivir juntas, sé que este momento hubiera sido tan especial para ti como lo es para mí.

A mis hermanos porque sin el equipo que formamos, no me hubiera sido posible lograr esta meta.

A mi familia en general, porque me han brindado su apoyo incondicional y por compartir conmigo buenos y malos momentos.

A mi hija Camila mi princesa, mi vida entera, porque tú has sido mi fortaleza y mi inspiración siempre; mis deseos de superarme y de ser mejor ser humano en la vida te los debo a ti, me sobran las palabras para decirte que orgullosa me siento de tenerte a mi lado mi sol.

Gema Andrea Zambrano Mendoza



**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

EC. LUIS FERNANDO ALBÁN ALAÑA

ÍNDICE GENERAL

CARÁTULA	¡Error! Marcador no definido.
CERTIFICACIÓN.....	ii
DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD.....	iii
AUTORIZACIÓN	iv
AGRADECIMIENTO	v
DEDICATORIA	vi
CALIFICACIÓN.....	vii
ÍNDICE GENERAL	viii
ÍNDICE DE TABLAS.....	xii
ÍNDICE DE GRÁFICOS.....	xiii
RESUMEN	xiv
ABSTRACT.....	xvi
PALABRAS CLAVES.....	xvii
INTRODUCCIÓN.....	1
CAPÍTULO I	3
1.1 ANTECEDENTES	3
1.2 JUSTIFICACIÓN	4
1.3 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	5
1.4 OBJETIVOS DE LA PROPUESTA	7
OBJETIVO GENERAL.....	7
OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	7
1.5 CONTRIBUCIÓN O APORTE DE LA PROPUESTA.....	7
CAPÍTULO II	8
2.1 MARCO TEÓRICO.....	8
2.2 MARCO CONCEPTUAL	11
2.3 MARCO REFERENCIAL	14

2.4 MARCO LEGAL.....	18
2.4.1 DENTRO DE LAS GENERALIDADES DE LA LEY DE TURISMO	18
2.4.2 PLAN NACIONAL DEL BUEN VIVIR.....	20
2.4.3 PLANDETUR 2020.....	20
2.4.4 LEY DE TURISMO DE MANABÍ.....	21
CAPÍTULO III.....	22
METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	22
3.1 INTRODUCCIÓN AL DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN.....	22
3.1.1 INVESTIGACIÓN EXPLORATORIA.....	23
3.1.2 INVESTIGACIÓN DESCRIPTIVA.....	23
3.2 POBLACIÓN Y MUESTRA	23
3.2.1 TAMAÑO DE LA MUESTRA:	24
3.2.2 DESCRIPCIÓN DE LA FÓRMULA.....	24
3.3 TIPO DE MUESTREO A APLICAR	25
3.4 TÉCNICAS DE RECOLECCIÓN DE DATOS	26
3.4.1 DATOS SECUNDARIOS.....	26
3.4.2 DATOS PRIMARIOS.....	26
3.4.2.1 ENCUESTAS	27
3.5 TÉCNICAS DE ANÁLISIS DE DATOS.....	27
3.5.1 ENCUESTAS	27
CAPÍTULO IV	28
4.1 ANÁLISIS DE RESULTADOS DE LA ENCUESTA	28
DATOS GENERALES.....	28
GÉNERO DE LOS ENCUESTADOS	28
EDAD DE LOS ENCUESTADOS.....	29
PENSIÓN MENSUAL DE LOS ENCUESTADOS	30
CUESTIONARIO.....	31

PREGUNTA 1	31
PREGUNTA 2	32
PREGUNTA 3	33
PREGUNTA 4	34
PREGUNTA 5	35
PREGUNTA 6	37
PREGUNTA 7	38
PREGUNTA 8	39
PREGUNTA 9	40
PREGUNTA 10	41
PREGUNTA 11	42
PREGUNTA 12	44
PREGUNTA 13	45
4.2 ANÁLISIS FINAL DE DATOS	47
4.2.1 CONCLUSIÓN DE LAS ENCUESTAS.....	47
4.2.2 RESÚMEN DE LAS ENCUESTAS	47
4.2.3 INTERPRETACIÓN GENERAL DE LOS RESULTADOS	47
CAPÍTULO V	48
5.1 DESARROLLO DE LA PROPUESTA	48
5.2 CREACIÓN DEL PAQUETE TURÍSTICO	49
ELEMENTOS DEL PAQUETE TURÍSTICO	49
INSTRUMENTOS PARA LA FORMULACIÓN DEL PAQUETE TURÍSTICO	50
PASOS PARA LA ELABORACIÓN DEL PAQUETE TURÍSTICO	50
1. DETERMINACIÓN DEL OBJETIVO.....	50
DETERMINACIÓN DE LA TEMÁTICA	51
DETERMINACIÓN DE LAS CARACTERÍSTICAS FORMALES.....	51
2. DIAGRAMACIÓN DEL CIRCUITO	52

PASOS PARA LA DETECCIÓN DE ATRACTIVOS:.....	52
DETECCIÓN DE ATRACTIVOS.....	52
ANÁLISIS DE ACCESIBILIDAD.....	52
ENUNCIACIÓN DEL CIRCUITO.....	52
3. CONFECCIÓN DEL ITINERARIO.....	54
ESTRUCTURACIÓN DEL ITINERARIO.....	54
4. COTIZACIÓN.....	57
PRESELECCIÓN DE PROVEEDORES.....	57
PRESUPUESTO.....	57
LOS COSTOS FIJOS E INDIRECTOS AL PAQUETE TURÍSTICO.....	57
LOS COSTOS DIRECTOS AL PAQUETE TURÍSTICO.....	58
COSTOS DEL PAQUETE TURÍSTICO.....	58
5. PAQUETE TURÍSTICO RESULTADO.....	60
5.3 PROGRAMA DE MARKETING, PUBLICIDAD Y PROMOCIÓN TURÍSTICA.....	63
TÁCTICAS DE PUBLICIDAD.....	64
PRESUPUESTO DEL PROGRAMA DE PUBLICIDAD.....	65
CRONOGRAMA DEL PROGRAMA DE PUBLICIDAD.....	66
TÁCTICAS DE APOYO DE VENTAS.....	66
PRESUPUESTO DEL PROGRAMA APOYO DE VENTAS.....	67
CRONOGRAMA DEL PROGRAMA APOYO DE VENTAS.....	68
CRONOGRAMA DEL PROGRAMA RELACIONES PÚBLICAS.....	69
ANÁLISIS F.O.D.A.....	70
CAPÍTULO VI	72
CONCLUSIONES.....	72
RECOMENDACIONES.....	73
BIBLIOGRAFÍA.....	75
ANEXOS.....	78

ÍNDICE DE TABLAS

TABLA N°1: GÉNERO DE LOS ENCUESTADOS	28
TABLA N°2: EDAD DE LOS ENCUESTADOS.....	29
TABLA N°3: PENSIÓN MENSUAL DE LOS ENCUESTADOS	30
TABLA N°4: POTENCIALIDAD TURÍSTICA	31
TABLA N°5: LE GUSTARÍA CONOCER LOS LUGARES TURÍSTICOS DE CHONE	32
TABLA N°6: CONOCIMIENTO DE PAQUETE TURÍSTICO	33
TABLA N°7: ADQUISICIÓN DE PAQUETE TURÍSTICO DE CHONE	34
TABLA N°8: DESTINOS TURÍSTICOS VISITADOS	35
TABLA N°9: MEDIOS DE DIFUSIÓN	37
TABLA N°10: INFORMACIÓN NECESARIA POR MEDIOS DE DIFUSIÓN	38
TABLA N°11: NIVEL DE SATISFACCIÓN	39
TABLA N°12: CONSIDERA APROPIADA LA DIFUSIÓN DEL PAQUETE TURÍSTICO	40
TABLA N°13: CONSIDERACIONES PARA COMPRAR PAQUETES TURÍSTICOS	41
TABLA N°14: ATRACTIVOS PARA DESARROLLAR TURISMO	43
TABLA N°15: DISPUESTO A PAGAR	44
TABLA N°16: MOTIVACIONES DE LA TERCERA EDAD	45
TABLA N°17: CIRCUITO TURÍSTICO.....	53
TABLA N°18: ITINERARIO DE VIAJE	56
TABLA N°19: ITINERARIO DE VIAJE	59
TABLA N°20: PRESUPUESTO PUBLICITARIO	65
TABLA N°21: CRONOGRAMA PROGRAMA PUBLICITARIO	66
TABLA N°22: PRESUPUESTO PROGRAMA APOYO DE VENTAS.....	67
TABLA N°23: CRONOGRAMA PROGRAMA APOYO DE VENTAS	68
TABLA N°24: CRONOGRAMA PROGRAMA RELACIONES PÚBLICAS	69

ÍNDICE DE GRÁFICOS

GRÁFICO N°1: GÉNERO DE LOS ENCUESTADOS.....	28
GRÁFICO N°2: EDAD DE LOS ENCUESTADOS	29
GRÁFICO N°3: PENSIÓN MENSUAL DE LOS ENCUESTADOS.....	30
GRÁFICO N°4: POTENCIALIDAD TURÍSTICA.....	32
GRÁFICO N°5: LE GUSTARÍA CONOCER LOS LUGARES TURÍSTICOS DE CHONE	33
GRÁFICO N°6: CONOCIMIENTO DE PAQUETE TURÍSTICO.....	34
GRÁFICO N°7: ADQUISICIÓN DE PAQUETE TURÍSTICO DE CHONE	35
GRÁFICO N°8: DESTINOS TURÍSTICOS VISITADOS.....	36
GRÁFICO N°9: MEDIOS DE DIFUSIÓN.....	37
GRÁFICO N°10: INFORMACIÓN NECESARIA POR MEDIOS DE DIFUSIÓN.....	38
GRÁFICO N°11: NIVEL DE SATISFACCIÓN	39
GRÁFICO N°12: CONSIDERA APROPIADA LA DIFUSIÓN DEL PAQUETE TURÍSTICO.....	41
GRÁFICO N°13: CONSIDERACIONES PARA COMPRAR PAQUETES TURÍSTICOS	42
GRÁFICO N°14: ATRACTIVOS PARA DESARROLLAR TURISMO	43
GRÁFICO N°15: DISPUESTO A PAGAR	44
GRÁFICO N°16: MOTIVACIONES DE LA TERCERA EDAD.....	46

RESUMEN

Cada vez es más trascendente el sector de la tercera edad dentro del mundo turístico. A partir de la jubilación aumenta el tiempo libre y las ganas de poder realizar actividades que en otro momento de sus vidas no fueron posibles realizarlas, como visitar y conocer otros lugares.

Muchos turistas optan por planificar sus vacaciones a través de agencias de viajes especializadas, que ofrecen destinos muy atractivos, económicos y sobre todo que cumplen con una serie de requisitos especiales adaptados al turista de la tercera edad.

En los últimos años, el Cantón Chone ha comprobado un mayor desarrollo turístico, varios han sido los aspectos a los que se dirige la oferta, sin embargo no se ha explotado el campo de la tercera edad. La falta de investigación de las necesidades específicas del fragmento de la tercera edad no ha hecho posible tomar en consideración el incluir a los adultos mayores como parte elemental de su desarrollo, así mismo la falta de programas y paquetes turísticos dirigidos para ellos y la inexistencia de giras innovadoras que cubran las necesidades de este segmento.

Todo ello impide que los adultos mayores se vuelvan parte activa de la sociedad y permanezcan relegados dentro del desarrollo turístico de Chone, teniendo en cuenta que este es un segmento que tienen disponible para explotar, además de las facilidades económicas que está dispuesto a manifestar.

Si no se trabaja por cambiar esta situación el turismo se mantendrá al igual que siempre enfocado en unos pocos aspectos restringiendo la actividad turística dentro del Cantón Chone, lo que impedirá desarrollar una estrategia que garantice el éxito futuro del proyecto y constituir un ambiente de conocimiento y creatividad que ofrezca al gerontológico jubilado alternativas afines a sus intereses, gustos y necesidades.

Por lo expuesto es indispensable un análisis de las tendencias turísticas del turista de la tercera edad en el cantón Chone para constituir una propuesta que haga posible la creación de un paquete turístico destinado hacia los adultos mayores jubilados en las agencias de viajes y así conseguir desarrollar e incrementar la inclusión de este importante grupo en el desarrollo turístico de Chone.

ABSTRACT

It is becoming more important sector within the tourism older world. From retirement increases the time and desire to carry out activities that were not possible execute them and visit other places and meet at another time in their lives.

Many tourists choose to plan their vacation through specialized travel agencies, offering very attractive, economical and above all to meet a number of special requirements tailored to seniors tourist destinations.

In recent years, the Chone City has proven more tourists, have been developing various aspects to which the offer is addressed, however it is an untapped field of aging. The lack of research on the specific needs of seniors fragment has not made it possible to take into account include the elderly as an elemental part of their development, also the lack of programs and packages addressed to them and the lack of innovative tours that meet the needs of this segment.

This keeps seniors active part of society become and remain relegated in the tourism development of Chone, considering that this is a segment that are available to exploit, in addition to economic facilities that are willing to express.

If you do not work to change this situation tourism will remain as always focused on a few issues restricting tourism within the Chone City, preventing develop a strategy to ensure the future success of the project and provide an environment of knowledge and creativity that provides the gerontological retired suit your interests, tastes and needs alternatives.

For these reasons it is essential to an analysis of tourism trends tourist seniors at Canton Chone to constitute a proposal to make possible the creation of a tourism package aimed towards adult retirees travel agents and

thus be able to develop and increase inclusion of this important group in the tourism development of Chone.

Palabras Claves: Gerontológico – Turismo – Tour – Jubilados –
Motivaciones – Viajes

INTRODUCCIÓN:

Este proyecto tiene como resultado una intensa investigación, el cual va dirigido a personas de la tercera edad jubilados del Cantón Chone, con el objetivo de crear un paquete turístico para este “Grupo” tan significativo de nuestra población.

Al potencial turístico de Chone lo destaca el turismo rural y paisajístico con la práctica y pesca deportiva; y, los grandes atractivos montañosos donde se desarrolla el turismo de excursión y aventura por parte de nuestros visitantes.

El potencial turístico arqueológico lo destaca el sitio La Dibujada, allí se han encontrado vestigios arqueológicos de las tribus “Ñauzas” y “Chunos”. Con orgullo los habitantes de Chone se satisfacen al contar con la reserva de humedales más grande del país, ubicado en el sitio “La Segua”.

La gastronomía en nuestro medio es muy diversa pero el caldo y el bistec de gallina criolla son los platos típicos más apetecidos en la región, así como también los productos lácteos especialmente el “queso chonero”. La ganadería es su mayor potencial productivo.

Con esta investigación se va a efectuar un análisis de los gustos, tendencias y preferencias de las actividades turísticas que han realizado las personas adultas mayores de Chone y de las que les gustaría realizar posteriormente.

La potencia turística con que cuenta el Cantón Chone, hace posible la creación de un paquete turístico exclusivo para las personas de la tercera edad jubilados del Cantón, siempre ofertando los mejores servicios. Además servirá para que numerosos turistas de diferentes lugares, puedan apreciar y disfrutar de la naturaleza, gastronomía, cultura, folklore y arqueología.

El capítulo uno se refiere a los antecedentes, justificación, planteamiento del problema, objetivos, contribución o aporte de la propuesta.

El capítulo dos se refiere al marco teórico el cual puntualiza la teoría que sustentará el paquete turístico, información que se pondrá en consideración en el presente trabajo. A lo largo del proyecto describiremos la definición de los términos del marco conceptual. El marco referencial analiza la contribución del turismo a nivel mundial, en Latinoamérica, Ecuador, Manabí y Chone; y, el marco legal sirve de sustento para lograr los objetivos planteados.

El capítulo tres se refiere al diseño de la investigación que se realiza en estos casos, la cual se basa en la estructura de la encuesta, luego de ello se tabula gráfica y se analiza los resultados.

En el capítulo cuatro se realiza el análisis de los resultados de la encuesta aplicada a los adultos mayores jubilados del cantón Chone, conociendo así cuál es su tendencia sobre el turismo, gustos y preferencias de los lugares turísticos para diseñar y ofertar un nuevo paquete turístico con lugares aún no visitados.

En el capítulo cinco se desarrolla la propuesta y se dará a conocer los pormenores de lo que encierra un paquete turístico diseñado con logística, itinerarios, hospedaje, alimentación, transporte, entre otros; para desarrollar e incrementar la inclusión de este importante grupo en el desarrollo turístico de Chone.

En el capítulo seis se detallan las conclusiones y recomendaciones a las que se llegó después de haber realizado el proyecto en su totalidad; esperando que sean tomadas en cuentas por las agencias de viajes, agencias turísticas, y lugares turísticos del Cantón Chone.

CAPÍTULO I

1.1 ANTECEDENTES:

Chone es una entidad territorial ecuatoriana de la Provincia de Manabí, administrada por el Cabildo Municipal. Chone, es cabecera cantonal, ocupa la mayor proporción territorial, ubicándose en la zona noroccidental de la región costa ecuatoriana y está situada en plena línea ecuatorial.

Chone, limita al norte con la provincia de Esmeraldas y el Cantón Pedernales; al sur con los cantones de Pichincha, Bolívar y Tosagua; al este con los cantones El Carmen y Flavio Alfaro; y, la Provincia de Los Ríos; al oeste con los cantones Sucre, Junín, Jama y Pedernales.

Chone consta de nueve parroquias: dos urbanas (Chone y Santa Rita) y siete rurales (Canuto, Convento, Chibunga, San Antonio, Eloy Alfaro, Ricaurte, Boyacá). Cada parroquia cuenta con: leyendas, relatos, atractivos turísticos, gastronomía, objetos arqueológicos; los cuales son visitados frecuentemente por nuestros habitantes y turistas muchas veces extranjeros.

