



**UNIVERSIDAD LAICA “ELOY ALFARO DE
MANABÍ”**

FACULTAD: HOTELERÍA Y TURISMO

CARRERA: TURISMO

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

TEMA:

**“ESTUDIO DEL PERFIL DEL TURISTA DE CRUCEROS QUE
VISITA MANTA, MANABÍ, ECUADOR”**

MODALIDAD:

TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

AUTOR:

PEÑA TAPIA GENESIS ARIANNA

TUTORA:

PH.D. ESTEFANÍA BASURTO CEDEÑO

MANTA-MANABÍ-ECUADOR

DICIEMBRE 2020

CERTIFICACIÓN

En calidad de docente tutora de la Facultad de Hotelería y Turismo de la Universidad Laica “Eloy Alfaro” de Manabí, certifico:

Haber dirigido y revisado el trabajo de titulación, cumpliendo el total de 492 horas, bajo la modalidad de proyecto de investigación, cuyo tema del proyecto es **“Estudio del perfil del turista de cruceros que visita Manta, Manabí, Ecuador”** el mismo que ha sido desarrollado de acuerdo a los lineamientos internos de la modalidad en mención y en apego al cumplimiento de los requisitos exigidos por el Reglamento de Régimen Académico, por tal motivo CERTIFICO, que el mencionado proyecto reúne los méritos académicos, científicos y formales, suficientes para ser sometido a la evaluación del tribunal de titulación que designe la autoridad competente.

La autoría del tema desarrollado, corresponde a la señorita Genesis Arianna Peña Tapia estudiante de la carrera de Turismo, período académico 2019-2020, quien se encuentra apto para la sustentación de su trabajo de titulación.

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

Manta, 30 de Noviembre del 2020.

Lo certifico,

Phd. Estefanía Basurto Cedeño

Docente Tutora

Área: Servicio

APROBACIÓN

TEMA:

**“ESTUDIO DEL PERFIL DEL TURISTA DE CRUCEROS QUE VISITA
MANTA, MANABÍ, ECUADOR”**

Lcd. Luis Reyes Chávez

Presidente del Tribunal

Dr. Xavier Álvaro Silva

Miembro del Tribunal

Ing. Mauricio Becerra

Miembro del Tribunal

Dra. Estefania Basurto Cedeño

Docente Tutora

Genesis Arianna Peña Tapia

Estudiante titulado

DEDICATORIA

A mi madre Sra. Adriana Tapia Alvarado, por la paciencia durante mi formación como profesional. Este logro es para ella por apoyarme en lo que estuvo dentro de su alcance y escuchar mis dudas. A mis hermanas Darys y Daniela Alvarado quienes también son parte de mi motivación para el día a día.

Y a mi tutora, PhD. Estefanía Basurto Cedeño quien con paciencia, apoyo y dedicación me brindo su conocimiento, poniéndose a mi disposición siempre que la requería, por guiarme y brindarme las herramientas necesarias en cada momento que lo necesite dentro de la ejecución del proyecto investigativo.

AGRADECIMIENTO

A mi familia en general porque sé que puedo apoyarme en ellos.

A la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí por brindarme la oportunidad de desarrollar capacidades y nuevos conocimientos.

A mi tutora, miembros del tribunal, profesores y compañeros especializados, por compartir sus conocimientos y experiencias profesionales, durante mi formación profesional.

ÍNDICE

Introducción.....	1
Antecedentes.....	3
Planteamiento del problema.....	3
Formulación o definición del problema.....	5
Justificación.....	6
Justificación teórica.....	6
Justificación metodológica.....	6
Justificación práctica.....	7
Campo de acción.....	7
Objeto de investigación.....	7
Preguntas de investigación.....	8
Objetivo general.....	8
Objetivos específicos.....	8
Capítulo I: Marco Teórico.....	9
1.1 Turismo.....	9
1.2 Turismo de cruceros.....	11
1.3 Cruceros a nivel mundial.....	12
1.4 Turismo de cruceros en Sudamérica.....	13
1.5 Ecuador y el turismo de cruceros.....	13
1.6 Turismo de cruceros en Manta.....	14
1.7 Perfil del cruceros.....	15
1.8 Perfil del turista.....	15
Capítulo II: Marco Metodológico.....	17
2.1 Diseño de investigación.....	17
2.2 Tipos de investigación.....	17
2.2.1 Investigación descriptiva.....	17
2.2.2 Investigación exploratoria.....	17
2.3 Métodos de la investigación.....	17
Capítulo III: Resultados y discusión.....	25
3.1 Resultados de la aplicación de la encuesta.....	25
Conclusiones.....	35
Recomendaciones.....	37

Índice de tablas

Tabla 1: Descripción de cada pregunta.....	19
Tabla 2: Cuestionario de encuesta	21
Tabla 3: País de origen	26
Tabla 4: Resultados de la valoración de los atributos de Manta	32
Tabla 5: Valoración de los atributos de la ciudad de Manta	32

Índice de figuras

Figura 1: Síntomas y causas	4
Figura 2: Hilo conductor	9
Figura 3: Tipologías del turismo	10
Figura 4: Género	25
Figura 5: Estado civil.....	25
Figura 6: Edad	26
Figura 7: Nivel de educación.....	26
Figura 8: Ingreso anual en dólares.....	27
Figura 9: Tipo de trabajo	27
Figura 10: Viaja con niños menores de 10 años.....	28
Figura 11: Personas que conforman su grupo de viaje.....	28
Figura 12: Tipos de actividades.....	29
Figura 13: Viajes en crucero.....	29
Figura 14: Visita a Manta	30
Figura 15: Número de visitas a Manta	30
Figura 16: Clasificación de atributos.....	31
Figura 17: Horas planificadas.....	33
Figura 18: Visita a los atributos de acuerdo con su importancia.....	34

RESUMEN

El turismo de cruceros tiene un gran impacto en el desarrollo turístico y económico de la ciudad de Manta, por lo que es de suma importancia reconocer cuáles son las características necesarias para crear un perfil del turista de cruceros, con la finalidad de generar productos que vayan de acuerdo con su rango de preferencias. La presente investigación tiene como objetivo diseñar y validar una herramienta para revelar información relevante acerca del perfil del turista de cruceros que llega a Manta, tomando indicadores como el sexo, la edad, el nivel de ingresos económicos, constitución del grupo de viaje, lugar de origen, tiempo de estadía, entre otras. Esta investigación es de diseño secuencial de característica mixta, en los que se utilizó el análisis documental y un componente cuantitativo, donde se valida empíricamente la pertinencia de la herramienta. En la primera fase se realizó un análisis de la evolución de la industria de cruceros, luego en la segunda fase se elaboró el diseño de encuesta con preguntas claves, la tercera fase consistió en la validación de herramienta y el levantamiento de información en el terminal de cruceros de Manta (TPM). Una de las partes más importantes de esta investigación son los demandantes, por eso es de suma importancia conocer las necesidades, actividades, expectativas, motivaciones y sobre todo cuanto ellos estarían dispuestos a gastar durante su estadía en la ciudad. Razón por la cual se busca dar una solución mediante la investigación de los perfiles turísticos que visitan la ciudad para establecer características objetivas.

Palabras claves: Turismo de cruceros, Manta, perfil del turista, diseño.

ABSTRACT

Cruise tourism has a great impact on the tourist and economic development of the city of Manta, so it is extremely important to recognize which are the characteristics necessary to create profile of the cruise tourist in order to generate products that go according to their preferences. This research aims to design and validate a tool to reveal relevant information about the profile of the cruise tourist arriving in Manta, taking indicators such as sex, age, level of economic income, establishment of the travel group, place of origin, time of stay, among others. This research has adopted a mixed sequential design, in which documentary analysis and a quantitative component were used, and where the relevance of the tool is empirically validated. In the first phase an analysis of the evolution of the cruise industry was carried out, then in the second phase the survey design was developed with key questions, the third phase consisted of tool validation and information raising at the Manta cruise terminal (TPM). One of the most important parts of this investigation is the focus on the demand side, so it is of the utmost importance to know the needs, activities, expectations, motivations and above all how much they would be willing to spend during their stay in the city. Reason why we seek to give a solution by researching the tourist profiles that visit the city to establish objective characteristics.

Keywords: Cruise tourism, Manta, Tourist profile, Design.

INTRODUCCIÓN

El turismo es un fenómeno social, cultural y económico relacionado con el movimiento de personas a lugares que se encuentran fuera de su lugar de residencia habitual por motivos personales o de negocios/profesionales, los cuales se producen debido a los efectos multidisciplinares (en la economía, en el entorno natural y en las zonas edificadas, en la población local de los lugares visitados y en los visitantes propiamente dichos), es necesaria la adopción de un enfoque global del desarrollo, la gestión y supervisión del turismo (OMT, 2015).

La finalidad del negocio de cruceros es intentar mantener a bordo al mayor número de clientes durante el mayor tiempo posible con el fin de generar más beneficios—reducción del coste de las bebidas, de los souvenirs en las tiendas de abordaje y de actividades de pago como el acceso al spa, durante la parada en un puerto de escala—frente a las estrategias de marketing llevadas a cabo por la ciudad para atraer al pasajero de cruceros (Perea, Andrade y Jiménez, 2018).

El MINTUR señala que “los cruceristas que visitan el país generalmente provienen de Estados Unidos, Canadá, Australia, China, Chile, Reino Unido, Holanda y Corea, las edades de los cruceristas están en un aproximado de entre 60-79 años, la demanda del turismo de crucero se destaca por el turista profesional, jubilado, pensionistas y empresarios que buscan pasar unas vacaciones por lo alto, como conocer varios países al mismo tiempo de disfrutar las instalaciones y servicios ofertados de las embarcaciones (Bellani, Brida y Lanzilote, 2017).

La demanda turística de crucero en la actualidad está en constante crecimiento, por lo que se orienta a realizar continuas modificaciones, las cuales vayan acorde a las necesidades del mercado, con la finalidad de mejorar la calidad del servicio y por ende aumentar la llegada de nuevas embarcaciones.

En Manta, el arribo de los cruceros se realiza sin tiempo de espera por las condiciones naturales al atraque, escenario supremamente apreciado por las líneas navieras que determinan con planificación de hasta un año el calendario de arribo de

sus naves a los puertos, por lo que se prevé que reciba la mayor cantidad de cruceros en comparación con otros puertos del país (Autoridad Portuaria de Manta, 2016)

Durante el año 2018, el Ministerio de Turismo de Ecuador (MINTUR) llevó a cabo varias estrategias y proyectos direccionados a la innovación en turismo, los cuales fueron previamente identificados como tendencias a nivel global sin embargo se considera que primero se debe conocer el perfil del turista para saber en lo que se debe trabajar o potenciar.

La temporada de cruceros 2019-2020, inició el pasado 24 de octubre y finalizó en diciembre del año 2019, en este periodo el puerto de Manta recibió 12 embarcaciones, con un total de 13 mil pasajeros y 6 mil tripulantes. El cantón Manta tiene como objetivo proporcionar un punto de partida para una correcta planificación y gestión del desarrollo turístico de la misma (APM, 2019).

