



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA AGROPECUARIA DE MANABÍ

MANUEL FÉLIX LÓPEZ

CARRERA DE INGENIERÍA EN TURISMO

**TESIS PREVIA LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERO
EN TURISMO**

TEMA:

**ESTUDIO DE MERCADO PARA LA CONSTRUCCIÓN DE UN
RESORT QUE FOMENTE EL DESARROLLO TURÍSTICO RURAL
EN EL CANTÓN CHONE**

AUTORAS:

**ROSA ELVIRA CHÁVEZ ROCA
PAOLA DEL ROCIO SOLÓRZANO CHAMPAN**

TUTOR:

MBA. GILBERTO BLANCO GONZÁLEZ

CALCETA, JUNIO 2017

DERECHOS DE AUTORÍA

Rosa Elvira Chávez Roca y Paola del Rocio Solórzano Champan, declaran bajo juramento que el trabajo aquí descrito es de nuestra autoría, que no ha sido previamente presentado para ningún grado o calificación profesional, y que hemos consultado las referencias bibliográficas que se incluyen en este documento.

A través de la presente declaración cedemos los derechos de propiedad intelectual a la Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí Manuel Félix López, según lo establecido por la Ley de Propiedad Intelectual y su reglamento.

.....

ROSA E. CHÁVEZ ROCA

.....

PAOLA DEL R. SOLORZANO CHAMPAN

CERTIFICACIÓN DE TUTOR

Gilberto Blanco González, certifica haber tutelado la tesis **ESTUDIO DE MERCADO PARA LA CONSTRUCCIÓN DE UN RESORT QUE FOMENTE EL DESARROLLO TURÍSTICO RURAL EN EL CANTÓN CHONE**, que ha sido desarrollada por Rosa Elvira Chávez Roca y Paola del Rocio Solórzano Champan, previa la obtención del título de Ingeniero en Turismo, de acuerdo al **REGLAMENTO PARA LA ELABORACIÓN DE TESIS DE GRADO DE TERCER NIVEL** de la Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí Manuel Félix López.

.....

MBA. GILBERTO BLANCO GONZÁLEZ

APROBACIÓN DEL TRIBUNAL

Los suscritos integrantes del tribunal correspondiente, declaran que han **APROBADO** la tesis, **ESTUDIO DE MERCADO PARA LA CONSTRUCCIÓN DE UN RESORT QUE FOMENTE EL DESARROLLO TURÍSTICO RURAL EN EL CANTÓN CHONE**, que ha sido propuesta, desarrollada y sustentada por Rosa Elvira Chávez Roca y Paola del Rocio Solórzano Champan, previa la obtención del título de Ingeniero en Turismo, de acuerdo al **REGLAMENTO PARA LA ELABORACIÓN DE TESIS DE GRADO DE TERCER NIVEL** de la Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí Manuel Félix López.

.....
Mg. JHONNY BAYAS ESCUDERO

.....
Mg. YAMIL DOUMET CHILÁN

.....
M Sc. RODNEY ALFONSO ALFONSO

AGRADECIMIENTO

A la Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí Manuel Félix López que nos dio la oportunidad de una educación superior de calidad y en la cual hemos forjado nuestros conocimientos profesionales día a día.

A Dios que nos dio la fuerza y fé necesaria para culminar con éxito lo que parecía imposible.

A nuestros padres por el apoyo incondicional, cariño y comprensión.

Al MBA Gilberto Blanco, tutor de nuestra tesis, por guiarnos y el apoyo brindado en el cumplimiento de este trabajo

A todas aquellas personas, que de una u otra manera nos brindaron su apoyo cuando más lo necesitábamos.

.....

ROSA E. CHÁVEZ ROCA

.....

PAOLA DEL R. SOLORZANO CHAMPAN

DEDICATORIA

Al culminar esta etapa de mi vida mi dedicatoria va dirigida a cada una de las personas que estuvieron en cada momento brindándome su apoyo.

A Dios por ser mi guía, por haberme ayudado y culminar con éxito otra etapa de mi vida.

A mi padre Manuel por ser mi ejemplo a seguir, por demostrarme que cuando uno quiere y se propone algo se logra. Gracias por brindarme el apoyo necesario que requería, por tenerme tanta paciencia y ayudarme cuando más lo necesitaba, gracias por confiar en mí.

A mi madre Vicenta por ser una madre maravillosa y enseñarme que a pesar de cada obstáculo que presente siempre se puede salir adelante como familia.

A ellos en general por darme las fuerzas necesarias para seguir adelante, por estar siempre pendiente de mí y de mis logros alcanzados. Este logro también es de ustedes, Gracias.

A mis amigos, quienes aportaron con sus consejos y conocimientos, a Paola del Rocio por ser la compañera en este logro obtenido.

.....

ROSA E. CHÁVEZ ROCA

DEDICATORIA

Esta dedicatoria va dirigida a cada una de las personas que me brindaron su apoyo incondicional y poder lograr estar aquí en esta etapa final de mi estudio universitario.

A Dios por ser mi guía y darme fuerza y vida todos los días, por mantenerme segura y por no dejarme vencer de obstáculos y pruebas de la vida.

A mis padres por apoyarme siempre que lo he necesitado, gracias a Dios que los ha mantenido con vida a los dos y puedan ver realizado este logro.

A mis hijos por ser un motivo más de fuerza y perseverancia, por el sacrificio que implica salir adelante con una familia.

A toda mi familia en general por las palabras de fuerza, por el apoyo brindado en los momentos de mi vida y por los consejos que me han brindado.

A mis amigos, quienes aportaron con su apoyo y conocimientos, a Rosa Chávez por ser mi compañera en este logro obtenido y culminar juntas esta etapa.

.....
PAOLA DEL R. SOLÓRZANO CHAMPAN

CONTENIDO GENERAL

| | |
|--|-----|
| DERECHOS DE AUTORÍA..... | ii |
| CERTIFICACIÓN DE TUTOR..... | iii |
| APROBACIÓN DEL TRIBUNAL | iv |
| AGRADECIMIENTO | v |
| DEDICATORIA | vii |
| RESUMEN..... | xi |
| ABSTRACT | xii |
| CAPÍTULO I. ANTECEDENTES | 1 |
| 1.1.PLANTEAMIENTO Y FORMULACIÓN DEL PROBLEMA..... | 1 |
| 1.2.JUSTIFICACIÓN..... | 4 |
| 1.2.1.JUSTIFICACIÓN TEÓRICA | 4 |
| 1.2.2.JUSTIFICACIÓN PRÁCTICA..... | 4 |
| 1.2.3.JUSTIFICACIÓN SOCIOECONÓMICO: | 4 |
| 1.2.5.JUSTIFICACIÓN LEGAL: | 5 |
| 1.3.1. OBJETIVO GENERAL | 7 |
| 1.3.2.OBJETIVOS ESPECÍFICOS | 7 |
| 1.4.IDEAS A DEFENDER | 7 |
| CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO..... | 8 |
| 2.1.PLANIFICACIÓN | 8 |
| 2.2.MERCADO TURÍSTICO | 9 |
| 2.3.ESTUDIO DE MERCADO..... | 9 |
| 2.3.1.OFERTA | 10 |
| 2.3.2.DEMANDA..... | 11 |
| 2.4.ALOJAMIENTO | 14 |
| 2.5.RESORT..... | 15 |
| 2.6.RESTAURACIÓN | 16 |
| 2.7.OPERADORAS TURÍSTICAS..... | 17 |
| 2.8.COMPETENCIA..... | 17 |
| 2.9.DESARROLLO TURÍSTICO RURAL | 18 |
| 2.10.ESPACIO TURÍSTICO PARA EL DESARROLLO RURAL..... | 19 |
| 2.11.DESARROLLO RURAL | 20 |
| 2.12.COMPETITIVIDAD | 20 |
| 2.13.EMPRENDIMIENTO TURÍSTICO..... | 21 |
| 2.14.MERCADO TURÍSTICO PARA EL RESORT..... | 22 |

| | |
|--|----|
| CAPÍTULO III. DESARROLLO METODOLÓGICO | 23 |
| DESCRIPCIÓN DEL PROCEDER METODOLÓGICO | 26 |
| FASE 1: DIAGNÓSTICO SITUACIONAL DEL ENTORNO..... | 26 |
| FASE 2: ANÁLISIS DE LA OFERTA, DEMANDA Y COMPETENCIA | 26 |
| FASE 3: APORTE SOCIAL Y ECONÓMICO DE LA PROPUESTA | 27 |
| CAPITULO IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN..... | 28 |
| 4.FASE I | 28 |
| DIAGNÓSTICO SITUACIONAL | 28 |
| 4.1.2.ACTIVIDAD 1.- GENERALIDADES DEL CANTÓN CHONE | 29 |
| B)SECTOR PRODUCTIVO..... | 29 |
| C)ACTIVIDAD AGRÍCOLA..... | 29 |
| D)GANADERÍA..... | 30 |
| 4.1.3.ACTIVIDAD 2.- DETERMINACIÓN DE LOS ATRACTIVOS TURÍSTICOS. | 31 |
| 4.1.4.ACTIVIDAD 3.- ANÁLISIS DEL SITIO..... | 32 |
| 4.2. FASE II: ANÁLISIS DE LA OFERTA, DEMANDA Y COMPETENCIA | 33 |
| 4.2.1. ACTIVIDAD 4.- OFERTA TURÍSTICA EXISTENTE EN EL CANTÓN CHONE. 33 | |
| 4.1.5.ACTIVIDAD 5.- ESTUDIO DE LA DEMANDA TURÍSTICA EXISTENTE PARA EL TURISMO EN EL CANTÓN CHONE..... | 40 |
| 4.2.ACTIVIDAD 6.- ESTUDIO DE LA COMPETENCIA EN EL ALOJAMIENTO TURÍSTICO. | 48 |
| 4.3.1.COMPETENCIA DIRECTA | 48 |
| 4.3.2.COMPETENCIA INDIRECTA..... | 49 |
| 4.4.FASE III: DETALLAR EL APORTE SOCIAL Y ECONÓMICO DE LA PROPUESTA..... | 51 |
| ACTIVIDAD 7.- FACTIBILIDAD SOCIAL..... | 51 |
| ACTIVIDAD 8.- FACTIBILIDAD ECONÓMICA..... | 53 |
| CAPITULO V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES | 55 |
| 5.1.CONCLUSIONES | 55 |
| 5.2.RECOMENDACIONES | 56 |
| BIBLIOGRAFÍA..... | 57 |
| | 61 |
| ANEXOS..... | 61 |

CONTENIDO DE CUADROS, GRÁFICOS Y FIGURAS

CONTENIDO DE CUADROS

| | |
|---|----|
| Cuadro 3.1. Matriz conceptual..... | 24 |
| Cuadro 3.2. Estructuración del diseño metodológico..... | 25 |
| Cuadro 4.1. Cultivos producidos en el cantón Chone..... | 29 |
| Cuadro 4.2. Actividades más importantes del cantón..... | 30 |
| Cuadro 4.3. Atractivos turísticos de Chone por orden de importancia..... | 31 |
| Cuadro 4.4. Recursos turísticos del cantón Chone con sus respectivos servicios y actividades..... | 37 |
| Cuadro 4.5. Establecimientos de hospedajes del cantón Chone, registrados en el catastro turístico 2016..... | 39 |
| Cuadro 4.6. Establecimientos de hospedajes no registrados del cantón Chone..... | 39 |
| Cuadro 4.7. Establecimientos de hospedaje del cantón Chone..... | 48 |
| Cuadro 4.8. Análisis de la matriz de perfil competitivo..... | 50 |

CONTENIDO DE GRÁFICOS

| | |
|--|----|
| Gráfico 3.1. Determinación de género de los turistas..... | 41 |
| Gráfico 3.2. Edad de los encuestados..... | 42 |
| Gráfico 3.3. Cuál es el motivo de su visita en el cantón Chone..... | 43 |
| Gráfico 3.4. Cuantos días le gustaría permanecer en el cantón Chone..... | 43 |
| Gráfico 3.5. Qué servicio le gustaría que ofrezca el lugar donde se va a hospedar..... | 44 |
| Gráfico 3.6. Usted considera atractivo visitar algunos de los lugares que se mencionan a continuación..... | 45 |
| Gráfico 3.7. ¿Le gustaría hospedarse en un Resort?..... | 46 |

CONTENIDO DE FIGURAS

| | |
|---|----|
| Figura 2.1. Clasificación de los establecimientos de alojamiento turístico..... | 6 |
| Figura 2.2. Hilo conductor del marco teórico..... | 8 |
| Figura 2.3. Elementos de la demanda..... | 12 |
| Figura 3.1. Análisis de la metodología..... | 23 |
| Figura 3.8. Perfil del posible visitante..... | 47 |

CONTENIDO DE FOTOS

| | |
|-----------------------------------|----|
| Foto 4.1.4. Lugar de estudio..... | 32 |
|-----------------------------------|----|

RESUMEN

La presente investigación tiene como objetivo general desarrollar un estudio de mercado para la construcción de un resort que fomente el desarrollo turístico rural del cantón Chone; La metodología utilizada se fundamentó en el análisis del criterio de cuatro autores, Vela (2012), Espinoza (2013), Fassler (2013), Salazar y Yáñez (2014); realizando como primera fase un diagnóstico situacional de las generalidades, antecedentes, atractivos y características de los alojamientos turísticos, a su vez recopilando información de las diferentes actividades que se desarrollan en dicha región, desde la actividad agrícola y sus principales productos; la actividad ganadera, y el comercio que se ubica en el tercer renglón económico del territorio manabita. La segunda fase consiste en el análisis de la oferta, demanda y competencia en el que se determinó las preferencias del turista, se evaluó los diferentes alojamientos turísticos del cantón y de las regiones próximas al mismo, a su vez se identificaron los gustos y exigencias de los visitantes, obteniéndose como resultado que la demanda está direccionada a clientes nacionales; como tercera y última fase se diseñó el mix del marketing del producto en el que se planteó estrategias de promoción y publicidad, el posicionamiento del logo y del slogan, además del precio y los diferentes canales de distribución y promoción para sustentar el presente trabajo. En base a los resultados obtenidos en la encuesta se pudo constatar que hay una aceptación del 83% de turistas los que creen que es factible la creación de un Resort en el cantón Chone.

PALABRAS CLAVES: Estudio de mercado, metodología, demanda, competencia, oferta, mix del marketing.

ABSTRACT

The present research has as general goals to develop a market study for the construction of a resort that foments the rural tourism development of the canton Chone; The methodology used was based on the analysis of the criteria about four authors, Vela (2012), Espinoza (2013), Fassler (2013), Salazar and Yáñez (2014); Carrying out as a first phase a situational diagnosis of the generalities, antecedents, attractions and characteristics of the tourist accommodation, in turn gathering information of the different activities that are developed in that region, from the agricultural activity and its main products; The livestock activity, and the trade that is located in the third economic area of the Manabí territory. The second phase consists of the analysis of the supply, demand and competition in which the preferences of the tourist were determined, the different tourist accommodations of the canton and of the regions close to it were evaluated, in turn the tastes and requirements of The visitors, obtaining as a result that the demand is directed to national clients; As a third and final phase, the product marketing mix was designed in which promotion and publicity strategies were proposed, the positioning of the logo and the slogan, as well as the price and different distribution and promotion channels to support the present work. Based on the results obtained in the survey it was found that there is an acceptance of 83% of tourists who believe that it is feasible to create a Resort in the Chone canton.

KEY WORDS: Market study, methodology, demand, competence, offert, marketing mix.

CAPÍTULO I. ANTECEDENTES

1.1. PLANTEAMIENTO Y FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

El legado cultural Ecuatoriano es resultado de una simbiosis producida por varios procesos de aculturación a lo largo de la historia, dando origen a una gran variedad de expresiones propias a nivel nacional, que se visualizan de forma material e inmaterial y que adquirió un valor añadido en cada región o cantón de la nación.

Hoy por hoy, en el Ecuador se ha catalogado al eje turístico como una oportunidad importante de dinamización para la economía del país, es así que en el Plan Nacional del Buen Vivir 2013-2017, establece que el turismo es uno de los sectores prioritarios para la atracción de inversión nacional y extranjera, siempre y cuando no desplace las iniciativas locales y en concordancia con la Constitución de la República se establezcan propuestas que reconozcan los derechos de la naturaleza y las bases para un desarrollo sostenible (MINTUR 2015).

Como contraste de lo anteriormente planteado en el País existe déficit en la oferta de hospedaje; por esta razón en determinadas ocasiones como feriados, fines de semanas y fines de años, no hay capacidad para la demanda, lo cual genera ofertas débiles y poco apetecibles para el mercado.

Por lo analizado anteriormente es necesario buscar el desarrollo de nuevos productos, la creación de instalaciones de ocio, la formación y la cualificación de los servicios, desarrollar líneas de investigación y análisis que contemplen las características de la oferta, la demanda y que contribuyan a desvelar las necesidades y exigencias de los turistas y a realizar una aproximación a las tendencias en el sector turístico del nuevo milenio.

