



**UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
CARRERA EN GESTION Y DESARROLLO TURÍSTICO**

TEMA

**ANALIZAR LA OFERTA TURÍSTICA Y SU INCIDENCIA EN EL CICLO
DE VIDA DEL PRODUCTO, DE LA HOSTERIA SAMAI, COMUNA SAN
JOSE, PROVINCIA DE SANTA ELENA, AÑO 2016**

**TRABAJO DE TITULACION EN OPCION AL TITULO DE
INGENIERO EN GESTION Y DESARROLLO TURISTICO**

AUTOR

Jefferson Juan Tigreiro Del Pezo

LA LIBERTAD – ECUADOR

AÑO

2020



TEMA

“ANALIZAR LA OFERTA TURÍSTICA Y SU INCIDENCIA EN EL CICLO DE VIDA DEL PRODUCTO, DE LA HOSTERIA SAMAI, COMUNA SAN JOSE, PROVINCIA DE SANTA ELENA,”

AUTOR:

Sr. Jefferson Juan Tigreiro Del Pezo

TUTOR:

Ing. Jessica S. Linzán Rodríguez, MSc.

RESUMEN

La hostería Samai de la comuna San José es un establecimiento de alojamiento que cuenta con servicios de alimentación, recreación y esparcimiento el mismo que por su ubicación ha presentado problemas relacionados con la disminución de la demanda por tal motivo que el siguiente trabajo de investigación se fundamenta en el análisis de la oferta turística que posee y la influencia que tiene en el ciclo de vida del producto donde mediante el respaldo de la revisión teórica y el análisis realizado se obtuvo información veraz y efectiva para determinar los problemas que posee, no se conoce en qué etapa del ciclo de vida del producto se encuentra. El estudio está basado en una investigación de tipo descriptivo correlacional aplicando los métodos inductivo, deductivo, analítico, cuantitativo y cualitativo que facilita la comprobación de la hipótesis, variables independiente y dependiente basados en el problema planteado, se conoció las distintas características del servicio que demandan los turistas y la situación actual de la empresa mediante las entrevistas realizadas a los empleados y las encuestas dirigidas a los turistas y visitantes. En conclusión, la Hostería Samai tiene debilidades en cuanto a los recursos turísticos que posee que si se logra transformar en fortalezas generara mayor actividad económica en el sector. Como resultado del proceso de investigación se pudo determinar que la Hostería Samai al momento se encuentra en la etapa de madurez esto se debe al crecimiento de la afluencia turística, en conclusión, no se puede cubrir la demanda, cada vez se vuelve más exigente al momento de adquirir el servicio haciéndose necesario la implementación de estrategias de innovación de la oferta.

Palabras clave: Analizar, oferta y demanda turística, Incidencia, ciclo de vida y producto.



**"ANALYZE THE TOURIST OFFER AND ITS IMPACT ON THE
PRODUCT LIFE CYCLE, OF THE SAMAI HOSTERIA, SAN JOSE
COMMUNITY, SANTA ELENA PROVINCE,"**

AUTHOR:

Mr. Jefferson Juan Tigreiro Del Pezo

TUTOR:

Ing. Jessica S. Linzán Rodríguez, MSc.

ABSTRACT


The Samai inn in the San José commune is an accommodation establishment that has food, recreation and leisure services, which due to its location has presented problems related to the decrease in demand for this reason that the following research work is based in the analysis of the tourist offer that it has and the influence it has on the life cycle of the product where, through the support of the theoretical review and the analysis carried out, truthful and effective information was obtained to determine the problems it has, it is not known in what stage of the product life cycle it is in. The study is based on a descriptive correlational research applying inductive, deductive, analytical, quantitative and qualitative methods that facilitates the verification of the hypothesis, independent and dependent variables based on the problem posed, the different characteristics of the service that they demand were known tourists and the current situation of the company through interviews with employees and surveys directed at tourists and visitors. In conclusion, the Hostería Samai has weaknesses in terms of the tourist resources that it possesses, which if it can be transformed into strengths will generate greater economic activity in the sector. As a result of the research process, it was determined that Hostería Samai is currently in the maturity stage, this is due to the growth of the tourist influx, in conclusion, the demand cannot be met, it becomes more and more demanding at the moment of acquiring the service making it necessary to implement innovation strategies of the offer.

Keywords: Analyze, tourism supply and demand, Incidence, life cycle and product.

APROBACIÓN DE LA TUTORA

En mi calidad de Profesor Guía del trabajo de titulación “**ANALIZAR LA OFERTA TURÍSTICA Y SU INCIDENCIA EN EL CICLO DE VIDA DEL PRODUCTO, DE LA HOSTERIA SAMAI, COMUNA SAN JOSE, PROVINCIA DE SANTA ELENA,**” elaborado por el Sr. Jefferson Juan Tigreiro Del Pezo, egresado de la Carrera de Ingeniería en Gestión y Desarrollo Turístico, Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Península de Santa Elena, previo a la obtención del Título de Ingeniero en Gestión y Desarrollo Turístico, me permito declarar que luego de haber dirigido científicamente y técnicamente su desarrollo y estructura final del trabajo, éste cumple y se ajusta a los estándares académicos y científico, razón por lo cual la apruebo en todas sus partes

Atentamente



Ing. Jessica Soraya Linzán Rodríguez, MSc.
PROFESOR GUÍA


DECLARATORIA DE RESPONSABILIDAD

El presente Trabajo de Título “**ANALIZAR LA OFERTA TURÍSTICA Y SU INCIDENCIA EN EL CICLO DE VIDA DEL PRODUCTO, DE LA HOSTERIA SAMAI, COMUNA SAN JOSE, PROVINCIA DE SANTA ELENA,**” elaborado por el Sr. **Jefferson Juan Tigreiro Del Pezo**, declara que la concepción, análisis y resultados son originales y aportan a la actividad científica educativa empresarial y administrativa.

Transferencia de derechos autorales.

Declaro que, una vez aprobado el tema de investigación otorgado por la facultad de **Ciencias Administrativas** carrera de **Ingeniería en Gestión y Desarrollo Turístico** pasan a tener derechos autorales correspondiente, que se transforman en propiedad exclusiva de la **Universidad Estatal Península de Santa Elena** y su reproducción, total o parcial en su versión original o en otro idioma será prohibida en cualquier instancia.

Atentamente



Sr. Jefferson Juan Tigreiro Del Pezo
C.I. # 092856327-9

DEDICATORIA

El presente proyecto lo dedico en primer lugar a Dios por haberme permitido realizar la investigación y poder alcanzar las metas que me propuse.

A mi familia por haberme apoyado siempre, por inculcarme buenos valores y a enseñarme a perseguir mis metas y no decaer.

Por el apoyo y confianza que depositaron en mí y agradecido por ayudarme a tener un futuro mejor

Jefferson Juan Tigreiro del Pezo

AGRADECIMIENTO

A Dios por haberme guiado en este largo trayecto para formarme como profesional, así como también a mis padres, esposa e hijos que estuvieron siempre cuando los necesitaba, a los docentes por los conocimientos impartidos en los años que fueron el proceso de esta carrera.

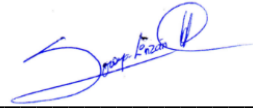
Así mismo a la tutora por haber tenido la oportunidad de compartir sus conocimientos y la paciencia de guiarme durante el desarrollo de esta investigación.

Jefferson Juan Tigrero del Pezo

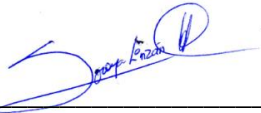
TRIBUNAL DE GRADO



**Ing. Mercedes Freire Rendón, MSc.
DECANA (e) DE LA FACULTAD
DE CIENCIAS
ADMINISTRATIVAS**



**Ing. Jessica Linzán Rodríguez, MSc.
DIRECTORA (e) DE LA
CARRERA DE GESTIÓN Y
DESARROLLO TURÍSTICO**



**Ing. Jessica Linzán R., MSc.
DOCENTE TUTOR**



**Lcda. Maritza Pérez Chiquito, MSc.
DOCENTE ESPECIALISTA**



**Ab. Víctor Manuel Coronel Ortiz, MSc.
SECRETARIO GENERAL (E)**

ÍNDICE GENERAL

PORTADA	i
RESUMEN	ii
DECLARATORIA DE RESPONSABILIDAD	v
DEDICATORIA	VI
AGRADECIMIENTO	VII
TRIBUNAL DE GRADO	VIII
ÍNDICE GENERAL	ix
ÍNDICE DE TABLAS	xii
ÍNDICE DE GRÁFICOS	xiii
ÍNDICE DE ANEXOS	xiv
INTRODUCCIÓN	1
Planteamiento del problema	3
Formulación del problema	5
Objetivos	5
Objetivo general	5
Objetivos específicos	5
Justificación	5
Hipótesis	6
CAPÍTULO I	7
MARCO TEÓRICO	7
1.1. Revisión literaria	7
1.2. Desarrollo de teorías y conceptos	9
1.2.1. Variable independiente.....	9
1.2.1.1. Oferta turística.....	9

1.2.1.1.	La oferta de alojamiento	10
1.2.1.2.	Oferta de alimentación	11
1.2.1.3.	Actividades complementarias	12
1.2.1.4.	Productos turísticos	12
1.2.1.5.	Equipamiento Turístico.	13
1.2.1.6.	Atractivos turísticos.....	13
1.2.1.8.	Facilidades turísticas	14
1.2.2.	Variable dependiente	15
1.2.2.1.	Etapas del ciclo de vida del producto	15
1.2.2.2.3	Marketing mix en los servicios	15
1.2.2.3.	Marketing de servicios	16
1.2.2.4.	Estrategias de venta del producto	16
1.3.	Fundamentación psicológica	18
1.4.	Fundamentos legales	18
1.5.	Antecedentes de la Hostería Samai.....	19
CAPÍTULO II		20
MATERIALES Y MÉTODOS.....		20
2.1. Tipos de investigación		20
2.2. Métodos de la investigación		20
2.2.1. Por su forma de cognición		20
2.2.1.1. Método analítico		20
2.2.1.2. Método deductivo		21
2.2.1.3. Método inductivo.....		21
2.2.2. Por su forma de abordar la realidad.....		22
2.2.2.1. Método cualitativo		22
2.2.2.2. Método cuantitativo		22
2.3. Diseño de muestreo		23
2.4. Diseño de recolección de datos		23

CAPÍTULO III.....	25
RESULTADO Y DISCUSIÓN	25
3.1. Análisis de datos	25
3.1.1. Análisis de resultados de la encuesta realizada a los turistas.....	25
3.1.2. Análisis de las entrevistas realizadas a los empleados de la hostería samai	37
3.2. Limitaciones.....	39
3.2.1. Comprobación de la hipótesis.....	39
3.2.2. Descripción de la hipótesis.....	39
3.2.3. Procedimiento del cálculo de la hipótesis	40
3.3. Resultados.....	41
Conclusiones.....	42
Recomendaciones	43
Bibliografía.....	44
Bibliografía.....	44
1.5.1. Constitución de la República del Ecuador	55
1.5.2. Ley de Turismo (2014).....	55
Presupuesto.....	58
Cronograma	59

