



**UNIVERSIDAD LAICA ELOY ALFARO
DE MANABÍ**

FACULTAD DE HOTELERÍA Y TURISMO

**CARRERA DE
TURISMO**

**TRABAJO
DE TITULACIÓN**

**PROYECTO DE INVESTIGACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
INGENIERA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS**

TEMA

**“Estudio del comportamiento de la demanda turística en la playa Santa
Marianita del cantón Manta”.**

AUTORA:

KAREN JULISSA LOOR MERO

TUTOR:

CARLOS ROLANDO PIGUAVE MERO, MG

MANTA-MANABÍ-ECUADOR

2022

CERTIFICACIÓN DEL TUTOR

En calidad de docente tutor(a) de la Facultad de Hotelería y Turismo de la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí, CERTIFICO:

Haber dirigido y revisado el trabajo de investigación, bajo la autoría de la estudiante Looor Mero Karen Julissa, legalmente matriculado/a en la carrera de Turismo, periodo académico 2021-2022, cumpliendo el total de 390 horas, bajo la opción de titulación de Proyecto de investigación, cuyo tema del proyecto es “Estudio del comportamiento de la demanda turística en la playa de Santa Marianita del cantón Manta.”

La presente investigación ha sido desarrollada en apego al cumplimiento de los requisitos académicos exigidos por el Reglamento de Régimen Académico y en concordancia con los lineamientos internos de la opción de titulación en mención, reuniendo y cumpliendo con los méritos académicos, científicos y formales, suficientes para ser sometida a la evaluación del tribunal de titulación que designe la autoridad competente.

Particular que certifico para los fines consiguientes, salvo disposición de ley en contrario.

Manta, 12 de enero de 20221

Lo certifico,

A.S Carlos Rolando Piguave Mero, Mg

Docente Tutor
Área: Turismo

AUTORÍA

La investigación pertenece exclusivamente a la autora, este informe se realiza como requisito previo a la obtención del título de Ingeniero en Administración de Empresas Turísticas de la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí. Para uso del contenido de este documento se debe citar la autora.

Loor Mero Karen Julissa

131351129-5

APROBACIÓN DEL TRIBUNAL

El tribunal evaluador certifica:

Que, el trabajo de carrera, titulado “Estudio del comportamiento de la demanda turística en la playa Santa Marianita del cantón Manta”, ha sido realizado y concluido por la señorita Karen Julissa Loor Mero; el mismo que ha sido controlado y supervisado por los miembros del tribunal.

El trabajo de fin de carrera reúne todos los requisitos pertinentes en lo referente a la investigación diseño que ha sido continuamente revisada por este tribunal en las reuniones llevadas a cabo.

Para dar testimonio y
Autenticidad, Firmamos:

Lic. Luis Reyes Chávez, Mg.

**PRESIDENTE DEL TRIBUNAL
DE TITULACIÓN**

Lic. Claudia Loor, Mg.

**MIEMBRO TRIBUNAL
DE TITULACIÓN**

A.S Carlos Rolando Piguave Mero, Mg

**DOCENTE TUTOR
DE TITULACIÓN**

Lic. Marco Duran Vasco, Mg.

**SUPLENTE DEL PRESIDENTE
DE TRIBUNAL**

Ing. Alicia Trueba Macías, Mg

**MIEMBRO TRIBUNAL
DE TITULACIÓN**

Karen Julissa Loor Mero

GRADUADA

DEDICATORIA

Mi proyecto de investigación está dedicado a Dios quien ha sido mi guía en todo momento hasta el día de hoy se lo dedico con mucho amor y esfuerzo.

A mis padres Flor Mero y Félix Loor quien con su amor y paciencia me han impulsado a seguir adelante.

A mis hermanas Wendy y Nallely Loor por ser ese apoyo moral en todo momento.

A mis hijos Alan y Aaron que son el motor de mi vida.

A mi esposo Cristhian Pilozo por su apoyo incondicional.

AGRADECIMIENTO

Agradecida siempre con Dios por todo lo maravilloso que ha sido conmigo por darme esa valentía y fuerzas de continuar con este proceso de cumplir mis metas. A su vez, quiero agradecer a mis tutores A.S Carlos Piguave Mero Mg., y a la Ing. Jessica Sáenz, por colaborarme en todo este periodo de titulación mostrándome todos sus conocimientos, y enseñanzas. Finalmente agradecer a mis docentes, a mis compañeros y amigos que fueron parte de esta etapa de mi vida.

A todos los mencionados, mis más sinceros agradecimientos.

RESUMEN

El proyecto de investigación se enfoca en realizar un estudio sobre el comportamiento de la demanda turística en la playa Santa Marianita, del cantón Manta. Los resultados como tal permitirán conocer la actualidad sobre los visitantes y turistas que acuden a esta localidad, así mismo se revelan los gustos, motivaciones, días de mayor concurrencia, sitios a visitar, entre otros aspectos. Para el desarrollo del proyecto se emplea el uso de métodos como el analítico-sintético y el inductivo-deductivo. Además, se aplica un cuestionario de entrevista a los dueños de los establecimientos prestadores de servicios turísticos y a los gestores turísticos de la parroquia.

En total se efectúan 10 cuestionarios y se revelan las siguientes respuestas. En torno a los establecimientos que forman parte de la oferta turística se encuentran la alimentación, hospedaje y prestación de servicios de deportes acuáticos. Acerca de las medidas implementadas con relación al Covid-19, existen opiniones encontradas, algunos piensan que fue positivo y para otros fue negativo. Sobre los meses de mayor concurrencia, esta se dio en los meses de enero, julio, agosto, feriados y fin de año. Los días de mayor concurrencia fueron los fines de semana, es decir sábados y domingos. Las principales actividades realizadas por los turistas son los deportes acuáticos, degustar la gastronomía, visitar la playa, entre otros. De igual manera, los gestores indican que para una mejor práctica turística es oportuno realizar una mayor capacitación al personal de servicios, diseñar estrategias de marketing, implementar protocolos de bioseguridad, innovación, entre otros.

Palabras clave: Turismo, demanda turística, indicadores y criterios de comportamiento del turista.

ABSTRACT

The research project focuses on conducting a study on the behavior of tourist demand on Santa Marianita beach, in the Manta canton. The results as such will allow to know the news about the visitors and tourists who come to this town, likewise the tastes, motivations, days of greatest attendance, places to visit, among other aspects are revealed. For the development of the project, the use of methods such as analytical-synthetic and inductive-deductive is used. In addition, an interview questionnaire is applied to the owners of the establishments that provide tourist services and to the tourist managers of the parish. In total, 10 questionnaires are made and the following responses are revealed. Around the establishments that are part of the tourist offer are food, lodging and provision of water sports services. Regarding the measures implemented in relation to Covid-19, there are conflicting opinions, some think it was positive and for others it was negative. Regarding the months of greatest attendance, this occurred in the months of January, July, August, holidays and the end of the year. The busiest days were weekends, that is, Saturdays and Sundays. The main activities carried out by tourists are water sports, tasting gastronomy, visiting the beach, among others. In the same way, the managers indicate that for a better tourism practice it is opportune to carry out greater training for service personnel, design marketing strategies, implement biosafety protocols, innovation, among others.

Keywords: Tourism, tourism demand, indicators and criteria of tourist behavior.

ÍNDICE DE CONTENIDO

INTRODUCCIÓN.....	1
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	2
CAPÍTULO I. MARCO TEÓRICO.....	5
1.1 Turismo	5
1.2 Demanda turística	7
1.2.1 Factores determinantes de la demanda turística.....	7
1.2.2 Clasificación de la demanda turística.....	8
1.3 Criterios para la elección del destino del turista	9
1.4 Indicadores para medir la demanda turística	10
1.5 Factores determinantes de la demanda turística.....	11
CAPÍTULO II. DISEÑO METODOLÓGICO.....	13
2.1 Diseño de investigación	13
2.2 Método de investigación.....	13
2.3 Técnicas de investigación.....	14
2.3.1 Revisión documental	14
2.3.2 Entrevista	14
2.3.3 Población y muestra	15
2.3.5 Instrumento.....	16
CAPÍTULO III. RESULTADOS Y DISCUSIÓN	17
CONCLUSIONES.....	25
RECOMENDACIONES.....	26
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	27
ANEXOS	29

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Causa y efectos.....	3
Figura 2. Hilo conductor.....	5

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Elementos del sistema turístico	6
Tabla 2. Variables de la demanda turística.....	10
Tabla 3. Procedimiento para valorar el comportamiento del turista.....	11
Tabla 4. Factores de la demanda turística.....	12
Tabla 5. Unidades de análisis	15
Tabla 6. Indicadores para valorar el comportamiento del turista	17
Tabla 7. Pregunta 1. ¿Cuáles son los principales establecimientos y servicios que forman parte de la oferta turística de Santa Marianita?	18
Tabla 8. Pregunta 3. ¿Cuál es su análisis respecto a las restricciones que consideró el gobierno local en la pandemia por Covid-19, en la parroquia Santa Marianita?.....	19
Tabla 9. Pregunta 2. ¿Durante qué época del año existió una mayor afluencia de turistas en el sector?	20
Tabla 10. Pregunta 5. Señale las principales actividades que realizan los turistas en la playa Santa Marianita.....	21
Tabla 11. Pregunta 4. ¿Cuáles son los días con mayor afluencia de turistas en la zona?.....	22
Tabla 12. Pregunta 6. ¿Qué factores considera usted que afectan la afluencia de turismo a la playa Santa Marianita?	23
Tabla 13. Pregunta 7. Seleccione las medidas que usted implementaría, para elevar la llegada de turistas a la playa Santa Marianita	24

INTRODUCCIÓN

A nivel mundial el turismo se ha convertido en un factor fundamental de desarrollo socioeconómico de los países, habiéndose otorgado a escala mundial, mucha importancia al desarrollo de distintas actividades relacionadas con el ocio y la recreación, con miras a satisfacer las crecientes e innovadoras demandas de los turistas. Esta situación se halla enmarcada en tendencias o pautas de consumo en que las personas se encuentran inmersas, a causa de las nuevas tecnologías de comunicación y a la creciente necesidad de salir de la rutina que le producen sus actividades cotidianas (Gambarota & Lorda, 2017).

Sin embargo, el efecto devastador de la enfermedad pandémica de coronavirus en el turismo mundial se alarga en 2021, con datos que presentan una caída en el primer mes del año del 83% del número de llegadas de turistas de todo el mundo comparativamente con 2020 y el Turismo a su vez aportó con 705 millones de dólares en el 2020 con datos que presentan un 69.2% decrecimiento según el (MINTUR, 2021). El punto de vista para lo demás del año todavía es incierta. A medida que, la Organización Mundial del Turismo (OMT) preserva su llamamiento a una más grande coordinación entre las naciones con en relación a los protocolos de viajes que posibilite la reactivación segura del turismo y evite otro año de pérdidas ingentes para la zona (Durán Mora, 2021).

Así también, el desenlace de 2020 ya ha sido difícil, el turismo mundial padeció nuevos reveses a comienzos de este año, con territorios que endurecían las limitaciones de viaje como contestación a nuevos brotes del virus. Conforme con la última versión del Barómetro del Turismo Mundial de la OMT, cada una de las zonas de todo el mundo siguió experimentando fuertes descensos en el número de llegadas a lo largo del primer mes del año. Las pruebas obligatorias, las cuarentenas y, en algunas ocasiones, el cierre total de las fronteras, han obstaculizado la reanudación de los viajes de todo el mundo. Además, la llegada de las vacunas y su gestión fue más lenta de lo anhelado, retrasando todavía más el reinicio del turismo (Parra Almeida & Castro Ospino, 2021).

