



UNIVERSIDAD LAICA ELOY ALFARO DE MANABÍ

FACULTAD DE HOTELERÍA Y TURISMO

TRABAJO DE TITULACIÓN

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

**TEMA
“Estudio del perfil del turista que
visita el cantón Montecristi, provincia
de Manabí, 2021”**

AUTORA:

ANGÉLICA VANESSA INTRIAGO REYES

TUTORA:

P.H.D ESTEFANÍA BASURTO CEDEÑO

MANTA-MANABI-ECUADOR

2021

CERTIFICACIÓN DEL TUTOR

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

Haber dirigido y revisado el trabajo de investigación, bajo la autoría de la estudiante Intriago Reyes Angélica Vanessa, legalmente matriculado/a en la carrera de Turismo, período académico 2021 (1), cumpliendo el total de 380 horas, bajo la opción de titulación de Proyecto de Investigación, cuyo tema del proyecto o núcleo problémico es “Perfil del turista que visita el cantón Montecristi, provincia de Manabí, 2021”.

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, septiembre 2021

Lo certifico

Docente Tutor(a)

Área: Turismo

APROBACIÓN DEL TRIBUNAL

El tribunal evaluador certifica:

Que, el trabajo de carrera, titulado “**PERFIL DEL TURISTA QUE VISITA EL CANTÓN MONTECRISTI, PROVINCIA DE MANABÍ**”, ha sido realizado y concluido por la señorita Angélica Vanessa Intriago Reyes, 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 y diseño que ha sido continuamente revisada por este tribunal en las reuniones llevadas a cabo.

Para dar testimonio y autenticidad,

Firmamos:

Lcdo. Marcos Durán, Mg
**SUPLENTE DEL PRESIDENTE
DEL TRIBUNAL**

Lcda. Paola Díaz Rodríguez, Mg
**MIEMBRO TRIBUNAL DE
TITULACIÓN**

Ing. Alicia Trueba Macías, Mg
**MIEMBRO TRIBUNAL DE
TITULACIÓN**

Ing. Estefanía Basurto Cedeño, PhD
**DOCENTE TUTOR DE
TITULACIÓN**

Angélica Vanessa Intriago Reyes
GRADUADA

DECLARACIÓN DE AUTORÍA

El actual trabajo investigativo pertenece exclusivamente a la autora, por lo cual para la utilización de este documento se orienta a dar los respectivos créditos. Este informe es realizado como requisito previo a la obtención del título de Ingeniera en Administración de Empresas Turísticas en la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí.

Angélica Vanessa Intriago Reyes

DEDICATORIA

A mi querida Madre Lcda. Mercedes Reyes Delgado, por todo su apoyo durante mi camino como profesional, este gran logro es dedicado para ella porque muchas veces me quise rendir, pero ella con sus consejos pude lograr este objetivo en mi vida, a mi Papi Carlos Federico que también me dio su apoyo, a mi único hermano Carlos que también fue parte de este proceso durante mis estudios

A mi tutora, Estefanía Basurto quien, con apoyo, dedicación y con su tiempo me brindo su conocimiento, poniéndose a mi disposición lo que requería, por brindarme y guiarme las herramientas necesarias en cada momento que necesite durante el proceso de mi proyecto de investigación

AGRADECIMIENTO

Principalmente a Dios por haberme dado la oportunidad después de tantos años poder estudiar, por haberme dado la vida y poder seguir adelante durante estos 5 años.

A toda mi familia porque sé que siempre contare con ellos en todo lo que llegue a necesitar y puedo apoyarme en ellos. También una mención en especial a mis padrinos Leila y Ángel Díaz.

A la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí, por brindarme la oportunidad de aprender nuevos conocimientos que para mí fueron al comienzo un poco difícil pero poco a poco pude adaptarme a ellos.

A mi tutora, miembros del tribunal, profesores, compañeros, amigas que tuve la dicha de poder conocerlas en mi aula de clases el cual compartimos muchos conocimientos, aprendizajes en cada materia durante nuestra carrera profesional, mi agradecimiento total para cada uno de ellos.

RESUMEN

La investigación se enfoca en realizar un estudio para la identificación del perfil del turista que visita el cantón Montecristi. Aquello permitirá reconocer las características demográficas de estos, así como sus gustos y preferencias al momento de llegar y visitar los distintos atractivos que posee este destino. El enfoque metodológico es de tipo cuantitativo, se utiliza el método empírico y el analítico-sintético. Además, se aplican la revisión documental y el cuestionario de encuesta como técnica de investigación. Se aplicaron 350 encuestas a los turistas que acuden a esta localidad. Mediante la aplicación de este instrumento, se observa que la mayoría de turistas que visitan Montecristi son mujeres. La edad de los visitantes oscila entre 21 a 42 años y poseen estudios superiores (universitario). El nivel de ingresos que perciben está entre \$401 a \$1000. Además, los turistas prefieren viajar en compañía de su familia y gastan aproximadamente entre \$25 a \$100 aproximadamente. Con relación a los gustos y preferencias, los turistas en su gran mayoría acuden al Museo Centro Cívico Ciudad Alfaro y al Milenario Cerro de Montecristi. Respecto a la información sobre el sitio, esta se obtiene mediante redes sociales y referencias familiares. Los resultados proporcionados en esta investigación serán entregados a los representantes turísticos locales del cantón Montecristi. Estas personalidades se encargarán de analizar la información recopilada y a partir de allí evaluar los aspectos deficientes que no permiten el desarrollo total de las actividades en esta localidad.

Palabras clave: Turismo, perfil del turista, desarrollo turístico, Montecristi.

ABSTRACT

The research focuses on carrying out a study to identify the profile of the tourist who visits the Montecristi canton. This will allow us to recognize their demographic characteristics, as well as their tastes and preferences when arriving and visiting the different attractions that this destination has. The methodological approach is quantitative, the empirical and analytical-synthetic methods are used. In addition, the documentary review and the survey questionnaire are applied as a research technique 350 surveys were applied to tourists who come to this town. Through the application of this instrument, it is observed that the majority of tourists who visit Montecristi are women. The age of the visitors ranges from 21 to 42 years old and they have higher education (university). The level of income they receive is between \$ 401 to \$ 1000. In addition, tourists prefer to travel in the company of their family and spend approximately \$ 25 to \$ 100 approximately. In relation to tastes and preferences, the vast majority of tourists go to the Museo Centro Cívico Ciudad Alfaro and the Millennial Cerro de Montecristi. Regarding the information on the site, this is obtained through social networks and family references. The results provided in this research will be delivered to the local tourist representatives of the Montecristi canton. These personalities will be in charge of analyzing the information collected and from there evaluating the deficient aspects that do not allow the full development of activities in this locality.

Keywords: Tourism, tourist profile, tourism development, Montecristi.

ÍNDICE DE CONTENIDO

INTRODUCCIÓN.....	1
ANTECEDENTES	2
Planteamiento del problema.....	2
Formulación del problema	3
JUSTIFICACIÓN.....	4
Justificación teórica	4
Justificación metodológica	4
Justificación práctica.....	4
Objetivo general.....	5
Objetivos específicos	5
CAPÍTULO I. MARCO TEÓRICO	6
1.1 Turismo.....	6
1.1.1 Turismo cultural	¡Error! Marcador no definido.
1.1.2 Ecoturismo	¡Error! Marcador no definido.
1.1.3 Turismo rural.....	¡Error! Marcador no definido.
1.1.4 Turismo de aventura.....	¡Error! Marcador no definido.
1.1.5 Turismo de salud	¡Error! Marcador no definido.
1.1.6 Turismo de negocios	¡Error! Marcador no definido.
1.1.7 Turismo de montaña.....	¡Error! Marcador no definido.
1.1.8 Turismo educativo.....	¡Error! Marcador no definido.
1.2 Perfil del turista.....	8
1.3 Desarrollo turístico	9
1.4 Montecristi.....	10
CAPÍTULO II. MARCO METODOLÓGICO.....	12
2.1 Enfoque de investigación.....	12
2.2 Métodos de investigación	12
2.3 Técnicas de investigación	12
2.4 Metodología para el estudio del perfil del turista que visita el cantón Montecristi	13
2.5.1 Revisión de literatura	¡Error! Marcador no definido.
2.5.2 Elaboración de instrumento.....	13
2.5.3 Recopilación de datos.....	16
2.5.4 Análisis de resultados.....	17

CAPÍTULO III. RESULTADOS Y DISCUSIÓN	18
CONCLUSIONES.....	30
RECOMENDACIONES	31
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	32
ANEXOS.....	35

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Clasificación del turismo	7
Tabla 2. Metodología para estudiar el perfil del turista que visita el cantón Montecristi	13
Tabla 3. Fundamentos de las preguntas	13

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Síntomas y causas	3
Figura 2. Hilo conductor.....	6
Figura 3. Desarrollo turístico.....	9
Figura 4. Género	18
Figura 5. Edad	19
Figura 6. Estado civil.....	20
Figura 7. Nivel de estudio	21
Figura 8. Ocupación	22
Figura 9. Nivel de ingresos.....	23
Figura 10. Grupos de viajes.....	24
Figura 11. Gasto promedio	25
Figura 12. Visitas al cantón Montecristi.....	26
Figura 13. Principales atractivos	27
Figura 14. Medios de información	28
Figura 15. Ponderación de aspectos	29

INTRODUCCIÓN

El turismo proporciona medios de vida a millones de personas, además permite que aprecien sus propias culturas y las diferentes, así como el mundo natural. Para algunos países, puede representar más del 20% de su PIB y, en general, es el tercer sector de exportación más importante de la economía mundial. Sin embargo, el turismo ha sido uno de los sectores más afectados por la pandemia COVID-19, esto ha ocasionado repercusiones en la economía, los medios de vida, los servicios públicos y las oportunidades en todos los continentes. (UNITED NATIONS, 2020).

A juicio de la autora, la actividad turística se desarrolla a nivel mundial y genera muchos beneficios a los países que se dedican al turismo. No obstante, a causa de la pandemia COVID-19, esta actividad no ha podido desarrollarse con normalidad, esto ha obligado al cierre de las empresas dedicadas a este ámbito, ocasionando despidos masivos y estragos en la economía global.

El turismo es una apuesta del gobierno del Ecuador, en la medida que esta puede aportar en la consecución de uno de los retos más ambiciosos del país, colocándolo como la segunda fuente de ingresos no petroleros. Con esto se busca la modificación del modelo actual de generación de riqueza concentrador, excluyente y basado en la extracción de los recursos naturales por un modelo democrático, incluyente y fundamentado en el conocimiento, potencialidades de sus territorios y su gente. (Mintur, 2019).

El cantón Montecristi cuenta con varios atractivos naturales y mayor presencia de atractivos culturales; el patrimonio tangible como museo, bibliotecas, casas, iglesia y plazas. Por falta de planes de conservación y descuido de las autoridades, algunos bienes se han deteriorado y otros han desaparecido con respecto al patrimonio intangible, principalmente la elaboración de artesanías, representa una importante fuente de ingresos económicos, sin embargo, se prevé una pérdida de dichas técnicas artesanales ya que las futuras generaciones no demuestran mayor interés en dedicarse a esta actividad y buscan otras alternativas económicas como el comercio, por la falta de apoyo para emprendimientos turísticos. (GAD Montecristi, 2015).

ANTECEDENTES

Para determinar el perfil del turista que visita un destino, se debe empezar por realizar una diferenciación de los factores internos y externos. Los primeros dependen del consumidor, como la personalidad, actitudes, creencias, por su parte en los segundos se destacan la cultura y estilos de vida. Esto indicaría si la visita a un destino y su retorno no depende únicamente de sus atractivos como la playa o de sus servicios y su infraestructura, sino de la falta de influencia de otros factores. (Martínez, 2011).

A criterio de la autora, la identificación del perfil del turista que visita el destino turístico es fundamental para la elaboración de estrategias enfocadas en la satisfacción de sus necesidades, las cuales van de acuerdo con sus motivaciones, deseos y exigencias. Esto será de gran ayuda para el desarrollo turístico de las comunidades dedicadas a este ámbito.