ÍNDICE DE TABLAS

TABLA N.º 1 EDAD	25
TABLA N.º 2 GÉNERO	26
TABLA N.º 3 OPORTUNIDAD DE RECORRER LA RUTA DEL SPONDYLUS	27
TABLA N.º 4 VISITANTES DE LA COMUNA SAN JOSÉ.....	28
TABLA N.º 5 CONOCIMIENTO DE LA EXISTENCIA DE LA HOSTERÍA SAMAI.....	29
TABLA N.º 6 LE GUSTARIA VISITAR LA HOSTERIA SAMAI	30
TABLA N.º 7 ADQUIRIR UN SERVICIO.....	31
TABLA N.º 8 SERVICIOS EXISTENTES	32
TABLA N.º 9 EXPECTATIVA DE LOS TURISTAS.....	33
TABLA N.º 10 CICLO DE VIDA DE UN PRODUCTO	34
TABLA N.º 11 MEDIOS DE COMUNICACIÓN EN QUE SE ENTERO DE LA EXISTENCIA DE LA HOSTERIA.....	35
TABLA N.º 12 VISITA A COMUNA SAN JOSE NIVEL DE ACEPTACION TURISTICA.....	36
TABLA N.º 11 PUEBA DEL CHI - CUADRADO.....	40
TABLA N.º 12 MEDIDAS SIMÉTRICAS	40
TABLA N.º 13 OPERACIONALIZACION DE VARIABLES	46
TABLA N.º 14 MATRIZ DE CONSISTENCIA.....	48

ÍNDICE DE GRÁFICOS

GRÁFICO N° 1 EDAD	25
GRÁFICO N° 2 GÉNERO	26
GRÁFICO N° 3 ADQUIRIR UN SERVICIO	31
GRÁFICO N° 4 SERVICIOS EXISTENTES	32
GRÁFICO N° 5 VISITA A LA HOSTERÍA	29
GRÁFICO N° 6 EXPECTATIVAS DEL TURISTA	33
GRÁFICO N° 7 EQUIPAMIENTO TURÍSTICO	34
GRÁFICO N° 8 SERVICIO	35
GRÁFICO N° 9 ECONOMÍA DE LA COMUNA	¡Error! Marcador no definido.
GRÁFICO N° 10 NIVEL DE SATISFACCIÓN	36

ÍNDICE DE ANEXOS

ANEXOS N° 1 OPERACIONALIZACION DE VARIABLES	46
ANEXOS N° 2 MATRIZ DE CONSISTENCIA	48
ANEXOS N° 3 ENCUESTAS	49
ANEXOS N° 4 ENTREVISTAS.....	51
ANEXOS N° 5 ASPECTOS LEGALES Y ARTÍCULOS	53

INTRODUCCIÓN

El desarrollo del turismo en el año 2016 con las llegadas de turistas internacionales aumentó un 5% entre enero y abril según el último Barómetro OMT del Turismo Mundial. Los resultados fueron buenos en casi todas las subregiones y muchos destinos registraron tasas de crecimiento de dos dígitos. Las perspectivas para mayo y agosto son también positivas, previéndose que en este periodo vacacional que representa la temporada alta para el hemisferio Norte, alrededor de 500 millones de turistas viajarán al extranjero. Los destinos de todo el mundo recibieron 348 millones de turistas internacionales (visitantes que pernoctan) entre enero y abril de 2016, es decir, unos 18 millones más que en el mismo periodo del pasado año (5,3%). Este crecimiento se suma a un aumento del 4,6% en 2015, y podría hacer de 2016 el séptimo año consecutivo de crecimiento superior a la media, dándose así la circunstancia de que desde 2009, el año de la crisis, las llegadas de turistas internacionales han aumentado un 4% o más cada año, afirmó el (World Tourism Organization, 2016).

El crecimiento del turismo se basa en sus precios competitivos, muchos viajeros buscan alternativas de alojamiento y transporte, que se adapten mejor a sus necesidades y gustos personales. En el alojamiento, muchos turistas también están interesados en una opción más personal y auténtica, que la que puede ofrecer un hotel o apartamento vacacional. (Garcia Lopez, 2016)

El desarrollo y evolución turística en el Ecuador han contribuido en la mayoría de los casos, a convertirse en destinos que se encuentran en una fase previa al declive,

por lo que en muchas de estas situaciones, se han intentado definir distintas fórmulas para reinvertir esta situación y adaptarse de esta forma a los nuevos escenarios turísticos, se reconocen infinidad de factores que influyen en el ciclo de vida de los destinos turísticos, desempeña los alojamientos turístico según (Ministerio de Turismo, 2015)

En la Provincia de Santa Elena, Comuna San José posee un gran atractivo turístico el cual contribuye a las empresas dedicadas a este sector, principalmente a la Hostería Samai que cuenta con muchos recursos que pueden ser fomentar a futuro, pero tiene muchas falencias en cuanto a la comunicación de sus servicios.

En la comuna San José la afluencia masiva de turistas ha contribuido en gran medida al crecimiento de la economía local. Se encontraron particularidades en la aplicación del modelo de ciclo de vida, obteniéndose interesantes resultados en la utilización de variables de índole general, sin embargo, en el estudio de cada una de estas es posible observar la oferta de hospedaje hotelera se encontró que el destino está en una etapa de crecimiento acelerado, ya que la construcción de establecimientos de hospedaje ha disminuido, no ha cesado, presentándose un incremento en la demanda tal como lo señala la ley del mercado, sin embargo, cuando la oferta se distorsiona por la aparición de establecimientos, Samai se encuentra un destino maduro, en su doble concepción, ha cumplido un ciclo del que tradicionalmente tienen los destinos turísticos, y el segundo, derivado del cambio que se ha dado en las preferencias del turismo en el mundo.

La Hostería SAMAI se analiza distintas fases del ciclo de vida como son: descubrimiento, despegue inicial, desarrollo del producto, consolidación, estancamiento y declive dependiendo de los datos estadísticos así mismo del impacto que se logra en el visitante.

El presente trabajo de investigación está dividido en tres capítulos

Capítulo I: En esta parte de la investigación se encuentra detallado el marco teórico de la investigación donde se respalda las variables que se determinaron y el amplio conocimiento que se tiene de ellas mediante los conceptos de los profesionales en el tema

Capitulo II: Se desarrolla la metodología de la investigación, se explica las técnicas que se utilizaron para el estudio, así mismo se elabora el diseño de las herramientas aplicadas a la muestra que se determinó para la investigación, con métodos cualitativos y cuantitativos, con los cuales se conoció las necesidades de los turistas.

Capitulo III: En esta sección se realiza el análisis e interpretación de los datos obtenidos en las encuestas y entrevista realizadas a los turistas y empleados, las mismas que fueron realizadas en forma de gráficos y tablas con el análisis y sus respectivas conclusiones que permitió hacer más fácil la toma de decisiones.

Planteamiento del problema

Podemos mencionar que en los últimos años de estudio en los países en desarrollo se ha evidenciado la escasa demanda hotelera en cuanto a dar un servicio de 5 estrellas, dado que en la actualidad solo se ofertan hoteles con la categoría de 4

estrellas, también muchos de los establecimientos ofertan la modalidad de sistema “todo incluido”. En la actualidad el Ecuador es un país subdesarrollado donde se han dado cambios en cuanto al ámbito social, pero se ha mantenido la esencia adaptándose a la era moderna, como también en la demanda de productos y servicios donde exigen cada vez más productos complementarios junto con la calidad del servicio.

Los establecimientos de alojamiento en la provincia de Santa Elena especialmente los que ofertan servicios complementarios como las hosterías tienen como característica principal su ubicación las mismas que son alejadas de los centros poblados se diferencian por sus instalaciones de acuerdo a las condiciones geográficas y facilidades que oferten, considerándose como fortalezas por sus paisajes únicos, pero también en otros casos se pueden considerar como su debilidad por las condiciones de ubicación las mismas que pueden ocasionar problemas para su fácil ingreso o de fácil localización.

Una de las debilidades principales de la Hostería SAMAI es la ausencia de la oferta de los servicios que presta, el desconocimiento de la realización de los análisis del comportamiento de la demanda siendo muy necesarios cuando se trata de un servicio turístico, como también conocer la capacidad de carga de estos establecimientos. Existen otros aspectos que son necesarios a la hora de enfrentar la demanda turística como son la organización y el marketing de estos atractivos, la información que se le entrega al turista para que acuda y escoja nuestros servicios.

Formulación del problema

¿Cómo incide la oferta turística en el ciclo de vida del producto, de la hostería SAMAI, Comuna San José, provincia de Santa Elena, ¿año 2016?

Objetivos

Objetivo general

Analizar la oferta turística en el ciclo de vida del producto, de la hostería SAMAI, comuna San José, provincia de Santa Elena

Objetivos específicos

- Analizar la oferta turística en el ciclo de vida del producto, de la hostería SAMAI, comuna San José, provincia de Santa Elena
- Determinar las estrategias de marketing que permiten estimular a los huéspedes al decidir pernoctar en el establecimiento.
- Determinar los resultados alcanzados durante el periodo de funcionamiento del establecimiento y sus niveles de crecimiento.

Justificación

La innovación en la hostería SAMAI se la debe realizar con el fin de diversificación de la oferta local y del establecimiento aprovechando los recursos y el entorno en el que se asienta mejorando sus servicios, ofreciendo nuevas formas de distracción y cuidando el entorno. De esta forma se podrá utilizar los recursos naturales y materiales del entorno ya sea en las diferentes implementaciones en las áreas a innovar.

Los resultados del proyecto de investigación que se propone no solo beneficiaran al establecimiento, sino que también se visualizara a nivel comunitario como un nuevo espacio a visitar en la comuna San José.

En cuanto a la metodología planteada por la autora (Lima, Sonia, 2012) hace referencia a todas aquellas actividades que desarrolla la empresa para dar a conocer, recordar o informar sobre el producto al mercado objetivo con el fin de estimular la compra y el uso del mismo, servirá para expandirse a un mercado específico ya sean con nuevos o productos existentes,

Por otra parte, depende de la forma de como sea la percibida la entrega del producto permitiendo que se logre la fidelización del cliente así mismo darle un incentivo de compra que permita acaparar nuevos segmentos o nuevos clientes.

Los emprendimientos privados generalmente aportan en el desarrollo Turismo local en el lugar donde se asientan, este es el caso de la comunidad de San José pues se ha desarrollado de manera empírica, con el impulso de comunidades cercanas que hasta el momento tienen un marcado desarrollo y el reconocimiento de sus productos turísticos; esto es lo que busca la hostería Samai germinar en el cuidado ambiental.

Hipótesis

La Oferta turística incide en el ciclo de vida del producto, de la hostería SAMAI, Comuna San José, provincia de Santa Elena.

CAPÍTULO I

MARCO TEÓRICO

1.1. Revisión literaria

Según la tesis denominada **“El ciclo de vida del destino turístico”** constituye uno de los temas de mayor importancia en el estudio de la competitividad turística, ya que muestra la evolución del destino en el tiempo, siendo un instrumento de análisis que permite conocer la evolución a través de las llegadas turísticas periodificadas. En dicho estudio se identifican diferentes etapas que requieren acciones de planificación y gestión diferentes; por lo tanto, es necesario identificar la etapa en la que se encuentra un destino turístico para llevar a cabo una estrategia competitiva más específica y detallada que ayude al desarrollo del destino, y a su posicionamiento en el mercado internacional. Basándonos en el ciclo de vida de Butler, las fases que atraviesa un destino son: exploración, implicación, desarrollo, consolidación, estancamiento y madurez derivada al declive o rejuvenecimiento, durante la fase de exploración, los atractivos diseñados específicamente como oferta a los turistas no existen y la mayor parte de los visitantes al destino son del tipo ocasional o explorador. (Valiente-, 2015)

En el presente artículo científico tiene como tema **“Impacto en el turismo y su incidencia en el ciclo de vida de Butler”**, el análisis a realizar consistirá, en primer lugar, en conocer la evolución como destino turístico de la isla de Lanzarote basándonos en la teoría del ciclo de vida de un destino de BUTLER y por otro lado el análisis de los impactos del turismo sobre el destino, la evolución conviene analizarla desde la óptica de los incrementos porcentuales de afluencia turística, si observamos el gráfico siguiente también acertamos a entrever que algo ocurre a partir

de 1999, donde el máximo incremento es de un 4,2% en 2003, mientras en casi todos los años anteriores se producían variaciones al alza superiores al 10%. Sin embargo, en la gráfica vemos variaciones positivas en casi todos los años, en realidad se ha producido una desaceleración de la afluencia turística (Calero Pedro, 2015)

En la presente tesis tiene como tema “**Análisis de la demanda hotelera en el cantón Alausí de la provincia de Chimborazo**” se realizó un análisis sobre la demanda hotelera en el cantón Alausí Provincia de Chimborazo, como elemento decisor para la construcción de una Hostería Ecológica. En el Objetivo General es evaluar la demanda a nivel interno de la oferta hotelera en los principales destinos turísticos del cantón, donde se realizó las encuestas a 70 turistas entre nacionales y extranjeros y a los gerentes de los siete Hoteles, se manifestó el déficit de infraestructura hotelera, en las entrevistas a los gerentes manifestaron que les falta de apoyo del Gobierno y promoción turística, ya que solo se enfocan en lo que es el ferrocarril y no en los demás puntos turísticos con los que cuenta Alausí, entre los objetivos específicos está el primer objetivo que es Identificar las ofertas turísticas hoteleras existentes en los principales destinos turísticos del cantón Alausí, según (Ingrid Andrade, 2014)

El primer trabajo pertenece a (Lima, Sonia, 2014) refiere a el objetivo fundamental de las empresas turísticas debe favorecer a la satisfacción del turista, avalando una rentabilidad a corto y largo plazo. Dependiendo de múltiples factores, algunos no son controlables para la perspectiva de la empresa.