De acuerdo a las estadísticas propagadas por el gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón Chone, cuenta con alrededor de 126.491 mil personas, estimándose que 8.155 superan los 60 años de edad, equivalente al 6.44% de la población, cifra que va en aumento, consecuencia de ello los jubilados de la tercera edad disponen de tiempo libre, de los medios necesarios para viajar, de sistemas de pensiones que al jubilarse les permite acceder a ingresos estables, ahorrar y por ende realizar actividades relacionadas al turismo.

En la ciudad de Chone una gran mayoría de personas que pertenecen al fragmento de la tercera edad, se quedan en sus casas en la temporada de vacaciones no porque no sienten la necesidad de salir de la rutina de su existencia cotidiana, sino porque no existen paquetes turísticos destinados para ellos que les permita realizar un viaje y disfrutar de estas actividades.

Aun cuando algunas personas identifiquen a la vejez con la inactividad y la dificultad para moverse con independencia, la realidad es que muchas personas en la ancianidad encuentran la mayor oportunidad para viajar y realizar turismo. Las personas jubiladas y pensionadas cuentan con recursos y tiempo disponibles para viajar, solos o acompañados de familiares.

El segmento de la tercera edad cada vez toma mayor potencial turístico, para impulsar este incremento es necesario implementar una serie de beneficios tales como descuentos en transporte, hospedaje, alimentación y otros servicios.

Chone tiene su potencial turística en la zona rural y sus paisajes, donde se practica la pesca deportiva. Los atractivos turísticos que se destacan en Chone son: cascadas, ríos, balnearios de agua dulce, recintos, grandes montañas, humedal, etc.; sus moradores se dedican al turismo de aventura siendo su principal fuente de ingreso económico. Cada lugar posee una gran diversidad de flora y fauna exótica, especialmente el Humedal La Segua y El Estuario del Rio Chone.

1.2 JUSTIFICACIÓN:

“Chone ciudad de los Naranjos en Flor”, esta es una frase que encierra tanta enigma para aquellas personas que no conocen de su historia. Nuestra riqueza cultural, folklórica, arqueológica, atrae a sus visitantes tanto de la localidad como fuera de ella y a alguna parte de los extranjeros.

Chone es muy diverso, posee petroglifos, cuevas y hasta leyendas de aparecidos y duendes que le dan una riqueza adicional a lo que puede ofrecer; y como no existe un paquete turístico para esta formidable aventura se propone su creación en beneficio de las personas de la tercera edad jubiladas del Cantón Chone.

El – B.I.T.S.- (Bureau Internacional de Turismo Social), define al turismo social como: “El conjunto de relaciones y fenómenos resultantes de

la participación en materia turística, de capas sociales de escasos recursos económicos, participación, que solo es posible gracias a las facilidades que se brindan, algunas medidas de carácter social, bien definidas”.

La tercera edad es uno de los grupos incorporados al Turismo Social y la mayor parte del tiempo se encuentra excluido en el ámbito turístico, por ello se busca complacer y satisfacer sus necesidades de aventura; y la mejor manera de hacerlo es en el Cantón Chone, donde se amerita el desarrollo de este potencial a través del paquete turístico exclusivo para esta generación con recorridos por sus encantadoras parroquias recordando y/o conociendo sus costumbres, culturas, folklore, gastronomía, arqueología.

“Al igual que los turistas jóvenes los seniors viajan por numerosas razones, especialmente para: descansar y relajarse; relacionarse; conocer nuevos lugares y experiencias”, etc. (Fleischer y Pizam, 2002, SP)”.

1.3 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA:

Pese a las dificultades económicas, fenómenos naturales y conflictos políticos y sociales, en los últimos tiempos el turismo a nivel mundial se ha incrementado notablemente. Estamos conscientes de la abundancia de personas que a diario ingresan y egresan del país con fines turísticos.

La reciente crisis hace surgir nuevos planteamientos pero también obliga a plantear ciertas preguntas recurrentes a nivel de investigación: ¿es posible obtener rendimiento de nuestro patrimonio cultural, arqueológico, folklórico?, ¿puede el patrimonio cultural, arqueológico, folklórico, ser el motor del desarrollo económico? La existencia del turismo pone de manifiesto que sí.

El turismo genera divisas a los diferentes países, favorece la inversión privada, el desarrollo de empresas locales y la creación de empleo.

La mayoría de los países latinoamericanos han promovido el turismo como sector impulsor de crecimiento económico y exportación; se

construyeron grandes centros turísticos que beneficiaron las inversiones públicas en infraestructura e incentivos para la inversión privada, principalmente la extranjera.

Las inversiones turísticas han sido exitosas desde el punto de vista comercial; contribuyendo a difundir la idea de que el turismo debía dejarse en manos del sector privado y las fuerzas del mercado.

El continente americano durante el año 2000 recibió cerca de ciento veintinueve (129) millones de turistas internacionales, experimentando un incremento de 37,81% con respecto a los turistas ingresados en 1990.

De acuerdo a la Organización Mundial del Turismo, América del Norte es la región que concentra el número más alto de turistas internacionales llegados durante el periodo 1990 – 2000, seguido del Caribe y América del Sur.

La población turística en Manabí también ha crecido esto nos conlleva a conocer las riquezas de cada uno de los pueblos que nuestros visitantes frecuentan, así como a examinar una nueva aventura en cada una de sus plazas.

Chone al igual que la provincia de Manabí posee una gran acogida turística; su cultura, arqueología, reserva natural, folklore, gastronomía y riquezas, son conocidos por nuestros habitantes, aunque existe un pequeño grupo de ellos que aún no las conocen, sucediendo lo mismo con ciertos ecuatorianos y extranjeros.

Actualmente la población de la tercera edad conformada por adultos mayores de 65 años o más no está considerada por los generadores, agencias y operadores turísticos de la ciudad, como turista selecto.

Las agencias de viajes y operadoras turísticas no cuentan con programa destinado al turismo gerontológico por ello se realizará la gestión para implantar el presente proyecto en el mercado turístico con la intención de involucrarlos en actividades de recreación con facilidades económicas.

1.4 OBJETIVOS DE LA PROPUESTA:

OBJETIVO GENERAL:

- Crear un paquete turístico para el segmento de la tercera edad jubilados del Cantón Chone.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

- Analizar los gustos y preferencias de las actividades turísticas para el segmento de la tercera edad jubilados en la Provincia de Manabí, Cantón Chone.
- Identificar la promoción de productos turísticos para el segmento de la tercera edad jubilados en la Provincia de Manabí, Cantón Chone.
- Diseñar un paquete turístico basado en las motivaciones turísticas de las personas de la tercera edad del Cantón Chone.

1.5 CONTRIBUCIÓN O APOORTE DE LA PROPUESTA:

El aporte de esta propuesta “Creación de un paquete turístico para las personas de la tercera edad jubilados del Cantón Chone” es fomentar el turismo en el Cantón Chone, atendiendo de manera específica y especial a los adultos mayores e incrementando el turismo en la zona.

El crecimiento del mercado turístico y los cambios en los últimos años aumenta el atractivo local y con ello la posibilidad que tienen las personas jubiladas de desplazarse en cualquier época del año convirtiéndose en un público ideal para rentabilizar los beneficios que brinda un paquete turístico.

En el paquete turístico se tomará en consideración todos los agentes del turismo localizados en Chone tales como: logística, transporte, hospedaje, sistema alimenticio, traslados locales (autobús, coche privado, etc.), visitas, expediciones, guías, servicios suplementarios (espectáculos, entretenimientos, distracciones), seguros de viaje, seguros médicos y gastos varios.

El proyecto tiene como finalidad promover el sector turístico del segmento de la tercera edad jubilados del Cantón Chone, un paquete turístico diseñado especialmente para los adultos mayores, con una amplia variedad de destinos encantadores, logrando posicionamiento en la mente del cliente y en las agencias de viajes.

Con la elaboración de este proyecto se busca aumentar la rentabilidad de este tipo de tours en el mercado turístico de Chone, determinando sus gustos, preferencias y aplicando estrategias de marketing.

CAPÍTULO II

2.1 MARCO TEÓRICO:

“El planteo central del presente ensayo es el repaso de las principales orientaciones que inducen a definir el turismo, poniendo en evidencia los rasgos esenciales de cada enfoque y los aportes de las distintas disciplinas que se dedican al estudio del turismo. En tal sentido se realiza un análisis de la definición del turismo desde las perspectivas legal, económica, administrativa, sociológica y geográfica, consideradas más representativas en sus aportes; de donde surge que ninguna de estas ciencias sociales tiene el monopolio de la verdad, la cuestión resultaría entonces ser multidisciplinaria. Sin embargo, de la interpretación realizada surge que serán las ciencias sociales más analíticas, aquellas disciplinas como la geografía, la sociología o la economía, aquellas que podrán enfrentar dicha tarea. A propósito de ello, surge como evidente que el turismo no es una actividad económica en sí misma o un inductor de actividades económicas, al ofrecer bienes y servicios en función de la demanda del turista. Por tanto, cabría promover un cambio de orientación en la forma habitual de enfocar el turismo partiendo de su definición como proceso societario.” (Hiernaux-Nicolás, 2002).

Ante lo expuesto por Hiernaux; se puede decir que el turismo es una actividad que se desarrolla a través de las ciencias sociales, pues es una

disciplina que relacionada con la geografía, la sociología la economía podrán enfrentar dicha actividad; es decir para que una persona inicie un tour se requerirá de mapas (geografía), relacionarse con las demás personas o grupo (sociología), solvencia económica o financiera (economía) para cubrir los gastos que se requieren.

El artículo que se presenta caracteriza al turismo como una distinción de la modernidad, desde la teoría de Niklas Luhmann. Para tal efecto se asume que la modernidad es un auto descripción de la sociedad funcionalmente diferenciada, en la cual el turismo actúa como un medio que hace posible acoplar distintos sistemas funcionales para su ejecución. Sobre esta base, se identifica el acoplamiento que logra el turismo entre el sistema económico y el de los medios masivos de comunicación, y se mencionan los dos modelos a los que ha dado lugar: el turismo de masas y el alternativo. Se concluye que dichos modelos no necesariamente son consecutivos, aunque sí presentan una forma diferenciada de practicar el turismo. (García, 2010)

España ha sido pionera en concebir el turismo senior como una realidad independiente al resto de subsectores del turismo. (Álvarez, 2006)

En España el turismo senior ha servido como modelo a otros países al tener programas del IMSERSO (Instituto de Mayores y Servicios Sociales), que intentan mejorar la calidad de las personas mayores mediante la participación en viajes y la realización de actividades turísticas, a la par que se favorece la creación o mantenimiento del empleo en el sector turístico en temporada baja. La existencia de este grupo de características peculiares se traduce al mismo tiempo en un oportunidad de mercado único, siendo bastante improbable que se repita en mucho tiempo.

Los turistas senior configuran un sector muy atractivo para cualquier destino, debido a su alto poder adquisitivo. A día de hoy, aún habiendo avanzado en el marketing del turismo senior, falta mucho por hacer. Satisfacer los niveles de calidad pertinentes y los deseos de este segmento es la clave para establecer vínculos de fidelidad.

El turismo se ha convertido en una de las actividades más dinámicas en las economías actuales debido, entre otros factores, a los cambios en el consumidor turístico. Por ello, para fortalecer las relaciones con los consumidores potenciales y mejorar la prestación de servicios, es necesario conocer y analizar las características de la demanda turística. Con este fin, la clasificación de los visitantes de un destino turístico creando segmentos de individuos se ha convertido en objeto de estudio en numerosos destinos turísticos. En esta investigación se analiza el perfil del turista así como la identificación de segmentos de turistas, mediante sus características, en una ciudad con gran afluencia de turismo cultural. Para el análisis de datos y la obtención de conclusiones se utiliza el análisis clúster con una muestra de 560 turistas en la ciudad de Toledo. Los resultados obtenidos muestran la existencia de tres segmentos de turistas: independientes, excursionistas y organizados, con características diferentes. (Molina Collado, 2011)

Un paquete turístico contiene la visita a diferentes lugares de un país o de varios países. (Bigné, 2000)

De acuerdo con la teoría de Enrique Bigné; en el presente proyecto se pretende realizar un paquete turístico para la las personas de la tercera jubilados de Chone, para que conozcan todas las bondades que se conservan en las campiñas.

Uno de los conceptos logísticos básicos es el de cadena de valor. Trasladado al turismo significa ofrecer aquellos «paquetes» que supongan un mínimo coste para una satisfacción dada al turista. Supone también combinar, de modo adecuado, el transporte, el alojamiento, las actividades en el lugar de destino y además supone optimizar el proceso total de prestación de los servicios. (Machado, 2005)

En este trabajo presentamos un ejemplo histórico de innovación radical por partida doble, ya que el fracaso de un proyecto rupturista, un hotel de gran lujo en la España de 1903, indujo la introducción de una segunda innovación, los paquetes turísticos. Analizamos aquí los elementos novedosos que se derivaron del primer gran proyecto empresarial español

enfocado a satisfacer la demanda de turismo vacacional europeo. (Costa, 2009)

Las aportaciones léxicas son múltiples, aunque no tienen todas las mismas características. Las palabras de la historia del arte, por ejemplo, se utilizan en la descripción de monumentos, pero no se pueden considerar tecnicismos del turismo; es diferente el caso de términos de la economía como estacionalidad (es decir, actividad económica limitada a determinada época del año), empleados para definir particulares fenómenos del sector turístico. (Calvi, 2005)

2.2 MARCO CONCEPTUAL:

TURISMO: Según la Organización Mundial del Turismo, el turismo consiste en los viajes y estancias que realizan personas en lugares distintos a su entorno habitual, por un período superior a un día e inferior a un año, por ocio, negocios u otros motivos.

TERCERA EDAD: es un término antro-po-social que hace referencia a la población de personas mayores o ancianas. En esta etapa el cuerpo se va deteriorando y, por consiguiente, es sinónimo de vejez, senectud y de ancianidad. Se trata de un grupo de la población que tiene 65 años de edad o más. Hoy en día, el término va dejando de utilizarse por los profesionales y es más utilizado el término *personas mayores* (en España y Argentina) y *adulto mayor* (en América Latina). Es la séptima y última etapa de la vida (prenatal, infancia, niñez, adolescencia, juventud, adultez y vejez o ancianidad) aconteciendo después la muerte.

JUBILADOS: La jubilación es el acto administrativo por el que un trabajador en activo, ya sea por cuenta propia o por decisión ajena, pasa a una situación pasiva o de inactividad laboral tras haber alcanzado la edad máxima para trabajar o bien la edad a partir de la cual se le permite legalmente abandonar la vida laboral y obtener una retribución por el resto de su vida. Al retirarse de su trabajo, el trabajador tiene el derecho legal de

recibir las prestaciones correspondientes. La legislación laboral de cada país estipula condiciones diferentes al respecto.

TOUR: Palabra inglesa que significa: "Realizar un viaje de un punto a otro regresando al lugar de origen. Visitar lugares de recreación o negocios en viajes largos o cortos en secuencia o circuito." (Webster, 1950).

EXCURSIÓN: La excursión es un recorrido turístico que se realiza en un período hasta 24 horas. Este producto incluye los servicios de guianza turística y alimentación, menos el de alojamiento

PAQUETES TURÍSTICOS: Conjunto de servicios turísticos que se venden al viajero por conducto de las Agencias de Viaje o de líneas aéreas. Por lo general, el paquete turístico comprende: transporte, alojamiento, alimentación, recreación y excursiones. Jar Jafari 2002, lo define como: "formato de viaje con todo incluido organizado por intermediarios". Conjunto de bienes y servicios que se comercializan como un solo producto o marca y se vende con un precio unitario para todo el paquete. Se puede definir como un conjunto de servicios y atractivos que se venden por un tiempo y precio fijo. (Héctor López B.2003)

OPERADORA TURÍSTICA: Es una agencia de viajes destinada a la planificación y oferta de tours, excursiones y paquetes turísticos a nivel nacional.

PROMOCIÓN TURÍSTICA: Se puede entender como el resultado de las acciones públicas o privadas que se llevan a cabo para presentar la imagen de un destino o servicio en un país, región o localidad a fin de motivar e incrementar el flujo de visitantes e inversionistas en áreas de destino turístico. (Valencia, 1999)

LOGÍSTICA: La logística (del inglés *Logistic*) es definida por la RAE como el *conjunto de medios y métodos necesarios para llevar a cabo la organización de una empresa, o de un servicio, especialmente de distribución*. En el ámbito empresarial existen múltiples definiciones del término logística, que ha evolucionado desde la logística militar hasta el concepto contemporáneo

del arte y la técnica que se ocupa de la organización de los flujos de mercancías, energía e información.

ATRATIVOS TURÍSTICOS: es todo lugar, objeto o acontecimiento capaz de generar un desplazamiento turístico. Los principales son los que poseen atributos convocantes con aptitud de generar visitantes, por sí. Los complementarios son los que en suma o adicionados a los principales hacen un lugar o zona turística.

DEMANDA TURÍSTICA: es el conjunto de servicios solicitado efectivamente por el consumidor. Está constituida por el conjunto de consumidores o posibles consumidores- de bienes y servicios turísticos.

DESTINO TURÍSTICO: Se denomina destino turístico a una zona o área geográfica ubicada en un lugar lejano y que es visitada por el turista, cuenta con límites de naturaleza física, de contexto político y de percepción por parte del mercado.

Desde el punto de vista empresarial, tanto estratégico como organizativo, el perímetro del destino lo constituyen las relaciones que se edifican entre el conjunto de unidades productivas que participan en la actividad turística.

SERVICIOS TURÍSTICOS: Es el conjunto de realizaciones hechos y actividades tendientes a producir prestaciones personales que satisfaga las necesidades del turista y contribuya al logro de facilitación, acercamientos, uso y disfrute del Patrimonio Turísticos.

FODA: Debilidades, Amenazas, Fortalezas y Oportunidades. La matriz FODA es una herramienta de análisis que puede ser aplicada a cualquier situación, individuo, producto, empresa, etc., que esté actuando como objeto de estudio en un momento determinado del tiempo.