ANTECEDENTES

Dentro del sector turístico, el turismo de cruceros es uno de los segmentos que mayor crecimiento ha presentado en los últimos años. Pese a la situación económica que ha tenido lugar en la última década, se ha contabilizado un incremento de la demanda global de cruceros de aproximadamente el 62%, posicionándolo como un producto en fase de crecimiento, siendo necesaria la realización de estudios que, desde una perspectiva cuantitativa, permitan conocer la importancia de esta actividad turística en el desarrollo económico en las regiones donde tiene lugar (CLIA, 2016).

El país actualmente dispone de cuatro puertos internacionales con infraestructura y condiciones para acoger a los cruceros en sus itinerarios por el Ecuador de forma anual. Los principales puertos que acogen el mayor número de cruceros son Guayaquil y Manta, mientras que los puertos de Puerto Bolívar y Esmeraldas tienen una menor participación en el segmento de cruceros (MINTUR, 2019).

El puerto marítimo de la ciudad de Manta, recibe anualmente cruceros, resaltando el crecimiento de esta demanda; pese a esto el sector presenta problemáticas que no permiten el desarrollo del mismo, entre las principales está la falta de estudio de mercado de turismo crucero por parte del GAD; la carencia de información sobre el mercado emisor de crucero y por ende, se desconoce las características y preferencias de la demanda potencial, provocando insatisfacción en el turista al momento de su llegada ya que no se cumple con sus expectativas (Mejía y Muñoz, 2019).

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Manta a pesar de ser una ciudad que recepta cruceros desde 1997, hasta la fecha todavía no cuenta con información validada del perfil del crucerista, por tal razón se necesita conocer factores de demanda, indicadores demográficos de los turistas, nivel de gastos, nivel de satisfacción, entre otras, todo esto con el objetivo de conocer en lo que se ha fallado para aumentar la oferta y experiencia del turista en la ciudad, asimismo lograr mayor nivel de gastos durante la estancia.

Para la atracción de turistas al país también tiene como aspecto de gran importancia, la comercialización de productos, por lo cual, se ha realizado varias estrategias de

promoción a nivel internacional y nacional (MINTUR, 2017), el turismo de cruceros en Ecuador está en crecimiento constante lo cual es una excelente oportunidad para el sector turístico. A continuación, se utiliza la técnica el “Árbol del Problema” relacionado a las causas y efectos (Figura 1).

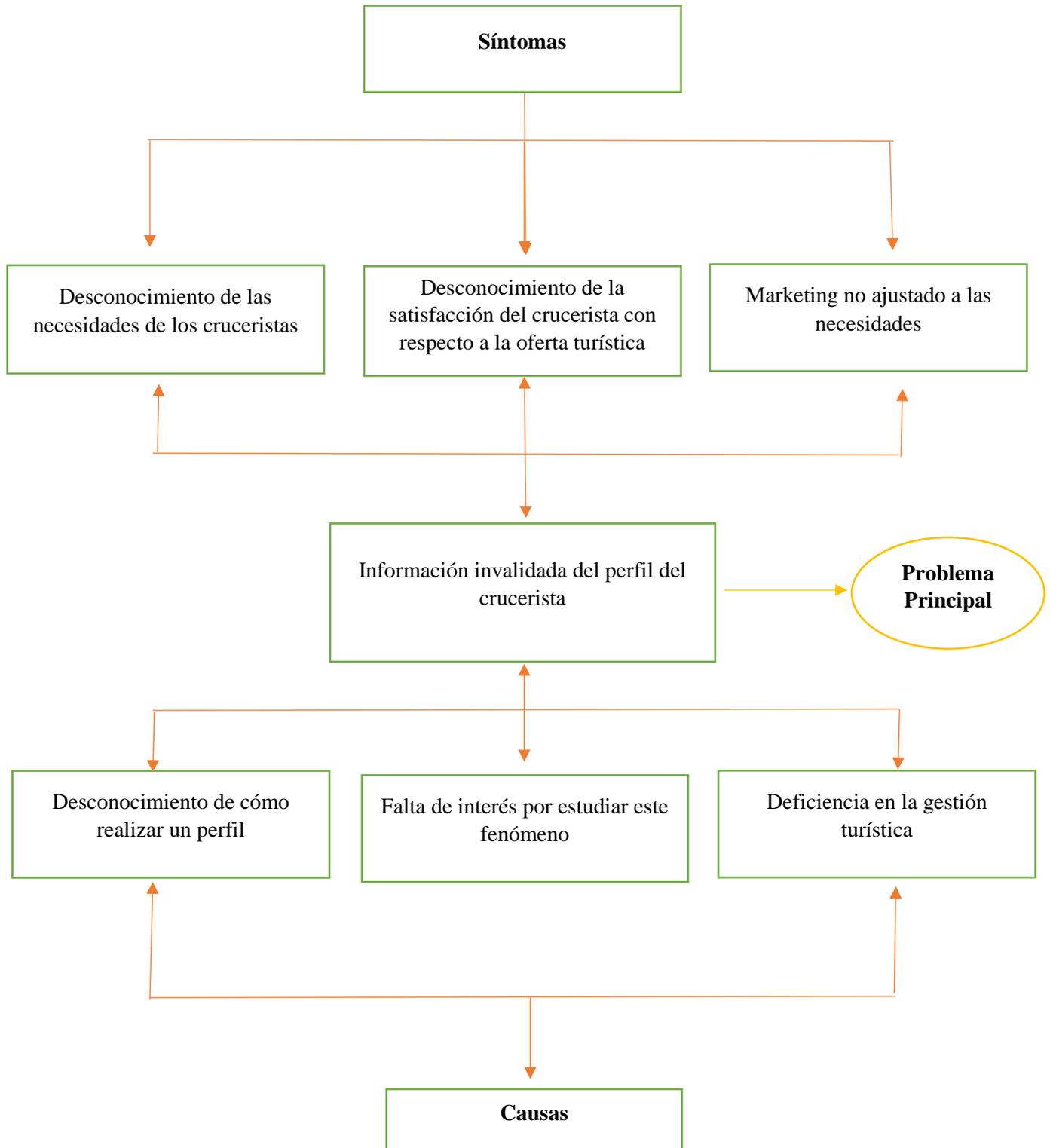


Figura 1: Síntomas y causas
Fuente: Elaboración propia

FORMULACIÓN O DEFINICIÓN DEL PROBLEMA

A partir de lo expuesto anteriormente, se concluye que el turismo de cruceros como cualquier otro servicio, está sujeto a un mercado estructurado por la demanda y oferta, por lo cual intervienen varios actores para su desarrollo y se requiere de un estudio para conocer las principales características, expectativas, motivaciones e interés del consumidor. La información recolectada será de gran importancia para la contribución a la elaboración de nuevos productos turísticos, de tal manera que se adapten al tipo de segmento turístico potencial considerando que cada segmento es diferente.

A través de las problemáticas expuestas se formula la siguiente interrogante:

¿Cuáles son las características demográficas, de motivación y satisfacción de los cruceristas que arriban al puerto de Manta?

JUSTIFICACIÓN

El presente trabajo se ha llevado a cabo con la finalidad de analizar el perfil del turista que llega al puerto de Manta mediante los cruceros, además de conocer un poco más el comportamiento de este y los beneficios económicos que se podrían obtener. Así mismo este trabajo se utilizará como muestra para la creación y obtención de productos de interés para el crucerista que llega a la ciudad, se tomara en cuenta factores demográficos y económicos.

Por consiguiente, este trabajo es factible para la mejora de la oferta y el nivel de satisfacción de turistas, posicionando a Manta como un destino de cruceros. El proyecto investigativo se justifica de manera, teórica, metodológica y práctica.

Justificación teórica

El presente trabajo pretende aportar teóricamente nuevas líneas base sobre la relevancia de contar con información valida, que permita definir un determinado perfil del crucerista que llega al cantón Manta. La investigación contribuirá de manera teórica- práctica como aporte para futuras investigaciones relacionadas al tema, ya que se podrán establecer puntos claves para mejorar la calidad del servicio que se ofrece actualmente en el mercado turístico.

Para el desarrollo de esta etapa se tomaron en cuenta distintas fuentes documentales como: libros, páginas oficiales, tesis, artículos científicos, entre otros. En los cuales, se obtuvo conocimientos específicos para la ejecución del trabajo investigativo.

Justificación metodológica

La investigación se respalda en los modelos de estudio de mercado de los autores Gargano R., Grasso F. (2016), Juan Gabriel Brida, Raffaele Scuderi y María Nela Seijas (2014). Los procedimientos presentados por dichos autores plantean metodologías de la encuesta y una estadística descriptiva de las principales características de los pasajeros de cruceros y la tripulación para el logro de los resultados a través de un estudio de mercado estas son bases para la estructuración de la metodología a seguir en el trabajo.

Desde el enfoque descriptivo, se busca diferencias significativas en los principales indicadores sociodemográficos y características del crucerista que llegue al puerto de Manta.

Justificación práctica

Es una investigación que identifica, analiza e interpreta el estudio de mercado emisor en el consumo de turismo de cruceros, el trabajo se podrá tomar como muestra para mejorar la toma de decisiones que fundamenten de manera significativa el turismo de cruceros dentro de la ciudad y así mismo también el país. La presente investigación servirá como herramienta y guía en el tema de estudio de mercado ya que brinda los conocimientos necesarios para la creación de nuevos proyectos que beneficien a la ciudad teniendo como logro los resultados esperados.

La finalidad siempre será colaborar con el desarrollo turístico de Manta, mediante la evidencia empírica obtenida de las encuestas realizadas por el MINTUR y la Zona 4 de Manta.

Campo de acción

El presente trabajo investigativo se llevará a cabo en el cantón Manta, Manabí, Ecuador, con el objeto de poder validar información que ayude con la creación del perfil del crucerista que llega al terminal de cruceros de la ciudad (TPM). Manta es la ciudad portuaria que receipta más cruceros en Ecuador, por lo cual ha sido tomada como punto clave para la ejecución una herramienta trabajada por el MINTUR ZONAL 8, la misma permita conocer aspectos demográficos, nivel de satisfacción, nivel de gastos, entre otras características importantes para determinar que puede ofertar Manta como destino de cruceros a futuro.

Objeto de investigación

El objeto de esta investigación es proporcionar un punto de partida para una correcta planificación y gestión del desarrollo turístico, describir el perfil del turista de cruceros para de esta manera estimar los determinantes diferentes del gasto turístico de acuerdo con la importancia que cada uno tiene en gasto global y determinar los diferentes factores que no permiten ejecutar una buena promoción del mercado.

A pesar de la importante competencia para el desarrollo de puertos, especialmente en el cantón Manta, muy poca investigación se ha analizado sobre el comportamiento de embarcar pasajeros. Por lo tanto, el objetivo principal del presente documento es examinar las características, preferencias y gastos de los pasajeros de cruceros, así como su experiencia general en el puerto de la ciudad.

