



**UNIVERSIDAD LAICA ELOY ALFARO DE
MANABÍ FACULTAD DE HOTELERÍA Y TURISMO**

TRABAJO DE TITULACIÓN

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

TEMA

“PERFIL DEL TURISTA QUE VISITA PORTOVIEJO DURANTE LA PANDEMIA, 2020”

AUTOR:

Jhon Bladimir Chóez Barreto

TUTOR:

Lic. Claudia Loor Caicedo

MANTA-MANABÍ-ECUADOR

2022

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 proyecto de investigación, bajo la autoría del estudiante **JHON BLADIMIR CHOEZ BARRETO**, legalmente matriculado/a en la carrera de Turismo, período académico 2021-2022 (2), cumpliendo el total de 400 horas, bajo la opción de titulación de Proyecto de Investigación, cuyo tema es **“Perfil del Turista que visita Portoviejo durante la pandemia, 2020”**.

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, enero 03 del 2022

Lo certifico

Lic. Claudia Loor Caicedo

Docente Tutor(a)

Área: Turismo

AUTORÍA

La investigación pertenece exclusivamente al autor Jhon Bladimir Chóez Barreto este informe se realiza como requisito previo a la obtención del título de Ingeniero en Administración de Empresas Turísticas de la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí.

Jhon Bladimir Chóez Barreto

131535388-6

APROBACIÓN DEL TRIBUNAL

El tribunal evaluador certifica:

Que, el trabajo de carrera, titulado “**Ciclo – Turismo como aporte al Desarrollo Sostenible en el cantón Portoviejo, año 2021**”, ha sido realizado y concluido por la señorita Arce Mendoza María Dayana; 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:

Lic. Luis Reyes Chávez, Mg.

**PRESIDENTE DEL
TRIBUNAL DE TITULACIÓN**

Ing. Diego Guzmán, Mg.

**SUPLENTE DEL
PRESIDENTE DEL TRIBUNAL**

A.S. Carlos Piguave, Mg.

**MIEMBRO TRIBUNAL
DE TITULACIÓN**

Ing. Amparo Cabrera, Mg.

**MIEMBRO TRIBUNAL
DE TITULACIÓN**

Lic. Claudia Loor Caicedo, Mg.

**DOCENTE TUTOR (A)
DE TITULACIÓN**

Sr. Choez Barreto Jhon Bladimir

GRADUADO

AGRADECIMIENTO

Agradezco principalmente a Dios, por ser la fortaleza en mi vida, que me ha levantado en cada momento difícil, y principalmente por darme una linda familia, gracias a él he podido cumplir cada una de mis metas.

Agradezco a mis padres por darme su apoyo incondicional en cada etapa de mi vida, me han brindado sus consejos y han sabido escucharme en cada momento. A mi querida y amada familia en general por su apoyo incondicional y a mis amigos que siempre han estado en todo momento.

A todos los docentes de la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí, de quienes aprendí su enseñanza y consejos de sabiduría durante el transcurso de mis estudios y a quienes participaron en el desarrollo de la presente investigación, con sugerencias y aportes profesionales.

Gracias a todas las personas que me ayudaron directa e indirectamente para culminar mi carrera profesional.

DEDICATORIA

Este trabajo está dedicado a Dios principalmente por haberme dado la vida. A mi madre que es una persona incondicional conmigo, que ha guiado mi camino, y que me ha dado siempre lo mejor. A mi padre quien con sus consejos ha sabido guiarme para culminar con mi carrera profesional.

A mis abuelos por estar siempre pendientes de mis logros y fracasos. A mi familia en general por brindarme su apoyo en los buenos y malos momentos. A mis compañeros y amigos por su amistad y apoyo. A mis profesores por guiarme y compartir sus conocimientos durante la carrera profesional.

RESUMEN

El presente trabajo de investigación refiere sobre el estudio del perfil del turista que visita la ciudad de Portoviejo en tiempos de pandemia. El problema que se evidenció es que, en Portoviejo, el turismo ha ido en decrecimiento debido a los serios problemas que conllevaron a un confinamiento a nivel mundial originado por la emergencia sanitaria del Covid-19, lo cual se atribuye a la falta de información sobre el nuevo perfil del turista; pues además no existe una oferta turística totalmente desarrollada. Este destino no dispone de un programa turístico eficiente debido a la despreocupación por parte del GAD Portoviejo y demás autoridades y empresas privadas en ofertar servicios turísticos conforme a las necesidades de los turistas que visitan el cantón en tiempos de pandemia. El objetivo fue analizar el perfil del turista que visita la ciudad de Portoviejo durante la pandemia, con la finalidad de orientar la promoción del turismo en este sector. La metodología que se aplicó tuvo un enfoque cualitativo, utilizando los métodos bibliográfico, descriptivo y analítico, se efectuó una encuesta dirigida a los turistas en donde el principal resultado fue que el mismo ha cambiado su perfil entorno a las necesidades de bioseguridad actuales, y como conclusión se determinó efectuar siempre un análisis de los cambios turísticos a fin de determinar el perfil de los visitantes, para ello se propuso el diseño de estrategias y acciones operativas para dinamizar las actividades turísticas conforme el actual perfil del turista que visita Portoviejo en pandemia.

Palabras claves: Turismo – Perfil del turismo – Pandemia Covid-19 – ciudad de Portoviejo

ABSTRACT

The present research work refers to the study of the profile of the tourist who visits the city of Portoviejo in times of pandemic. The problem that was evidenced is that in Portoviejo, tourism has been decreasing due to the serious problems that led to a worldwide confinement caused by the Covid-19 health emergency, which is attributed to the lack of information about the new tourist profile; because there is also no fully developed tourist offer. This destination does not have an efficient tourism program due to the lack of concern on the part of the GAD Portoviejo and other authorities and private companies in offering tourist services according to the needs of tourists who visit the canton in times of pandemic. The objective was to analyze the profile of the tourist who visits the city of Portoviejo during the pandemic, in order to guide the promotion of tourism in this sector. The methodology that was applied had a qualitative approach, using the bibliographic, descriptive and analytical methods, a survey was carried out aimed at tourists where the main result was that it has changed its profile around the current biosecurity needs, and as conclusion, it was determined to always carry out an analysis of the tourist changes in order to determine the profile of the visitors

Keywords: Tourism - Tourism Profile - Covid-19 Pandemic - Portoviejo city

ÍNDICE DE CONTENIDO

INTRODUCCIÓN	1
Objetivos	4
Objetivo General	4
Objetivos Específicos	4
CAPÍTULO I	6
MARCO TEÓRICO	6
1.1. Turismo	6
1.2. El perfil turístico	7
1.3. Teorías sobre la tipología del turista	8
1.3.1. Teoría de Cohen	8
1.3.2. Teoría de Smith	9
1.3.3. Teoría de Plog	10
1.4. Necesidades del turista	11
1.5. Comportamientos del turista	12
1.6. Servicios turísticos	13
1.7. Segmentación de la demanda	14
1.8. Los nuevos perfiles y necesidades del turista a nivel Ecuador	16
1.9. Covid-19 como acelerador de tendencias y nuevas preferencias de los turistas introducidos por la pandemia	17
CAPÍTULO II	19
DISEÑO METODOLÓGICO	19
2.1. Enfoque de investigación	19
2.2. Tipología de investigación	19

2.2.1. Bibliográfica	19
2.2.2. Analítica	19
2.2.3. Descriptiva	20
2.2.4. No experimental	20
2.3. Instrumento de investigación	21
2.3.1. Encuesta	21
2.4. Procedimiento para la recolección y análisis de datos	21
CAPÍTULO III	23
RESULTADOS Y DISCUSIÓN	23
3.1. Resultados de la encuesta	23
3.2. Análisis de Resultados.....	44
DISCUSIÓN	46
Propuesta de un plan de estrategias para la reactivación del sector turístico en la ciudad de Portoviejo en tiempos de pandemia por el Covid-19.	47
CONCLUSIONES	48
RECOMENDACIONES	49
BIBLIOGRAFÍA	50

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Criterios de segmentación del mercado turístico.....	15
Tabla 2: Género de Turistas.....	23
Tabla 3: Rango de edad de turistas	24
Tabla 4: Nivel de Instrucción académica de turistas	25
Tabla 5: Oficio de los turistas	26
Tabla 6: Ingresos mensuales de los turistas	27
Tabla 7: Lugar de residencia de turistas	28
Tabla 8: Frecuencia de visita	29
Tabla 9: Acompañantes del turista.....	30
Tabla 10: Medios de comunicación a los que accedió al destino turístico	31
Tabla 11: Medios y recursos empleados para preparar la visita.....	32
Tabla 12: Razones de visita a Portoviejo.....	34
Tabla 13: Gasto promedio para el turismo.....	35
Tabla 14: Contribución a la conserva del destino turístico por parte del visitante.....	36
Tabla 15: Considerando riesgos por la pandemia COVID-19, el turista le gusta pernoctar.....	37
Tabla 16: Tiempo de estadía aproximado.....	38
Tabla 17: Tipo de establecimiento mayor utilizado.....	39
Tabla 18: Tipo de turismo que motiva al visitante	40
Tabla 19: Calificación de servicios.....	41
Tabla 20: Cumplimiento de medidas de bioseguridad para el turismo en la ciudad Portoviejo..	42
Tabla 21: Recomendación de Portoviejo como destino turístico	43

Tabla 22: Matriz de estrategias para satisfacer el nuevo perfil del turista que visita la ciudad de Portoviejo en tiempos de pandemia	47
--	----

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1: Género de Turistas.....	23
Gráfico 2: Rango de edad de turistas	24
Gráfico 3: Nivel de Instrucción académica de turistas	25
Gráfico 4: Oficio de los turistas.....	26
Gráfico 5: Ingresos mensuales de los turistas	27
Gráfico 6: Lugar de residencia de turistas	29
Gráfico 7: Frecuencia de visita	30
Gráfico 8: Acompañantes del turista	31
Gráfico 9: Medios de comunicación a los que accedió al destino turístico.....	32
Gráfico 10: Medios y recursos empleados para preparar la visita.....	33
Gráfico 11: Razones de visita a Portoviejo.....	34
Gráfico 12: Gasto promedio para el turismo	35
Gráfico 13: Contribución a la conserva del destino turístico por parte del visitante.....	36
Gráfico 14: Considerando riesgos por la pandemia COVID-19, el turista le gusta pernoctar. ...	37
Gráfico 15: Tiempo de estadía aproximado.....	38
Gráfico 16: Tipo de establecimiento mayor utilizado	39
Gráfico 17: Tipo de turismo que motiva al visitante	40
Gráfico 18: Calificación de servicios.....	41

Gráfico 19: Cumplimiento de medidas de bioseguridad para el turismo en la ciudad Portoviejo	42
Gráfico 20: Recomendación de Portoviejo como destino turístico	43

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1: Árbol de problema	3
Ilustración 2: Matriz del perfil del turista que visita la ciudad de Portoviejo en tiempos de pandemia.....	45

INTRODUCCIÓN

A nivel mundial, las restricciones de movilidad generadas por la pandemia del Covid-19, han producido impactos negativos en el turismo, pues los visitantes se han encontrado en confinamiento y con la necesidad de cerrar sus puertas por esta causa, a lo cual se señala que “esta caída, de casi un 90%, deja un 2020 salvado por sus primeros meses, de todos modos irregulares, y un sector turístico duramente golpeado en su tejido empresarial, laboral y operativo” (Cabanilla y otros, 2021, pág. 63).