MODELOS: o *paradigma*; perspectiva científica o visión global de una época temporal. Descripción de cómo se representan los datos, sea en una empresa, en un sistema de información o en un sistema de gestión de base de datos.

COSTES: En economía el coste o costo es el valor monetario de los consumos de factores que supone el ejercicio de una actividad económica destinada a la producción de un bien o servicio. Todo proceso de producción de un bien supone el consumo o desgaste de una serie de factores productivos, el concepto de coste está íntimamente ligado al sacrificio incurrido para producir ese bien. Todo coste conlleva un componente de subjetividad que toda valoración supone.

MONOPOLIO: Un monopolio (del griego *monos* 'uno' y *polein* 'vender') es una situación de privilegio legal o fallo de mercado, en el cual existe un productor (monopolista) que posee un gran poder de mercado y es el único en una industria dada que posee un producto, bien, recurso o servicio determinado y diferenciado.

Para que exista un monopolio, es necesario que en dicho mercado no existan productos sustitutos, es decir, no existe ningún otro bien que pueda reemplazar el producto determinado y, por lo tanto, es la única alternativa que tiene el consumidor para comprar. Suele definirse también como «mercado en el que sólo hay un vendedor», pero dicha definición se correspondería más con el concepto de monopolio puro.

2.3 MARCO REFERENCIAL:

Las previsiones en el movimiento de la actividad turística, las cifras macroeconómicas del sector, las tendencias del mercado y las nuevas tecnologías de la información y de la comunicación modifican el sistema turístico. Los consumidores del siglo XXI exigen nuevos canales de distribución: la creciente comercialización de boletos aéreos, noches de hotel y paquetes turísticos a través de IDS (Internet Distribution Systems) viene generando polémicas sobre el futuro de la intermediación turística. Esta polémica se convierte en objeto de estudio. De esta manera, el presente paper tiene como objetivo principal validar el marco conceptual que estamos utilizando en nuestra investigación doctoral. (Regalado, 2009)

El estudio de factibilidad financiera para la creación de un hotel campestre y fincas recreativas en Bucay, se realizó con el objetivo de poder determinar la viabilidad de realizar este proyecto, para esto se dividió el estudio en algunas áreas relevantes para la ejecución de este. Se empezó con una investigación del lugar escogido, para localizar nuestro proyecto (Bucay), en el que se establecieron las principales características y ventajas turísticas del cantón. A continuación se elaboró un análisis minucioso de los aspectos de la empresa y el servicio, complementándolo con el análisis del micro y macro entorno. Posteriormente se realizó una investigación de mercado para poder establecer las necesidades y preferencias de nuestros futuros clientes potenciales y adicionalmente determinar nuestro mercado objetivo. Una vez identificado el mercado objetivo se procedió a realizar el plan de marketing y se determinó la estrategia de marketing que será aplicada para el proyecto. Posteriormente se realizó el estudio técnico del proyecto en el que se describió la ubicación del resort, los datos generales de la obra y las distribuciones y descripción de las áreas del resort y se determinó el presupuesto de las obras a ejecutarse. Finalmente se analizó la viabilidad financiera de emprender este proyecto. Este estudio proporciona los parámetros de rentabilidad, como la tasa interna de retorno y se complementó este estudio con el análisis de sensibilidad. (Campus Gustavo Galindo, 2009)

El presente proyecto de tesis se denomina: Diseño de un Producto Turístico en el Cantón Guano, Provincia de Chimborazo, con fines de aprovechamiento ecoturístico, siendo una modalidad de turismo sostenible y sustentable, proponiendo constatar el potencial turístico del cantón, reflejado en su matriz de inventarios correspondientes a Manifestaciones Culturales, 20 atractivos con uno de jerarquía III, Los Hieleros del Chimborazo, y 15 atractivos dentro de la categoría Sitios Naturales, con dos de jerarquía III, el Templo Machay y La Reserva de Producción Faunística de Chimborazo, y un atractivo icono y potencial de jerarquía IV como es el Volcán Chimborazo. Elaborando el diagnóstico de esta actividad en los cuatro ámbitos del sistema turístico, como son: atractivos, infraestructura, planta turística, superestructura, analizando sus estados, así como también las

características en los ámbitos, biofísicas, socioeconómicas, organizativas, ambientales; también se define las necesidades y requerimientos para el diseño del producto. Efectuando el estudio de mercado mediante un análisis de oferta a nivel privado, oferta de productos así como también la oferta comunitaria, para conocer lo que posee el cantón según los lineamientos básicos propuestos por el PLANDETUR 2020, siendo, la atraktividad y potencialidad, infraestructura y equipamiento, facilidades e instalaciones, formación y capacitación; realizando el estudio de demanda, para definir el porcentaje de aceptación de turistas nacionales y extranjeros, determinando su perfil, diseñando el producto turístico, integrando la planta turística necesaria; los paquetes turísticos de la ruta, costos referenciales, mapas, efectuando el análisis de competencia a nivel provincial del sistema turístico cantonal, fortaleciendo el desarrollo turístico regional, además la definición de los medios publicitarios enfocados en el estudio de mercado, difundiendo el producto turístico a la comunidad nacional e internacional. (Paredes, 2011)

La actividad turística ha tenido un despunte en la generación de nuevos proyectos encaminados a satisfacer la demanda cada vez más exigente de este sector. Los operadores turísticos consultados manifiestan que no existen variedades y servicios innovadores ni atractivos que motiven la adquisición, por lo que la demanda interna y externa no ha sido direccionada eficientemente. Los nuevos proyectos turísticos que se han engendrado en los últimos años no muestran ninguna diferenciación con los existentes y algunos se han convertido en malas copias; pues carecen de innovación. Ante esta real situación, ¿Cómo incide el plan estratégico de marketing “ALBACORA” en el desarrollo de la actividad hotelera turística en la parroquia Santa Marianita, Provincia de Manabí? El Proyecto turístico ALBACORA tiene excelentes posibilidades de generar una rentabilidad interesante para los inversionistas en razón de que es un formato diferente a las hosterías existentes en la Provincia de Manabí. Las estrategias que se utilizan en nuestro local para brindar un servicio de calidad, consiste en que está rodeado de un hábitat natural con actividades agradables, que disminuyen las inseguridades que puedan surgir cuando un cliente hace uso

de nuestros servicios, aumentando sus emociones, lo que hace que éstos retornen ya no solo ellos, sino acompañados con sus familiares y amigos. El énfasis en convertirnos en una empresa con alto grado de responsabilidad social y comprometida con el cuidado del medio ambiente será una característica del hotel que incidirá en la decisión de elección de los turistas sobre todo el proveniente del extranjero. (Ortiz, 2012)

La compañía Spring Travel, oferta paquetes turísticos con un recorrido por la Ruta del Sol, Puerto López, Manabí, y que es parte del programa de la tercera edad, servicio que ayuda a incentivar la oferta y demanda del turismo.

“En nuestro caso, además, el descuento que ofrecemos no contempla una época específica del año así que dura los 12 meses”, anunció la compañía. No obstante en la mayoría de los casos, los descuentos se aplican únicamente para la temporada baja, donde se registra menor afluencia de turistas. (Plan turístico para tercera edad, 2013)

La operadora Brisas del Pacífico ofrece recorridos de tres días y dos noches en las playas de Machalilla, este tipo de programas dirigidos a la población de la tercera edad constituyen una herramienta para dinamizar el turismo.

A los jubilados les agradó la propuesta manifiesta de la operadora rigiéndose a la demanda que ha tenido la misma por parte de los turistas.

Se puede observar que todos los programas de paquetes turísticos a nivel mundial, de Latinoamérica, Ecuador y Manabí, han tenido excelentes resultados y se destacan porque comparten similares características, así como:

- El beneficiario decide la fecha del viaje o la forma de pago directamente con la empresa proveedora del servicio turístico;
- El viajero puede acceder a descuentos que van desde un 30% hasta un 70%, dependiendo del sitio de destino;

- El descuento corre por cuenta de la agencia de viajes y frecuentemente se ofrece paquetes en temporadas bajas;
- El adulto mayor escoge el paquete turístico que más le convenga;
- Existen paquetes que incluyen alimentación, hospedaje o movilización, además de visitas guiadas. El usuario escoge las condiciones de viaje.

2.4 MARCO LEGAL:

La presente propuesta: Creación de un paquete turístico para las personas de la tercera edad jubilados del Cantón Chone; se acogerá a las siguientes leyes y ordenanzas:

2.4.1 DENTRO DE LAS GENERALIDADES DE LA LEY DE TURISMO. (Turismo, 2014)

Encontramos artículos influyentes para la creación de este Paquete Turístico para las personas de la tercera edad jubilados de Chone. En sus artículos:

Art. 1.-La presente Ley tiene por objeto determinar el marco legal que regirá para la promoción, el desarrollo y la regulación del sector turístico; las potestades del Estado y las obligaciones y derechos de los prestadores y de los usuarios.

Art. 2.-Turismo es el ejercicio de todas las actividades asociadas con el desplazamiento de personas hacia lugares distintos al de su residencia habitual, sin ánimo de radicarse permanentemente en ellos.

Art. 3.-Son principios de actividad turística, los siguientes:

- a) La iniciativa privada como pilar fundamental del sector; con su contribución mediante la inversión directa, la generación de empleo y promoción nacional e internacional;
- b) La participación de los gobiernos provincial y cantonal para impulsar y apoyar el desarrollo turístico, dentro del marco de descentralización;

- c) El fomento de la infraestructura nacional y el mejoramiento de los servicios públicos básicos para garantizar la adecuada satisfacción de los turistas;
- d) La conservación permanente de los recursos naturales y culturales del país; y
- e) La iniciativa y participación comunitaria indígena, campesina, montubia o afro ecuatoriana con su cultura y tradiciones preservando su identidad, protegiendo su ecosistema y participando en la prestación de servicios turísticos, en los términos previstos en esta Ley y sus reglamentos.

Art. 4.- La política estatal con relación al sector del turismo debe cumplir con los siguientes objetivos:

- a) Reconocer que la actividad turística corresponde a la iniciativa privada y comunitaria o de autogestión y al Estado en cuanto debe potencializar las actividades mediante el fomento de promoción de un producto turístico competitivo;
- b) Garantizar el uso racional de los recursos naturales, históricos, culturales y arqueológicos de la Nación;
- c) Proteger al turista y fomentar la conciencia turística;
- d) Propiciar la coordinación de los diferentes estamentos del Gobierno Nacional, y de los gobiernos locales para la consecución de los objetivos turísticos;
- e) Promover la capacitación técnica y profesional de quienes ejercen legalmente la actividad turística;
- f) Promover internacionalmente al país y sus atractivos en conjunto con otros organismos del sector público y con el sector privado; y
- g) Fomentar e incentivar el turismo interno.

Art. 36.- Las personas adultas mayores recibirán atención prioritaria y especializada en los ámbitos público y privado, en especial en los campos de inclusión social y económica, y protección contra la violencia. Se considerarán personas adultas mayores aquellas personas que hayan cumplido los sesenta y cinco años de edad.

2.4.2 PLAN NACIONAL DEL BUEN VIVIR

La nueva Constitución busca el fortalecimiento de la sociedad como condición necesaria para el Buen Vivir en comunidad. De tal manera, se impulsa la construcción de un verdadero poder popular y ciudadano (Senplades, 2011a). Para alcanzar la sociedad del Buen Vivir se requiere transformar las bases institucionales y los principios de acción del Estado. “La recuperación del sentido y el valor de lo público es el fundamento de la transformación del Estado” (Movimiento Alianza PAIS, 2012: 53), y conlleva la preservación del interés colectivo por sobre los intereses particulares o grupales; es decir, busca evitar que los poderes reales conduzcan la toma de decisiones de la sociedad.

Así también entre los objetivos se cita Consolidar el Estado democrático y la construcción del poder popular. Auspiciar la igualdad, la cohesión, la inclusión y la equidad social y territorial, en la diversidad. Mejorar la calidad de vida de la población. Fortalecer las capacidades y potencialidades de la ciudadanía. Construir espacios de encuentro común y fortalecer la identidad nacional, las identidades diversas, la plurinacionalidad y la interculturalidad. Consolidar la transformación de la justicia y fortalecer la seguridad integral, en estricto respeto a los derechos humanos. Garantizar los derechos de la naturaleza y promover la sostenibilidad ambiental territorial y global. Consolidar el sistema económico social y solidario, de forma sostenible. Garantizar el trabajo digno en todas sus formas. Impulsar la transformación de la matriz productiva. Asegurar la soberanía y eficiencia de los sectores estratégicos para la transformación industrial y tecnológica. Garantizar la soberanía y la paz, profundizar la inserción estratégica en el mundo y la integración latinoamericana. (Correa, 2013-2017)

2.4.3 PLANDETUR 2020 (Mintur, 2014)

Creación de un paquete turístico para el segmento de la tercera edad jubilados de Chone, que busca promover y fomentar el turismo gerontológico.

Los objetivos estratégicos del PLANDETUR 2020 a ser alcanzados a través de la ejecución de sus programas y proyectos, están: Consolidar al turismo sostenible como uno de los ejes dinamizadores de la economía ecuatoriana, que busca mejorar la calidad de su población y la satisfacción de la demanda turística. Coordinar los esfuerzos públicos, privados y comunitarios para el desarrollo del turismo sostenible, basado en sus destinos turísticos y bajo los principios de alivio a la pobreza, equidad, sostenibilidad, competitividad y gestión descentralizada. Desarrollar un sistema moderno de gobernanza del turismo, que tenga un esquema jurídico claro, un sistema de información eficiente y un marco institucional fortalecido que facilite el ejercicio de las actividades turísticas que contribuyan a la sostenibilidad, competitividad y seguridad del sector turístico del Ecuador. Generar una oferta turística sostenible y competitiva potenciando los recursos humanos, naturales y culturales, junto con la innovación tecnológica aplicada a los componentes de infraestructuras, equipamientos, facilidades y servicios, para garantizar una experiencia turística integral de los visitantes nacionales e internacionales.

Incentivar el volumen del turismo interno dentro de las posibilidades socio económico del mercado. Incentivar el volumen del turismo interno. Convertir al turismo sostenible en una prioridad de la política de Estado y de la planificación nacional para potenciar el desarrollo integral y la racionalización de la inversión pública, privada y comunitaria. Atraer una demanda turística internacional selectiva, consciente de la sostenibilidad y con mayor disposición al gasto turístico por su estancia, así como una demanda turística nacional amplia y abierta a todos los sectores de la población y Posicionar al país como un destino turístico sostenible líder que contribuye al logro de los Objetivos de Desarrollo del Milenio con elevada responsabilidad social corporativa y efectiva gestión socio-cultural y ambiental.

2.4.4 LEY DE TURISMO DE MANABÍ

Para la creación del paquete turístico para el segmento de la tercera edad de Chone, se debe tener claro cuáles son las actividades turísticas que

deben incluirse y quienes podran ejercerlas. Las mismas que se detallan a continuacion en el siguiente artículo:

Art. 5.- 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; inclusive el transporte aéreo, marítimo, fluvial, terrestre y el alquiler de vehículos para este propósito;
- d. Operación, cuando las agencias de viajes provean su propio transporte, esa actividad se considerará parte del agenciamiento;
- e. La de intermediación, agencia de servicios turísticos y organizadoras de eventos congresos y convenciones; y,
- f. Casinos, salas de juego (bingo-mecánicos) hipódromos y parques de atracciones estables.

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

3.1 INTRODUCCIÓN AL DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

Dentro del turismo gerontológico del Cantón Chone, el recurso paquetes turísticos de Chone carece de un estudio que permita determinar su potencial como alternativa de desarrollo del tipo de turismo mencionado. Motivo por el cual, se determina la necesidad de realizar una investigación exploratoria y descriptiva, debido a la insuficiente información disponible.

El enfoque de la investigación aplicado en el desarrollo del presente proyecto es de tipo mixto, es decir, cualitativo y cuantitativo. Del enfoque

cualitativo se desarrolla la investigación exploratoria, y del enfoque cuantitativo la investigación descriptiva.

3.1.1 INVESTIGACIÓN EXPLORATORIA

La investigación exploratoria, según Soler (2011), es de carácter cualitativo y utilizada cuando se tiene escasa información respecto al tema tratado. Así mismo, la investigación exploratoria permite determinar cuáles son las preguntas más relevantes a responder.

Este tipo de investigación fue seleccionada y aplicada debido a que el tema tratado, si bien ha sido desarrollado en el ámbito turístico de otras ciudades del país, en la actualidad no se tiene datos de la existencia de un paquete turístico dirigido exclusivamente a las personas de la tercera edad del Cantón Chone, provocando que sea poco estudiado en el ámbito turístico.

3.1.2 INVESTIGACIÓN DESCRIPTIVA

Del enfoque cuantitativo, según Soler (2011), se desarrolla la investigación descriptiva, la cual permite cuantificar los datos obtenidos durante la investigación exploratoria. Se caracteriza por tener preguntas específicas y precisas. De acuerdo a Naghi (2000), esta permite obtener las características de los elementos estudiados y el porcentaje de aquellos elementos que posean determinadas características similares.

Para la obtención de la información necesaria para el desarrollo del proyecto, se utilizan las técnicas de investigación documental y de campo, cuyos temas se desarrollan en el presente capítulo.

3.2 POBLACIÓN Y MUESTRA:

En la Ciudad de Chone; la Asociación de Jubilados del Cantón Chone, se convierte en la instancia principal para la actividad de la encuesta, seguido de jubilados que no están asociados pero que forman parte de la entrega de la propuesta a ejecutarse.

El tamaño de la muestra es el número de individuos que componen la muestra extraída de una población, necesarios para que los datos obtenidos sean representativos de la población. Por lo que el objetivo de dicha recolección de datos es para tener claro el nivel de confianza que represente a la realidad de la situación del turismo gerontológico de Chone y así los efectos sean óptimos y den mejor resultado.