Preguntas de investigación

El presente trabajo busca entender y llevar información acerca del perfil del turista de Manta por cuanto se direcciona a las siguientes preguntas exploratorias:

- ¿Cuáles son las características demográficas de los turistas que visitan el puerto de Manta?
- ¿Cuáles son las motivaciones de los cruceristas que visitan el puerto de Manta para adquirir este producto de cruceros?
- ¿Cuál es su percepción de los turistas que llegan a la terminal portuaria con respecto a lo que Manta tiene para ofrecer?

OBJETIVOS

OBJETIVO GENERAL

Determinar características principales del crucerista que visita el puerto de Manta, permitiendo fortalecer la oferta que se da al turismo de cruceros actualmente en la ciudad.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

1. Analizar fuentes oficiales y documentos y artículos referentes a la oferta del turismo de cruceros en el país.
2. Reconocer los factores comunes "latentes" de los visitantes que llegan a los principales puertos del Mundo.
3. Identificar las posibles medidas a tomar en consideración para mejorar la satisfacción del crucerista.
4. Identificar factores motivacionales del crucerista.

CAPÍTULO I: MARCO TEÓRICO

El presente capítulo expone las principales temáticas relacionadas con el objetivo de la investigación, para mantener una idea inicial y ordenada de forma secuencial, se propone la siguiente figura (2), en la cual se plasmarán las ideas predominantes de este epíteto.

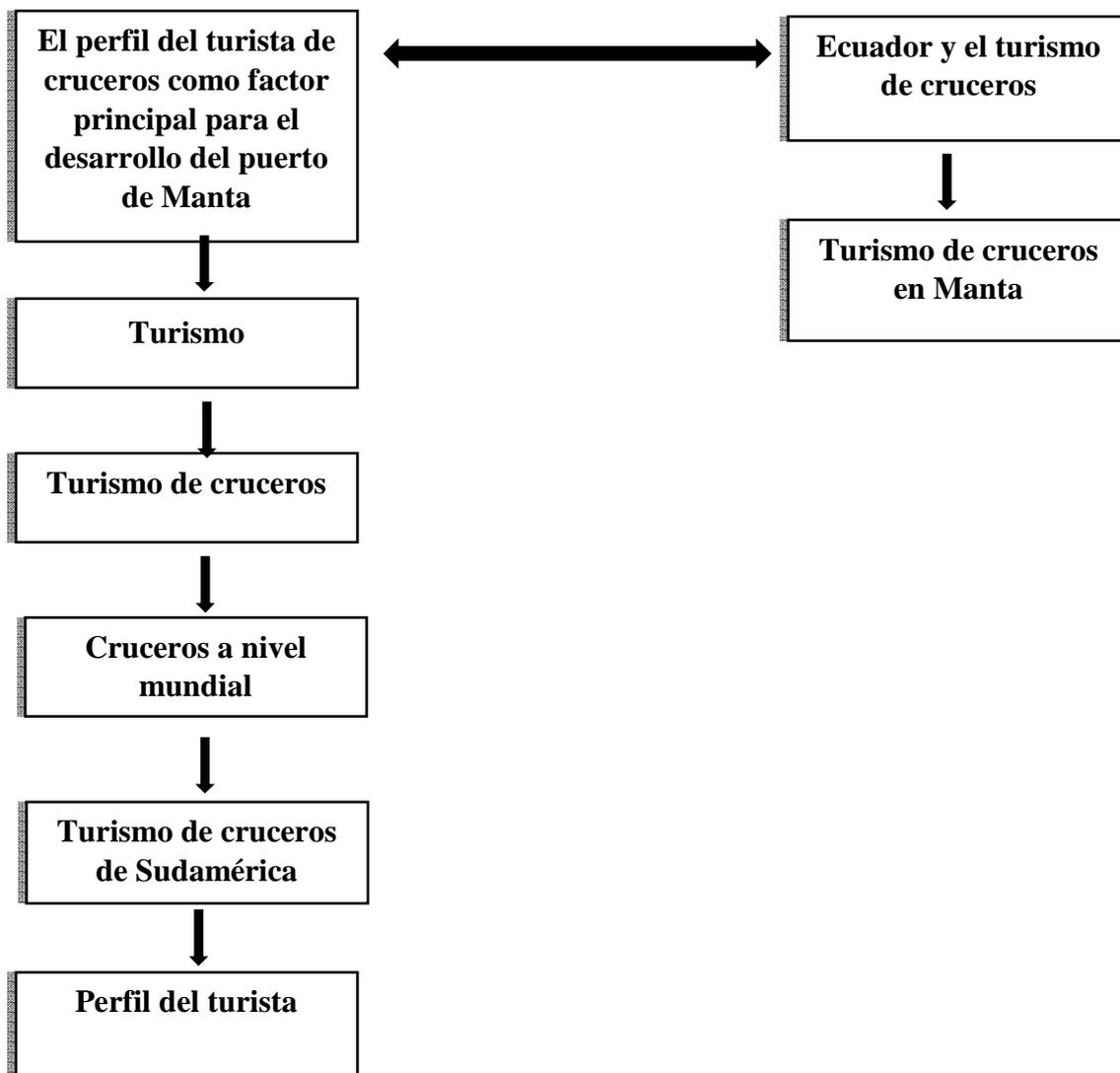


Figura 2: Hilo conductor

Fuente: Elaboración propia

1.1 TURISMO

Se definió el turismo como: «los desplazamientos cortos y temporales de la gente hacia

destinos fuera del lugar de residencia y de trabajo, y las actividades emprendidas durante la estancia en esos destinos» (Burkart y Medlik, 1981).

En esta definición, conceptos tales como “desplazamiento fuera del lugar de residencia y de trabajo” introduce positivamente la connotación de viaje y vacaciones/ocio por contraposición a “residencia” y “trabajo”, pero al mismo tiempo, deja fuera conceptos modernos de turismo como son los viajes por motivos de negocio, con o sin complementos lúdicos o las vacaciones en segundas residencias.

Mathieson y Wall (1982), por su parte, utilizaron una definición muy similar a la anterior, aunque con algunas modificaciones: «El turismo es el movimiento temporal de la gente, por períodos inferiores a un año, a destinos fuera del lugar de residencia y de trabajo, las actividades emprendidas durante la estancia y las facilidades creadas para satisfacer las necesidades de los turistas».

Finalmente, hay que destacar la definición que ha sido adoptada por la OMT (1994), que recoge todos los puntos positivos de las expuestas anteriormente y, a su vez, formaliza todos los aspectos de la actividad turística. Ésta es la siguiente: «El turismo comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un período de tiempo consecutivo inferior a un año con fines de ocio, por negocios y otros».

Con lo citado por los autores, se define al turismo como un desplazamiento temporal de periodos cortos fuera de su lugar de residencia y que se pueden dar por un sinnúmero de actividades, entre ellas el ocio y trabajo.



Figura 3: Tipologías del turismo

Fuente: Elaboración propia con información de OMT (2019)

En la figura 3, se puede observar las tipologías del turismo, destacando por número de demanda el turismo de sol y playa. La segmentación dependerá de las masas y el destino que se vaya a visitar. El turismo no solo implica viajar, se debe tener en consideración aspectos como: lugar, costos, actividades, servicios, entre otras. Dichos aspectos son determinantes para el desarrollo de esta actividad.

1.2 TURISMO DE CRUCEROS

Esta es una actividad antigua que se remota a cientos de años atrás, en el pasado se lo realizaba por ser el único medio para transportarse a lugares lejanos, pero por las apariciones de nuevos medios de transporte, este dejó de ser primordial, sin embargo, no dejó de tener importancia. El turismo de cruceros es uno de los sectores de más rápido crecimiento del turismo global, con el segmento de más rápido crecimiento en el sector de viajes en todo el mundo. Se considera que la actividad como tal surge a partir de los años 70 y coincide con la evolución experimentada en el negocio de los trasatlánticos o buques de pasaje de línea (Butler, 2008).

El turismo de cruceros ha sido el segmento de más rápido crecimiento en el sector de los viajes en todo el mundo con una tasa de crecimiento anual promedio de pasajeros del 7,4% para el período 1990-2007 para un total de 940 millones de llegadas de turistas internacionales en todo el mundo en 2010 (Za Bridapata Aguirre, 2010b; Cruise Lines International Association, 2010).

Una comprensión adecuada de cómo se desarrolla el turismo de cruceros en un determinado destino, proporcionaría una visión importante para los puertos y las autoridades turísticas, así como a las comunidades locales. Esto será de gran beneficio para todos los actores que intervienen en el turismo.

El turismo de cruceros puede beneficiar a un destino aumentando o mejorando los ingresos en divisas, los beneficios, los impuestos, el empleo, las externalidades positivas y las economías de escala (Dwyer y Forsyth, 1998; Dwyer et al., 2004; Pratt y Blake, 2009; Brida et al., 2012a). Por otro lado, el turismo de cruceros

requiere menos infraestructura que el turismo de escala en un destino turístico (véase McKee, 1998; Andriotis y Agiomirgianakis 2010; Brida et al., 2012b).

Los elementos que expresan la importancia del sector de cruceros están representados principalmente por procesos de expansión, vistosos y persistentes. Durante más de dos décadas caracterizan el mercado de cruceros, con demanda que, en la última década, han mantenido tasas de crecimiento como duplicando el número total de cruceros en todo el mundo. Por tal razón se lo considera como modalidad turística ya que se ha convertido en un aporte potencial para el turismo, la demanda de esta tipología es alta y por ende genera grandes beneficios económicos.

El repentino crecimiento de la demanda de cruceros apunta a numerosos impactos derivados de su desarrollo acelerado. Entre ellos se destacan impactos sociales, económicos, políticos y ambientales, que influyen en sus niveles de satisfacción.

Al concluir, se determina que, la industria del crucero es un sector que ha registrado un índice mayor de crecimiento en el mercado turístico a nivel mundial, esto se debe a que en la actualidad acceder a este tipo de viajes es más factible, convirtiéndose en una opción vacacional más llamativa, ya que la satisfacción de estar en el mar, conocer nuevos lugares, costumbres y a la misma vez disfrutar de las comodidades y servicios a bordo de un barco.

1.3 CRUCEROS A NIVEL MUNDIAL

Por tal razón Sanz (2014) manifiesta que “para que un destino pueda consolidar su posición en este mercado, es imprescindible la coordinación de todos los actores involucrados, sector turístico y sector portuario y comercial” (p.98). Este criterio toma mucha importancia en esta investigación debido a que, si bien el destino turístico es de interés gracias a los atractivos que posee este no puede ser aprovechado a toda cabalidad si los actores involucrados es decir gobierno, autoridades locales, regionales, empresarios turísticos, prestadores de servicios, agentes de viajes trabajan de forma coordinada a fin de adquirir beneficios.

En la actualidad existen operando aproximadamente unas 300 líneas de cruceros, navegando los mares internacionales con más de 35 nuevos barcos programados para

unirse a la flota mundial en los próximos cuatro años, representando inversiones mayores a veinticinco billones. Con toda la oferta turística en un mismo sitio, los cruceros han entrado a competir como un destino en sí mismo. Por un lado, es de señalar que el turismo de cruceros es el paradigma de la economía de escala, pues involucra los principales subsectores de la industria turística: transporte, alojamiento, restauración y atractivos. (Cuellar-Río, M. y Kido-Cruz, MT, 2008).