En el ámbito local, la ciudad de Manta, además de su posicionamiento como destino turístico final, es un sitio de tránsito obligado para los turistas que quieren disfrutar de los atractivos de la provincia y del Ecuador, debido a la comodidad que ofrece la infraestructura

de alojamiento en la ciudad, que se convierte en una gran ventaja que genera un valor agregado a esta ciudad. “La playa de Santa Marianita tiene una extensión aproximada de 4 km. desde Punta Cangrejo a Punta Tarima. El clima es uno de sus principales atractivos, ya que posee temperatura media que oscila entre los 25° y los 29° C. Santa Marianita es una parroquia urbana de Manta, poseedora de atractivos turísticos vinculados al mar que le permite desarrollarse como destino turístico.

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Referente al turismo, este ha marcado una significativa evolución en el transcurso de los últimos años; los espacios históricos, culturales o tradicionales han sido desplazados por aquellos en donde resalta la belleza natural convirtiéndose uno de los más importantes ingresos para los habitantes del mundo. El Ecuador va ampliando horizontes a nuevos destinos turísticos promoviendo sus atractivos a visitantes tanto nacionales como extranjeros; éste es el caso de la parroquia Santa Marianita que con el pasar de los años se ha convertido en uno de los sitios más visitados en el cantón Manta, provincia de Manabí.

Santa Marianita es una parroquia que se ha caracterizado por la riqueza turística, debido a la playa que posee, sin embargo, desde el inicio de la pandemia, disminuyó la afluencia de turistas en la zona debido al cierre de las playas por disposición del gobierno local, ya que las playas de la localidad no contaban con medidas de bioseguridad para los turistas. Aunque la pandemia Covid-19 está parcialmente controlada, se requiere evidenciar la afectación directa que tuvo a la demanda turística en esta zona de estudio.

Por el lado de la demanda, el consumidor debe recuperar la confianza, sentirse seguro de poder viajar sin riesgos y al mismo tiempo sin arriesgar la integridad y salud de quienes habitan o subsisten en sus destinos y la naturaleza que la rodea. La post pandemia define un nuevo perfil del consumidor: el de un viajero consciente que quiere ver y experimentar el mundo de una manera diferente, única y responsable. El escenario para viajeros de largas distancias es claro, continuarán viajando y visitando. Sin embargo, lo harán con menos frecuencia y seguramente con estadías más largas bajo la premisa de encontrar experiencias más profundas y cercanas.

En cuanto a la pandemia, esta trajo consigo una serie de factores entre ellos esta la presión emocional, psicológica, ansiedad, encierro, miedos y necesidades personales truncadas o limitadas. Para el 2022 estos aspectos serán muy relevantes a la hora de tomar decisiones en los viajeros. La demanda buscará ofertas impregnadas de sensaciones de libertad, cambio de “aires” y ambiente, tiempo de calidad con amigos y la familia. Para los proveedores esto significa, entre otros aspectos, medidas de higiene rigurosa y permanente, flexibilidad en los sistemas de reservas, o apoyos distintos (espirituales, psicológicos) a los tradicionales en sus paquetes de servicios.

A partir de lo expuesto, se puede inferir el siguiente esquema (espina de pescado) que muestra las principales causas y efectos del problema planteado:

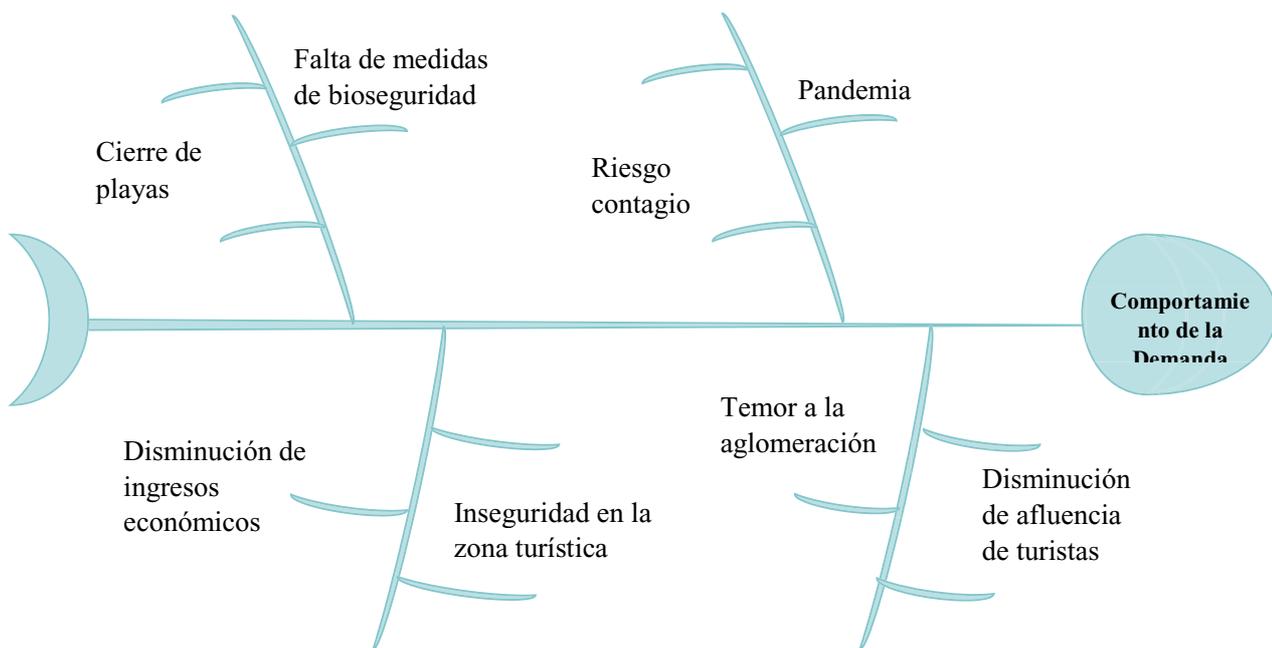


Figura 1. Causa y efectos
Fuente: Elaboración propia

FORMULACIÓN O DEFINICIÓN DEL PROBLEMA

¿Cómo se ha comportado la demanda turística en la playa Santa Marianita del cantón Manta durante el año 2021?

OBJETO DE INVESTIGACIÓN

Para delimitar y condicionar la investigación se plantea como objeto de investigación el comportamiento de la demanda turística y el campo de acción es el estudio del comportamiento de la demanda turística del 2021 en la playa Santa Marianita del cantón Manta

OBJETIVO GENERAL

- Analizar el comportamiento de la demanda turística de la Playa Santa Marianita.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

1. Sistematizar los principales indicadores que permitan analizar el comportamiento de la demanda turística de un destino turístico.
2. Identificar los principales establecimientos y servicios que forman parte de la oferta turística de Santa Marianita.
3. Mostrar los resultados del comportamiento de la demanda turística en la parroquia Santa Marianita.

El proyecto se lleva a cabo en tres capítulos. El Marco Teórico trata de recopilar información correspondiente a las palabras clave de la investigación, asimismo se ubican las respectivas interpretaciones de lo consultado. Así mismo, el Diseño Metodológico describe el enfoque, tipo de investigación, los métodos, técnicas e instrumentos a utilizar para recoger datos en el campo de estudio. Al final, en el último capítulo se muestran los Resultados y Discusión con las respuestas obtenidas mediante la aplicación de los instrumentos. Luego se emiten las conclusiones y recomendaciones del proyecto.

CAPÍTULO I. MARCO TEÓRICO

En el presente capítulo se presentarán las principales teorías que giran en torno a la demanda turística, donde se evidencian los diferentes comportamientos que interfieren en esta variable de investigación en la playa Santa Marianita.

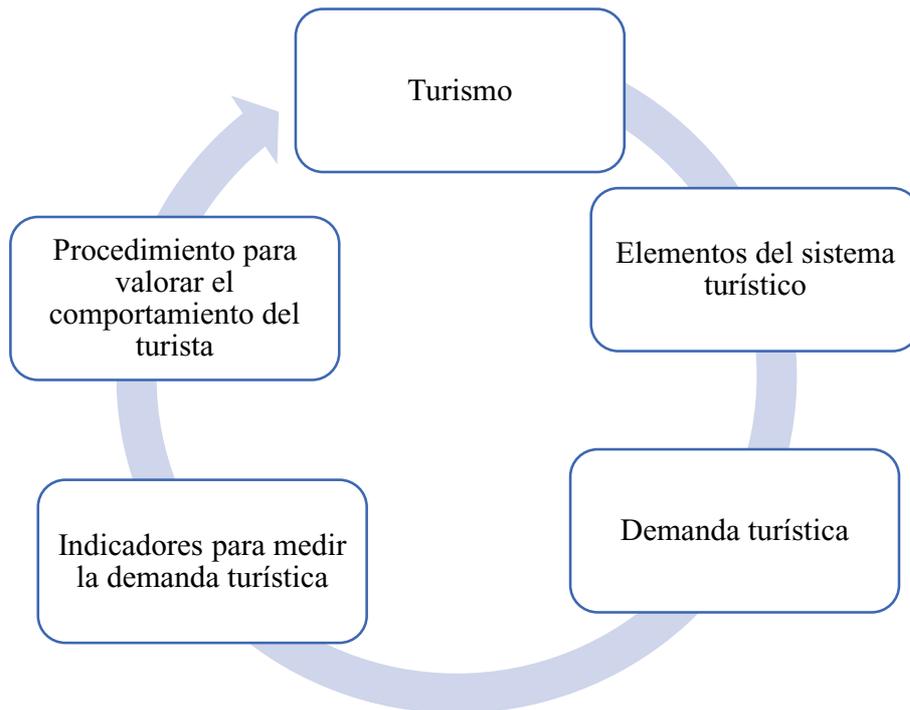


Figura 2. Hilo conductor
Fuente: Elaboración propia

1.1 Turismo

El turismo se ha consolidado como la principal actividad económica de muchos países y el sector de más rápido crecimiento en términos de ingresos de divisas y creación de empleo. El turismo internacional es el mayor generador de exportaciones del mundo y un factor importante en la balanza de pagos de la mayoría de los países (Manolachi, 2019).

Por su parte, los gobiernos obtienen unos sustanciales beneficios a través de los impuestos. La mayor parte de los empleos y negocios relacionados con el turismo se crean

en países en desarrollo, lo que ayuda a equiparar las oportunidades económicas y evita que la población de las zonas rurales emigre a ciudades superpobladas.

Así también, la Organización Mundial del Turismo alienta a los gobiernos a que asuman un papel relevante en el turismo, cooperando con el sector privado, las autoridades locales y las organizaciones no gubernamentales. Además, ayuda a los países de todo el mundo a maximizar los efectos positivos del turismo, minimizando al mismo tiempo las posibles consecuencias negativas para el medio ambiente y las sociedades (OMT, 1998).

Por tanto, el turismo a opinión de la investigadora es una de las principales fuentes de empleo y estimula enormes inversiones en infraestructuras, la mayor parte de las cuales contribuye a mejorar las condiciones de vida de la población autóctona, así como de los turistas.

El sistema turístico se encuentra compuesto por:

Tabla 1. Elementos del sistema turístico

#	Elementos	Descripción
1	Atractivos turísticos	Son lugares que despiertan el interés del turista por visitar un destino gracias a sus características tangibles y/o intangibles destacadas. Un destino para considerarse atractivo debe ser competitivo y para lograrlo, se debe satisfacer las motivaciones que impulsaron a los visitantes a viajar.
2	Superestructura	Son organizaciones del orden público y privado que representan a prestadores de servicios de los sectores relacionados a turismo, de la misma manera que establecen políticas, velan por intereses propios de sus agremiados, desarrollan proyectos y fomentan la inversión.
3	Infraestructura	En el caso del sector turismo, parte de la infraestructura son las vías de comunicación indispensables para que el viajero pueda trasladarse dentro y fuera del destino turístico.
4	Servicios	En el sistema turístico encontramos 2 tipos de servicios, los básicos como hoteles, agencias de viajes y restaurantes, es decir, son aquellos inmuebles que necesita un turista de manera fundamental al momento de viajar; y los servicios complementarios, que no intervienen directamente con el turista, pero son necesarios, ejemplo de estos son los bancos, las casas de cambio o las gasolineras.
5	La demanda (turistas)	Ninguno de los anteriores elementos podría subsistir sin los turistas. Ellos constituyen la contraparte de la ley de oferta y demanda, es decir, son quienes consumen, utilizan y/o se ven beneficiados de lo que el destino tiene para ofrecer; además, es a partir de su experiencia, que dentro del destino se pueden establecer estrategias para satisfacer sus necesidades de una mejor manera, alentando el desarrollo de la comunidad receptora.
6	Comunidad receptora	Se trata de los residentes locales que de manera directa (como los prestadores de servicios turísticos) o de manera indirecta (población en general o recurso humano de diversas empresas) tienen contacto con la comunidad turística.