Según la Organización Mundial del Turismo (OMT):

“El turismo es un fenómeno social, cultural y económico relacionado con el movimiento de las personas a lugares que se encuentran fuera de su lugar de residencia habitual por motivos personales o de negocios/profesionales. Estas personas se denominan visitantes (que pueden ser turistas o excursionistas; residentes o no residentes) y el turismo tiene que ver con sus actividades, de las cuales algunas implican un gasto turístico” (Niño Bernal & Contreras Guevara, 2020)

Asimismo, en los últimos años, el turismo ha sido un referente de atracción para muchos visitantes nacionales y extranjeros, siendo Ecuador uno de los centros de encanto para el resto del mundo, por tanto, Acara y Guañuda (2019) refieren que “con el interés de fortalecer el turismo, es necesario mejorar la calidad de la oferta de productos turísticos mediante el estudio de los perfiles motivacionales de los visitantes, permitiendo así la generación de estrategias que puedan fomentar su desarrollo”, en el año 2020 ingresaron 392.850 personas de los cuales la mayor parte fueron turistas, sin embargo frente al año anterior se redujo un 76.4% (pág. 5).

El perfil de los visitantes que recibe generalmente la ciudad de Portoviejo según lo señala Balbuena, Ochoa y Mora (2018) “responde a un turista de gasto bajo que prioriza el precio de los

servicios, tanto de alojamiento como de alimentación, además de visitar parques nacionales o áreas naturales sin guía especializada” (pág. 4); lo cual conlleva a que este sector de gran potencial turístico, no presenta una oferta dinamizada que capte la atención de un turista extranjero capaz de invertir sin precedentes en el disfrute de su ecología, gastronomía y visita a espacios culturales.

La actividad turística se considera entonces como una fuente económica que permite el crecimiento y desarrollo sostenible de un sector, no obstante, es de recordar que la afluencia de turistas dependerá del perfil que el mismo posea para efectuar viajes y paseos de recreación, y asimismo de la oferta turística que un lugar brinde.

Como planteamiento de problema se evidencia que en Portoviejo, el turismo ha ido en decrecimiento debido a los serios problemas que conllevaron a un confinamiento a nivel mundial originado por la emergencia sanitaria del Covid-19, lo cual se atribuye a la falta de información sobre el nuevo perfil del turista que basa sus visitas según las necesidades imprescindibles para disminuir los riesgos de contagio y salvaguardar su salud, tales como la aplicación adecuada de un protocolo de higiene en los atractivos turísticos, las medidas de bioseguridad, la digitalización para la prestación de servicios y demás requerimientos que el turista actual ha modificado según la realidad de pandemia.

Para aprovechar el potencial turístico de la ciudad de Portoviejo, resulta necesario conocer de manera específica, el perfil de los visitantes turísticos que acuden a este sector, de manera que sea factible proponer servicios y demás productos turísticos de acuerdo a las necesidades de los turistas. Ante esta problemática, resulta necesario efectuar la siguiente interrogante: ¿Cuál es el perfil del turista que visita la ciudad de Portoviejo en pandemia?; para

ello se deberá considerar un análisis descriptivo del turista desde diversas perspectivas; puesto que el perfil del turista puede variar conforme su interés, el destino y su actitud de viaje

El planteamiento del problema se presenta mediante el siguiente árbol de causa y efecto:

Ilustración 1: Árbol de problema



Elaborado por: Autor de Tesis

Tomando en cuenta que la ciudad de Portoviejo es un potencial turístico, no existe una oferta turística totalmente desarrollada, es decir, la mayor parte de sus atractivos no han sido explorados en su totalidad, por tanto, no se han promocionado adecuadamente. Este destino no dispone de un programa turístico eficiente debido a la despreocupación por parte del GAD Portoviejo y demás autoridades y empresas privadas en ofertar servicios turísticos conforme a las necesidades de los turistas que visitan el cantón en tiempos de pandemia.

Se considera a Portoviejo como un atractivo turístico de gran importancia por la cantidad de recursos naturales y también culturales que la misma ciudad posee, sin embargo, se justifica este proyecto debido a que pese que se han efectuado estudios sobre el turismo sostenible, el

Ciclo turismo, la oferta turística, aun no se ha efectuado uno sobre el perfil del turista que visita este cantón durante la pandemia, explícitamente en el año 2020.

Objetivos

Objetivo General

- Analizar el perfil del turista que visita la ciudad de Portoviejo durante la pandemia, con la finalidad de orientar la promoción del turismo en este sector

Objetivos Específicos

- Fundamentar teóricamente las variables del estudio sobre el perfil del turista que visita Portoviejo en pandemia.
- Determinar el perfil del turista que visita Portoviejo durante la pandemia, analizando la motivación, el comportamiento, tipo de turismo y sugerencias que los mismos emitan para garantizar el desarrollo turístico.
- Diseñar un plan de estrategias y acciones operativas para dinamizar las actividades turísticas conforme el actual perfil del turista que visita Portoviejo en pandemia.

Es importante el desarrollo de la investigación, por los beneficios que brindará a los servicios turísticos que pretenden satisfacer las necesidades y requerimientos del visitante a Portoviejo, por lo cual, se determina su relevancia debido a que permitirá identificar el perfil del turista y en base a ello, atraer masivamente a más de ellos, aportando de tal manera al desarrollo sostenible del turismo en tiempos de pandemia.

El alcance del estudio refiere al perfil del turista que visita actualmente a Portoviejo, y valida sus necesidades en base a la pandemia actual, por lo cual, la investigación

abarca exclusivamente a los turistas provinciales, nacionales y extranjeros que deciden visitar este cantón como un fin turístico.

La metodología a desarrollar será de enfoque cuantitativo, pues se pretende analizar las cualidades de los turistas que visitan Portoviejo en tiempos de pandemia a través de una investigación de campo y bibliográfica que permitirá recolectar información mediante la aplicación de encuestas dirigida a una muestra aleatoria de una población conformada por turistas locales, nacionales e internacionales, a fin de comprobar la problemática y establecer estrategias de mejora como solución al mismo.

El proyecto se estructura por el Capítulo I que comprende el Marco Teórico, en el mismo que se desarrollarán las variables de estudio; en el Capítulo II se profundizará en el diseño metodológica de la investigación, así como el tipo de estudio, los métodos aplicables y las técnicas e instrumentos que se utilizarán para la recolección de datos;

CAPÍTULO I

MARCO TEÓRICO

1.1. Turismo

El turismo es una actividad que toma mayor fuerza con el paso del tiempo y el hallazgo y exploración de nuevos espacios reconocidos como atractivos turísticos destinados para el disfrute de las personas locales y del exterior; criterio sustentado por Rubio (2019) quien menciona “es el conjunto de interacciones humanas, como transportes, hospedaje, servicios, diversiones, enseñanza, derivados de los desplazamientos transitorios” (pág. 7); por tanto, se refiere del turismo como un aporte al crecimiento y desarrollo sostenible de la economía.

Guerra (2020) también señala que, “el turismo, como actividad de significativa relevancia tanto económica como social se encuentra en constante transformación” (pág. 135); criterio respaldado por Toselli (2019) quien afirma que el turismo “contribuye al desarrollo local y puede constituirse en un instrumento de inclusión y dinamización social y económica de un territorio” (pág. 344); que además según Morán (2016) “es importante para el desarrollo de un país” (pág. 5).

Por otra parte, señala que

“El turismo se forma a partir de la necesidad que tiene el ser humano por desplazarse a un lugar diferente al de su residencia, con intenciones de descanso, diversión y recreación saliendo de su zona de confort. Es un fenómeno multidisciplinar que comprende aspectos económicos, geográficos, antropológicos, sociales, educativos, medioambientales, entre otros, el mismo que involucra a varios actores públicos, privados, profesionales y a la comunidad en sí. (Maiza Cosquillo, 2021, pág. 16)

Claramente, el turismo es una serie de actividades desarrolladas por personas que sienten atracción por realizar viajes a sectores llamativos o que, por el contrario, simplemente se encuentran fuera de su lugar de origen por un límite de tiempo y deben hacer uso de los servicios turísticos para su estadía.

1.2.El perfil turístico

Se conoce como perfil turístico a la caracterización de un destino turístico y sus variantes socioeconómicas y demográficas de los turistas, por lo cual, el perfil permite conocer los gustos, preferencias, expectativas y necesidades de estos con la finalidad de optimizar y mejorar la gestión de los destinos turísticos.

“La realización de estudios del perfil turístico de los distintos destinos a nivel nacional como internacional, permitirá realizar cambios en beneficios de la satisfacción de los visitantes a través de inversiones en infraestructura, edificaciones, equipamiento, entre otros, el cual se considera un estímulo al desarrollo de la oferta turística, generando plazas laborales directas e indirectas” (Proaño Chipantaxi y otros, 2018, pág. 106)

De lo anterior se entiende en conclusión que la información sobre el perfil del turista es de suma importancia para la toma de decisiones de los establecimientos turísticos en cuanto se refiere a los servicios que los mismos deben ofrecer conforme los requerimientos y necesidades actuales demostradas por los visitantes a través de su comportamiento y exigencias.

Asimismo señala Fajardo (2017) que para conocer más sobre el perfil del turista es necesario “analizar, previamente, el conjunto de factores y características de su estructura y comportamiento” (pág. 13); pues Velásquez y Vicente (2018) manifiestan que “dar a conocer un

perfil del turista permite la diversificación de la oferta turística a través de la creación de nuevas propuestas” (pág. 16)

1.3. Teorías sobre la tipología del turista

1.3.1. Teoría de Cohen

La teoría sobre los tipos de turista según el sociólogo Cohen, se basa en el perfil de los mismos, el cual se clasifica mediante la combinación de la curiosidad del visitante por experimentar nuevas aventuras, siempre de la mano de la seguridad y con necesidades de espacios totalmente confortables, especialmente porque su enfoque es más familiar.

La Teoría de Cohen según lo señalan Araújo y De Sevilla (2017) en su estudio, clasifica a los turistas según su perfil en:

- **Turista organizado de masa**

El perfil del turista organizado refiere a que los mismos adquieren paquetes turísticos que se forman y van acompañados por un guía que es profesional en la descripción del sector; dicho de otra manera, el turista organizado es aquel que prefiere realizar actividades turísticas bajo un cronograma establecido.