1.4 TURISMO DE CRUCEROS EN SUDAMÉRICA

Es vital que las compañías portuarias de Sudamérica comiencen a realizar inversiones concretas y mejoren la forma en que se organizan los cruceros turísticos; Para hacer esto, las compañías deben utilizar mecanismos que promuevan la participación del sector privado que gradualmente, y con las salvaguardas, subsidios y garantías necesarias, prevean la construcción de instalaciones apropiadas para los pasajeros en cruceros.

La industria de cruceros turísticos, una nueva forma de turismo y una de las industrias futuras más prometedoras, se está expandiendo a un ritmo agradable en América del Sur. Es importante que el continente aproveche esta oportunidad brindada por la globalización, o que corra el riesgo de que los operadores simplemente cambien a otros destinos (CEPAL, 2002).

La industria mundial de los cruceros turísticos registra un crecimiento sostenido y se sustenta en una atractiva rentabilidad y reducción de costos mediante la utilización de naves cada vez mayores, que están haciendo accesible esta nueva forma de hacer turismo a un segmento de personas cada vez más numeroso. Las rutas de Sudamérica, visitadas por una amplia variedad de armadores, han sido un reflejo del crecimiento de esta industria a nivel mundial, siendo necesario aprovechar esta oportunidad para brindar servicios que demandan importante cantidad de mano de obra y desarrollar la infraestructura portuaria para satisfacer a los requerimientos de naves y turistas. (CEPAL, 2002)

1.5 ECUADOR Y EL TURISMO DE CRUCEROS

Mientras que, los principales destinos turísticos sudamericanos sufren los impactos negativos de la saturación de turistas por los cruceros, en el Ecuador el crecimiento constante del turismo de cruceros es una excelente oportunidad que debe ser muy bien aprovechada por el sector turístico. Por tal motivo el Ministerio de Turismo de

Ecuador inicio una promoción turística ante este segmento de turismo, la que incluye la realización de viajes de familiarización al destino con los representantes de las líneas de cruceros internacionales, para que cuenten con mayor información que les permita incrementar las llegadas y la estancia de los cruceristas, así como también diversificar la oferta turística para sus viajeros (MINTUR, 2015).

En los últimos años el constante crecimiento del turismo exterior obliga a Ecuador, disponer de puertos que estén dotados de todos los equipos e infraestructura adecuada para el movimiento de la carga ya que esto genera un crecimiento competitivo no solamente a nivel nacional sino también internacional por disponer de puertos más modernos, con mayor capacidad, con políticas portuarias eficientes, con espacios físicos adecuados donde se desarrolle globalmente la actividad portuaria, esto con el fin de dotar mayor eficacia en el despacho de las mercancías y así generar productividad mediante puertos que dispone el Ecuador.

1.6 TURISMO DE CRUCEROS EN MANTA

El crecimiento de puertos en Ecuador es constante, siendo Manta la ciudad receptora de más cruceros al año. Manta es un punto importante de destino turístico, así, miles de turistas llegan cada año al moderno Terminal de Pasajeros de Cruceros. Es importante señalar, que en la ciudad los cruceros no tienen restricciones de calado y su arribo se realiza sin tiempo de espera, convirtiéndose en un escenario apreciado por las líneas navieras.

Raúl Joniaux, gerente de Autoridad Portuaria de Manta, expresa que Manta, está en el mapa del mundo como un importante destino turístico. “Así, miles de turistas e imponentes embarcaciones llegarán nuevamente con el inicio de la temporada de cruceros 2019-2020”.

A partir del año 1997 se ha levantado estadísticas relacionadas al arribo de buques turísticos al puerto de Manta, lo que permite una eficaz planificación y participación de las instituciones públicas y privadas, tal es el caso del Ministerio de turismo con el Plan Estratégico de “Desarrollo de Turismo Sostenible para Ecuador” PLANDETUR 2020 (2008) donde persigue incentivar el turismo de cruceros en el país, como

producto de calidad, creando facilidades turísticas acorde al desarrollo turístico mundial (GAD Manta, 2014)

1.7 PERFIL DEL CRUCERO

La industria de cruceros, desde los años ochenta, ha denotado un crecimiento continuo en el número de pasajeros anuales y, desde los años noventa, se han contabilizado más de 200 millones de turistas de crucero navegando por todo el mundo, a través de las diferentes líneas navieras. Esta creciente industria ha demostrado cómo la capacidad de innovación en términos de gestión y organización, reducción de costos y mejoras en la prestación del servicio, se traduce en la adición de más turistas y la fidelización de los existentes (Lastre, Cruz, Trejo, Freites y Castellano, 2019).

Los cruceros conforman hoy en día un interesante segmento turístico, en el que se aprecian tendencias recientes, relacionadas con la popularización de esta forma de ocio. Hay que desatacar, que a medida que los cruceros se han convertido en productos accesibles, para segmentos sociales más amplios, la duración de los viajes se ha ido acercando más a la categoría de corta duración (Cerchiello, 2017).

1.8 PERFIL DEL TURISTA

El perfil de un turista se puede analizar considerando diversos tipos de segmentación de mercado: la primera basándose en la localización de los turistas, estos poseen características mensurables y accesibles. Las características demográficas son necesarias para establecer la edad, el género, el ingreso y la escolaridad; al analizar las características psico demográficas se pueden obtener dimensiones de personalidad, atributos con pensamientos, sentimientos y conductas de los viajeros, así como estilo de vida y valores. Al analizar las características comportamentales se puede conocer el comportamiento del viajero con relación al producto turístico Kotler y Lane (2006).

El Ministerio de Turismo presenta un documento que recopila más de 20 variables clave por mercado que permiten entender de mejor manera el comportamiento, hábitos de consumo y preferencias en los destinos, y al adquirir productos turísticos.

Además, para definir el perfil del turista se considera las recomendaciones Internacionales para Estadísticas Turísticas emitidas por la OMT (2008).

Según Pat y Calderón (2012), el perfil turístico alude a la caracterización de un destino turístico. Dicha caracterización se basa principalmente en variables socioeconómicas y demográficas de los turistas. Estos autores afirman que mediante el previo estudio de ciertas variables se pueden conocer los gustos, preferencias, expectativas y necesidades de los turistas, mejorando la oferta de productos especializados a turistas cada vez más exigentes.

CAPÍTULO II: MARCO METODOLÓGICO

2.1 Diseño de investigación

El diseño de la investigación fue secuencial de característica mixta, en los que se utilizó el análisis documental y un componente cuantitativo, donde se valida empíricamente la pertinencia de la herramienta. En la primera fase se realizó un análisis de la evolución de la industria de cruceros, la segunda fase se elaboró el diseño de encuesta con preguntas claves y la tercera fase consistió en la validación de herramienta y el levantamiento de información en el terminal de cruceros de Manta (TPM).

2.2 Tipos de investigación

2.2.1 Investigación descriptiva

La investigación es de tipo descriptiva porque se utilizaron documentos oficiales, artículos científicos, tesis, entre otros.

2.2.2 Investigación exploratoria

También es exploratoria porque se realizó la recogida de información, donde se obtuvieron datos relacionados con la presente investigación.

2.3 Métodos de la investigación

2.3.1 Método analítico-sintético

Este método fue utilizado para el proceso de análisis y síntesis de los contenidos de documentos oficiales, artículos científicos, tesis, publicaciones de libros, entre otros. Dichos documentos empleados en la presente investigación debían contener aspectos importantes y esenciales para el desarrollo del caso de estudio.

2.3.2 Método inductivo-deductivo

Este método fue utilizado para determinar los problemas generales relacionados con el perfil del turista de cruceros que visita el cantón Manta, tomando como punto de partida los aspectos generales, para luego enfocarse en la parte específica.

2.4 Técnicas de investigación

2.4.1 Análisis documental

El análisis documental consistió en la revisión de documentos como tesis, artículos científicos, publicaciones, entre otros. Además, se tomó como base un cuestionario de encuesta propuesto por el Ministerio de Turismo.

2.4.2 Análisis de contenido

El análisis de contenido consistió en revisar a fondo el contenido de los datos cualitativos de esta investigación, este proceso fue realizado luego del análisis documental.

2.4.3 Cuestionario de encuesta

El cuestionario de encuesta fue realizado con la finalidad de revelar los aspectos concernientes al perfil del turista de cruceros que visita el cantón Manta, provincia Manabí, Ecuador. Cabe recalcar que la aplicación de este instrumento se realizó antes de la pandemia del SARS-Covid 2. El proceso de recopilación de información se llevó a cabo con ayuda 5 estudiantes del primer semestre de la carrera de Turismo de la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí.

A continuación, en la siguiente tabla 1 se encuentran detalladas las preguntas del cuestionario de encuesta.

Preguntas	¿Por qué?	Literatura sustento	Formas de medición
Género	Es un factor demográfico que permite toma de decisiones, establecer preferencias de acuerdo con el género de las personas.	Bin Wu (2005) Brida (2012) Gargano, Grasso (2016)	Variable nominal
Estado civil	Este factor demográfico permite establecer las correctas decisiones de mercado en torno a este	Costa, Glinia, Goudas y Antoniou (2004) Bin Wu (2005)	Variable nominal

	parámetro	Brida (2012)	
Edad	Este factor demográfico permite identificar la edad de los turistas, este dato servirá como punto de partida para el nicho de mercado de esta actividad.	Bin Wu (2005) Gargano y Grasso (2016)	Variable ordinal
País de origen	Este factor demográfico permite revelar los rasgos culturales que tienen los turistas de acuerdo con su sitio de origen	Bin Wu (2005) Kastenholz, Carneiro y Eusébio, (2005) Gargano, Grasso (2016)	Variable nominal
Nivel de educación	Determinar el nivel de educación que tienen los turistas	Kastenholz, Carneiro y Eusébio (2005) Brida (2012) Io (2016)	Variable ordinal
Ingresos anuales en dólares	Este enunciado consiste en revelar el nivel de ingresos que tienen los visitantes, este dato puede ser utilizado para diseñar una estrategia de segmentación de mercado, acorde a este aspecto	Brida, Escudero y Seijas (2014) Veisten, Haukeland, Baardsen, Degnes-Ødemark y Grue (2015)	Variable ordinal
Tipo de trabajo	Revelar el tipo de trabajo que tienen los turistas	Brida (2012) Io (2016)	Variable nominal
Viaja con niños menores de 16 años	Determinar si los turistas viajan con mayores de edad	Brida (2012) Brida, Escudero y Seijas (2014)	Variable nominal
Personas que conforman su grupo de viaje	Revelar el grupo de personas que viajan con el grupo	Brida, Escudero y Seijas (2014)	Variable nominal
Qué tipo de actividad le gustaría realizar	Este interrogante se enfoca en revelar las actividades que les gustaría realizar a los turistas, este aspecto es	Bin Wu (2005) Molera y Albaladejo (2007) Brida (2012)	Variable ordinal (uso de escala de Likert)