Fuente: (Entorno turístico, 2015)

1.2 Demanda turística

Si bien, en turismo el concepto de demanda comprende a los individuos cuyas necesidades incluyen el “consumo” y la experiencia de lugares. Los turistas compran suvenires y ropa y utilizan servicios, tales como medios de hospedaje y parques de diversiones. Pero su motivación principal suele recaer en el destino turístico en sí, pues un turista en París o en Roma querrá experimentar la “atmósfera” que existe ahí y convertirse en parte de la comunidad local (Camones Carhuamaca, 2020). El consumo de lugares turísticos se manifiesta como una experiencia subjetiva del turista.

Así que, ciertas alteraciones en las regiones de origen, como crisis económicas o políticas, pueden alterar la probabilidad de que los turistas viajen. Por el lado de la oferta, la variación de los precios en relación con destinos y servicios similares, la falta de opciones de transporte y la diversidad de productos turísticos, entre otros, pueden afectar la demanda turística por un determinado destino (Tsukanka Chamik & Villishañay Solís, 2020).

Por lo que, la demanda turística es el total de las personas participantes en actividades turísticas, cuantificada como número de llegadas o salidas de turistas, valor en dinero gastado u otros datos estadísticos. Entre los factores que influyen en la demanda turística se encuentra el poder económico de los turistas, la disponibilidad de vacaciones y otros factores motivadores.

De tal modo que, a criterio personal es importante recordar que, en el caso de la demanda turística, con frecuencia, el consumidor y el cliente son personas distintas. Por ejemplo, el caso de los empleados de las empresas de viajes de negocios, en el que el empleado es el consumidor, pero el que paga es la empresa (el cliente), y en el caso de un niño o un joven que viaja solo (consumidor) pero quien paga el viaje son los padres (clientes).

1.2.1 Factores determinantes de la demanda turística

La propia complejidad a la hora de definir la demanda turística como concepto global, hace necesario un previo análisis de cómo los distintos factores que condicionan la decisión de viajar influyen sobre la propia estructura de la misma (SUNTAXI, s/f).

Estos factores pueden agruparse en cinco grandes grupos: Económicos, relativos a las unidades demandantes, aleatorios, relativos a los sistemas de comercialización y relativos a la producción.

En fin, se puede mencionar que los determinantes económicos de la demanda pueden explicar la utilización por parte de los consumidores turistas de servicios concretos, pero hay un conjunto de variables que ejerce sobre la demanda mayores efectos que los puramente económicos. Se trata de los factores de motivación, sociológicos, psicológicos, formas y estilos de vida, tiempo de ocio, nivel cultural, costumbres estacionales, creencias ideológicas y religiosas y factores demográficos poblacionales, que se explican a continuación (Díaz, 2017).

Por tanto, a criterio de la investigadora el principal objeto de estudio se vincula con las motivaciones de viaje del turista, para adquirir un determinado producto o servicio turístico. Al reconocer los gustos y preferencias de los visitantes, se diseñarán actividades que vayan acorde sus expectativas, garantizando de esta manera la satisfacción de sus necesidades.

1.2.2 Clasificación de la demanda turística

La demanda efectiva o actual: es el número actual de personas que participan en la actividad turística, es decir, que efectivamente viajan. Este grupo es el que se mide más fácilmente y el que se encuentra reflejado en las estadísticas mundiales. Uno de los indicadores más útiles de la demanda efectiva es la propensión a viajar, que considera la penetración de los viajes turísticos en una población determinada (Gabriela & Auquilla, 2021).

La demanda no efectiva: es el sector de población que no viaja por algún motivo. Dentro de este grupo puede distinguirse: la demanda potencial, que se refiere a aquéllos que viajarán en el futuro, cuando experimenten un cambio en sus circunstancias personales (más tiempo libre, más dinero, etc.); y la demanda diferida, que es aquella que no ha podido viajar por algún problema en el entorno o en la oferta (actividad terrorista en una zona, falta de alojamiento, etc.). En este grupo no debemos olvidar al sector de la población que no puede

viajar por ser un lujo demasiado caro, no sólo en los países en desarrollo, sino también en los industrializados (Mahecha-Medina & Naranjo-Rubiano, 2021).

El tercer grupo lo configura la no demanda, caracterizada por un grupo de gente adverso a los viajes, aquellos que simplemente no desean viajar. A su vez, se realiza otra distinción estableciendo dos conceptos nuevos: sustitución de la demanda y desviación de la demanda. La primera, se refiere al cambio o sustitución de una actividad turística concreta por otra (por ejemplo, una estancia en apartamentos es sustituida por una estancia en un hotel, debido a falta de plazas en los primeros); la desviación de la demanda, sin embargo, se produce cuando se cambia la localización geográfica de la misma (por ejemplo, por falta de vuelos hacia un destino determinado). Ambos fenómenos alteran profundamente las industrias turísticas locales.

Un concepto más estrictamente económico de estas magnitudes haría referencia a la capacidad de gasto o al gasto real de esas personas ya que en términos económicos la demanda es siempre una magnitud monetaria y no el número de consumidores. En este sentido, la OMT en sus definiciones enmarca el concepto de gasto por turismo, el cual define como el gasto realizado por un visitante o de parte de un visitante por causa de un viaje y durante su estancia en el destino. Por lo que el turismo como fuente de ingreso económico es fundamental para un lugar, más aún como el caso de la Parroquia Santa Marianita, que posee la playa como principal atractivo turístico.

Finalmente, en base a la clasificación de la demanda turística, a criterio de la autora, la demanda turística la cantidad de productos y/o servicios turísticos que pueden ser adquiridos o se han adquirido por parte de los turistas, motivados por intereses varios tanto, en la definición se engloba tanto la demanda real como la potencial, es decir, la demanda posible que todavía no se ha materializado.

1.3 Criterios para la elección del destino del turista

El análisis de la influencia de distintos aspectos que inciden en las intenciones de comportamiento de los turistas es un tema de gran importancia dentro del contexto de marketing turístico. El comportamiento del turista puede asumir muchas formas (Pearce, 2005). Por ello, la selección que realiza el turista entre diferentes destinos turísticos

alternativos para su disfrute obedece a un juicio subjetivo que considera una serie de factores.

De estos factores, la percepción que tenga el turista del destino es la que posee mayor importancia para satisfacer sus motivos de viaje y descifrar o dar significado al medio ambiente que lo rodea (Acerenza, 2003). Así, la percepción desempeña un papel esencial en la etapa del proceso de decisión de compra en la cual se identifican alternativas.

Es necesario mencionar la existencia de ciertos factores que, aunque no son objeto de estudio de esta investigación, intervienen en el comportamiento de elección del turista, características internas como lo son la personalidad, la edad o el sexo.

En base al criterio personal, con el propósito primordial de inferir las características de los productos y/o servicios, los consumidores recurren a señales debido a la existencia de información incompleta y asimétrica en los mercados. Por ello, las señales pueden dar al turista información, permitiéndole evaluar las distintas alternativas para poder tomar una decisión de compra satisfactoria en su intención de compra del destino turístico. De tal modo el turista toma decisiones basadas en la información de la cual dispone, y a partir de las señales transmitidas por el vendedor.

1.4 Indicadores para medir la demanda turística

La demanda turística se ve afectada por variables económicas directas (del país emisor) e indirectas (del destino turístico) que influyen en el momento de decisión de viaje (Galarza Atiencie, 2021). Las variables se detallan a continuación (tabla 2).

Tabla 2. Variables de la demanda turística

Variables	Aspectos
Variables económicas directas:	Nivel de renta nacional Valor de la moneda Nivel de Gasto en turismo Estado del ciclo económico Derecho a vacaciones remuneradas
Variables económicas indirectas	Nivel general de precios Nivel de precios relativos Calidad Regulación económica

Fuente: (Galarza Atiencie, 2021)

Las variables de la demanda turística son las que actúan específicamente sobre la demanda de todos los posibles consumidores en una zona emisora, sin tener en cuenta su destino. Están afectados por limitaciones generales sobre la capacidad de ingresar en los mercados turísticos, como el nivel de ingresos y gastos, target de consumo, y el grado de autorización gubernamental para que puedan ser turistas.

En cambio, las variables del destino turístico definen el atractivo económico, de un destino turístico para los consumidores, independientemente de su procedencia de competencia entre los destinos turísticos, la influencia de estas variables determina el efecto sustitución.

En este mismo orden de ideas, González (2011), menciona que el procedimiento para valorar el comportamiento del turista está basado en 6 preguntas básicas para identificar el comportamiento del turista:

Tabla 3. Procedimiento para valorar el comportamiento del turista

#	Pregunta	Descripción
1	¿Qué tiene el destino?	Se realiza una caracterización del destino respecto a sus principales atractivos.
2	¿Dónde se encuentra el destino?	Encaminado a dejar constancia de la ubicación geográfica y accesibilidad.
3	¿Cómo se posiciona el destino?	Se debe tener presente la imagen percibida del destino y su imagen real, es decir la que se representa por medio de los esfuerzos en comunicación comercial y la que recibe el turista en el destino, ambas permiten posicionar el destino en la mente del turista.
4	¿Cuándo acude el turista?	Está centrado en el conocimiento de las diferentes temporadas turísticas.
5	¿Quién es el turista?	Se identifican sus factores culturales, económicos, personales, sociales y psicológicos. Aquí se diseñan las herramientas investigativas que se explicarán posteriormente, se calcula la muestra y se aplican los instrumentos.
6	¿Por qué su comportamiento?	Se recopila, procesa y elabora el informe sobre el comportamiento del turista

Fuente: (González, 2011)

1.5 Factores determinantes de la demanda turística

La propia complejidad a la hora de definir la demanda turística como concepto global, hace necesario un previo análisis de cómo los distintos factores que condicionan la decisión de viajar influyen sobre la propia estructura de la misma.

Estos factores pueden agruparse en cinco grandes grupos: Económicos, relativos a las unidades demandantes, aleatorios, relativos a los sistemas de comercialización y relativos a la producción. Las variables se detallan a continuación (tabla 4).

Tabla 4. Factores de la demanda turística

#	Factores	Descripción
1	Nivel de renta disponible	Este factor se refiere a la cantidad de dinero disponible por el consumidor para gastar en bienes de ocio, como el turismo, tras haber pagado sus necesidades básicas. Es decir, hace referencia a la restricción presupuestaria a la que se ve sometida la demanda de cualquier bien. Sancho y Pérez (1995) han demostrado en estudios sobre la demanda turística de los individuos la relación positiva existente entre la demanda y la renta disponible. El empleo del individuo también incide directamente en las posibilidades de que éste viaje e, igualmente, está estrechamente ligado al nivel de renta disponible.
2	Nivel de precios	Respecto a esta variable hay que considerar que no afecta por igual a los mercados de origen que a los destinos turísticos. En el mercado de origen, unos niveles altos de precios o crecimientos fuertes en los precios interiores producen un aumento del gasto en los bienes de primera necesidad, con lo cual se gasta una parte mayor de la renta para estos fines, detrayendo por lo tanto la cantidad gastada en turismo (para mantener la restricción presupuestaria)
3	Política fiscal y controles del gasto en turismo	Esta variable relacionada indirectamente con la renta disponible de los individuos es un componente económico importante. Ante un aumento de la presión fiscal, la renta disponible de los individuos es relativamente menor y, por lo tanto, se producirá una disminución en la demanda.
4	Financiación	Este factor está siendo un elemento importante en los estudios recientes sobre la demanda. Así, la posibilidad de financiar los viajes a largo plazo o bien utilizar la financiación a plazos permite a los individuos realizar gastos en turismo mayores o con mayor frecuencia.
5	Tipo de cambio	La relación explícita entre las monedas de los países emisores y receptores de turismo es un factor importante en la demanda turística. Una relación fuerte de la moneda del país emisor con el dólar favorece la demanda turística hacia los países de destino con monedas menos fuertes respecto al dólar.