En el documento de planificación PLANDETUR 2020, el Ecuador dispone de un potencial turístico inigualable a nivel mundial, por su diversidad, su naturaleza y sus culturas las que ofrecen oportunidades que han sido muy poco aprovechadas o que están siendo explotadas por pocas personas y empresas,

como por ejemplo la creación de centros de hospedaje comunitarios y Resort en los cuales se brinden servicios diferenciados. Es necesario tener presente que el potencial turístico resulta afectado cuando se desarrollan proyectos gigantescos y que no se enfocan en el criterio del posible visitante, y que no resultan atractivos para el tipo de demanda existente.

La Provincia de Manabí cuenta con infraestructura hotelera, pero por el desconocimiento de las necesidades y exigencias del turista, hay lugares que no están completamente estructurados para brindar un servicio de calidad. El servicio de alojamiento es el componente principal para el desarrollo del turismo y en la provincia de Manabí se puede encontrar una vasta gama de ofertas hoteleras con diferentes características y con servicios dirigidos a diferentes targets, pero también se ve influenciado por la deficiente gestión y administración hotelera, lo que lleva a perder la calidad en el servicio brindado, además de un escaso crecimiento en la planta hotelera lo que conlleva a un análisis y estudio de sus verdaderas necesidades.

Según Marrero, *et al*; (2015) citados por Ganchozo y Loor (2015), el estudio de mercado es el conjunto de acciones que se ejecutan antes de ofrecer un producto o servicio, siendo esa la razón por la que se estudia la oferta y la demanda, que se basan en el análisis de las necesidades dentro del territorio.

Las nuevas tendencias de servicios, diseños, análisis de ventas, imagen, y los canales de distribución del mismo, todo esto se da con el objetivo de tener una visión clara de las características del producto o servicio que se quiere introducir en el mercado, junto a ello se establece la política de precios y de comercialización y a través de lo mencionado anteriormente se puede llegar a conocer si las actividades turísticas realizadas dentro de la comunidad tendrán aceptación o no.

Es importante mencionar que existen diversas problemáticas en cuanto al proceso del estudio de mercado, ya que constituye una actividad clave para determinar diversos factores en cuanto al mercado, la oferta, la demanda, y la competencia; además de componer la acción más desarrollada en el proceso de planificación turística. Otro aspecto a tener en cuenta en el estudio de

mercado es el inadecuado uso de herramientas, como por ejemplo las encuestas, donde se aprecia la falta de objetividad por parte de los investigadores solo con el afán de obtener resultados favorables aun obteniéndose resultados negativos, presentándose el punto de quiebre de los emprendimientos, de los centros de alojamientos, entre otros.

Chone sin duda es un sitio ideal para el desarrollo del turismo local, pero carece de ideas e iniciativas del sector público, como del sector privado para crear infraestructuras básicas y prestar servicios turísticos.

En el cantón Chone existe una limitada infraestructura turística, siendo insuficiente para asumir los viajeros que se trasladan a este cantón, además el nivel de calidad de las instalaciones dista de cualquier instalación del alojamiento para que el turista se sienta cómodo y por tanto ello pudiera limitar el movimiento turístico en el cantón, evaluándose esto en la categorización y clasificación registrada en el catastro nacional de Ecuador 2016 en el que se refleja que los alojamientos turísticos existentes en el territorio oscilan entre segunda y tercera categoría y solo en la tipología de hostales.

En el cantón también existen otros alojamientos (al menos dos) que no están registrados por lo que no se conoce de acuerdo a lo legislado, cuales son las características que poseen, pudiendo ser esto un factor de depreciación de la calidad en la percepción de los viajeros. Por otra parte no constan estudios precedentes que sustenten las características o perfil del turista que arriba al cantón que arrojen elementos sobre la conformidad con los alojamientos existentes; a tal efecto se realiza el siguiente planteamiento del problema científico.

¿Si se realiza un estudio de mercado se podrá determinar la factibilidad para la creación de un Resort que fomente el desarrollo turístico rural en el cantón Chone?

1.2. JUSTIFICACIÓN

1.2.1. JUSTIFICACIÓN TEÓRICA

El análisis de documentos que permitan la comprensión de temáticas representa un sustento teórico para esta investigación y es necesario utilizar fuentes bibliográficas, es por ello que la determinación de los preceptos teóricos constituyen un respaldo para la implementación de la propuesta de desarrollo turístico, ya que por su argumentación se tendrá un conocimiento concreto de los temas a ser tratados dentro de la investigación y una vez culminada la misma serviría de respaldo para investigaciones en un futuro.

1.2.2. JUSTIFICACIÓN PRÁCTICA

El propósito de elaborar un estudio de mercado para la construcción de un resort que fomente el desarrollo turístico rural en el cantón Chone, se justifica ya que la propuesta busca promover e impulsar el turismo enfocándose en las nuevas alternativas turísticas sostenibles, sugiriendo actividades hoteleras diferenciadas, de diversificación y por ende el involucramiento de los habitantes circundantes al área de estudio, contribuyendo en la dinamización socioeconómica, medioambiental del sector, los recursos naturales de una manera sustentable con el respaldo de las organizaciones locales como la Junta parroquial, y el GAD del cantón Chone.

De igual manera el crecimiento de la planta hotelera del cantón aumentaría el nivel de satisfacción de los visitantes que necesiten alojamientos en el tiempo de estancia y recreación.

1.2.3. JUSTIFICACIÓN SOCIOECONÓMICO:

La propuesta de crear un Resort en el cantón Chone contribuirá con el desarrollo de la Provincia de Manabí, generando fuentes de empleo para los moradores y cantones aledaños, esto creará un mayor flujo de ingreso económico no solo en Chone sino a sus cantones vecinos.

Con esta propuesta se plantea darles a las personas una oportunidad de trabajo, y poder lograr un desarrollo social y económico; a su vez el turismo

contribuye a mejorar la calidad de vida. Al implementarse esta propuesta el área en la que se pretende trabajar que es eminentemente rural será favorecida, ya que se abrirán nuevas fuentes de empleo, se dará a conocer el lugar y hacerlo turísticamente visitado.

El alojamiento turístico es un eficiente motor del desarrollo económico, capaz de generar empleo, modernizar o construir infraestructuras, impulsar otras actividades productivas, revalorizar los recursos autóctonos o equilibrar balanzas de pagos nacionales. Por ello el impacto económico de la propuesta de investigación no es despreciable sino más bien catalizador de la economía del territorio.

1.2.4. JUSTIFICACIÓN AMBIENTAL

La actividad turística está relacionada con la calidad ambiental del entorno en el que se desarrolla cada una de las actividades, una empresa directamente no vende solo servicio, alojamiento o servicio de restauración, va mucho más allá de la calidad y el precio. En estos últimos tiempos el turista ya no solo se fija en la calidad del servicio que se le esté brindando sino en el paisaje, el ecosistema variado, en el clima y en el patrimonio natural y cultural que exista.

Es por eso que con la implementación de este resort se trabajará en la protección del entorno y preservación de la flora existente dentro del área planteada para la ejecución de esta propuesta, puesto que uno de los principales recursos es el ambiente natural con la que cuenta, es así que se busca cuidar el área. Una vez ejecutada la propuesta se desarrollaran estrategias de mitigación de impactos para darle a este tipo de alojamiento turístico una mejor apariencia.

1.2.5. JUSTIFICACIÓN LEGAL

Este trabajo se justifica legalmente ya que toda actividad turística para poder desarrollarse se rige a una ley, en este caso la Ley de Turismo, la cual tiene como objeto proteger el desarrollo, la promoción y la regulación del sector turístico, teniendo en cuenta derechos y obligaciones para los prestadores de

servicio turístico e usuarios, mediante la cual puedan ejercer dicha actividad turística.

Respaldándose así esta investigación en el análisis de varios artículos de la Ley de Turismo, tales como: el **Art. 3.-** Principios de la actividad turística, **Art. 4.-** La política estatal con relación al sector del turismo- **capítulo II, Art. 5.-** Se consideran actividades turísticas

Clasificación y categorización de establecimientos de alojamientos turísticos, según lo estipulado en el reglamento o suplemento oficial de alojamientos turístico (2015) que rigiéndose a estas normativas específicas toda actividad turística pueda desempeñarse como tal en cualquier área destinada para el sector turístico. En la figura 2.1 se muestra la clasificación y categorización de los establecimientos de alojamientos turísticos.

| Clasificación del establecimiento de alojamiento turístico | | Categorías asignadas |
|--|----|---------------------------|
| Hotel | H | 2 estrellas a 5 estrellas |
| Hostal | HS | 1 estrella a 3 estrellas |
| Hostería | HT | 3 estrellas a 5 estrellas |
| Hacienda Turística | HA | 3 estrellas a 5 estrellas |
| Lodge | L | 3 estrellas a 5 estrellas |
| Resort | RS | 4 estrellas a 5 estrellas |
| Refugio | RF | Categoría única |
| Campamento turístico | CT | Categoría única |
| Casa de huéspedes | CH | Categoría única |

Figura 2.1. Clasificación de los establecimientos de alojamiento turístico.

Fuente MINTUR (2015)

13. OBJETIVOS

1.3.1. OBJETIVO GENERAL

Desarrollar un estudio de mercado para la construcción de un resort que fomente el desarrollo turístico rural del cantón Chone.

1.3.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Diagnosticar la situación actual del área de estudio que permita determinar los atractivos turísticos y las características del alojamiento en el cantón Chone y alrededores.
- Determinar el procedimiento metodológico para el estudio de mercado que fomente el desarrollo turístico rural en el cantón Chone.
- Definir la factibilidad económica y social de la propuesta.

1.4. IDEAS A DEFENDER

Si se realiza un estudio de mercado para la creación de un resort fomentará el desarrollo turístico rural en el cantón Chone.

CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO

En este capítulo se exponen los principales criterios del marco teórico, los cuales sirven como sustento de la investigación. A continuación se muestran los conceptos utilizados (Figura 2.2).

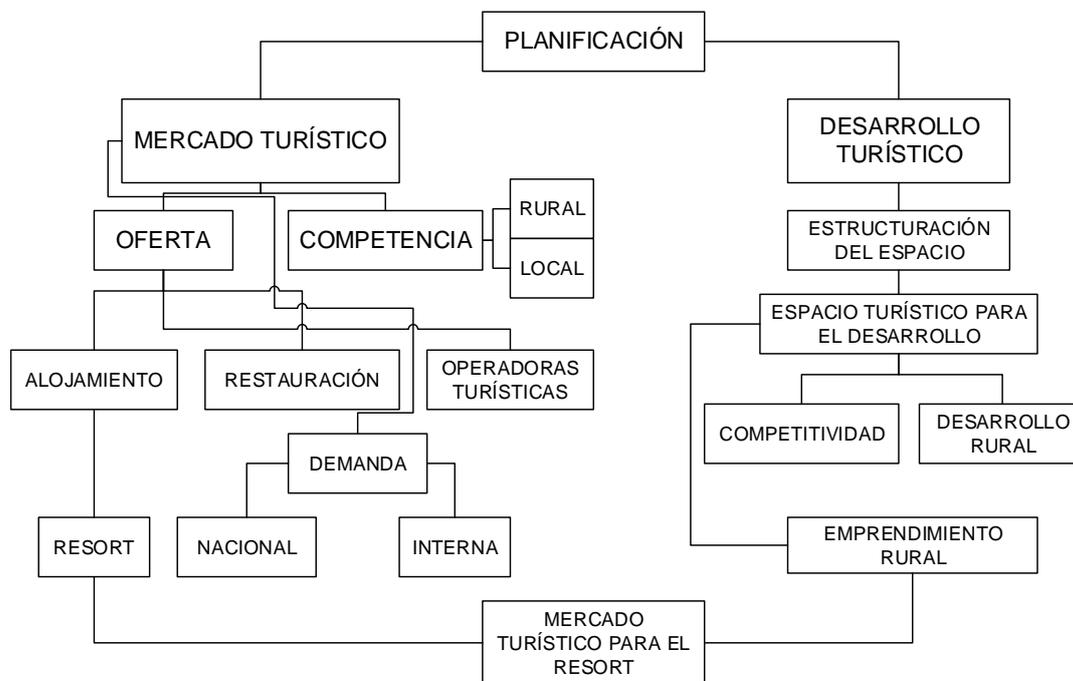


Figura 2.2. Hilo conductor del marco teórico.

Fuente: Elaborado por las autoras.

2.1. PLANIFICACIÓN

La planificación en la actualidad suele ser el término más utilizado para hablar de proyección y de beneficios a largo plazo, en el turismo la planificación también forma parte esencial dentro del proceso de gestión turística, es por ello que Rivas (2014) manifiesta que en este siglo XXI todo espacio geográfico que posea un potencial para el desarrollo de la actividad turística debe estar sujeto a una adecuada planificación siendo esta la política que permita ordenar, regular, desarrollar, promocionar y controlar las distintas actividades turísticas, implementado estrategias orientadas al buen uso y manejo de los recursos naturales y culturales de una región.

También cabe resaltar que la actividad o la acción de planear se encuentra de forma constante en cualquier actividad cotidiana, pero es por esa constancia

del término que surge la necesidad de desarrollar de forma más técnica la acción de planificación dejando a un lado métodos empíricos, aplicando métodos y herramientas de planificación que tengan un sustento real y generen beneficios; es por esto que Rivas (2014) cita que todo ello conlleva el diseño de una detallada planificación que impulse el desarrollo turístico en el país o en la región, y esto puede plantearse para distintos niveles jurisdiccionales o para distintos ámbitos sectoriales.

2.2. MERCADO TURÍSTICO

Los componentes que engloban la actividad turística son muy amplios, y es que el turismo por ser un fenómeno multidisciplinario se enfoca en el uso de un sin número de sistemas que hacen posible el desarrollo de la actividad como es el mercado turístico, el cual según Kotler (1996) es el lugar donde se desarrollan todo tipo de actividades y está compuesto por la demanda, la oferta y la competencia.

Kotler (1996) también indica que un mercado turístico está formado por todos los clientes potenciales que comparten una necesidad o un deseo específico y que podrían estar dispuestos a participar de un intercambio que satisfaga esa necesidad o deseo, habiendo con antelación hecho uso del marketing, en la cual la industria constituye la oferta y los compradores del mercado.

Monferrer (2013) originalmente el término de mercado se utilizó para designar el lugar donde compradores y vendedores se reunían para intercambiar sus bienes. Los economistas adoptaron directamente esta conceptualización, considerando el mercado como el conjunto de compradores y vendedores que intercambian un determinado producto.

2.3. ESTUDIO DE MERCADO

Según Rodríguez *et al* (2013) el mercado se debe comprender no solo con el sentido de hacer una venta, de hablar y vender, sino en el nuevo sentido de satisfacer las necesidades de los clientes. El estudio es generalmente el punto de partida para la evaluación de proyectos, en el cual se analiza la oferta,

demanda y las estrategias comerciales, dentro de las cuales se estudian el producto, el precio, los canales de distribución y la promoción.

2.3.1. OFERTA

De la Torre (1992) citado por Bohórquez y Maridueña (2013) se considera como oferta primordial a los elementos de patrimonio turístico, susceptibles de aprovechamiento y capaces de iniciar por si solos el desplazamiento turístico, mismos que conforman parte del cuarto geográfico o cultural del lugar, a esa oferta primordial se la suele llamar atractivo turístico.

La oferta turística es el conjunto de productos y servicios involucrados activamente en la experiencia turística. Desde un punto de vista técnico la oferta turística está conformada por una oferta primordial, oferta básica y una oferta complementaria.

Mercadeo (2011) la oferta es la cantidad de bienes o servicios que un cierto número de productores o prestadores de servicios están decididos a poner a la disposición del mercado a un precio determinado. El propósito que se busca mediante la oferta es definir y medir las cantidades y condiciones en que se pone a disposición del mercado un bien o un servicio.

Según Sapag (2011) indica que la oferta del mercado corresponde a la conducta de los empresarios, es decir, a la relación entre la cantidad ofertada en producto y su precio de transacción, concordando así con Mediano (2004) citado por Arauz (2010) quienes citan que la oferta se puede definir como el conjunto de bienes y servicios que se pueden comprar por un precio determinado, para su disfrute en un lugar y tiempo concreto, constituyendo una experiencia de viaje completa para el visitante.

Es importante resaltar que Sapag (2011) considera que los elementos que condicionan la oferta son el costo de producción del bien o del servicio, la cantidad de empresas en el sector y el poder adquisitivo de los compradores.

2.3.2. DEMANDA

Olmos y García (2016) definen que la demanda turística puede tener dos interpretaciones dependiendo el contexto así la demanda turística se podrá referir al conjunto de servicios y productos turísticos que se han adquirido o se tienen previsto comprar.

Por otra parte la demanda turística puede expresar el número de consumidores turísticos reales o previstos de este modo se puede definir demanda turística como el conjunto de consumidores que se desplazan y consumen servicios y productos turísticos, motivados por diferentes intereses como el descanso y la cultura.