Además, concluye (Dalia, 2010) que la finalidad de la investigación es satisfacer la demanda del mercado turístico como es: clima, playa, práctica de deportes, paseos. La cual depende de dos factores como los recursos turísticos los cuales se refiere al

clima, riquezas, paisajes, etc. Como también la oferta turística en sentido estricto de la palabra donde esta suele ser la más importante.

También (Bastos, 2010), se refiere al análisis del comportamiento de la demanda del sector turístico y la capacidad de acaparamiento de los centros turísticos el cual tiene una relación positiva en el incremento de los visitantes y desarrollo del turismo en la zona.

Los recursos turísticos que posee el sector contribuyen al desarrollo de la económica de los países sin embargo la falta de información que obtienen los turistas de la Hostelería hacen que no accedan a los servicios que ofrecen y por ende no puedan desarrollarse en este mercado.

Por último (Echeverri, 2009) indica el impacto del turismo donde se valoran los aspectos del marketing, la organización y los aspectos de los servicios turísticos, iniciando la venta de una manera pausada para luego con el tiempo experimentar un crecimiento rápido llevado con estabilidad para luego llegar a una declinación del producto. La disminución de los visitantes decrecerá dependiendo de la capacidad de carga.

1.2. Desarrollo de teorías y conceptos

1.2.1. Variable independiente

1.2.1.1. Oferta turística

El autor define “La oferta turística se puede definir como el conjunto de productos turísticos y servicios puestos a disposición del visitante en un destino determinado para su disfrute y consumo. En un destino turístico, la oferta puesta a disposición de

la demanda constituye algo más que la simple suma de los productos turísticos.”
(Martín, 2011)

La Oferta Turística se define como conjunto de productos turísticos que ofrece ciertos sectores para el disfrute y descanso de los turistas, cuando se refiere a la Hostería Samai la oferta turística se refiere a los servicios que ofrece en la Comuna San José, depende de estos la demanda que pueda surgir, debido a esto la investigación ayudara al análisis para conocer en qué punto del ciclo de vida del producto se encuentra.

1.2.1.1. La oferta de alojamiento

El Autor afirma que “Los productos del turismo en áreas rurales/naturales necesitan un entorno de calidad no solo los equipamientos, infraestructura y servicios deben adaptarse a las expectativas del segmento objetivo, sino también los recursos y por supuesto, el medio ambiente.” (Bernier, 2010)

También define el siguiente autor: “Es el sistema más tradicional y procede el resto de las tipologías existentes, las personas al pasar más de veinticuatro horas fuera de sus residencias requieren un alojamiento donde descansar, aunque esta forma de alojamiento más emblemática y que más renta y empleo genera en los destinos turísticos.” (Bernier, 2010)

Los autores definen que la oferta de alojamiento en las empresas de servicios es primordial en el sector turístico ya que esto incrementa las ventas, y permite la creación de los servicios complementarios a los turistas para que la estancia sea más placentera y acorde a sus necesidades.

La oferta de alojamiento debe cumplir con las expectativas de los turistas, en la Hostería Samai existe esta oferta, pero tiene unas falencias en cuanto a la infraestructura y la capacidad de alojamiento de los turistas en temporadas altas.

1.2.1.2. Oferta de alimentación

El Servicio de Alimentación puede definirse como “la organización, que tiene como finalidad elaborar y/o distribuir alimentación científicamente planificada de acuerdo a recomendaciones nutricionales nacionales e internacionales, a través de platos preparados u otras preparaciones culinarias, de acuerdo a estándares técnicos y sanitarios; destinado a pacientes hospitalizados, pacientes ambulatorios, usuarios sanos o clientes en general”. (Sanhuesa, 2011)

Los **servicios** de alimentación son instalaciones donde preparan y sirven **alimentos** para el consumo humano. Los mismos son de carácter social (cantinas escolares, comedores escolares, universitarios, laborales, otros) o comercial (restaurantes, bufet y **servicios de comida rápida**).

La oferta alimentaria que ofrecen los servicios de restauración forma parte esencial de la actividad turística. La consideración del turismo como la mayor industria a nivel mundial precisa de un marco jurídico adecuado a los intereses en juego y eficaz contra los efectos negativos que la actividad puede producir en su entorno. Las normas generales que regulan las actividades turísticas incluyen las referentes a la prestación de servicios de restauración junto con las que tienen por objeto el alojamiento, los servicios de entretenimiento y ocio, la mediación entre la oferta y la demanda, y los servicios relativos a la información y asesoramiento de todo aquello relacionado con el turismo.

1.2.1.3. Actividades complementarias

El autor define que “Las actividades complementarias son aquellas que el turista realiza durante las vacaciones para su entretenimiento de una forma aislada, pero contribuyen que sea motivo de elección del destino a pesar de todo, lo que para el turista puede ser muchas veces la única razón para escoger un destino.” (Bernier, 2010)

Las Actividades complementarias definidas por el autor son las actividades que crean la sensación al turista de confort y comodidad, sentirse relajado con el ambiente en el que se encuentra, esto contribuye al momento de la elección del lugar al momento de escoger. En la Hostería Samai existen actividades complementarias que ofrecen a los visitantes de la Comuna San José, pero necesitan estar acordes con el ambiente que se ofrece.

1.2.1.4. Productos turísticos

El autor define “Conjunto de componentes capaces de satisfacer las motivaciones y expectativas de un segmento del mercado determinado.” (Martín, 2011)

“El producto turístico debe ser tangible, es fundamental que las estrategias de marketing que aplicaremos darán acciones que permitan relacionar el servicio de la empresa con una serie de acciones, sensaciones o imágenes con la empresa.” (Vertices, 2011)

El producto turístico es un componente que ayuda a la satisfacción de los turistas, en un mercado específico, en la Hostería Samai se analizó el producto que ofrece ya que posee deficiencias en el servicio y por lo tanto no podrá atraer más turistas.

Así mismo al producto de la Hostería Samai se podrá implantar estrategias de marketing para que el turista pueda relacionarse con la imagen de la empresa.

1.2.1.5. Equipamiento Turístico.

El Equipamiento. Es el eje de funcionamiento de la actividad turística moderna. Está constituida por empresas o instalaciones que producen un conjunto de servicios de primera necesidad para el turista, vale decir, establecimientos de alimentación, hospedaje, agencias de viajes y empresas de transporte. (Portillo, 2015)

Considerando dentro del establecimiento cuenta con diferentes alternativas que son la complemento a la motivación principal del viaje.

1.2.1.6. Atractivos turísticos

Son todos los recursos turísticos que cuentan con las condiciones necesarias para ser visitados y disfrutados por el turista, es decir, que cuentan con planta turística, medios de transporte, servicios complementarios e infraestructura básica.

La literatura turística generalmente equipara las categorías de recurso turístico y atractivo turístico, como se verificó anteriormente. Pero es importante explorar las diferencias. Por una parte, se señala que los recursos son, en castellano, «elementos disponibles para resolver una necesidad o llevar a cabo una empresa. Recursos naturales, hidráulicos, forestales, económicos, humanos». Se trata de un término de uso en varios ámbitos, como se desprende de la enumeración de la definición: no es exclusivo del fenómeno turístico. Además, aplicado a bienes naturales y culturales, connota la idea de bienes en su estado original, como los naturales, hidráulicos y forestales de la definición. Recuérdese que en esta indagación se parte de la idea del recurso como un elemento que resuelve necesidades, luego se considera que resuelve

necesidades en base a determinados atributos y se arriba a la conceptualización del recurso como un bien con características relevantes. El foco vuelve del efecto a la causa. No se define al recurso turístico por su capacidad de disolver necesidades (aspecto ajeno, dependiente y de difícil análisis), sino por sus rasgos sobresalientes que la provocan (aspecto propio, independiente y analizable). Por otra parte, el diccionario indica que el adjetivo atractivo significa «que atrae o tiene fuerza para atraer». (DRAE, 2001)

1.2.1.7.Servicios Turísticos

Los servicios son acciones que se llevan a cabo para lograr la satisfacción de una necesidad de una o más personas; los servicios turístico, por su parte, es aquello relacionado con el turismo como la actividad que desarrolla un individuo cuando, con fines de ocio, descanso u otro, se traslada a un lugar distinto al que se encuentra habitualmente y pernocta allí, convirtiéndose también en el motivo de visita por sus calidad de atención al momento de prestar el servicio

1.2.1.8.Facilidades turísticas

Las facilidades turísticas son aquellas que colaboran en la generación y constitución del producto turístico, al posibilitar la permanencia del turista en el centro receptor. Facilidades son aquellas que complementan los atractivos, pues permiten la permanecía y el disfrute de una estancia agradable. Son todas aquellas instalaciones y servicios destinados a facilitar el alojamiento y la alimentación igual que las distracciones, amenidades, y servicios complementarios para el turista. , (SAMMARCHI, 2001)

1.2.2. Variable dependiente

1.2.2.1.Etapas del ciclo de vida del producto

El ciclo de vida de un producto es un concepto asociado a las técnicas de la mercadotecnia o marketing. Se refiere a las ventas de un producto en sus diferentes etapas, que se identifican como: introducción, crecimiento, madurez y declive.

1.2.2.2.Mercadotecnia

Es la ciencia y el arte de explorar, crear y aportar valor para satisfacer las necesidades de un determinado mercado meta (target) y así conseguir un beneficio. La mercadotecnia trabaja para identificar las necesidades y los deseos no cumplidos. Así se define y se cuantifica un determinado mercado y el potencial del beneficio. Identifica también los segmentos a los que las marcas son capaces de satisfacer y diseña y promueve los productos y servicios apropiados para ellos. (Kotler).

1.2.2.3Marketing mix en los servicios

“El marketing Mix en los servicios es una combinación de los recursos de la empresa con los cuales se puede alcanzar una meta con el menor costo posible, por lo tanto, el marketing mix es una estrategia que con el uso de distintos elementos se puede alcanzar objetivos propuestos” (Vertices, 2011)

Mediante la aplicación del marketing mix se podrá dar a conocer los servicios que ofrece la empresa turística, mediante una combinación de recursos que posee la empresa tratando que se pueda llegar al objetivo trazado con el menor costo posible.

La Hostería Samai gracias al análisis realizado conoce la situación de la empresa para lo cual deberá implementar las estrategias acordes a los servicios que desea

ofertar para lograr llegar a una fase de crecimiento del producto donde los incrementos de las ventas son mayores y por lo tanto se podrá alcanzar los objetivos ya trazados.