Montecristi, posee un potencial turístico importante en la provincia de Manabí y en la costa del Ecuador. Pertenece a una microrregión llena de atractivos naturales y culturales, es por eso que se debe entender su potencial como atractivo y también como parte de los circuitos de atractivos turísticos naturales y culturales. El Cantón tiene el 38% del total de los atractivos turísticos de la provincia. (GAD Montecristi, 2016).

El cantón Montecristi es conocido por ser la principal localidad de fabricación de los conocidos sombreros de paja toquilla y por ser testigo de grandes hechos históricos que marcaron la nación, siendo además cuna del revolucionario y presidente de la República Gral. Eloy Alfaro, también sede de la Asamblea Nacional Constituyente en el 2008. Además, cuenta con playas hermosas como San José, con su precioso manglar. La isla de la Plata y las vertientes naturales del río de Caña y Camarón. Además del museo-mausoleo en Ciudad Alfaro (Mendoza, 2017).

Planteamiento del problema

El turismo es una actividad generadora de grandes beneficios económicos para los destinos a nivel mundial y en el caso de Montecristi no es la excepción. Esta localidad posee varios atractivos culturales y naturales, sin embargo, estos no son aprovechados en su totalidad. A pesar de las fortalezas del cantón, también presenta problemas, los cuales se relacionan con la escasa información del perfil del turista que visita esta localidad, los principales síntomas son el desconocimiento de las motivaciones de

visita, escasa oferta turística y poca afluencia de turistas. Las principales causas son la limitada información sobre el perfil del turista, desinterés por las autoridades por estudiar este fenómeno y la falta de planificación.

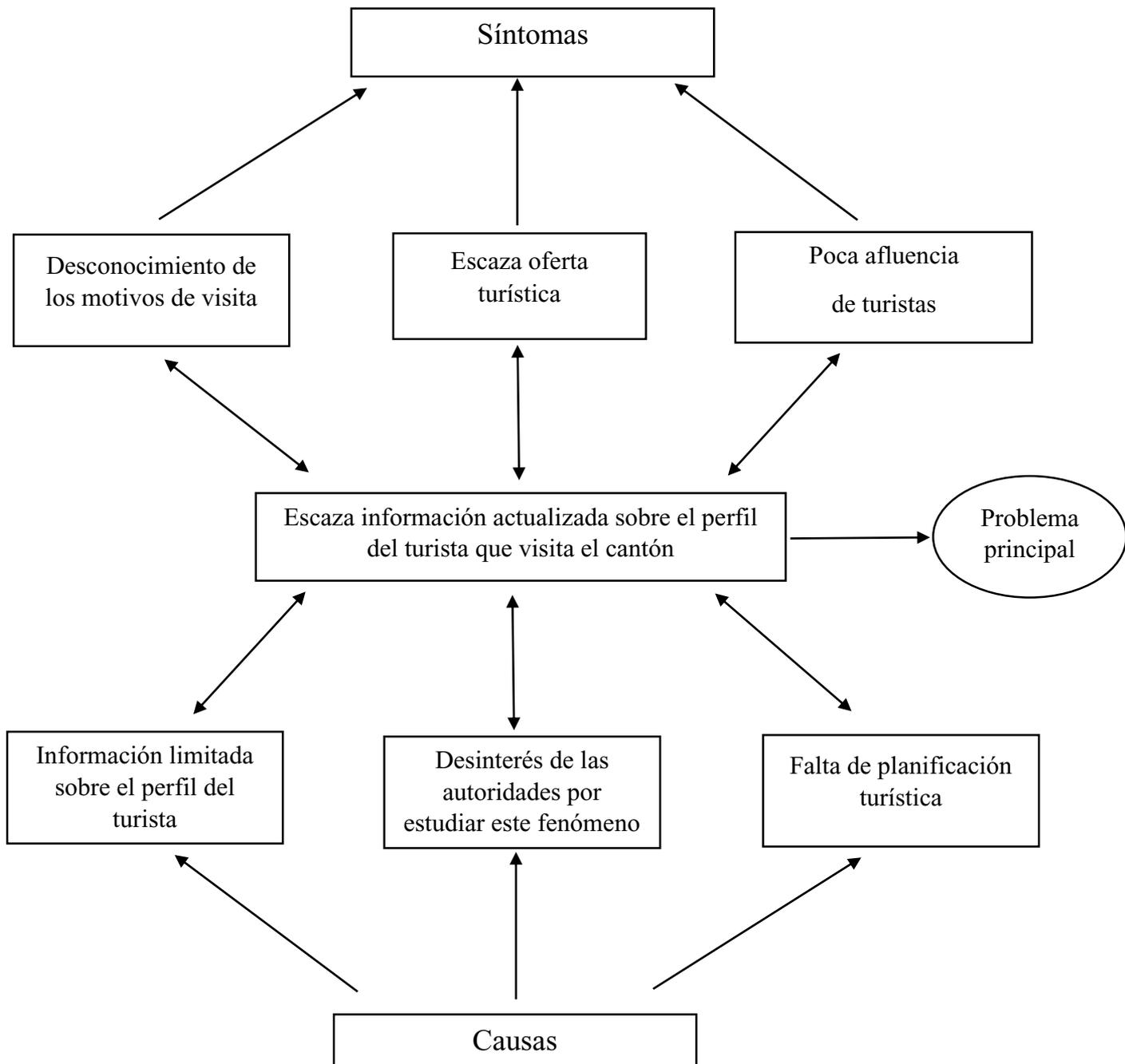


Figura 1. Síntomas y causas
Fuente: Elaboración propia

Formulación del problema

¿De qué manera incide el desconocimiento del perfil del turista en el desarrollo turístico del cantón Montecristi?

JUSTIFICACIÓN

El presente trabajo tiene la finalidad de identificar el perfil del turista que visita el cantón Montecristi, esto permitirá reconocer el comportamiento, la motivación y deseo del cliente, lo cual ayudará a mejorar la atención brindada actualmente en este destino. Los resultados de este trabajo permitirán la mejora de la oferta a partir del reconocimiento de las necesidades y gustos de los clientes, contribuyendo así al desarrollo turístico de esta localidad.

Justificación teórica

Este trabajo brindará información importante para el desarrollo turístico de la localidad. Para cumplir con este aspecto, se recopilará información en documentos como tesis, artículos científicos, publicaciones y documentos oficiales, entre otros. En estos documentos se obtienen datos relevantes para la investigación.

Justificación metodológica

La investigación se respalda en el modelo de estudio de los autores (Basurto, Navarrete y Villacreses, 2019). Los estudios de estos autores plantean cuestionarios de encuestas y estadísticas descriptivas de los principales datos de los turistas. Estos sirven como base para el desarrollo de la parte metodológica en este proyecto.

Justificación práctica

La investigación se centra en el reconocimiento del perfil del turista, en el cual se identificará los gustos, necesidades y los aspectos relacionados con sus características demográficas. Estos resultados permitirán la obtención de información que ayudará a la mejora de la oferta turística y contribuirá al progreso turístico de la localidad.

Campo de acción

El actual trabajo investigativo se llevará a cabo en el cantón Montecristi, provincia de Manabí.

Objeto de investigación

El objeto de esta investigación es identificar el perfil del turista que visita el cantón Montecristi, reconocer sus gustos y necesidades, los motivos por los cuales visita un lugar, la cantidad de dinero gastado, entre otros. Los resultados de este trabajo

permitirán realizar una mejor segmentación de mercado y por ende ayudará a mejorar la oferta de servicios turísticos, contribuyendo así al desarrollo turístico de la localidad.

Preguntas de investigación

El actual proyecto de investigación busca información relacionada con el perfil del turista que visita el cantón Montecristi, para lo cual se utilizan las siguientes preguntas exploratorias:

- ¿Cuáles son las características demográficas de los turistas que visitan el cantón Montecristi?
- ¿Cuáles son las motivaciones, gustos y preferencias de los turistas que visitan el cantón Montecristi?

Objetivo general

Realizar una investigación que permita identificar el perfil del turista que visita el cantón Montecristi.

Objetivos específicos

1. Explorar documentos oficiales y artículos referentes a la actividad turística en el cantón.
2. Reconocer el perfil del turista que visita el cantón, mediante la aplicación de instrumentos de investigación.
3. Socializar los resultados para que sean utilizados por las autoridades locales.

La investigación es de tipo cuantitativo, se utilizan los métodos analítico-sintético y empírico. Las técnicas de recopilación de información, son la revisión documental y la encuesta. Además, se emplearán figuras y tablas, para una mejor comprensión y análisis de los resultados.

El trabajo se desarrolla en 3 capítulos, en el capítulo I Marco Teórico, se detallan los conceptos sobre las palabras claves del proyecto. En el Marco Metodológico, se describe el tipo de investigación, los métodos, técnicas y herramientas a utilizar. Mientras que en el Capítulo III, se redactan los resultados proporcionados en esta investigación, y al final se ubican las conclusiones y recomendaciones.

CAPÍTULO I. MARCO TEÓRICO

Este capítulo consiste en realizar una búsqueda sobre los principales temas relacionados con el objetivo del proyecto, para continuar con la idea inicial y el orden secuencial, se procede a la elaboración de la siguiente figura (2), en la cual se ubicarán las ideas más resaltantes de este epíteto.

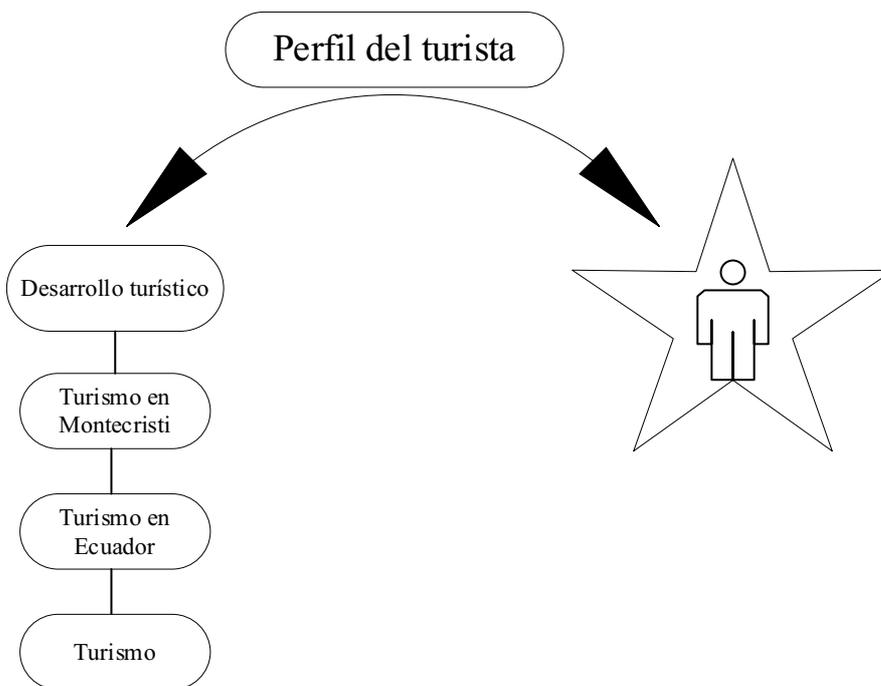


Figura 2. Hilo conductor
Fuente: Elaboración propia

1.1 Turismo

La actividad turística consiste en el desplazamiento de una persona a un lugar fuera de su residencia habitual por un periodo de tiempo consecutivo mayor a 24 horas e inferior a un año, con fines de ocio, por negocios y otros”. (OMT, 1994). El turismo se ha convertido en el mayor fenómeno social del mundo moderno, ha sido también el responsable de grandes transformaciones a nivel global, globalización y turismo han ido de la mano en los últimos años, sin embargo, el excesivo “éxito” de esta actividad, ha generado también grandes impactos. (Luzuriaga, 2020).