3.2.1 TAMAÑO DE LA MUESTRA:

El tamaño de la población, es la totalidad de individuos de esta y el tamaño de la muestra es la cantidad representativa de individuos estudiados. Las poblaciones pueden ser finitas e infinitas.

3.2.2 DESCRIPCIÓN DE LA FÓRMULA:

No existe información específica de la cantidad de turistas de la tercera edad que visitan los atractivos turísticos del Cantón Chone, pero como turísticamente se destaca Chone por su diversidad de turismo se piensa que la población de este segmento lo visita constantemente, por ello se utilizará en la fórmula el número de personas que habitan la ciudad de Chone de acuerdo al censo del 2010, es decir de una población de 126.491 habitantes.

$$n = \frac{(z^2 \times p \times q \times N)}{e^2 \times (N - 1) + z^2 \times p \times q}$$

Donde

N: Tamaño de la población (126.491)

p: Es igual a 0,5

q: Es igual a 0,5

e: Es el margen de error en porcentaje de la encuesta a realizar

Z: Es igual a 2

$$n = \frac{(2^2 \times 0,5 \times 0,5 \times 126.491)}{0,06^2 \times (126.491 - 1) + 2^2 \times 0,5 \times 0,5}$$

$$n = \frac{4 \times 0,5 \times 0,5 \times 126.491}{0,12 \times (126.491 - 1) + 4 \times 0,5 \times 0,5}$$

El resultado obtenido es 132,280.01734166. Lo que nos comprueba que el tamaño de la muestra que debemos aplicar para poder conocer la potencial demanda del paquete turístico que se quiere crear será de 132 personas.

En tal virtud se encuestaron a ciento treinta y dos (132) personas de la tercera edad jubilados del Cantón Chone.

3.3 TIPO DE MUESTREO A APLICAR

El tipo de muestreo a aplicar en el proyecto es el muestreo no probabilístico, el cual, según Fernández (2004), es recomendable su uso cuando se ejecutan estudios cualitativos.

Queda a criterio del investigador decidir cómo seleccionar a los elementos, dependiendo del conocimiento que tenga el mismo sobre el tema investigado. Una de las desventajas en este tipo de muestreo es la imposibilidad de controlar el error del muestreo, por lo que es posible que se obtenga información errónea (Vivanco, 2005).

Dentro del muestreo no probabilístico, para este proyecto se escogió el muestreo por conveniencia, el cual indica que la muestra es escogida según la conveniencia del investigador (Abascal & Idelfonso, 2005). Se caracteriza porque los encuestados elegidos se encuentran en el lugar y tiempo adecuados (Malhotra, 2008).

3.4 TÉCNICAS DE RECOLECCIÓN DE DATOS

3.4.1 DATOS SECUNDARIOS

Los datos que se recolectan son de carácter primario y secundario. Los datos secundarios se reúnen para obtener mayor información acerca del tema, para realizar una mejor definición del problema (Malhotra, 2008). Para lograr dichos objetivos, se realizó una investigación documental, la misma que estaba basada en diferentes medios inalterables y localizados en diferentes lugares como Departamento de Turismo de la Municipalidad del Cantón Chone, Ministerio de Turismo de Manabí, entre los cuales se particularizan:

1. Soporte Institucional
2. Material que proveyó el tutor
3. Prensa Turística Municipal
4. Información en páginas web
5. Bibliografía impresa

Materiales que se utilizarán a lo largo del desarrollo del proyecto, revelando parte de la situación actual con respecto al desarrollo potencial del área turística, otorgando ideas para implementar la propuesta.

3.4.2 DATOS PRIMARIOS

Para recolectar datos que ayuden a entender la problemática en cuestión, se usa como base los datos primarios, los cuales son originados por el investigador (Malhotra, 2008), quien en este caso es la autora del proyecto. Estos datos se los obtiene mediante un trabajo de campo, el cual se desarrolla en una etapa importante de la elaboración de la investigación ya que el proyecto depende de todos los datos recopilados en el campo (Benassini, 2001).

Las herramientas utilizadas para la recolección de datos primarios en esta investigación son: las encuestas (carácter cuantitativo-descriptivo). (Malhotra, 2008).

3.4.2.1 ENCUESTAS

Aplicadas a las personas de la tercera edad jubilados del Cantón Chone que ayudarán a obtener opinión referente al tema de este proyecto; es decir creación de un paquete turístico.

- La encuesta se aplicó en las instalaciones de la Asociación de Jubilados del Cantón Chone, durante el mes de julio; los días lunes, miércoles y viernes en un horario de 09H00 – 10H30 am.
- Las personas encuestadas fueron un total de ciento treinta y dos (132) personas; intercaladas entre diez y quince personas por día.

3.5 TÉCNICAS DE ANÁLISIS DE DATOS

3.5.1 ENCUESTAS

Las encuestas serán sometidas a una revisión rápida para determinar aquellas que fueron respondidas en su totalidad de aquellas que no, es decir, para descartar los cuestionarios insatisfactorios (Malhotra, 2004).

La información obtenida se la digitó en una base de datos utilizando el programa Microsoft Excel. Se hizo uso del tipo de medición nominal para tabular las respuestas de todas las preguntas. La medición mencionada permite, mediante la asignación de números, letras o símbolos, etiquetar e identificar las respuestas (Malhotra, 2004).

Para aquellas preguntas semi-cerradas, que poseen respuestas literales de los encuestados, se establecieron códigos numéricos para identificar y establecer las categorías a las cuales pertenecerían dichas respuestas (Malhotra, 2004), y así facilitar el análisis de la información proporcionada por los mismos.

CAPÍTULO IV

4.1 ANÁLISIS DE RESULTADOS DE LA ENCUESTA:

A continuación se realizará el análisis de las encuestas aplicadas a los ciento treinta y dos personas de la tercera edad jubilados del Cantón Chone, para verificar si conocen o no lo que es: un paquete turísticos, si han realizado turismo en Chone, si desean adquirir paquetes turísticos para visitar los lugares que no conocen o que no han podido conocer aún.

DATOS GENERALES

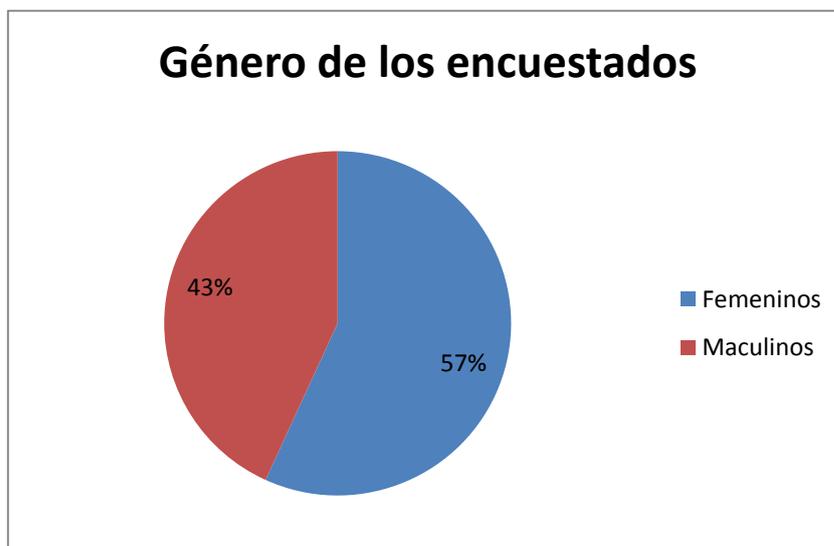
GÉNERO DE LOS ENCUESTADOS:

Tabla N°1: Género de los encuestados

GÉNERO	FRECUENCIA	%
Femenino	75	56,82
Masculino	57	43,18
TOTAL:	132	100

Autor: Gema Andrea Zambrano Mendoza – 2014

Gráfico N°1: Género de los encuestados



Autor: Gema Andrea Zambrano Mendoza – 2014

Análisis: En los datos generales el género de los adultos mayores jubilados, fue lo primero en ser cuestionado para determinar el género de los encuestados.

Se aprecia un 56,82% son de género femenino y un 43,18% son de género masculino. Esto no es de sorprender ya que en el mundo existen más personas del género femenino que masculino.

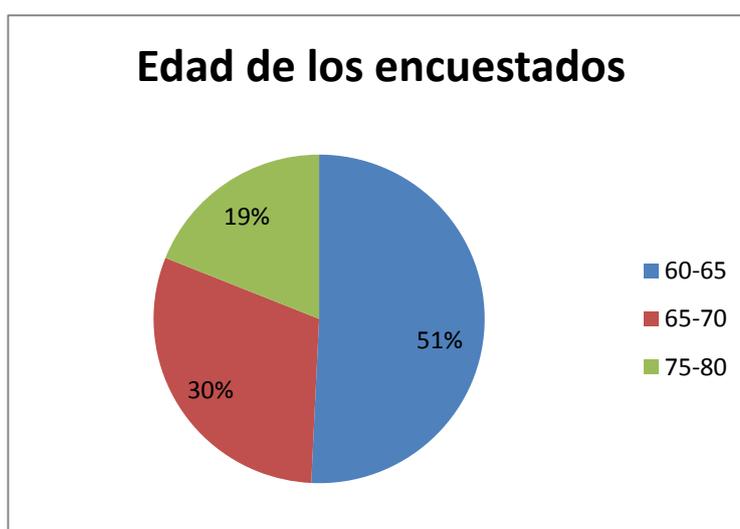
EDAD DE LOS ENCUESTADOS:

Tabla N°2: Edad de los encuestados

EDAD	FRECUENCIA	%
60 – 65	67	50,76
65 – 70	40	30,30
75 – 80	25	18,94
TOTAL:	132	100

Autor: Gema Andrea Zambrano Mendoza – 2014

Gráfico N°2: Edad de los encuestados



Autor: Gema Andrea Zambrano Mendoza – 2014

Análisis: En la pregunta dos se vislumbra que un gran porcentaje de los adultos mayores jubilados están comprendidos entre los 60 y 65 años de edad; esto es el 50,76%; lo que permite hacer una mayor oferta del paquete turístico del Cantón Chone. El 30,30% de los encuestados están entre los 65 y 70 años de edad, permitiéndole aún moverse con suficiente facilidad. El 18,94% de los encuestados están entre los 75 y 80 años de edad, mismos que se les hace un poco difícil acceder a ciertos lugares turísticos, como serían escalar montañas, caminatas muy prolongadas, etc., pero si pueden ir de a lugares como El humedal, el Estuario del Río Chone, entre otros.

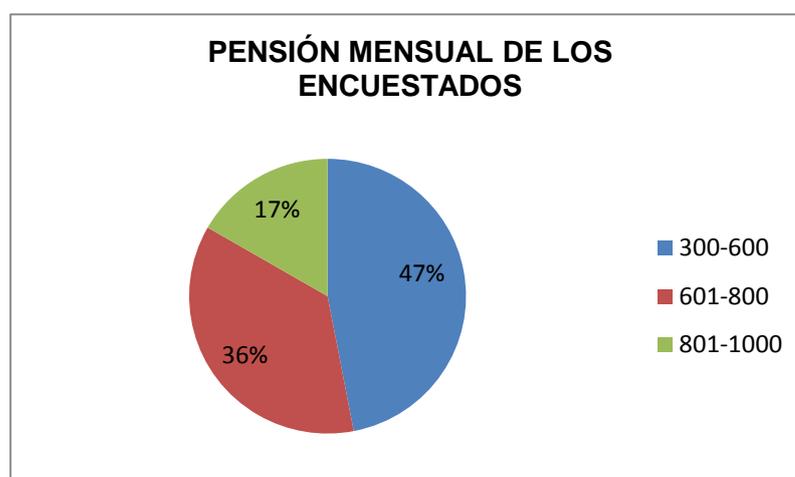
PENSIÓN MENSUAL DE LOS ENCUESTADOS:

Tabla N°3: Pensión mensual de los encuestados

PENSIÓN	FRECUENCIA	%
300 – 600	62	46,97
601 – 800	48	36,36
801 – 1000	22	16,67
TOTAL:	132	100

Autor: Gema Andrea Zambrano Mendoza – 2014

Gráfico N°3: Pensión mensual de los encuestados



Autor: Gema Andrea Zambrano Mendoza – 2014

Análisis: En la pregunta tres se entrevisté que un gran porcentaje de los adultos mayores jubilados reciben una pensión mensual entre 300 y 600 dólares de los Estados Unidos de Norte América, es decir el 46,97% de los encuestados, lo que permite ofertar el paquete turístico del Cantón Chone.

El 36,36% de los encuestados perciben una pensión mensual entre 601 y 800 dólares de los Estados Unidos de Norte América, lo que permite ofertar un paquete turístico más amplio o con más posibilidades de visitas turísticas a los diferentes lugares del Cantón Chone.

El 16,67% de los encuestados poseen un ingreso mensual entre 802 y 1000 dólares de los Estados Unidos de Norteamérica, lo que da la posibilidad de ofertar un paquete turístico no solo para ellos sino para la familia y puedan juntos disfrutar de los encantos turísticos del Cantón Chone.

CUESTIONARIO:

En el cuestionario se plantearon las siguientes interrogantes:

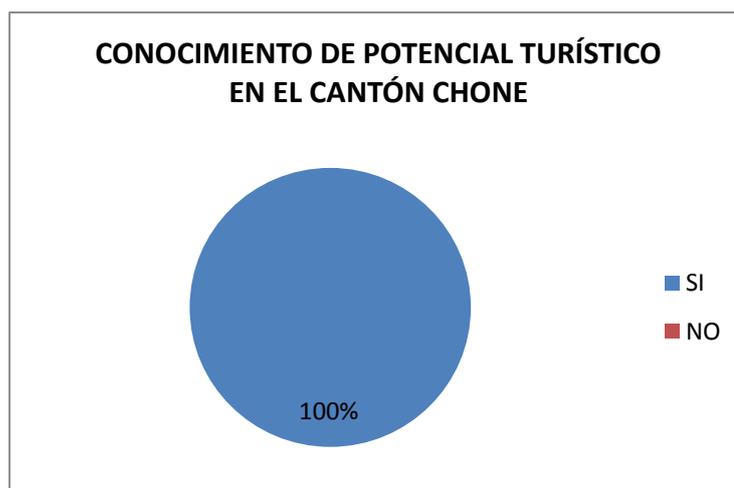
PREGUNTA 1: ¿CONSIDERA USTED QUE EL CANTÓN CHONE POSEE POTENCIALIDAD EN RECURSOS TURÍSTICOS TANTO NATURALES COMO CULTURALES, FOLKLÓRICO, GASTRONÓMICO?

Tabla N°4: Potencialidad turística

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
SI	132	100,00
NO	0	0,00
TOTAL:	132	100

Autor: Gema Andrea Zambrano Mendoza – 2014

Gráfico N°4: Potencialidad turística



Autor: Gema Andrea Zambrano Mendoza – 2014

Análisis: En la pregunta uno del cuestionario se aprecia que todos los adultos mayores encuestados, es decir el 100% consideran que el Cantón Chone posee un potencial de recursos naturales para realizar turismo; y es verdad existen lugares para visitar, conocer, disfrutar de la madre naturaleza, realizar caminatas, cabalgatas, pescas deportivas, paseos en canoa, disfrutar del paisaje, degustar la gastronomía montubios y visitar lugares arqueológicos.

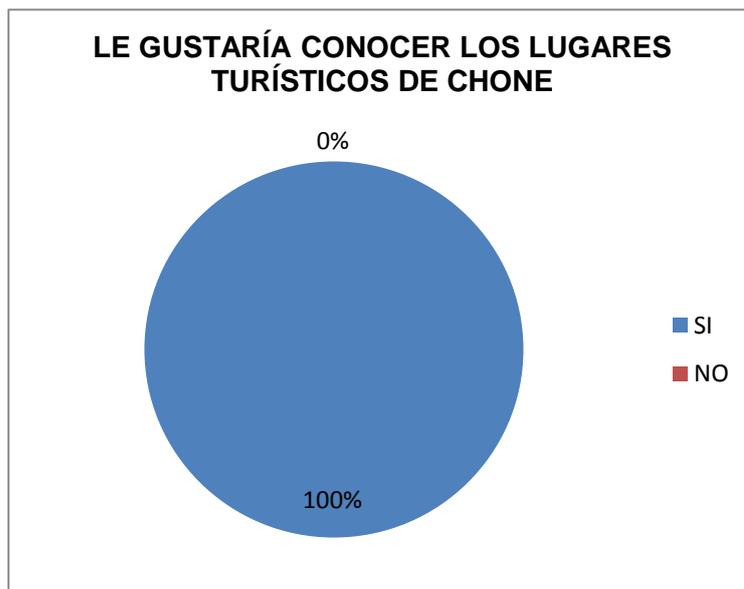
PREGUNTA 2: ¿LE GUSTARÍA CONOCER TODOS LOS LUGARES TURÍSTICOS DEL CANTÓN CHONE?

Tabla N°5: Le gustaría conocer los lugares turísticos de Chone

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
SI	132	100,00
NO	0	0,00
TOTAL:	132	100,00

Autor: Gema Andrea Zambrano Mendoza – 2014

Gráfico N°5: Le gustaría conocer los lugares turísticos de Chone



Autor: Gema Andrea Zambrano Mendoza – 2014

Análisis: En la pregunta dos del cuestionario se aprecia que el 100% de los adultos mayores jubilados están ansiosos por conocer todos los lugares turísticos del Cantón Chone, razón por la cual existe la necesidad de ofertar paquete turístico con todos los encantos que posee el Cantón.