durante su visita	muy importante para la implementación de nuevos productos turísticos		
Es su primera vez en un crucero	Este ítem permite determinar si es la primera vez que el turista viaja en un crucero	Bin Wu (2005) Brida, Escudero y Seijas (2014)	Variable nominal
Es su primera vez en Manta	El presente enunciado revela si es la primera vez el encuestado visita la ciudad	Bin Wu (2005) Molera y Albaladejo (2007) Io, (2016)	Variable nominal
Ha visitado previamente la ciudad de Manta	Este dato permite determinar si un turista ha visitado la ciudad con anterioridad	Bin Wu (2005) Veisten, Haukeland, Baardsen, Degnes-Ødemark y Grue (2015)	Variable nominal
En una escala del 1 al 5 donde 5 es el valor máximo valore la satisfacción de los siguientes atributos de Manta	Esta pregunta consiste en conocer el nivel de satisfacción que tienen los visitantes en torno a los atributos que tiene Manta	Bin Wu (2005) Molera y Albaladejo (2007) Brida (2012) Io (2016)	Variable ordinal (uso de escala de Likert)
¿Cuál es su presupuesto de gasto diario en tierra?	Permite revelar la cantidad de dinero que gasta diariamente el turista.	Bin Wu (2005) Costa, Glinia, Goudas y Antoniou (2004)	Variable ordinal (uso de escala de Likert)
¿Cuántas horas tienes planificado estar en el destino?	Este ítem determina el tiempo que le dedican a las actividades en este destino.	Bin Wu (2005) Kastenholz, Carneiro y Eusébio, (2005) Brida (2012)	Variable ordinal (uso de rangos ordenados)
En una escala del 1 al 5 donde 5 es el valor máximo valore la	Revelar la importancia que tienen los atributos para el turista.	Costa, Glinia, Goudas y Antoniou (2004) Gargano y Grasso (2016)	Variable ordinal (uso de escala de Likert)

importancia de los siguientes atributos al momento de decidir tomar un crucero			
--	--	--	--

Tabla 1: Descripción de cada pregunta

Fuente: Elaboración propia

En la siguiente tabla 2, se cita el cuestionario utilizado para recopilar la información solicitada y necesaria para el desarrollo del presente trabajo de investigación.

CUESTIONARIO DE ENCUESTA	
<p>1. Seleccione su género</p> <ul style="list-style-type: none"> <input type="radio"/> Masculino <input type="radio"/> Femenino <input type="radio"/> Otro <p>2. Seleccione su estado civil</p> <ul style="list-style-type: none"> <input type="radio"/> Soltero <input type="radio"/> Casado <input type="radio"/> Divorciado <input type="radio"/> Otro <p>3. Seleccione su rango de edad</p> <ul style="list-style-type: none"> <input type="radio"/> 0 – 18 año <input type="radio"/> 19 – 25 años <input type="radio"/> 26 – 45 años <input type="radio"/> 45 – 60 años <input type="radio"/> Más de 65 años <p>4. Nombre del país donde vive</p> <p>-----</p> <p>5. Nivel de educación más llevado (completado)</p> <ul style="list-style-type: none"> <input type="radio"/> Básico <input type="radio"/> Bachillerato <input type="radio"/> Universidad <input type="radio"/> Otro <p>6. Seleccione su nivel de ingresos</p>	

- 8000 – 15000\$
- 15001 – 24000\$
- 24001 – 36000\$
- 36001 – 48000\$
- Encima de 48000\$
- Prefiero no decirlo

7. Seleccione su ocupación

- Empleado
- Jubilado
- Empresario
- Estudiante
- Desempleado
- Otro

8. Usted viaja con un chico menor de 16 años

- Sí
- No

9. Seleccione el grupo con el que viaja usted

- Solo
- Pareja
- Familia/Amigos
- Tour en grupo
- Otros

10. ¿Qué tipo de actividad usted prefiere realizar cuando viaja?

- Cultural
- Negocios y convenciones
- Aventura
- Sol y playa
- Natural
- Compras
- Otras

11. ¿Es su primer viaje en un crucero?

- Sí
- No

12. ¿Es su primera vez en Manta?

- Sí
- No

13. En una escala del 1 al 5 donde 5 es el valor máximo valore la satisfacción de los siguientes atributos de Manta

	1	2	3	4	5
Clima					

Amabilidad de las personas					
Seguridad de la ciudad					
Limpieza de la ciudad					
Instalaciones y servicios portuarios					
Información turística					
Cortesía de los vendedores					
Variedad de los productos típicos locales					
Variedad de atracciones turísticas					
Precio					
Experiencia de compra					
Habilidad de comunicación de conductores, guías, etc.					

14. ¿Cuántas horas tiene planificado estar en el destino?

- 0 – 2 horas
- 2 – 4 horas
- Más de 4 horas

15. En una escala del 1 al 5 donde 5 es el valor máximo valore la importancia de los siguientes atributos al momento de decidir tomar un crucero

	1	2	3	4	5
Visitar diferentes ciudades					
Itinerario planeado					
Seguridad					
Precio favorable					

	Servicio de cruce y facilidades						
--	---------------------------------------	--	--	--	--	--	--

Tabla 2: Formato de encuesta

Fuente: Elaboración propia

El **muestreo** fue aleatorio, el cual consistió en acercarse a uno de cada 5 turistas y preguntar si deseaba responder la encuesta, en caso de aceptar, se le entregaba el cuestionario, para que él pudiese responder al mismo. El cuestionario aplicado estaba en idioma inglés, para darle una mayor comodidad al encuestado. La recopilación de información también fue posible gracias al cronograma de llegada de cruceros al puerto de Manta, el cual fue provisto por el Ing. Danny Ávila (Encargado de la oficina de Turismo en Manabí, Zona 4).

Los datos fueron recopilados entre los meses de enero y febrero del presente año, posterior a estos meses, este fue interrumpido a causa de la pandemia del Coronavirus. Luego de la recopilación de datos, estos fueron procesados por el software Qualtrics, este programa permitió generar los datos de estadística descriptiva.

CAPÍTULO III: RESULTADOS Y DISCUSIÓN

3.1 Resultados de la aplicación de la encuesta

A continuación, se muestran los resultados obtenidos en la aplicación de la encuesta.

1. Género

De acuerdo con los resultados se evidencia que el género con mayores respuestas a este instrumento es el masculino, sin embargo, el femenino también posee un porcentaje bastante elevado. Esto denota que existe cierta igualdad en cuanto a esta interrogante.

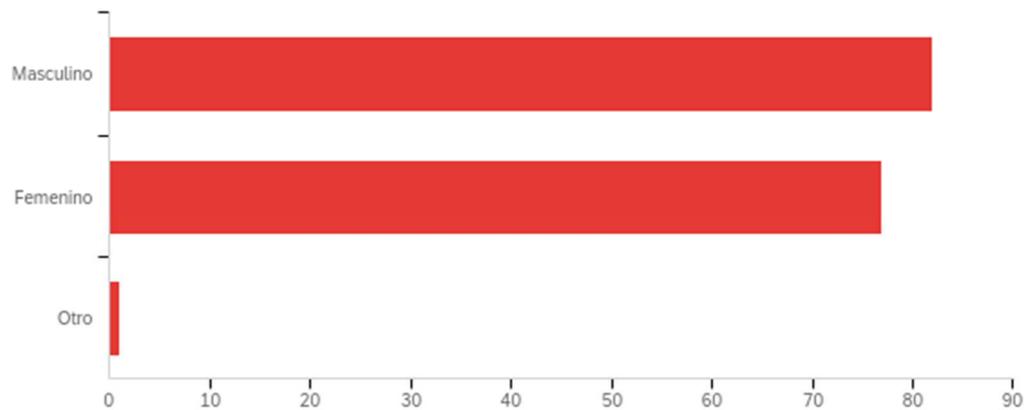


Figura 4. Género

Fuente: Elaboración propia

2. Estado civil

Los resultados muestran que la mayoría de encuestados son casados, este indicador es de gran importancia para el diseño de los recorridos turísticos.

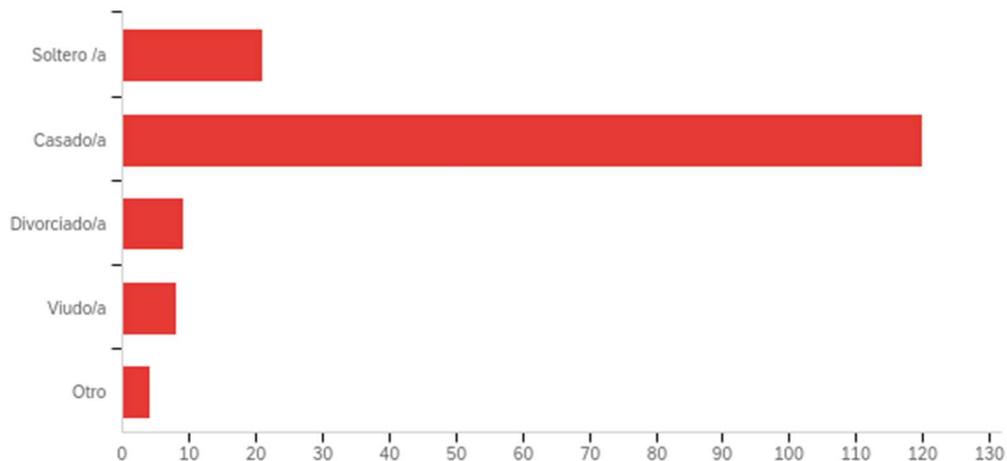


Figura 5. Estado civil

Fuente: Elaboración propia

3. Edad

Los encuestados con una edad mayor a 60 años, son los que más respondieron a la encuesta, superando claramente a las demás, lo cual denota que eran los que mayormente realizan este tipo de actividad.

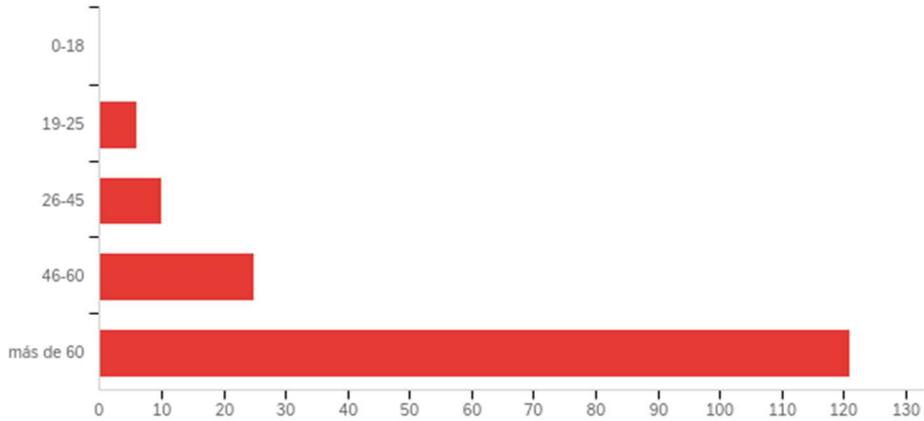


Figura 6. Edad

Fuente: Elaboración propia

4. País de origen

De acuerdo con los resultados, el país de donde más turistas respondieron a la encuesta es de Estados Unidos, seguido de Canadá y Alemania.