Para Núñez (2011) citado por Fassler (2013) la demanda es la cantidad de bienes y servicios (o factores) que un comprador puede adquirir y desea hacerlo en un periodo de tiempo dado y a diferentes precios; concordando con Sapag (2011) citado por Pineda (2015) quien cita a la demanda como la búsqueda de necesidades o satisfacciones que tienen los clientes, existen varios factores que inciden en el comportamiento de los mismos como por ejemplo el precio, la calidad, la disponibilidad.

La petición momentánea de los turistas por adquirir bienes o servicios, ya sean estos tangibles o intangibles es parte de la demanda, dicha demanda se da cuando un conglomerado de personas sienten la necesidad de adquirir un producto que se está ofreciendo en el mercado ya sea este local, nacional o extranjero y así satisfacer esa necesidad.

La demanda surge de diferentes formas según lo que desee el turista o según las formas de turismo, dentro de la demanda se encuentran varios elementos dinámicos, elementos estáticos y elementos resultantes; en cuanto a los elementos dinámicos son aquellos que generan el surgimiento de la demanda actual y que se enfoca en un solo personaje que es el turista, ya que es quien le da la dinámica a la demanda, así como el destino, la presión, la capacidad de carga y los impactos del turismo.

Con respecto a los elementos estáticos son aquellos que a pesar de la influencia en los elementos dinámicos no se encuentra fácilmente sujeto a cambio como la característica del turista y la características del destino; y por último los elementos resultantes que es lo que se obtiene de lo analizado en los dos puntos anteriores como los beneficios económicos, físicos y sociales.

A continuación se muestra una imagen del esquema de lo anteriormente analizado según la OMT (1995). (Figura 2.3).

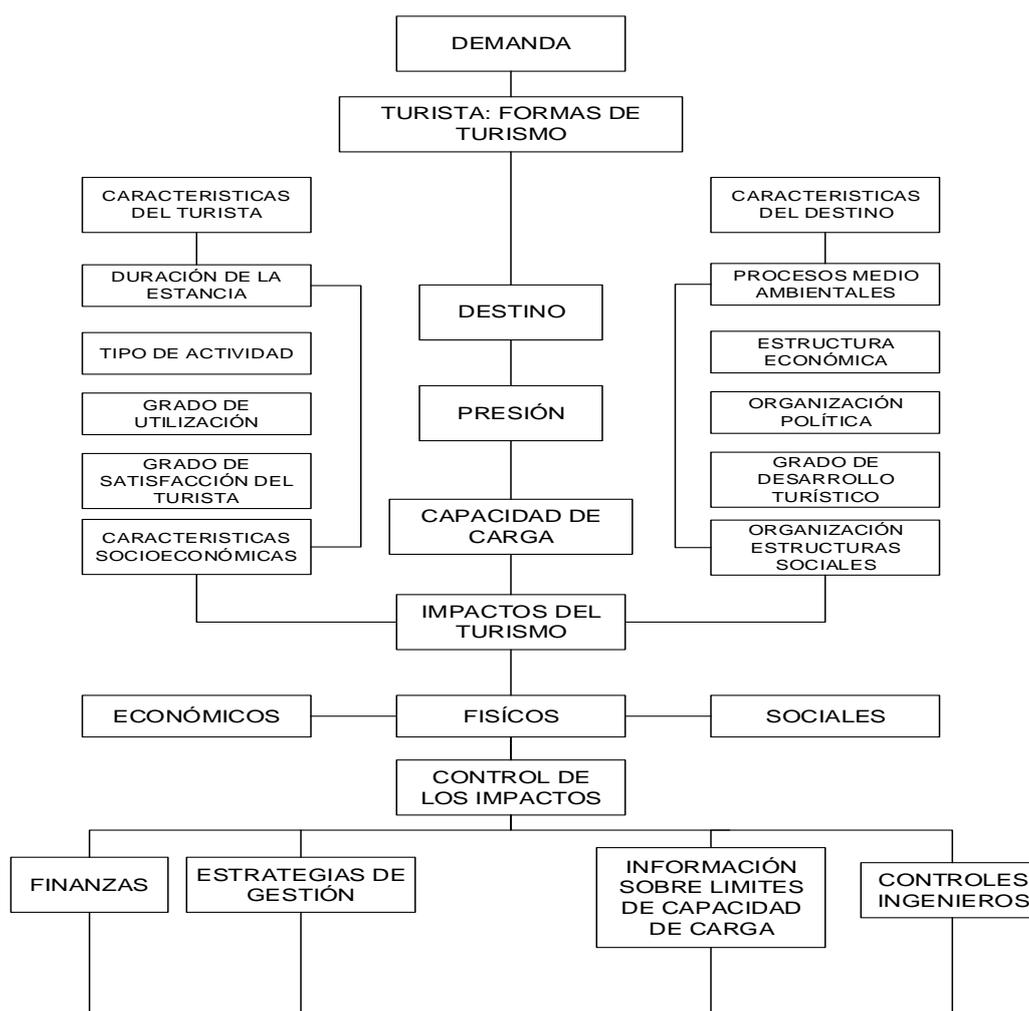


Figura 2.3. Elementos de la demanda.
Fuente: OMT (1995).

2.3.3. PRODUCTO

Según MINCETUR (Ministerio de comercio Exterior y Turismo) (2009) citado por Swisscontact (2014) un producto turístico es un conjunto de componentes tangibles e intangibles que incluyen recursos o atractivos turísticos,

infraestructura, actividades recreativas, imágenes y valores simbólicos para satisfacer motivaciones y expectativas, siendo percibidos como una experiencia turística.

El producto es un bien o servicio que puede ser tangible o intangible el cual es ofertado al mercado para el uso o consumo que podría satisfacer las necesidades que el turista requiere, está conformado por el producto básico, la marca, el empaque, la etiqueta, la calidad y los servicios, todo en conjunto contribuye a satisfacer las expectativas del consumidor.

Mármol y Ojeda (2012) es todo aquello que puede ser ofrecido en un mercado para su compra, utilización y consumo y que puede satisfacer una necesidad y deseo. El concepto de producto no se limita a productos tangibles si no que incluye productos intangibles tales como servicios, destino, actividades experiencias, ideas.

2.3.4. PRECIO

Armstrong et al (2011) afirma que el precio es la cantidad monetaria que los consumidores tienen que pagar para obtener un producto; es decir, que el precio es el que indica el valor que servirá para dar el intercambio del dinero con el bien o servicio.

Precio es un valor monetario que se cobra por el producto o servicio que se oferta; en un sentido más amplio se puede decir que el precio es la suma de valores que el consumidor da a cambio de tener o usar un producto o servicio.

Monferrer (2013) en el sentido más estricto, el precio es la cantidad de dinero que se cobra por un producto o por un servicio, o la suma de todos los valores que los consumidores intercambian por el beneficio de poseer o utilizar productos.

2.3.5. CANALES DE DISTRIBUCIÓN

El término “canal” sugiere un camino por el que circula el flujo de productos o servicios desde su creación en el origen hasta llegar a su consumo o uso en el destino final. En definitiva, el canal es el camino que pone en contacto al productor del servicio con el consumidor final; dentro del marketing turístico los

canales de distribución son la estructura que se forma en un mercado turístico por el conjunto de empresas y organizaciones, con el objetivo principal de facilitar y poner a disposición de los potenciales clientes los productos y servicios, realizando la concreción de la venta, confirmándola y efectuando su cobro, normalmente lejos del lugar donde se suministra el producto. (Mármol y Ojeda, 2012).

Monferrer (2013) el canal de distribución representa cada una de las etapas que componen el recorrido del producto desde el fabricante hasta el consumidor final. En otras palabras, el canal de distribución está constituido por todo aquel conjunto de personas u organizaciones que facilitan la circulación del producto elaborado hasta llegar a manos del consumidor o usuario.

2.3.6. PROMOCIÓN

Aruquipa *et al* (2012) menciona que la promoción o comunicación que realizan los mercadólogos sirve informar, persuadir y recordar a los compradores potenciales de un producto con objeto de influir en su opinión u obtener una respuesta.

La promoción incluye ventas personales, publicidad, promoción de ventas y relaciones públicas. El papel de la promoción en la mezcla de marketing es producir intercambios mutuamente satisfactorios con mercados meta al informar, educar, persuadir y recordarles los beneficios de una organización o producto.

Según Kirchner (2013) y Riscos (2013) la promoción está orientada al corto plazo para buscar resultados inmediatos, entre ellos está aumentar el volumen de las ventas y de reducir pérdidas o introducir al mercado nuevos productos ya sea por temporadas; se utiliza una gran variedad de herramientas para estimular una rápida respuesta del mercado.

2.4. ALOJAMIENTO

Según Villena (2003) citado por Sanisaca (2012) sostiene que alojamiento, es el conjunto de todos aquellos establecimientos comerciales que de forma profesional y habitual, prestan servicios de hospedaje y restauración, ya sean habitaciones o apartamentos, con o sin otros servicios complementarios, y de

acuerdo con las especificaciones que según su localización, determine la legislación vigente en cada país.

Como toda actividad lícita en Ecuador es necesario establecer normativas que direccionen al buen desarrollo de dicha actividad, es por esto que la actividad turística se respalda en procedimientos para cada una de las áreas del sector turístico, así como la normativa de alojamiento turístico en el cual se plasman aspectos como la jerarquización de los centros de alojamiento y con que deben contar para que obtengan una categorización.

Cabe resaltar que para analizar la tipología de los servicios de hospedaje se revisó el Acuerdo 20150024-A (Suplemento del Registro Oficial 465, 24-III-2015) y así tener un respaldo en un documento vigente. El nuevo reglamento de alojamiento turístico del Ecuador busca mejorar la calidad y regular la actividad turística del alojamiento, a su vez se incorporara todos los establecimientos que ofrecen servicio de hospedaje dentro de un sistema que incluye 9 tipologías.

2.5. RESORT

Es importante mencionar que el MINTUR (2015) muestra de manera detallada cuales son las características de los resorts y entre unas de sus principales distintivos es que debe contar con un mínimo de 5 habitaciones y encontrarse en un entorno natural con todas las instalaciones y equipamiento correspondiente.

Por ejemplo uno de los requisitos es contar con espacios específicos destinados para actividades lúdicas, recreativas, culturales y educativas; contar con habitaciones para personas con discapacidad, según las especificaciones de la autoridad competente, ubicadas de preferencia en la planta baja del establecimiento y diferentes tipos de estándar en acomodación (suite presidencial, suite y habitación superior).

Los servicios que se pueden ofrecer dentro del turismo son muy diversos, van desde ofrecer servicios en hoteles de lujo, hasta experiencias al aire libre; es por esto que según el Suplemento Registro oficial N°465 del Gobierno del Ecuador (2015) del nuevo reglamento de alojamiento, dice que el Resort es un

Hotel con infraestructura de ocio y entretenimiento que ofrece servicio de estética, actividades físicas, recreación y convivencia con la naturaleza en el propio emprendimiento.

Cabe resaltar que Barbosa y Ferreira (2012) indican que los resorts son el medio de hospedaje más demandado por las características de los servicios que se ofrece, presentándose como producto predominante de hoteles de ocio y son comercializados por empresas turísticas mayoristas (agencias y operadoras de turismo) como un modelo de producto que ofrece seguridad a los turistas a través de experiencias programadas y aislamiento físico, protegiéndolos de contactos externos “desagradables”.

2.6. RESTAURACIÓN

El servicio de restauración es uno de los servicios más representativos en el turismo, esta prestación ha existido desde mucho antes de que existiera el turismo, ya que es uno de los servicios más importantes para la sociedad que lleva una vida de trabajo constante o para las personas que prefieren dejar el estrés y lo cotidiano, también cabe resaltar que a medida que ha pasado el tiempo.

El mundo se ha globalizado y se han mejorado las técnicas de los servicios de restauración y de atención al cliente. Los restaurantes al igual que los centros de hospedajes forman parte fundamental del sistema turístico, ya que todo está interrelacionado, el turista se hospeda, se alimenta y disfruta de las experiencias y destinos visitados.

Es por esto que la oferta turística es muy abarcadora, puede ir desde ofrecer solo productos gastronómicos o servicios de restauración hasta servicios ecológicos, indicando así la OIT (Organización internacional del trabajo) (2016) que el sector de la hotelería.

La restauración y el turismo es uno de los sectores de la economía mundial que ha experimentado un crecimiento más rápido; también cabe resaltar que García (2003) citado por Lloret (2012) expresa que “Se entiende por restauración, a aquel establecimiento o comercio en el cual se provee a los clientes de un servicio alimenticio de tipo diverso a cambio de un precio. En conclusión un

restaurante llega a ser un espacio público ya que cualquier persona puede acceder a él”.

Según Gosálbez (2011) una vez que se analiza la clasificación y tipos de centros de restauración es necesario analizar la naturaleza de la actividad de la restauración turística siendo este pilar fundamental de la economía de varios países cuyo rubro económico es la de ofertar servicios gastronómicos; la naturaleza de este servicio surge del objetivo de una actividad empresarial, buscando obtener beneficios mutuos o a cambio de una contraprestación económica que también debe satisfacer al consumidor turista.

2.7. OPERADORAS TURÍSTICAS

La operación turística es el enclave del desarrollo del turismo en muchos destinos, saber operar dentro de este fenómeno que se llama turismo juega un papel determinante para quienes se encuentran constantemente involucrados en esta actividad cada vez más exigida y demandada, establecer estrategias oportunas y direccionadas a la realidad de cada destino o recurso es parte de una óptima operación turísticas.

También es importante mencionar que así como la restauración, el hospedaje y la diversión, las operadoras turísticas formar la parte más esencial dentro del sistema turístico ya que son estas las que servirán como intermediarias para ofertar los diferentes servicios y productos al mercado demandante.

Según la OMT (1995) citado por Sancho las operadoras turísticas o los operadores en turismo son aquellos agentes que participan en la actividad turística, generalmente, en calidad de intermediarios entre el consumidor final (el turista, la demanda turística) y el producto turístico (bien o servicio, destino turístico), aunque puede extender su acción intermediadora al resto de la oferta complementaria (restauración, hotel, conjunto de la oferta de alojamiento).

2.8. COMPETENCIA

Mercadeo (2011) menciona que la competencia estudia el conjunto de empresas con las que se comparte el mercado del mismo producto. Para

realizar un estudio de la competencia es necesario establecer quienes son los competidores, cuántos son y sus respectivas ventajas competitivas. El plan de negocios podría incluir una plantilla con los competidores más importantes y el análisis de algunos puntos como descripción del producto o servicio, precios, estructura, procesos, recursos humanos, costes, tecnología, imagen, proveedores, entre otros.

Según Villegas (2009) la competencia es la existencia de empresas que ofertan servicios iguales o similares, por ejemplo en el ámbito turístico la competencia son los hoteles, los restaurantes, las agencias de viajes, las operadoras turísticas, en un mundo donde el turismo ocupa uno de los principales puestos como actividades productivas y generadora de divisas la competencia es bien alta y conlleva a analizar de forma minuciosa el mercado y cuales son y qué tipo es competencia es.

Villegas (2009) en su publicación también analiza el criterio de Beckers (2002) en cuanto a la definición de competencia, para lo cual a continuación se realiza un análisis de la definición de competencia de Beckers citados por Villegas.

Beckers (2002) citado por Villegas (2009) explica que la competencia moviliza diversos recursos al servicio de una acción con finalidad precisa, según esta autora, la competencia es la capacidad que permite al sujeto movilizar, de manera integrada, sus recursos internos (saberes, saber-hacer y actitudes) y externos, a fin de resolver eficazmente una familia de tareas complejas para él; a pesar de que la competencia se encuentra de forma constante en la vida profesional y la vida cotidiana, es necesario saber analizar y estudiar a la competencia para establecer estrategias que generen una ventaja competitiva en el mercado.

2.9. DESARROLLO TURÍSTICO RURAL

Generar un desarrollo turístico en un determinado lugar conlleva una planificación estratégica y tener bien determinado con que segmento de mercado se desea trabajar, además de determinar a través de un estudio que alternativa turística es la más rentable según el área de estudio.

También cabe resaltar que debido a las nuevas características de los turísticos las actividades en vinculación directa con la naturaleza son las más solicitadas, ofrecer servicios de convivencia, de intercambio cultural y aprendizaje suele ser muy llamativo para los turistas.

Como se analizaba en el concepto un Resort es una tipología de alojamiento con características diferenciadas para un mercado cada vez más consciente y con un grado de valoración muy alto, es por esto que la implementación de un Resort puede incidir en el desarrollo de una localidad, estableciendo parámetros o directrices para la realización de las actividades y la prestación de servicios.

El desarrollo rural radica en tratar de mejorar la calidad de vida de la comunidad, tratando de crear pequeños emprendimientos que logren el desarrollo del sector en el que se está trabajando.