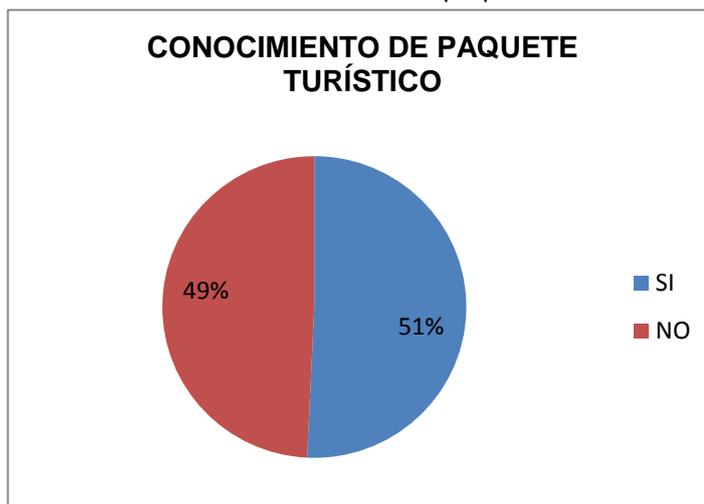
PREGUNTA 3: ¿CONOCE USTED EL SIGNIFICADO DE UN PAQUETE TURÍSTICO?

Tabla N°6: Conocimiento de paquete turístico

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
SI	67	50,76
NO	65	49,24
TOTAL:	132	100,00

Autor: Gema Andrea Zambrano Mendoza – 2014

Gráfico N°6: Conocimiento de paquete turístico



Autor: Gema Andrea Zambrano Mendoza – 2014

Análisis: En la pregunta tres se aprecia que el 50,76% de los adultos mayores jubilados si conocen lo que es un paquete turístico, resultando más factible llegar a ellos para ofertar un paquete turístico del Cantón Chone. El 49,24% de los encuestados no conocen lo que es un paquete turístico, resultando más difícil ofertar un paquete turístico, haciéndose necesario una explicación bien detallada del término y sus características para conseguir que los adultos mayores jubilados adquieran los mismos.

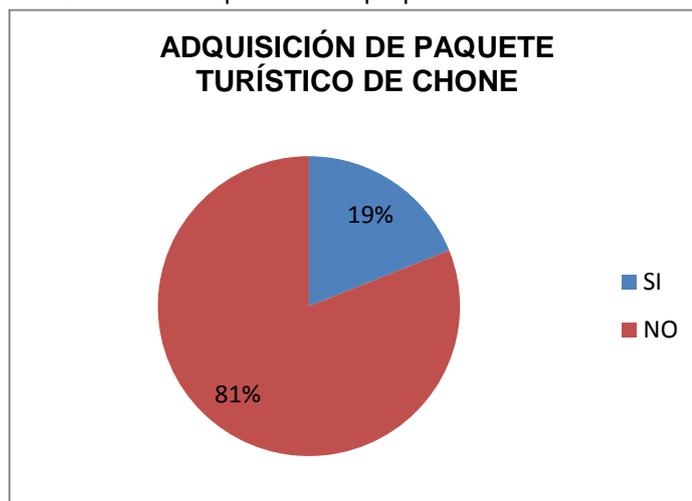
PREGUNTA 4: ¿HA ADQUIRIDO USTED ALGÚN PAQUETE TURÍSTICO DEL CANTÓN CHONE?

Tabla N°7: Adquisición de paquete turístico de Chone

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
SI	25	18,93
NO	107	81,07
TOTAL:	132	100,00

Autor: Gema Andrea Zambrano Mendoza – 2014

Gráfico N°7: Adquisición de paquete turístico de Chone



Autor: Gema Andrea Zambrano Mendoza – 2014

Análisis: En la pregunta cuatro del cuestionario se puede distinguir que el 81,07% de los mayores jubilados del Cantón Chone, no han adquirido un paquete turístico, situación que se deriva del desconocimiento que se tiene sobre el mismo. El 18,93% de los encuestados si han adquirido un paquete turístico del Cantón Chone, lo que demuestra lo útil de este mecanismo para hacer excursión.

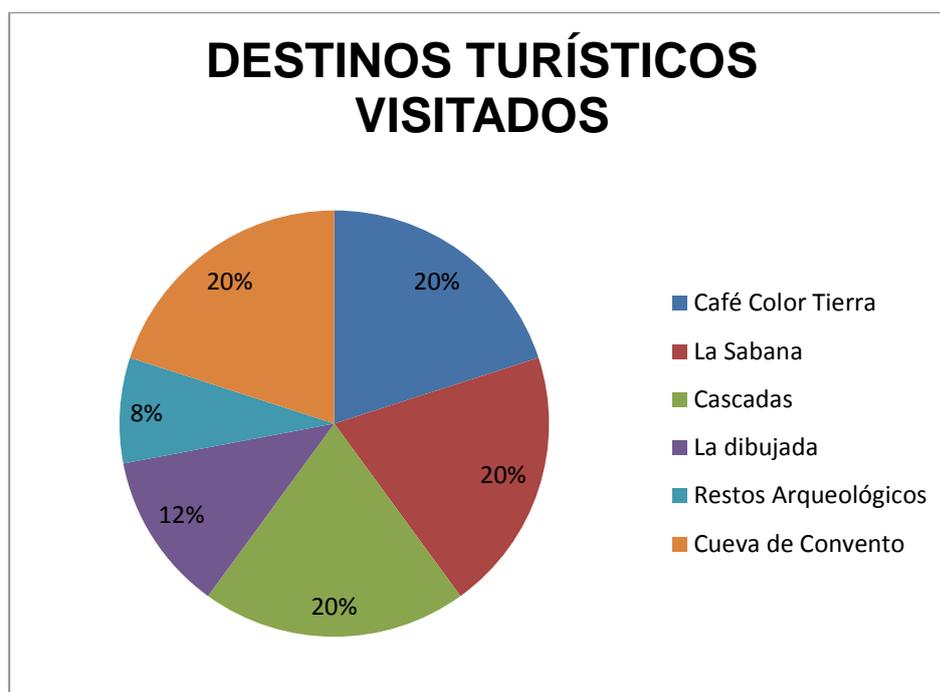
PREGUNTA 5: SI SU RESPUESTA ANTERIOR ES AFIRMATIVA ¿QUÉ DESTINOS TURÍSTICOS VISITÓ Y CUÁLES FUERON LAS ACTIVIDADES DESARROLLADAS?

Tabla N°8: Destinos turísticos visitados

LUGARES TURÍSTICOS	FRECUENCIA	%
Café Color Tierra	5	20,00
La Sabana	5	20,00
Cascadas	5	20,00
La dibujada	3	12,00
Restos Arqueológicos	2	8,00
Cueva de Convento	5	20,00
TOTAL:	25	100,00

Autor: Gema Andrea Zambrano Mendoza – 2014

Gráfico N°8: Destinos turísticos visitados



Autor: Gema Andrea Zambrano Mendoza – 2014

Análisis: En la pregunta cinco del cuestionario, los 25 encuestados que han adquirido paquetes turísticos del Cantón Chone, han visitado el 20,00% “Café Color Tierra”, donde se puede observar la bondades de la madre naturaleza, variedad de plantas y animales en su habitad, cascadas de aguas dulces cristalinas que invitan a tomar un largo baño reparador, cabalgadas, caminatas por el bosque natural y observar la elaboración del café natural con su exquisito aroma. El 20,00% visitaron el humedal “La Sabana”, un lugar natural donde se puede observar la gran variedad de aves y plantas, sobretodo el apetecible Chame. El 20,00% visitó “Las cascadas” un lugar donde se puede disfrutar de un baño natural con agua fresca, dulce y transparente. El 12,00% han visitado “La Dibujada” donde se aprecian los jeroglíficos que hacen la historia de los Chunos. El 8,00% han observado y apreciado petroglifos, restos fósiles y cobertizos de piedra con una diversidad de figuras humanas, animales y geométricas. El 20,00% de los encuestados han visitado la cueva de Convento en la cual se encuentran diversidad de petroglifos, figuras humanas, animales y geométricas de las tribus que habitaron la zona.

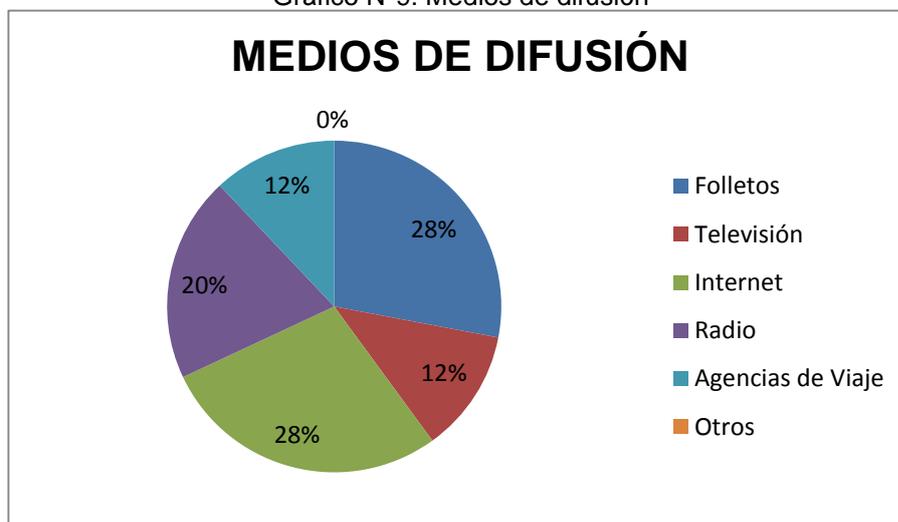
PREGUNTA 6: ¿CUÁLES FUERON LOS MEDIOS DE DIFUSIÓN QUE INFLUYERON EN USTED AL MOMENTO DE ESCOGER DICHO DESTINO Y EJECUTAR LA COMPRA?

Tabla N°9: Medios de difusión

MEDIOS DE DIFUSIÓN	FRECUENCIA	%
Folletos	7	28,00
Televisión	3	12,00
Internet	7	28,00
Radio	5	20,00
Agencias de Viaje	3	12,00
Otros	0	0
TOTAL:	25	100,00

Autor: Gema Andrea Zambrano Mendoza – 2014

Gráfico N°9: Medios de difusión



Autor: Gema Andrea Zambrano Mendoza – 2014

Análisis: En la pregunta seis del cuestionario se puede distinguir que el 28,00% de los encuestados expresaron que al momento de escoger su destino turístico fue gracias a la influencia de los folletos donde visualizó los lugares turísticos de Chone para escoger el mejor lugar. El 12,00% expresó

que al ver la Televisión observó la publicidad de los lugares turísticos de Chone, lo que influyo para escoger correctamente el lugar a conocer. El 28,00% de los encuestados admitió que en la Internet, observó algunos lugares turísticos del Cantón Chone impulsándole a escoger el lugar exacto para disfrutar de la belleza natural. El 20,00% de los encuestados aseveró que en las radios locales impulsan la visita a los lugares turísticos del cantón Chone, tomando la iniciativa por conocer estos lugares. El 12,00% de los encuestados afirmaron que se decidieron a escoger la ruta turística por la agencia de viaje que hay en la ciudad.

PREGUNTA 7: ¿CREE USTED QUE CONTÓ CON LA INFORMACIÓN NECESARIA POR PARTE DE LOS MEDIOS DE DIFUSIÓN PARA LA ELECCIÓN DEL DESTINO QUE ESCOGIÓ?

Tabla N°10: Información necesaria por medios de difusión

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
SI	132	100,00
NO	0	0,00
TOTAL:	132	100,00

Autor: Gema Andrea Zambrano Mendoza – 2014

Gráfico N°10: Información necesaria por medios de difusión



Autor: Gema Andrea Zambrano Mendoza – 2014

Análisis: En la pregunta siete del cuestionario se aprecia que todos los adultos mayores encuestados, es decir el 100% consideran que recibieron la información necesaria de parte de los medios de difusión para elegir el destino turístico más correcto para su recorrido, lo que demuestra que se puede ofertar paquetes turísticos a los adultos mayores jubilados de Chone.

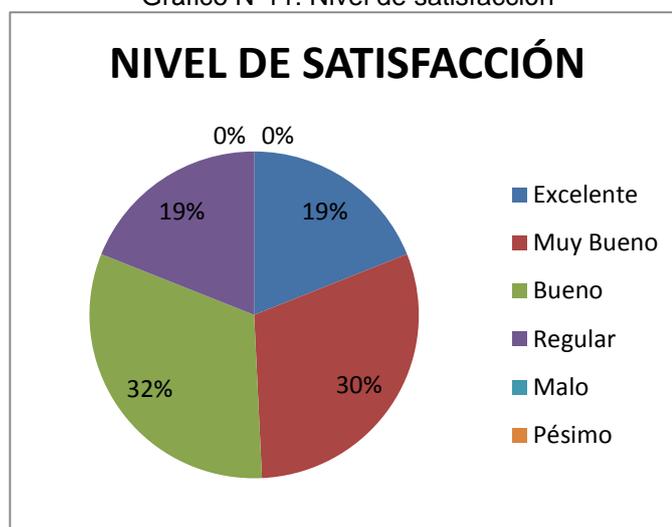
PREGUNTA 8: ¿CUÁL FUE EL NIVEL DE SATISFACCIÓN QUE OBTUVO AL CONCLUIR LA ACTIVIDAD?

Tabla N°11: Nivel de satisfacción

NIVEL DE SATISFACCIÓN:	FRECUENCIA	%
Excelente	25	18,94
Muy Bueno	40	30,30
Bueno	42	31,82
Regular	25	18,94
Malo	0	0,00
Pésimo	0	0,00
TOTAL:	132	100,00

Autor: Gema Andrea Zambrano Mendoza – 2014

Gráfico N°11: Nivel de satisfacción



Autor: Gema Andrea Zambrano Mendoza – 2014

Análisis: En la pregunta ocho del cuestionario se aprecia que todos los adultos mayores encuestados, en un 18,94% expresaron su satisfacción al concluir la actividad turística valorándola como excelente, lo que demuestra que se ha dado un magnífico servicio al cliente.

El 30,30% de los encuestados enunciaron su complacencia al concluir la actividad turística estimándola como Muy Buena, señalando la acertada atención que recibieron. El 31,82% de los encuestados manifestaron su satisfacción al concluir la actividad turística apreciándola como Buena, demostrando de esta manera que la atención o el servicio prestado no estuvieron bien definidos.

El 18,94% de encuestados expresaron su inconformidad al concluir la actividad turística juzgándola como regular, manifestando de esta manera que el servicio no fue de su entera satisfacción o no llenó las expectativas planteadas.

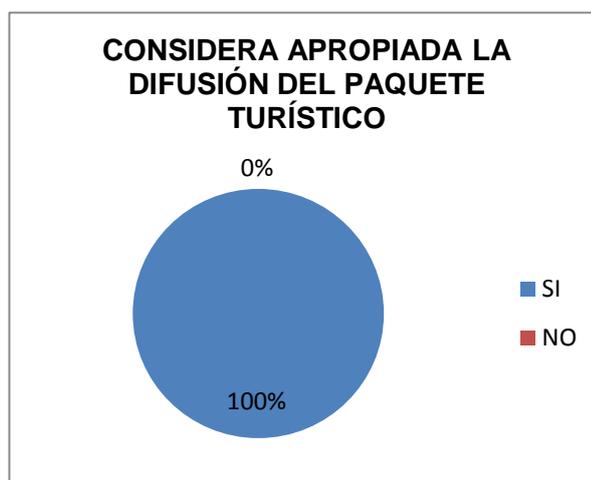
PREGUNTA 9: ¿CONSIDERA APROPIADA LA DIFUSIÓN DE LA OFERTA TURÍSTICA ENFOCADA AL SEGMENTO DE TERCERA EDAD JUBILADOS EN LA CIUDAD DE CHONE?

Tabla N°12: Considera apropiada la difusión del paquete turístico

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
SI	132	100,00
NO	0	0,00
TOTAL:	132	100,00

Autor: Gema Andrea Zambrano Mendoza – 2014

Gráfico N°12: Considera apropiada la difusión del paquete turístico



Autor: Gema Andrea Zambrano Mendoza – 2014

Análisis: En la pregunta nueve del cuestionario se aprecia que todos los adultos mayores encuestados, es decir el 100% consideran que la difusión de la oferta turística enfocada al segmento de tercera edad jubilados fue la más apropiada para realizar la selección de acuerdo a sus gustos y necesidades de conocer aquellos lugares que aún no conocen.