1.2.2.3. Marketing de servicios

El autor define “Es el conjunto de actividades necesarias para convertir el poder de compra en demanda efectiva de bienes y servicios” (Vertices, 2011)

El Marketing de Servicios se refiere a las actividades que se realizan para dar frente a la demanda de los servicios, en cuanto a la Hostería Samai se podrán implementar varias estrategias debido a que se conoce la situación actual de la empresa para que la toma de decisiones sea más efectiva.

1.2.2.4. Estrategias de venta del producto

Las estrategias de venta son uno de los pilares más importantes en cualquier empresa para poder conseguir unos buenos resultados económicos y para crecer. Esto es, en las estrategias de ventas se definen las acciones que contribuirán al crecimiento de la empresa para que ésta alcance la rentabilidad esperada.

Las estrategias de venta son uno de los pilares más importantes en cualquier empresa para poder conseguir unos buenos resultados económicos y para crecer. Esto es, en las estrategias de ventas se definen las acciones que contribuirán al crecimiento de la empresa para que ésta alcance la rentabilidad esperada.

1.2.2.4.1 Introducción del producto: En la primera etapa del ciclo de vida, este se encuentra recién integrado en el mercado, esto quiere decir que tiene un nivel de

demanda muy bajo, esta es la etapa en la que se encuentra la Hostería Samai la cual requiere dar a conocer sus servicios ofertados al mercado.

1.2.2.4.2Crecimiento: En esta fase el producto o servicio turístico empieza a darse a conocer por la población para luego incrementar en sus ventas, la Hostería Samai necesita ir creciendo para llegar a esta etapa donde se podrá lograr un incremento en ventas de los servicios.

1.2.2.4.3Madurez: en esta etapa el producto turístico empieza a consolidarse en el mercado, se puede decir que el servicio ha llegado a la maduración, esta etapa es muy importante para la empresa ya que debe asumir muchos riesgos y adoptar nuevas medidas en función de la estabilidad para la hostería

1.2.2.4.4Declive: en esta fase el producto turístico tiende a estar en un declive, las ventas empiezan a bajar ya que la empresa no puede con el incremento de la demanda. (Vertices, 2011)

El ciclo de vida del producto turístico muestra varias fases como lo indican los autores, el servicio que ofrece una empresa mediante el debido análisis la empresa puede conocer en qué fase se encuentra, y analizar qué tipo de estrategias se deberán implantar para el desarrollo de la empresa.

La Hostería Samai se muestra en la etapa de crecimiento ya que en la actualidad se encuentran proyectándose hacia en el mercado turístico y elevar sus ventas, en esta etapa la empresa desea dar a conocer todos los servicios que ofrece ya que su nivel de ventas es bajo, desea incrementar la demanda de sus servicios mediante las estrategias en la aplicación de un marketing mix para la promoción de sus servicios.

1.3. Fundamentación psicológica

Esta fundamentación se refiere a la conducta que tiene el consumidor frente al servicio que esta por adquirir, el comportamiento del consumidor es de vital importancia ya que concierne al desarrollo emocional y social frente al producto o servicio.

Estas son características del consumidor las cuales son características personales como la personalidad, gustos, necesidades que inciden en la adquisición de un servicio.

1.4. Fundamentos legales

Constitución de la república del ecuador

La constitución de la república del ecuador es garantista de derechos de las comunidades, pueblos y nacionalidades contemplados en sus artículos 56 y 57 siendo estos una base indispensable en procesos administrativos internos que permiten la libre inversión; el fortalecimiento y dinamización de la economía en las comunas y enfocada al sector turístico de forma primordial es así como la ley para el desarrollo de la actividad turística constituye el marco legal para la regulación de la actividad turística para establecimientos de alojamiento y alimentación en sus diferentes categorías basadas en el plan nacional del buen vivir que permite la implementación de modalidades de la prestación de los bienes y servicios públicos que definan la participación del estado, del sector privado y de la economía popular y solidaria y garantice el cumplimiento de derechos.

1.5. Antecedentes de la Hostería Samai.

La hostería Samai se encuentra ubicada sobre una colina en la cordillera chongón Colonche en la comuna San José del cantón y provincia de Santa Elena la misma que entro en funcionamiento desde el 1 de septiembre del año 2002 hasta la presente fecha, atendido de forma inicial por sus dueños y propietarios la familia Tuttle Duran pareja originarios de Houston Texas y la ciudad de Cuenca actualmente residentes de la comuna San José.

Inicialmente empezaron con 4 habitaciones rusticas de construcción mixta comprendidas en una cabaña con una vista privilegiada al bosque y al mar lo que llamo mucho la atención de sus visitantes quienes además de recomendar siempre regresaban para pernoctar con su familia y amigos permitiendo un rápido reconocimiento y posicionamiento del lugar donde nacionales y extranjeros han podido disfrutar de sus instalaciones con habitaciones acogedoras, áreas de spa y masajes, jacuzzi piscina con vista al mar, gastronomía vegetariana, y senderos por el bosque. Actualmente han pasado 18 años y cuenta con 12 habitaciones y una capacidad para 45 personas teniendo un nivel medio de visitas al mes mediante reservaciones y visitas de excursionistas que visitan este importante sector de la ruta del Spondylus.

CAPÍTULO II

MATERIALES Y MÉTODOS

2.1. Tipos de investigación

La investigación que se aplicó es la de tipo Descriptiva Correlacional la cual consistió en examinar el tema analizado, investigando los fenómenos desconocidos y los problemas suscitados, su propósito es la delimitación de los hechos que comprende el problema principal. Se elaboró también la hipótesis que fue realizada con los datos que se recopilaron de la investigación, el cual ayudó al correcto desarrollo del trabajo de investigación, debido a que se pudo tener contacto con los empleados y turistas los cuales nos brindaron información verídica y de primera mano, donde se pudo analizar e interpretar de una forma clara y precisa para la ayuda de la toma de decisiones.

2.2. Métodos de la investigación

2.2.1. Por su forma de cognición

2.2.1.1. Método analítico

Mediante este tipo de método se puede diferenciar los elementos de los fenómenos suscitados y se procede a analizar cada uno de los elementos para conocer específicamente el comportamiento de estos, donde se pudo ver de una forma más clara y precisa la situación actual de la Hostería y el problema que se suscitó, este

método permitió que la toma de decisiones y estrategias a implantar sea más adecuada.

2.2.1.2. Método deductivo

Este método buscó el porqué de los hechos, implantando relaciones de causa-efecto, mediante el cual permitió analizar los hechos que se generaron a partir de los sucesos que provocaron la disminución de las ventas de la Hostería Samai de la Comuna San José. Este método se considera el más usado para lograr conclusiones sobre el problema expuesto, son una consecuencia necesaria el mismo es reflexivo, sintético, analítico, como podemos describir, la hostería Samai no ha tenido un crecimiento por falta de información por parte de los turistas puede convertirse también en una fuente de barreras a la entrada en el sector.

2.2.1.3. Método inductivo

Este método evidenció las causas y efectos, es decir proviene de lo universal a lo particular, busca obtener las conclusiones, analizando cada uno de los hechos para proceder con la formulación de la hipótesis. En la hostería Samai se pudo constatar la causa que llevo a generar los problemas que provocaron el decrecimiento de las ventas, llevando a analizar la situación y dando pautas para la toma de decisiones efectiva.

2.2.2. Por su forma de abordar la realidad

2.2.2.1. Método cualitativo

En este proceso se utilizaron también técnicas cualitativas para la comprensión del tema y descripción de los hechos, que se suscitan en la Hostería Samai, donde se encuentran planteado el problema que existe, también se aplicaron técnicas cuantitativas para la obtención de datos y poder determinar la manera más segura para incrementar los niveles de ventas de la empresa.

2.2.2.2. Método cuantitativo

Para el presente proyecto se realizó este tipo de investigación, esta se refiere a la investigación en el campo, donde se realizó la recopilación de información primaria en el terreno, mediante un enfoque cualitativo como cuantitativo, la misma que fue procesada mediante sistemas informáticos la cual fue analizada la situación actual de la empresa y facilitar la toma de decisiones.

2.2.2.3. Encuesta

Mediante esta herramienta que estuvo dirigida al turista y la población, se pudo conocer las diferentes necesidades y gustos de los turistas y lo que prefieren al momento de acceder a un servicio, con el objeto de obtener información sobre las principales ofertas turística de la comuna e identificar en que ciclo del producto se encuentra la hostería, formulando preguntas cerradas, con distintas opciones.

2.2.2.4. Entrevista:

Esta herramienta permitió obtener información de primera mano, se la realizo a los empleados de la Hostería Samai donde se pudo recopilar información única e irrelevante que ayudo a conocer más a fondo el problema.

Se llevó a cabo en forma directa con la entrevista dirigida al personal que labora en el establecimiento, al igual también se realizó encuestas a visitantes y turistas que se encontraban pernoctando en establecimientos cercanos o huéspedes.

El desarrollo de la entrevista permitió aclarar información necesaria, para cumplir con el objetivo planteado.

2.3. Diseño de muestreo

Para determinar el tamaño de la muestra se utilizó el muestreo probabilístico por el método Aleatorio Simple, en la que todos los miembros de la población tienen la misma probabilidad de ser encuestado.

2.4. Diseño de recolección de datos

El presente proyecto de investigación se ha considerado como población el número de turistas que ingresan a la Ruta del Spondylus especialmente los que visitan sitios cerca a la ubicación de la Hostería Samai la cual se encuentra respaldada por la junta parroquial de las Comunas.

N° TURISTAS	2500
-------------	------

$$n = \frac{N(p \cdot q)}{(N - 1)\left(\frac{e}{k}\right)^2 + p \cdot q}$$

Donde:

n= el tamaño de la muestra

N= tamaño de la población

p = Desviación estándar de la población que, generalmente cuando no se tiene su valor, suele utilizarse un valor constante de 0,5

q = Valor obtenido mediante niveles de confianza.

e = Límite aceptable de error muestral que, generalmente cuando no se tiene su valor, suele utilizarse un valor que varía entre el 1% (0,01).

$$n = \frac{2500(0.5 \cdot 0.5)}{(2500 - 1)\left(\frac{0.05}{2}\right)^2 + 0.5 \cdot 0.5}$$

$$n = \frac{625}{(2499)0.000625 + 0.25}$$

$$n = \frac{625}{1.8118}$$

$$n = 344$$

Nuestra muestra probabilística es de aproximadamente de 344 encuestas

CAPÍTULO III

RESULTADO Y DISCUSIÓN

3.1. Análisis de datos

3.1.1. Análisis de resultados de la encuesta realizada a los turistas

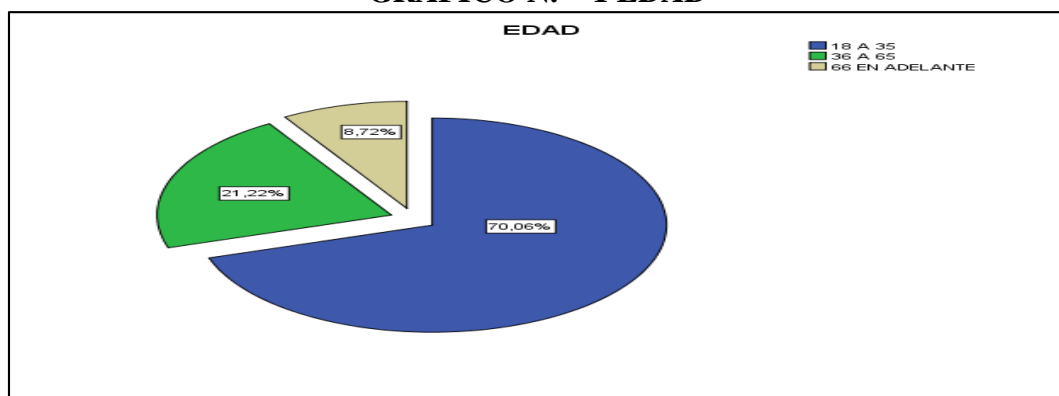
TABLA N.º 1 EDAD

EDAD				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
18 A 35	241	70,1	70,1	70,1
Válid 36 A 65	73	21,2	21,2	91,3
os 66 EN ADELANTE	30	8,7	8,7	100,0
Total	344	100,0	100,0	

Fuente: Turistas y visitantes de la Hostería Samai

Elaborado por: Tigero Del Pezo Jefferson Juan

GRÁFICO N.º 1 EDAD



Elaborado por: Tigero Del Pezo Jefferson Juan

Análisis:

En la encuesta realizada a los turistas se puede observar que un 70 % de los turistas son personas jóvenes que comprenden entre 18 a 35 años y con la minoría se encuentran las personas con una edad comprendida de los 65 en adelante con un porcentaje menor de 8%, esto nos indica que la personas que adquieren y visitan el sector son personas jóvenes que buscan esparcimiento.