Tabla 5. País de origen

País	Cantidad	%
Estados Unidos	79	51,97%
Canadá	23	15,13%
Alemania	11	7,24%
Unión Europea	7	4,60%
Reino Unido	7	4,60%
México	4	2,63%
Nueva Zelanda	3	1,97%
Chile	2	1,32%
Países Bajos	2	1,32%
Sudáfrica	2	1,32%
Sin país	2	1,32%
Austria	1	0,66%
Bélgica	1	0,66%
Escocia	1	0,66%
Total	152	

Fuente: Elaboración propia

5. Nivel de educación

Los resultados revelan que la mayoría de encuestados tienen un nivel de educación de cuarto y quinto nivel, es decir poseen maestrías y doctorados. Esta información es imprescindible para la elaboración de los respectivos paquetes turísticos.

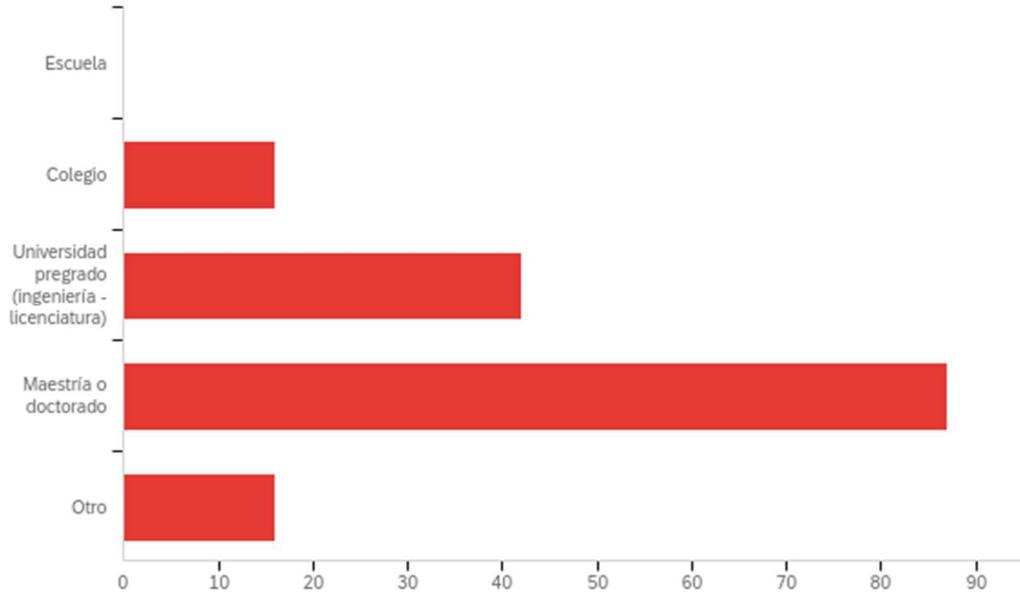


Figura 7. Nivel de educación

Fuente: Elaboración propia

6. Ingresos anuales en dólares

7. El nivel de ganancias que obtuvo mayor porcentaje es el de más de \$48000, este aspecto es importante al momento de elaborar un programa turístico con actividades que vayan de acuerdo con las necesidades y capacidad de pago.

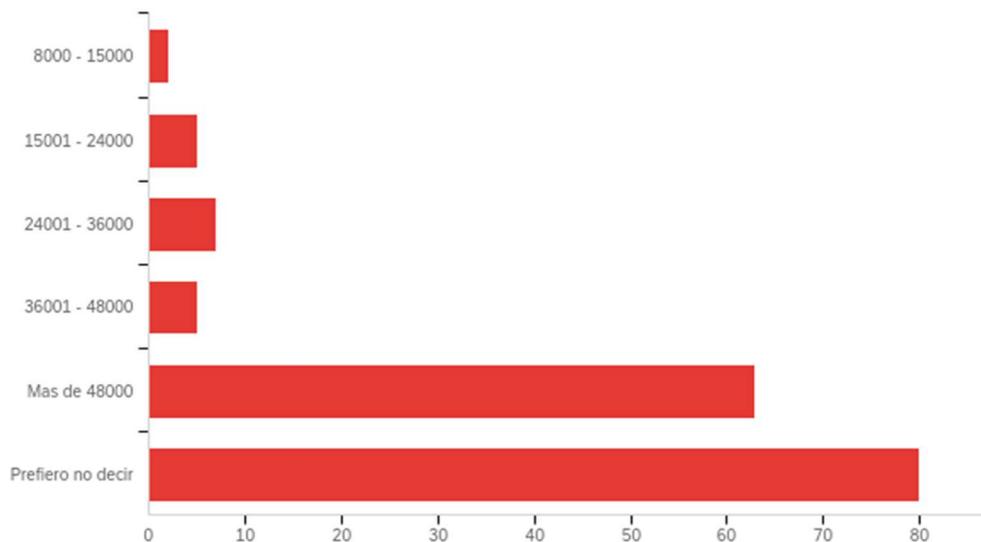


Figura 8. Ingresos en dólares

Fuente: Elaboración propia

8. Tipo de trabajo

Los resultados revelan que los encuestados son en su gran mayoría jubilados. Este criterio es esencial para realizar una adecuada segmentación de mercado, en relación con la situación laboral.

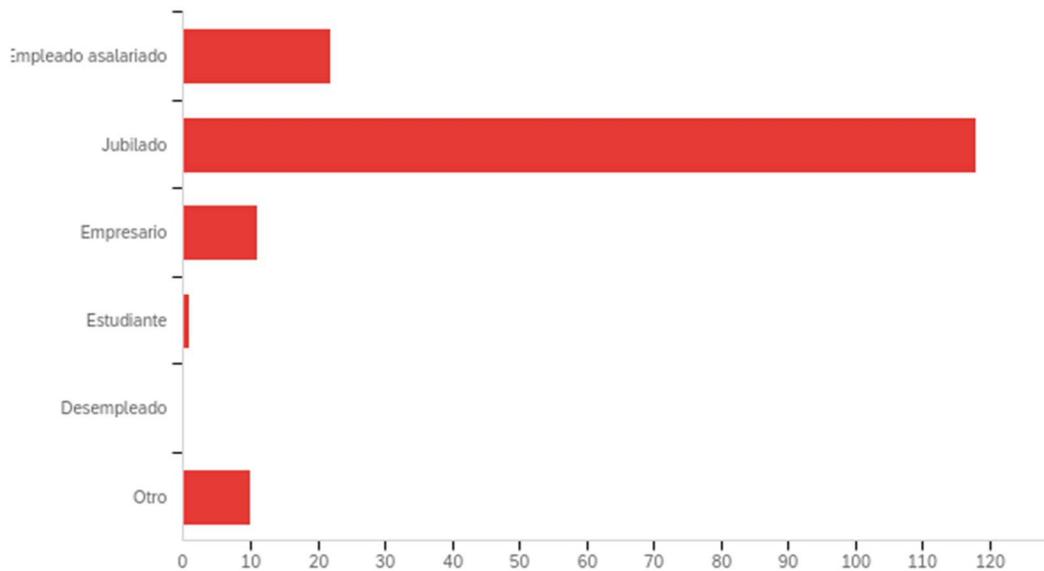


Figura 9. Tipo de trabajo

Fuente: Elaboración propia

9. Viaja con niños menores de 16 años

Los encuestados casi en su totalidad viajan sin menores de 16 años. Este resultado es importante para la segmentación de mercado y por ende para el diseño de las actividades turísticas.

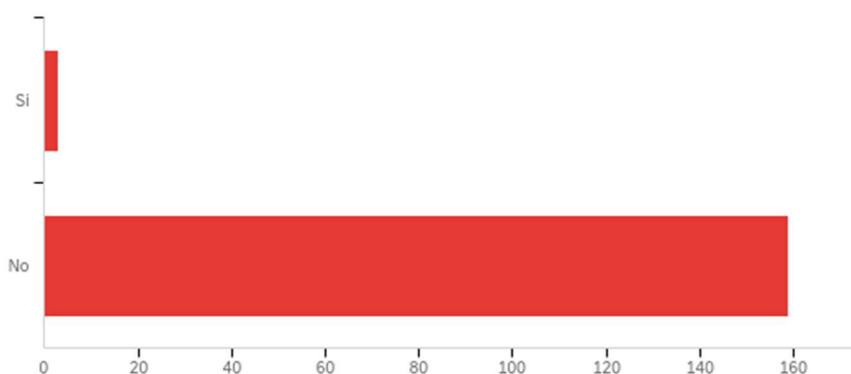


Figura 10. Viaja con niños menores de 16 años

Fuente: Elaboración propia

10. Personas que conforman su grupo de viaje

De acuerdo con los resultados, se determina que los encuestados viajan en pareja en gran proporción, luego vienen las opciones familia-amigos, solo, en grupo. Estas aseveraciones son de gran importancia para realizar una adecuada segmentación de mercado.

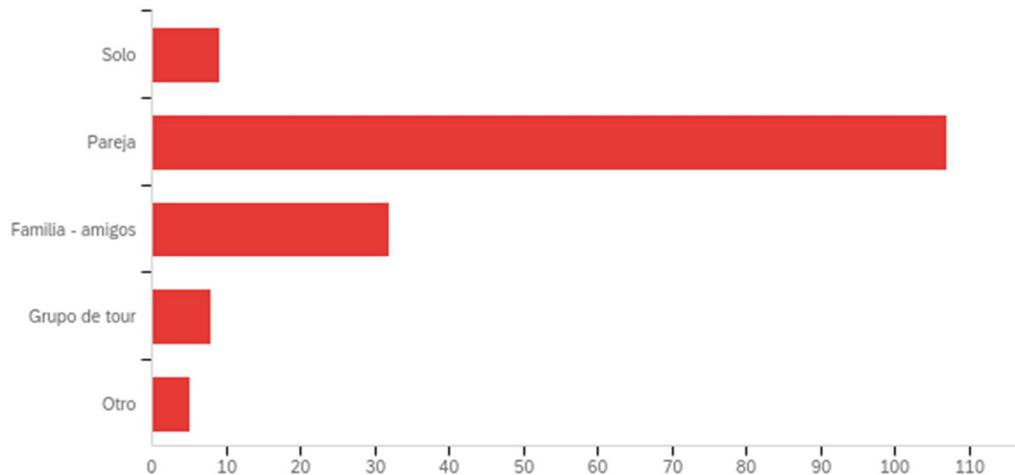


Figura 11. Personas que conforman su grupo de viaje

Fuente: Elaboración propia

11. ¿Qué tipo de actividad le gustaría realizar durante su visita?

De acuerdo con los resultados se interpreta que la actividad que más realizan los encuestados es la cultural, seguido por el turismo naturaleza, aventura, compras, sol y playa, negocios. Estos resultados son esenciales para el diseño de productos turísticos.