- **Turista individual de masa**

Este tipo de turista tiene gran similitud con el anterior, con la única diferencia que presenta flexibilidad en los horarios; en otras palabras, este perfil del visitante es bajo un paquete turístico en donde el mismo puede emitir criterios y sugerencias de como quisiera que sea la experiencia turística según sus exigencias.

- **Turista explorador**

Este perfil del visitante hace mención a una exploración a lugares no muy frecuentados y desconocidos para ellos en su totalidad; prefiere realizar viajes sin horarios ni destinos

específicos, se organiza por sí solo, pero si presentan exigencias en lo que refiere al servicio de alojamiento y gastronomía.

- **Turista mochilero**

El turista mochilero es un perfil que se evidencia generalmente en ciudades de mucho turismo, cultura y tradiciones; su finalidad es recorrer el mundo sin planificación, es decir, no tiene horarios, no viaja bajo paquetes turísticos y no son exigentes en cuanto a los servicios de alojamiento y gastronomía, pues su misión es la adaptación.

1.3.2. Teoría de Smith

Napa (2017) según lo expresa en su estudio, Valene Smith en su Teoría afirma que los turistas según su perfil como visitante pueden ser clasificados en:

- **Exploradores**

Es el tipo de visitante que busca la interacción directa con el lugar al cual visita, es decir, que se introduce en las poblaciones locales y de preferencia aborda lugar poco explorados adaptándose así al entorno.

- **Turistas de elite**

Son visitantes turísticos que les atrae la idea de realizar viajes con un pequeño grupo de personas, para lo cual, si establecen la necesidad de consumir productos y servicios de calidad, buscan siempre la comodidad.

- **Turistas inusuales**

Son turistas que se encuentran con interés en conocer lugares caracterizados por la cultura, compartir con las comunas y compartir las tradiciones de estos sectores en cuanto a danzas, vestimenta, gastronomía y demás, pero siempre considerando en primer lugar la seguridad e integridad de los mismos.

- **Turistas masivos incipientes**

Este perfil de turistas es más exigente que todos los anteriores, a ellos les interesa que el lugar a visitar les brinde todas las comodidades posibles en cuanto a servicios de hospedaje, gastronomía, transporte y demás como acceso a internet, aire acondicionado, teléfono, entre otras.

- **Turistas de charters**

A este grupo de turistas se pueden colocar a todos los visitantes que arman un viaje previamente planificado por una agencia de turismo de renombre, que les asegure el disfrute total y la comodidad y confort absoluta en todo su viaje y estadía en el sector turístico, exigen un alto estándar de calidad en todos sus accesos y no sienten interés por involucrarse masivamente con la población y su cultura.

1.3.3. Teoría de Plog

La Teoría de Stanley Plog es un modelo de análisis que se centra explícitamente en el comportamiento de los turísticas, para lo cual considera todas sus motivaciones al momento de seleccionar un lugar de destino, asimismo, centró su estudio en las diversas personalidades de los visitantes a fin de obtener un modelo determinado para cada uno de ellos.

Como resultado de lo mencionado, según lo señalan Oliveros, Virgen y Chávez (2018) se desencadenan los siguientes tipos de perfil de turistas según la Teoría de Plog:

- **Viajeros psiconcéntricos**

Se consideran como viajeros psiconcéntricos a todos los visitantes que sienten interés por acudir nuevamente a los lugares que son de su conocimiento, son sedentarios en sus rutinas y por tanto no son exigentes con sus requerimientos, de manera que efectúan paseos con poca frecuencia.

- **Viajeros alocéntricos**

Este tipo de perfil turístico, hace referencia a un viajero que organiza paseos con mayor frecuencia a diferencia de los psicocéntricos, por tanto, si son más exigentes en cuanto a los servicios de hospedaje, guía, transporte y gastronomía que se les puede ofrecer. Este grupo se define porque sus necesidades de viaje deben ser atendidas de manera exclusiva y personal.

- **Viajeros mediocéntricos**

Este perfil del turista es la combinación perfecta entre el viajero psicocéntrico y el viajero alocéntrico, pues quienes son pertenecientes a este grupo deciden viajar de manera frecuente a lugares ya conocidos y desconocidos en su totalidad, solicitan servicios cómodos y accesibles.

1.4.Necesidades del turista

Resulta imprescindible conocer activamente y a manera de actualización las necesidades del turista, pues los tiempos son cambiantes y el turismo se debe ajustar a estas modificaciones tales como las de la pandemia generada por el Covid-19, la misma que dio un giro agresivo a los nuevos requerimientos del visitante turístico, en definitiva, las necesidades del turista giran entorno a los requerimientos de los mismos para salvaguardar su integridad y obtener el disfrute y recreación deseada (Paladines & Suárez, 2020).

“Las necesidades del turista surgen por la carencia o deseo de algo. En base a estas dos, es que el turista siente la necesidad de satisfacerlo lo más pronto posible, en cuanto a sus necesidades lo permitan. La necesidad que tiene este, es la que motiva el traslado masivo de estos, hacia las zonas de desarrollo, generando así, el establecimiento de mercados de la oferta turística” (Vidaurre López, 2020, pág. 34)

Es importante desarrollar experiencias en los turistas conforme sus necesidades principales, por tanto es imprescindible que se realicen ofertas turísticas en donde se visualicen planes estratégicos de mercado como la oferta de servicios y productos adicionales de mejor calidad y según las exigencias del mercado actual que atraigan al visitante; para lo cual Tustón (2017) señala que “una de las cosas más importantes para el éxito de destinos y empresas turísticas o prestadoras de servicios es entender los gustos y las necesidades de turistas” (pág. 14).

En definitiva, el turista siempre en primer lugar, buscará satisfacer sus necesidades demás expectativas con el destino elegido, lo cual desarrolla el interés de realizar análisis sobre sus requerimientos por parte de los centros turísticos con la finalidad que los mismos logren diseñar su oferta conforme el perfil de visitante, debido a que hay que hacer énfasis en que Portoviejo siendo el lugar del presente estudio, es actualmente una ciudad con un gran potencial turístico que debe ser explorado y explotado de manera responsable.

1.5. Comportamientos del turista

“El comportamiento del consumidor se define como aquel que los consumidores muestran al buscar, comprar, utilizar, evaluar y desechar los productos y servicios que consideran satisfarán sus necesidades” (Lemoine Quintero y otros, 2020, pág. 11).

De lo anterior se puede realzar que, en definitiva, conocer al turista antes de que el mismo adquiera o se sirva de una oferta turística es importante para atraer su atención al momento de elegir el destino, y para ello, se debe recolectar información sobre su comportamiento a fin de que las operadoras turísticas puedan idear un plan de marketing o estrategias para llamar su atención por medio de la información sobre la actitud y demás patrones del futuro visitante.

Crespo y Soria (2019) señalan que el comportamiento del turista “suele darse teniendo en cuenta los factores internos (actitudes, motivación, percepción, personalidad, aprendizaje) que prevalecen sobre los externos (familia, grupos de referencia, estratificación social, nivel cultural)” (pág. 122); criterio sostenido por Carvache y Macas (2017) al afirmar que estos “son factores subjetivos en la configuración del comportamiento turístico” (pág. 3) asimismo es de mencionar que estos comportamientos dependen en gran medida a que el turista es un actor con motivaciones, las cuales según Araújo y Sevilha (2017) “son influenciadas por las reglas que dirigen los hábitos de consumo de la actualidad” (pág. 66)

En definitiva, el comportamiento del turista tiene relación con las necesidades de los mismos, el tipo de oferta turística por la cual se inclinan y los servicios a que se le presten, es decir, son los requerimientos y las acciones que realiza con la finalidad de satisfacer sus prioridades.

1.6.Servicios turísticos

Según lo señala Borbor (2018) además de identificar las necesidades del turista, resulta necesario conocer cuáles son los servicios que se les puede ofertar a los mismos, de manera que los determina de la siguiente manera:

- **Servicios de alojamiento**

Este tipo de servicio consiste en la oferta de un lugar de descanso seguro, en el cual los turistas pueden acudir previa reserva o de manera inmediata.

- **Servicio de transporte**

El servicio de transporte es quizás uno de los más principales para el sector turístico, pues sin el mismo no es posible que las personas vacacionen o se desplacen de un lugar u otro; el mismo puede ser público o privada, terrestre, aéreo o fluvial.

- **Servicio de restauración**

Se considera al servicio de restauración como uno esencial también, pues es el que brinda los alimentos típicos o no del sector turístico al cual acuden los visitantes, es referente de la gastronomía que varía dependientemente de la localidad.

- **Servicio de información**

Sin duda alguna, el servicio de información tiene gran incidencia en el desarrollo sostenible del turismo, pues el medio con el cual las personas llegan a lugares nuevo o pocos explorados llenos de riquezas y potencial turístico; con el servicio de información los turistas se encuentran al tanto de las actividades específicas posibles de realizar en el lugar destino, así como su gastronomía, sitios de alojamiento, costumbres, tradiciones y los medios de transporte necesarios para su acceso.

1.7.Segmentación de la demanda

Sotelo (2019) menciona que para segmentar el mercado se debe tomar en consideración las variables sociodemográficas, socioeconómicas y psicográficas o conductuales de los consumidores turísticos, de forma que sea posible estudiar directamente la demanda o consumidores y sus necesidades y requerimientos, con el objetivo de comprender el perfil del turista.

Tabla 1: *Criterios de segmentación del mercado turístico*

Criterios de segmentación del mercado turístico	Generales	Específicos
Objetivos	<ul style="list-style-type: none"> • Variables sociodemográficas (edad, nacionalidad, género, ciclo de vida familiar, estudios, ocupación) • Variables socioeconómicas (clases social, nivel de renta y nivel de gasto) • Variables geográficas (ubicación geográfica, ciudad, densidad) 	<ul style="list-style-type: none"> • Atributos del destino (alojamiento, transporte, actividades) • Duración de viaje. • Frecuencia de viaje • Gasto en actividades turísticas
Subjetivos	<ul style="list-style-type: none"> • Variables psicosociológicas (necesidades y deseos, motivación, expectativas, actitudes, estilo de vida) 	<ul style="list-style-type: none"> • Motivación principal y complementaria del viaje. • Preferencias del consumidor. • Beneficios del viaje. • Percepciones y expectativas del destino a viajar

Nota: La tabla muestra los criterios de segmentación del mercado turístico. (Sotelo Márquez, 2019, pág. 18)

Tal como se evidencia en la tabla de criterios para la segmentación de un mercado turístico en base al perfil del visitante, las variables sociodemográficas y socioeconómicas consideran la ubicación geográfica de los visitantes turísticos, así como su nacionalidad, su población, costumbres, etapas de vida como las edades, la clases social y económica, la ocupación actual y el nivel de estudios.