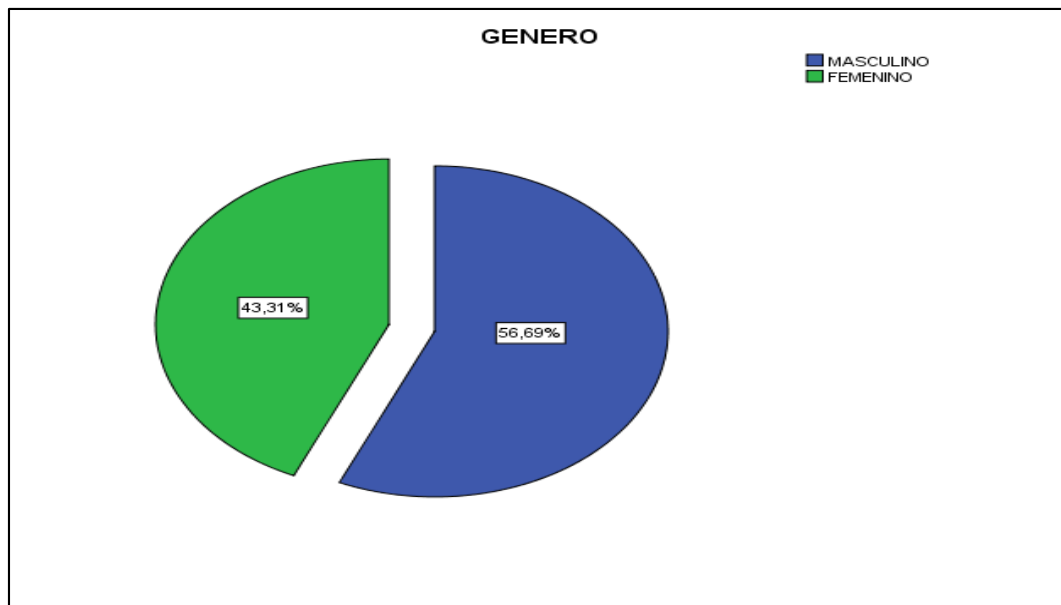
TABLA N° 2 GÉNERO

GÉNERO				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	MASCULINO	195	56,7	56,7
	FEMENINO	149	43,3	43,3
	Total	344	100,0	100,0

Fuente: Turistas y visitantes de la Hostería Samai

Elaborado por: Tigrero Del Pezo Jefferson Juan

GRÁFICO N° 2 GÉNERO



Elaborado por: Tigrero Del Pezo Jefferson Juan

ANÁLISIS:

En la encuesta realizada podemos observar que en su mayoría con un porcentaje del 56% los turistas que visitan la Comuna San José son de género masculino, ya que poseen más solvencia económica que el género femenino sin embargo se encuentran con un mínimo de diferencia.

TABLA N° 3 OPORTUNIDAD DE RECORRER LA RUTA DEL SPONDYLUS

¿Ha tenido la oportunidad de recorrer la ruta del Spondylus?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
SI	340	99	99	100
Válidos NO	4	1	1	1
Total	344	100,0	100,0	

Fuente: Turistas y visitantes de la Hostería Samai

Elaborado por: Tigreiro Del Pezo Jefferson Juan

GRÁFICO N° 3 OPORTUNIDAD DE RECORRER LA RUTA DEL SPONDYLUS



Elaborado por: Tigreiro Del Pezo Jefferson Juan

ANÁLISIS:

Según la encuesta realizada indica que en un 99 % los turistas que fueron encuestados han tenido la oportunidad de recorrer la ruta del Spondylus es decir el muestreo total esta e pleno conocimiento de las comunidades que conforman esta ruta al igual que conocen sus atractivos turísticos.

TABLA N° 4 VISITANTES DE LA COMUNA SAN JOSÉ

¿alguna vez ha visitado la comuna San José?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
SI	195	57	57	100
Válidos NO	149	43	43	1
Total	344	100,0	100,0	

Fuente: Turistas y visitantes de la Hostería Samai

Elaborado por: Tigrero Del Pezo Jefferson Juan

GRÁFICO N° 4 VISITANTES DE LA COMUNA SAN JOSÉ



Elaborado por: Tigrero Del Pezo Jefferson Juan

ANÁLISIS:

Según los resultados de la encuesta realizada indica que un 57 % de los turistas encuestados han visitado la comuna San José de la parroquia Manglaralto y un 43% no ha visitado esta localidad teniendo como resultado que del muestreo realizado un gran porcentaje identifica el lugar objeto de investigación.

**TABLA N. ° 5 CONOCIMIENTO DE LA EXISTENCIA DE LA
HOSTERÍA SAMAI**

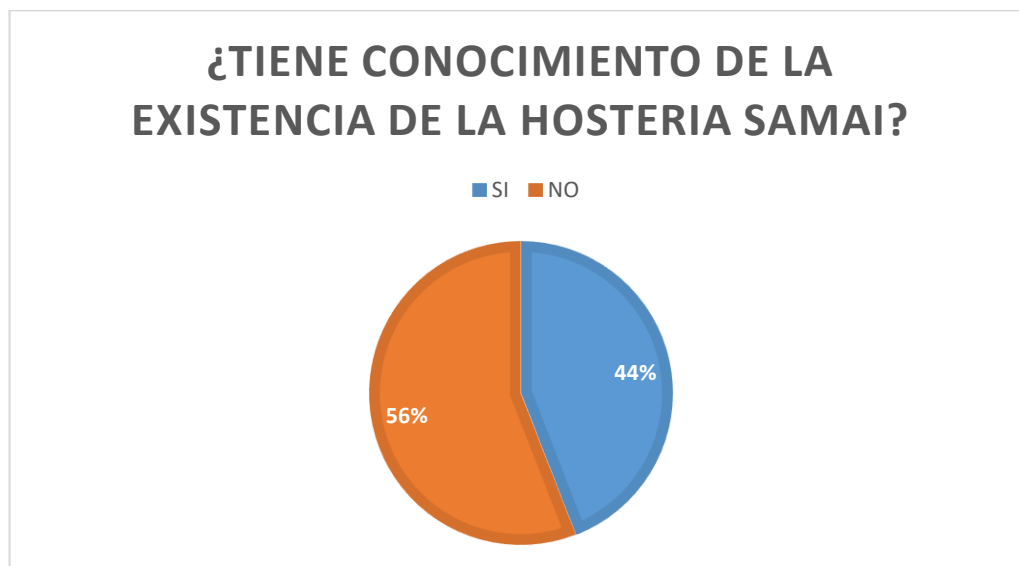
¿Tiene conocimiento de la existencia de la Hostería Samai en la Comuna San José?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
SI	86	44	44	37,8
Válidos NO	109	56	56	100,0
Total	195	100,0	100,0	

Fuente: Turistas y visitantes de la Hostería Samai

Elaborado por: Tigero Del Pezo Jefferson Juan

**GRÁFICO N° 3 CONOCIMIENTO DE LA EXISTENCIA DE LA
HOSTERÍA SAMAI**



ELABORADO POR: Jefferson Juan Tigero Del Pezo

ANÁLISIS:

Según la información recopilada en las encuestas realizadas tenemos con un porcentaje del 44 % que sabía de la existencia de la Hostería Samai mientras que un 56 % desconocía esto se debe a que los turistas no cuentan con la información necesaria para acceder al servicio provocando este porcentaje.

TABLA N° 6 LE GUSTARIA VISITAR LA HOSTERIA SAMAI

¿En caso de no conocer la Hostería Samai, le gustaría visitar?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
SI	107	99	99	99
Válidos NO	2	2	2	2
Total	109	100,0	100,0	

Fuente: Turistas y visitantes de la Hostería Samai

Elaborado por: Tigero Del Pezo Jefferson Juan

GRÁFICO N° 6 LE GUSTARIA VISITAR LA HOSTERIA SAMAI



ELABORADO POR: Jefferson Juan Tigero Del Pezo

ANÁLISIS:

Según la información recopilada del total de las personas que desconocían de la existencia de la hostería Samai el 98 % estaría dispuesto de visitar mientras que un 2% por diferentes razones de gustos y preferencias de experiencia de viaje desiste a visitar el establecimiento

TABLA N° 7 ADQUIRIR UN SERVICIO

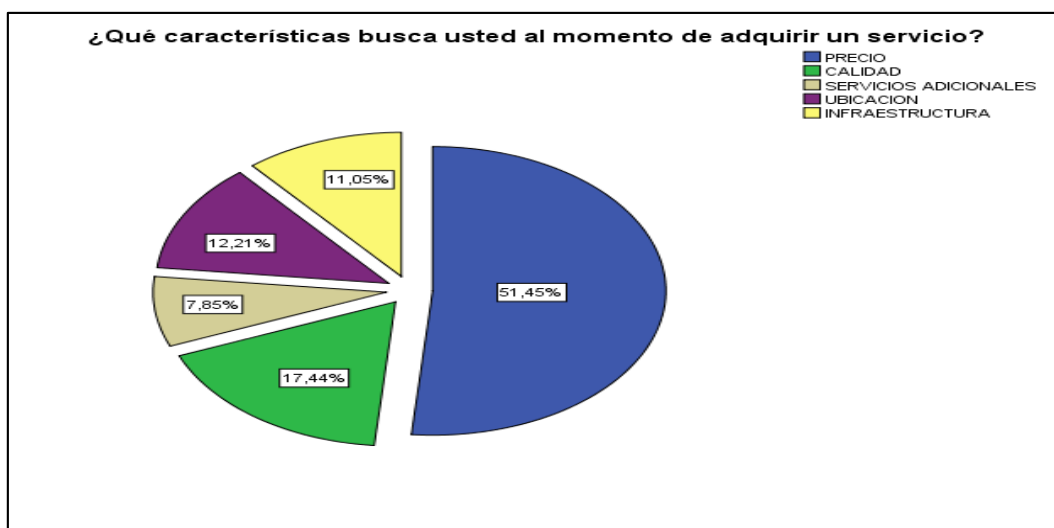
¿Qué características busca usted al momento de adquirir un servicio?

Servicios	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
PRECIO	177	51,5	51,5	51,5
CALIDAD	60	17,4	17,4	68,9
SERVICIOS ADICIONALES	27	7,8	7,8	76,7
UBICACIÓN	42	12,2	12,2	89,0
INFRAESTRUCTURA	38	11,0	11,0	100,0
Total	344	100,0	100,0	

Fuente: Turistas y visitantes de la Hostería Samai

Elaborado por: Tigrero Del Pezo Jefferson Juan

GRÁFICO N° 4 ADQUIRIR UN SERVICIO



ELABORADO POR: Jefferson Juan Tigrero Del Pezo

ANÁLISIS:

Los resultados obtenidos en la encuesta realizada indican que los turistas en su gran mayoría buscan un buen precio al momento de adquirir un servicio con un 51% esto se debe a que existe muchas empresas de este sector que ofrecen el mismo servicio con un precio más accesible, también en proporciones casi iguales las demás opciones como calidad servicios adicionales.