Fuente: (Socatelli M. , 2013)

En conclusión, a criterio de la investigadora los factores económicos influyen en gran medida en la demanda. Asimismo, se observa que la mayoría de países de donde provienen los turistas, son los estados desarrollados. Estos territorios se caracterizan por economías dinámicas, con poblaciones empleadas principalmente en el sector terciario, alta renta per cápita y mucho tiempo libre disponible.

De igual forma, los países en vías de desarrollo también están en constante crecimiento sobre la llegada de turistas y se caracterizan por una mayoría de la población trabajando en el sector primario, riqueza basada en la propiedad de la tierra, modelos de transacciones primitivos, baja renta per cápita y bajos niveles de salubridad.

CAPÍTULO II. DISEÑO METODOLÓGICO

En el presente capítulo se describen los aspectos relacionados con la metodología aplicada para el desarrollo de esta investigación. Por consiguiente, se determina el tipo, los métodos, técnicas e instrumentos. Se aplica un cuestionario de encuesta a los principales actores vinculados con las actividades turísticas de esta localidad.

2.1 Diseño de investigación

El enfoque de la presente indagación es cualitativo, el mismo que privilegia el análisis profundo y reflexivo de los significados subjetivos e intersubjetivos que forman parte de las realidades estudiadas (Fernández, Hernández, & Baptista, 2007). Por esta razón no se necesita hacer una averiguación de tipo empírico, además como el objetivo del proyecto es investigar la demanda turística, además de analizar su comportamiento en la playa Santa Marianita del cantón Manta, el análisis no pretende manipular cambiantes para examinar las secuelas de esta acción.

Se pretende realizar una investigación transaccional, la cual tiene como propósito describir variables, y analizar su incidencia e interrelación en un momento dado debido a que estas investigaciones solamente recolectan datos en un solo momento y tiempo único.

También se hará un diseño transaccional descriptivo pues se pretende conocer el estado actual de la demanda turística de la playa Santa Marianita del cantón Manta debido a esto el diseño transaccional descriptivos resulta optimo ya que tiene como objetivo indagar la incidencia y los valores en que se manifiesta una o más variables (Fernández, Hernández, & Baptista, 2007).

2.2 Método de investigación

Según Prieto (2014) el método a emplear en esta investigación es la evidencia lógica, la cual se usa para probar o refutar la idea planteada al principio del estudio, la cual corresponde a lo importante que es conocer el comportamiento de la demanda turística en la playa de Santa Marianita para así mostrar los resultados que se pretende lograr en este proyecto de investigación.

En este punto, el método lógico empleado en este estudio es la inducción-deducción, análisis y síntesis. El método deductivo a través del enfoque cualitativo permite el razonamiento lógico sobre información que parte de lo general a lo específico, es decir, mediante la revisión del criterio de distintos autores, se obtuvo datos importantes para el tema o los sujetos de estudio en particular. Por otro lado, el método inductivo parte de lo específico a lo general, en este caso mediante la muestra de sujetos a estudiar el comportamiento de la demanda turística en la playa de Santa Marianita del cantón Manta dando así la conclusión general de acuerdo con los resultados.

El método analítico y sintético se utiliza en la actual investigación para efectuar una revisión general de criterios de varios autores y luego se procede a sintetizar la información, con la finalidad de recopilar los datos más importantes.

Por ende, es un método aplicable en este estudio ya que por este motivo el razonamiento se podrá ver el comportamiento de la demanda turística en la playa Santa Marianita en el cantón Manta y las perspectivas de los empresarios dueños de los servicios turísticos estén enfocados a sus clientes quienes visiten el lugar.

2.3 Técnicas de investigación

2.3.1 Revisión documental

Se aplica en la revisión datos bibliográficos y noticias de acontecimientos, en cuanto a las diferentes demandas turísticas de la playa Santa Marianita del cantón Manta. En este sentido, se revisarán según la autora la información que se indaga en las diferentes revisiones bibliográficas y publicidades importantes según el tema del proyecto de investigación del estudio del comportamiento de la demanda turística en la playa Santa Marianita en el cantón Manta.

2.3.2 Entrevista

Entrevista es un término que está vinculado al verbo entrevistar (la acción de desarrollar una charla con una o más personas con el objetivo de hablar sobre ciertos temas y con un fin determinado) (Esteban Nieto, 2018). La entrevista puede tener una finalidad

periodística y desarrollarse para establecer una comunicación indirecta entre el entrevistado y su público.

En este sentido, la entrevista puede registrarse con un grabador para ser reproducida en radio o como archivo de audio, grabarse con filmadora para captarla en vídeo o transcribirse en un texto. Se realizará una entrevista estructurada a funcionarios del departamento encargado de turismo en el cantón Manta y autoridades encargadas del manejo de los establecimientos de restauración, hospedaje y operación turística.

2.3.3 Población y muestra

El concepto de población en estadística va más allá de lo que comúnmente se conoce como tal. Una población se precisa como un conjunto finito o infinito de personas u objetos que presentan características comunes.

El tamaño que tiene una población es un factor de suma importancia en el proceso de investigación estadística y en nuestro caso social, y este tamaño viene dado por el número de elementos que constituyen la población, según el número de elementos la población puede ser finita o infinita. Cuando el número de elementos que integra la población es muy grande, se puede considerar a esta como una población infinita, por ejemplo; el conjunto de todos los números positivos.

Para el caso de la presente investigación la población serán los moradores de la Parroquia Santa Marianita, específicamente los propietarios de establecimientos de servicios turísticos de la parroquia de Santa Marianita, como bares, restaurantes, hoteles, entre otros.

En este sentido, siendo esta una investigación con enfoque cualitativo se toman las siguientes unidades de información como muestra de manera intencional (Tabla 5):

Tabla 5. Unidades de análisis

#	Datos
1	Nombres: Josselyn Delgado Instrucción académica: Bachiller Cargo: Apoyo Administrador contable (Hotel Villa Kite) Años de experiencia: 1 año
2	Nombres: Edison Villafuerte Instrucción académica: Tercer nivel Cargo: Gerente propietario (Playa Bonita) Años de experiencia: 16 años
3	Nombres: Jaime Ulloa

	Instrucción académica: Tercer nivel Cargo: Propietario (Hotel Rishuo) Años de experiencia: 17 años
4	Nombres: Iván Sánchez Instrucción académica: Superior Cargo: Propietario (Cabaña de Leo) Años de experiencia: 20 años
5	Nombres: Néstor Valencia Bravo Instrucción académica: Ingeniero en Turismo Cargo: Administrador (Cabaña Navi) Años de experiencia: 9 años
6	Nombres: William Sánchez Sánchez Instrucción académica: Décimo año Cargo: Propietario (Hotel Restaurante Willy II) Años de experiencia: 18 años
7	Nombres: Pedro Castaño Instrucción académica: Secundaria Cargo: Instructor (Kite Surf School) Años de experiencia: 13 años
8	Nombres: Rubén Zambrano Instrucción académica: Superior Cargo: vicepresidente de la comunidad Santa Marianita Años de experiencia: 3 años
9	Nombres: Oscar Morales Instrucción académica: Superior Cargo: Vocal de la parroquia Años de experiencia: 3 años
10	Nombres: Diana Flores Instrucción académica: Superior Cargo: presidenta de la parroquia Años de experiencia: 3 años

Fuente: Elaboración propia

En tal caso se seleccionó a estas personalidades porque ellos están en permanente contacto con el turista y esto les permite apreciar el comportamiento, así como sus gustos y preferencias, al momento de acudir a este destino.

2.3.4 Instrumento

Se ha utilizado como instrumento un cuestionario mixto, estructurado por cuatro preguntas abiertas y tres cerradas, para un total de siete. Estas van a permitir identificar el comportamiento de la demanda turística de la playa de Santa Marianita, cantón Manta (Anexo 1).

Es importante mencionar, que este cuestionario fue sometido a un proceso de validación de expertos, quienes hicieron sus observaciones para garantizar la fiabilidad de los datos (Ver anexo 2, 3, 4 y 5).

CAPÍTULO III. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Este capítulo se enfoca en la descripción de los resultados finales de la investigación, los cuales han sido organizados de tal manera que permitan orientar una respuesta a los objetivos inicialmente planteados.

En este sentido, para responder al objetivo 1 que plantea: “Sistematizar los principales indicadores que permitan analizar el comportamiento de la demanda turística de un destino turístico”, se ha generado la siguiente matriz extraída de la revisión bibliográfica generada en el marco teórico referencial:

Tabla 6. Indicadores para valorar el comportamiento del turista

#	Indicador	Pregunta generada	Descripción
1	Oferta	¿Qué tiene el destino?	Se realiza una caracterización del destino respecto a sus principales atractivos.
2	Ubicación geográfica	¿Dónde se encuentra el destino?	Encaminado a dejar constancia de la ubicación geográfica y accesibilidad.
3	Imagen del destino	¿Cómo se posiciona el destino?	Se debe tener presente la imagen percibida del destino y su imagen real, es decir la que se representa por medio de los esfuerzos en comunicación comercial y la que recibe el turista en el destino, ambas permiten posicionar el destino en la mente del turista.
4	Temporalidad	¿Cuándo acude el turista?	Está centrado en el conocimiento de las diferentes temporadas turísticas.
5	Características del turista	¿Quién es el turista?	Se identifican sus factores culturales, económicos, personales, sociales y psicológicos. Aquí se diseñan las herramientas investigativas que se explicarán posteriormente, se calcula la muestra y se aplican los instrumentos.
6	Comportamiento	¿Por qué su comportamiento?	Se recopila, procesa y elabora el informe sobre el comportamiento del turista

Fuente: Elaboración propia a partir de González (2011)

Análisis: Si bien existen varios autores que hacen referencia a los indicadores de la demanda turística, es limitado aquellos que hacen referencia a los indicadores para medir el comportamiento de esta demanda, por ello la investigadora seleccionó al autor analizado en la matriz superior, pues permite generar a partir de estos indicadores las interrogantes que después serán utilizadas en los cuestionarios de entrevistas. En este sentido, al utilizar estas interrogantes, se puede medir el índice de satisfacción del turista, así como sus gustos y necesidades. También se detectan los motivos de visita, actividades a realizar y los días de más concurrencias. Estos datos son importantes para los prestadores de servicios, ya que permiten

identificar la actualidad de la oferta del destino y también la percepción del turista sobre los servicios.

Ahora bien, en cuanto al objetivo 2 de la investigación que declara: “Identificar los principales establecimientos y servicios que forman parte de la oferta turística de Santa Marianita”, se han considerado las siguientes respuestas de la entrevista:

Tabla 7. Pregunta 1. ¿Cuáles son los principales establecimientos y servicios que forman parte de la oferta turística de Santa Marianita?