En las variables psicográficas y conductuales se efectúa un análisis del momento en el que el turista realiza la visita y se guía conforme a las necesidades de los mismos, con lo cual se puede identificar si éste es un cliente actual o nuevo, si posee personalidad activa o es tranquilo,

si busca servicios de calidad o se adaptan a las condiciones del sitio y si su comportamiento es adecuado o no.

1.8.Los nuevos perfiles y necesidades del turista a nivel Ecuador

Los nuevos perfiles y necesidades del turista son necesarios de estudiar debido a que tal como lo expresa Falcones (2019) su análisis “permite entender mejor las expectativas, las necesidades y los objetivos de los turistas” (pág. 11).

Según lo señalan Cabanilla y otros (2021) para el Porta Business Insider, el nuevo perfil de turista se basa en las necesidades del mismo frente a la pandemia por el Covid-19, las cuales serían:

- *Viajes de última hora:* son todos los recorridos que el turista acepta en base a la promoción y oportunidad de acceso a los mismos, pues es una flexibilidad que generalmente lo utilizan las empresas turísticas para atraer a visitantes y de esta forma activar su economía y dinamizar al sector turístico; en otras palabras, esta es una de las características por las cuales se puede identificar el nuevo perfil del visitante en pandemia, aquel que se motiva por las promociones en los destinos;
- *Seguridad:* el nuevo turista en base a las necesidades de cuidado, exige que el lugar de destino sea apropiado y con menor riesgo de contagio por el Covid-19, por ello, se fija en las políticas del lugar de destino y las medidas de bioseguridad que en ellos se desarrolla como el distanciamiento, protocolos de higiene, existencia de espacios al aire libre y demás que son fundamentales al momento de decidir el lugar que desean conocer;
- *Viajes de aventura:* esta ha sido una tendencia que ha ganado fuerza en la última década, el deseo del turista por conocer nuevos rincones y aventurar en ellos, ha

- incentivado el crecimiento del sector turístico, y en base a las necesidades por pandemia, es que muchos turistas acceden a realizar escapes de solo un fin de semana o un día conocido como ida por vuelta, por lo que el lugar de destino siempre se aproxima a su lugar de origen, por tanto, es que es aquí en donde los GAD deben aprovechar esta oportunidad para incentivar y promover las actividades turísticas;
- *Digitalización:* el nuevo turista hoy en día por miedo al riesgo de contagio, utiliza mecanismos digitales para acceder a servicios tales como reserva de alojamiento, compra de alimentos, y demás pagos de forma virtual y ya no manual, por ello, se recomienda a todos los destinos poseer entre su oferta el pago digital (pág. 92).

1.9.Covid-19 como acelerador de tendencias y nuevas preferencias de los turistas introducidos por la pandemia

Desde el año 2019 que se evidenció el primer caso por Coronavirus en Wuhan, el mundo entero vivió y vive en la actualidad una pandemia a nivel global, en donde gran parte de los países como Ecuador han atravesado por confinamientos y alertas sanitarias que han puesto en desequilibrio principalmente las actividades económicas como lo es el turismo, por ello, ha surgido la necesidad de que la humanidad deba cambiar sus necesidades, sus costumbres y sus prioridades.

Una vez más, el turismo se ha visto fuertemente afectado, pues las restricciones de movilidad han obligado a las familias que tenían planes de viajar y de disfrutar del turismo a dar un salto en ello y priorizar la salud de los mismos; evidentemente la pandemia por el Covid-19 ha impactado negativamente a este sector, pues influye en la decisión de vacacionar; por tanto, ha sido de importancia introducir nuevas tendencias para dinamizar progresivamente este sector económico y de desarrollo.

“En cuanto a las nuevas tendencias introducidas por la pandemia, están las ya nombradas anteriormente como son la distancia social, el uso de mascarillas y el gel desinfectante. Pero también otras como el aumento de la contratación a través de agencias de viajes porque dan más seguridad al turista, la exigencia cada vez más alta de contar con las nuevas tecnologías y, sobre todo, buena conexión a internet (sin olvidar la importancia de los destinos sin conexión alguna para los turistas que estén saturados y quieran desconectar), y el nivel adquisitivo de muchas familias caerá, lo que puede afectar negativamente a la realización de los viajes” (Acosta Gutiérrez & Pérez Romero, 2021, pág. 10)

CAPÍTULO II

DISEÑO METODOLÓGICO

2.1. Enfoque de investigación

El enfoque de la investigación es cuantitativo, puesto que lo que se busca con este estudio es analizar los elementos de un sistema y en base a ello, desarrollar las variables dependientes e independientes con el objetivo de generar resultados complejos a manera de criterio sobre la relación de las variables que refieren al perfil del turista en época de pandemia, por tanto, se consideraron aspectos económicos, sociales e inclusive ambientales.

2.2. Tipología de investigación

2.2.1. Bibliográfica

Martín y Lafuente (2017) mencionan que mediante la investigación de tipo bibliográfica es posible “la revisión como trabajo sistemático y ordenado de búsqueda de información bibliográfica implica la detección y selección materiales significativos para el investigador en función de las interrogantes que se plantea” (pág.152).

Con la aplicación de la investigación bibliográfica, se logra dar sustento a los criterios de estudio, de forma que es posible garantizar la confiabilidad de las fuentes de información tales como revistas científicas, libros, informes académicos y demás aportes y datos estadísticos emitidos por las páginas oficiales del Gobierno ecuatoriano.

2.2.2. Analítica

Ibáñez (2015) relaciona que este tipo de investigación consiste en analizar lo cual “significa desintegrar, descomponer un todo en sus partes para estudiar en forma intensiva cada uno de sus elementos, así como las relaciones entre sí y con el todo.” (pág. 102).

Este estudio fue de tipo analítico porque se pretendió generar un resultado a partir de la obtención de información, los mismos que se analizaron conforme los resultados que parten de la aplicación de técnicas e instrumentos de investigación, en los cuales, es posible conocer el punto de vista actual de los turistas que deciden conocer lugares y recrearse salvaguardando a la vez su salud.

2.2.3. Descriptiva

Guevara y Verdezoto (2020) mencionan que la investigación descriptiva tiene como objetivo “describir algunas características fundamentales de conjuntos homogéneos de fenómenos, utilizando criterios sistemáticos que permiten establecer la estructura o el comportamiento de los fenómenos en estudio, proporcionando información sistemática y comparable con la de otras fuentes” (2020, pág. 163).

La investigación fue descriptiva, debido a que se llevó a cabo un proceso de investigación en el cual se pretendió determinar las necesidades y requerimientos de los turistas en época de pandemia, lo cual ha obligado a cambiar los planes de los mismos y modificar sus maneras de hacer turismo.

2.2.4. No experimental

El presente estudio es una investigación de tipo no experimental porque se pretende con el mismo determinar las variables de estudio, mas no manipularlas; es decir, se expuso la información tal cual se ha recolectado y respetado el criterio de los turistas y de los demás autores que han dado soporte a esta investigación.

2.3. Técnicas e Instrumentos de investigación

2.3.1. Encuesta

Según López y Fachelli (2016) la encuesta se considera como “una técnica de recogida de datos a través de la interrogación de los sujetos cuya finalidad es la de obtener de manera sistemática medidas sobre los conceptos que se derivan de una problemática de investigación previamente construida” (pág. 8).

El cuestionario será el instrumento de investigación, el cual se elaboró con preguntas cerradas, las mismas que se formularon con el afán de determinar cuáles son las nuevas necesidades y requerimientos de los turistas que desean recrearse aún en tiempos de pandemia, de forma que su perfil turístico se ha modificado y el objetivo de las encuestas es identificar dichos cambios.

Para el cálculo de la muestra se utilizó el muestreo aleatorio, y al encontrarnos aun manteniendo la distancia, se optó únicamente a aplicar la encuesta a los turistas que nos brindaron acceso, considerando los criterios de selección como el consentimiento autorizado para responder el cuestionario, que sean personas mayores de edad, que se encuentren disfrutando de un atractivo turístico, y que utilicen todas las medias de bioseguridad; siendo un total de 25 personas. La encuesta se aplicó a los turistas que visitan la ciudad de Portoviejo.

2.4. Procedimiento para la recolección y análisis de datos

Tras la aplicación de la búsqueda bibliográfica y documentada, se han respaldado los criterios base sobre las variables de estudio que corresponden al perfil de turista en tiempo de pandemia; asimismo, en base a los objetivos y problema presentados, se elaboró un cuestionario a manera de encuesta con preguntas cerradas que pretendieron dar respuesta a lo anterior, estas

preguntas tuvieron la finalidad de determinar el perfil del turista actual, sus necesidades y requerimientos básicos.

Luego de haberse diseñado el modelo de encuesta, se asistió al lugar de los hechos y objeto de estudio, que son diversos lugares de la ciudad de Portoviejo como la parroquia Crucita que cuenta con una playa de su mismo nombre, el parque La Rotonda, Las Velas, senderos, la Catedral de Portoviejo, la Casa de la Cultura, entre otros atractivos, en donde de manera cordial se solicitó a los turistas que a simple vista reunían todas las condiciones para llenar la encuesta, a los cual muchos se negaron y muy pocos accedieron; una vez completadas las 25 encuestas, se procedió a tabular los resultados en el programa de Excel, para luego migrar las tablas y gráficos al presente documento.

CAPÍTULO III

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

3.1. Resultados de la encuesta

1. ¿Cuál es su género?

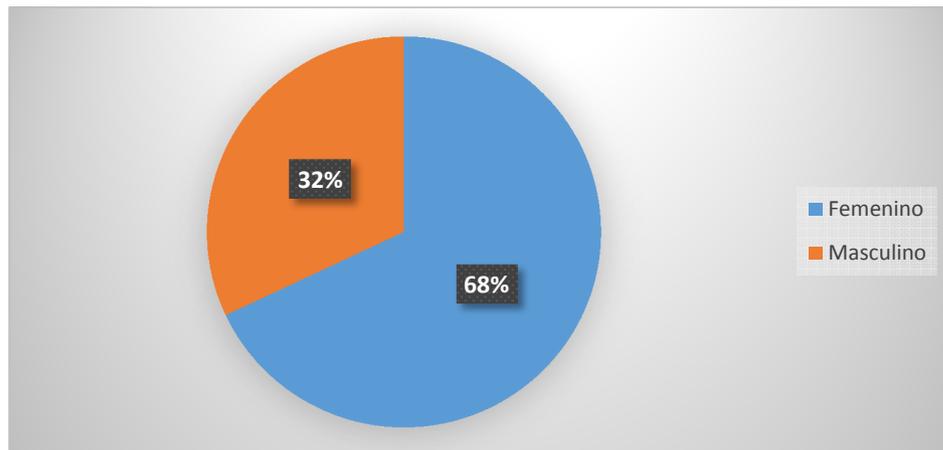
Tabla 2: *Género de Turistas*

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Femenino	17	68%
Masculino	8	32%
Total	25	100%

Fuente: *Turistas en la ciudad de Portoviejo*

Elaborado por: *Autor de tesis*

Gráfico 1: *Género de Turistas*



Fuente: *Turistas en la ciudad de Portoviejo*

Elaborado por: *Autor de tesis*

Análisis e interpretación:

Según la encuesta aplicada a los turistas que visitan la ciudad de Portoviejo, se determinó que el 68% de éstos son de género femenino, siendo el 32% restante masculino.