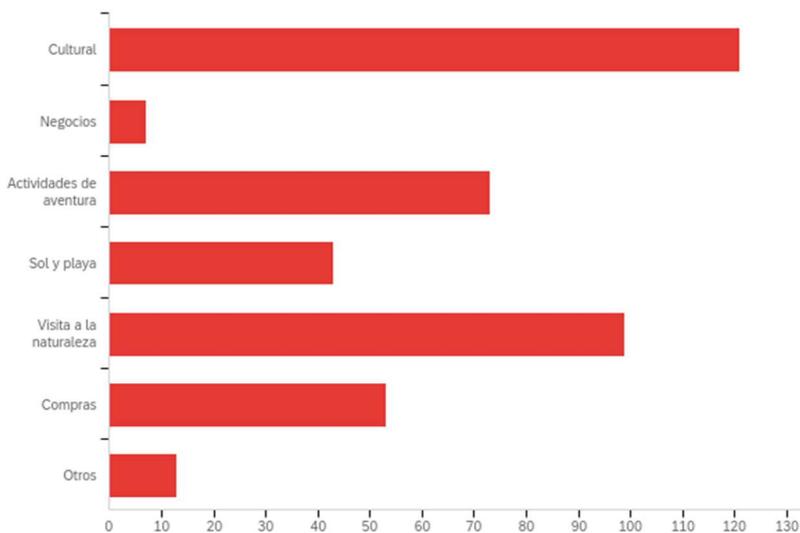


Figura 12. Tipo de actividades

Fuente: Elaboración propia

12. ¿Es su primera vez en un crucero?

Los resultados determinan que los encuestados ya han viajado previamente en un crucero. Este aspecto es muy positivo debido a que existe una motivación bastante elevada por este segmento de turismo.

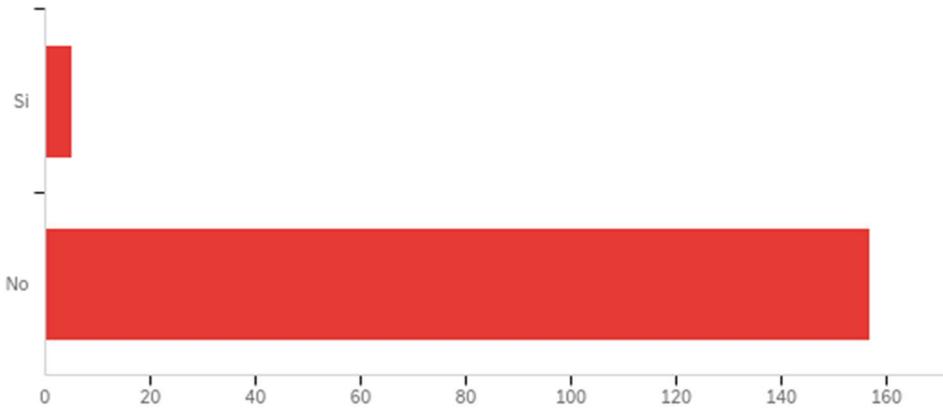


Figura 13. Tipo de actividades

Fuente: Elaboración propia

13. ¿Es su primera vez en Manta?

Los encuestados en su gran mayoría han viajado por primera vez a Manta. Este resultado permite interpretar que cada día acuden más turistas a este destino.

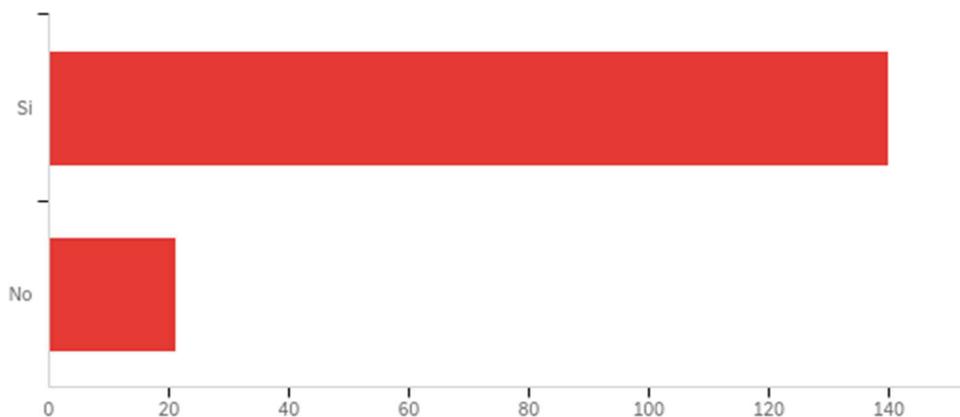


Figura 14. Visita a Manta

Fuente: Elaboración propia

14. ¿Ha visitado previamente la ciudad de Manta?

Los encuestados en su gran mayoría no han visitado la ciudad de Manta, no obstante, hay un porcentaje inferior que si lo ha hecho. Estos resultados permiten inferir que este destino es bastante apetecido en el ámbito turístico, tomando en consideración este indicador.

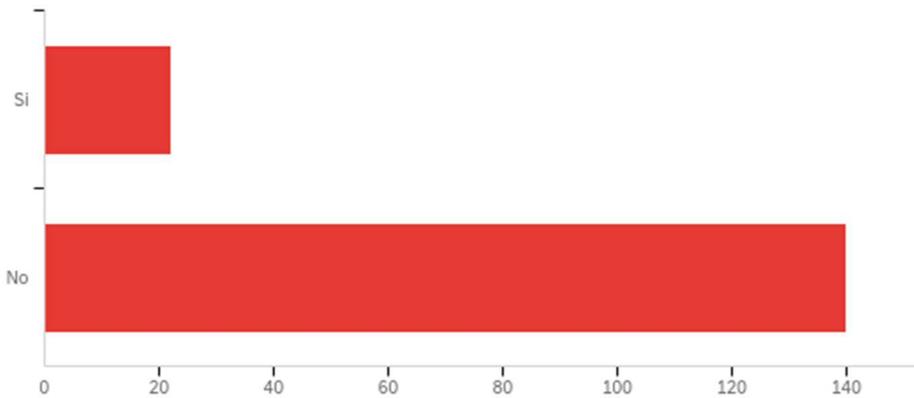


Figura 15. Números de visitas a Manta

Fuente: Elaboración propia

15. En una escala del 1 al 5 donde 5 es el valor máximo valore la satisfacción de los siguientes atributos de Manta

Los aspectos mejores valorados por los encuestados son: 1. Precio, 2. Cortesía de los vendedores, 3. Instalaciones y servicios del puerto. Mientras que los aspectos menos valorados son: 1. Limpieza, 2. Variedad de las atracciones turísticas, 3. Seguridad. Se orienta a mejorar en los aspectos con menor satisfacción.

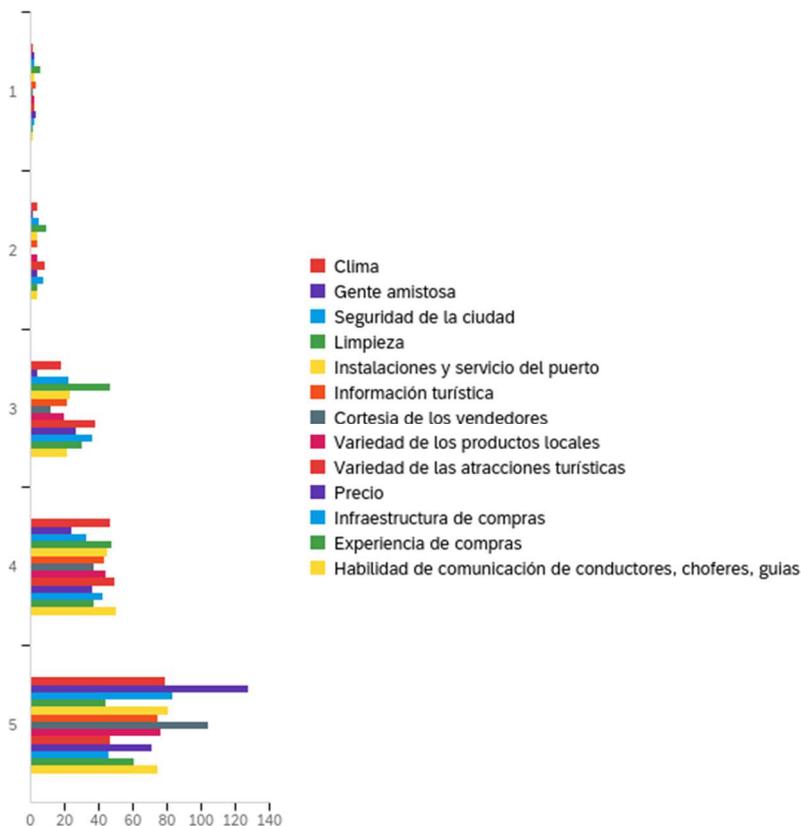


Figura 16. Calificación de Atributos

Fuente: Elaboración propia

Tabla 6. Resultados de la valoración de los atributos de Manta

#	Campo	Mínimo	Máximo	Medio	Desviación estándar	Variación	Cantidad
1	Clima	1.00	5.00	4.34	0.84	0.71	149
2	Gente amistosa	1.00	5.00	4.73	0.66	0.44	159
3	Seguridad de la ciudad	1.00	5.00	4.31	0.94	0.89	145
4	Limpieza	1.00	5.00	3.75	1.05	1.11	154
5	Instalaciones y servicio del puerto	1.00	5.00	4.28	0.90	0.81	155
6	Información turística	1.00	5.00	4.25	0.94	0.89	146
7	Cortesía de los vendedores	1.00	5.00	4.58	0.69	0.48	154
8	Variedad de los productos locales	1.00	5.00	4.29	0.90	0.81	146
9	Variedad de las atracciones turísticas	1.00	5.00	3.91	0.96	0.93	144
10	Precio	1.00	5.00	4.19	0.98	0.96	141
11	Infraestructura de compras	1.00	5.00	3.92	0.98	0.96	133
12	Experiencia de compras	1.00	5.00	4.15	0.92	0.85	133
13	Habilidad de comunicación de conductores, choferes, guías	1.00	5.00	4.28	0.85	0.72	151

Fuente: Elaboración propia

Tabla 7. Valoración de los atributos de la ciudad Manta

#	Preguntas	1	2	3	4	5	Total
1	Clima	0.67%	1 2.68%	4 12.08%	18 31.54%	47 53.02%	79 149
2	Gente amistosa	1.26%	2 0.63%	1 2.52%	4 15.09%	24 80.50%	128 159
3	Seguridad de la ciudad	1.38%	2 3.45%	5 15.17%	22 22.76%	33 57.24%	83 145
4	Limpieza	3.90%	6 5.84%	9 30.52%	47 31.17%	48 28.57%	44 154
5	Instalaciones y servicio del puerto	1.29%	2 2.58%	4 14.84%	23 29.03%	45 52.26%	81 155
6	Información turística	2.05%	3 2.74%	4 14.38%	21 29.45%	43 51.37%	75 146
7	Cortesía de los vendedores	0.65%	1 0.00%	0 7.79%	12 24.03%	37 67.53%	104 154
8	Variedad de los productos locales	1.37%	2 2.74%	4 13.70%	20 30.14%	44 52.05%	76 146
9	Variedad de las atracciones turísticas	1.39%	2 5.56%	8 26.39%	38 34.03%	49 32.64%	47 144
10	Precio	2.13%	3 2.84%	4 19.15%	27 25.53%	36 50.35%	71 141

11	Infraestructura de compras	1.50%	2	5.26%	7	27.07%	36	31.58%	42	34.59%	46	133
12	Experiencia de compras	0.75%	1	3.01%	4	22.56%	30	27.82%	37	45.86%	61	133
13	Habilidad de comunicación de conductores, choferes, guías	0.66%	1	2.65%	4	13.91%	21	33.11%	50	49.67%	75	151

Fuente: Elaboración propia

16. ¿Cuántas horas tienes planificado estar en el destino?