Desde luego, el turismo aporta cuantiosos beneficios a los estados y a las empresas dedicadas a esta práctica. Los principales aspectos positivos son la generación de rubros económicos. Esto favorece a elevar las condiciones de vida de las comunidades locales.

Acorde a la información proporcionada por la Organización Mundial del Turismo, se determina la siguiente clasificación de las actividades turísticas (OMT, 2019). En la tabla 1, se ubican con mayor exactitud estos contenidos.

Tabla 1. Clasificación del turismo

Tipos de turismo	Definición
Turismo cultural	Es un tipo de actividad en la cual el visitante puede aprender, descubrir, experimentar y consumir los atractivos/productos culturales, materiales e inmateriales, de un destino.
Ecoturismo	Es un tipo de actividad turística basado en la naturaleza en el que la motivación esencial del visitante es observar, aprender, descubrir, experimentar y apreciar la diversidad biológica y cultural, con una actitud responsable, para proteger la integridad del ecosistema y fomentar el bienestar de la comunidad local.
Turismo rural	Esta actividad está relacionada con un amplio espectro de productos vinculados por lo general con las actividades de naturaleza, la agricultura, las formas de vida y las culturas rurales, la pesca con caña y la visita a lugares de interés
Turismo de aventura	Es un tipo de turismo realizado normalmente en destinos con características geográficas y paisajes específicos y tiende a asociarse con una actividad física, el intercambio cultural, la interacción y la cercanía con la naturaleza.
Turismo de salud	Esta actividad tiene como motivación primordial la contribución a la salud física, mental y/o espiritual gracias a actividades médicas y de bienestar que incrementan la capacidad de las personas para satisfacer sus propias necesidades y funcionar mejor como individuos en su entorno y en la sociedad.
Turismo de negocios	Los visitantes viajan por un motivo específico profesional y/o de negocio a un lugar situado fuera de su lugar de trabajo y residencia con el fin de asistir a una reunión, una actividad o un evento.
Turismo educativo	Esta actividad tiene como motivación primordial la participación y experiencia del turista en actividades de aprendizaje, mejora personal, crecimiento intelectual y adquisición de habilidades. (OMT, 2019).

Fuente: OMT (2019)

Del mismo modo, los profesionales del turismo también contribuyen a mejorar la calidad de vida de la población incluyendo en la actividad turística, generando el bio conocimiento y consolidando el sistema económico, social. Además, estos aportarán al desarrollo de los servicios turísticos integrando los saberes ancestrales y valorando el patrimonio cultural y natural del país. (Garrido et al., 2021).

La importancia del sector turístico radica en brindar las condiciones necesarias para que las personas puedan viajar alrededor del mundo y a su vez conozcan sobre las distintas culturas y paisajes, la masificación de esta actividad contribuirá al progreso de los destinos. Las actividades turísticas deben realizarse de manera consciente y mesurada, evitando así la contaminación al planeta y sus recursos naturales, logrando así una armonía entre el turismo, la sociedad y el medio ambiente.

1.2 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).

En efecto, la correcta identificación de los deseos y motivaciones de los turistas y visitantes es un factor trascendental para brindar una atención de calidad. A través del conocimiento de dichos aspectos se podrá mejorar la oferta turística con actividades innovadoras que ayuden a satisfacer en gran medida las necesidades de estos.

La influencia de las mega tendencias en el turismo expone la importancia de los destinos y las empresas, en comprender estos cambios y afrontar las consecuencias que pueden tener tanto en los valores y actitudes de los turistas como en las previsiones turísticas. (Dwyer et al., 2009).

Hoy en día existen muchos portales y foros web donde los turistas expresan su opinión, experiencia y placer en el destino, además leen los comentarios de otras personas. Cualquier experiencia, buena o mala, es útil para los futuros turistas. Las personas, como parte de la planificación de viajes, se toman el tiempo y exploran la experiencia de alguien del destino requerido. (European Union, 2018).

El análisis del perfil turístico constituye por ende un aspecto clave, el cual además de generar información pertinente y necesaria, puede ayudar a las empresas pertenecientes al sector turístico, a tener un panorama claro de los turistas que llegan al cantón, con el afán de hacer turismo y conocer nuevos destinos, estimulando la diversificación de la oferta turística del destino. (Guamán y Chuisaca, 2018).

En tal caso, la información recopilada en estos estudios contribuirá a potenciar la oferta turística de las localidades. Los prestadores de estos servicios también deben considerar dichos datos para adoptarlos en sus actividades diarias.

1.3 Desarrollo turístico

El turismo y los viajes son un sector grande y en crecimiento de la economía mundial. Como el ingreso mundial crece, más personas pueden permitirse el lujo relativo de viaje de placer. Se espera el aumento de la demanda de servicios turísticos a medida que más países alcancen la etapa de desarrollo. Muchos destinos se han beneficiado de esta actividad, mediante el progreso de sectores hoteleros vibrantes, los cuales generan moneda extranjera muy necesaria para la economía local. (Adamos & Sofronis, 2009).

A raíz de los años se ha producido un incremento masivo de turistas y visitantes a los destinos a nivel mundial. Aquello ha oroginado grandes cambios en el sector, los más evidentes se encuentran vinculados con la mejora en la oferta turística (infraestructura, conectividad, accesibilidad, servicios básicos y demás).

En efecto, el desarrollo turístico es un factor a tomar en consideración por los destinos. La participación de los gestores turísticos, comunidades locales y autoridades nacionales es fundamental para hacer realidad los objetivos deseados, teniendo como finalidad mejorar la calidad de vida de la población y el servicio al cliente (figura 2).

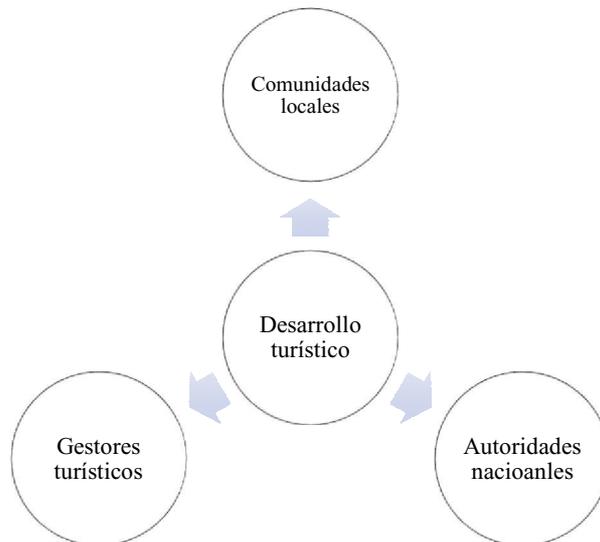


Figura 3. Desarrollo turístico

Fuente: Elaboración propia

La industria turística puede desempeñar un papel importante en la fuerza de la economía de una comunidad. Sus políticas de crecimiento económico incluyen el estímulo a residentes y negocios de edad avanzada para comprar dentro su localidad, estimulando a los inversores locales y negocios de propiedad local, a la reutilización de recursos para mejorar los sitios de fabricación de nuevas viviendas, creación de empresas innovadoras y arte de galerías. (Vogt & Jordan, 2016).

Desde luego, la práctica del turismo genera innumerables réditos. Sin embargo, a través del desplazamiento de las personas también se generan efectos negativos que afectan al medio ambiente y a sus especies en general. Las comunidades locales también resultan perjudicadas por el manejo inequívoco de los recursos naturales, esto no permite un desarrollo adecuado, por tal razón los gestores deben evaluar estas situaciones y corregirlas a tiempo.

1.4 Montecristi

El cantón Montecristi es conocido por ser el principal lugar de fabricación de los conocidos sombreros de paja toquilla y por ser testigo de hechos históricos como, por ejemplo, ser cuna de Eloy Alfaro y sede de la Asamblea Nacional Constituyente. Pero no es lo único que caracteriza al cantón, también lo hacen sus demás atractivos turísticos, los cuales, a pesar de ser poco conocidos, son muy hermosos. (Delgado, Lorentty y Osorio, 2011).

Con respecto a las actividades de turismo, se avizora un escenario en donde se debe incentivar al fomento de los atractivos e incrementar la capacitación a la población sobre las bondades del territorio; aprovechando la generación de acciones que se desarrollan conjuntamente con esta actividad: alojamiento, comida y transporte, contando con un plan el cual permita visualizar una estrategia progresista sobre la misma. (GAD Montecristi, 2015).

El cantón Montecristi se encuentra lleno de historia, tradiciones, cultura y gente muy acogedora, sin embargo, está dejando perder lo que por siglos lo ha caracterizado, el Cerro Montecristi, cuyo valor no solo se remonta a un recurso natural capaz de generar interés en turistas, ya sean estos nacionales o extranjeros, sino más bien a la identidad de las personas locales, quienes ven en este no únicamente un recurso natural, sino que, sienten y hacen suya la responsabilidad de asegurar la armonía de este imponente y legendario atractivo. (Vera, 2018).

Las autoridades encargadas del manejo del cantón con relación al ámbito turístico, deben tomar en cuenta los resultados de investigaciones de esta índole, ya que estas arrojan información relevante. Esta les permitirá identificar deficiencias de la localidad y a partir de allí se puede trabajar en la elaboración de planes de acción, los cuales den respuesta inmediata a estos problemas.

Los turistas de cruceros que arriban en el Terminal Portuario del cantón Manta también realizan recorridos hacia el cantón Montecristi, durante la visita a esta localidad, se instalan grandes ferias en las cuales el turista tiene la oportunidad de apreciar las artesanías, la confección del tradicional sombrero de paja toquilla y también tienen la oportunidad de disfrutar de la variada gastronomía local. En estos lugares son atendidos por los artesanos y comerciantes, los cuales se esfuerzan al máximo para ofrecer un servicio de calidad y calidez, logrando así satisfacer las necesidades de los visitantes, de tal manera que tengan los mejores recuerdos de la visita en este destino. (Montesdeoca y Ortiz, 2013).

A criterio de la autora, la identificación oportuna del perfil del turista que visita el cantón Montecristi, permitirá tener el conocimiento preciso sobre las necesidades, gustos y requerimientos de estos. Desde luego, los resultados obtenidos en este estudio, servirán de gran ayuda para potenciar la actual oferta de servicios turísticos y también contribuirá a mejorar la calidad del servicio ofrecido actualmente al cliente. La masificación de las actividades turísticas en este territorio será de gran aporte para la dinamización de la economía y para el desarrollo local.

CAPÍTULO II. MARCO METODOLÓGICO

En este capítulo se hace referencia a los métodos, técnicas y herramientas a emplear en la actual investigación, también se agrega el instrumento de encuesta, así como la población y muestra.

2.1 Enfoque de investigación

La investigación es de tipo cuantitativa, se realiza un análisis y recopilación de datos. En efecto, para efectuar este proceso se aplica un cuestionario de encuesta dirigida a los turistas que visitan el cantón Montecristi.

2.2 Métodos de investigación

El método **analítico-sintético** se enfoca en el estudio de los hechos partiendo desde un análisis individual y luego integrar las partes más relevantes para estudiarlas de forma integral (síntesis). (Rodríguez, 2007). En este proyecto se aplica para realizar un análisis general de los documentos utilizados y luego sintetizar esa información.

De acuerdo con Bernal (2010), el **método empírico** se basa en la experiencia del contacto con la realidad, es decir se fundamenta en la experimentación, observación de fenómenos y análisis estadístico. En este sentido, se aplica este método para investigar, observar y analizar los aspectos vinculados con el perfil del turista que visita el cantón Montecristi.

2.3 Técnicas de investigación

Las técnicas utilizadas son: **cuestionario de encuesta** y la **revisión documental**, ambas son esenciales para recopilar datos que permitan desarrollar la investigación.

La **revisión documental** consiste en la recopilación de información en libros, tesis, artículos y publicaciones científicas. En dichos documentos se obtiene información relevante sobre los temas del actual proyecto.

Además, en esta investigación se emplea el **cuestionario de encuesta** con la finalidad de recabar datos sobre el perfil del turista que visita el cantón Montecristi.