2. ¿Cuál es su rango de edad?

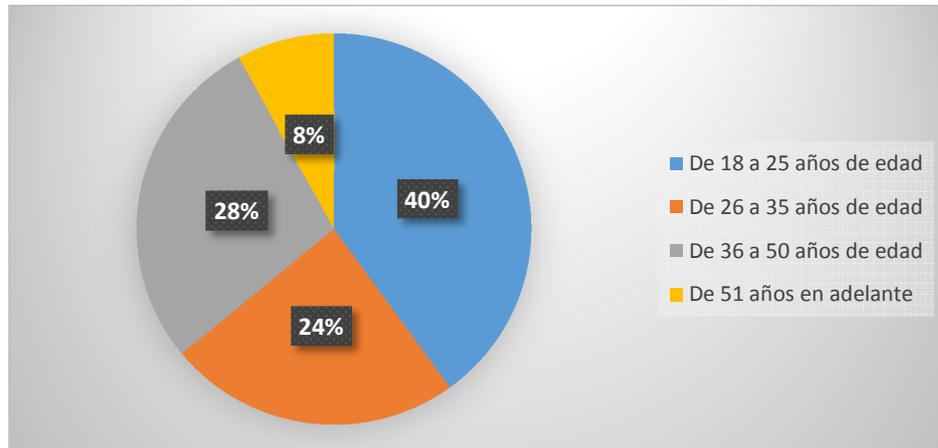
Tabla 3: *Rango de edad de turistas*

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
De 18 a 25 años de edad	10	40%
De 26 a 35 años de edad	6	24%
De 36 a 50 años de edad	7	28%
De 51 años en adelante	2	8%
Total	25	100%

Fuente: *Turistas en la ciudad de Portoviejo*

Elaborado por: *Autor de tesis*

Gráfico 2: *Rango de edad de turistas*



Fuente: *Turistas en la ciudad de Portoviejo*

Elaborado por: *Autor de tesis*

Análisis e interpretación:

En base a los resultados obtenidos de la aplicación de la encuesta a los turistas en la ciudad de Portoviejo, se determina que el 40% de los mismos se encuentran en una edad comprendida entre 18 y 25 años; el 28% tienen de 36 a 50 años de edad; el 24% de 26 a 35 años de edad, y finalmente el 8% restante de 51 años en adelante.

3. ¿Cuál es su nivel de instrucción académica?

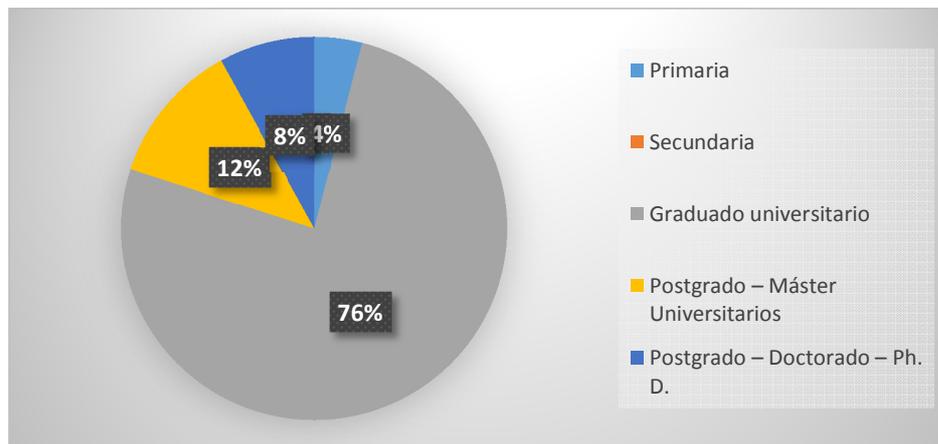
Tabla 4: Nivel de Instrucción académica de turistas

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Primaria	1	4%
Secundaria		
Graduado universitario	19	76%
Postgrado – Máster Universitarios	3	12%
Postgrado – Doctorado – PhD. V c	2	8%
Total	25	100%

Fuente: Turistas en la ciudad de Portoviejo

Elaborado por: Autor de tesis

Gráfico 3: Nivel de Instrucción académica de turistas



Fuente: Turistas en la ciudad de Portoviejo

Elaborado por: Autor de tesis

Análisis e interpretación:

El nivel de instrucción de los visitantes de la ciudad de Portoviejo según la encuesta, pertenece el 76% a graduados del bachiller y estudiantes universitarios; el 12% a Postgrados y Máster Universitarios, el 8% a Doctorados, PhD; y el 4% restante a estudiantes o personas que solo quedaron en educación primaria.

4. ¿Cuál es su oficio?

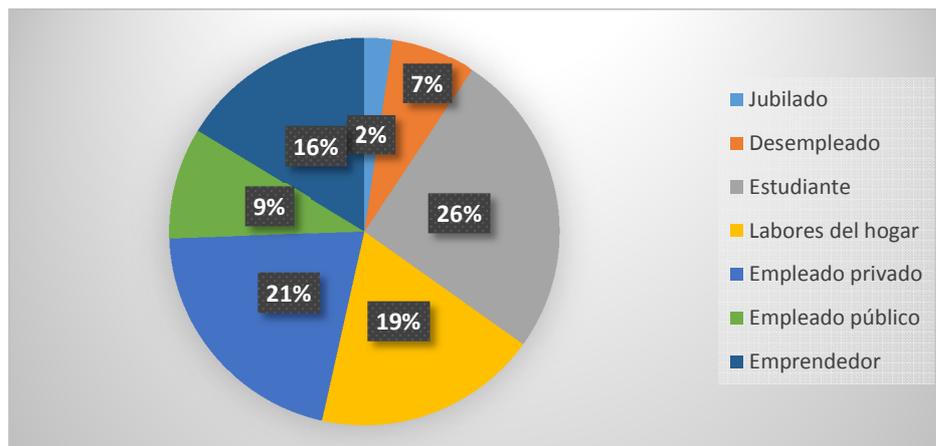
Tabla 5: Oficio de los turistas

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Jubilado	1	2%
Desempleado	3	7%
Estudiante	11	26%
Labores del hogar	8	19%
Empleado privado	9	21%
Empleado público	4	9%
Emprendedor	7	16%
Total	43	100%

Fuente: *Turistas en la ciudad de Portoviejo*

Elaborado por: *Autor de tesis*

Gráfico 4: Oficio de los turistas



Fuente: *Turistas en la ciudad de Portoviejo*

Elaborado por: *Autor de tesis*

Análisis e interpretación:

Se definió a través de la encuesta que el 26% de los turistas que visitan Portoviejo son Estudiantes de cualquier nivel académico, el 21% son empleados privados, el 19% se dedican a labores del hogar, el 16% son emprendedores, el 9% empleados públicos, el 7% no poseen ningún empleo, y el 2% son jubilados.

5. ¿Cuál es su nivel de ingresos mensuales aproximadamente?

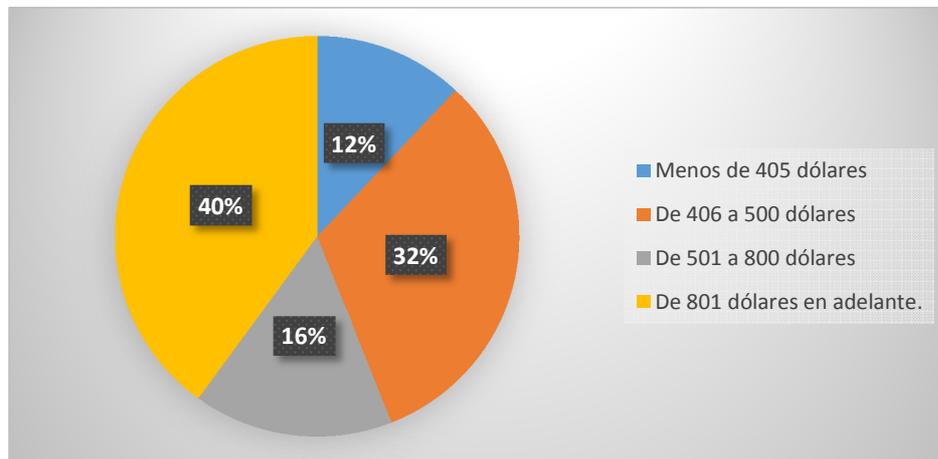
Tabla 6: Ingresos mensuales de los turistas

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Menos de 405 dólares	3	12%
De 406 a 500 dólares	8	32%
De 501 a 800 dólares	4	16%
De 801 dólares en adelante.	10	40%
Total	25	100%

Fuente: *Turistas en la ciudad de Portoviejo*

Elaborado por: *Autor de tesis*

Gráfico 5: Ingresos mensuales de los turistas



Fuente: *Turistas en la ciudad de Portoviejo*

Elaborado por: *Autor de tesis*

Análisis e interpretación:

En 40% de las personas encuestadas indicaron que su nivel de ingresos mensuales aproximadamente se encuentra entre \$801 en adelante, el 32% de 406 a 500 dólares, el 16% de 501 a 800 dólares y, finalmente el 12% perciben ingresos inferiores a 405 dólares.

6. ¿Cuál es su lugar de residencia habitual por provincia?

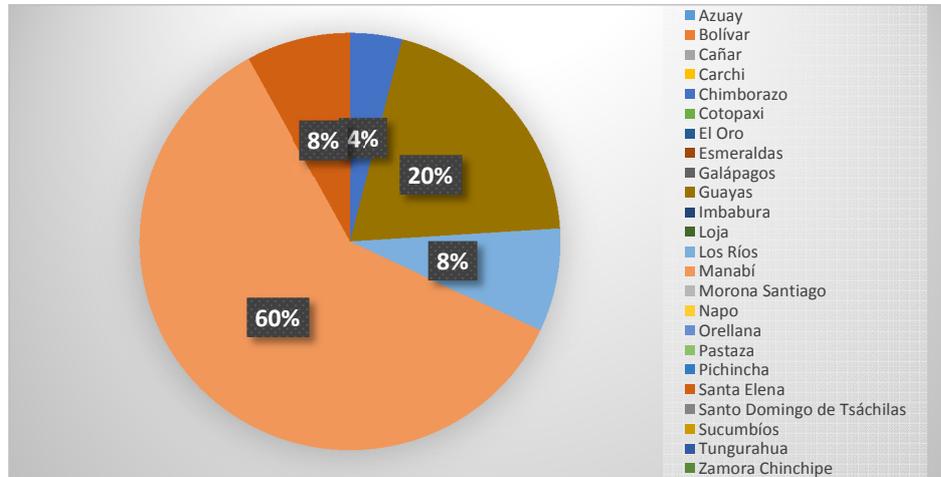
Tabla 7: *Lugar de residencia de turistas*

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Azuay		
Bolívar		
Cañar		
Carchi		
Chimborazo	1	4%
Cotopaxi		
El Oro		
Esmeraldas		
Galápagos		
Guayas	5	20%
Imbabura		
Loja		
Los Ríos	2	8%
Manabí	15	60%
Morona Santiago		
Napo		
Orellana		
Pastaza		
Pichincha		
Santa Elena	2	8%
Santo Domingo de Tsáchilas		
Sucumbíos		
Tungurahua		
Zamora Chinchipe		
Total	25	100%

Fuente: *Turistas en la ciudad de Portoviejo*

Elaborado por: *Autor de tesis*

Gráfico 6: Lugar de residencia de turistas



Fuente: *Turistas en la ciudad de Portoviejo*

Elaborado por: *Autor de tesis*

Análisis e interpretación:

En base a la encuesta efectuada se identificó que el 60% de los turistas que visitan la ciudad de Portoviejo son procedentes de la provincia Manabí; el 20% de la provincia de Guayas, el 8% de Santa Elena; el 8% de Los Ríos y el 4% de la provincia de Chimborazo.