TABLA N° 8 SERVICIOS EXISTENTES

¿De los servicios que brinda la Hostería Samai, cuales considera más importante?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	RESTAURANTE	127	37	37	100
	MASAJES	32	9	9	78
	PISCINA	108	32	32	46
	JACUZZI	56	16	16	13
	SENDERISMO	21	6	6	14
	OTROS	0	0	0	0
	Total	344	100,0	100,0	

Fuente: Turistas y visitantes de la Hostería Samai

Elaborado por: Tigero Del Pezo Jefferson Juan

GRÁFICO N° 8 SERVICIOS EXISTENTES



ELABORADO POR: Jefferson Juan Tigero Del Pezo

ANÁLISIS:

Mediante las encuestas realizadas indican que los servicios que brinda la Hostería Samai, cuales considera más importante de acuerdo a los porcentajes arrojados como resultado se determinó de la siguiente manera restaurante con un 37%, piscina con un 32%, jacuzzi 16%, masajes 9% senderismo 6% teniendo como principal el servicio de alimentos.

TABLA N° 9 EXPECTATIVA DE LOS TURISTAS

¿considera que de los servicios existentes cumplen con las expectativas?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos SI	66	19,2	19,2	19,2
NO	278	80,8	80,8	100,0
Total	344	100,0	100,0	

Fuente: Turistas y visitantes de la Hostería Samai

Elaborado por: Tigero Del Pezo Jefferson Juan

GRÁFICO N° 5 EXPECTATIVAS DEL TURISTA



ELABORADO POR: Jefferson Juan Tigero Del Pezo

ANÁLISIS:

Según la encuesta que se realizó indica que los servicios existentes no cumplen con las expectativas de los turistas en un 80 %. porque dentro de la Comuna no existen empresas que tengan servicios complementarios que contribuyan a la satisfacción del turista.

TABLA N° 10 CICLO DE VIDA DE UN PRODUCTO

¿Considera que la oferta turística incide en el ciclo de vida de un producto que presta una hostería?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos SI	333	96,8	96,8	100
NO	11	3,2	3,2	3,2
Total	344	100,0	100,0	

Fuente: Turistas y visitantes de la Hostería Samai

Elaborado por: Tigero Del Pezo Jefferson Juan

GRÁFICO N° 10 CICLO DE VIDA DE UN PRODUCTO



ELABORADO POR: Jefferson Juan Tigero Del Pezo

ANÁLISIS:

Según la encuesta realizada indica que en un 97 % de los turistas piensan que la oferta turística si incide en el ciclo de vida de un producto, debido a que el turismo presta servicios los mismos que no se pueden almacenar, mientras que un 3% piensa que no incide

TABLA N ° 11 MEDIOS DE COMUNICACIÓN EN QUE SE ENTERO DE LA EXISTENCIA DE LA HOSTERIA

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	REDES SOCIALES	19	22	21
	BOOKING.COM	14	16	15
	POR AMIGOS	29	34	100
	PUBLICIDAD EN VIA	21	24	80
	OTROS	3	4	2
Total	86	100,0	100,0	

Fuente: Turistas y visitantes de la Hostería Samai

Elaborado por: Tigero Del Pezo Jefferson Juan

GRÁFICO N° 11 COMO SE ENTERO DE LA EXISTENCIA DE LA



ELABORADO POR: Jefferson Juan Tigero Del Pezo

ANÁLISIS:

La muestra tomada para el análisis de esta pregunta se la realizó de acuerdo al porcentaje de respuestas positivas en la pregunta N.º 3 en la que tiene como resultado las personas que conocen de la existencia del establecimiento, por lo tanto sus resultados están sobre la muestra de 86 respuestas positivas, quedando de la siguiente manera; por amigos un 34%, redes sociales 22%, publicidad en la vía 24%, booking 16% por lo que se puede determinar que son necesarias las estrategias de Marketing para fortalecer la publicidad y así aumentar el número de visitantes, pues hasta el momento la estrategia con mayor alcance es el boca a boca pues el porcentaje más alto después de observar los resultados de la encuesta.

TABLA N° 12 VISITA A COMUNA SAN JOSE NIVEL DE ACEPTACION TURISTICA.

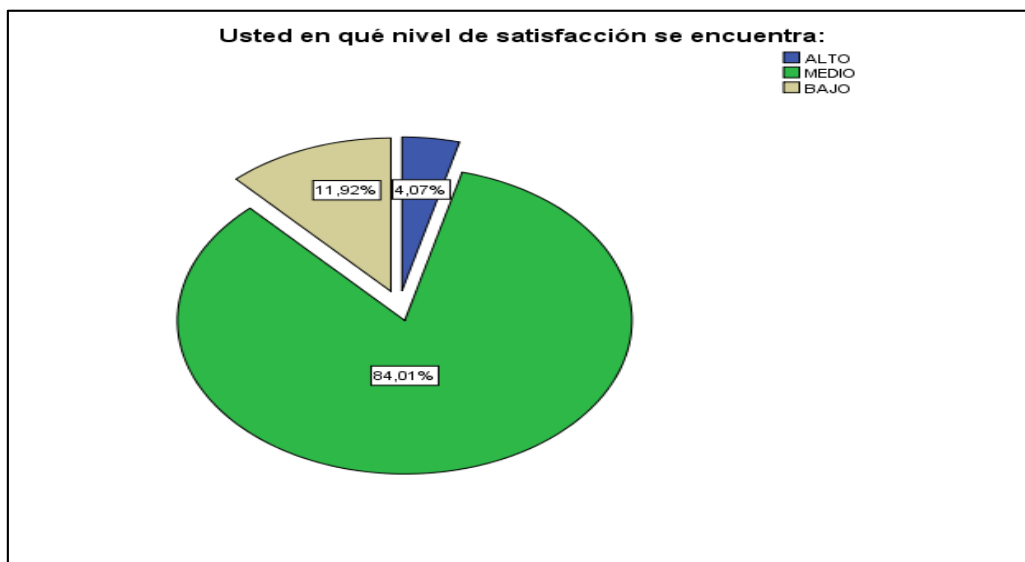
¿Al visitar la Comuna San José en qué nivel de aceptación turístico se encuentra?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos				
ALTO	14	4,1	4,1	4,1
MEDIO	289	84,0	84,0	88,1
BAJO	41	11,9	11,9	100,0
Total	344	100,0	100,0	

Fuente: Turistas y visitantes de la Hostería Samai

Elaborado por: Tigreiro Del Pezo Jefferson Juan

GRÁFICO N° 6 NIVEL DE SATISFACCIÓN



ELABORADO POR: Jefferson Juan Tigreiro Del Pezo

ANÁLISIS:

Las encuestas realizadas nos permitio conocer el nivel de satisfaccion de los turistas, tenemos en su mayoria con un 84 % se siente medio satisfecho con los servicios turisticos encontrados en la Hosteria Samai, debido a que sienten que falta servicios para obtener un conformt y relajamiento total del servicio.

3.1.2. Análisis de las entrevistas realizadas a los empleados de la hostería samai

1. ¿Considera que el mejoramiento constante influye en el crecimiento en el producto turístico?

Según la información recopilada por los empleados de la Hosteria Samai nos indica que el producto turístico para que pueda satisfacer a los turistas necesita ser constantemente mejorado ya que estos servicios siempre se encuentran en constante innovación, el cliente tiende a querer siempre más, y exige sentirse cómodo en el servicio que se adquiere, por lo tanto es responsabilidad del empresario acoplarse a las necesidades de los turistas los cuales son parte primordial para el desarrollo de la empresa.

2. ¿El volumen de ventas dinamiza la economía del establecimiento?

Las encuestas realizadas a los turistas indican que el volumen de ventas fortalece al establecimiento ya que influye en la economía de la misma e incluso al de la Comuna, al incrementar el volumen de ventas se puede invertir en mejoras para la empresa, y aumentar la calidad del servicio e incluso reactivar los servicios complementarios que influyen mucho al momento de adquirir el servicio.

3. ¿Se ha utilizado estrategias que ayuden a dar a conocer los servicios que ofrece la Hostería?

En la empresa no se ha utilizado estrategias para dar a conocer los diferentes servicios que oferta sin embargo se ha podido dar a conocer mediante la publicidad de boca a boca con la cual se ha podido llegar a los clientes y así incrementar sus

ventas sin embargo comentan que para ganar un espacio en el mercado se deberá aplicar dichas estrategias de comunicación.

4. ¿Qué opina usted de los servicios que ofrecen en las Hostería Samai en la actualidad?

Los encuestados consideran que los servicios que ofrece la Hostería son de calidad, pero tiene falencias en cuanto a infraestructura y servicios complementarios los cuales no se explotan como deberían ya que esto puede generar una ventaja competitiva que diferencie de las demás empresas dedicadas a este sector.

5. ¿Desde el cargo que usted desempeña que implantaría para incrementar las ventas?

La información obtenida indica que los empleados piensan que se debería implementar estrategias de comunicación y posicionamiento para incrementar las ventas, también la Hostería no cuenta con la infraestructura necesaria para la capacidad de los clientes que acuden en temporadas altas y tienden a perder esas ventas, puesto que los turistas buscan comodidad y confort.

6. ¿Cuál es el ciclo de vida que tiene los servicios complementarios de Restaurante, masajes, piscinas, senderismo, jacuzzi, etc., que presta la hostería?

Mediante entrevista dirigida a los trabajadores de la hostería podemos mencionar que en su gran mayoría consideran que los servicios están en un nivel de aceptación medio y que es necesario tener nuevas e innovadoras alternativas para ofrecer al turista.

3.2. Limitaciones

Existen varias limitaciones al momento de realizar la recopilación de datos ya que hubo limitaciones de tiempo y recursos por parte de las personas encuestadas, sin embargo, se pudo realizar la recolección de datos, la cual contribuyó en la realización del proyecto.

3.2.1. Comprobación de la hipótesis

El autor del Libro La Oferta Turística, Dalia indica que la atracción principal de estas empresas que se dedican este sector son los recursos turísticos dependiendo de la ubicación donde se encuentren y la oferta turística que se ofrezca, estos elementos crean una imagen positiva la turista tomando como referencia el 0.023 que obtuvimos en las medidas simétricas, determinando así la influencia que tiene dentro del ciclo de vida del producto tomando encuentra las 344 encuestas realizadas.

Para validar la hipótesis planteada se tomó como referencia la población de turistas que acuden a la comuna San José con un aproximado de 2500 personas que mediante la fórmula aplicada nos dios una muestra de 344 persona a las que se realizó la encuesta, lo cual fue debidamente procesada mediante el programa SPSS.

3.2.2. Descripción de la hipótesis

Hipótesis Nula Ho:

La Oferta turística incide en el ciclo de vida del producto, de la hostería SAMAI, Comuna San José, provincia de Santa Elena.

Hipótesis Alternativa H1:

La Oferta Turística NO incide en el ciclo de vida de los productos, de la Hostería SAMAI, Comuna San José, Provincia de Santa Elena.

3.2.3. Procedimiento del cálculo de la hipótesis

TABLA N° 13 PUEBA DEL CHI - CUADRADO

Pruebas de chi-cuadrado			
	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	1,719 ^a	2	,023 ,423
Razón de verosimilitudes	1,817	2	,003 ,403
Asociación lineal por lineal	1,585	1	,008 ,208
N de casos válidos	344		

a. 1 casillas (16,7%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es 3,62.

TABLA N° 14 MEDIDAS SIMÉTRICAS

Medidas simétricas				
	Valor	Error típ. asint. ^a	T aproximada ^b	Sig. aproximada
Intervalo por intervalo R de Pearson	,068	,053	1,260	,209 ^c
Ordinal por ordinal Correlación de Spearman	,067	,054	1,247	,213 ^c
N de casos válidos	344			

a. Asumiendo la hipótesis NULA.

b. Empleando el error típico asintótico basado en la hipótesis nula.

c. Basada en la aproximación normal.