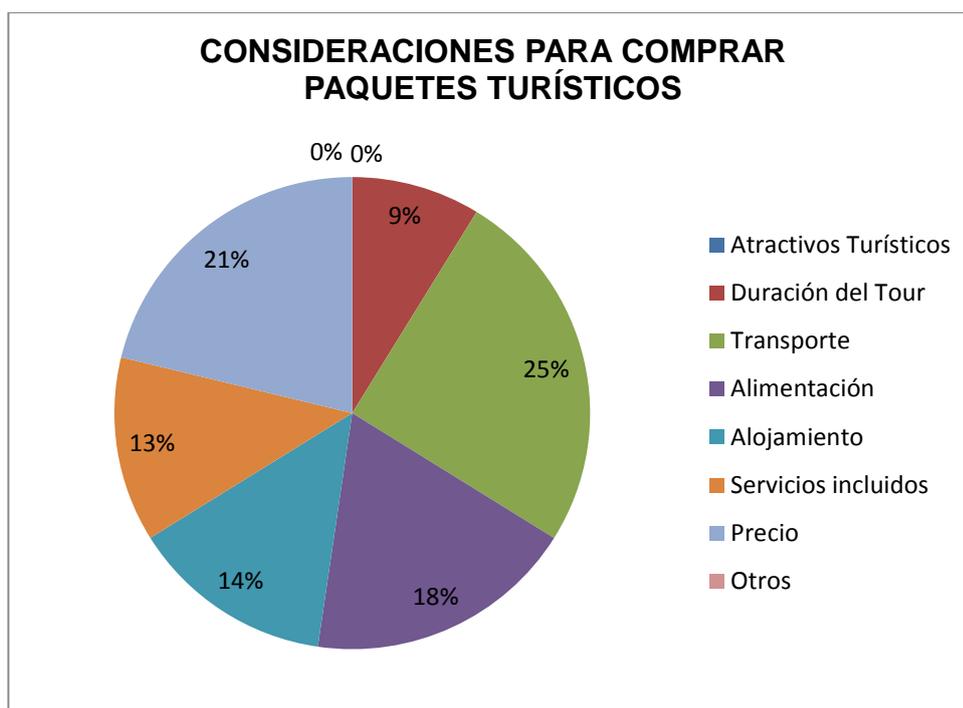
PREGUNTA 10: ¿QUÉ CARACTERES CONSIDERA USTED ANTES DE REALIZAR LA COMPRA DE UN PAQUETE TURÍSTICO? (PRIORIDAD)

Tabla N°13: Consideraciones para comprar paquetes turísticos

PRIORIDADES:	FRECUENCIA	%
Atractivos turísticos	89	17,02
Duración del tour	38	7,27
Transporte	109	20,84
Alimentación	80	15,30
Alojamiento	60	11,47
Servicios incluidos	55	10,51
Precios	92	17,59
Otros	0	0
TOTAL:	523	100,00

Autor: Gema Andrea Zambrano Mendoza – 2014

Gráfico N°13: Consideraciones para comprar paquetes turísticos



Autor: Gema Andrea Zambrano Mendoza – 2014

Análisis: En la pregunta diez del cuestionario se aprecia que todos los adultos mayores jubilados les gustaría que en el paquete turístico se incluyan las siguientes opciones de acuerdo a las prioridades: el 20,84% transporte; 17,59% precio; el 17,02% atractivos turísticos; el 15,30% alimentación; el 11,47% alojamiento; 10,51% servicios incluidos; el 7,27% duración del tour. Demostrando que es necesario tener en cuenta las prioridades de las personas a quienes se va a ofertar el paquete turístico.

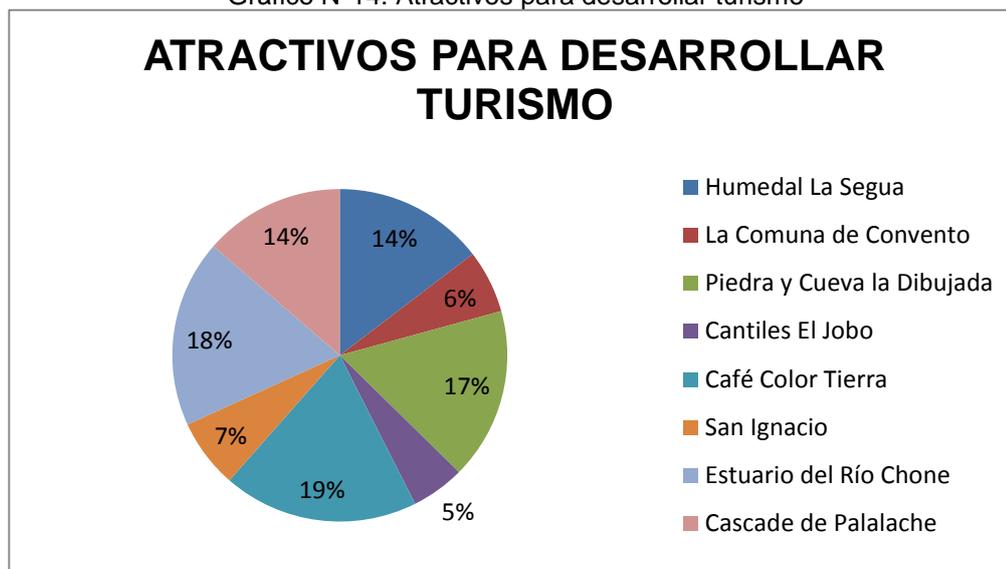
PREGUNTA 11: ESCOJA CUATRO (4) ATRACTIVOS TURÍSTICOS DE CHONE QUE CONSIDERE USTED APTOS PARA DESARROLLAR ACTIVIDADES DE CARÁCTER TURÍSTICO EN LA CIUDAD, LOS MISMOS QUE SERÁN PARTE DEL PROYECTO PAQUETE TURÍSTICO DESTINADO A LAS PERSONAS DE LA TERCERA EDAD.

Tabla N°14: Atractivos para desarrollar turismo

ATRATIVOS TURÍSTICOS:	FRECUENCIA	%
Humedal Segua	76	14,59
La comuna de Convento	32	6,14
Piedra y Cueva la Dibujada	87	16,70
Cantiles de Jobo	27	5,18
Café Color Tierra	98	18,81
San Ignacio	35	6,72
Estuario del Río Chone	95	18,23
Cascada de Palalache	71	13,63
TOTAL:	521	100,00

Autor: Gema Andrea Zambrano Mendoza – 2014

Gráfico N°14: Atractivos para desarrollar turismo



Autor: Gema Andrea Zambrano Mendoza – 2014

Análisis: En la pregunta once del cuestionario se aprecia que todos los adultos mayores jubilados les gustaría visitar por considerarlos aptos para desarrollar actividades turísticas; misma que de acuerdo a las prioridades son: Café Color Tierra 18,81%; Estuario del Río Chone 18,63%; Piedra y Cueva la Dibujada 16,70%; Humedal La Segua 14,59%; Cascada de Palalache 13,63%; San Ignacio 6,72%; La Comuna de Convento 6,14%;

Cantiles de Jobo 5,18%. Como se puede apreciar existe mucho por hacer en cuanto a actividad turística se refiere; pues es necesario promocionar aquellos lugares que no son tan frecuentados para explotarlos turísticamente.

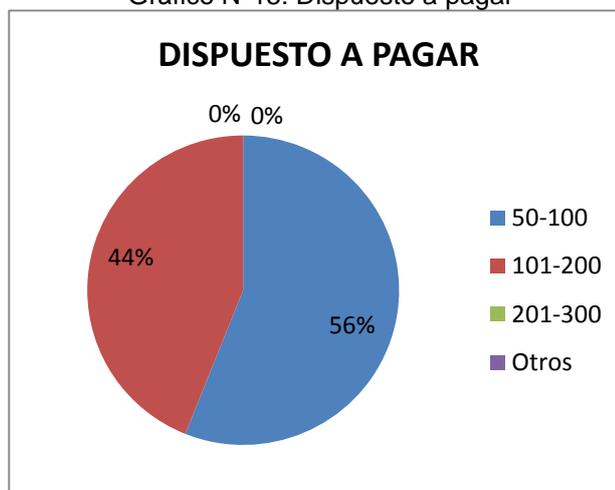
PREGUNTA 12: ¿CONSIDERA USTED CONVENIENTE LA CREACIÓN DE PAQUETES TURÍSTICO DIRIGIDOS A LOS ADULTOS MAYORES JUBILADOS DE CHONE, CUÁNTO ESTARÍA DISPUESTO A COSTEAR POR UN PAQUETE TURÍSTICO DE DOS (2) DÍAS Y UNA (1) NOCHE, SISTEMA TODO INCLUIDO?

Tabla N°15: Dispuesto a pagar

DISPOSICIÓN DE COSTE (en dólares):	FRECUENCIA	%
50 – 100	74	56,06
101 – 200	58	43,94
201 - 300	0	0,00
Otros	0	0,00
TOTAL:	132	100,00

Autor: Gema Andrea Zambrano Mendoza – 2014

Gráfico N°15: Dispuesto a pagar



Autor: Gema Andrea Zambrano Mendoza – 2014

Análisis: En la pregunta doce del cuestionario se aprecia que los adultos mayores jubilados manifestaron que es necesario crear paquetes turísticos de acuerdo a sus disponibilidades de coste mismo que es: el 56,06% con un coste de 50 a 100 dólares de los Estados Unidos de Norte América. El 43,94% con un coste de 101 a 200 dólares de los Estados Unidos de Norte América.

Porcentajes que fueron determinados en base a las pensiones de jubilación que perciben las personas de la tercera edad del Cantón Chone.

PREGUNTA 13: DE LAS SIGUIENTES ACTIVIDADES ENUMERE DEL 1 EN ADELANTE (SOLO SUS PRIORIDADES) DE ACUERDO A SUS GUSTOS CUÁL LE MOTIVA MÁS PARA QUE SEA PARTE DE LAS ACTIVIDADES A DESARROLLAR EN EL ITINERARIO DEL PAQUETE TURÍSTICO.

Tabla N°16: Motivaciones de la tercera edad

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	%
Jugar dominó	0	0,00
Cabalgar	20	3,92
Jugar a las cartas	15	2,93
Paseos en bote	29	5,69
Visitas a museos	86	16,86
Presenciar eventos deportivos	29	5,69
Pesca deportiva	80	15,69
Observación de especies exóticas	98	19,22
Visitas a balnearios de agua dulce	58	11,37
Caminatas en los bosques	95	18,63
TOTAL:	510	100,00

Autor: Gema Andrea Zambrano Mendoza – 2014

Gráfico N°16: Motivaciones de la tercera edad



Autor: Gema Andrea Zambrano Mendoza – 2014

Análisis: En la pregunta trece del cuestionario se aprecia que los adultos mayores jubilados manifestaron las actividades de acuerdo a sus gustos y preferencias prioritarias son: el 19,22% observar especies exóticas. El 18,63% realizar caminatas en los bosques. El 16,85% realizar visitas a museos. El 15,69% realizar pesca turística. El 11,37% realizar visitas a balnearios de agua dulce. El 5,69% realizar paseos en bote y con el mismo porcentaje presenciar eventos deportivos. El 3,93% cabalgar. El 2,93% jugar a las cartas; lo que demuestra el interés de los adultos mayores por realizar actividades que están relacionadas con el turismo.

4.2 ANÁLISIS FINAL DE DATOS:

4.2.1 CONCLUSIÓN DE LAS ENCUESTAS

A través de las encuestas se pudo detectar que para la creación, promoción y demanda del paquete turístico para las personas de la tercera edad jubilados del Cantón Chone, es necesario aplicar lo siguiente:

- Publicitar en un feriado como un servicio especial el lanzamiento de un paquete turístico del Cantón Chone.
- Relacionar el desarrollo en conjunto con el Departamento de Turismo del Municipio del Cantón Chone.
- Apoyo de la comunidad y de las autoridades.
- Utilizar el marketing para promocionar el paquete turístico.

4.2.2 RESÚMEN DE LAS ENCUESTAS

En el presente proyecto se utilizó la encuesta, realizada en las instalaciones de la Asociación de Jubilados del Cantón Chone, con la finalidad de auscultar los lugares que ellos han visitado y los que aún faltan por conocer; utilizando como medio el análisis estadístico para saber la potencial demanda de un paquete turístico.

Además se determinó el perfil del encuestado, iniciando con sus datos generales en el que se conoció su edad, sexo, ciudad de origen y nivel de ingreso.

Finalmente se procedió a determinar los lugares turísticos de preferencia por conocer y crear el paquete turístico.

4.2.3 INTERPRETACIÓN GENERAL DE LOS RESULTADOS

Con el presente proyecto se logró detectar la falencia que existe en relación con paquetes turísticos para personas de la tercera edad jubilados del Cantón Chone; así como sus gustos, preferencias y tendencias.

CAPÍTULO V

5.1 DESARROLLO DE LA PROPUESTA

El ámbito turístico del Cantón Chone carece de programas y paquetes para ofertar a la ciudadanía en general y de manera especial a las personas de la tercera edad jubilados; dichos paquetes deben cubrir los requerimientos y necesidades especiales de la población gerontológica.

Actualmente las tendencias turísticas del segmento son nulas y revelan una falta de aceptación conceptual, por lo que en la presente investigación se clarifica, se equilibra las necesidades y carencias en lo que respecta al turismo destinado a los adultos mayores jubilados.

La misión del presente proyecto es la creación de un paquete turístico para el sector de la tercera edad jubilados, mismo que será impulsado por medio de operadores y agencias de servicios turísticos del Cantón Chone.

El programa comprende todo el territorio del Cantón Chone, el adulto mayor jubilado escogerá el paquete turístico diseñado en base a los atractivos y actividades que mejor se adapten a su perfil de acuerdo a sus gustos y preferencias.

Los lugares turísticos para visitar son los que se detallan a continuación:

PIEDRA Y CUEVA LA DIBUJADA: Se encuentra a varios kilómetros al norte del balneario el Tecal una enorme roca con tallados especiales, al norte la cueva del mismo nombre, ambos poco explorados. Se puede llegar tomando la vía Chone-Quito hasta el Sitio Chagualú (Km. 15.2).

CAFÉ COLOR TIERRA: Se encuentra a unos 12 km de Chone en el sitio la Rumelia de Mosquito, aquí se puede degustar de la gastronomía típica chonera, además de contar con dos cabañas de alojamiento, área destinada para camping, museo, artesanías elaboradas por el propietario, se puede apreciar 9 cascadas naturales que son el principal atractivo del lugar.

ESTUARIO DEL RÍO CHONE: Este maravilloso estuario visto desde las alturas de los cerros Mauricio, avanza en su recorrido de este a noreste encerrado por los sistemas cordilleranos de Bahía y San Vicente. Las riveras son de contorno suave y amplio, se observa una disminución del manglar dominado por las camarónicas. El manglar se encuentra conservado en las islas existentes dentro del estuario, pero hacia su ribera este ha sido prácticamente talado, sin embargo se puede observar la transición del manglar hacia el bosque muy seco tropical.

HUMEDAL LA SEGUA: Estos Humedales fueron declarados de importancia internacional el 7 de Junio del año 2000 por la Convención de Ramsar. Se puede llegar al lugar tomando la vía Chone - Portoviejo hasta la parroquia San Antonio (8.7 Km.), donde se puede disfrutar de deliciosos cocos y dulces. Siguiendo hasta el sitio La Segua por la vía San Vicente, o, tomando por la vía a Tosagua hasta el sitio La Sabana, se puede disfrutar de paseos en canoa por los humedales, observación de aves, paisajes y degustación de chames.

5.2 CREACIÓN DEL PAQUETE TURÍSTICO

PAQUETE TURÍSTICO: Se denomina paquete turístico al conjunto de servicios turísticos que se venden al viajero por conducto de las Agencias de Viaje o de líneas aéreas. Por lo general, el paquete turístico comprende: transporte, alojamiento, alimentación, recreación y excursiones. Es una forma de presentación del producto turístico, que conjuga los atractivos y facilidades y los presenta como un todo integrado.

ELEMENTOS DEL PAQUETE TURÍSTICO

- Traslados
- Transporte
- Alojamiento
- Alimentación
- Excursiones

INSTRUMENTOS PARA LA FORMULACIÓN DEL PAQUETE TURÍSTICO

- Recursos humanos calificados: conocimientos, habilidad, iniciativa y creatividad.
- Contactos comerciales en operadores idóneos.
- Información especializada vigente.
- Experiencia y capacidad en gestión empresarial.
- Conocimiento del entorno empresarial competitivo.

PASOS PARA LA ELABORACIÓN DEL PAQUETE TURÍSTICO

1. Determinación del objetivo
2. Diagramación del circuito
3. Confección del itinerario
4. Cotización del programa
5. Redacción del programa

1. DETERMINACIÓN DEL OBJETIVO

El objetivo del paquete turístico marca la orientación del mismo y lo condicionará en su temática que es el segmento de la tercera edad jubilados y sus características formales.

Tenemos que tener en cuenta:

- La recolección de datos e información.
- Definir el objetivo del programa a elaborar.
- El objetivo del programa marcará la orientación del mismo.

El objetivo del paquete turístico se determinará teniendo en cuenta las siguientes características:

- Imagen que el pasajero tiene de su viaje.
- Motivación del viaje.
- Zona a visitar, atractivos generales, destinos preferidos.

- Tipo y calidad de los servicios ofrecidos.
- Duración máxima y mínima del viaje.
- Fecha propuesta por el pasajero.
- Nivel de costo.

DETERMINACIÓN DE LA TEMÁTICA

Determinaremos la temática que puede ser general o específica. Se delimitará el área geográfica, los atractivos y centros a incluir, además de las actividades a desarrollar de acuerdo al segmento de la tercera edad.

GENERAL:

- Recreativo
- Aventura
- Cultural
- Ecológico

ESPECÍFICO:

- Cuevas y piedras talladas
- Arte geroglifo
- Diversidad de flora y fauna exóticas
- Cascadas y balnearios de agua dulce

DETERMINACIÓN DE LAS CARACTERÍSTICAS FORMALES

Responde a preguntas claves que todo programador se formula al iniciar un trabajo.

- Duración estimada
- Zona o lugar a recorrer
- Actividades a desarrollar
- Tipo de alojamiento pretendido
- Régimen de pensión
- Medio de transporte preferido

- Cantidad de excursiones
- Grupo base

2. DIAGRAMACIÓN DEL CIRCUITO

Al diagramar el circuito se establecerán los centros bases o de pernocte, teniendo en cuenta los atractivos más importantes de la zona, las rutas de acceso, localización y distancia.

PASOS PARA LA DETECCIÓN DE ATRACTIVOS:

DETECCIÓN DE ATRACTIVOS

- Se detectan los atractivos y se los incluye en una lista teniendo en cuenta la geografía, cultura, historia, folklore, etc. Luego se determinará si son centrales o periféricos o de entorno a la temática propuesta: segmento de la tercera edad.
- Una vez seleccionados se verificará su localización en el mapa y se establecerán las distancias a los centros base.

ANÁLISIS DE ACCESIBILIDAD

Se evalúan las rutas de acceso a los centros base y atractivos. El centro base es la localidad que posee el nivel adecuado para efectuar los pernóctes. Debe tenerse en cuenta las siguientes condiciones:

- a) Que sean los centros con mayor movimiento de la zona.
- b) Que tengan posibilidades de realizar actividades recreativas y de esparcimiento.
- c) Que se encuentren equidistantes de los otros centros considerados.

ENUNCIACIÓN DEL CIRCUITO

Se refiere a la información de los centros seleccionados, los atractivos, las rutas y las distancias dadas en kilómetros y horas y se representa en una planilla la cual se anexará a la información.