7. ¿Cuál ha sido la frecuencia con la que ha visitado Portoviejo durante la pandemia por Covid-19?

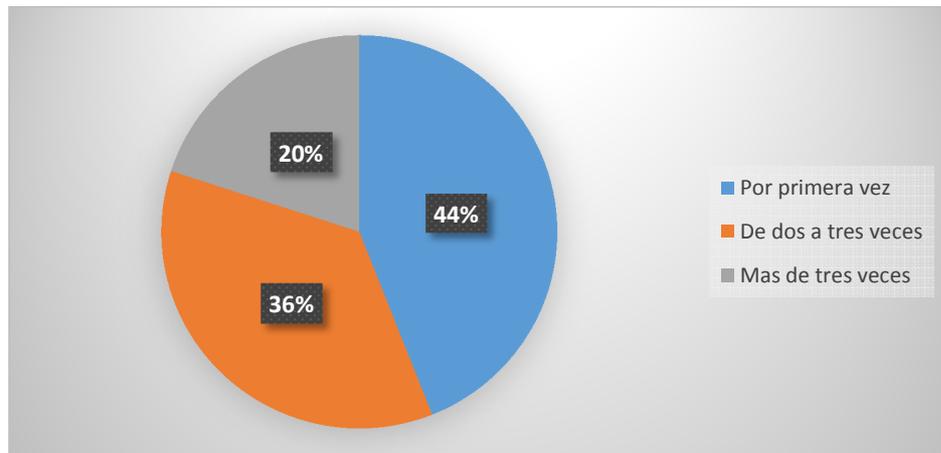
Tabla 8: *Frecuencia de visita*

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Por primera vez	11	44%
De dos a tres veces	9	36%
Más de tres veces	5	20%
Total	25	100%

Fuente: *Turistas en la ciudad de Portoviejo*

Elaborado por: *Autor de tesis*

Gráfico 7: *Frecuencia de visita*



Fuente: *Turistas en la ciudad de Portoviejo*

Elaborado por: *Autor de tesis*

Análisis e interpretación:

Durante la pandemia por el Covid-19, la frecuencia con la que han visitado la ciudad de Portoviejo estos turistas han sido en un 44% por primera vez, el 36% de dos a tres veces y el 20% en más número de ocasiones.

8. ¿Con qué personas ha realizado la visita?

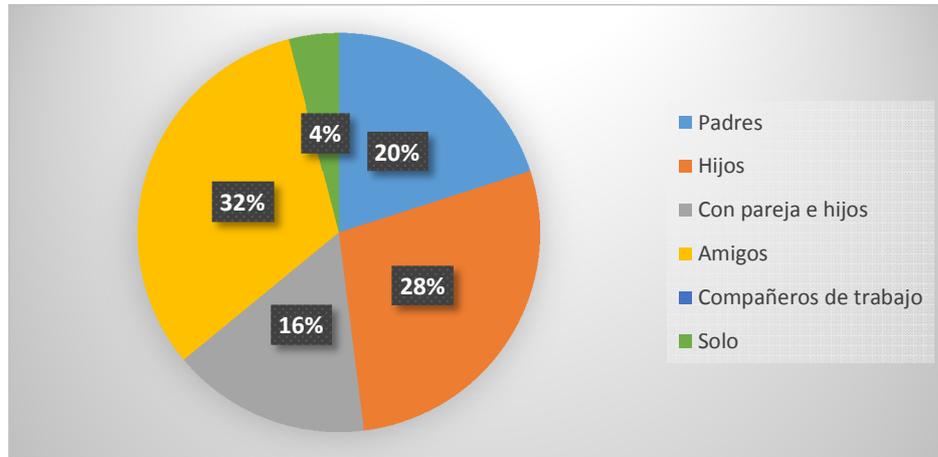
Tabla 9: *Acompañantes del turista*

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Padres	5	28%
Hijos	7	20%
Con pareja e hijos	4	16%
Amigos	8	32%
Compañeros de trabajo		
Solo	1	4%
Total	25	100%

Fuente: *Turistas en la ciudad de Portoviejo*

Elaborado por: *Autor de tesis*

Gráfico 8: *Acompañantes del turista*



Fuente: *Turistas en la ciudad de Portoviejo*

Elaborado por: *Autor de tesis*

Análisis e interpretación:

Los turistas encuestados afirmaron en un 32% que han visitado este cantón acompañado por amigos, el 28% de los mismos han acudido a este destino turístico con sus hijos, el 20% con sus padres, el 16% con pareja e hijos y finalmente el 4% lo han hecho solos.

9. ¿Cuáles han sido los medios con los que conoció la existencia de la ciudad de Portoviejo como destino turístico seguro pese a la pandemia actual?

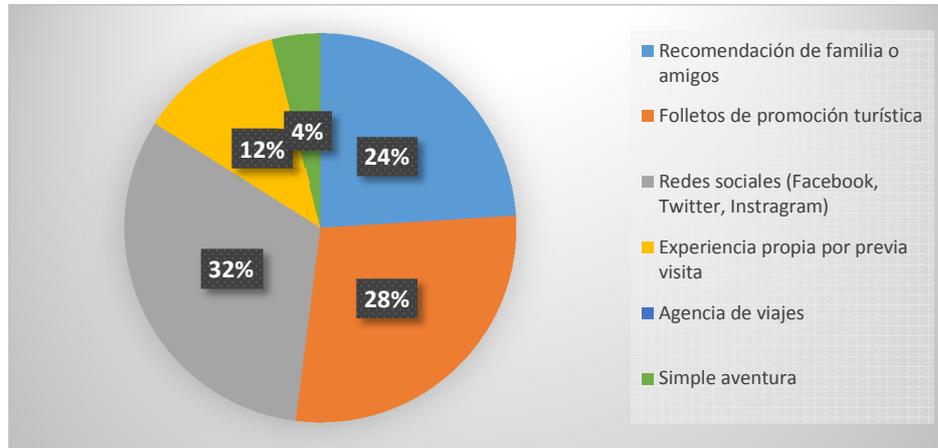
Tabla 10: *Medios de comunicación a los que accedió al destino turístico*

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Recomendación de familia o amigos	6	24%
Folletos de promoción turística	7	28%
Redes sociales (Facebook, Twitter, Instagram)	8	32%
Experiencia propia por previa visita	3	12%
Agencia de viajes	0	0%
Simple aventura	1	4%
Total	25	100%

Fuente: *Turistas en la ciudad de Portoviejo*

Elaborado por: *Autor de tesis*

Gráfico 9: Medios de comunicación a los que accedió al destino turístico



Fuente: *Turistas en la ciudad de Portoviejo*

Elaborado por: *Autor de tesis*

Análisis e interpretación:

A través de la encuesta se determinó que el 32% de los turistas encuestados a través de las redes sociales como Facebook, Twitter e Instagram conocieron la existencia de la ciudad de Portoviejo como destino turístico seguro pese a la pandemia actual; el 28% lo hizo por folletos de promoción turística, el 24% por recomendaciones de familiares o amigos, el 12% por experiencia propia, pues ya han visitado antes este destino, y finalmente el 4% lo han hecho simplemente por aventura.

10. ¿Cuáles han sido los medios y recursos que ha empleado para preparar su visita a la ciudad de Portoviejo?

Tabla 11: *Medios y recursos empleados para preparar la visita*

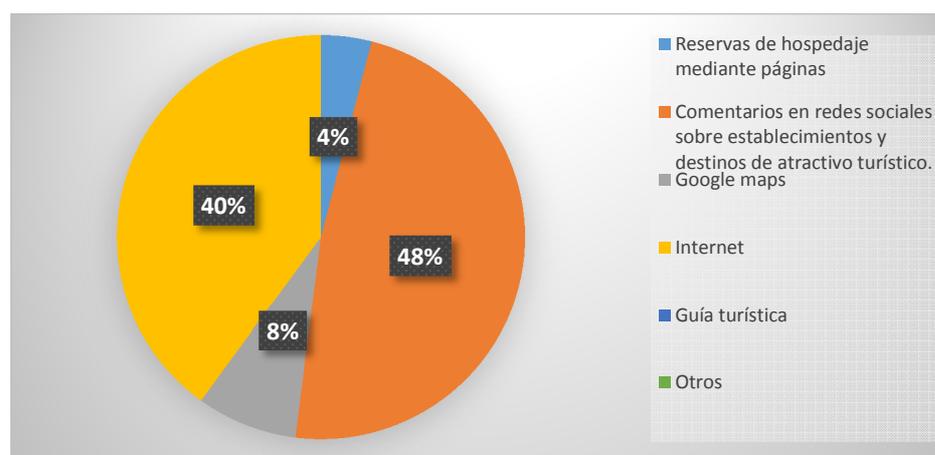
Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Reservas de hospedaje mediante páginas	1	4%
Comentarios en redes sociales sobre establecimientos y destinos de atractivo turístico.	1	48%
Google maps	2	8%
Internet	1	40%
	0	0%

Guía turística		
Otros		
Total	2	100
	5	%

Fuente: *Turistas en la ciudad de Portoviejo*

Elaborado por: *Autor de tesis*

Gráfico 10: *Medios y recursos empleados para preparar la visita*



Fuente: *Turistas en la ciudad de Portoviejo*

Elaborado por: *Autor de tesis*

Análisis e interpretación:

El 48% de los encuestados señalaron que han preparado su visita como hospedaje lugares que visitar, actividades, comida, entre otros, guiándose a través de los comentarios en redes sociales sobre los diversos establecimientos que destino atractivo de este sector; asimismo, el 40% ha revisa en internet las ofertas de estos sitios, el 8% mediante Google maps y finalmente el 4% con guías turísticas.