En la tabla de Contingencia se puede observar la relación que existe de las dos variables como son la independiente y la dependiente, que dio como resultado en el chi cuadrado de 0.023 lo cual es inferior a 0.05 por lo tanto se acepta la hipótesis nula, es decir que la oferta turista de la Hostería Samai ubicada en la Comuna San José si influyen en el ciclo de vida del producto.

3.3. Resultados

Para la realización del proyecto los resultados que fueron recopilados fueron analizados mediante el programa SSPS, adicional se interpretó y analizo las diferentes tablas y gráficas, las cuales fueron considerados en porcentajes para que el análisis se verificó de manera más fácil, la cual dará un mayor control en el tratamiento de los datos con la finalidad realizar los correctivos necesarios.

Luego de los fundamentos teóricos orienta al investigador la descripción de la realidad observada y su análisis permite establecer relaciones de las dos variables del conocimiento científico captando las técnicas de recolección obteniendo conocimiento claro y concreto en el desarrollo de la investigación.

Por lo que se puede determinar que luego del análisis realizado mediante los canales correspondientes de investigación según plantea la metodología objeto de esta investigación se podría deducir como resultados cada uno de la información obtenida que servirá para realizar las recomendaciones y alcanzar los objetivos planteados y determinar la incidencia de la oferta en el ciclo de vida del producto turístico. Referente a las preguntas 5, 6 y 11 no se consideró la muestra establecida debido a que el análisis estadístico dependía de la información obtenida.

Conclusiones

- Para terminar este trabajo de investigación se concluye que la Hostería Samai se encuentra en la etapa de introducción del ciclo de vida del producto por lo tanto para llegar a su crecimiento deberá implementar herramientas del Marketing que contribuirán para que la Hostería sea reconocida no solamente dentro de la Comunidad sino mucho más.
- Este análisis que se realizó de la Hostería Samai contribuyo a comprender el nivel bajo de ingresos y siendo indispensable la utilización de estrategias de marketing y publicidad para lograr captar la visita de turistas y de esta forma consolidarnos en el mercado al que está dirigido.
- También se conoció la competencia existente en las demás comunidades cercanas considerando principalmente a la comunidad de Montañita como el núcleo receptor de turistas teniendo una oferta turística de gran nivel y que le lleva mucha ventaja a la empresa ya que esta se encuentra en un ambiente alejado muy poco visible al turista, pero se debe rescatar que los recursos turísticos contribuyen a la motivación de visita.
- Finalmente se indican la ausencia de innovación de la infraestructura de la Hostería y su limitada capacidad de alojamiento para los visitantes hace que sea una debilidad importante de la empresa la cual debe convertirse en fortaleza como un sitio exclusivo de quienes buscan un descanso y tranquilidad en un ambiente natural propicio para el disfrute del turista que busca una nueva alternativa cerca de la playa.

Recomendaciones

- Se recomienda al propietario de la Hostería utilizar los recursos que tiene en el sector donde se encuentra ubicada, ampliando más los servicios complementarios para que se convierta en una fortaleza a la hora de satisfacer a los turistas; se podrían considerar actividades como paseos guiados, recorridos en caballo, huerta orgánica, y demás actividades enfocadas al agroturismo y turismo vivencial.
- Debido a la competencia existente cerca del lugar de ubicación de la Hostería la implementación de herramientas de Comunicación debe ser agresiva y que permita informar a los turistas de las ventajas que tiene la empresa, el motivo por lo cual deben escoger el servicio, y las alternativas que oferta el establecimiento.
- Se recomienda también la implementación de nuevas áreas comunes para el disfrute del turista, así como también la infraestructura instalada en cuanto a la capacidad de alojamiento para poder cubrir la demanda turística en los meses de temporada alta ya que es ahí donde se incrementará los ingresos de la empresa y se lograría posesionar a un gran número de visitantes.
- Con la información obtenida de los turistas se recomienda fortalecer la publicidad aprovechando los paisajes turísticos que tiene por su privilegiada ubicación de la hostería Samai pues se considera que un motivo de viaje de los turistas se enfoca principalmente a nuevas alternativas con una oferta amplia para el disfrute familiar, considerando que de esta forma se podrá llegar al objetivo planteado.

Bibliografía

Bibliografía

Bernier, E. T. (2010). *Estructura de mercados turísticos*. Madrid: UOC.

Calero Pedro. (2015). *Impacto en el turismo y su incidencia en el ciclo de vida de Butler*.

Obtenido de

<http://www.datosdelanzarote.com/Uploads/doc/20060420140658871Evoluci%C3%B3n-e-impactos-del-desarrollo-tur%C3%ADstico-de-Lanzarote.pdf>

Garcia Lopez, R. (17 de Enero de 2016). Principales Tendencias del Turismo 2016.

Ingrid Andrade. (2014). *Análisis de la demanda hotelera en el cantón Alausí de la provincia de Chimborazo*. Obtenido de

<http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/7770/1/tesis%20completa.pdf>

Juarez, L. O. (2011). *Estructura del Mercado Turístico*. Madrid: Nobel.

Kotlerkl, P. (2010). *Dirección del Marketing*. Mexico: Pearson.

Martin, B. G. (2011). *Regionalización turística del mundo*. España: Universidad de Barcelona.

Ministerio de Turismo. (2015). *Plandetur*. Quito.

Valiente-. (2015). *“El ciclo de vida del destino turístico”*. Obtenido de

http://www.eldiario.es/canariasahora/canariasopina/ciclos-vida-destinos-turisticos_6_209339137.html

Vertices, P. (2011). *Marketing Turístico*. España.

World Tourism Organization. (2016). *World Tourism Organization*. Obtenido de

<https://www.smarttravel.news/el-turismo-internacional-continua-creciendo-por-encima-de-la-media/>

ANEXOS

ANEXOS N° 1 OPERACIONALIZACION DE VARIABLES

TABLA N° 15 OPERACIONALIZACION DE VARIABLES

HIPOTESIS	VARIABLE	DEFINICION	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS	INSTRUMENTO
<p>La Oferta turística incide en el ciclo de vida del producto, de la hostería SAMAI, Comuna San José, provincia de Santa Elena.</p>	INDEPENDIENTE	<p>El autor define “La oferta turística se puede definir como el conjunto de productos turísticos y servicios puestos a disposición del visitante en un destino determinado para su disfrute y consumo. En un destino turístico, la oferta puesta a disposición de la demanda constituye algo más que la simple suma de los productos turísticos.” (Martin, 2011)</p>	La oferta	Alojamiento Alimentación Servicios complementarios	<p>¿Los servicios existentes cumplen con las expectativas de los visitantes?</p> <p>¿Considera que la oferta turística incide en el ciclo de vida de un producto que presta una hostería?</p>	<p>Encuesta Entrevista</p>
	Oferta Turística		<p>Productos turísticos</p> <p>Servicios turísticos</p>	<p>Equipamiento Turístico</p> <p>Atractivos</p> <p>Facilidades</p>	<p>¿Considera que el mejoramiento constante influye en el crecimiento en el producto turístico?</p> <p>¿Qué opina usted de los servicios que ofrecen en las Hostería Samai en la actualidad?</p> <p>¿Qué características busca usted al momento de adquirir un servicio?</p> <p>De los servicios que brinda la Hostería Samai ¿Cuáles considera más importantes?</p> <p>¿Considera usted que los servicios existentes en el establecimiento cumplen con sus expectativas?</p>	

	DEPENDIEN TE				¿En qué medio se enteró de la existencia de la hostería Samai?	
	Ciclo de vida del producto	El ciclo de vida de un producto es un concepto asociado a las técnicas de la mercadotecnia o marketing Se refiere a las ventas de un producto en sus diferentes etapas, que se identifican como: introducción, crecimiento, madurez y declive.	Mercadotecnia	Marketing mix Estrategias de venta del producto	¿Se ha utilizado estrategias que ayuden a dar a conocer los servicios que ofrece la Hostería? ¿Al visitar la comuna San José en qué nivel de aceptación turístico se encuentra?	Encuesta
			Etapas	Introducción Crecimiento Madurez Declive	Considera que la oferta turística incide en el ciclo de vida de un producto que presta una hostería ¿Considera que la afluencia de turistas ayuda a la economía de la Comuna? ¿Cuál es el ciclo de vida que tiene los servicios complementarios de Restaurante, masajes, piscinas, senderismo, jacuzzi, etc., que presta la hostería Samai?	Entrevista

Elaborado por: Tigrero del Pezo Jefferson Juan

ANEXOS N° 2 MATRIZ DE CONSISTENCIA

TABLA N° 16 MATRIZ DE CONSISTENCIA

MATRIZ DE CONSISTENCIA					
TITULO	PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPOTESIS	VARIABLES	INDICADORES
<p>Analizar la oferta turística y su incidencia en el ciclo de vida del producto, de la Hostería SAMAI, comuna San José, Provincia de Santa Elena, año 2016.</p>	<p>Prob. Esp. 1 El desconocimiento de oferta turística y de la capacidad de carga de los centros turísticos en la comuna San José.</p> <p>Prob. Esp. 2. Desconocimiento de los factores que influyen en la innovación de los servicios turísticos en el ciclo de vida del producto, de la hostería SAMAI</p> <p>Prob. Esp. 3. Influencia de las necesidades de la oferta turística en los servicios turísticos ofertados en la hostería SAMAI</p>	<p>Obj. Esp. 1 Analizar la oferta turística en el ciclo de vida del producto, de la hostería SAMAI, comuna San José, provincia de Santa Elena</p> <p>Obj. Esp. 2 Determinar las estrategias de marketing que permiten estimular a los huéspedes al decidir pernoctar en el establecimiento.</p> <p>Obj. Esp. 3 Determinar los resultados alcanzados durante el periodo de funcionamiento del establecimiento y sus niveles de crecimiento.</p>	<p>Hipótesis Esp. 1. La Oferta turística incide en el ciclo de vida del producto, de la hostería SAMAI, Comuna San José, provincia de Santa Elena.</p> <p>Hipótesis Esp. 2. Factores motivan a los huéspedes a la compra de los servicios de la oferta turística de la hostería SAMAI.</p> <p>Hipótesis Esp. 3. El conocimiento de los factores influye en la innovación de los servicios turísticos en el ciclo de vida del producto de la hostería SAMAI.</p>	<p>X: Oferta Turística</p>	<p>X 1. % de los factores que influyen en la oferta turística</p> <p>X 2. % de los productos intangibles ofertados en la Comuna.</p> <p>X 3. % de equipamiento turístico que existe en la comuna San José</p> <p>X 4. % de los servicios existentes que se ofertan en la Comuna.</p>
				<p>Y: Ciclo de vida del producto</p>	<p>Y 1. % del aumento de número de visitantes a la comuna</p> <p>Y 2. % de centros turísticos con la capacidad necesaria.</p> <p>Y 3. % del incremento del volumen de ventas de los establecimientos</p> <p>Y 4. % de personas que consideran que el mejoramiento constante influye en el crecimiento en el producto turístico.</p>

Elaborado por: Tigrero del Pezo Jefferson Juan

ANEXOS N° 3 ENCUESTAS



ESTATAL PENINSULA DE SANTA ELENA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
ESCUELA DE HOTELERIA Y TURISMO
CARRERA DE INGENIERÍA EN GESTIÓN Y DESARROLLO
TURÍSTICO

OBJETIVO: Identificar la influencia de la oferta turística y analizar la incidencia en el ciclo de vida del producto, de la Hostería SAMAI, comuna San José, Provincia de Santa Elena.

EDAD: _____

Sexo:

Masculino _____

Femenino: _____

Lugar de residencia

1. Ha tenido la oportunidad de recorrer la Ruta del Spondylus
SI _____ NO _____
2. ¿Alguna vez ha visitado la Comuna San José?
SI ____ NO ____
3. Tiene conocimiento de la existencia de la Hostería Samai en la Comuna San José
SI ____ NO ____
4. En caso de no conocer la Hostería Samai ¿le gustaría visitar?
SI _____ NO _____

5. ¿Qué características busca usted al momento de adquirir un servicio?