Es por esto que la propuesta de un Resort puede fomentar el desarrollo turístico rural del cantón Chone, teniendo así una alternativa factible de desarrollo, sostenibilidad y productividad para el sector en el que se implementara la propuesta, permitiéndole también tener una transformación productiva rural basada en el turismo, fijando un espacio para el desarrollo según la demanda de servicios rurales.

2.10. ESPACIO TURÍSTICO PARA EL DESARROLLO RURAL

Martínez y Rojo (2013) Se entiende por tal aquel donde se desarrolla la actividad turística, es decir, el lugar donde se asienta una oferta y una demanda turística; así mismo la Junta de Andalucía (2014) dentro del Plan general de turismo sostenible, lo define “como el territorio donde se localizan los elementos donde están relacionados con la actividad turística, los recursos que pueden ser aprovechados para formar productos turísticos, la infraestructura de acceso y de apoyo, los alojamientos y el espacio de las actividades”.

Sancho (2009) citado por Bohórquez y Maridueña (2013) la estructuración del espacio se refiere a la base física donde tiene su encuentro la demanda con la oferta turística y es el lugar donde se sitúa la comunidad local, que para efectos

prácticos se la considera como un elemento aparte dentro del sistema, por ser un importante factor de cohesión

2.11. DESARROLLO RURAL

Como anteriormente se ha mencionado debido a las nuevas tendencias del turismo y al desarrollo de actividades más conservacionistas el desarrollo de áreas rurales o áreas con características naturales es el principal eje para el desarrollo del turismo en la actualidad, es importante destacar que en un área rural la agricultura y la ganadería no deben ser el eje dinamizador de la economía y mejoramiento de la calidad de vida de los habitantes.

Como menciona Flores y Barroso (2012) esta estrategia integral de desarrollo rural debe considerar otras nuevas funciones a desempeñar por el medio rural tales como la protección ambiental y la creación de una oferta de ocio y entretenimiento donde el turismo se convierte en una de las actividades estratégicas.

Carvajal (2011) cita que el desarrollo rural es un proceso destinado a crear condiciones de progreso económico y social para toda la comunidad, con la participación activa de ésta, y la mayor confianza posible de su iniciativa, también hace un análisis del desarrollo rural relacionando al progreso comunitario ya que en ciertos libros de turismo alternativo está el análisis del desarrollo o turismo comunitario de forma separada.

En este caso podría determinarse que el desarrollo rural es la parte generalizadora y lo comunitario a la parte central, ya que el desarrollo turístico rural hace mención a tomar en consideración un área con relevancia y potencial turístico y así generar un desarrollo mancomunado a los habitantes de esa zona o área rural.

2.12. COMPETITIVIDAD

La competitividad en el turismo, es la forma en que las empresas prestadoras de servicios tratan de sobresalir de otras y generar mejores intereses en el visitante, mostrando nuevas y variadas ofertas a la de la competencia las

cuales llamen la atención de los turistas y queden completamente satisfecho del producto o servicio que han adquirido.

Porter (1998) menciona que la principal meta económica de una nación es producir un alto nivel de vida para sus ciudadanos, se vincula a la competitividad a la capacidad de conseguir el bienestar y por lo tanto está determinada por el nivel de productividad con la que una nación, región, utilizan sus recursos naturales, humanos y de capital.

Se define la competitividad a la forma particular de competir una empresa con otra, cuya finalidad es ganarse la confianza del cliente, a su vez generando más ingresos y ganando popularidad entre sus competidores, si bien es cierto la competitividad genera que cada prestador de servicio trate de ser mejor que el otro y así poder incrementar la calidad del servicio y que el cliente quede satisfecho del servicio brindado.

2.13. EMPRENDIMIENTO TURÍSTICO

El emprendimiento turístico trata de hacer real una propuesta que se tenga de un negocio, como por ejemplo la creación de un resort, de un restaurante o relacionado a la industria hotelera. Shepherd y Patzelt (2010) el emprendimiento turístico genera ganancias, de esta manera se satisfacen las necesidades de los individuos (inversores y empresarios), la economía y la sociedad en general.

Zahra *et al* (2009) el emprendimiento es aquel que abarca una serie de actividades y procesos llevados a cabo para descubrir, definir y explotar oportunidades con el fin de aumentar la riqueza social creando nuevas empresas o productos, dirigiendo las organizaciones existentes de una manera innovadora.

El emprendimiento turístico no es más que plantear una idea diferenciada de desarrollo turístico o que genere un desarrollo significativo para todos los involucrados ya sea en cualquier área del turismo, en este caso turismo rural como menciona Mukesh *et al* (2009) el mismo que cita que el emprendimiento

turístico rural se ha formado para tratar las cuestiones en las que el sector lucrativo, el gobierno y el sector no lucrativo no responden.

2.14. MERCADO TURÍSTICO PARA EL RESORT

Olmos y García (2016) dicen que se puede definir el mercado turístico “como el estado y la evolución de la oferta y la demanda del sector turístico” la cual presenta características particulares que lo diferencian de los demás sectores económicos.

El mercado turístico se ve muy condicionado por el entorno que le rodea, factores como la política, las crisis económicas los atentados terroristas que tienen un efecto inmediato en él.

Saber a qué mercado y cuál es el target al que va estar direccionado un producto o servicio con características nuevas es fundamental e indispensable para obtener beneficios a largo plazo, el mercado turístico al cual esta direccionado las nuevas tendencias de turismo es para aquellos turistas más conscientes de sus acciones y que busquen no solo la satisfacción propia sino el alcance de la necesidades de la comunidad receptora.

Un Resort de cierta forma cumple con esos nuevos requerimientos de esos turistas conservadores y cada vez más ambientalistas, el servicio de los resort por lo general están dirigidos a un mercado más espacial capaz de valorar desde el componente natural hasta la forma de la construcción del Resort.

Al momento de diseñar emprendimientos el emprendedor debe ir más allá de sus propias especulaciones y basarse en generar ideas que realmente desplieguen beneficios, y a su vez a que mercado estarán dirigidos, cabe resaltar que demostrar al turista que tanto el ambiente como la conservación son de gran importancia.

Es importante también analizar el mercado, ya que esto ayuda a verificar si los turistas estarían dispuestos a hacer uso de un servicio con cierto valor y calidad, puesto que como es de conocimiento la sostenibilidad también se basa en lo económico y social, entonces tener bien definido el mercado al que va estar dirijo el servicio de hospedaje del Resort es necesario.

CAPÍTULO III. DESARROLLO METODOLÓGICO

El cantón Chone se encuentra en la zona norte de la provincia de Manabí, cuenta con ocho parroquias tiene una población de 126.5 mil hab. INEC (2010).La propuesta planteada se desarrollara en el sitio “El limón” ubicado a 4km del Cantón Chone.

La metodología proyectada proporcionara la estructura de la investigación realizada, la que conducirá a resultados del trabajo cuya denominación es Estudio de mercado para la construcción de un resort que fomente el desarrollo turístico rural en el cantón Chone.

A continuación se describe el cuadro del análisis de la metodología de varios autores como: Pacheco y Núñez (2012), Villarreal (2013), Toledo (2013), Salazar y Yáñez (2014), quienes muestran metodologías aplicables en esta investigación. (Figura 3.1)

| Pacheco y Núñez (2012) | Villarreal (2013) | Toledo (2013) | Salazar y Yáñez (2014) |
|------------------------|-------------------------|------------------------|---|
| Antecedentes | Diagnostico situacional | Antecedentes | Diagnóstico del entorno |
| Estudio de mercado | Estudio de mercado | Estudio de mercado | Investigación de mercado |
| Estudio técnico | Estudio técnico | Estudio técnico | Análisis de oferta, demanda y competencia |
| Estudio organizacional | Estudio económico | Estudio organizacional | Estrategias de desarrollo |
| Estudio financiero | | Análisis financiero | Costo total de la propuesta |

Figura 3.1. Análisis de la metodología.

Fuente: Elaborado por las autoras

Después de plasmar las diferentes metodologías propuestas por los autores antes mencionados, cabe realizar la propuesta a partir del desarrollo de una matriz conceptual cuyo objetivo es analizar cada una de ellas y comparar los criterios similares y aquellos que los diferencian y de esta forma proponer una propia metodología, analizar los criterios de cada uno de los autores citados en el cuadro 3.2, además de plasmar una definición y comparar los elementos

más representativos de cada investigador, para posteriormente tener claro en que consiste dicha temática que en este caso es el estudio de mercado, tema que se vincula directamente con la propuesta de esta investigación.

Cuadro 3.2. Matriz conceptual.

| Matriz conceptual de estudio de mercado | | | | |
|---|--|--|--|---|
| Autores | Pacheco y Núñez(2012) | Villarreal (2013) | Toledo (2013) | Salazar y Yáñez (2014) |
| Pacheco y Núñez (2012) | Lugar en donde asisten la oferta y la demanda para realizar la transacción de bienes y servicios a un determinado precio | Vela indica que es un lugar donde están presente la demanda y la oferta y Espinoza menciona un componente más como es la competencia | Ambos conceptos determinan a los bienes y servicios dentro del mercado turístico. | Son conceptos con componentes diferentes. |
| Villarreal (2013) | El concepto de Vela es muy abarcador y presenta varios componentes que permiten su desarrollo a diferencia de Salazar y Yáñez. | Estudia la demanda, la competencia y la oferta. | En este aspecto se determina que ambos mencionan al espacio o lugar como mercado donde se ofrecen bienes y servicios | Un lugar donde interactúan compradores y vendedores. |
| Toledo (2013) | | Palabra clave del concepto determinación del espacio. | Determina el espacio que ocupa un bien o servicio en un mercado específico | Mencionan tres componentes claves del estudio de mercado. |
| Salazar y Yáñez (2014) | | Ambos analizan la demanda, la oferta y la competencia como componentes integradores del mercado. | La determinación de los conceptos que muestran ambos autores se presenta de forma más puntual. | Es el análisis de la oferta, la demanda y la competencia. |

Fuente: Elaborado por las autoras.

Al ser evaluada la matriz conceptual se identifican las semejanzas y diferencias que tienen los cuatro autores en la matriz, la mayor y más notoria semejanza es que los cuatro autores, Salazar y Yáñez (2014), Villarreal (2013), Pacheco y Núñez (2012) Toledo (2013) concuerdan en que en el estudio de mercado se analiza, se determina o se estudia la oferta, demanda y competencia para realizar la transacción de bienes y servicios a un determinado precio, el cual va dirigido a un mercado específico.

Una de las diferencias que observa es que la definición de Pacheco y Núñez (2012) abarca mucho más que analizar la oferta, demanda y competencia, donde se propone determinar el precio del producto que se va a desarrollar, a diferencia de Villarreal (2013) y Salazar y Yáñez (2014) los cuales solo se limitan a estudiar la oferta, demanda y competencia a diferencia de Toledo (2013) el cual determina que el mercado es el espacio que ocupa un bien o servicio en un mercado específico.

Concepto en base al análisis de la matriz: el estudio de mercado es la forma de analizar la oferta de un destino, determinando que tipo de bienes y servicios son demandados y cuál es la competencia que se encuentra en el lugar o espacio donde asisten los demandantes y hacen las transacciones y adquisición del bien o servicio; el estudio de mercado conlleva a determinar cuál es la interacción que tiene la demanda, la oferta y la competencia para el desarrollo de un destino turístico.

Una vez establecido el concepto de análisis de la demanda y determinado que es uno de los términos más implementados por; Pacheco y Núñez (2012), Villarreal (2013), Toledo (2013), Salazar y Yáñez (2014), esto respalda a la investigación ya que la propuesta de la misma se basa principalmente en determinar si es acertada la construcción de un Resort en el cantón Chone, a través del estudio de mercado por lo que a continuación se muestra el diseño metodológico de esta investigación.

Cuadro 3.2. Estructuración del diseño metodológico.

| FASES | ACTIVIDADES | HERRAMIENTAS INSTRUMENTOS |
|--|--|---|
| FASE I: Diagnóstico situacional del entorno | 1. Generalidades del cantón Chone | Investigación de campo. |
| | 2. Determinación de los recursos turísticos. | Revisión Bibliográfica. |
| | 3. Análisis del sitio | Catastro turísticos. |
| FASE II: Análisis de la oferta, demanda y competencia | 4. Determinar la oferta. | Catastro turístico del cantón Chone, Tosagua y Bolívar. |
| | 5. Estudio de demanda | |
| | 6. Estudio de competencia. | Matriz Perfil Competitivo (MPC) |
| | | Observación científica. |
| | | Encuestas |

| | |
|---|---------------------|
| FASE III: Aporte social y económico de la propuesta | 7. Aporte social |
| | 8. Aporte económico |

Fuente: Elaborado por las autoras

DESCRIPCIÓN DEL PROCEDER METODOLÓGICO

FASE 1: DIAGNÓSTICO SITUACIONAL DEL ENTORNO

Actividad 1.- Generalidades del cantón Chone

El diagnóstico situacional se basó en la identificación, descripción y análisis actual del área de estudio que comprende el cantón Chone, así como investigar los antecedentes históricos, identificar los aspectos culturales y turísticos existentes en la zona, identificando la actividad agrícola y ganadera que existente y a su vez recopilar las características sociales, económicas y ambientales. Esta actividad se llevó a cabo mediante la investigación de campo y la revisión bibliográfica.

Actividad 2.- Determinación de atractivos turísticos.

En la segunda actividad se determinó los atractivos turísticos existentes en el cantón Chone, a través de la investigación de campo en el que se determinaron atractivos que son pocos conocidos por los visitantes.

Actividad 3.- Análisis del sitio.

En la tercera actividad se describirá de una manera breve el lugar en donde se va a realizar la propuesta, así como atractivos o actividades que se pueden realizar en el área rural del cantón Chone.

FASE 2: ANÁLISIS DE LA OFERTA, DEMANDA Y COMPETENCIA

Actividad 4.- Determinar la oferta.

En la cuarta actividad mediante la observación de campo y científica se identificó la oferta turística con la que cuenta el cantón Chone, Bolívar y Tosagua, teniendo como resultados que si existe gran variedad de atractivos turísticos naturales y culturales por ser visitados

Actividad 5.- Estudio de la demanda.

En el estudio de la demanda se pudo determinar la aceptación de la nueva propuesta que presenta la investigación, en esta actividad se realizaron encuestas a los posibles visitantes del cantón Chone, obteniendo el perfil del visitante y resultados favorables o positivos para el presente trabajo.

Actividad 6.- Estudio de la competencia.

Al evaluar la competencia directa e indirecta para el resort se pudo constatar que Chone al contar con sitios turísticos de gran interés por ser visitados debería de brindar un espacio de descanso el cual oferte servicios de calidad, en esta actividad se realizó la matriz de perfil competitivo el cual ayudo a evaluar la competencia indirecta; al haber evaluado lo anteriormente planteado se obtuvo como resultado que los establecimientos hoteleros valorados no son competencia para el resort proyectado, ya que no cuentan con los servicios y calidad que el resort pretende brindar.

FASE 3: APORTE SOCIAL Y ECONÓMICO DE LA PROPUESTA

Actividad 7.- Aporte social.

En esta actividad se dará a conocer el aporte social que tendrá la creación de un Resort en el cantón Chone, y se mencionara los aspectos positivos o negativos para la población.

Actividad 8.- Aporte económica.

En la actividad número ocho se mencionara el aporte o movimiento económico con el que se aportara para la población con la creación del Resort en el área rural del cantón Chone.

CAPITULO IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4. FASE I

Diagnóstico situacional

4.1. Geo referencia

Ubicación y coordenadas

El lugar del proyecto se encuentra exactamente ubicado en:

- Provincia: Manabí
- Cantón: Chone
- Parroquia: Chone
- Sitio: El Limón
- Latitud: : -0.7 (-0.7116897671068066,)
- Longitud: -80.1 (-80.10639309883118)

Población del cantón Chone: 126.5 mil hab. (9.2% respecto a la provincia de Manabí)

Clima: El clima predominante es cálido seco en la temporada de verano y el lluvioso en época de invierno, que empieza en el mes de diciembre hasta el mes de mayo.

Accesibilidad: La accesibilidad al cantón se encuentra principalmente enmarcada por la vía que conecta por el Suroeste con Portoviejo, Montecristi, Manta y la provincia del Guayas y por el Norte con Flavio Alfaro, El Carmen, Santo Domingo de los Tsáchilas y la provincia de Pichincha, habiendo una carretera construida de hormigón armado y de asfalto en varios tramos y a su vez cuenta con señalética instalada.

Cuenta con vías alternas que conectan con los cantones de Bolívar y Junín, las cuales están en proceso de mantenimiento.

Chone es el cantón más grande de Manabí, eminentemente rural y agropecuario, con elevaciones de hasta 600 metros de altura, como el cerro Ñause. (Basantes, *et al* 2012).

4.1.2. Actividad 1.- Generalidades del cantón Chone

a) Historia del cantón Chone

Chone es el tercer cantón de Manabí en población y en economía, tiene una superficie de 3.570 kilómetros cuadrados. Cuenta con 7 parroquias rurales: Boyacá Convento, Canuto, Eloy Alfaro Ricaurte, San Antonio y Chibunga y dos urbanas: Chone y Santa Rita. Gobierno Municipal del Cantón Chone (2010).