Tabla N°17: Circuito Turístico

Autor: Gema Andrea Zambrano Mendoza – 2014

Circuito Turístico					
Día	Centro base	Atractivo	Ruta	km	Tiempo en horas
1ro	Balneario El Tecal	Piedra y Cueva La Dibujada	Chone – Sitio Chagualú km 15/2	16	40 min
1ro	Cabañas ecológicas “Café Color Tierra”	Café Color Tierra	Sitio Chagualú km 15/2 – San Andrés (sitio la Rumelia de Mosquito)	10	20 min
2do	Cerro Mauricio	Estuario del Río Chone	San Andrés (sitio la Rumelia de Mosquito) – Sucre, sector Leonidas Plaza	25	50 min
2do	Instalaciones del humedal	Humedal La Segua	Sucre, sector Leonidas Plaza – parroquia San Antonio	4	10 in

3. CONFECCIÓN DEL ITINERARIO

- El circuito es la base o estructura para la confección del itinerario.
- El itinerario debe establecer los centros base, todos los atractivos que se visitarán y recorrerán en el programa, los servicios incluidos, los días y horas en que se desarrollarán las actividades previstas y toda información adicional sobre lo ofrecido al usuario en el paquete turístico.

ESTRUCTURACIÓN DEL ITINERARIO

En esta fase se otorgará un ordenamiento secuencial y lógico a la prestación de los servicios, actividades y visitas a realizar.

Se deben considerar:

1. Los tiempos en ruta.
2. Los tiempos de visita.
3. Tiempo libre.
4. Paradas técnicas.
5. Fijación de horarios.
6. Redacción del itinerario. Debe indicar:
 - a) Día en que se presta cada servicio.
 - b) La localidad donde se presta el servicio.
 - c) Detalle de cada servicio incluido.

Itinerario de Viaje							
Día	Centro base	Atractivo	Ruta	km	Tiempo en horas	Servicios	Actividades a realizar
1ro	Balneario El Tecal	Piedra y Cueva La Dibujada	Chone – Sitio Chagualú km 15/2	16	40 min	Transporte, alimentación.	Observación y apreciación de petroglifos, restos fósiles, diversidad de figuras talladas en piedras, camping, pesca deportiva y baños medicinales.
1ro	Cabañas ecológicas “Café Color Tierra”	Café Color Tierra	Sitio Chagualú km 15/2 – San Andrés (sitio la Rumelia de Mosquito)	10	20 min	Transporte, alimentación, guía turístico, hospedaje.	Recorrido por el taller artesanal, visita al museo, caminata en el bosque húmedo Café Color Tierra, apreciación de cascadas flora – fauna, baños en los ríos de agua dulce.
2do	Cerro Mauricio	Estuario del Río Chone	San Andrés (sitio la Rumelia	25	50 min	Transporte, alimentación,	Recorrido por el manglar, observación de flora y

			de Mosquito) – Sucre, sector Leonidas Plaza			refrigerios, uso de botes.	fauna silvestre, captura de fotos en las riberas del estuario, paseo en botes dentro de las islas del estuario, excursiones por las camaroneras.
2do	Instalaciones del humedal	Humedal La Segua	Sucre, sector Leonidas Plaza – parroquia San Antonio	4	10 min	Transporte, alimentación, entrada al humedal., uso de canoas.	Paseo en canoa por el humedal, pesca deportiva de chames y tilapias, caminata en el bosque del humedal, observación de 150 especies de aves, degustación de exquisitos “chames” plato típico de Chone.

Tabla N°18: Itinerario de Viaje
Autor: Gema Andrea Zambrano Mendoza – 2014

4. COTIZACIÓN

Armar un paquete turístico presupone la unión de distintos servicios, que para el pasajero se materializa en un solo acto de compra y una sola prestación final. Para elaborarlo será necesario seleccionar los prestadores, cotizar y establecer un cronograma con la frecuencia de salidas y finalmente representar el paquete turístico resultado, materia prima del folleto.

PRESELECCIÓN DE PROVEEDORES

Para realizar la selección, el objetivo principal será maximizar la calidad de la prestación reduciendo el costo al mínimo.

La información necesaria será:

- El domicilio de la empresa
- La tarifa pasada
- El nombre del contacto o persona con quien se ha negociado la tarifa.
- Las condiciones del servicio.
- Las condiciones de pago.

PRESUPUESTO

Se calcula a partir de cada salida y se cotizará teniendo en cuenta los siguientes factores:

LOS COSTOS FIJOS E INDIRECTOS AL PAQUETE TURÍSTICO

Son aquellos que no dependen de la operación del programa, sino que se deben abonar independientemente:

- Salarios
- Teléfono y demás comunicación
- Alquiler
- Promoción
- Servicios públicos y tasas municipales
- Impuestos directos

LOS COSTOS DIRECTOS AL PAQUETE TURÍSTICO

- Transporte
- Alojamiento
- Comidas
- Guía turístico
- Tour conductor
- Varios

Al hablar de costos nos referimos a las tarifas pasadas por los proveedores y surgen como consecuencia de la producción de un paquete o programa turístico. Para la confección del presupuesto se consideran los precios unitarios, es decir por persona.

SISTEMA TURÍSTICO FUNCIONAL



Fuente: MEDIATUR

COSTOS DEL PAQUETE TURÍSTICO

PAQUETE "CHONE POR DENTRO" RECREATIVO, AVENTURA, CULTURAL Y ECOLÓGICO 2 DIAS / 1 NOCHE				
SERVICIOS CONTROLADOS EN ORIGEN	GASTOS EN DÓLARES		GASTOS EN DÓLARES	
	CHONENCES	MANABITAS	ECUATORIANOS	EXTRANJEROS
Día 1				
TRANSPORTE	30	35	40	50
ENTRADA AL MUSEO	5	6	8	10
GUÍA TURÍSTICO	10	12	15	20
DESAYUNO	8	10	12	15
ALMUERZO	12	14	16	20
CENA	10	12	14	16
NOCHE DE ALOJAMIENTO	25	30	35	45
Día 2				
DESAYUNO	8	10	12	15
REFRIGERIO	4	5	6	8
ALMUERZO	15	16	18	22
TRANSPORTE	30	35	40	50
SUBTOTAL	157.00	185.00	216.00	271.00
12% IVA	18.84	22.20	25.92	32.52
TOTAL	175.84	207.20	241.92	303.52

Tabla N°19: Itinerario de Viaje
 Autor: Gema Andrea Zambrano Mendoza – 2014

5. PAQUETE TURÍSTICO RESULTADO

Es el detalle total del programa. Puntos más usuales que se le suministrarán al pasajero:

- Nombre del paquete turístico.
- Duración del programa.
- Fecha y hora de salida.
- Precio por persona.
- Servicios que incluye el programa.
- Día en que se presta cada servicio.
- Localidades o atractivos visitados.
- Descripción de los lugares o atractivos visitados.
- Información de las actividades en el programa.
- Información sobre el tiempo libre.
- Condiciones generales del paquete turístico.

PAQUETE “CHONE POR DENTRO”

RECREATIVO AVENTURA, CULTURAL Y ECOLÓGICO

2 DIAS / 1 NOCHE

LUGAR: Chone

DÍA: Disponible cualquier día – mínimo 2 pasajeros

TIPO: Tours de varios días

DURACIÓN: 2 días 1 noche

HORA DE SALIDA: 07:00 a.m.



DÍA 1: PIEDRA Y CUEVA LA DIBUJADA – CAFÉ COLOR TIERRA

Se comenzará el recorrido tomando la vía Chone-Quito hasta el Sitio Chagualú hasta llegar al balneario el Tecal, donde experimentará el turista cómo cambia el paisaje, temperatura y ambiente. Durante el trayecto se hará una parada para desayunar en el balneario Río Santo y luego se continuará hacia el destino trazado la cueva; para tener una vista panorámica del lugar donde se podrá observar y apreciar petroglifos, restos fósiles y cobertizos de piedra con una diversidad de figuras humanas, animales y geométricas. Durante el viaje se podrán realizar actividades como: camping, pesca, baños medicinales en el río. Aproximadamente a las 11:00 a.m. se partirá al Centro Turístico Café Color Tierra recorriendo la Comunidad el Mosquito – La Rumelia, vía Quito. Al llegar se hará un recorrido por el taller artesanal y una visita al Museo “Escencia de Café”, luego se procederá con el almuerzo en el comedor turístico basado en la Gastronomía típica Manabita. Por la tarde se accederá al Bosque Húmedo de Café Color Tierra con la ayuda de un guía nativo, a través de un recorrido de 1 hora y 45 minutos. En el cual se apreciarán los siguientes atractivos: 13 Saltos de Agua en el Sendero, flora, fauna. El resto del día el turista podrá hacer uso de áreas de descanso, hamacas y áreas de recreación a su elección para disfrutar de la tranquilidad, relax y placer estético del paisaje. El turista tiene opciones para escoger y pasar un día inolvidable. En la noche se efectuará la cena en el

comedor turístico y posteriormente cada turista se dirigirá a su cabaña ecológica (sitio de alojamiento).

DÍA 2: ESTUARIO DEL RÍO CHONE – HUMEDAL LA SEGUA

Salida hacia el estuario, en el recorrido se ejercerá una vista desde las alturas de los cerros Mauricio, desayuno en el autobús a base de refrigerios, durante la permanencia en el estuario se hará un recorrido por el manglar conservado dentro del estuario donde se observará una gran variedad de flora y fauna silvestre, se otorgará un lapso de tiempo libre para que los turistas puedan tomarse fotos en las riberas del estuario. Se continúa el recorrido hacia el bosque del estuario donde podrán observar una disminución del manglar dominado por las camaroneras y como actividad final durante la permanencia en el lugar se realizarán paseos en botes alrededor de la Isla Corazón que se encuentra dentro del estuario. Al llegar el medio día el tour toma camino hacia el Humedal la Segua tomando la vía Chone - Portoviejo hasta la parroquia San Antonio (8.7 Km.), donde se disfrutará de deliciosos cocos y dulces típicos de Chone. Al llegar al humedal se dirigirán los turistas al restaurante tradicional del lugar para disfrutar de un delicioso “chame” plato típico del cantón Chone. A pocos minutos del almuerzo se llevarán a cabo paseos en canoa por el humedal desarrollando las actividades de observación de 150 especies de aves acuáticas, paisajes, practica de la pesca de chames y tilapias. Tarde libre donde podrán disfrutar de las instalaciones del humedal. Retorno a Chone.

INCLUYE:

- Transporte terrestre ida y vuelta CHONE - PIEDRA Y CUEVA LA DIBUJADA – CAFÉ COLOR TIERRA - ESTUARIO DEL RÍO CHONE – HUMEDAL LA SEGUA – CHONE.
- Coctel de bienvenida
- Hospedaje en Cabañas ecológicas Café Color Tierra.
- Pensión completa (desayuno, almuerzo y cena), comida típica de la zona.

- Guía turístico acompañante.
- Visita Cascadas La Guabina y Tablada de Sánchez.
- Entrada al Museo Escencia de Café.

Tarifa por persona: \$175.84 Incluido IVA

NOTAS ESPECIALES:

Mínimo 2 pasajeros.

* Precios por persona basados en ocupación doble, expresados en dólares estadounidenses, sujetos a disponibilidad y cambios sin previo aviso. No incluye lo no especificado en el programa.

SERVICIOS NO INCLUIDOS: Adquisición de artesanías elaboradas por los nativos de las zonas, bebidas alcohólicas. Otras actividades no detalladas en el programa.

5.3 PROGRAMA DE MARKETING, PUBLICIDAD Y PROMOCIÓN TURÍSTICA

A cualquier nivel el plan para la promoción turística es de vital importancia, porque tiene muchas alternativas de acción y por lo general, manejan presupuestos económicos de gran volumen que no siempre reditúan beneficios directos o indirectos en relación con su inversión.

Toda promoción turística tiene tres elementos fundamentales, los cuales se aplicarán para la promoción del paquete turístico dirigido a los adultos mayores jubilados del Cantón Chone.

- 1. PUBLICIDAD.** Se utilizarán anuncios en los periódicos, revista de turismo de Chone, publicaciones en la radio, televisión y redes sociales.

TÁCTICAS DE PUBLICIDAD

- Lanzamiento de una publicidad llamativa en televisión, donde se proyectará la creación del paquete turístico dirigido al televidente de la tercera edad, en el cual se mostrarán los lugares turísticos de Chone, las vías de acceso y sus tradiciones, cultura y folklore; este se transmitirá tres veces a la semana en el canal 2 (Chone TV) de Televisión, el cual tiene cobertura en la zona urbana ciudad.
- Se utilizará el medio de comunicación prensa donde se publicarán 3 suplementos anuales en el periódico El Diario Manabita, los días domingos una vez cada cuatro meses; el primero consistirá en información general de los atractivos turísticos del Cantón Chone invitando al lector a darle seguimiento a la siguiente publicación, en la cuales se describirá individualmente cada uno de ellos y las actividades que se podrán desarrollar en los mismos, finalizando con la publicación número tres en el mes de octubre por ser un período vacacional.
- Pautar 4 cuñas diarias por 12 meses al año, en 2 emisoras de Chone: Radio Unión y Radio Coqueta, en las cuales se invitará a la población de la tercera edad a visitar los diferentes lugares turísticos del Cantón Chone.
- Se publicarán un total de 12 anuncios de prensa en el año, en la revista “Chone Turístico”, una vez al mes los días sábados, en los cuales se informarán sobre las fiestas patronales y eventos culturales que se desarrollarán en el Cantón Chone.
- Ubicación de 10 vallas publicitarias durante todo el año, que serán ubicadas en las principales calles de la ciudad, anunciando los atractivos que posee cada lugar turístico del Cantón Chone.
- Creación de una Página Web, en la cual se muestren los diferentes lugares turísticos del Cantón Chone, un directorio de los principales hoteles y restaurantes, oferta del paquete turístico y programación de actividades.

PRESUPUESTO DEL PROGRAMA DE PUBLICIDAD

Cantidad	Descripción	Costo Unitario	Total
12	Programa turístico mensual en T.V. con duración de 7 minutos en el Canal 2 Chone TV	1,890.45	22,685.40
3	Suplementos en el Diario Manabita	122.35	367.05
12	4 Cuñas diarias en 2 radios de Chone por 12 meses Valor mensual \$68.57 = \$274.28	274.28	3,291.36
12	Anuncios de prensa en la revista "Chone Turístico". ½ página	225.03	2,700.36
10	Vallas publicitarias	15.00	150.00
1	Creación de página web	1,000.00	1,000.00
Subtotal			30,194.17
Imprevistos 10%			3,019.42
TOTAL			33,213.59

Tabla N°20: Presupuesto Publicitario
Autor: **Gema Andrea Zambrano Mendoza – 2014**

CRONOGRAMA DEL PROGRAMA DE PUBLICIDAD

Tiempo Actividad	En	Fe	Ma	Ab	Ma	Ju	Ju	Ag	Se	Oc	No	Di
	e	b	r	r	y	n	l	o	p	t	v	c
TV	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Periódico		X				X				X		
Radio	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Revista	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Vallas	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
P. Web	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X

Tabla N°21: Cronograma Programa Publicitario
Autor: Gema Andrea Zambrano Mendoza – 2014

- 2. Materiales de apoyo de ventas.** Brochure (mapas – trípticos), camisetas, gorras y calcomanías con los lugares turísticos de Chone.

TÁCTICAS DE APOYO DE VENTAS

- Elaboración de 10,000 brochure donde se proporcionará información de los lugares turísticos del Cantón Chone, publicando fotografías, tradiciones, folklore, gastronomía, fechas importantes y actividades que se desarrollen; distribuyendo los ejemplares en cada parroquia de la ciudad.
- Se confeccionarán 1,200 camisetas con imágenes de los atractivos turísticos y el slogan del Cantón Chone, para entregar a los turistas.
- Se entregarán 300 gorras con figuras de los balnearios del Cantón Chone.
- Elaboración de 3,000 stickers diseñados con los principales atractivos turísticos del Cantón Chone.

PRESUPUESTO DEL PROGRAMA APOYO DE VENTAS

Cantidad	Descripción	Costo Unitario	Total
10,000	Brouchure 8 1/2 x 11 full color	0.10	1,000.00
1,200	Camisetas con fotos de los atractivos turísticos de Chone	2.85	3,420.00
300	Gorras (figuras de balnearios) de Chone	4.00	1,200.00
3,000	Stickers turísticos	0.25	750.00
Subtotal			6,370.00
Imprevistos 10%			637.00
TOTAL			7,007.00

Tabla N°22: Presupuesto Programa Apoyo de Ventas
 Autor: **Gema Andrea Zambrano Mendoza – 2014**

CRONOGRAMA DEL PROGRAMA APOYO DE VENTAS

Tiempo Actividad	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic
Distribución de brochure	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Obsequios promocionales		X				X				X		

Tabla N°23: Cronograma Programa Apoyo de Ventas
Autor: Gema Andrea Zambrano Mendoza – 2014

3. Relaciones públicas. Ferias y exposiciones turísticas, oficinas de turismo, centros de reservación.

- Para motivar a las personas, se desarrollarán ferias y exposiciones turísticas en el periodo vacacional, a fin de realizar turismo a precios accesibles, brindando excelentes servicios turísticos para la población de la tercera edad.

CRONOGRAMA DEL PROGRAMA RELACIONES PÚBLICAS

Tiempo/Actividad	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic
Capacitación Turística para Agencias de Viajes (Seminarios sobre la actividad turística)		X		X		X		X				X
Capacitación sobre tendencias actuales para la tercera edad (Seminarios sobre calidad y atención al cliente)		X				X	X			X	X	

Tabla N°24: Cronograma Programa Relaciones Públicas
Autor: Gema Andrea Zambrano Mendoza – 2014

ANÁLISIS F.O.D.A

El análisis F.O.D.A es una herramienta para conocer la situación real en que se encuentra una organización, empresa o proyecto, y planificar una estrategia de futuro.