2.4 Metodología para el estudio del perfil del turista que visita el cantón Montecristi

En la siguiente tabla 2, se ubica la metodología de este proyecto.

Tabla 1. Metodología para estudiar el perfil del turista que visita el cantón Montecristi

Etapas	Métodos, técnicas y herramientas	Resultados
1. Elaboración de instrumento	Método analítico Revisión documental	Cuestionario de encuesta Cuestionario de entrevista
2. Recopilación de datos	Encuesta Microsoft Office WhatsApp	Encuesta aplicada
3. Análisis y discusión de resultados	Excel Tablas y figuras	Resultados de la encuesta aplicada Conclusiones Recomendaciones

Fuente: Elaboración propia

2.5 Descripción de la metodología para el estudio del perfil del turista que visita el cantón Montecristi

2.5.1 Elaboración de instrumento

El diseño de la encuesta (Anexo 1) empieza con una revisión de 10 documentos de los siguientes autores: Saayaman & Slabbert (2004); Bin Wu (2005); Yusof & Mohd-Shah (2006); Dropulić & Ružić (2009); Brida (2012); Rajasenán, Manaloor & Bijith (2012); Buffa (2015); Io (2016); Andrade, (2016) y Baser (2018). En dichos estudios se encuentran relacionados con el tema actual. En estos se toman en consideración las preguntas más relevantes, las demás son elaboradas acordes a los objetivos del proyecto. A continuación, en la siguiente tabla 3 se encuentra el fundamento de cada pregunta del cuestionario de encuesta.

Tabla 3. Fundamentos de las preguntas

Preguntas	¿Por qué?	Literatura sustento	Formas de medición
Género	Factor demográfico que permite segmentar el mercado y determinar gustos de acuerdo al género.	Yusof & Mohd-Shah (2006) Dropulić & Ružić (2009) Brida (2012) Andrade, (2016)	Variable nominal
Edad	Es un factor demográfico que identifica la edad de turistas, esta información es	Bin Wu (2005) Rajasenán, Manaloor, & Bijith (2012)	Variable ordinal

	esencial para establecer un mercado específico.	Io (2016) Baser (2018)	
Estado civil	Este factor demográfico es aplicado para establecer las correctas decisiones de mercado en torno a este parámetro	Yusof & Mohd-Shah (2006) Brida (2012) Andrade, (2016)	Variable nominal
Nivel de estudio	Esta interrogante consiste en identificar el nivel de formación académica de los turistas	Brida (2012) Manaloor, & Bijith (2012) Baser (2018)	Variable ordinal
Ocupación	Permite reconocer la ocupación actual del turista, este aspecto es elemental para llevar a cabo una adecuada segmentación de mercado	Saayaman & Slabbert (2004) Yusof & Mohd-Shah (2006) Buffa (2015)	Variable ordinal
Nivel de ingresos	Este enunciado revela el nivel de ingresos de los visitantes, dicha información se toma en cuenta para diseñar actividades acordes a este dato	Saayaman & Slabbert (2004) Rajasenan, Manaloor, & Bijith (2012) Baser (2018)	Variable ordinal
¿Con quién realiza sus viajes?	Muestra el grupo de personas que viajan con el turista	Saayaman & Slabbert (2004) Bin Wu (2005) Buffa (2015) Baser (2018)	Variable nominal
¿Cuál es el gasto promedio que realiza en sus viajes?	Esta interrogante se enfoca en identificar el gasto que hace el turista	Yusof & Mohd-Shah (2006) Io, (2016) Rajasenan, Manaloor, & Bijith (2012)	Variable ordinal (Uso de escala de Likert)
¿Es su primera visita al cantón Montecristi?	Esta pregunta muestra si es la primera vez que el turista visita el cantón	Bin Wu (2005) Io, (2016) Andrade, (2016)	Variable nominal
¿Cuáles son los principales lugares que visita en el cantón Montecristi?	Esta interrogante tiene como finalidad revelar los lugares que visita el turista cuando llega al cantón	Io, (2016) Rajasenan, Manaloor, & Bijith (2012)	Variable ordinal (Uso de escala de Likert)
¿Por qué medio recibe información sobre el cantón Montecristi?	Permite identificar el medio por el cual recibe la información sobre el destino	Rajasenan, Manaloor, & Bijith (2012) Io, (2016) Baser (2018)	Variable ordinal
Califique del 1 al 5, los atributos del	La información obtenida es clave para conocer el nivel de valoración de los turistas hacia los atributos	Yusof & Mohd-Shah (2006) Brida (2012) Io, (2016)	Variable ordinal (Uso de escala de Likert)

cantón Montecristi		Baser (2018)	
-----------------------	--	--------------	--

Fuente: Elaboración propia

Población y Muestra

La población objeto son los turistas que llegan al cantón Montecristi, por esa razón se toma en consideración la base de datos del año 2020. En aquel año visitaron la localidad un total de **22771** personas.

En vista de realizar la determinación de la población a encuestar, se procede a la aplicación del **muestreo aleatorio simple**. Se aplica este procedimiento porque los encuestados son seleccionados al azar, para responder al instrumento aplicado.

La fórmula a utilizar se encuentra a continuación:

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

N= cantidad de la población

Z= valor para un nivel de confianza

p= probabilidad de que ocurra

q= probabilidad de que no ocurra

e= probabilidad máxima de cometer errores

A continuación, se realiza el proceso para obtener la población a encuestar.

N= 22771 año 2019

Z= 1,96 valor para un nivel de confianza del 95%

p= 0,5

q= 0,5

e= 0,05 probabilidad máxima de cometer errores

Muestreo aleatorio simple

$$n = \frac{(1,96)^2 * 0,5 * 0,5 * 22771}{(0,05)^2 (22771 - 1) + (1,96)^2 * 0,5 * 0,5}$$

$$n = \frac{3,8416 * 0,5 * 0,5 * 22771}{0,0025 (22770) + 3,8416 * 0,5 * 0,5}$$

$$n = \frac{21869,2684}{56,925 + 0,9604}$$

$$n = \frac{21869,2684}{57,8854}$$

$$n = 377,80 \text{ redondeando a } 378$$

En concordancia al desarrollo de la fórmula, se determina que la población para encuestar en esta investigación es de 378.

Validez del instrumento

Este proceso radica en enviar los cuestionarios a dos profesores de la Facultad de Turismo, para que emitan su criterio acerca del diseño del instrumento. Su opinión es clave para la aprobación y aplicación del cuestionario. En el anexo 1, se ubica el cuestionario de encuesta.

2.5.2 Recopilación de datos

Se aplicaron un total de 350 encuestas, a los turistas que acuden al cantón Montecristi, primero lugar se hizo un levantamiento de información de 200 y luego de 150 participantes. Si bien no es el sugerido de 378, se acerca bastante y por tanto el índice de error es mínimo.

El proceso para la recogida de datos fue completado en varias fases, la primera consistió en subir el formulario a la plataforma de Microsoft Office Forms 365, en la cual posteriormente se generó un enlace. Como segundo paso, se acudió a diferentes puntos estratégicos de la ciudad, en busca de los visitantes. Al momento de identificar

al viajero se procede a la aplicación del instrumento con la utilización de la herramienta mencionada.

2.5.3 Análisis de resultados

Luego de efectuar la recopilación de información en el campo de estudio, se continúa con el análisis y procesamiento de los datos estadísticos. Aquello se efectúa por medio del programa Excel. También se emplean herramientas como tablas y figuras, para expresar de mejor forma los resultados.

CAPÍTULO III. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

En el presente capítulo se ubican los resultados finales del proyecto, con relación a las encuestas aplicadas a los turistas que visitan el cantón Montecristi.

3.1 Encuestas aplicadas

1. Género

El 59% de los encuestados pertenecen al género femenino, el 38% masculino y el 3% otros. Estos datos son proporcionales, ya que, en el país de acuerdo a datos del INEC, existe un predominio del género femenino (figura 4).

Los datos revelados por esta interrogante son de gran ayuda para diseñar y elaborar nuevas ofertas de servicios turísticos. Los prestadores de servicios deben tomar en consideración esta información.

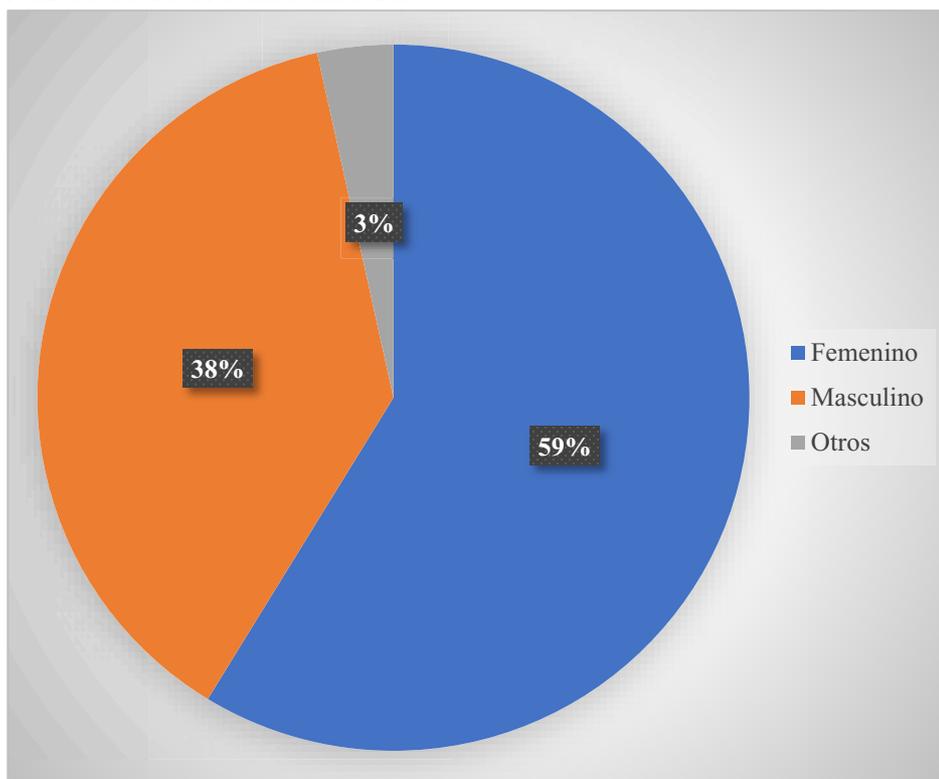


Figura 4. Género
Fuente: Elaboración propia

2. Edad

Los resultados de esta interrogante muestran que el 38% de encuestados tienen una edad entre 26 y 35 años, el 30% oscila entre 18 a 25 años. Por su parte, el 24% de evaluados tienen entre 36 y 45 años, el 6% entre 46 y 55 años y solo el 2% posee entre 56 a 65 años (figura 5).

La información proporcionada por esta pregunta es importante para efectuar una adecuada segmentación de mercado. Las actividades diseñadas por las operadoras turísticas del cantón Montecristi deben ir acordes a las edades de los turistas, satisfaciendo de esta manera sus necesidades.