La palabra Chone es un relativo y epitafio de la palabra Chonana, puesto que se designa el significado del nombre del cantón con la denominación "CASA ARDIENTE", CHOM es igual a Casa, y NANA equivale a la palabra Ardiente. Guía de Chone (2010).

b) Sector Productivo

En el cantón Chone el sector productivo predominante es la agrícola, siendo esta la actividad en el que más población de trabajadores posee.

c) Actividad Agrícola

La mayor producción del agro es el cacao, maíz, el banano, y arroz; los que representan un gran aporte económico para la zona, estos no son los únicos productos que produce el cantón, también se destacan otros como el café y la caña de azúcar. En la siguiente tabla se puede observar los cultivos producidos en el cantón así como las hectáreas que se ocupan y las toneladas métricas promedio de producción, (Cuadro 4.1).

Cuadro 4.1. Cultivos producidos en el cantón Chone.

| AGRÍCOLA | | |
|----------------|-----------|--------------------|
| CULTIVOS | HECTÁREAS | TONELADAS MÉTRICAS |
| Banano | 1112 | 16424 |
| Palma africana | 693 | 15114 |
| Maíz | 6318 | 11499 |
| Plátano | 687 | 8429 |
| cacao | 17205 | 5233 |
| Maracuyá | 613 | 4456 |
| Mandarina | 370 | 2617 |
| Arroz | 1061 | 1920 |

| |
|---|
| Yuca, caña de azúcar, café, naranja, maní, frejol, otros. |
|---|

Fuente: Tecnologías de la información y comunicación de Manabí, 2010.

d) Ganadería

Chone es uno de los cantones ganaderos más importantes de la provincia de Manabí e incluso del Ecuador, tiene alrededor de 198.082 cabezas de ganado bovino, que corresponde al 25,30% de lo que produce Manabí y a su vez el 5,42% del país.

En el año aproximadamente se comercializan 58.353 reses, las cuales son destinadas al faenamiento, para engorde o para crías. En cuanto a la producción de leche tiene un promedio de 2,5 litros por vaca, la que se utiliza en la realización del famoso “queso chonero” destinado en su mayor parte al consumo local.

En el cantón se realizan otras actividades productivas o de servicio las cuales se recogen en el siguiente cuadro:

Cuadro 4.2. Actividades más importantes del cantón

| Valor de la producción bruta | VPB-(millón) | % | PIB (millón) | % |
|---|--------------|--------|--------------|--------|
| Agricultura, caza y pesca | 63,09 | 29,59 | 49,12 | 36,10 |
| Minas y canteras | 0,03 | 0,01 | 0,04 | 0,02 |
| Manufactura | 13,02 | 6,10 | 4,98 | 3,70 |
| Electricidad, gas y agua | 2,30 | 1,10 | 0,77 | 0,60 |
| Construcción | 11,02 | 5,15 | 5,12 | 3,76 |
| Comercio, bares y restaurantes | 46,09 | 21,50 | 24,18 | 17,77 |
| Transporte, almacenamiento y comunicación | 27,63 | 13,00 | 17,82 | 13,10 |
| Financiero | 0,52 | 0,24 | 1,85 | 1,35 |
| servicios | 50,03 | 23,40 | 32,16 | 24,00 |
| Total | 213,73 | 100,00 | 136,03 | 100,00 |

Fuente: Tecnologías de la información y comunicación de Manabí, 2010.

Al analizar la tabla propuesta anteriormente se puede identificar que el mayor rubro económico en el cantón Chone, lo componen las actividades de agricultura, caza. Pesca y actividades turísticas con un gran aporte económico

en el Cantón, ocupando el comercio, bares y restaurantes ocupando el tercer lugar en la región.

4.1.3. Actividad 2.- Determinación de los atractivos turísticos.

El cantón Chone tiene un sin número de sitios turísticos para ser visitados los cuales no son muy conocidos, cabe destacar que la mayoría de los atractivos no cuenta con su respectivo inventario, en el anexo N° 5 se muestra el Mapa Turístico del cantón, en el que se sitúan 22 atractivos naturales y culturales.

Atractivos turísticos del cantón Chone

Cuadro 4.3. Atractivos turísticos por orden de importancia.

| ATRATIVOS TURÍSTICOS DE CHONE | | |
|-------------------------------|---|--|
| CANTÓN | NATURALES | CULTURALES |
| CHONE | Humedal La Segua. | Ganadería. |
| | Estuario del Rio Chone. | Rodeo montubio. |
| | Piedra y cueva la dibujada. | Pelea de gallos. |
| | Valle del rio carrizal. | Comida típica (el chame frito) |
| | Balneario de agua dulce el techal. | Artesanías el chuno- Esculturas en raíces. |
| | Cumbres luminosas. | Mirador cerro Guayas. |
| | Cabañas el Toto. | Monumento a los raidistas. |
| | Centro recreacional café color tierra. | Casa antigua la providencia. |
| | Cabañas ecológicas la comuna de convento. | Comité empresarial la providencia. |
| | Balneario de agua dulce puerto el bejuco. | Artesanías en Boyacá. |
| | Balneario de agua dulce "dos bocas". | Gastronomía, dulces y manjares. |

Fuente: Dirección de turismo del municipio de Chone (2012).

4.1.4. Actividad 3.- Análisis del sitio.



Foto 4.1.4 Lugar de estudio

Fuente: Elaboración propia

El lugar donde se pretende desarrollar esta propuesta se sitúa en el cantón Chone, en el km4 de la vía Calceta – Chone, el sitio al estar ubicado en el área rural se encuentra rodeado de una espesa vegetación, en el cual se podría desarrollar varias actividades recreativas como paseos a caballo, caminatas, entre otros.

Chone al poseer innumerables atractivos turísticos, debería de contar con establecimientos hoteleros que estén dispuestos a brindar los servicios que el turista demanda y la propuesta de esta investigación se basa en la creación de un Resort en el área rural, ya que Chone tiene como potencial el turismo rural y paisajístico, en el cual se llevan a cabo actividades como la pesca deportiva, uno de los atractivos que son aprovechados por los turistas son sus montañas en las que se desarrolla turismo de excursión y aventura, pero si bien es cierto Chone no cuenta con establecimientos de hospedaje ubicado en el área rural, es por esta razón que se plantea la idea de la creación del Resort y de esa manera aprovechar el espacio paisajístico con el que cuenta el cantón Chone.

4.2. FASE II: ANÁLISIS DE LA OFERTA, DEMANDA Y COMPETENCIA

4.2.1. Actividad 4.- Oferta turística existente en el cantón Chone.

Existe una gran afluencia de turistas, a pesar de que el cantón Chone solo cuenta con una operadora turística que promociona el cantón. Chone cuenta con innumerables sitios turísticos para visitar entre los cuales se encuentran: El humedal “La Segua” en el que se realizan paseos en canoa, observación de aves, paisajes y la degustación del Chame frito que constituye el plato típico del cantón.

El centro recreacional “Café Color Tierra” es un balneario natural a orillas del río mosquito, en esta propiedad se encuentran aproximadamente más de 10 cascadas en el que se puede disfrutar de ellas y hacer el ascenso y descenso de montañas, sus propietarios ofrecen a los visitantes comida típica y artesanías.

Existen más lugares por visitar en el cantón Chone como el humedal “La Segua”, las cabañas “El Toto” y la iglesia Santa Rosa de canuto, ubicados en la parroquia Canuto, el monumento a “Los Raidistas” el cual es un símbolo emblemático y cultural del cantón, entre otros.

A continuación una breve descripción de los lugares turísticos del cantón Chone:

Humedal La Segua

Coordenadas

587748.06 m E

9922730.52 m S

Este humedal tiene declaración de importancia internacional la cual la obtuvo el 7 de junio del 2000 por la convención de Ramsar.

Ubicación

Hay que tomar la vía Chone – Portoviejo hasta la parroquia San Antonio (8.7 Km.). Durante el trayecto puede disfrutar cocos y dulces. Luego se sigue hasta el sitio La Segua por la vía San Vicente o se toma la vía a Tosagua hasta el sitio La Sabana.

Características y actividades que se realizan

La Segua es un humedal grande de agua dulce, cuyo causal puede fluctuar artificialmente por el control que se hace en la Represa La Esperanza, en un principio este humedal era parte del río Chone, con abundantes pantanos y manglares pero aproximadamente hace 85 años como producto de la deforestación se produjo el acarreo de abundante sedimento que la separó del mar y la convirtió en un humedal de agua dulce.

El humedal recibe la confluencia de los ríos Carrizal y Chone. Y es por estas características que se hace más atractivo además de brindar la facilidad de realizar diversas actividades como paseos en canoa, observación de aves, paisajes y degustación de chames.

Con respecto a su flora y fauna, en la cuenca de la Segua se han registrado más de 150 especies de aves, la mayoría de ellas acuáticas y muchas migratorias boreales.

Es uno de los sitios más importantes del Ecuador para aves acuáticas congregatorias, entre las que se incluyen algunas especies altamente amenazadas en el país, es por esto que la Segua es un lugar muy apetecido para la realización del aviturismo.

CENTRO RECREACIONAL CAFÉ COLOR TIERRA

Coordenadas

609417.52 m E

9926701.79 m S

Balneario natural a orillas del río Mosquito, en el interior de esta propiedad se puede disfrutar de más de 10 cascadas y el ascenso de la montaña. Comida criolla y artesanías.

Es un sitio para relajarse donde se puede apreciar la naturaleza en todo su esplendor, además de poder realizar actividades de deporte extremo como la escalada en varias de las caídas de agua que se encuentran en este lugar. Su principal atracción se basa en la determinación de lo extremo y la vinculación

con la naturaleza. En este lugar también se puede degustar la gastronomía típica de Chone y Manabí.

Ubicación

Vía Chone-Quito hasta el Sitio San Andrés (Km. 6) y continúe por la vía lastrada (1.5 Km.), pasando el puente que conduce a El Pueblito (500 m) Tome a la izquierda y continúe por la vía a Mosquito – La Alianza (5 Km.fr).

Cabañas “El TOTO”

Coordenadas

598914.86 m E

9910862.60 m S

Centro recreacional ecológico situado a pocos kilómetros de Canuto 1.5km por la vía a La Chorrera, en las cabañas del Toto cada año se realiza el festival de la natilla más grande del mundo, lo cual atrae a muchos turistas año atrás año.

Ofrece comidas típicas, balneario fluvial, áreas verdes, sitio de esparcimiento.

LOS RAIDISTAS

Coordenadas

602729.99 M E

9922780.97 M S

Ubicación

Ubicado en el extremo este de la ciudad en la vía Chone - Quito, en homenaje a Carlos Alberto Aray, Juan de Dios Zambrano, César Artemio Aray, Emilio Hidalgo y Plutarco Moreira Barreiro, quienes demostraron que era factible construir la carretera Chone – Quito.

Está compuesto por 5 figuras humanas, cuatro de ellas dispuestas en parejas sobre bases de hormigón, una en forma piramidal y la otra como muro semicircular de alturas irregulares ocupando la parte más alta de sus bases, la quinta figura incorporada a un vehículo suspendido en el aire por 4 cables sostenidos por las figuras humanas y sujeto a su vez a la base de hormigón la misma que sirve como sostén estructural al peso del vehículo.

IGLESIA SANTA ROSA DE CANUTO

Coordenadas

596885.70 ME

9911651.07 MS

La iglesia Santa Rosa De Canuto del cantón Chone, fue construida en el año 1980. Tras el devastador terremoto ocurrido en 1942 tuvo que ser restaurada, su última modificación data del año 2013. De estilo predominante neo-clásico y construido con materiales de alta calidad, hacen de esta iglesia una joya arquitectónica dentro de la campiña rural de Chone.

Cuenta con tres entradas frontales, una central y dos laterales, su interior está compuesto por una nave principal en tres ambientes definidos por las columnas centrales y el altar donde se encuentran las figuras de sus patronos: Santa Rosa y San Francisco. En su acceso principal se encuentra ubicada una escalera de madera de laurel en forma de caracol para entrar al altillo que conecta con la torre del campanario (construida de tres niveles).

El Instituto Nacional de Patrimonio Cultural (INPC), bajo decreto de emergencia en el año 2010 declaró a la iglesia como Patrimonio Cultural Inmaterial del Ecuador, datos que reposan dentro de la ficha técnica del bien. Cabe resaltar que la estructura de madera de moral no ha sido reemplazada desde su construcción.

Mencionando cantones cercanos a Chone, se encuentra el cantón Bolívar el cual cuenta con varios atractivos naturales y culturales en el que se destaca la parroquia membrillo que gracias a la construcción de la represa Sixto Duran Vallen y el trasvase Daule Peripa, se logró el rescate de algunas cascadas naturales como la de tigre, chapulí, la mina, la piedra, entre otras más.

A su vez también se cuenta con recursos culturales en los que se destacan, fiestas populares, gastronomía, medicina tradicional y ancestral y manifestaciones folclóricas, en la parroquia membrillo se puede realizar el turismo en área rural, agro-turismo, observación de flora y fauna, ecoturismo, turismo de aventura, entre otros.

En el cantón Tosagua también hay un sin número de sitios turísticos por conocer, uno de ellos es el “Humedal la Sabana” el cual es parte de la convergencia del río Carrizal y el río Chone, aquí se encuentran aproximadamente 150 especies de aves, 63 de las especies son acuáticas, a su vez se han identificado 8 especies de mamíferos y 36 especies de plantas. En dicho cantón se encuentra ubicado el balneario de agua dulce “Ángel Pedro Giler” el cual cada vez incrementa sus visitas.

Uno de los aspectos predominante del cantón Tosagua es su gastronomía en la que se puede encontrar: salchichas o longanizas, asados, empanadas entre otros; uno de los lugares con mayor afluencia turística dentro del cantón es el hipódromo “Los Tulipanes” en el cual no solo se utiliza para realizar carreras de caballos, sino que se hacen exhibición y competencias de motocross y ferias artesanales. A continuación se muestra un cuadro de varios de los atractivos turísticos con sus respectivos servicios y actividades.

Cuadro 4.4. Recursos turísticos del cantón Chone con sus respectivos servicios y actividades

| Nombre del establecimiento | Tipo | # Plazas | Servicios | Actividades |
|---------------------------------------|------------|----------|--|---|
| Humedal la Segua | Humedal | 15 | Áreas de camping. | Observación de aves. Paseos en bote. |
| | | | Restaurantes. | Caminatas. Senderismo. |
| | | | Cafeterías. | Pesca artesanal. Turismo comunitario. |
| | | | Instalaciones deportivas. | Camping. Visita al museo. Festival del chame. |
| | | | Guías. | |
| Cabañas el Toto | Recreación | 200 | Restaurantes. | Balneario. |
| | | | Áreas verdes. Sitio de esparcimiento. | Festival de la natilla. |
| Centro recreacional café color tierra | Recreación | 30 | Restaurante. Áreas verdes. Sitio de esparcimiento. | Cascadas. |
| Los raidistas | Monumento | 15 | X | X |

| | | | | |
|------------------------------|--------------|-----|---|--|
| Iglesia Santa Rosa de Canuto | Religioso | 250 | X | X |
| Cueva la dibujada | Arqueológico | 10 | X | Observación de grabados arqueológicos. |

Fuente: Elaboración propia.

Análisis de la oferta de hospedaje en Chone.

El cantón Chone cuenta con encantos naturales, los cuales están dispuestos a recibir la visita de turistas, pero si bien es cierto Chone no cuenta con una gran oferta turística, en cuanto a hospedaje tiene una plaza hotelera muy limitada; solo tiene una agencia u operadoras turísticas. Por lo contrario hay gran variedad de servicio de restauración, cuenta con aproximadamente 60 establecimientos, entre los que se encuentra restaurantes, picanterías, cafeterías y asaderos.

El cantón cuenta con pocos establecimientos de hospedajes, los cuales no brindan un servicio adecuado para los visitantes, es importante destacar que varios de los establecimientos de hospedaje de Chone no cuentan con una categorización actualizada, es decir que no aparecen registrados en el catastro turístico del 2016.

Otro de los puntos importantes es que dichos establecimientos cuentan con pocas habitaciones, es decir que no abarcan toda la demanda que llega a Chone, siendo esto un problema ya que muchas veces no hay lugar donde hospedarse por esa razón muchas veces los turistas llegan y se van el mismo día o recurren a hospedarse en cantones aledaños, por esa y otras razones es necesario la creación de un hotel resort que brinde los servicios que el turista demanda y de esta manera ampliar los establecimientos de hospedaje del cantón. A continuación se muestra los establecimientos de hospedajes del cantón Chone.