El análisis que se le realizará a la creación del paquete turístico para las personas de la tercera edad, se examinará de manera global los pros y contras de los aspectos internos (fortalezas y debilidades) y los aspectos externos (amenazas y oportunidades) que existen en el espacio en el que se desarrollará el paquete turístico.

FORTALEZAS:

- Valor del dinero.
- Los turistas jubilados pueden planificar mejor sus viajes, conociendo cuál será el costo de los mismos.
- Simplifica las relaciones entre el hotel y los huéspedes, minimizando la inversión necesaria para gestionar las facturas de los clientes.
- Simplifica los procedimientos de inventario y almacén, dado que todas las comidas están pagadas previamente.
- Elimina el intercambio monetario entre el hotel y los huéspedes.
- Los huéspedes no abandonan el hotel, de manera que el valor añadido de actividades complementarias es capturado por el hotel.
- Los turistas se sienten protegidos en un ambiente bien planificado y organizado.
- Introduce otra categoría de turismo y posiblemente nuevos mercados.
- Añade diversidad al destino.

OPORTUNIDADES:

- Conocer los lugares turísticos del Cantón Chone.
- Mayor flujo del comercio.
- Conocer la gastronomía de cada uno de los lugares visitados.
- Conocer la cultura de cada uno de los lugares visitados.

- Conocer el folklor de cada uno de los lugares visitados.
- Conocer las arqueologías de cada una de las culturas que habitaron en el Cantón Chone.
- Conocer las campiñas del Cantón Chone.
- Conocer los recursos naturales, vegetales y animales en su hábitat.
- Conocer los balnearios de agua dulce que posee el Cantón Chone.

DEBILIDADES:

- Excesiva animación, buffet restaurante.
- Los turistas jubilados pueden planificar mejor sus viajes, conociendo cuál será el costo de los mismos.
- Escasa tendencia a gastar fuera del presupuesto.
- Los centros turísticos de todo incluido pagan comisiones más altas por paquete turístico (mayor incentivo para su venta).
- Elevado gasto/inversión en empleo cualificado.
- Elimina los incentivos económicos para los trabajadores.
- Se pueden limitar las conexiones externas al hotel (por ejemplo, taxis, restaurantes).
- Conduce a costos turísticos cerrados.
- El personal laboral puede ser fácilmente explotado y trabajar demasiado.
- No es tan apropiado para pequeñas Propiedades.
- No permite aprovecharse de otros clientes (de excursiones, cruceros o comidas de empresa), como hacen los hoteles convencionales.

AMENAZAS:

- Desinterés por conocer los lugares turísticos del Cantón Chone.
- Opiniones negativas muy ajenas a las agrupaciones de tour.
- Que el paquete turístico les resulte demasiado costoso.
- Que quieran ir a conocer otros lugares y hasta otro país en lugar de querer conocer los lugares donde viven.

- Que deseen hacer turismo en el Cantón Chone pero sin adquirir un paquete turístico.
- No habría contacto directo con la población local, pues los tours tienen su itinerario de visitas.
- Habría menos ingreso para el personal que trabaja en los restaurant, complejos, etc., pues estos ya no recibirían sus propinas porque los turistas han pagado todo incluido.
- Que los espacios turísticos sean demasiado pequeños.

CAPÍTULO VI

CONCLUSIONES:

1. Algunas personas encuestadas no conocen lo que es un paquete turístico, ni su contenido, por esto a la hora de escoger uno les impide encontrar el que más les convenga, por ello es necesario la creación de un paquete turístico para personas jubiladas de la tercera edad. La ventaja es que pueden escoger de varias opciones y la desventaja es que no tienen mucho contacto con los moradores pues todo va planificado en el paquete.
2. Ciertas personas naturales del Cantón Chone, no conocen todos los lugares turísticos de su propio entorno. Es necesario promocionar los atractivos con que cuenta este Cantón. La ventaja es que existe la posibilidad de una mayor demanda de paquete turístico y la desventaja sería que prefieran hacer turismo en otros lugares fuera de Chone.
3. Chone es un Cantón que posee potencialidad en recursos turísticos dignos de visitar. Haciéndose necesario la creación de un paquete turístico por los encantos naturales que posee. Este potencial favorece el incremento de turismo y desfavorece el desinterés de conocer lo nuestro.
4. Las personas de la tercera edad jubilados del Cantón Chone están ansiosas de conocer los lugares turísticos que aún no conocen;

necesitando de un paquete turístico que los lleve a conocer la naturaleza en su esplendor; transformándose en una ventaja para la creación del paquete turístico, la desventaja sería que no adquieran el paquete y realicen el viaje por sus propios medios una vez que observaron el itinerario.

5. Son pocas las personas que han adquirido paquetes turísticos del Cantón Chone o de otros lugares; existiendo la necesidad de la creación del mismo. La ventaja sería que conociendo de manera precisa lo que oferta un paquete turístico lo adquieran y la desventaja que por falta de recursos no lo obtengan.
6. Existen medios de comunicación que promocionan los lugares turísticos del Cantón Chone; lo que ayuda a que las personas de la tercera edad jubilados se interesen por conocer los lugares que se ofertan. La ventaja es la venta de paquetes turísticos y la desventaja es que realicen el viaje con sus familiares sin adquirir el mismo.
7. Las actividades turísticas que han realizado las personas de la tercera edad jubilados ha sido satisfactoria; lo que incentiva a la creación de un paquete turístico para esta zona. La ventaja es que el paquete tiene todo incluido y la desventaja es que hay que regirse al itinerario planificado en el paquete.
8. Las personas de la tercera edad jubilados del Cantón Chone se mostraron contentas con la oferta turística presentada; lo que anima a elaborar un paquete turístico con todo incluido. La ventaja es que todo está incluido y la desventaja es que no todo paquete te brinda el servicio ofertado.

RECOMENDACIONES:

1. Que se dé a conocer en que consiste un paquete turístico; pues existen personas que aún no conocen sobre este tema.
2. Que se elabore un paquete turístico de Chone para las personas de la tercera edad jubilados; para que puedan visitar aquellos lugares que aún no conocen.

3. Que se promocióne especialmente en los feriados los lugares turísticos del Cantón Chone; con la finalidad de promover los lugares menos visitados informando sobre las bondades que posee.
4. Que se elaboren trípticos conjuntamente con los paquetes turísticos en referencia a los lugares atractivos de Chone; con el objeto de despertar el interés por conocer los lugares ofertados.
5. Que la agencia turística que opera en Chone, elabore una página web con los atractivos turísticos que posee el Cantón; dando a conocer de esta manera los recursos naturales, arqueológicos, gastronómicos, folklóricos y culturales que permitan ser visitados por propios y extraños.
6. Que la agencia turística que opera en Chone, aplique una metodología de marketing para promocionar los lugares turísticos del Cantón; y poder de esta manera ser un potencial turístico de Manabí y por ende del Ecuador.

BIBLIOGRAFÍA:

A Molina Collado, D Martín-Consuegra Navarro... - ... de análisis **turístico**, 2011 - aecit.org

A MUÑOZ - Edición Díaz de Santos. España, 2007 - files.instituto-de-logistica-uruguayo. ...

A Ortiz Delgado, MM García - 2012 - dspace.ups.edu.ec

A Sancho, D Buhalis - 1998 - snap3.uas.mx

Altés, Carmen, El turismo en América Latina y el Caribe y la experiencia del BID, julio 2006.

ÁS Crispín, EP Frejomil - Cuadernos de **Turismo**, 2003 - dialnet.unirioja.es

C Altés - 2006 - publications.iadb.org

D Hiernaux-Nicolas - Aportes y Transferencias, 2002 - nulan.mdp.edu.ar

dirae.es/palabras/multidisciplinario

DR Judd - EURE (Santiago), 2003 - SciELO Chile

es.thefreedictionary.com/improbable

es.wikipedia.org/wiki/Campiñas

es.wikipedia.org/wiki/Coste

es.wikipedia.org/wiki/Destino_turístico

es.wikipedia.org/wiki/Jubilación

es.wikipedia.org/wiki/Léxico

es.wikipedia.org/wiki/Logística

es.wikipedia.org/wiki/Modelo

es.wikipedia.org/wiki/Monopolio

es.wikipedia.org/wiki/Objeto

es.wikipedia.org/wiki/Paquete

es.wikipedia.org/wiki/Tercera_edad

es.wikipedia.org/wiki/Turismo

Estudios Económicos de Desarrollo Internacional. AEEADE. Vol. 2, núm. 1 (2002)

FF Ordoñez Peredes - 2011 - dspace.esPOCH.edu.ec

JCC Costa - ... en el sector **turístico** Innovation and entrepreneurship ..., 2009 - pasosonline.org

JE Bigné, JEB Alcañiz, X Font, XF Aulet, LA Simó... - 2000 - books.google.com

LR Ignarra - 1999 - sidalc.net

M Osorio García - Convergencia, 2010 - scielo.org.mx

MÁ Acerenza, CBM Van Riel, JM Rroseberg... - 1984 - wwwisis.ufg.edu.sv

MV Calvi - Cultura e intercultura en la enseñanza del, 2000 - economiaturismoassisi.it

P Carrera - Gest. tur.(Valdivia), 2010 - mingaonline.uach.cl

Patricia Cupeiro López, Turismo y Desarrollo Económico: IV Jornadas de Investigación en Turismo/coord., por José Luis Jiménez Caballero, Pinar de Fuentes Ruiz, 2011, ISBN 978-84-694-5099-4, págs.. 609-623, Recoge los contenidos presentados a: Universidad de Sevilla. Facultad de Turismo y Finanzas. Jornadas de Investigación en Turismo (4. 2011. Sevilla).

R Gardella, E Aguayo - Estudios Económicos de Desarrollo Internacional, 2002 - usc.es

R Gardella, E Aguayo - Estudios Económicos de Desarrollo Internacional, 2002 - usc.es

S GUPTA, R MCINTOSH - 1983 - dspace.ucbscz.edu.bo

U análisis empírico de ... - ... perspectivas en **turismo**, 2009 -
estudiosenturismo.com.ar

www.boletin-turistico.com/.../Diccionario.../PAQUETE-TURÍSTICO-864...

www.matrizfoda.com/

www.wordreference.com/definicion/planteo

ANEXOS

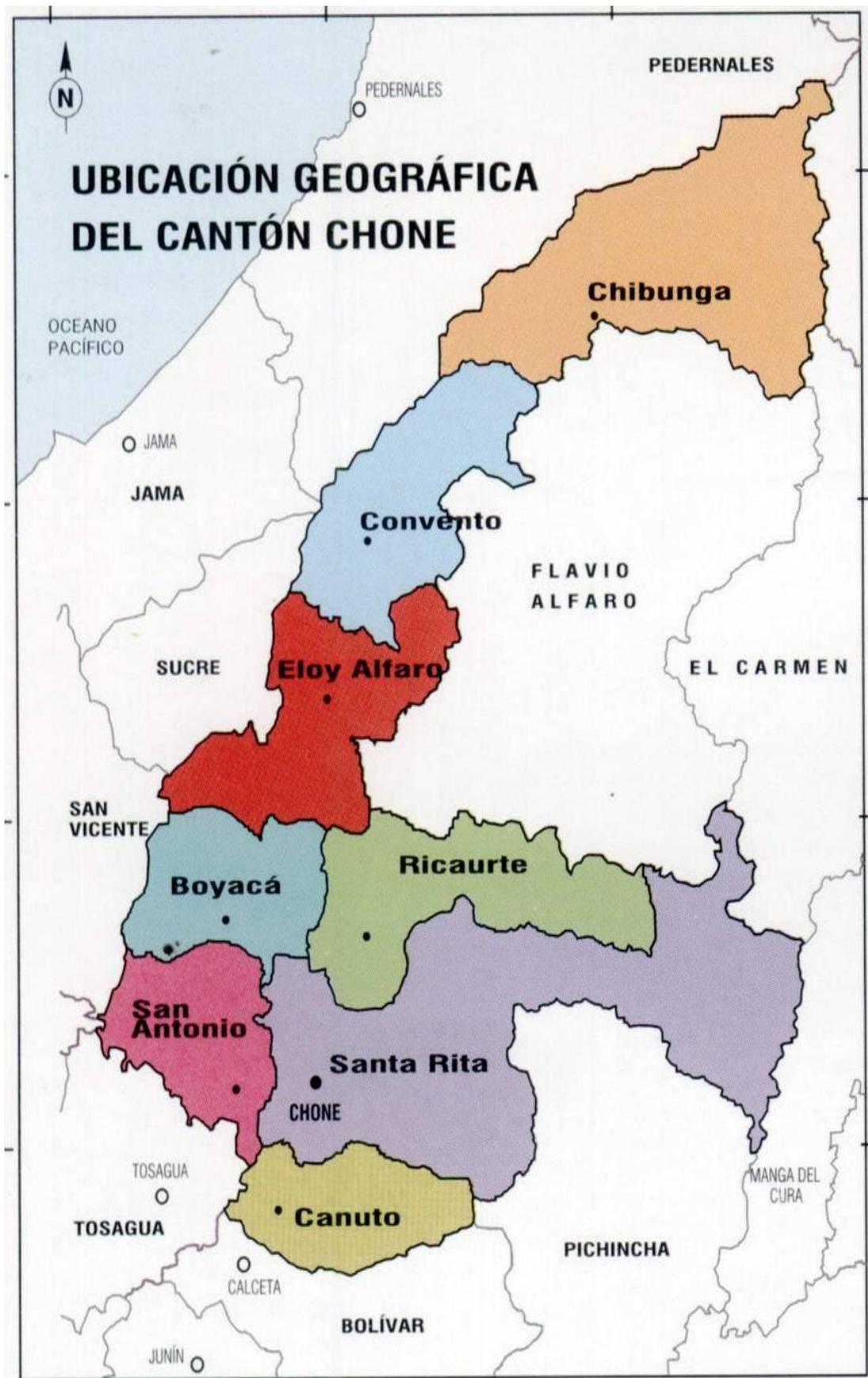
ANEXO 1: MAPA POLÍTICO DEL CANTÓN CHONE



ANEXO 2: MAPA TURÍSTICO DEL CANTÓN CHONE



ANEXO 3: MAPA GEOGRÁFICO DEL CANTÓN CHONE



ANEXO 4: ENCUESTA APLICADA A LAS PERSONAS DE LA TERCERA EDAD JUBILADOS DEL CANTÓN CHONE



UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y HOTELERAS

INTRODUCCIÓN: La presente encuesta tiene preguntas de SI o NO, de SELECCIÓN MÚLTIPLE, de RESPUESTAS BREVES; mismas que debe responder con toda honestidad.

OBJETO: Las tendencias turísticas del Segmento de la Tercera edad Jubilados del Cantón Chone.

DATOS GENERALES:

Género: F () M ()

Edad: _____

Ciudad de origen: _____

Pensión mensual:

\$300 – 600 ()

\$601 – 800 ()

\$801 - 1000 ()

CUESTIONARIO:

1.- ¿Considera usted que el Cantón Chone posee potencialidad en recursos turísticos tanto naturales como culturales, folklórico, gastronómico?

Si ()

No ()

2.- ¿Le gustaría conocer todos los lugares turísticos del Cantón Chone?

Si ()

No ()

3. ¿Conoce usted el significado de un paquete turístico?

Si ()

No ()

4. ¿Ha adquirido usted algún paquete turístico del Cantón Chone?

Si ()

No ()

5. Si su respuesta anterior es afirmativa ¿Qué destinos turísticos visitó y cuáles fueron las actividades desarrolladas?

.....
.....

6. ¿Cuáles fueron los medios de difusión que influyeron en usted al momento de escoger dicho destino y ejecutar la compra?

Folletos ()

Televisión ()

Internet ()

Radio ()

Agencias de viajes ()

Otros ()

¿Cuáles?.....

7. ¿Cree usted que contó con la información necesaria por parte de los medios de difusión para la elección del destino que escogió?

Si ()

No ()

8. ¿Cuál fue el nivel de satisfacción que obtuvo al concluir la actividad?

Excelente ()

Muy Bueno ()

Bueno ()

Regular ()

Malo ()

Pésimo ()

9. ¿Considera apropiada la difusión de la oferta turística enfocada al segmento de tercera edad jubilados en la Ciudad de Chone?

Si ()

No ()

10. ¿Qué caracteres considera usted antes de realizar la compra de un paquete turístico? (prioridad)

Atractivos turísticos ()

Duración del tour ()

Transporte ()

Alimentación ()

Alojamiento ()

Servicios incluidos ()

Precio ()
Otros ()

¿Cuáles?.....

11. Escoja 4 atractivos turísticos de Chone que considere usted aptos para desarrollar actividades de carácter turístico en la ciudad, los mismos que serán parte del proyecto paquete turístico destinado a las personas de la tercera edad.

Humedal la Segua ()
La Comuna de Convento ()
Piedra y Cueva la Dibujada ()
Cantiles el Jobo ()
Café Color Tierra ()
San Ignacio ()
Estuario del Rio Chone ()
Cascada de Palalanche ()

12. ¿Si considera usted conveniente la creación de paquetes turísticos dirigidos a los adultos mayores jubilados de Chone, cuánto estaría dispuesto a costear por un paquete turístico de 2 días 1 noche sistema todo incluido?

\$50 – 100 ()
\$101 – 200 ()
\$201 – 300 ()

Otros.....

13. De las siguientes actividades enumere del 1 al 10 (prioridad) de acuerdo a sus gustos cuál le motiva más para que sea parte de las actividades a desarrollar en el itinerario del paquete turístico.

Jugar dominó ()
Cabalgar ()
Jugar a las cartas ()
Paseos en bote ()
Visitas a museos ()
Presenciar eventos deportivos ()
Pesca deportiva ()
Observación de especies exóticas ()
Visitas a balnearios de agua dulce ()
Caminatas en los bosques ()

Gracias por su contribución