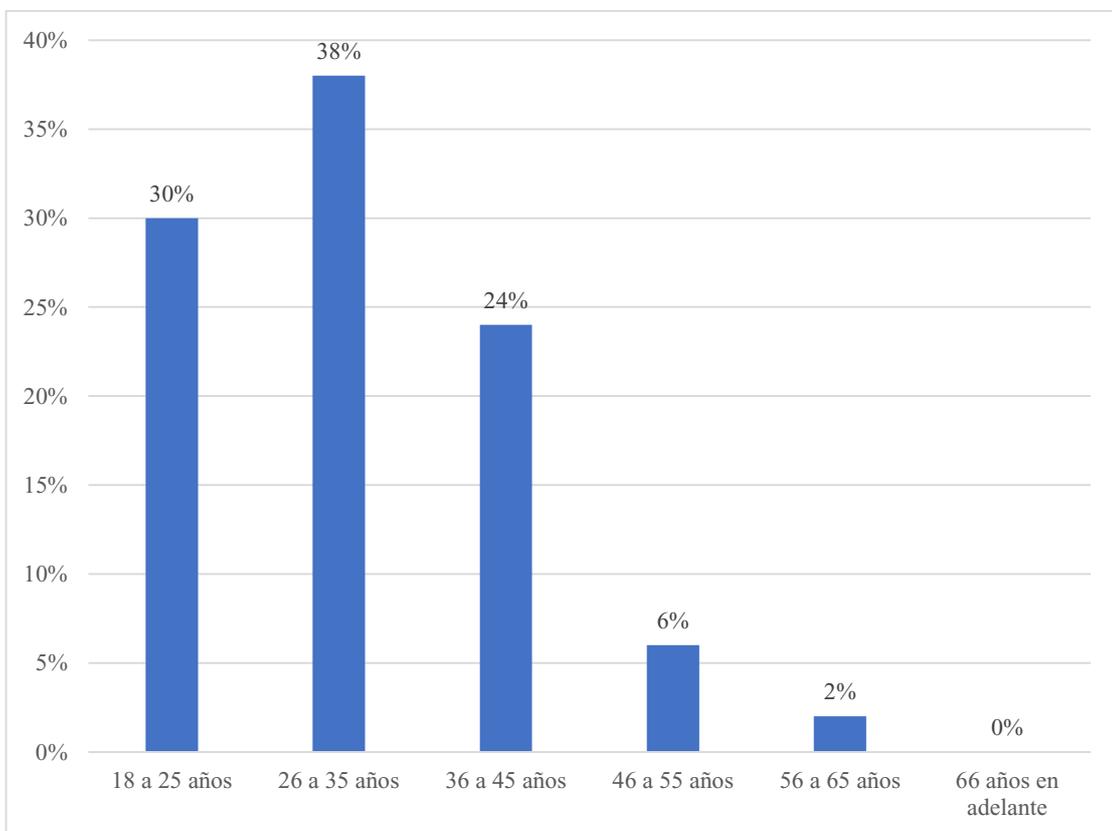


Figura 5. Edad

Fuente: Elaboración propia

3. Estado civil

Los resultados de esta pregunta (figura 6), indican que el 44% de los encuestados son solteros, el 24% están casados, el 15% se encuentran en unión de hecho, el 10% divorciados y el 7% viudos.

En base a la información recopilada, se deduce que los paquetes turísticos ofertados en esta localidad deben dirigirse en su gran mayoría a la segmentación de solteros y casados. Estos datos son claves, por esa razón se los debe tomar en consideración.

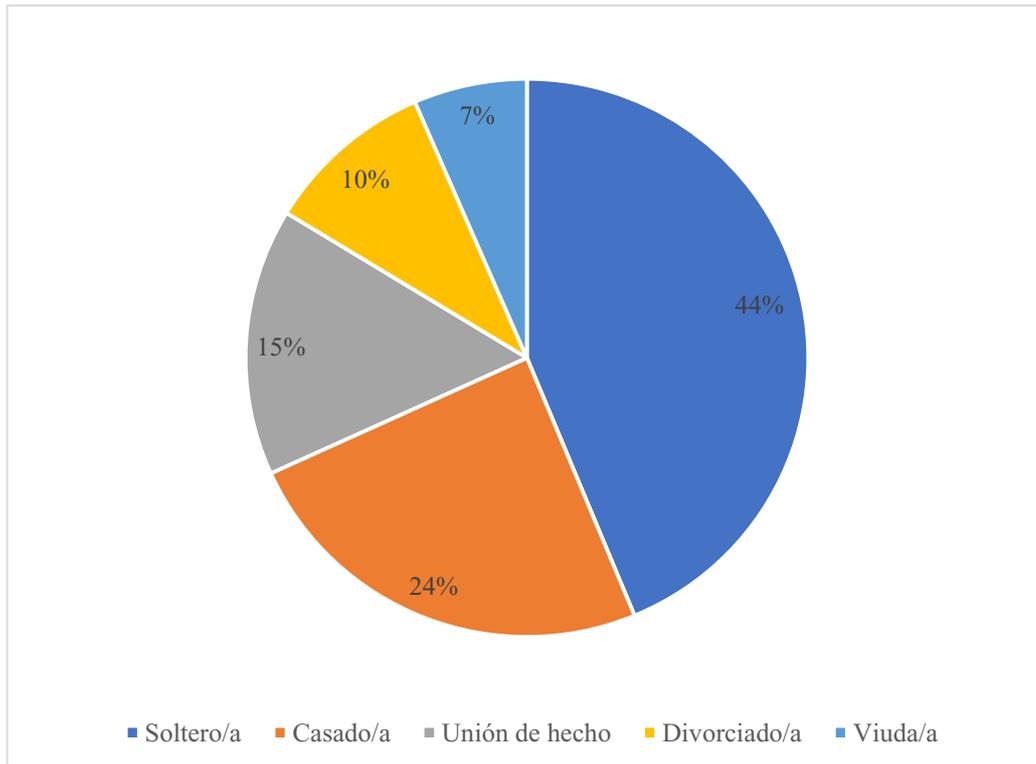


Figura 6. Estado civil

Fuente: Elaboración propia

4. Nivel de estudio

Se denota que el 46% de evaluados tienen estudios universitarios (pregrado), el 22% estudios técnicos, el 18% tiene una formación de maestría y doctorado. Mientras que el 9% solo acudieron hasta la secundaria (colegio) y el 5% tienen otro nivel académico (figura 7).

En efecto, las operadoras turísticas tienen que elaborar nuevas ofertas turísticas en las cuales se incluyan actividades dirigidas hacia las personas con un nivel de estudio superior, ya que estos acuden en gran proporción.

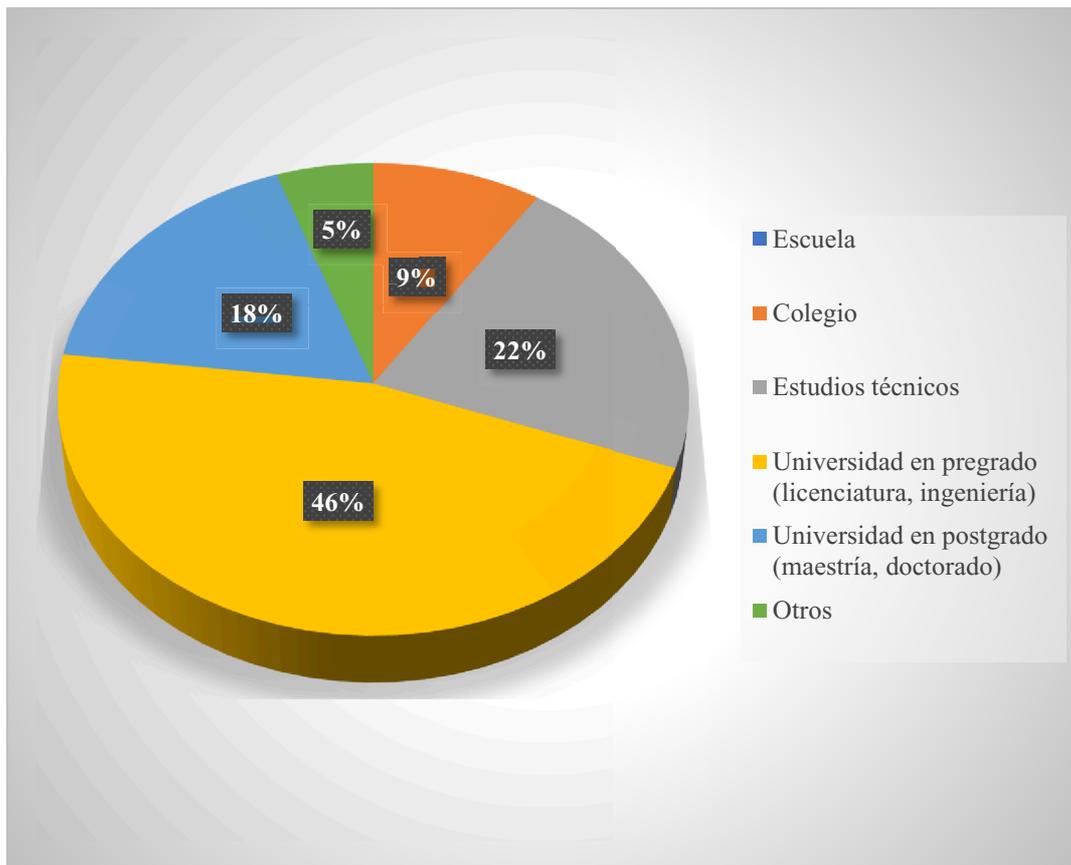


Figura 7. Nivel de estudio
Fuente: Elaboración propia

5. Ocupación

El 38% de encuestados son estudiantes, el 21% trabaja en el sector negocios, el 3% sector labora en el sector industrial, el 3% construcción, el 3% son desempleados y el 2% son personas jubiladas. Mientras que el restante 30% se dedica a realizar otras actividades.

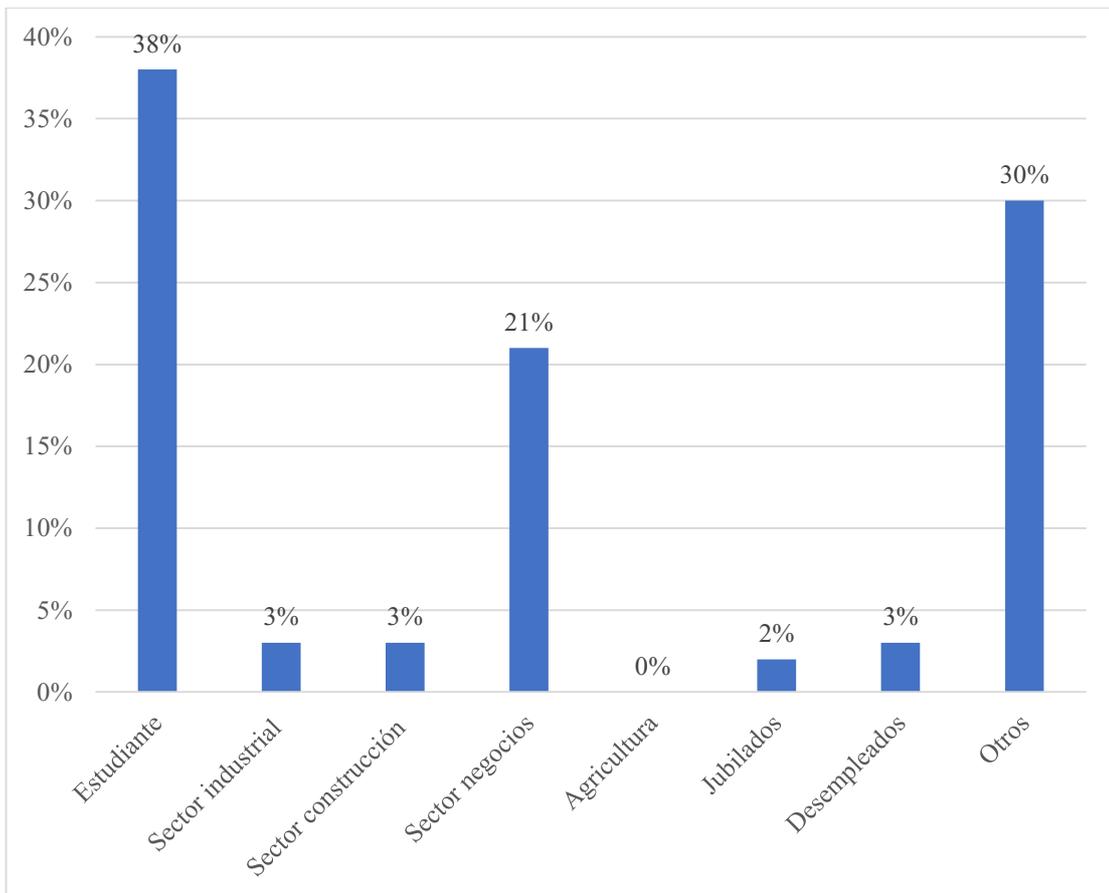


Figura 8. Ocupación
Fuente: Elaboración propia

6. Nivel de ingresos

En torno a los resultados (figura 9), se observa que el 40% de encuestados gana entre \$401 a \$1000, el 38% menos de \$400. El 10% entre \$1001 a \$1500, por su parte el 7% entre \$1501 a \$2000 y solo el 5% gana \$2001 en adelante.