Cuadro 5.5. Establecimientos de hospedajes del cantón Chone, registrados en el catastro turístico 2016.

| REGISTRO | NOMBRE | RUC | PROPIETARIO | TLF | DIRECCION | ACTIVIDAD TURISTICA | SUBACTIVIDAD TURISTICA | CATEGORIA |
|------------|---------------------------|---------------|---------------------------------|-----------|---|---------------------|------------------------|-----------|
| 1303500191 | LOS NARANJOS | 1708511850001 | CORNEJO BELTRAN LEONOR VIRGINIA | 2695451 | WASHINGTON Y PICHINCHA | ALOJAMIENTO | HOSTAL | SEGUNDA |
| 1303500193 | COLON | 1300402904001 | MINCHONG VILLAMAR CARLOS | 052695510 | VARGAS TORRES Y BOLIVAR | ALOJAMIENTO | HOSTAL | TERCERA |
| 1303500903 | MI CHINITO | 1302918717001 | GARCIA VELIZ ESTEDIN ROSEMBER | | BY PASS S/N ENTRADA AL TERMINAL TERRESTRE | ALOJAMIENTO | HOSTAL | TERCERA |
| 1303501121 | LA POSADA | 1301775910001 | CEDEÑO ZAMBRANO MANUEL EDGAR | 699328 | AV. SIXTO DURAN BALLEN FRENTE AL TERMINAL TERRESTRE | ALOJAMIENTO | HOSTAL | TERCERA |
| 1303501126 | EL PARAISO | 1302419856001 | ZAMBRANO VALENCIA MARIA SUSANA | 052697835 | CIUDADELA GARAY, FRENTE EL JARDIN DE LOS RECUERDOS | ALOJAMIENTO | HOSTAL | TERCERA |
| 1303501649 | LA ESTANCIA DE EL COLIBRI | 1300327341001 | HIDALGO ZAMBRANO WINER AUGUSTO | 2696743 | BARRIO SANTA MARTHA ATRAS DEL CHONE NOVEL CLUB | ALOJAMIENTO | HOSTAL | SEGUNDA |

Fuente: Elaboración propia.

Cuadro 6.6. Establecimientos de hospedajes no registrados del cantón Chone.

| # | RAZON SOCIAL | PROPIETARIO/A | REPRESENTANTE | DIREC. | CATEG. | HAB | TEL |
|---|------------------------|---------------|-----------------------------|------------------------|--------|-----|---------|
| 1 | HOTEL ATAHUALPA DE ORO | FRANKLIN VERA | FANNY CECILIA CEDEÑO BURGOS | ATAHUALPA Y PÁEZ | 3RA | 40 | 2698340 |
| 2 | HOTEL AMASH | | | Av. Sixto Durán Ballén | 3RA | | 2696283 |

Fuente: Elaboración propia.

4.1.5. Actividad 5.- Estudio de la demanda turística existente para el turismo en el cantón Chone.

El estudio de la demanda es de gran importancia para las investigaciones turísticas, ya que ayudan a analizar el mercado, ya que gracias a este estudio se puede determinar la aceptación de la inserción de una nueva propuesta la cual posee elementos tangibles e intangibles para la satisfacción de la demanda turística.

Según datos aportados en una entrevista realizada a la Directora del Ministerio de turismo de la zona 4, la cantidad de turistas que visitaron el cantón Chone en el año 2014, ascendió a 9859 personas, tomándose esta cifra como base de cálculo del tamaño de población a encuestar para determinar la demanda turística.

Fórmula para obtener la muestra:

n= Tamaño de la Muestra.

δ = Varianza = 0.5

ε = Error 0,08 (0,01 – 0,09)

N= Tamaño de la población (9859).

Z = Valor tipificado corresponde 1.96 doble cola

Nc= 95% Z=1.96

$$n = \frac{Z^2 \delta^2 N}{E^2(N - 1) + Z^2 \delta^2}$$

$$n = \frac{(1,96)^2(0.5)^2 9859}{(0.08)^2(9859 - 1) + (1.96)^2(0.5)^2}$$

$$n = \frac{(3,8416)(0.25)9859}{(0.0064)(9858) + (3.8416)(0.25)}$$

$$n = \frac{9468.5836}{63.0912 + 0.9604}$$

$$n = \frac{9468.5836}{64.0516}$$

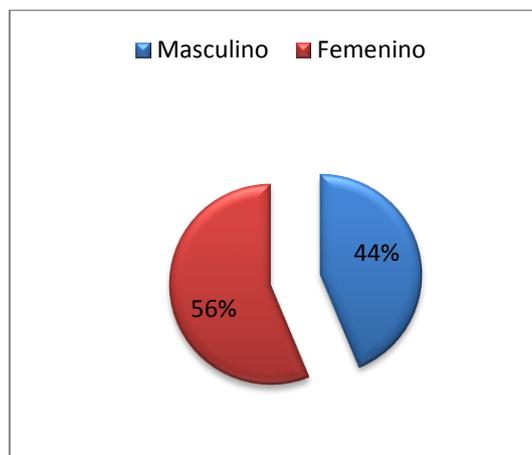
$$n = 147.8274$$

Una vez aplicada la fórmula del muestro y obtenido el número de la muestra se indica la cifra de encuestas a ser aplicadas para el estudio del mercado y en especial para el análisis de la demanda. Aplicadas dichas encuestas se procedió a tabular cada una de las preguntas para así determinar el perfil del turista y cuáles son los gustos y preferencias en cuanto al uso de servicios de hospedaje; a continuación se muestra la tabulación con sus respectivos análisis.

Resultado de la encuesta

La encuesta estuvo formulada por 7 preguntas (ver anexo N° 1) y los resultados fueron los siguientes:

Gráfico 3.1. Determinación de género de los turistas



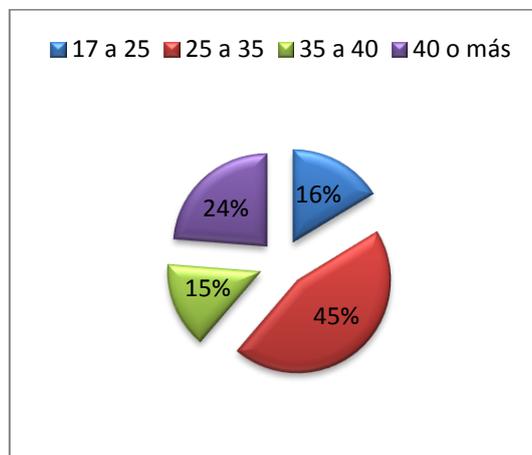
Fuente: Rosa Chávez y Paola Solórzano.

Análisis e interpretación

Al identificar el género de los encuestados se obtuvo como resultado que el 56% fueron mujeres y el 44% restantes hombres, es decir que debido a las características propias de las mujeres con respecto a elegir servicios que vayan más allá de sus expectativas la implementación de la propuesta “creación de un resort ecológico en Chone” puede ser mucho más llamativo, ya que representa conocer algo nuevo y con calidad, además también indica que hay una cantidad mayor de mujeres haciendo turismo o esta modalidad de turismo de descanso por lo que al momento de diseñar o implementar actividades

extras es necesario tener en cuenta que deben ser de relajación y de poco esfuerzo físico.

Gráfico 3.2. Edad de los encuestados

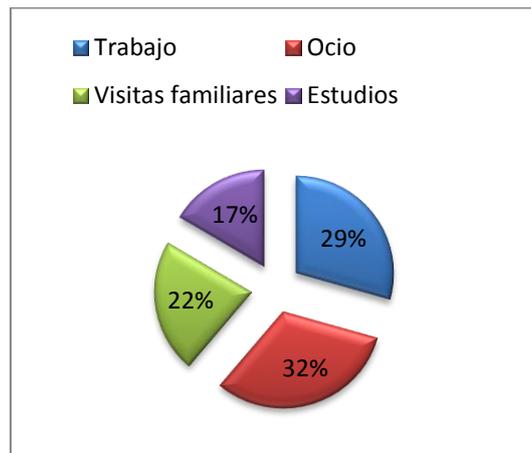


Fuente: Rosa Chávez y Paola Solórzano.

Análisis e interpretación

Al analizar la edad de los encuestados los resultados fueron los siguientes, el 45% está entre los 25 a 35 años de edad, mientras que el 24% tiene 40 o más, a su vez el 16% está conformado por jóvenes de 17 a 25 años y el 15% restante tiene de 35 a 40 años.

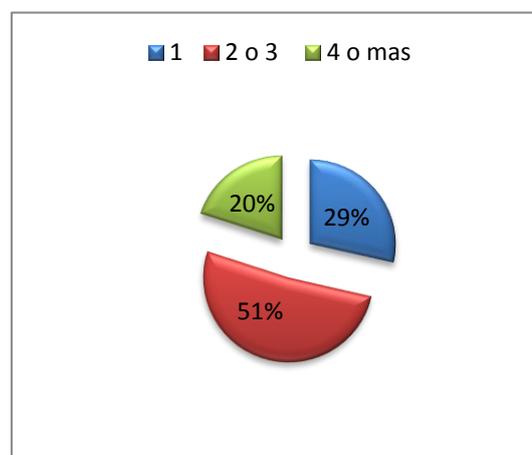
El análisis de los porcentajes indican que principalmente la variabilidad en cuanto a la realización de diferentes actividades. Al crear un resort ecológico es necesario tener en cuenta las acciones integrativas y adaptables para todos, ya que debido a la encuesta y a los resultados tabulados 24% son personas que tienen una edad considerable.

Gráfico 3.3. Cuál es el motivo de su visita en el cantón Chone

Fuente: Rosa Chávez y Paola Solórzano.

Análisis e interpretación

En lo que se refiere al motivo de la visita en el cantón, el 32% de los visitantes lo hacen por motivos de ocio, mientras que el 29% visitan Chone por trabajo, el 22% por visitas familiares y el 17% restantes por estudio, por lo que indica que el cantón es un área de constante desplazamiento de personas y la razón predominante es el turismo, además también cabe mencionar que el 32% de los que visitan Chone lo hacen por realizar turismo.

Gráfico 3.4. Cuantos días le gustaría permanecer en el cantón Chone

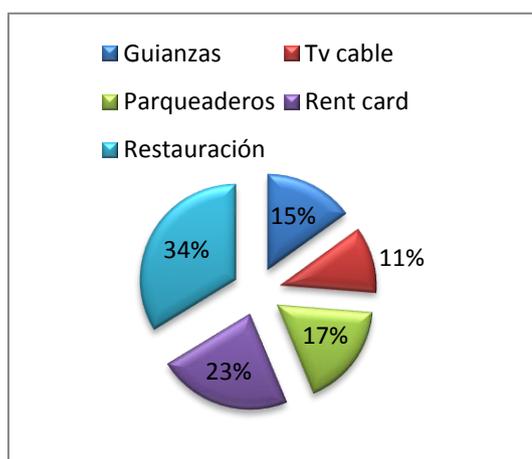
Fuente: Rosa Chávez y Paola Solórzano.

Análisis e interpretación

Según las respuestas de los encuestados al 51% le gustaría permanecer 2 o 3 días en el cantón Chone, mientras que el 29% concordó que pasarían 4 o más días dentro del cantón y el 20% dijo que solo le gustaría permanecer 1 día.

Con respecto al análisis de las respuestas en el tema de pernoctación del turista los tres resultados plasmados en el grafico 3.4. Son relevantes, por lo que es necesario implementar actividades que puedan mantener al turista a gusto y en la realización de múltiples acciones con las cuales sienta el deseo de regresar y hacer uso nuevamente del servicio y de las instalaciones del Resort.

Gráfico 3.5. Qué servicio le gustaría que ofrezca el lugar donde se va a hospedar



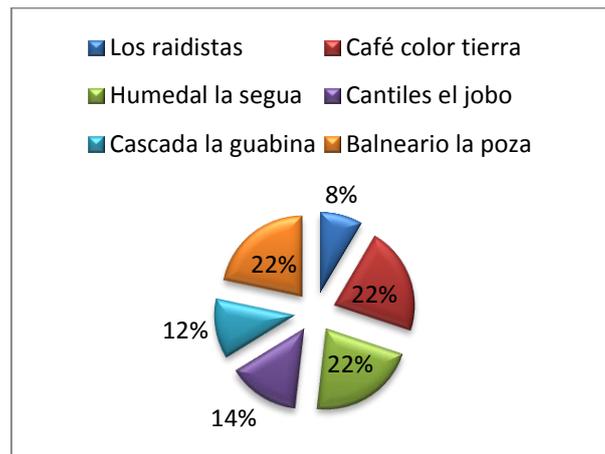
Fuente: Rosa Chávez y Paola Solórzano.

Análisis e interpretación

En los resultados obtenidos el 34% de los encuestados al momento de hospedarse en un lugar prefieren tener área de restauración, seguido de un 23% que prefiere que el Resort ofrezca el servicio de rent car, luego el 17% de los encuestados quisieran tener parqueaderos, mientras que el 15% prefiere que se den guianza y el 11% tv cable, cuestiones que se deben de tener en cuenta en la oferta de los servicios del Resort proyectado.

Al momento de crear y ofertar un nuevo servicio por muy sencillo que este sea, en este caso que la propuesta conlleva en la creación de un Resort es necesario contar con todos los servicios básicos como lo es la televisión, wifi, entre otras, y que estos satisfagan la necesidad del visitante, pero también es necesario que estos servicios no impidan la realización de otras actividades recreativas e integrativas.

Gráfico 3.6. Usted considera atractivo visitar algunos de los lugares que se mencionan a continuación

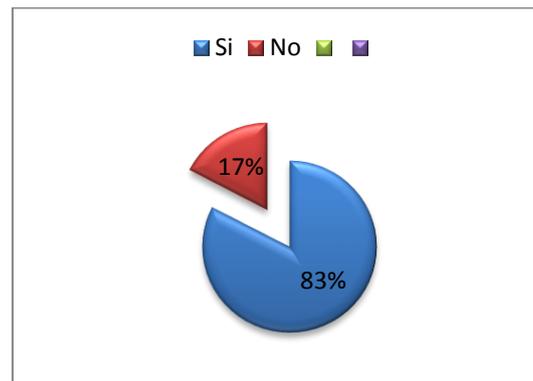


Fuente: Rosa Chávez y Paola Solórzano.

Análisis e interpretación

Según los encuestados hay una igualdad con el 22% el querer visitar el humedal “La Segua”, “Café Color Tierra” y el balneario “La Poza”, mientras que el 14% prefieren los cantiles del jobo, posteriormente la cascada la guabina con un 12%, seguido del monumento los raidistas con el 8% de aceptación.

Lo que indican la tabulación de estos resultados es que al momento de diseñar los paquetes e incluir el desarrollo de actividades extras es necesario tener en cuenta la vista a estos lugares y realizar actividades en los mismos.

Gráfico 3.7. ¿Le gustaría hospedarse en un Resort?

Fuente: Rosa Chávez y Paola Solórzano.

Análisis e interpretación

El 83% de los encuestados manifiestan que sí le gustaría la opción de hospedarse en un resort y el 17% dice que no, obteniendo este resultado se plantea que si existe una preferencia de los turistas por hospedarse en un Resort, lo cual es importante para la propuesta.

Es importante destacar que en este aspecto de la encuesta donde se interroga al turista “Le gustaría hospedarse en un Resort”, la respuesta es positiva debido a lo llamativo y a las características propias de este servicio en el que se debe de incluir además del servicio de hospedaje, servicio de restauración, áreas verdes, parqueadero, espacios destinados para actividades recreativas, culturales y educativas dentro de un entorno natural.

Es por esto que el resultado de esta pregunta es muy relevante para la investigación determinando que el 83% de los encuestados aprueban la creación de un Resort y harían uso de las instalaciones.

4.1.5.1. Resumen de la encuesta

Con la aplicación de las encuestas se pudo determinar el perfil del turista que visita el cantón Chone y dicho perfil permitiendo establecer el segmento de mercado que puede demandar los servicios de hospedaje y determinar si es acertada o no la creación de un Resort.

a) Perfil del turista

En este acápite es significativo mencionar que aparte de determinar la edad y el género de los turistas que visitan Chone y quienes estarían dispuestos a hospedarse en el Resort, es importante poner más énfasis en el análisis de las preguntas como por ejemplo: los servicios con los que les gustaría contar, que otras actividades les gustaría realizar, que atractivos de la zona les gustaría visitar; esto representaría una ventaja competitiva en el mercado ya que el producto estaría basado en los criterios del posible visitante.

En cuanto a la creación de un Resort en el cantón Chone el 83% manifestó que si le gustaría hospedarse en un Resort, mientras que el 17% dijo que no le gustaría, una vez obtenido este resultado se puede observar que la mayoría de los turistas se ven atraído a la creación de un Resort.

En el siguiente cuadro se muestra el perfil y las preferencias del posible visitante, (Figura 3.8).

| PERFIL DEL POSIBLE VISITANTE | |
|---|---|
| Género | Femenino – Masculino (56-44%) |
| Edad | 25-35 años (45%) |
| Motivo de su visita | Ocio-Trabajo (32-29%) |
| Estancia o permanencia | 2-3 noches (51%) |
| Servicios le gustaría que ofrezca el lugar | Restauración- rent car- parqueadero – guianza- tv cable (34%) |
| Atractivos a visitar | La poza- la Segua – Café color tierra (22%) |
| Vivir excursiones | Si |
| Le gustaría hospedarse en un resort | Si (83%) |

Figura 3.8. Perfil del posible visitante.