11. ¿Cuáles son las principales razones por las que decidió visitar la ciudad de Portoviejo?

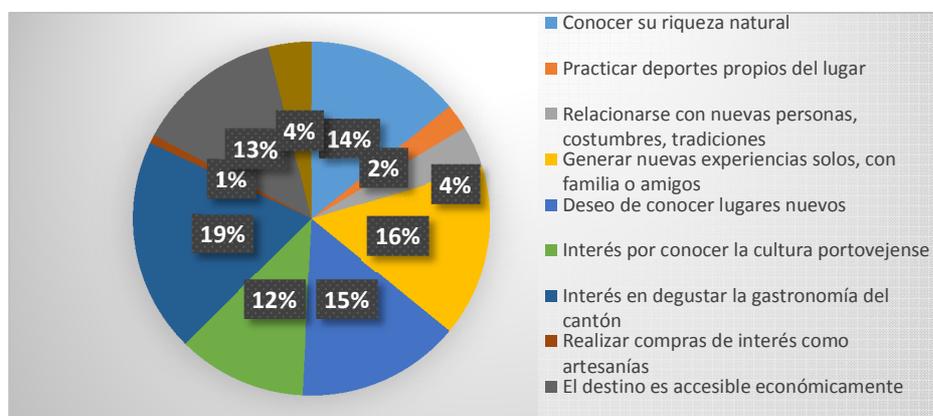
Tabla 12: Razones de visita a Portoviejo

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Conocer su riqueza natural	18	14%
Practicar deportes propios del lugar	3	2%
Relacionarse con nuevas personas, costumbres, tradiciones	5	4%
Generar nuevas experiencias solos, con familia o amigos	20	16%
Deseo de conocer lugares nuevos	19	15%
Interés por conocer la cultura portovejense	15	12%
Interés en degustar la gastronomía del cantón	25	19%
Realizar compras de interés como artesanías	1	1%
El destino es accesible económicamente	17	13%
La popularidad de la ciudad	5	4%
Total	178	100%

Fuente: *Turistas en la ciudad de Portoviejo*

Elaborado por: *Autor de tesis*

Gráfico 11: Razones de visita a Portoviejo



Fuente: *Turistas en la ciudad de Portoviejo*

Elaborado por: *Autor de tesis*

Análisis e interpretación:

El 19% de los turistas encuestados afirman que una de las principales razones por las que decidió visitar Portoviejo como destino turístico ideal fue el interés por degustar a gastronomía

del sector, el 16% por que querían generar nuevas experiencias solos, con familia o amigos, el 15% lo hizo por su deseo de conocer lugar nuevos, el 14% por su afán de conocer su riqueza natural, el 13% porque su acceso es económico, el 12% por su afán de saber más sobre la cultura portoviejense, el 4% por la popularidad del lugar, el 4% por relacionarse con nuevas personas costumbres, tradiciones; el 2% por querer practicar deportes propios del lugar, y finalmente el 1% porque les gusta realizar compras de artesanías.

12. ¿Cuál es el gasto promedio que efectúa por persona al visitar la ciudad de Portoviejo?

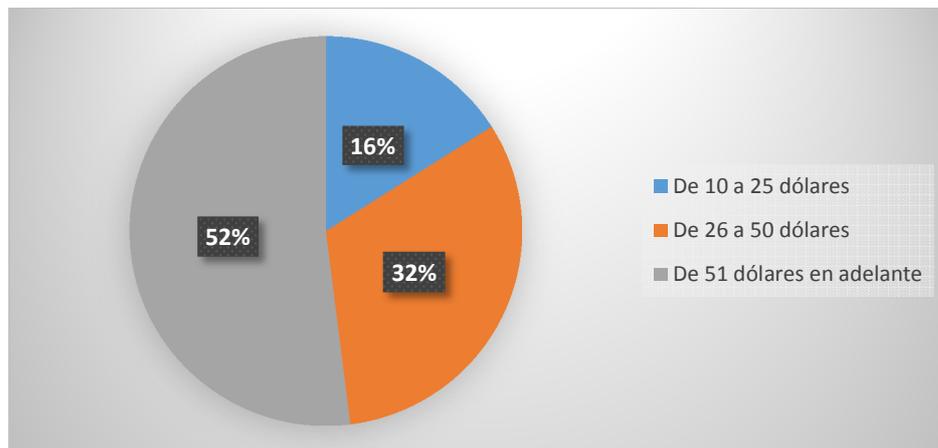
Tabla 13: Gasto promedio para el turismo

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
De 10 a 25 dólares	4	16%
De 26 a 50 dólares	8	32%
De 51 dólares en adelante	13	52%
Total	25	100%

Fuente: *Turistas en la ciudad de Portoviejo*

Elaborado por: *Autor de tesis*

Gráfico 12: *Gasto promedio para el turismo*



Fuente: *Turistas en la ciudad de Portoviejo*

Elaborado por: *Autor de tesis*

Análisis e interpretación:

El 52% de los turistas encuestados afirmaron que el gasto promedio que efectúan por visitar la ciudad de Portoviejo equivale a un valor superior a los 51 dólares; el 32% solo invierte en su paseo de 26 a 56 dólares, mientras que el 16% restante realiza un gasto entre 10 y 25 dólares.

13. ¿Cuál sería su disposición en dólares para contribuir con la conserva de los lugares y atractivos turísticos del cantón?

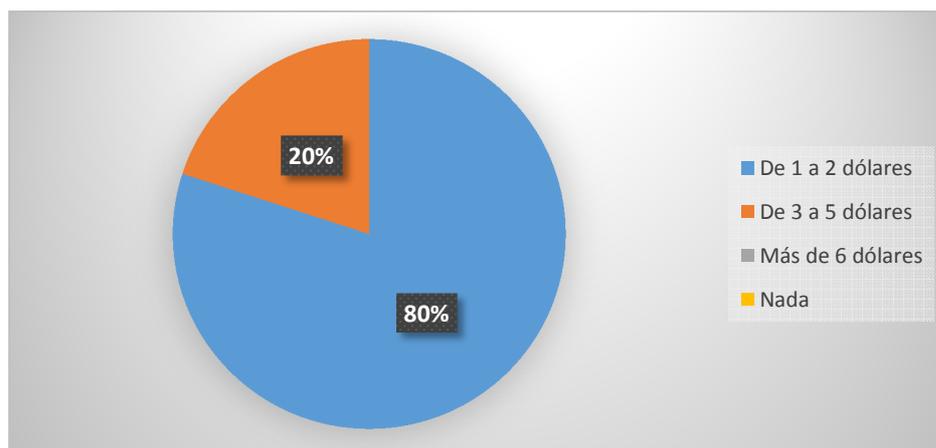
Tabla 14: *Contribución a la conserva del destino turístico por parte del visitante*

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
De 1 a 2 dólares	20	80%
De 3 a 5 dólares	5	20%
Más de 6 dólares		
Nada		
Total	25	100%

Fuente: *Turistas en la ciudad de Portoviejo*

Elaborado por: *Autor de tesis*

Gráfico 13: *Contribución a la conserva del destino turístico por parte del visitante*



Fuente: *Turistas en la ciudad de Portoviejo*

Elaborado por: *Autor de tesis*

Análisis e interpretación:

El 80% de los encuestados mencionaron que dé a 1 a 2 dólares podrían destinar para asegurar la conservación del destino turístico, mientras que el 20% estaría dispuesto en contribuir con entre 3 y 5 dólares.

14. ¿Cómo turista, le gusta pernoctar en el cantón Portoviejo, considerando los riesgos por la pandemia actual?

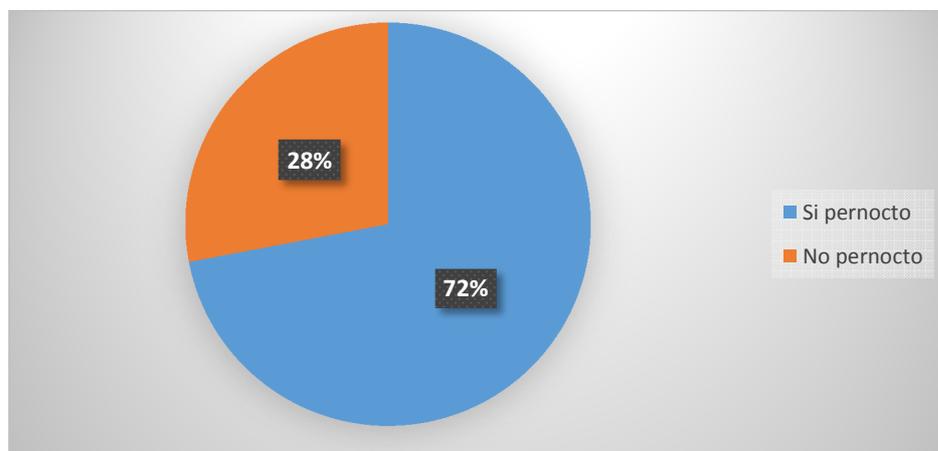
Tabla 15: Considerando riesgos por la pandemia COVID-19, el turista le gusta pernoctar.

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Si pernocto	18	72%
No pernocto	7	28%
Total	25	100%

Fuente: *Turistas en la ciudad de Portoviejo*

Elaborado por: *Autor de tesis*

Gráfico 14: Considerando riesgos por la pandemia COVID-19, el turista le gusta pernoctar.



Fuente: *Turistas en la ciudad de Portoviejo*

Elaborado por: *Autor de tesis*

Análisis e interpretación:

El 72% de los turistas encuestados si pernoctaron en la ciudad de Portoviejo, esto pese a que se atraviesa una situación de pandemia que obliga al cuidado extremo de la salud, mientras que el 28% decidió retornar a sus hogares para su descanso.

15. Si su respuesta en la pregunta anterior fue sí, responda: ¿Cuál es su tiempo de estadía en el cantón Portoviejo?

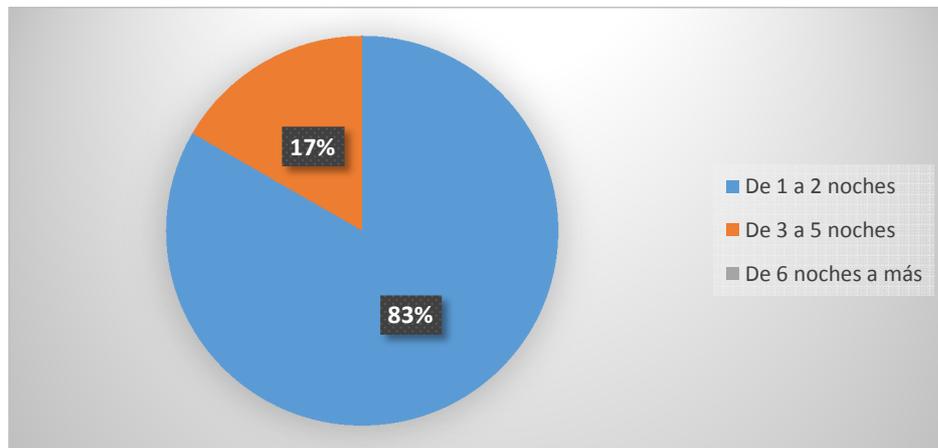
Tabla 16: *Tiempo de estadía aproximado*

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
De 1 a 2 noches	15	
De 3 a 5 noches	3	
De 6 noches a más		
Total	18	0%

Fuente: *Turistas en la ciudad de Portoviejo*

Elaborado por: *Autor de tesis*

Gráfico 15: *Tiempo de estadía aproximado*



Fuente: *Turistas en la ciudad de Portoviejo*

Elaborado por: *Autor de tesis*

Análisis e interpretación:

El 83% de los turistas encuestados que afirmaron pernoctar en la ciudad de Portoviejo evidenciaron que su tiempo de estadía ha sido de 1 a 2 noches, mientras que el 17% restante de 3 a 5 noches.