#	Fuente	Respuestas
1	Josselyn Delgado Administradora Hotel Villa Kite	La entrevistada indica que los principales establecimientos y servicios que forman parte de la oferta turística son el hospedaje - hotelería y alimentación.
2	Édison Villafuerte Gerente propietario (Playa Bonita)	El entrevistado manifiesta que las principales ofertas se relacionan con los platos a la carta y las bebidas con o sin alcohol.
3	Jaime Ulloa Propietario Hotel Rishuo	Acorde a los principales establecimientos de servicios que forman parte de la oferta turística, el entrevistado señala que son: alimentación y hospedaje.
4	Iván Sánchez Propietario Cabaña de Leo	El entrevistado manifiesta que los principales de servicios que forman parte de la oferta turística de esta localidad, son la alimentación y bebidas.
5	Néstor Valencia Bravo Administrador Cabaña Navi	El entrevistado considera que los principales establecimientos de servicios, son los de alimentos y bebidas.
6	William Sánchez Sánchez Propietario Hotel Restaurante Willy II	Los principales establecimientos son de hospedaje y alimentación.
7	Pedro Castaño Instructor (Kite Surf School)	Según el entrevistado los establecimientos que formar parte son las empresas prestadoras de equipos para la práctica de deportes acuáticos.
8	Rubén Zambrano Vicepresidente de la comunidad Santa Marianita	Hospedaje, gastronomía y escuela de kitesurf.
9	Óscar Morales Vocal de la parroquia	Hospedaje, gastronomía y deporte (kitesurf).
10	Diana Flores Presidenta de la parroquia	Gastronomía, hospedaje y deporte de kitesurf.

Fuente: Elaboración propia a partir de las entrevistas generadas en la investigación

Análisis: Acorde a los criterios de los entrevistados, se evidencia que los principales establecimientos que forman parte de la oferta turística en esta parroquia son los establecimientos de alimentación, hospedaje y prestación de servicios de deportes acuáticos. Sin embargo, quizás existen otras ofertas que no han sido identificadas por parte de los prestadores de servicios turísticos o que tal vez necesitan mejorar para ser consideradas.

Tabla 8. Pregunta 3. ¿Cuál es su análisis respecto a las restricciones que consideró el gobierno local en la pandemia por Covid-19, en la parroquia Santa Marianita?

#	Fuente	Respuestas
1	Josselyn Delgado Administradora Hotel Villa Kite	Con respecto a las medidas implementadas por el GAD, indica que hubo un cierre casi total de las prestaciones de servicios en materia de turismo a causa de la pandemia.
2	Édison Villafuerte Gerente propietario (Playa Bonita)	Acorde a las medidas implementadas por el GAD, el investigado considera que fue negativa porque hubo una menor afluencia de turistas.
3	Jaime Ulloa Propietario Hotel Rishuo	Las decisiones de restringir la actividad turística generaron un 80% de afectación al sector.
4	Iván Sánchez Propietario Cabaña de Leo	Acorde a las decisiones de restricción impuestas por el GAD, estas evidentemente afectaron las ventas.
5	Néstor Valencia Bravo Administrador Cabaña Navi	Estas medidas implementadas solo permitieron trabajar al 50% de la capacidad.
6	William Sánchez Sánchez Propietario Hotel Restaurante Willy II	Existieron considerables pérdidas en torno a las ventas
7	Pedro Castaño Instructor (Kite Surf School	Estas decisiones incidieron en la disminución de plazas de empleo
8	Rubén Zambrano Vicepresidente de la comunidad Santa Marianita	De cierta manera fue positiva porque se redujo la bulla, disminuyeron las tasas de consumo de alcohol y sobre todo se evitaron las aglomeraciones
9	Óscar Morales Vocal de la parroquia	Se evitaron aglomeraciones y por ende bajos contagios.
10	Diana Flores Presidenta de la parroquia	Lo positivo fue la reducción de contagios y lo negativo fue la poca asistencia a la playa.

Fuente: Elaboración propia a partir de las entrevistas generadas en la investigación

Análisis: En base a este interrogante, existen opiniones distintas. Algunos entrevistados indican que fue positiva porque disminuyeron los contagios, pero otros consideran que fue negativa, porque a partir de las restricciones se disminuyeron las plazas de empleo, las ventas, afectando a los negocios turísticos, es decir a la oferta ya existente.

Así mismo, en respuesta al objetivo 3, que formula: “Mostrar los resultados del comportamiento de la demanda turística en la parroquia Santa Marianita”, se han tomado las siguientes preguntas y respuestas de la entrevista:

Tabla 9. Pregunta 2. ¿Durante qué época del año existió una mayor afluencia de turistas en el sector?

#	Fuente	Respuestas
1	Josselyn Delgado Administradora Hotel Villa Kite	Según la perspectiva de la evaluada, los meses en los cuales existió una mayor afluencia de turistas fueron: agosto y diciembre.
2	Édison Villafuerte Gerente propietario (Playa Bonita)	Asimismo, indica que los meses de mayor afluencia fueron julio y agosto (vacaciones de la Sierra) y febrero (carnaval).
3	Jaime Ulloa Propietario Hotel Rishuo	En torno a los picos altos de llegada de turistas, estos se dieron durante los feriados.
4	Iván Sánchez Propietario Cabaña de Leo	Los meses de mayor asistencia de turistas fueron: julio (vacaciones de la Sierra) y diciembre.
5	Néstor Valencia Bravo Administrador Cabaña Navi	La época donde asistieron más turistas fue en carnaval, vacaciones de la Sierra y fin de año.
6	William Sánchez Sánchez Propietario Hotel Restaurante Willy II	Los meses que más acuden son: Enero, marzo, abril, julio y agosto.
7	Pedro Castaño Instructor (Kite Surf School	En enero, mayo y junio son los meses de más concurrencia.
8	Rubén Zambrano Vicepresidente de la comunidad Santa Marianita	Febrero, marzo, carnaval, semana santa, día de los fieles y fin de año.
9	Oscar Morales Vocal de la parroquia	Feriado, difuntos y fin de año.
10	Diana Flores Presidenta de la parroquia	Feridos

Fuente: Elaboración propia a partir de las entrevistas generadas en la investigación

Análisis: En torno a los meses de mayor concurrencia, los investigados indicaron que esta se dio en los meses de enero, julio, agosto, feriados y fin de año. Sin embargo, se debe trabajar en potenciar la oferta para que los turistas asistan en mayor proporción, durante distintas épocas del año.

Tabla 10. Pregunta 5. Señale las principales actividades que realizan los turistas en la playa Santa Marianita

#	Fuente	Respuestas
1	Josselyn Delgado Administradora Hotel Villa Kite	Las principales actividades que realizan los turistas son la práctica de deportes acuáticos (Kitesurf-surf-otros) y también llegan buscando un momento de ocio y relajación en la playa.
2	Édison Villafuerte Gerente propietario (Playa Bonita)	Las principales realizadas por estos, son la práctica de deportes acuáticos, degustar la gastronomía local o simplemente acudir a la playa.
3	Jaime Ulloa Propietario Hotel Rishuo	El consultado manifiesta que las actividades que realizan los turistas al acudir a este sitio son la práctica de deportes acuáticos, deportes de aventura, degustar la gastronomía local o simplemente acudir a la playa.
4	Iván Sánchez Propietario Cabaña de Leo	Las principales actividades realizadas por el turista son la práctica de deportes acuáticos, degustar la gastronomía local y visitar la playa.
5	Néstor Valencia Bravo Administrador Cabaña Navi	Los turistas llegan a practicar deportes acuáticos, degustar la gastronomía local, playa y descanso.
6	William Sánchez Sánchez Propietario Hotel Restaurante Willy II	Acorde a la perspectiva del entrevistado, los turistas acuden a realizar la práctica de deportes acuáticos, degustar de la gastronomía local, playa y descanso.
7	Pedro Castaño Instructor (Kite Surf School)	Practicar deportes acuáticos y visitar la playa
8	Rubén Zambrano Vicepresidente de la comunidad Santa Marianita	Practicar deportes acuáticos, ciclismo, degustar la gastronomía local y descansar.
9	Oscar Morales Vocal de la parroquia	Practicar deportes acuáticos, degustar la gastronomía local, descanso y relajación.
10	Diana Flores Presidenta de la parroquia	Realizar la práctica de deportes acuáticos, degustar de la gastronomía local, y relajación.

Fuente: Elaboración propia a partir de las entrevistas generadas en la investigación

Las principales actividades realizadas por los turistas son los deportes acuáticos, degustar la gastronomía, visitar la playa, entre otros. Se deben diseñar nuevas ofertas de actividades para fortalecer la oferta de las prácticas turísticas.

Tabla 11. Pregunta 4. ¿Cuáles son los días con mayor afluencia de turistas en la zona?

#	Fuente	Respuestas
1	Josselyn Delgado Administradora Hotel Villa Kite	Los días de mayor afluencia turística son los sábados y domingos.
2	Édison Villafuerte Gerente propietario (Playa Bonita)	Los fines de semana fueron los de mayor concurrencia de turistas y visitantes.
3	Jaime Ulloa Propietario Hotel Rishuo	También indica que en los fines de semana asistían más turistas.
4	Iván Sánchez Propietario Cabaña de Leo	Los fines de semana y feriados fueron los días de gran concurrencia durante el 2021.
5	Néstor Valencia Bravo Administrador Cabaña Navi	La concurrencia se da en los fines de semana.
6	William Sánchez Sánchez Propietario Hotel Restaurante Willy II	Los fines de semana son los días de mayor afluencia
7	Pedro Castaño Instructor (Kite Surf School)	Sábados y Domingos
8	Rubén Zambrano Vicepresidente de la comunidad Santa Marianita	Sábados y Domingos
9	Oscar Morales Vocal de la parroquia	Fines de semana
10	Diana Flores Presidenta de la parroquia	Los fines de semana

Fuente: Elaboración propia a partir de las entrevistas generadas en la investigación

Análisis: Los días de mayor concurrencia fueron los fines de semana, es decir sábados y domingos. En vista de aquello, resulta necesario considerar el diseño de nuevas ofertas turísticas en la localidad, generando así mayor atracción y diversificación a los turistas y visitantes. Aquello permitirá generar más ingresos a la comunidad a partir del aumento de clientes.

Tabla 12. Pregunta 6. ¿Qué factores considera usted que afectan la afluencia de turismo a la playa Santa Marianita?

#	Fuente	Respuestas
1	Josselyn Delgado Administradora Hotel Villa Kite	Ella menciona que las principales deficiencias son la deficiente gestión turística, sumado a la falta de innovación y falta de alumbrado público.
2	Édison Villafuerte Gerente propietario (Playa Bonita)	Los factores negativos que afectan la actividad son la limitada oferta de servicios, baja infraestructura, deficiente gestión turística, y la falta de señaléticas.
3	Jaime Ulloa Propietario Hotel Rishuo	En cuanto a los aspectos negativos, se denota la baja infraestructura y carencia de servicios básicos.
4	Iván Sánchez Propietario Cabaña de Leo	Los factores que inciden en la no afluencia de visitantes son la accesibilidad y limitadas zonas de parqueaderos.
5	Néstor Valencia Bravo Administrador Cabaña Navi	Limitada oferta de servicios básicos, baja infraestructura, deficiente gestión turística y falencias en la accesibilidad.
6	William Sánchez Sánchez Propietario Hotel Restaurante Willy II	Baja infraestructura, falta de innovación y vías en mal estado.
7	Pedro Castaño Instructor (Kite Surf School)	Limitada oferta turística y falta de aprovechamiento de recursos
8	Rubén Zambrano Vicepresidente de la comunidad Santa Marianita	Escasa oferta de servicios
9	Oscar Morales Vocal de la parroquia	Baja oferta de servicios turísticos.
10	Diana Flores Presidenta de la parroquia	Pocos servicios turísticos

Fuente: Elaboración propia a partir de las entrevistas generadas en la investigación

Análisis: De acuerdo a las opiniones de los entrevistados, se observan entre las principales deficiencias a la baja infraestructura, innovación, falta de aprovechamiento de recursos. En pro de mejorar estas falencias e instaurar un clima apto para el desarrollo de esta práctica, se orienta a efectuar una buena planificación, diseñen estrategias que proporcionen más beneficios al destino.