Fuente: Elaborado por las autoras

Una vez analizada la oferta y la demanda se evidencia que la oferta hotelera en el cantón Chone es limitada para los servicios que la demanda requiere, puesto que el turista demanda servicios que los actuales establecimientos de hospedajes no tienen como lo es el servicio de rent car, otro de los puntos a tratar es que a los visitantes les gustaría que en el establecimiento oferten tours dentro del cantón pero ninguno lo hace.

Al haber evaluado la situación oferta – demanda se puede apreciar que la oferta hotelera en el cantón es limitada para los servicios que el turista demanda.

4.2. Actividad 6.- Estudio de la competencia en el alojamiento turístico.

Posterior al análisis detallado de la oferta turística existente en el entorno rural del cantón Chone, así como la determinación de la demanda turística, es factible la definición de la competencia para un Resort en el cantón Chone.

Cabe destacar que el elemento determinante para comprobar si es acertada la creación de un Resort está en el análisis de la competencia ya que debido al estudio del mismo se pudo identificar la competencia directa e indirecta, corroborando la total aceptación de la creación de un Resort en el cantón Chone.

En Chone al poseer sitios turísticos para ser visitado se debería considerar la idea de implementar un espacio de descanso para los visitantes, ya que solo cuenta con dos alojamientos catalogados como hoteles los cuales no están registrados en el catastro turístico 2016 y siete hostales que si están registrados y que posee una planta habitacional limitada.

4.3.1. Competencia directa

Para estudiar la competencia directa en el cantón se procedió al análisis de todos los alojamientos turísticos y su respectiva categoría, los cuales se exponen en la siguiente tabla.

Cuadro 4.7. Establecimientos de hospedaje del cantón Chone

| ESTABLECIMIENTO CATEGORIA | CATEGORIA |
|--------------------------------------|------------------|
| CANTÓN CHONE | |
| Hotel "Atahualpa de Oro" | 3 |
| Hotel "Amash" | 3 |
| Hostal "Los naranjos" | 2 |
| Hostal "Colon" | 3 |

| | |
|----------------------------------|---|
| Hostal "Mi chinito" | 3 |
| Hostal "La posada" | 3 |
| Hostal "El paraíso" | 3 |
| Hostal "La estancia del colibrí" | 2 |

Fuente: Elaborado por las autoras.

Según lo regulado en el reglamento de alojamiento turístico, un establecimiento para ser catalogado como hotel debe de contar con habitaciones completamente equipadas, baños privados, siendo las habitaciones las que muchas veces ocupan la totalidad de un edificio, deben de brindar servicios de alimentos y bebidas, como lo son en restaurantes y cafeterías según su categoría.

A su vez se menciona que los hostales ofrecen el servicio de hospedaje en habitaciones privadas o compartidas con cuarto de baño, aseo privado o compartido según su categoría ocupando el total de un edificio o parte independiente del mismo, pueden ofrecer o no el servicio de alimentos y bebidas (desayuno, almuerzo y cena).

Cabe resaltar que en el catastro turístico de alojamiento no se encuentran registrados actualmente varios de estos establecimientos de hospedaje en algunos cantones de la Provincia de Manabí, como es el caso del cantón Chone que no se hace mención de dos hoteles como son el Hotel "Atahualpa de oro" y el Hotel "Amash", los cuales son los más representativos del cantón.

Una vez analizada la competencia directa existente para el Resort se determina que en el cantón Chone existen establecimientos de hospedaje no son óptimos puesto que al estudiarlos no cuentan con los servicios que deberían de brindar y lejos de los servicios de un Resort, por esta razón se plantea que la competencia directa es débil lo que refuerza la propuesta de esta investigación.

4.3.2. Competencia indirecta

Para analizar la competencia indirecta se aplicó la Matriz de perfil competitivo (MPC) de los cantones más cercanos a Chone, a continuación se muestran los pasos aplicados en la realización de la matriz.

Según Fred (2013) citado por Ganchozo (2015) es necesario identificar a los principales competidores, así como sus fortalezas y debilidades específicas en relación con la posición estratégica del lugar en estudio, los valores y los puntajes del total. En la evaluación se tomó en cuenta la siguiente clasificación en el puntaje 1 baja importancia, 2 media importancia, 3 considerable importancia, 4 alta importancia. La matriz se muestra en el cuadro 4.6.

A continuación se muestra el cuadro de la matriz MPC con los valores respectivos.

Cuadro 4.8. Análisis de la matriz de perfil competitivo (MPC)

| EMPRESA | CASA CEIBO | | POSEIDON | | BALANDRA | | |
|----------------------------------|-------------|---------------|---------------------|---------------|---------------------|---------------|---------------------|
| | COMP1 | | COMP2 | | COMP3 | | |
| Factores claves de éxito | Ponderación | Clasificación | Resultado ponderado | Clasificación | Resultado ponderado | Clasificación | Resultado ponderado |
| Potencial de recursos turísticos | 0,20 | 3 | 0,60 | 3 | 0,60 | 3 | 0,60 |
| Calidad de los servicios | 0,20 | 3 | 0,60 | 4 | 0,80 | 3 | 0,60 |
| Precio | 0,20 | 3 | 0,60 | 3 | 0,60 | 2 | 0,40 |
| Infraestructura | 0,20 | 4 | 0,80 | 4 | 0,80 | 4 | 0,80 |
| Participación en el mercado | 0,10 | 3 | 0,30 | 3 | 0,30 | 3 | 0,30 |
| Personal capacitado | 0,10 | 3 | 0,30 | 3 | 0,30 | 3 | 0,30 |
| TOTAL RESULTADO | 1,00 | | 3,20 | | 3,40 | | 3,00 |

Según los resultados de la matriz MPC, el hotel "Poseidón" tiene un resultado ponderado de 3,40 con ventajas al competidor número 1 que es el hotel "Casa Ceibo" el cual tiene un resultado ponderado de 3,20 siendo la infraestructura su mayor fortaleza, con el competidor número 3 que es el hotel "Balandra" que está en una posición desventajosa con 3,00 de ponderación; uno de los ítem fuerte del hotel "Poseidón" es la calidad de los servicios que se sitúa en un 0,80 a respecto de 0,60 de "Casa Ceibo y Balandra", una vez analizado la matriz se define el mayor competidor de la propuesta del Resort en el cantón Chone; y en este caso se tiene como competidor indirecto al hotel "Poseidón".

Análisis general de la competencia

Realizando un análisis general de los elementos expuestos anteriormente se pudo determinar que si la competencia directa es débil pero al evaluar la competencia indirecta se pudo constatar que hay competencia indirecta para el Resort, teniendo como mayor competencia el hotel “Poseidón” ubicado en la ciudad de Manta, cabe recalcar que también existen competidores como “Casa Ceibo y Balandra” los cuales cuentan con características y servicios que brindan un hotel Resort.

4.4. FASE III:

Aporte social y económico de la propuesta.

La Determinación de este proyecto a través de la investigación y una vez habiendo obtenido los respectivos resultados del estudio de mercado, la definición del tamaño de la muestra, la oferta, demanda, competencia, la determinación de atractivos, recursos naturales y culturales, se continua identificando la factibilidad o aporte económico y social que generara la creación de un hotel Resort en el área rural del cantón Chone.

Actividad 7.- Aporte social.

Uno de los principales enfoques del proyecto es social, buscando la solución de un conflicto y pretendiendo llegar a una relación gana gana entre comunidad y la empresa privada, logrando trabajar en conjunto y poder generar un gran desarrollo social y económico para la población y cantones cercanos.

La propuesta a pesar de ser innovadora y arriesgada es posible llevarla a cabo, generando progreso a una región que ante la posibilidad de existencia de varios recursos naturales seria de vital importancia contar con un hotel Resort el cual pueda brindar la comodidad que los turistas requieren y de esa manera hacer beneficiario a la comunidad, incluyéndolos en la propuesta que se pretende realizar.

La creación de un resort que fomente el desarrollo del Cantón y por ende de la provincia de Manabí, mediante la vinculación, apoyo y aceptación de la sociedad contribuirá a los procesos de cambio en relación al sector turístico

como temas relacionados a la sensibilización, concientización y a políticas para el desarrollo social con la participación de los ciudadanos, organizaciones, asociaciones de vecinos, entidades culturales, locales y de regiones cercanas, teniendo en cuenta que este trabajo es factible socialmente y que genere un impacto de gran beneficio para la comunidad y de la provincia de Manabí.

En estos últimos tiempos se desarrollan constantemente cambios a nivel social que impactan la manera de vivir, como los hábitos, preferencias, condiciones sociales y culturales, es así que comienzan a surgir nuevas alternativas para lograr el desarrollo social del cantón y de los sitios aledaños, la poca iniciativa de crear propuestas que realcen y por ende que contribuyan al progreso de la sociedad del cantón.

Este trabajo se orienta al servicio de alojamiento turístico, se concreta en un establecimiento de alojamiento hotel Resort, cuyo mercado objetivo son turistas jóvenes de una edad considerable.

La idea es de fomentar el desarrollo turístico rural en el cantón Chone provincia de Manabí, específicamente en el sitio el limón, ubicado en una zona en la que cuenta con un ambiente natural, concretando un proyecto de alojamiento turístico de primera calidad que permita resaltar las virtudes que posee como el intercambio con la naturaleza y se pueda proveer al turista de comodidades y servicios diferenciados que satisfaga las necesidades de estos segmento de mercado.

Esto ayudaría a dar una luz de esperanza para las clases menos favorecidas en el cantón brindándoles unas grandes oportunidades para mejorar su calidad de vida ya sea por la ejecución de la propuesta, mejoramiento de la infraestructura, pero ante todo generando empleo a la región.

Cabe destacar que se pretende el desarrollo turístico del cantón y de la provincia de Manabí y que se logre el desarrollo social de la misma y específicamente que en el sector se logre nuevas fuentes de empleo para beneficios de la comunidad y sus alrededores.

Actividad 8.- Aporte económico.

Con este proyecto, se pretende que la propuesta de elaborar un estudio de mercado para la construcción de un Resort que fomente el desarrollo turístico rural del cantón Chone, genere fuentes de empleo para moradores e incluso a cantones cercanos, es importante mencionar que una vez analizado la factibilidad social y económica del cantón con sus respectivos factores que indiquen que esta propuesta es viable para el desarrollo turístico de la zona y a la mejora en la calidad de vida de sus habitantes.

La población local es un componente principal ya que gracias a esta propuesta, el involucramiento en el sector turístico sin duda será beneficiario con relación a los ingresos económicos que se generen a través de la actividad turística que oferte este establecimiento de hospedaje como lo es un Resort, ya que la calidad del servicio ofrecido sea uno de los principales componentes para fomentar el desarrollo económico, teniendo ventajas competitivas y estrategias que logren satisfacer las necesidades y exigencias de los turistas.

La principal ventaja de un buen servicio de alojamiento turístico es la satisfacción que se lleva el turista siendo este eficiente y eficaz en los servicios ofrecidos como la rentabilidad que genera ingresos, un producto diferenciado y bien integrado contribuyendo a la economía y a una mejora en la calidad de vida de su comunidad local y a la vez provincial.

Las oportunidades y beneficios significativos para los habitantes del cantón y aledaños es que el producto o servicio aporte con la conservación del entorno, genere fuentes de trabajo para mejorar la calidad de vida y que esta sea rentable permitiendo la posibilidad de lograr un desarrollo económico a largo plazo y a su vez ampliar las fuentes de empleo en el cantón Chone y de la provincia de Manabí.

Mediante la implementación de la propuesta del Resort se generara varias fuentes de empleo dando al cantón un gran aporte y flujo económico, permitiendo el desarrollo social y económico de los moradores.

Cabe mencionar que la calidad de un servicio de alojamiento turístico diferenciado como lo es un Resort es un factor importante en la percepción del

turista ya que es lo que se recibe y se percibe por los visitantes o viajeros, la fidelidad del turista, lo sociocultural, desarrollo de actividades turísticas, generación de empleos que aporten con ingresos económicos para mejorar la calidad de vida de los habitantes locales.

Al haber evaluado la oferta, demanda, competencia, aporte social y económico; se obtiene como resultado principal que la creación de un Resort en el área rural del cantón Chone, es aceptada por el 83% de personas encuestadas, esto se debe a la mínima oferta hotelera que existe y a que el turista requiere de lugares nuevos e innovadores los cuales brinden todos los servicios que el turista necesita para lograr su total satisfacción, con la creación del Resort se generara movimiento económico en el cantón y en la provincia de Manabí y del mismo modo se incrementaran las fuentes de empleos.

CAPITULO V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1. CONCLUSIONES

1. A través de la presente investigación se pudo evaluar, la estructura productiva, agrícola y económica del cantón Chone. Además de la condición turística del cantón para así determinar los atractivos turísticos que estarían involucrados al momento de ofertar el producto resort y que sean integrados a los servicios que se va a prestar.
2. Se determinó a partir del criterio de cuatro autores el diseño metodológico de la investigación, el cual comprende las fases de diagnóstico, el análisis de la oferta, demanda, competencia y el aporte social y económico de la propuesta.
3. La aceptación de la construcción de un Resort en el cantón Chone se pudo constatar mediante el análisis de la competencia directa e indirecta. Al evaluar la competencia directa se evidenció que los establecimientos de hospedaje del cantón Chone, no cuentan con los servicios que ofrece un Resort, es por ello que se plantea que la competencia directa para la propuesta del Resort es débil; la competencia indirecta se evaluó realizando la matriz de perfil competitivo (MPC).
4. Mediante la determinación del aporte económico y social se pudo identificar o definir los aspectos positivos y negativos que tendrá la implementación de la propuesta en el cantón Chone, teniendo como resultado un gran aporte ya que la propuesta generara plazas de empleo y por ende un mayor flujo económico.

5.2. RECOMENDACIONES

1. Se recomienda al GAD del Cantón Chone inventariar y actualizar los datos de los diferentes recursos y atractivos turísticos de la zona, para que estos puedan ser visitados por los turistas, teniendo la información necesaria sobre ellos.
2. Se recomienda al departamento de turismo del GAD Chone actualizar el catastro de los servicios turísticos del cantón y así como de los alojamientos que brinden servicio de hospedaje y compartirlos en la plataforma de la institución para que estén disponibles a investigadores y visitantes.
3. Se recomienda al departamento de turismo del GAD del Cantón Chone crear fuentes de financiamiento para la creación de emprendimientos turísticos, que le den más realce al sector turístico del cantón, en vinculación con la universidad ESPAM para que los estudiantes puedan desarrollar sus propuestas.
4. A los inversionistas y operadores turísticos del cantón Chone, tener en cuenta la investigación realizada y tomar decisiones para la construcción de un Resort en el territorio, y de esa manera el cantón pueda contar con un establecimiento que brinde comodidad, seguridad y satisfacción en el cliente.