Los datos indagados permiten deducir que las actividades turísticas que se ofrezcan en esta localidad, deben dirigirse a la clase media baja recopilados son importantes para el diseño de nuevas ofertas de actividades turísticas, acorde a su capacidad financiera.

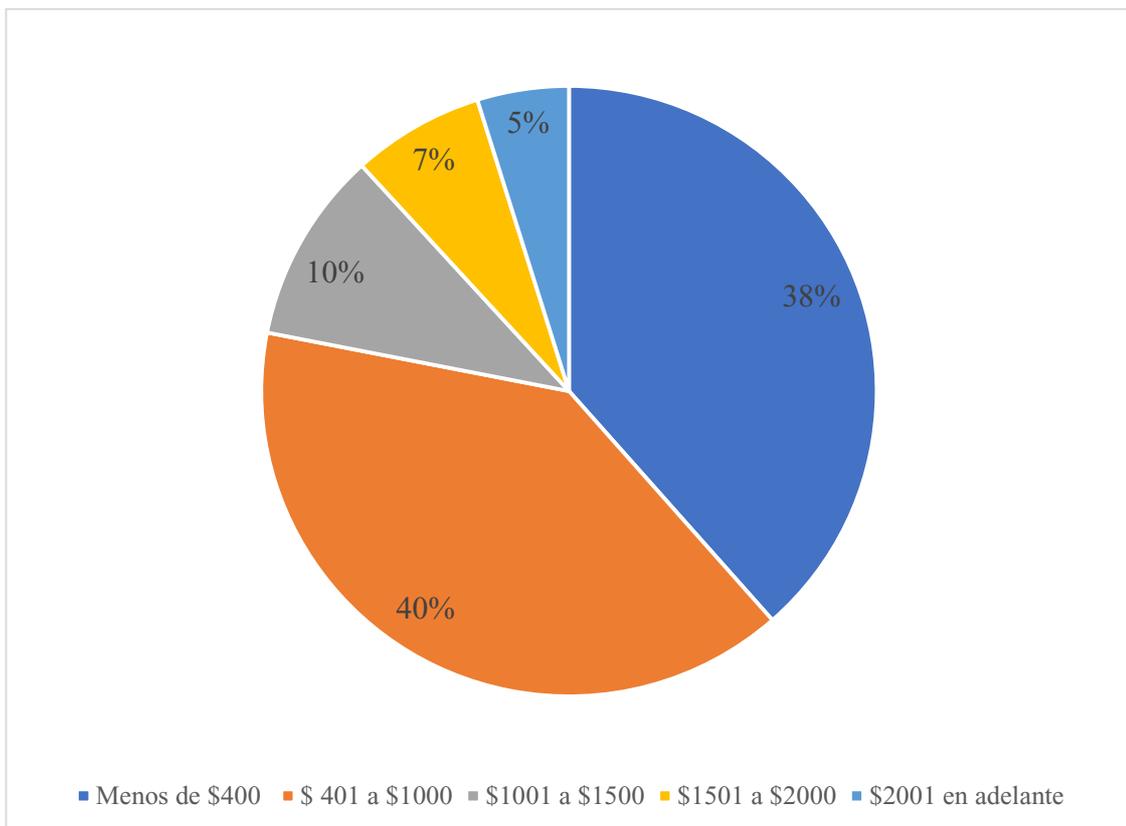


Figura 9. Nivel de ingresos
Fuente: Elaboración propia

7. ¿Con quién realiza sus viajes?

En concordancia a los resultados (figura 10), se manifiesta que el 68% de los encuestados viaja en compañía de su familia, el 10% con amigos, el 8% tour en grupo, el 5% con compañeros de trabajo, el 5% lo hacen solo y el 4% otros.

Se evidencia que más del 50% de los turistas viaja en familia o en grupo de amigos. Acorde a esta premisa se deriva que la oferta debe incluir actividades para grupos amplios de turistas.

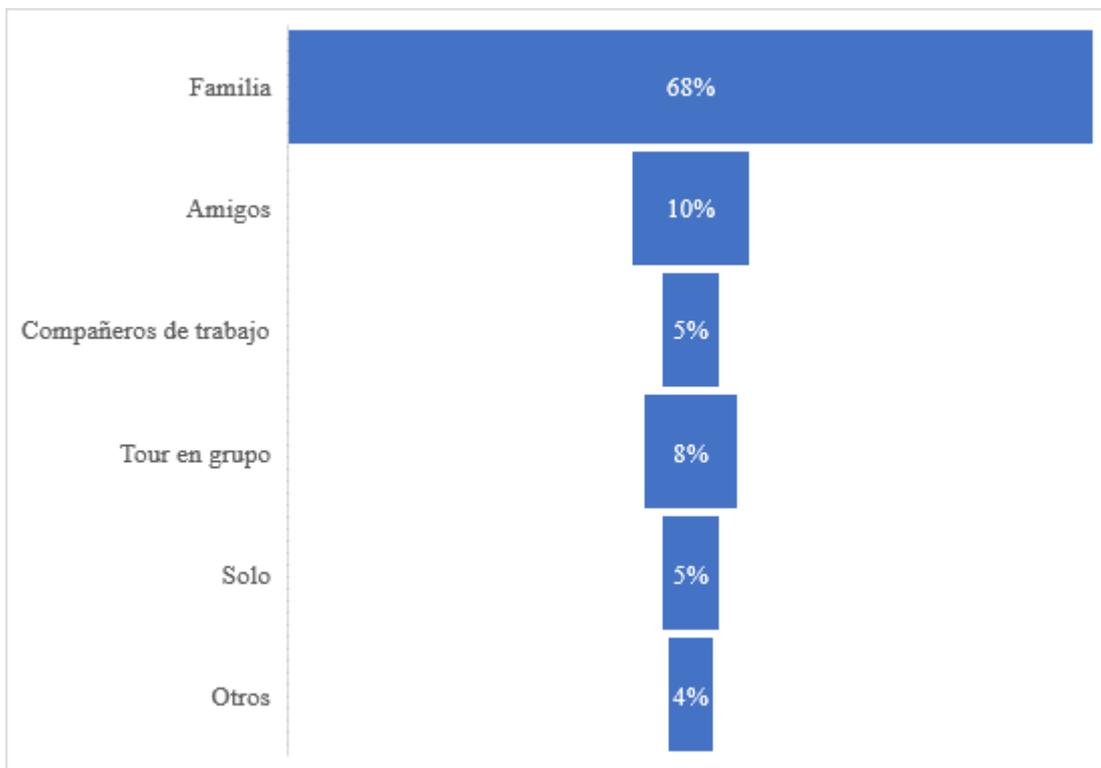


Figura 10. Grupos de viajes
Fuente: Elaboración propia

8. ¿Cuál es el gasto promedio que realiza en sus viajes?

Los datos de esta interrogante muestran que el 36% de los encuestados gastan \$150 en adelante. Mientras que el 27% gastan entre \$25 a \$50, el 19% entre \$51 a \$100. Y por último el 11% entre \$101 a \$150.

Estos resultados (figura 11), son importantes para que las operadoras turísticas elaboren paquetes con diversas actividades, en base al nivel de gastos que hacen los turistas al visitar esta localidad.

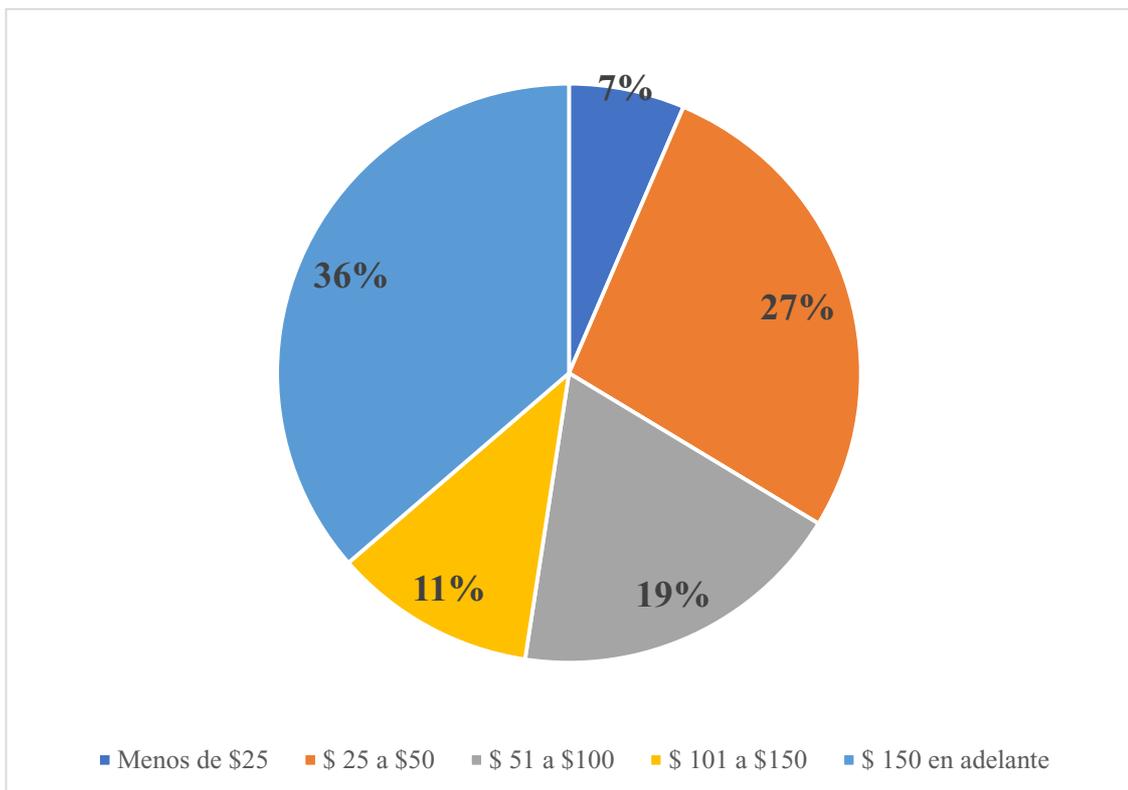


Figura 11. Gasto promedio
Fuente: Elaboración propia

9. ¿Es su primera visita al cantón Montecristi?

En concordancia a los resultados, se muestra que el 85% de encuestados ya ha visitado al menos una vez el cantón Montecristi. Por su parte, el 15% visitaba por primera ocasión esta localidad (figura 12).