Los encuestados en su mayoría tienen planificado estar en el destino más de 4 horas. Este aspecto es importante para realizar los itinerarios de las actividades turísticas, de acuerdo con el indicador tiempo.

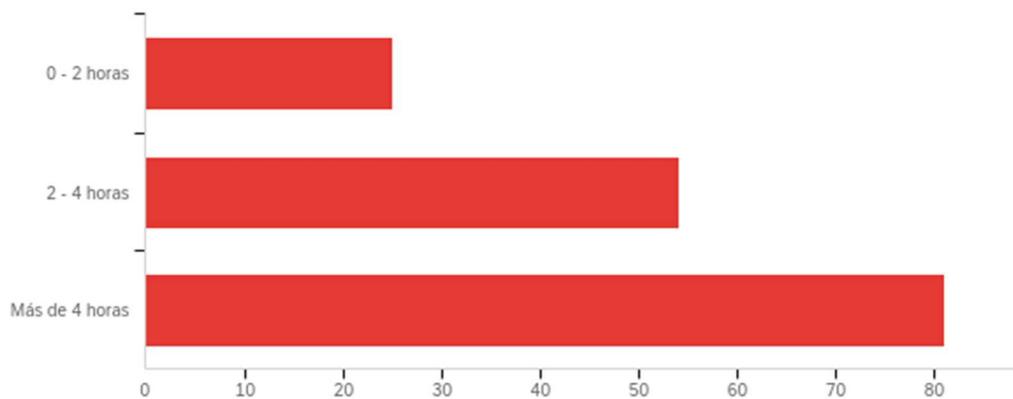


Figura 17. Horas planificadas

Fuente: Elaboración propia

17. En una escala del 1 al 5 donde 5 es el valor máximo valore la importancia de los siguientes atributos al momento de decidir tomar un crucero

De acuerdo con los resultados se infiere que los encuestados desean visitar distintas ciudades, contar con una buena seguridad y que el crucero cuente con todas las adecuaciones. El cumplimiento de estos requerimientos es vital para brindar una atención de calidad.

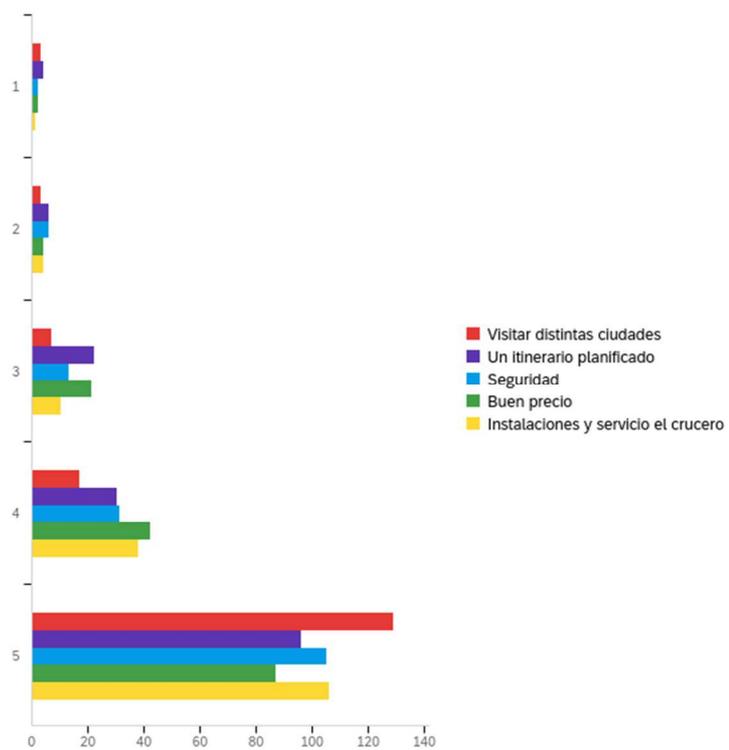


Figura 18. Visitas a los atributos de acuerdo con su importancia

Fuente: Elaboración propia

CONCLUSIONES

La investigación fue realizada en dos momentos, la primera antes de la Covid-19 y la segunda durante plena pandemia, por lo que no se pudo realizar más encuestas y tener un amplio espectro de opiniones, que permitieran conocer más a fondo sobre el turista de cruceros.

La investigación proporcionó información fundamental para el desarrollo de futuros trabajos en relación con esta problemática. El estudio del perfil del turista de cruceros es un tema que debe ser estudiado a fondo, ya que es un mercado que se encuentra en pleno auge, esto a pesar del apareamiento de la COVID-19, la cual no ha permitido que ni este ni ninguna otra clase de turismo se desarrolle con normalidad, debido a los peligros que conlleva el traslado hacia un lugar diferente de su sitio de origen.

La ciudad de Manta posee una terminal de cruceros, en la cual llegan embarcaciones de esta índole en distintas épocas del año. Estas embarcaciones han aumentado considerablemente, en 2016 (20), 2017 (18), 2018 (23), 2019 (20) y este año solo han llegado cuatro cruceros, esto debido a la pandemia de la Covid-19. Lo anterior demuestra que este tipo de turismo se encuentra en aumento.

Los turistas que viajan en estos cruceros son en su gran mayoría jubilados, además el poder adquisitivo varía entre \$8000 y \$40000, esta información es muy beneficiosa, ya que les permite a las empresas turísticas ofertar servicios en base a esos datos.

Los destinos deben estar preparados en toda su dimensión, con la finalidad de ofrecer una buena calidad del servicio a estos turistas. Al satisfacer las necesidades se está generando un nivel de aceptabilidad propicio para que la actividad turística no decaiga, sino más bien elevando considerablemente las posibilidades de competir cada día mejor con los destinos internacionales. Los conceptos teóricos utilizados fueron claves para esclarecer las dudas en torno a términos conceptuales. Los pasos metodológicos también son esenciales para determinar los pasos a seguir en la investigación.

El turismo de cruceros ha tenido un aumento considerable en el cantón Manta, cada año aumentan la llegada de estos. Estudios como el presente ayudan a determinar los principales problemas en base a la calidad del servicio, seguridad, recorridos, entre

otros. La utilización de instrumentos como encuestas permiten revelar aspectos esenciales como sucedió en esta investigación. La validez de contenido, a través de criterios de autores, son necesarias para la construcción de un documento válido. Los resultados que se obtuvieron durante la aplicación de las encuestas permiten mejorar la situación actual en torno a la atención de servicios turísticos en el turismo de cruceros.

RECOMENDACIONES

- 1.** Las entidades turísticas deben enfocarse en estudiar más a fondo sobre el perfil del turista de cruceros que visita Manta, conocer cuáles son sus necesidades y a partir de allí mejorar las deficiencias en torno a la calidad del servicio que perciben en el destino.
- 2.** Las entidades gubernamentales y los entes encargados de la gestión turística deberían emplear acciones que ayuden a mejorar el servicio que se brinda actualmente a los turistas de cruceros.
- 3.** A los GAD's provincial y cantonal; las autoridades portuarias, agencias de viajes y tour operadoras tomar en consideración el presente estudio de mercado con el fin de mejorar las falencias detectadas y poder establecer mejores estrategias comerciales.
- 4.** Este documento puede ser tomado como base, para futuros estudios que vayan direccionados con el estudio del perfil del turista de cruceros, a nivel nacional

BIBLIOGRAFÍA

1. CEPAL. (2002). The tourist cruise industry and its impact on South America. Bulletin FAL No. 192., 1-7.
2. Cerchiello, G. (2013). La evolución del crucerismo en España. Desde sus orígenes hasta la actualidad. Research Gate , 23-31.
3. Costa, G., Glinia, E., Goudas, M., & Antoniou, P. (2004). Recreational services in resort hotels: Customer satisfaction aspects. *Journal of Sport & Tourism*: 9(2), 117-126.
4. GAD, Manta. (2014). Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial . Manta.
5. Gargano, R., & Grasso, F. (2016). Cruise passengers' expenditure in the Messina port: a mixture regression approach. *Journal of International Studies*, 158-169.
6. Io, M. U. (2016). Exploring the impact of hedonic activities on casino-hotel visitors' positive emotions and satisfaction. *Journal of Hospitality and Tourism Management*. 26, 27-35.
7. Kastenholz, E., Carneiro, M. J., & Eusébio, C. (2005). The impact of socio-demographics on tourist behavior—analyzing segments of cultural tourists visiting Coimbra. Atlas Cultural Tourism Research Project, 1-18.
8. Kotler, P., & Lane, K. (2006). Dirección de Marketing. (12ava ed.). . México: Pearson Custom Publishing.
9. Lastre, H., Cruz, R., Trejo, G., Freitas, Z., & Castellano, M. (2019). Turismo de Cruceros. El perfil del turista y su satisfacción. Caso México. Sincelejo, Sucre, Colombia : Corporación Universitaria de Caribe - CECAR .
10. Manta, A. P. (2016). Un puerto de cruceros por excelencia. Manta: Autoridad Portuaria de Manta.
11. Mejía, Y., & Muñoz, k. (2019). Estudio de mercado emisor en el consumo de turismo de crucero en el destino Manta. Calceta: Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí Manuel Félix López.
12. MINTUR. (2019). Plan Nacional de Turismo 2030. Quito : Ministerio de Turismo.
13. Molera, L., & Albaladejo, I. P. (2007). Profiling segments of tourists in rural areas of South-Eastern Spain. *Tourism management*, 28(3), 757-767.
14. OMT. (2015). Entender el turismo, Glosario Básico. Organización Mundial del Turismo.
15. OMT. (2019). Definiciones del Turismo. OMT, 15.
16. Pat, L., & Calderón, G. (2012). Caracterización del perfil turístico en un destino emergente, caso de estudio de ciudad del Carmen, Campeche. México. *Gestión Turística*, 47-70.
17. Perea, B., Andrade, M., & Jiménez, C. (2018). Turismo de cruceros en la interfaz Puerto-ciudad mediterranea nueva epoca. *Cuadernos de Turismo*, 397-419.
18. Veisten, K., Haukeland, J. V., Baardsen, S., Degnes-Ødemark, H., & Grue, B. (2015). Tourist segments for new facilities in national park areas: Profiling tourists in Norway based on psychographics and demographics. *Journal of Hospitality Marketing & Manag.*