BIBLIOGRAFÍA

- Arauz, LI. 2010. Análisis del sistema turístico del cantón de buenos aires: insumo para un diseño de plan de desarrollo en turismo rural. (En Línea). Consultado, 15 de Dic.2015. Formato HTML. Disponible en: http://www.eumed.net/libros-gratis/2012b/1199/sistema_turistico.html
- Aruquipa, L. Alarcón, P. Parizaca, M. Urquizo C. 2012. La estrategia de promoción y la comunicación en la mercadotecnia. Bolivia. Consultado 05 de Dic.2016. Formato DOC.
- Barbosa, M y Ferreira, H. 2012. Estudios y Perspectivas en Turismo, vol. 21; núm. 3, 2012. Formato PDF. Disponible en: <http://www.estudiosenturismo.com.ar/PDF/V21/N03/v21n3a11.pdf>
- Basantes, C; Sáenz, R; Solís, G; Zambrano, T. 2012. Proyecto: Análisis de vulnerabilidades a nivel municipal. Perfil territorial con enfoque en Gestión de Riesgos del cantón Chone. (En línea). Consultado, 15 de Sep 2016. Formato PDF. Disponible en: <http://repositorio.cedia.org.ec/bitstream/123456789/839/1/Perfil%20territorial%20CHONE.pdf>
- BECKERS, J. (2002): Développer et évaluer les compétences à l'école. Bruxelles, Labor. Citado por Villegas (2009). En línea. Consultado, 12 de Dic, 2015. Disponible en: <http://www.redes-cepascalca.org/inspector/DOCUMENTOS%20Y%20LIBROS/COMPETENCIAS/TERMINOLOGIA.pdf>
- Bigné Alcañiz, J. E. (2009): Las agencias de viaje: Factores de calidad de implicaciones de marketing, en la calidad como factor de competitividad en el turismo, cursos de verano, Universidad de Oviedo, julio.
- Bohórquez, J. Y. Maridueña, F. (2013) Estudio de la situación actual del cantón general Villamil playas y propuesta de reactivación del turismo a través del desarrollo de un plan integral. Guayaquil. Consultado 05 de Dic 2016. Formato PDF. Disponible en: <dspace.uazuay.edu.ec/bitstream/datos/4584/1/11070.PDF>
- Carvajal, B. (2011). Desarrollo local: Manual Básico para Agentes de Desarrollo Local y otros actores. Madrid, CERSA Editores. Consultado, 27 de Feb, 2016. Formato PDF. Disponible en: http://www.eumed.net/libros-gratis/2011d/1046/desarrollo_comunitario.html.
- Del libro: «El Marketing de Servicios Profesionales», Primera Edición, de Kotler Philip, Bloom Paul y Hayes Thomas, Ediciones Paidós Ibérica S.A., 2004, Pág. 98.
- Del libro: «Investigación de Mercados Un Enfoque Práctico», Segunda Edición, de Malhotra K. Naresh, Prentice-Hall Hispanoamericana, 1997, Págs. 90 al 92.
- Fassler (2013). Diseño de productos turísticos del Ecuador para el mercado alemán. (En línea). EC, Consultado, 14 de Ene, 2016. Formato PDF. Disponible en: <http://dspace.esPOCH.edu.ec/bitstream/123456789/2970/1/23T0375%20FASLER%20DANIELA.pdf>

- Flores y Barroso (2012). El turismo como estrategia de desarrollo rural sostenible. Consultado, 18 de Feb, 2016. Formato PDF. Disponible en: <http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5089666>
- Fred, D. 2013. Administración estratégica. Matriz EFE, EFI y MPC. (En Línea). Mex. Decimocuarta edición. Consultado, 29 de Agost. 2016. Formato PDF. Disponible en: <https://bibliotecat2.files.wordpress.com/2014/10/conceptos-de-administracion-estrategica-14edi-david.pdf>
- GAD (2010) Gobierno Autónomo Descentralizado de Chone.
- Ganchozo, M. y Loor, A. 2015. Plan estratégico para el desarrollo del turismo en la comunidad piedra de plata, cantón Pichincha provincia Manabí. (En Línea). Ec. Manabí. Consultado, 26 de Oct. 2016. Formato PDF. Disponible en: <http://repositorio.espam.edu.ec/bitstream/42000/148/1/Miriam%20Ganchozo%20-%20Alfredo%20Loor.pdf>
- Gosálbez, H. 2011. La concepción y la clasificación de los servicios y los establecimientos de restauración turística. (En línea). Consultado, 23 de Oct. 2015. Formato PDF. Disponible en: <http://www.juntadeandalucia.es/turismocomercioydeporte/documentacion/143319649.pdf>
- Guía de Chone (2010) "Historia del cantón Chone" Consultado el 26 de noviembre de 2015 en <http://www.guiadechone.com/index.php?op=2&cver=25>
- Junta de Andalucía (2014). Informe de sostenibilidad ambiental, (En línea). Andalucía. Consultado 05 de Dic 2016. Disponible en: http://www.turismonuevasideas.org/sites/default/files/docplanes/20141126_informe_sostenibilidad_ambiental_pgtsa.pdf
- Kirchner, L. y. (2013). Planeación Comercial. México: ALFAOMEGA.
- Kotler, P. 1996. Dirección de Mercadotecnia: Análisis, Implementación y Control Ciudad de México, (En Línea). México. Consultado, 20 de Dic. 2015. Disponible en: www.ingcomercial.ucv.cl/.../tesis/tesis.../2009-Araya-Jacqueline-Bravo-P
- Kotler, p. (2001). DIRECCION DE MERCADOTECNIA. Lima: 8ª, Edicion, DERECHOS RESERVADOS, 2001, MAO29-ESAN.
- Lloret, E. (2012). Desarrollo de un programa de capacitación para el personal de servicio en tres restaurantes de cuenca. Cuenca. Consultado 06 de Dic 2016. Disponible en: <http://dspace.ucuenca.edu.ec/bitstream/123456789/1729/1/tur84.pdf>
- Mármol, P. y Ojeda, C. 2012. Marketing turístico. 1 ed. Paraninfo. P 88.
- Martínez, B. Rojo, R. (2013). Destinos turísticos. 1 ed. Paraninfo. P 6.
- MERCADEO, H. 2011. La Internacionalización De Las Pequeñas Y Medianas Empresas biblioteca virtual de derecho, economía y ciencias sociales (en línea) consultado el 05. Dic 2016 disponible en: <http://www.eumed.net/libros.htm>
- Ministerio de Turismo. (2015). (En línea). Consultado 6 de Jun, 2016. Formato PDF. Disponible en: www.quito-turismo.gob.ec/.../43-registro-turistico?...replamento-de-aloja...

- MINTUR (Ministerio de turismo Ecuador). 2007. Plan estratégico de desarrollo de turismo sostenible para Ecuador, PLANDETUR 2020. (En Línea). Ec. Consultado, 26 de Agost. 2016. Formato PDF. Disponible en: <http://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/02/PLANDETUR-2020.pdf>.
- Monferrer, M. 2013. Fundamentos de marketing. 1 ed. Une (Unión de editoriales universitarias españolas). P 51.
- Mukesh, VanSandt, C. & Baugous, A. (2009). Social Entrepreneurship: The Role of Institutions. *Journal of Business Ethics*. 85:201–216 Springer DOI 10.1007/s10551-008-9939-1. Disponible en: <http://www.redalyc.org/pdf/280/28016613002.pdf>
- OIT (Organización internacional del trabajo) (2016). (En línea). Consultado, 30 de Oct, 2015. Disponible en: <http://www.ilo.org/global/industries-and-sectors/hotels-catering-tourism/lang-es/index.htm>
- Olmos, L. Garcia, R. (2016). Estructura del mercado turístico. 2 ed. Paraninfo. P 22.
- OMT (1995) citado por Sancho (sf). En línea. Consultado, 4 de Sep, 2015. Disponible en: <http://dspace.universia.net/bitstream/2024/1043/1/INTRODUCCION+AL+TURISMO+OMT.pdf>
- Pacheco y Núñez (2012). Análisis de factibilidad para la creación de un Resort en el balneario Las Núñez. (En línea). Consultado 10 de Nov, 2016. Formato PDF. Disponible en: <https://www.dspace.espol.edu.ec/bitstream/123456789/20562/2/DelaMar%20Resort.pdf>.
- Pineda (2015). Diseño de un producto turístico. (En línea). EC. Consultado, 20 de Ene, 2016. Formato PDF. Disponible en: <http://repositorio.uteq.edu.ec/bitstream/43000/114/1/T-UTEQ-0009.pdf>
- Porter, Michael. *The Competitiveness Advantage of Nations*, Chapter1. Free Press June 1998.
- Riscos, D. R. (2013). *La biblia del Marketing*. España: LEXUS EDITORES.
- Rivas, J. 2014. *Planificación Turística*. Séptima edición. (En Línea). Consultado, 12 de Dic. 2015. Formato BOOKS. Disponible en: <https://books.google.com.ec/books?hl=es&lr=&id=KdKoBAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA15&dq=planificacion+turistica>
- Rodríguez, A; Ramírez, A; Maldonado, S; Gaona, V. 2013. *Fundamentos de mercadotecnia*. 1 ed. México. Eumet.net. p 45.
- Salazar y Yáñez (2014). *Diseño de una propuesta de desarrollo turístico en el cantón Yaguachi para el fomento del turismo local*. (En línea). EC. Consultado, 14 de Ene, 2016. Formato PDF. Disponible en: <http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/2315/1/T-UCSG-PRE-ESP-AETH-183.pdf>.
- Sanisaca, C. (2012). *Manual operativo de procesos para hoteles*. Cuenca. Consultado, 05 de Dic 2016. Formato PDF. Disponible en: <http://dspace.ucuenca.edu.ec/bitstream/123456789/1721/1/tur77.pdf>
- Sapag, N. 2011. *PROYECTOS DE INVERSIÓN: Formulación y Evaluación*. 5ta edición. (En Línea). México. Consultado, 15 de Dic.2015. Formato PDF.

Disponible en: repositorio.uteq.edu.ec/bitstream/43000/114/1/T-UTEQ-0009.pdf

- Shepherd, D. A. & Patzelt, H. (2010) "The new field of sustainable entrepreneurship: studying entrepreneurial action linking «What is to be sustained» with «What is to be developed»". *Entrepreneurship, Theory and Practice*, 35 (1): 137-163.
- Swisscontact, 2014. Manual para la planificación de productos turísticos. Perú. (En línea). Consultado 02 de Dic. 2016. Disponible en: http://www.swisscontact.org/fileadmin/user_upload/COUNTRIES/Peru/Documents/Publications/Manual_para_la_planificacion_de_productos_turisticos.pdf.
- Toledo (2013). Proyecto de factibilidad para la creación de un hotel campestre Resort club en la parroquia de Gualea Cruz. (En línea). Consultado, 10 de Nov, 2016. Formato PDF. Disponible en: <http://repositorio.puce.edu.ec/xmlui/bitstream/handle/22000/10666/TESES-PUCE-Toledo%20Picoita%20Vanessa.pdf>.
- Villarreal (2013). Estudio de factibilidad para la creación de un centro turístico en el cantón Huaca, provincia del Carchi. (En línea). Consultado, 10 de Nov, 2016. Formato PDF. Disponible en: <http://repositorio.utn.edu.ec/bitstream/123456789/2371/1/02%20ICO%20322%20TESIS.pdf>.
- Zahra, S. A.; Filatotchev, I. & Wriqth, M. (2009) "How do threshold firms sustain corporate entrepreneurship? The role of boards and absorptive capacity". *Journal of Business Venturing*, 24 (3): 248-260

ANEXOS

Anexo N° 1. Encuestas a turistas.

ENCUESTA PARA EVALUAR LA DEMANDA TURÍSTICA DEL CANTÓN CHONE

A través de esta encuesta se pretende conocer el motivo por el cual llegan visitantes al cantón Chone.

Marque con una X la respuesta, sea sincero al contestar.

Género: F M **Edad:**

1. ¿Edad de los encuestados?

17 -25 25-35 35-40 40 o más

2. ¿Cuál es el motivo de su visita en el Cantón Chone?

Trabajo Ocio Visitas familiares Estudios

3. ¿Cuántos días le gustaría permanecer en el cantón Chone?

1 2-3 4 o mas

4. ¿Qué servicios le gustaría que ofrezca el lugar donde se va a hospedar?

Áreas verdes Tv cable Parqueaderos Wifi Canchas deportivas

5. ¿Usted considera atractivo visitar algunos de los lugares que se mencionan a continuación?

Los raidistas Café color tierra Humedal la Segua Cantiles el jobo
 Cascada la guabina Balneario la poza Otros, mencione cual _____

6. ¿Le gustaría hospedarse en un Resort?

SI NO

¡GRACIAS POR SU COLABORACIÓN!

Anexo N° 2. Establecimientos de hospedajes del cantón Bolívar, registrados en el catastro turístico 2016.

| REGISTRO | NOMBRE | RUC | PROPIETARIO | TLF | DIRECCION | ACTIVIDAD TURISTICA | SUBACTIVIDAD TURISTICA | CATEGORIA |
|------------|-------------|---------------|----------------------------------|---------|-------------------------|---------------------|------------------------|-----------|
| 1302500675 | GALICIA | 1308162450001 | BONILLA GARCIA GIOVANNY REYNIERO | 2685014 | 10 DE AGOSRO Y CALDERON | ALOJAMIENTO | HOSTAL | TERCERA |
| 1302501539 | SAN PLACIDO | 1301772321001 | ZAMBRANO MACIAS PLACIDA AMADO | | GRANDA CENTENO Y CHILE | ALOJAMIENTO | HOSTAL | TERCERA |

Anexo N° 3. Establecimientos de hospedajes no registrados del cantón Bolívar.

| RE G. | RAZON SOCIAL | PROPIETARIO/A | REPRESENTANTE | DIREC. | CATEG. | R.U.C | TEL |
|-------|--------------------|------------------------------|--------------------------------------|-------------------------------------|--------|---------------|---------------------|
| 617 | HOTEL CACAO | LOURDES ROSARIO LOOR RENGIFO | FRANCISCO FERNANDO DE LA CRUZ MACIAS | CALLE SALINAS AV. CDLA. MAESTRO | 3RA | 1307941854001 | 52685129 |
| 644 | HOSTAL BOLIVAR | FERNANDO TORRES | EDISON ORMAZA | CALLE SALINAS Y PICHINCHA | 2DA | 1303603714001 | 52685801/0990119665 |
| 616 | MI HOTEL | ELIAS BASURTO | ELIAS BASURTO | RICAURTE Y CHILE | 2DA | 1301793582001 | 052685274 |
| | HOTEL CARRIZAL INN | DARIO DAVID VELEZ | ROBERTH GARZON | JOSE MARIA HUERTA Y SALINAS | 3RA | 1305030981001 | 052685169 |
| 617 | HOTEL CALCETA | LENIN BASURTO | LENIN BASURTO | AV. 13 DE OCTUBRE Y AV. ESTUDIANTIL | 3RA | 1309880156001 | 0522686075 |

Anexo N° 4. Establecimientos de hospedajes del cantón Tosagua, registrados en el catastro turístico 2016.

| REGISTRO | NOMBRE | RUC | PROPIETARIO | TLF | DIRECCION | ACTIVIDAD TURISTICA | SUBACTIVIDAD TURISTICA | CATEGORIA |
|------------|--------------|---------------|-------------------------------|---------|------------------------------|---------------------|------------------------|-----------|
| 1315500330 | PUNTO DE ORO | 1300209739001 | MOREIRA MENDOZA ASISDO | 2330167 | JORGE LOPEZ Y 24 DE MAYO | ALOJAMIENTO | HOTEL | TERCERA |
| 1315500331 | ANDREITA | 1304018706001 | MUCKAY JARA LORENA | 2682193 | 24 DE MAYO F/ MERCADO | ALOJAMIENTO | HOSTAL RESIDENCIA | TERCERA |
| 1315500524 | RODAVI | 0906462627001 | AVILA OBRIEN FRANCIA VICTORIA | | FEDERICO PAEZ S/N, VIA CHONE | ALOJAMIENTO | HOSTAL | TERCERA |

Anexo N° 5. Establecimientos de hospedajes del cantón Chone, registrados en el catastro turístico 2016.

| REGISTRO | NOMBRE | RUC | PROPIETARIO | TLF | DIRECCION | ACTIVIDAD TURISTICA | SUBACTIVIDAD TURISTICA | CATEGORIA |
|------------|---------------------------|---------------|---------------------------------|-----------|---|---------------------|------------------------|-----------|
| 1303500191 | LOS NARANJOS | 1708511850001 | CORNEJO BELTRAN LEONOR VIRGINIA | 2695451 | WASHINGTON Y PICHINCHA | ALOJAMIENTO | HOSTAL | SEGUNDA |
| 1303500193 | COLON | 1300402904001 | MINCHONG VILLAMAR CARLOS | 052695510 | VARGAS TORRES Y BOLIVAR | ALOJAMIENTO | HOSTAL | TERCERA |
| 1303500903 | MI CHINITO | 1302918717001 | GARCIA VELIZ ESTEDIN ROSEMBER | | BY PASS S/N ENTRADA AL TERMINAL TERRESTRE | ALOJAMIENTO | HOSTAL | TERCERA |
| 1303501121 | LA POSADA | 1301775910001 | CEDEÑO ZAMBRANO MANUEL EDGAR | 699328 | AV. SIXTO DURAN BALLEN FRENTE AL TERMINAL TERRESTRE | ALOJAMIENTO | HOSTAL | TERCERA |
| 1303501126 | EL PARAISO | 1302419856001 | ZAMBRANO VALENCIA MARIA SUSANA | 052697835 | CIUDADELA GARAY, FRENTE EL JARDIN DE LOS RECUERDOS | ALOJAMIENTO | HOSTAL | TERCERA |
| 1303501649 | LA ESTANCIA DE EL COLIBRI | 1300327341001 | HIDALGO ZAMBRANO WINER AUGUSTO | 2696743 | BARRIO SANTA MARTHA ATRAS DEL CHONE NOVEL CLUB | ALOJAMIENTO | HOSTAL | SEGUNDA |

Anexo N° 6. Establecimientos de hospedajes no registrados del cantón Chone.

| # | RAZON SOCIAL | PROPIETARIO/A | REPRESENTANTE | DIREC. | CATEG. | HAB | TEL |
|---|------------------------|---------------|-----------------------------|------------------------|--------|-----|---------|
| 1 | HOTEL ATAHUALPA DE ORO | FRANKLIN VERA | FANNY CECILIA CEDEÑO BURGOS | ATAHUALPA Y PÁEZ | 3RA | 40 | 2698340 |
| 2 | HOTEL AMASH | | | Av. Sixto Durán Ballén | 3RA | | 2696283 |

Anexo N° 7. Mapa turístico del cantón Chone.