Tabla 13. Pregunta 7. Seleccione las medidas que usted implementaría, para elevar la llegada de turistas a la playa Santa Marianita

#	Fuente	Respuestas
1	Josselyn Delgado Administradora Hotel Villa Kite	Acerca de las ideas propuestas, la entrevistada señala que se debería mejorar la infraestructura, innovación en las actividades y diseñar estrategias de Marketing.
2	Édison Villafuerte Gerente propietario (Playa Bonita)	Las medidas a implementar son mejoras en la infraestructura y menos restricciones del gobierno local.
3	Jaime Ulloa Propietario Hotel Rishuo	Las medidas que implementaría esta personalidad son: mayor capacitación al personal de servicios, ubicar señaléticas, mejoras en la infraestructura, aplicar protocolos de bioseguridad y diseñar estrategias de Marketing.
4	Iván Sánchez Propietario Cabaña de Leo	Asimismo, el entrevistado considera que se deben brindar capacitaciones al personal de servicios, mejora en la infraestructura y diseñar estrategias de Marketing.
5	Néstor Valencia Bravo Administrador Cabaña Navi	Realizar mejoras en la infraestructura, implementar protocolos de bioseguridad, diseñar estrategias de marketing e innovar.
6	William Sánchez Sánchez Propietario Hotel Restaurante Willy II	Mayor capacitación al personal de servicios, mejoras en infraestructura e implementar protocolos de bioseguridad.
7	Pedro Castaño Instructor (Kite Surf School)	Implementar protocolos de bioseguridad y diseñar estrategias de marketing.
8	Rubén Zambrano Vicepresidente de la comunidad Santa Marianita	Mayor capacitación al personal de servicios, implementar protocolos de bioseguridad y diseñar estrategias de marketing.
9	Oscar Morales Vocal de la parroquia	Mayor capacitación al personal de servicios y diseñar estrategias de marketing.
10	Diana Flores Presidenta de la parroquia	Mayor capacitación al personal de servicios, diseñar estrategias de marketing y aumentar la innovación.

Fuente: Elaboración propia a partir de las entrevistas generadas en la investigación

Análisis: Acorde a este enunciado, los gestores indican que para una mejor práctica turística es oportuno realizar una mayor capacitación al personal de servicios, diseñar estrategias de marketing, implementar protocolos de bioseguridad, innovación, entre otros.

CONCLUSIONES

- Los principales indicadores que permiten el análisis del comportamiento de la demanda, de acuerdo con los autores investigados son: la oferta del destino, la ubicación geográfica, la imagen del destino, la temporalidad, las características del turista y su comportamiento específico en el destino.
- A través de la investigación de campo realizada se puede concluir que los principales establecimientos pertenecientes a la oferta turística de la parroquia Santa Marianita son los que pertenecen a: alimentación, hospedaje, alquiler de equipos para deportes acuáticos y de aventura. No obstante, existen otros negocios que podrían aportar en un futuro al fortalecimiento de la oferta en este destino, para lo cual deben cumplir con una serie de aspectos.
- De acuerdo con las opiniones de los entrevistados, se determina que los turistas en su gran mayoría acuden a este sitio, buscando realizar actividades como práctica de deportes acuáticos, deportes de aventura, degustar la gastronomía o simplemente tener un momento de ocio y descanso. Así mismo, se concluye que el comportamiento de la demanda fue bastante positivo durante el 2021, los meses de mayor concurrencia fueron junio, julio y agosto. además, se evidencia una gran concurrencia en los feriados, principalmente en carnaval, difuntos y fin de año. En definitiva, esto puede mejorarse para aumentar la llegada de turistas durante todo el año y no solo en fechas determinadas.

RECOMENDACIONES

1. Las ofertas turísticas actuales de la parroquia Santa Marianita, no son identificadas de forma clara por parte de los gestores turísticos. Por lo cual, se orienta a llevar un registro de estas, permitiendo su rápido reconocimiento. Además, al detectarlas se hará una evaluación de su estado, esto ayudará a fortalecerlas.
2. Los turistas en su gran mayoría acuden en busca de distracción y ocio, realizan prácticas de deportes acuáticos, degustan de la gastronomía y disfrutan de las bondades de la playa. Sin embargo, resulta propicio diversificar la oferta de servicios, brindando más opciones a los visitantes, aquello permitirá incrementar los flujos turísticos.
3. En vista de realizar un adecuado diagnóstico del comportamiento de la demanda turística en los destinos, es de carácter importante utilizar los indicadores pertinentes. Por lo cual se exhorta a emplear los utilizados en esta investigación.
4. Los turistas acuden comúnmente a la parroquia, los fines de semana. En efecto, la llegada de estos genera cuantiosos beneficios, los cuales pueden incrementarse gradualmente, para lograr aquello, es necesario aumentar las ofertas de actividades e innovar de forma constante, para estar a la vanguardia del mercado y de las nuevas exigencias del visitante.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

1. Arturo, M. C., Consuegra Navarro, D. D., Talaya , Á., & Díaz Sánchez, E. (2007). *Segmentacion de la demanda turistica*. Obtenido de https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/29539729/Segmentacion_de_la_demanda_turistica-with-cover-page-v2.pdf?Expires=1629451239&Signature=CsMmBHbEI0LnFjpYMTleJIzerUpTuhHq2R4lFiDarA0zsMh1ttni7YU7Bu8nFe-Dp3zbcAhPDAZJh3jXPhFS-5~Z58bCtlVhxKebfsjS53EsU9ir9tu6n-3
2. Autoridad Portuaria de Manta. (2017). *Ubicación Geo-estrategica*. Manta.
3. Bedoya, V. H. (2020). Tipos de justificación en la investigación científica. *Espíritu emprendedor TES*, 4(3), 65-76.
4. Cadena-Iñiguez, Rendón-Medel, Aguilar-Ávila, & Salinas-Cruz. (2017).
5. Camones Carhuamaca, L. B. (2020). Comportamiento del turista y su influencia en la demanda turística de la zona arqueológica CARAL–Sede VICHAMA-Végueta, 2017.
6. Cooper. (1997). *Demanda Turistica*. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/1815/181517987002.pdf>
7. De la Encarnación, A. M. (2016). El alojamiento colaborativo: Viviendas de uso turístico y plataformas virtuales. *Revista de estudios de la Administración Local y Autonómica*, 30-55.
8. Díaz, G. (2017). Turismo y desarrollo local. *PASOS: Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 15(2).
9. Durán Mora, F. E. (2021). Estrategia de marketing verde internacional para el turismo rural comunitario en la comunidad Biolley de Buenos Aires, Puntarenas, Costa Rica.
10. Espinosa, F. (2017).
11. Esteban Nieto, N. (2018). Tipos de investigación.
12. Fernández, Hernández, & Baptista. (2007). *Fundamentos de metodología de la investigación*. Editorial MC Graw-Hill Interamericana, México.
13. Gabriela, J., & Auquilla, G. (2021). Producto y demanda turística en el núcleo histórico de la ciudad de Riobamba (Bachelor's thesis, Universidad Nacional de Chimborazo).
14. Galarza Atiencie, M. E. (2021). Potencialidades turísticas de los atractivos culturales de la ciudad de Tulcán y la demanda turística. UPEC.
15. Gambarota, D. M., & Lorda, M. A. (2017). El turismo como estrategia de desarrollo local. *Revista Geográfica Venezolana*, 58(2), 346-359.
16. Garces , M., Soto, O., & Guitart, S. (2018). *El desarrollo local del cantón Manta y sus conexiones con el plan nacional para el buen vivir en Ecuador*. ECA Sinergia, 9(1), 83-96.
17. Gonçalves de Almeida, A., & Wu, X. (2020). Análisis de la economía colaborativa en el caso de Couchsurfing.
18. González, A. (DICIEMBRE de 2011). *PROCEDIMIENTO PARA MEDIR LA DEMANDA*. Obtenido de https://web.archive.org/web/20180410175330id_/http://www.eumed.net/rev/turedes/11/gacp.pdf
19. Gracia, J. F. (2018). Tipos de investigación. *Boletín Científico de la Escuela Superior Atotonilco de Tula*, 5(9).

20. Hernández, C. E., & Carpio, N. (2019). Introducción a los tipos de muestreo. *Alerta*, Revista científica del Instituto Nacional de Salud, 2(1), 75-79.
21. Hidalgo, I. V. (2005). Tipos de estudio y métodos de investigación. Recuperado el Noviembre de, 20.
22. LEONARDO, A. Z. (2014-2019). *Gobierno Parroquial SANTA MARIANITA*. Obtenido de <https://odsterritorioecuador.ec/wp-content/uploads/2019/04/PDOT-PARROQUIA-SANTA-MARIANITA-2014-2019.pdf>
23. Mahecha-Medina, D. A., & Naranjo-Rubiano, Y. C. (2021). Propuesta de un producto turístico para el avistamiento de aves en el municipio de Sopo Cundinamarca.
24. Manolachi, E. (2019). Turismo inclusivo. Modelo OMT.
25. Mercedes, V. P. (JULIO de 2020). *Modelo de Gestión para el Desarrollo Turístico en la Parroquia*. Obtenido de <http://repositorio.sangregorio.edu.ec/bitstream/123456789/1983/1/Modelo%20de%20gesti%C3%B3n%20para%20el%20desarrollo%20tur%C3%ADstico%20en%20la%20parroquia%20rural%20Santa%20Marianita%20del%20cant%C3%B3n%20Manta.pdf>
26. OMT. (1998). *Organizacion mundial del turismo*. Obtenido de <https://www.unwto.org/es>
27. Parra Almeida, L. M., & Castro Ospino, M. (2021). Diseño del modelo para una propuesta de la oferta turística en el Distrito Especial de Barrancabermeja.
28. Ponce, W. P. (2017). Modelo de Desarrollo Turístico Sostenible para cantones costeros: herramienta para actores locales de Manabí, Ecuador. *Posgrado y Sociedad Revista Electrónica del Sistema de Estudios de Posgrado*, 15(2), 65-78.
29. Roget, M., & Domínguez, D. (2000). *Conceptualización de la demanda turística*. Obtenido de *Conceptualización de la demanda turística*: <https://www.redalyc.org/pdf/1815/181517987002.pdf>
30. Sabando, M., & Sanbando-Garces, M. (2018). *La política social en Ecuador: retos y desafíos para el desarrollo local del cantón Manta*. *Dominio de las Ciencias*, 4(2), 34-62.
31. Socatelli, M. a. (2013). *Mercadeo Aplicado al Turismo. La Comercialización de Servicios - Productos y Destinos Turísticos Sostenibles*. Obtenido de *Mercadeo Aplicado al Turismo. La Comercialización de Servicios - Productos y Destinos Turísticos Sostenibles*: <https://ucipfg.com/Repositorio/MGTS/MGTS15/MGTSV15-07/semana4/LS4.1..pdf>
32. SUNTAXI, I. N. (s/f). ESTUDIO DE LOS FACTORES QUE INCIDEN EN LA DEMANDA DEL TURISMO ACCESIBLE EN LA PROVINCIA DE COTOPAXI.
33. Tsukanka Chamik, J. C., & Villishañay Solís, J. M. (2020). Plan de marketing digital para promocionar los atractivos y Servicios Turístico del Cantón Santiago de Méndez, Provincia de Morona Santiago (Bachelor's thesis, Universidad Estatal Amazónica).
34. Turismo, M. d. (2017-2021). *Movimientos Internacionales*. Obtenido de <https://servicios.turismo.gob.ec/index.php/turismo-cifras/2018-09-19-17-01-51/movimientos-internacionales>
35. Vera, I. I., & Díaz, Á. I. (2018). Caracterización turística de la comunidad de Ligüiqui-Manta-Ecuador, como contribución al turismo comunitario. *Espirales Revista Multidisciplinaria de Investigación*, 2(17).
36. Vergara, S. P. (2020). Galápagos, hábitats humanos (Doctoral dissertation, Pontificia Universidad Católica de Chile).