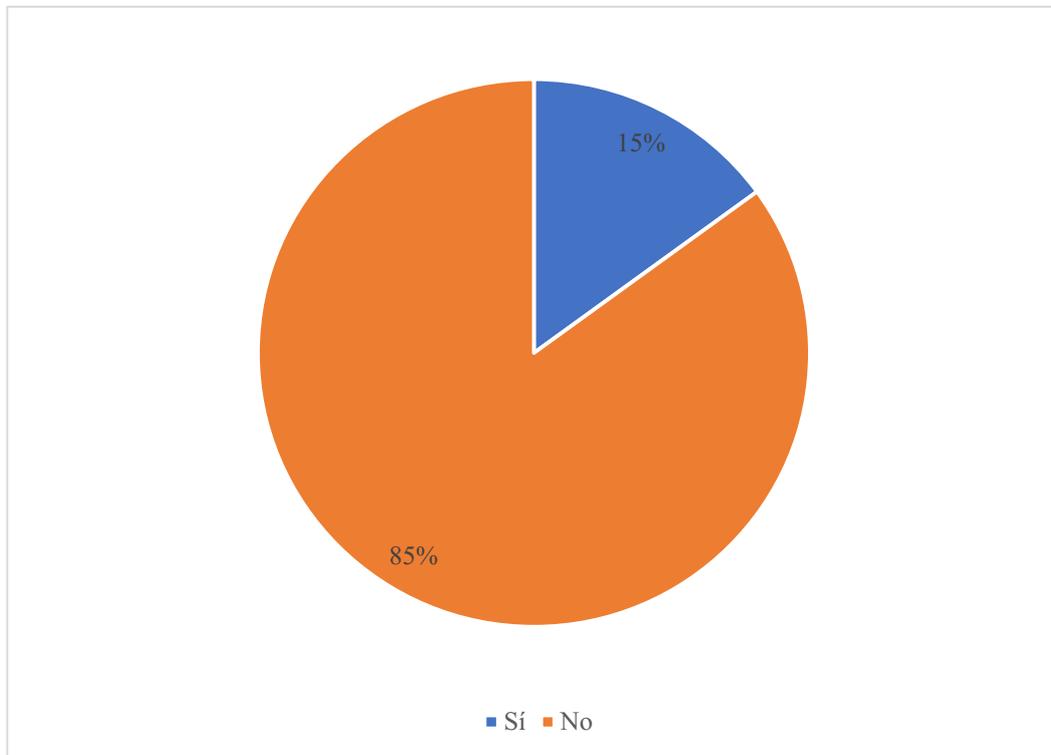


Figura 12. Visitas al cantón Montecristi
Fuente: Elaboración propia

10. ¿Cuáles son los principales lugares que visita en Montecristi?

La mayoría de turistas (33%) que acuden al cantón Montecristi acuden al Museo Centro Cívico Ciudad Alfaro, por consiguiente, el 29% visita la Basílica Menor Virgen de Monserrate. Mientras que el 25% se dirige hacia el Cerro Montecristi y el 13% se trasladar a otro lugar (figura 13).

En vista de lo anterior, se infiere que las nuevas ofertas de actividades turísticas deben incluir recorridos por los lugares mencionados anteriormente, ya que son los más concurridos al momento de visitar este cantón.

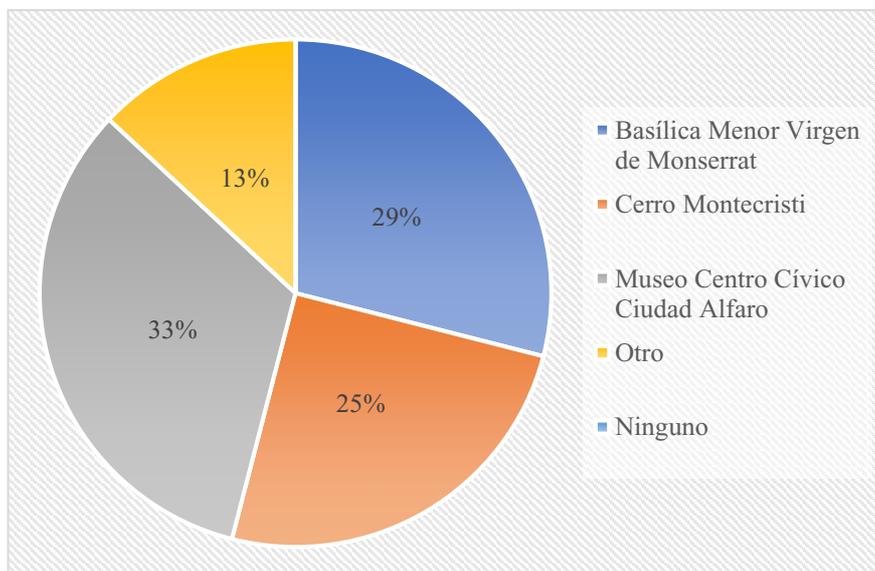


Figura 13. Principales atractivos
Fuente: Elaboración propia

11. ¿Por qué medio recibe información sobre el cantón Montecristi?

En base a los resultados, se observa que el 42% de los encuestados se informa a través de las redes sociales, el 34% lo hace por medio de referencias familiares. El 9% mediante radio y televisión, el 6% por periódicos, el 5% otros, el 3% ninguno y el 1% ninguno (figura 14).

La información e imagen que se difunde en las redes sociales de los distintos destinos, así como la atención brindada al turista es esencial. Ya que, si no se efectúan con eficiencia, se reducirá considerablemente la llegada de visitantes.

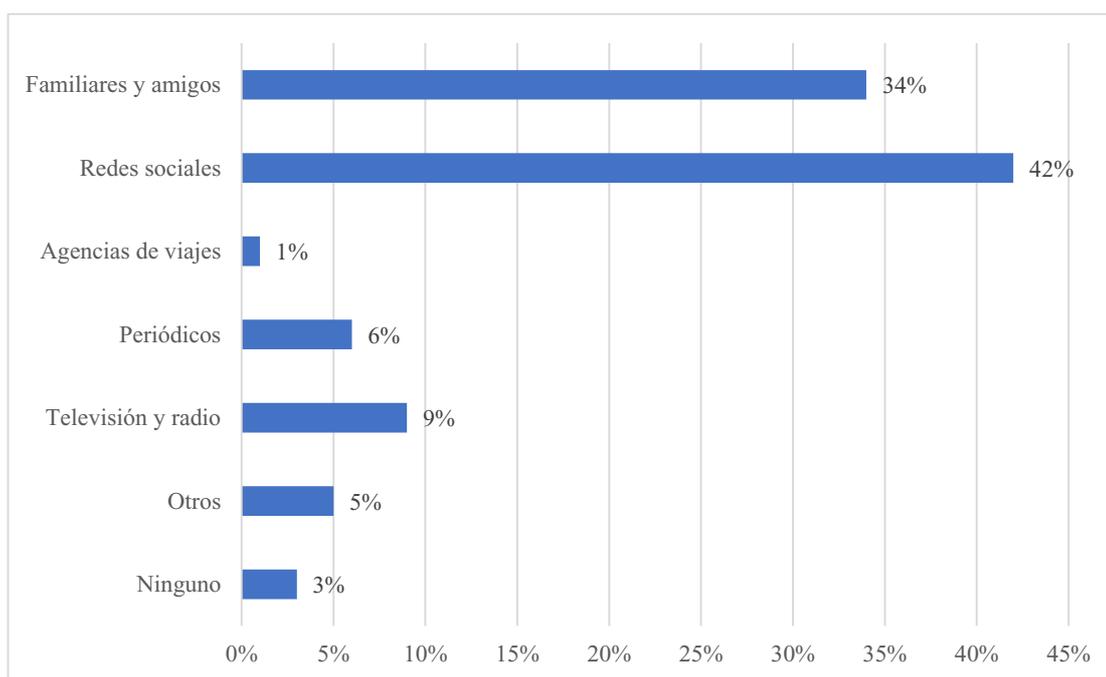


Figura 14. Medios de información
Fuente: Elaboración propia

12. Califique del 1 al 5, siendo el 5 el valor máximo, sobre su experiencia durante su recorrido en el cantón Montecristi

En torno a resultados recopilados (figura 15), se observa que los evaluados en su gran mayoría (62%) le dan una ponderación de 4 y 5 respectivamente con relación a la atención al cliente. Sin embargo, el otro 38% no coincide en aquello. Por consiguiente, se orienta a mejorar los aspectos deficientes.

Referente a la oferta turística, el 57% de encuestados otorgan una valoración de 4 y 5. El restante 43% tiene una opinión neutral y mala sobre esta temática. Existe claramente una deficiencia en torno a las actividades actuales en el territorio. En base a la conectividad, el 58% de evaluados manifiestan que está se encuentra entre 4 y 5. Sin embargo, es evidente que no existe una satisfacción total por este criterio.

La información turística recibida en este destino, es de cierta manera buena, ya que el 56% de encuestados le otorga una valoración de 4 a 5 respectivamente. Aunque se deberían aumentar puntos de información turística y actualizar los contenidos en las páginas oficiales.

Con relación a la infraestructura se evidencia claramente un descontento del 70% de encuestados. Es muy notorio este problema y es esencial que se trabaje en aquello. Respecto a la seguridad, el 49% de evaluados le dan una calificación de 4 y 5. Este aspecto es clave y es competencia de las autoridades locales mejorar aquello.

El 60% de encuestados concede una valoración de 4 y 5 con respecto al transporte. Es pertinente aumentar la calidad de este servicio, para así lograr una satisfacción total. En cuanto al clima, los encuestados en su gran mayoría (74%) lo califican con una ponderación de 4 y 5. Acorde a esto, se denota que este lugar es idóneo para disfrutar del paisaje y de las distintas actividades.

De forma general, las autoridades de turísticas tienen que organizarse y tratar de mejorar los aspectos deficientes, ya que estos no permiten la satisfacción total ni el desarrollo turístico del cantón Montecristi.

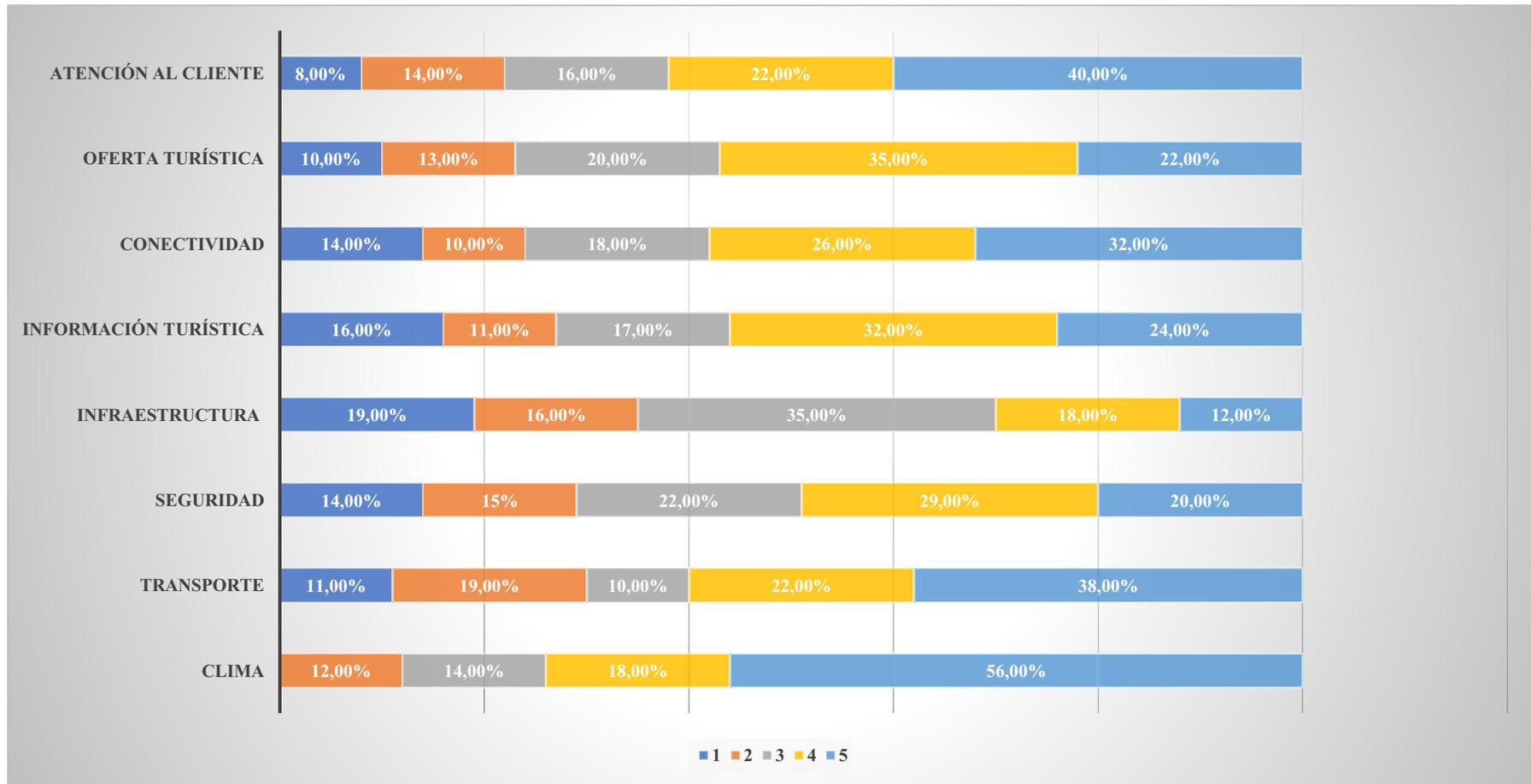


Figura 15. Ponderación de aspectos

Fuente: Elaboración propia

CONCLUSIONES

Con base a los resultados, se infiere que el desconocimiento de los gustos, preferencias, necesidades y demás aspectos vinculados al perfil del turista inciden de forma negativa hacia el desarrollo turístico del cantón Montecristi. Por tal razón, las autoridades locales deben trabajar en el estudio de estos aspectos, para tratar de conocer más a fondo los requerimientos de los visitantes que acuden a esta localidad.