Precio _____
Calidad _____
Servicios Adicionales _____
Ubicación _____
Infraestructura _____

6. De los servicios que brinda la Hostería Samai ¿Cuáles considera más importantes?

Restaurante	_____	Jacuzzi	_____
Masajes	_____	Senderismo	_____
Piscina	_____	Otros.	_____

7. ¿Considera usted que los servicios existentes en el establecimiento cumplen con sus expectativas?

SI _____ NO _____

8. Considera que la oferta turística incide en el ciclo de vida de un producto que presta una hostería

SI____ NO____

9. ¿En qué medio se enteró de la existencia de la hostería Samai?

Redes sociales	_____
Booking.com	_____
Por amigos	_____
Publicidad en la vía	_____

10. ¿Al visitar la comuna San José en qué nivel de aceptación turístico se encuentra?

Alto _____ Medio_____ Bajo____

11. ¿Considera que la afluencia de turistas ayuda a la economía de la Comuna?

Sí _____ No_____

ANEXOS N° 4 ENTREVISTAS



ESTATAL PENINSULA DE SANTA ELENA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
ESCUELA DE HOTELERIA Y TURISMO
CARRERA DE INGENIERIA EN GESTION Y DESARROLLO
TURISTICO

OBJETIVO: Identificar la influencia de la oferta turística y analizar la incidencia en el ciclo de vida del producto, de la Hostería SAMAI, comuna San José, Provincia de Santa Elena.

ENTREVISTA

12. ¿Considera que el mejoramiento constante influye en el crecimiento en el producto turístico?

13. ¿El volumen de ventas dinamiza la economía del establecimiento?

14. ¿Se ha utilizado estrategias que ayuden a dar a conocer los servicios que ofrece la Hostería?

—

15. ¿Qué opina usted de los servicios que ofrecen en las Hostería Samai en la actualidad?

16. ¿Desde el cargo que usted desempeña que implantaría para incrementar las ventas?

17. ¿Cuál es el ciclo de vida que tiene los servicios complementarios de Restaurante, masajes, piscinas, senderismo, jacuzzi, etc., que presta la hostería Samai?

ANEXOS N° 5 ASPECTOS LEGALES Y ARTÍCULOS

CONSTITUCIÓN DE LA REPÚBLICA DEL ECUADOR

Derechos de las comunidades, pueblos y nacionalidades

Art. 56. Las comunidades, pueblos y nacionalidades indígenas, el pueblo afro ecuatoriano, el pueblo montubio y las comunas forman parte del Estado Ecuatoriano, único e indivisible.

La Constitución señala que en el **Art. 57**

Se reconoce y se garantiza a las comunas, comunidades, pueblos y nacionalidades indígenas, de conformidad con la constitución y con los pactos, convenios, declaraciones, mantener, desarrollar y fortalecer libremente su identidad, sentido de pertenencia. Tradiciones ancestrales y formas de organización social. Conservar los patrimonios en participación activa de los recursos de las Comunidades.

LEY PARA EL DESARROLLO DE LA ACTIVIDAD TURISTICA

Art. 1.- Ámbito de la aplicación

La presente ley constituye el marco legal para el desarrollo y regulación de la actividad turística.

Art. 2.- Principios

Son principios básicos de la actividad turística:

Estimular el desarrollo de la actividad turística, como un medio para contribuir al crecimiento económico y el desarrollo social del país.

Establecer el uso turístico racional y sostenible del Patrimonio Cultural y Natural de la nación.

Promover la competitividad de los productos turísticos nacionales fomentando el desarrollo de la infraestructura, la calidad de los servicios para la adecuada satisfacción de los usuarios.

Art. 4.- Objetivos de la Política estatal

Son los objetivos de la política del estado en materia turística:

Establecer las condiciones necesarias para el desarrollo del turismo sostenible a través del mantenimiento de un producto turístico competitivo.

Proteger al turista

Dotar la infraestructura básica para el desarrollo de los recursos turísticos, en concordancia con las disposiciones específicas de la materia.

Garantizar la libre iniciativa privada para el desarrollo de infraestructura complementaria y para la prestación de servicios turísticos.

Fomentar la conciencia turística.

PLAN NACIONAL DEL BUEN VIVIR

Implementar las modalidades de la prestación de los bienes y servicios públicos que definan la participación del estado, del sector privado y de la economía popular y solidaria y garantice el cumplimiento de derechos.

Entre las políticas y lineamientos del proyecto se considera promover la inclusión social y económica generando las condiciones de equidad, donde se puede fortalecer al sector público y popular, generando el desarrollo de las actividades productivas y para satisfacer las necesidades de la población

1.5.1. Constitución de la República del Ecuador

Según la Constitución del Ecuador (2008) en el título III de los derechos económicos, sociales y culturales, sección segunda del trabajo Art. 35, declara que el trabajo es un derecho social y que el Estado garantiza el respeto a esta dignidad.

Todos los seres humanos tienen derecho a un trabajo digno, remuneración justa, las empresas públicas como las privadas, tiene la necesidad del reclutamiento de mano de obra, el elemento humano para poder brindar ese producto o servicio. Es responsabilidad de las mismas, cumplir sus obligaciones patronales y a través de esto aporta al crecimiento económico de la patria y el engrandecimiento de sus familias.

1.5.2. Ley de Turismo (2014)

En el capítulo I de las generalidades, Art. 3

indica:

Que son principios de las actividades turísticas, las iniciativas de comunidades que hagan de sus costumbres y tradiciones, turismo y prestación de servicios bajo los términos de la ley.

En el capítulo II de las actividades turísticas Art. 5 establece que, los alojamientos y servicios de alimentos y bebidas son consideradas actividades turísticas ya que se dedican a la prestación remunerada de modo habitual para obtener un beneficio económico

Art.8, Para el ejercicio de las actividades turísticas se debe tener registro del mismo y la licencia anual de funcionamiento

En el capítulo VII de los incentivos y beneficios en general, el Art. 26 explica que, las personas naturales o jurídicas que presenten proyectos turísticos y que sean aprobados por el Ministerio de Turismo gozarán de incentivos como la exoneración de impuestos y tributos, además de créditos en instituciones financieras.

En esta ley garantiza el desarrollo de proyectos que emprendan los microempresarios con alcances del desarrollo turístico, que se beneficien así mismos y al entorno donde se encuentren situados.

1.5.3. El "Plan Nacional de Desarrollo 2017-2021 Toda una Vida" de Ecuador En su Objetivo 1 está: Garantizar una vida digna con iguales oportunidades para todas las personas. Es un precedente a nivel nacional, se apoya de manera organizada y sistemática todas las formas y modalidades de actividades económicas y con mayor énfasis a las economías popular y solidaria con créditos de inversión para mejorar sus emprendimientos, exoneraciones fiscales y otras medidas que

coadyuvan al crecimiento y desarrollo económicos de las comunidades.

Este objetivo aporta a los negocios de alimentos y bebidas.

Objetivo 4: Consolidar la sostenibilidad del sistema económico social y solidario, y afianzar la dolarización.

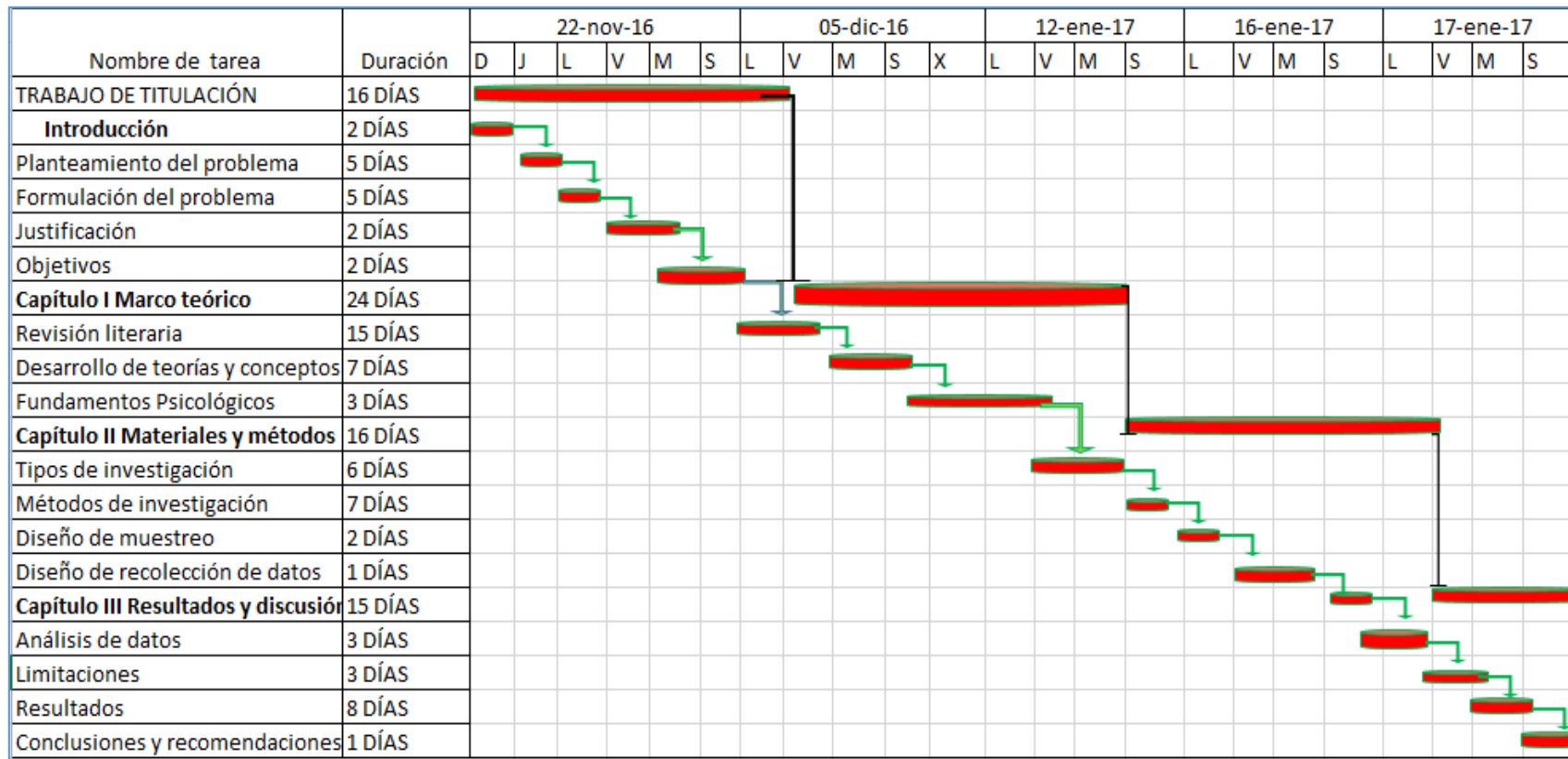
Los objetivos son claros, el gobierno actual busca la manera de erradicar la pobreza, es por esta razón que se ha tomado como referencia estos dos objetivos, para relacionarlos con la realidad de la Comuna San Pablo y su aporte a este proyecto de investigación.

Presupuesto

DESCRIPCIÓN.	VALOR UNITARIO.	VALOR TOTAL.
Materiales.		
Impresiones.	0,1	125
Resma de papel FA4	5	25
Equipos.		
Computadora.	\$900,00	900
Pendrive.	\$10,00	10
Internet.	\$25,00	100
Recurso Humano		
Refrigerios		150
Movilización		300
Total		1610

ELABORADO POR: Jefferson Juan Tigrero Del Pezo

Cronograma



ELABORADO POR: Jefferson Juan Tigero Del Pezo