ANEXOS

Anexo 1

<p>Cuestionario de entrevista dirigida a los gestores turísticos de la parroquia de Santa Marianita El actual cuestionario de entrevista tiene como objetivo recopilar la opinión de los gestores turísticos sobre la llegada de los turistas a la playa Santa Marianita. Gracias por la ayuda.</p> <p>Datos del entrevistado Nombres: Instrucción académica: Cargo: Años de experiencia:</p> <p>1. ¿Cuáles son los principales establecimientos y servicios que forman parte de la oferta turística de Santa Marianita?</p> <p>2. ¿Durante qué época del año existió una mayor afluencia de turistas en el sector?</p> <p>3. ¿Cuál es su análisis respecto a las restricciones que consideró el gobierno local en la pandemia por Covid-19, en la parroquia Santa Marianita?</p> <p>4. ¿Cuáles son los días con mayor afluencia de turistas en la zona?</p> <p>5. Señale las principales actividades que realizan los turistas en la playa Santa Marianita Practicar deportes acuáticos (Kitesurf-surf, otros). Deportes de aventura (Parapente-senderismo, otros) Degustar de la gastronomía local Otros _____</p> <p>6. ¿Qué factores considera usted que afectan la afluencia de turismo a la playa Santa Marianita? Falta de personal capacitado Limitada oferta de servicios Baja infraestructura Deficiente gestión turística Falta de señaléticas Otras _____</p> <p>7. Seleccione las medidas que usted implementaría, para elevar la llegada de turistas a la playa Santa Marianita? Mayor capacitación al personal de servicios Ubicar Señaléticas Mejoras en la infraestructura</p>
--

Implementar protocolos de bioseguridad

Diseñar estrategias de Marketing

Otras _____

Anexo 2

Manta, 24 de diciembre de 2021

Diego Emilio Guzmán Vera:

Se está realizando una investigación de carácter académico, con el objeto de estudiar el comportamiento de la demanda turística en la playa Santa Marianita del cantón Manta.

Para ello se ha diseñado y elaborado el instrumento-cuestionario anexo, el cual requiere ser validado por expertos en turismo, objeto de estudio de esta investigación.

Usted ha sido seleccionado como juez para realizar la respectiva validación. Su rol consiste en evaluar cada pregunta indicando su pertinencia con el objetivo específico y su redacción.

Así mismo, puede emitir cualquier observación que considere pertinente. Al finalizar debe señalar si el cuestionario cubre los propósitos, si a través de este se puede alcanzar los objetivos de la investigación.

Agradecido por su colaboración.

Atentamente,



Karen Loor Mero

Autora Académica

TEMA DE INVESTIGACIÓN:

“ESTUDIO DEL COMPORTAMIENTO DE LA DEMANDA TURÍSTICA EN LA PLAYA SANTA MARIANITA DEL CANTÓN MANTA”.

OBJETIVO GENERAL.

Analizar el comportamiento de la demanda turística de la Playa Santa Marianita.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Identificar los principales establecimientos y servicios que forman parte de la oferta turística de Santa Marianita.
- Determinar los diferentes tipos de demanda turística presentada durante el año 2021 en la parroquia Santa Marianita.
- Sistematizar los principales indicadores que permitan analizar el comportamiento de la demanda turística de un destino turístico.
- Mostrar los resultados del comportamiento de la demanda turística en la parroquia Santa Marianita.

El cuestionario de entrevista se cita en la siguiente tabla.

<p>Cuestionario de entrevista dirigida a los gestores turísticos de la parroquia de Santa Marianita</p> <p>El actual cuestionario de entrevista tiene como objetivo recopilar la opinión de los gestores turísticos sobre la llegada de los turistas a la playa Santa Marianita. Gracias por la ayuda.</p> <p>Datos del entrevistado Nombres: Instrucción académica: Cargo: Años de experiencia:</p> <p>1. ¿Cómo usted considera que ha afectado la reciente pandemia por Covid-19, al sector turístico de Santa Marianita?</p> <p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p> <p>2. ¿Al levantar algunas de las restricciones del gobierno local, debido a la pandemia por Covid-19, aumentó la afluencia de turistas a la zona?</p> <p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p>

3. ¿Durante qué mes del año actual existió una mayor afluencia de turistas en el sector?

.....
.....
.....

4. ¿Durante qué mes del año actual existió una menor afluencia de turistas en el sector?

.....
.....
.....

5. ¿Cuáles son los días con mayor afluencia de turistas en la zona y a qué considera usted que se debe esta situación?

.....
.....
.....

6. Señale las principales actividades que realizan los turistas en la playa Santa Marianita

Descanso

Recreación en la playa

Practicar deportes acuáticos

Deportes de aventura

Degustar de la gastronomía local

Otros _____

Justifique su respuesta:

7. ¿Qué factores considera usted que afectan la afluencia de turismo a la playa Santa Marianita?

Falta de personal capacitado

Limitada oferta de servicios

Baja infraestructura

Deficiente gestión turística

Otras _____

Justifique su respuesta:

8. Seleccione las medidas que usted implementaría, para elevar la llegada de turistas a la playa Santa Marianita?

Mayor capacitación al personal de servicios

Mejoras en la infraestructura

Implementar protocolos de bioseguridad

Diseñar estrategias de Marketing

Otras _____

Justifique su respuesta:

Datos Personales del Experto:

Nombre: Diego Guzmán Vera

Organización donde trabaja: Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí

Título de Pre-Grado: Ingeniero en Administración en Empresas Turísticas

Título de Post-Grado: Magister en Planificación y Gestión de Proyectos Agroturísticas Ecológicas.

Evaluación General

A continuación, se la hará una serie de preguntas, se le pide que responda a cada una de éstas, marcando con una (x) en cualquiera de los vocablos que usted considere conveniente.

1. ¿Considera usted que las preguntas son congruentes con los objetivos de la investigación?

# Pregunta	SI	NO	Observaciones
1		X	Los objetivos de investigación no atienden a la afectación por la pandemia covid-19, si bien es cierto que podrían haber influido al comportamiento de la demanda, se considera que debería reestructurar esta pregunta.
2	X		S/O
3	X		S/O
4	X		S/O
5	X		S/O
6	X		S/O
7	X		S/O
8	X		S/O

2. ¿Existe pertinencia entre las preguntas con la variable objeto de estudio?

# Pregunta	SI	NO	Observaciones
1		X	Es posible que tenga relación con la variable objeto de estudio, pero se insiste la variable no es expresamente la afectación de la pandemia por el covid 19.
2	X		S/O
3	X		S/O
4	X		S/O
5	X		S/O
6	X		S/O
7	X		S/O
8	X		S/O

3. ¿Es adecuada la redacción de las preguntas?

# Pregunta	SI	NO	Observaciones
1		X	Se considera replantear la pregunta.
2	X		S/O
3	X		S/O
4	X		S/O
5	X		S/O
6	X		S/O
7	X		S/O
8	X		S/O

4. ¿Considera válido el Instrumento?

Sí_____ No_____

Observaciones:

A.- Se sugiere que las preguntas 3, 4 y 5 se las realice a personas que estén vinculadas y que tengan acceso a datos oficiales para que garantice la confiabilidad de las respuestas.

B.- Se considera que se revise y se proponga preguntas que atiendan al objetivo específico: *“Identificar los principales establecimientos y servicios que forman parte de la oferta turística de Santa Marianita”*.

Firma: **DIEGO
EMILIO
GUZMAN
VERA**

Firmado digitalmente por DIEGO
EMILIO GUZMAN VERA
DN: cn=DIEGO EMILIO GUZMAN
VERA, c=EC, j=QUITO, o=BANCO
CENTRAL DEL ECUADOR,
ou=ENTIDAD DE
CERTIFICACION DE
INFORMACION-EC/BCCE
Motivo: Doy fe de la exactitud e
integridad de este documento.
Ubicación:
Fecha: 2021-12-24 10:11:05:00

Fecha: Manta, 24 de diciembre 2021.

Anexo 3

Manta, 22 de diciembre de 2021

Ing. María Yessenia Macías Vera:

Se está realizando una investigación de carácter académico, con el objeto de estudiar el comportamiento de la demanda turística en la playa Santa Marianita del cantón Manta”.

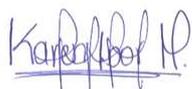
Para ello se ha diseñado y elaborado el instrumento-cuestionario anexo, el cual requiere ser validado por expertos en turismo, objeto de estudio de esta investigación.

Ud. ha sido seleccionado como Juez para realizar la respectiva validación. Su rol consiste en evaluar cada pregunta indicando su pertinencia con el objetivo específico y su redacción.

Así mismo, puede emitir cualquier observación que considere pertinente. Al finalizar debe señalar si el cuestionario cubre los propósitos, si a través del mismo se puede alcanzar los objetivos de la investigación.

Agradecido por su colaboración.

Atentamente,



Karen Loor Mero
Autora Académica

TEMA DE INVESTIGACIÓN:
“ESTUDIO DEL COMPORTAMIENTO DE LA DEMANDA TURÍSTICA EN LA
PLAYA SANTA MARIANITA DEL CANTON MANTA”.

OBJETIVO GENERAL.

Analizar el comportamiento de la demanda turística de la Playa Santa Marianita.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Identificar los principales establecimientos y servicios que forman parte de la oferta turística de Santa Marianita.
- Determinar los diferentes tipos de demanda turística presentada durante el año 2021 en la Parroquia santa Marianita.
- Sistematizar los principales indicadores que permitan analizar el comportamiento de la demanda turística de un destino turístico.
- Mostrar los resultados del comportamiento de la demanda turística en la parroquia Santa Marianita.

El cuestionario de entrevista se cita en la siguiente tabla.

<p style="text-align: center;">Cuestionario de entrevista dirigida a los gestores turísticos de la parroquia de Santa Marianita</p> <p>El actual cuestionario de entrevista tiene como objetivo recopilar la opinión de los gestores turísticos sobre la llegada de los turistas a la playa Santa Marianita. Gracias por la ayuda.</p> <p>Datos del entrevistado Nombres: Instrucción académica: Cargo: Años de experiencia:</p> <p>1. ¿Cómo usted considera que ha afectado la reciente pandemia por Covid-19, al sector turístico de Santa Marianita?</p> <p>2. ¿Al levantar algunas de las restricciones del gobierno local, debido a la pandemia por Covid-19, aumentó la afluencia de turistas a la zona?</p>

3. ¿Durante qué mes del año actual existió una mayor afluencia de turistas en el sector?

.....
.....
.....

4. ¿Durante qué mes del año actual existió una menor afluencia de turistas en el sector?

.....
.....
.....

5. ¿Cuáles son los días con mayor afluencia de turistas en la zona y a qué considera usted que se debe esta situación?

.....
.....
.....

6. Señale las principales actividades que realizan los turistas en la playa Santa Marianita

Descanso

Recreación en la playa

Practicar deportes acuáticos

Deportes de aventura

Degustar de la gastronomía local

Otros _____

Justifique su respuesta:

7. ¿Qué factores considera usted que afectan la afluencia de turismo a la playa Santa Marianita?

Falta de personal capacitado

Limitada oferta de servicios

Baja infraestructura

Deficiente gestión turística

Otras _____

Justifique su respuesta:

8. Seleccione las medidas que usted implementaría, para elevar la llegada de turistas a la playa Santa Marianita?

Mayor capacitación al personal de servicios

Mejoras en la infraestructura

Implementar protocolos de bioseguridad

Diseñar estrategias de Marketing

Otras _____

Justifique su respuesta:

Datos Personales del Experto:

Nombre: María Yessenia Macías Vera

Organización donde trabaja: Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí

Título de Pregrado: Licenciada

Título de Post-Grado: Magister

Evaluación General

A continuación, se la hará una serie de preguntas, se le pide que responda a cada una de éstas, marcando con una (x) en cualquiera de los vocablos que usted considere conveniente.

1. ¿Considera usted que las preguntas son congruentes con los objetivos de la investigación?

# Pregunta	SÍ	NO	Observaciones
1	X		Es congruente con los objetivos
2	X		Es congruente con los objetivos
3	X		Es congruente con los objetivos
4	X		Es congruente con los objetivos
5	X		Es congruente con los objetivos
6	X		Es congruente con los objetivos
7	X		Es congruente con los objetivos
8	X		Es congruente con los objetivos

2. ¿Existe pertinencia entre las preguntas con la variable objeto de estudio?