A través de la exploración de documentos oficiales y referentes teóricos, se denota que la actividad turística en el cantón Montecristi no está desarrollada totalmente. Esta localidad sufre un retraso económico, teniendo como principal causa la falta de aprovechamiento de recursos y poca gestión en el campo del turismo.

Mediante la aplicación del cuestionario de encuesta, se obtienen las siguientes características demográficas. Desde luego, se observa que la mayoría de turistas que visitan Montecristi son mujeres. La edad de los visitantes oscila entre 21 a 42 años y poseen estudios superiores (universitario). El nivel de ingresos que perciben está entre \$401 a \$1000. Además, los turistas prefieren viajar en compañía de su familia y gastan aproximadamente entre \$25 a \$100 aproximadamente.

Con relación a los gustos y preferencias, los turistas en su gran mayoría acuden al Museo Centro Cívico Ciudad Alfaro y al Milenario Cerro de Montecristi. Respecto a la información sobre el sitio, esta se obtiene mediante redes sociales y referencias familiares. En efecto, estos resultados sirven de gran ayuda a los establecimientos prestadores de servicios turísticos (restaurantes, alojamientos, operadores y comercio en general), para segmentar de forma adecuada a los clientes que visitan el cantón, elevando de esta manera la oferta actual y así dar mayores alternativas a los visitantes.

Por otra parte, estos resultados serán entregados a los representantes turísticos locales del cantón Montecristi. Estas personalidades se encargarán de analizar la información recopilada y a partir de allí evaluar los aspectos deficientes que no permiten el desarrollo total de las actividades en esta localidad.

RECOMENDACIONES

Las autoridades cantonales y nacionales deben realizar estudios más a fondo acerca de las características demográficas, así como sobre los gustos y preferencias de los turistas. Esto ayudará a revelar sus necesidades y patrones de comportamiento, de tal manera que estos datos sean utilizados para incrementar los índices de calidad.

Los prestadores de servicios turísticos del cantón Montecristi pueden utilizar la información recopilada a través de esta investigación, para elaborar y diseñar nuevas actividades innovadoras, en las cuales se incluyan recorridos por los principales atractivos de este destino.

Así mismo, las autoridades del GAD Montecristi deben tomar en consideración los aspectos deficientes encontrados en este estudio, enfocarse especialmente en la seguridad, infraestructura y conectividad. En tal caso, se orienta a realizar controles policiales exhaustivos para disminuir los índices de delincuencia. Con respecto a la infraestructura es necesario fortalecer la oferta actual, mejorando de esta manera los servicios. En cuanto a la conectividad se exhorta a ampliar las redes de comunicación.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Adamos, A., & Sofronis, C. (2009). Tourism, Development and Growth: International Evidence and Lessons for Cyprus. *Cyprus Economic Policy Review*, Vol. 3, No. 2., 3-22.
- Andrade, G. (2016). Perfil del turista que visita la ciudad de Cuenca, influido como por su reconocimiento como ciudad patrimonio de la humanidad . *Proyecto de investigación previo a la obtención del título de "Ingeniera en Turismo"* . Cuenca, Azuay, Ecuador: Universidad de Cuenca .
- Baser, G. (2018). Turkey's Tourist Profile: A Document Analysis for Future Implications . *Journal of Tourism and Hospitality Management*, Vol. 6, No. 5. doi: 10.17265/2328-2169/2018.10.002 , 222-239.
- Basurto, E., Navarrete, A., & Villacreses, L. (2019). Factores determinantes en la factividad de una ruta aérea, perspectiva de la demanda: El caso Manta-Cuenca. *Turismo y Desarrollo*, n. 27. <https://www.eumed.net/rev/turydes/27/ruta-aerea-manta-cuenca.html>. ISSN1988-5261, 1-24.
- Bernal, C. (2010). *Metodología de la investigación. Tercera edición*. La Sabana, Colombia. ISBN: 978-958-699-128-5: Pearson.
- Buffa, F. (2015). Young Tourists and Sustainability. Profiles, Attitudes, and Implications for Destination Strategies. *Sustainability*. Doi:10.3390/su71014042, 1-21.
- Delgado, C., Lorentty, P., & Osorio, V. (2011). *Diseño de un Plan de Marketing para el desarrollo turístico del cantón Montecristi*. Guayaquil, Ecuador : Escuela Superior Politécnica del Litoral (ESPOL).
- Dropulić, M., & Ružić, P. (2009). THE PROFILE OF TOURISTS AS CONSUMERS OF THE CULTURAL, ENTERTAINMENT AND SPORTS OFFERING IN ISTRIA. *International Scientific Conference* , 1-10.
- Dwyer, L., Edwards, D., Mistilis, N., Roman, C., & Scott, N. (2009). Destination and enterprise management for a tourism future. . *Tour. Manag.* 30., 63-74.
- GAD Montecristi,. (2016). *Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial* . Montecristi, Ecuador : GAD .
- Garrido, C., Cabanilla, E., Guerra, P., Santos, M., & Mejía, C. (2021). *Enfoques de Turismo y Conservación*. Quito, Ecuador : Universidad Internacional del Ecuador. ISBN: 978-9942-923-66-0.
- Guamán, E., & Chuisaca, M. (2018). El perfil del turista que visita Azogues. *Tesis previo a la obtención del título de Ingeniería en Turismo*. Cuenca, Azuay, Ecuador: Universidad de Cuenca.
- Kotler, P., & Lane, K. (2006). *Dirección de Marketing. (12ava ed.)*. . México: Pearson Custom Publishing.

- Luzuriaga, P. (2020). Reactivación vs turistificación: los retos de las ciudades frente al turismo post pandemia. *INNOVA Research Journal*, ISSN 2477-9024, 134-150.
- Martínez, J. (. (2011). "Factores que influyen en el comportamiento de compra del turista". *TURyDes. Revista de investigación en Turismo y Desarrollo Local*, 1-13.
- Mendoza, M. (Mayo de 2017). La estacionalidad turística en el perfil costanero de la Provincia de Manabí. *Maestría en Economía y Gestión Turística*. Universidad de Buenos Aires.
- Mintur. (2019). *Plan Nacional de Turismo 2030*. Quito: Ministerio de Turismo.
- Montecristi, G. (2015). *Plan de Ordenamiento Territorial GAD Montecristi* . Montecristi : GAD Montecristi .
- Montesdeoca, H., & Ortiz, L. (Septiembre de 2013). Creación de un circuito turístico de las iglesias de los cantones de la zona centro-sur de Manabí. *Tesis previo a la obtención del título de Ingeniero de Turismo*. Calceta, Manabí, Ecuador: Escuela Superior Técnica Agropecuaria de Manabí Manuel Félix López .
- OMT. (1994). *Introducción al Turismo*. Madrid: OMT.
- OMT. (2013). *Sustainable tourism for development* . Madrid-España: Institutional and Corporate Relations Programme.
- OMT. (2019). Definiciones del Turismo. *OMT*, 15.
- Rajasenan, D., Manaloor, V., & Bijith, G. (2012). Tourist Profiles and Characteristics vis-à-vis Market: Segmentation of Ecotourism Destinations in Kerala . *Journal of Economics and Sustainable Development*. ISSN 2222-2855 , 134-144.
- Rivera, M., & Rodríguez, L. (2012). *Turismo responsable, sostenibilidad y desarrollo local comunitario*. Córdoba: Cátedra Intercultural, Universidad de Córdoba: AECIT, AACID y Unión Europea (POCTEFEX-BIOECONOMY).
- Rodríguez, F. (2007). Generalidades acerca de las técnicas de investigación cuantitativa. *Paradigmas*, 9-39.
- Saayaman, M., & Slabbert, E. (2004). A profile of tourists visiting the Kruger National Park. *ResearchGate*. ISSN 0075-6458. DOI:<http://dx.doi.org/10.4102/koedoe.v47i1.74>, 1-8.
- Union, E. (2018). Profile of Domestic and International Tourists in the CBC Region. *CROSS-BORDER COOPERATION PROGRAMME*, 1-62.
- UNITED NATIONS. (2020). *COVID-19 and Transforming Tourism*. https://unsdg.un.org/sites/default/files/2020-08/sg_policy_brief_covid-19_tourism_august_2020.pdf: UNITED NATIONS .

- Vera, I. (2018). *Realidades del Turismo Local*. Manta: Departamento de Edición y Publicación Universitaria.
- Vogt, C., & Jordan, E. (2016). Community development, tourism . *ReserachGate*. DOI:10.1007/978-3-319-01669-6_498-1. In book: *Encyclopedia of Tourism* Publisher: Springer Editors: J. Jafari, H. Xiao, 1-12.
- Yusof, A., & Mohd-Shah, P. (2006). An Examination of Tourist Profiles and Travel Motivations of Sport Tourist Attending an Event in Lake Kenyir Malaysia. *Malaysian Journal of Sport Science and Recreation*, 53-68.

ANEXOS

Cuestionario de encuesta

Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí

Encuesta dirigida a los turistas que visitan el cantón Montecristi

El siguiente cuestionario de encuesta está enfocado en recopilar las opiniones de los turistas que visitan el cantón Montecristi. Gracias de antemano por su colaboración.

1. Género

- Masculino
- Femenino
- Otros

2. Edad

- 18 a 25 años
- 26 a 35 años
- 36 a 45 años
- 46 a 55 años
- 56 a 65 años
- 66 años en adelante

3. Estado civil

- Soltero/a
- Casado/a
- Unión de hecho
- Divorciado/a
- Viuda/a
- Otros

4. Nivel de estudio

- Escuela
- Colegio
- Estudios técnicos
- Universidad en pregrado (licenciatura, ingeniería)
- Universidad en postgrado (maestría, doctorado)
- Otros

5. Ocupación

- Estudiante
- Sector industrial
- Sector construcción
- Sector negocios
- Agricultura
- Jubilados
- Desempleados
- Otros

6. Nivel de ingresos

- Menos de \$400
- \$ 401 a \$1000
- \$1001 a \$1500
- \$1501 a \$2000
- \$2001 en adelante

7. ¿Con quién realiza sus viajes?

- Familia
- Amigos
- Compañeros de trabajo
- Tour en grupo

Solo
Otros

8. ¿Cuál es el gasto promedio que realiza en sus viajes?

Menos de \$25
\$ 25 a \$50
\$ 51 a \$100
\$ 101 a \$150
\$ 150 en adelante

9. ¿Es su primera visita al cantón Montecristi?

Sí
No

10. ¿Cuáles son los principales lugares que visita en el cantón Montecristi?

Basílica Menor Virgen de Monserrat
Cerro Montecristi
Museo Centro Cívico Ciudad Alfaro
Otros
Ninguno

11. ¿Por qué medio recibe información sobre el cantón Montecristi?

Familiares y amigos
Redes sociales
Agencias de viajes
Periódicos
Televisión y radio
Otros
Ninguno

12. Califique del 1 al 5 los atributos del cantón Montecristi

	1	2	3	4	5
Atención al cliente					
Oferta turística					
Conectividad					
Información turística					
Infraestructura					
Seguridad					
Transporte					
Clima					

Anexo 2



Anexo 3