# Pregunta	SI	NO	Observaciones
1	X		Es pertinente con el objeto de estudio
2	X		Es pertinente con el objeto de estudio
3	X		Es pertinente con el objeto de estudio
4	X		Es pertinente con el objeto de estudio
5	X		Es pertinente con el objeto de estudio
6	X		Es pertinente con el objeto de estudio
7	X		Es pertinente con el objeto de estudio
8	X		Es pertinente con el objeto de estudio

3. ¿Es adecuada la redacción de las preguntas?

# Pregunta	SI	NO	Observaciones
1	X		
2		X	Sugiero: ¿Cuál es su análisis respecto a las restricciones que considero el gobierno local en la pandemia por Covid-19 en la Parroquia Santa Marianita?
3	X		
4	X		
5		X	Sugiero: ¿Cuáles son los días con mayor afluencia de turistas en Santa

			Marianita y que beneficios se obtendrían?
6	X		
7	X		
8	X		

4. ¿Considera válido el Instrumento?

Sí X No _____

Observaciones:

De acuerdo a lo expuesto que está considerado dentro de la encuesta es pertinente y congruente en base a la investigación, y sugiero revisar la redacción de las interrogantes específicamente #2 y #5

Firma:  _____

Fecha: Diciembre, 22 del 2021

Anexo 4

Manta, 23 de diciembre de 2021

Ing. Pedro Isidoro Montalván Acosta:

Se está realizando una investigación de carácter académico, con el objeto de estudiar el comportamiento de la demanda turística en la playa Santa Marianita del cantón Manta”.

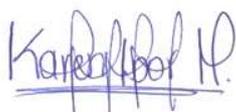
Para ello se ha diseñado y elaborado el instrumento-cuestionario anexo, el cual requiere ser validado por expertos en turismo, objeto de estudio de esta investigación.

Ud. ha sido seleccionado como Juez para realizar la respectiva validación. Su rol consiste en evaluar cada pregunta indicando su pertinencia con el objetivo específico y su redacción.

Así mismo, puede emitir cualquier observación que considere pertinente. Al finalizar debe señalar si el cuestionario cubre los propósitos, si a través del mismo se puede alcanzar los objetivos de la investigación.

Agradecido por su colaboración.

Atentamente,



Karen Loo Mero
Autora Académica

TEMA DE INVESTIGACIÓN:
“ESTUDIO DEL COMPORTAMIENTO DE LA DEMANDA TURÍSTICA EN LA
PLAYA SANTA MARIANITA DEL CANTON MANTA”.

OBJETIVO GENERAL.

Analizar el comportamiento de la demanda turística de la Playa Santa Marianita.

OBJETIVOS ESPECIFICOS

- Identificar los principales establecimientos y servicios que forman parte de la oferta turística de Santa Marianita.
- Determinar los diferentes tipos de demanda turística presentada durante el año 2021 en la Parroquia santa Marianita.
- Sistematizar los principales indicadores que permitan analizar el comportamiento de la demanda turística de un destino turístico.
- Mostrar los resultados del comportamiento de la demanda turística en la parroquia Santa Marianita.

El cuestionario de entrevista se cita en la siguiente tabla.

<p style="text-align: center;">Cuestionario de entrevista dirigida a los gestores turísticos de la parroquia de Santa Marianita</p> <p>El actual cuestionario de entrevista tiene como objetivo recopilar la opinión de los gestores turísticos sobre la llegada de los turistas a la playa Santa Marianita. Gracias por la ayuda.</p> <p>Datos del entrevistado Nombres: Instrucción académica: Cargo: Años de experiencia:</p> <p>1. ¿Cómo usted considera que ha afectado la reciente pandemia por Covid-19, al sector turístico</p>
--

.....
.....
3. ¿Durante qué mes del año actual existió una mayor afluencia de turistas en el sector?

.....
.....
4. ¿Durante qué mes del año actual existió una menor afluencia de turistas en el sector?

.....
.....
5. ¿Cuáles son los días con mayor afluencia de turistas en la zona y a qué considera usted que se debe esta situación?

.....
.....
6. Señale las principales actividades que realizan los turistas en la playa Santa Marianita

Descanso

Recreación en la playa

Practicar deportes acuáticos

Deportes de aventura

Degustar de la gastronomía local

Otros _____

Justifique su respuesta:

7. ¿Qué factores considera usted que afectan la afluencia de turismo a la playa Santa Marianita?

Falta de personal capacitado

Limitada oferta de servicios

Baja infraestructura

Deficiente gestión turística

Otras _____

Justifique su respuesta:

8. ¿Seleccione las medidas que usted implementaría, para elevar la llegada de turistas a la playa Santa Marianita?

Mayor capacitación al personal de servicios

Mejoras en la infraestructura

Implementar protocolos de bioseguridad

Diseñar estrategias de Marketing

Otras _____

Justifique su respuesta:

Datos Personales del Experto:

Nombre: Pedro Isidoro Montalván Acosta

Organización donde trabaja: Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí

Título de Pregrado: Ingeniero en administración de empresas Turísticas

Título de Post-Grado:

Evaluación General

A continuación, se la hará una serie de preguntas, se le pide que responda a cada una de éstas, marcando con una (x) en cualquiera de los vocablos que usted considere conveniente.

1. ¿Considera usted que las preguntas son congruentes con los objetivos de la investigación?

# Pregunta	SÍ	NO	Observaciones
1	X		Sin observaciones
2	X		Sin observaciones
3	X		Sin observaciones
4	X		Sin observaciones
5	X		Sin observaciones
6	X		Sin observaciones
7	X		Sin observaciones
8	X		Sin observaciones

2. ¿Existe pertinencia entre las preguntas con la variable objeto de estudio?

# Pregunta	SI	NO	Observaciones
1	X		
2	X		
3	X		
4	X		
5	X		
6	X		
7	X		
8	X		

3. ¿Es adecuada la redacción de las preguntas?

# Pregunta	SI	NO	Observaciones
1	X		
2	X		
3	X		
4	X		

5	X		
6	X		
7	X		
8	X		

4. ¿Considera válido el Instrumento?

Sí X No _____

Observaciones:

Firma: 

Fecha: 23/12/2021

Anexo 5

Manta, 21 de diciembre de 2021

Ing. Blanca Alicia Trueba Macías:

Se está realizando una investigación de carácter académico, con el objeto de estudiar el comportamiento de la demanda turística en la playa Santa Marianita del cantón Manta”.

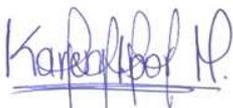
Para ello se ha diseñado y elaborado el instrumento-cuestionario anexo, el cual requiere ser validado por expertos en turismo, objeto de estudio de esta investigación.

Ud. ha sido seleccionado como Juez para realizar la respectiva validación. Su rol consiste en evaluar cada pregunta indicando su pertinencia con el objetivo específico y su redacción.

Así mismo, puede emitir cualquier observación que considere pertinente. Al finalizar debe señalar si el cuestionario cubre los propósitos, si a través del mismo se puede alcanzar los objetivos de la investigación.

Agradecido por su colaboración.

Atentamente,



Karen Loo Mero
Autora Académica

TEMA DE INVESTIGACIÓN:
“ESTUDIO DEL COMPORTAMIENTO DE LA DEMANDA TURÍSTICA EN LA
PLAYA SANTA MARIANITA DEL CANTON MANTA”.

OBJETIVO GENERAL

Analizar el comportamiento de la demanda turística de la Playa Santa Marianita.

OBJETIVOS ESPECIFICOS

- Identificar los principales establecimientos y servicios que forman parte de la oferta turística de Santa Marianita.
- Determinar los diferentes tipos de demanda turística presentada durante el año 2021 en la Parroquia santa Marianita.
- Sistematizar los principales indicadores que permitan analizar el comportamiento de la demanda turística de un destino turístico.
- Mostrar los resultados del comportamiento de la demanda turística en la parroquia Santa Marianita.

El cuestionario de entrevista se cita en la siguiente tabla.

<p style="text-align: center;">Cuestionario de entrevista dirigida a los gestores turísticos de la parroquia de Santa Marianita</p> <p>El actual cuestionario de entrevista tiene como objetivo recopilar la opinión de los gestores turísticos sobre la llegada de los turistas a la playa Santa Marianita. Gracias por la ayuda.</p> <p>Datos del entrevistado Nombres:</p> <p>Instrucción académica:</p> <p>Cargo:</p> <p>Años de experiencia:</p> <p>1. ¿Cómo usted considera que ha afectado la reciente pandemia por Covid-19, al sector turístico de Santa Marianita?</p>

.....
.....
3. ¿Durante qué mes del año actual existió una mayor afluencia de turistas en el sector?

.....
.....
.....

4. ¿Durante qué mes del año actual existió una menor afluencia de turistas en el sector?

.....
.....
.....

5. ¿Cuáles son los días con mayor afluencia de turistas en la zona y a qué considera usted que se debe esta situación?

.....
.....
.....

6. Señale las principales actividades que realizan los turistas en la playa Santa Marianita

Descanso

Recreación en la playa

Practicar deportes acuáticos

Deportes de aventura

Degustar de la gastronomía local

Otros _____

Justifique su respuesta:

7. ¿Qué factores considera usted que afectan la afluencia de turismo a la playa Santa Marianita?

Falta de personal capacitado

Limitada oferta de servicios

Baja infraestructura

Deficiente gestión turística

Otras _____

Justifique su respuesta:

8. ¿Seleccione las medidas que usted implementaría, para elevar la llegada de turistas a la playa Santa Marianita?

Mayor capacitación al personal de servicios

Mejoras en la infraestructura

Implementar protocolos de bioseguridad

Diseñar estrategias de Marketing

Otras _____

Justifique su respuesta:

Datos generales del experto:

Nombre: Blanca Alicia Trueba Macías

Organización donde trabaja: FACHOTUR ULEAM

Título de Pregrado: Ing. En Administración de Empresas Turísticas

Título de Post-Grado: Magister en Turismo

Evaluación general

A continuación, se la hará una serie de preguntas, se le pide que responda a cada una de éstas, marcando con una (x) en cualquiera de los vocablos que usted considere conveniente.

1. ¿Considera usted que las preguntas son congruentes con los objetivos de la investigación?

# Pregunta	SÍ	NO	Observaciones
1	x		
2	x		
3	x		
4	x		
5	x		
6	x		
7	x		
8	x		

2. ¿Existe pertinencia entre las preguntas con la variable objeto de estudio?

# Pregunta	SI	NO	Observaciones
1	x		
2	x		
3	x		
4	x		
5	x		
6	x		
7	x		
8	x		

3. ¿Es adecuada la redacción de las preguntas?

# Pregunta	SI	NO	Observaciones
1	x		
2	x		
3	x		
4	x		

5	x		
6	x		
7	x		
8	x		

4. ¿Considera válido el Instrumento? Sí X No ____

Observaciones: Ninguna

Firma: *Alicia Trueba M*

Fecha: 21.12.2021

Anexo 5



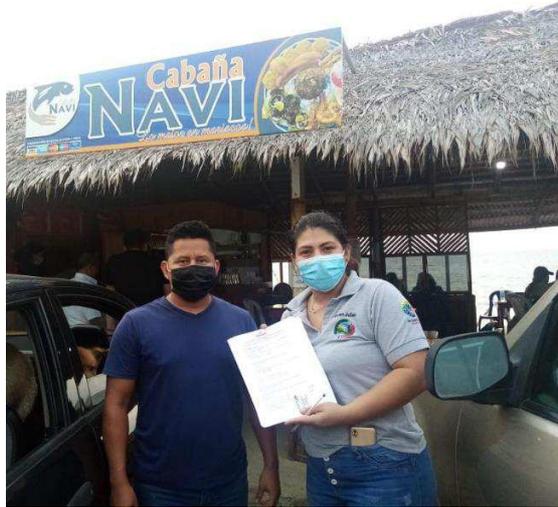
Entrevista presidenta del GAD parroquial

Anexo 6



Entrevista al instructor de la escuela Kite Surf

Anexo 7



Entrevista al administrador del restaurante Cabaña Navi

Anexo 8



Entrevista a la administradora del hotel Villa Kites