16. ¿Cuál es el tipo de establecimiento que utilizó o utiliza durante su estadía en la ciudad de Portoviejo?

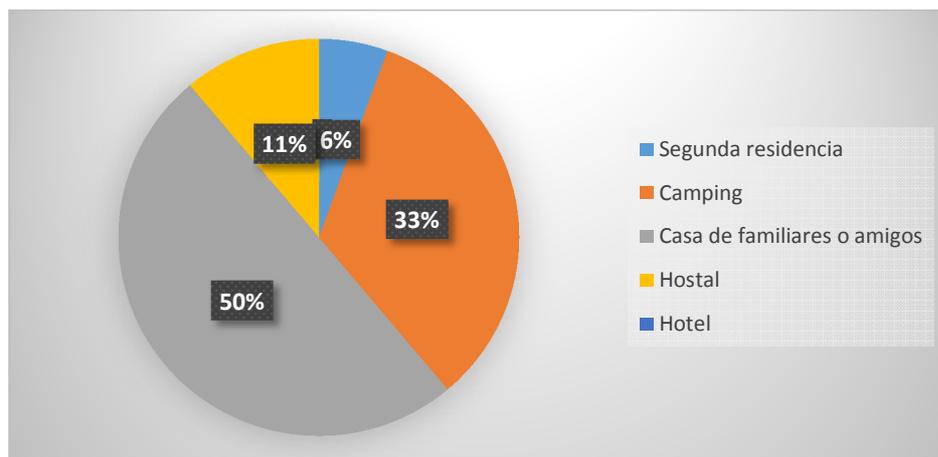
Tabla 17: *Tipo de establecimiento mayor utilizado*

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Segunda residencia	1	6%
Camping	6	33%
Casa de familiares o amigos	9	50%
Hostal	2	11%
Hotel		
Total	18	100%

Fuente: *Turistas en la ciudad de Portoviejo*

Elaborado por: *Autor de tesis*

Gráfico 16: *Tipo de establecimiento mayor utilizado*



Fuente: *Turistas en la ciudad de Portoviejo*

Elaborado por: *Autor de tesis*

Análisis e interpretación:

Según la encuesta, el 50% de los turistas afirmaron que el tipo de establecimiento que utilizan al llegar a su destino turístico Portoviejo, es generalmente la casa de familiares o amigos; el 33% prefieren el camping, el 11% hostales y el 6% poseen una segunda residencia en este sector.

17. ¿Cuál es el tipo de turismo que lo motivó a visitar la ciudad de Portoviejo?

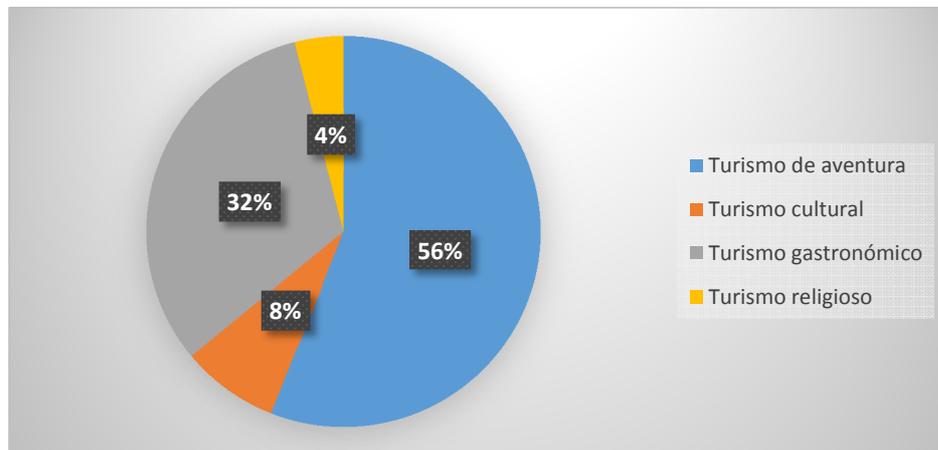
Tabla 18: Tipo de turismo que motiva al visitante

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Turismo de aventura	14	56%
Turismo cultural	2	8%
Turismo gastronómico	8	32%
Turismo religioso	1	4%
Total	25	100%

Fuente: *Turistas en la ciudad de Portoviejo*

Elaborado por: *Autor de tesis*

Gráfico 17: Tipo de turismo que motiva al visitante



Fuente: *Turistas en la ciudad de Portoviejo*

Elaborado por: *Autor de tesis*

Análisis e interpretación:

El turismo que más motiva al turista en la ciudad de Portoviejo es el turismo de aventura según el 56% de los encuestados, el 32% consideran que es el turismo gastronómico, el 8% el turismo cultural y el 4% restante el turismo de tipo religioso.

18. ¿Considera que los servicios adquiridos han sido adecuados?

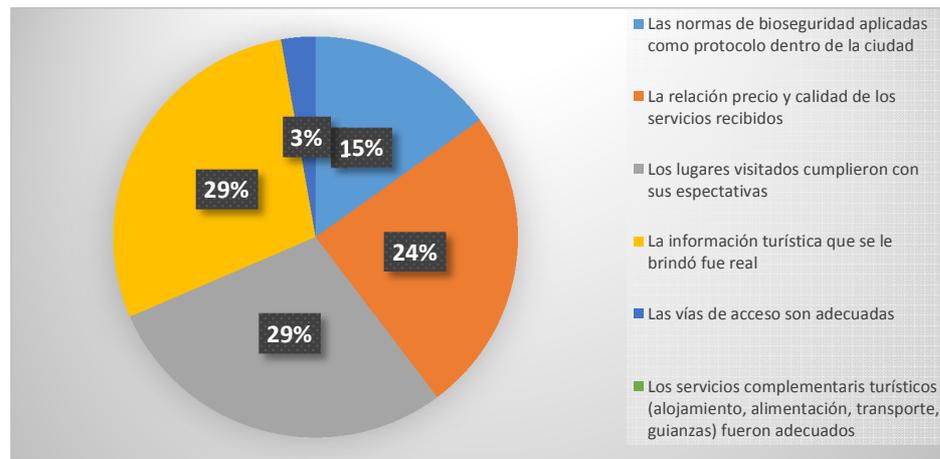
Tabla 19: Calificación de servicios

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Las normas de bioseguridad aplicadas como protocolo dentro de la ciudad	11	15%
La relación precio y calidad de los servicios recibidos	18	24%
Los lugares visitados cumplieron con sus expectativas	21	29%
La información turística que se le brindó fue real	21	29%
Las vías de acceso son adecuadas	2	3%
Los servicios complementarios turísticos (alojamiento, alimentación, transporte, guías) fueron adecuados	73	100%
Total	73	100%

Fuente: *Turistas en la ciudad de Portoviejo*

Elaborado por: *Autor de tesis*

Gráfico 18: Calificación de servicios



Fuente: *Turistas en la ciudad de Portoviejo*

Elaborado por: *Autor de tesis*

Análisis e interpretación:

El 29% de los encuestados evidencian que los servicios adquiridos durante su estadía en el destino turístico de la ciudad de Portoviejo referente a la información turística son adecuados; asimismo 29% considera que los lugares visitados si cumplieron con sus expectativas, el 24%

acordaron en que, si mantienen relación razonable entre el precio y la calidad de los servicios recibidos, y finalmente el 3% opinaron que las vías de acceso son adecuadas.

19. ¿Considera en base a su experiencia turística que, Portoviejo cumple con todas las medidas de bioseguridad para evitar el contagio por covid-19 y a su vez permite el disfrute seguro de sus atractivos?

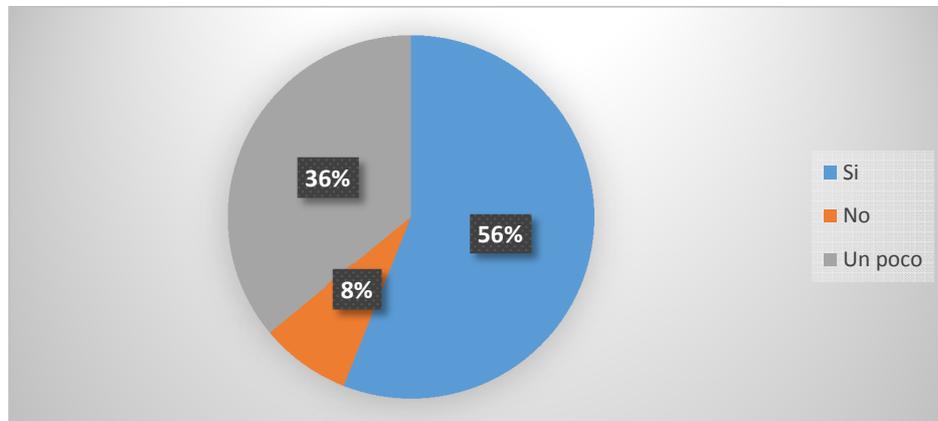
Tabla 20: *Cumplimiento de medidas de bioseguridad para el turismo en la ciudad Portoviejo*

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Si	14	56%
No	2	8%
Un poco	9	36%
Total	25	100%

Fuente: *Turistas en la ciudad de Portoviejo*

Elaborado por: *Autor de tesis*

Gráfico 19: *Cumplimiento de medidas de bioseguridad para el turismo en la ciudad Portoviejo*



Fuente: *Turistas en la ciudad de Portoviejo*

Elaborado por: *Autor de tesis*

Análisis e interpretación:

El 56% de los turistas encuestados mencionaron que, en base a su experiencia turística, Portoviejo si cumple con todas las medidas de bioseguridad para evitar el contagio por covid-19

y a su vez permite el disfrute seguro de sus atractivos; el 36% opina que solo un poco y el 8% restante que no lo cumplen en absoluto.

20. ¿Recomendaría a los demás turistas visitar la ciudad de Portoviejo aún en tiempo de pandemia?

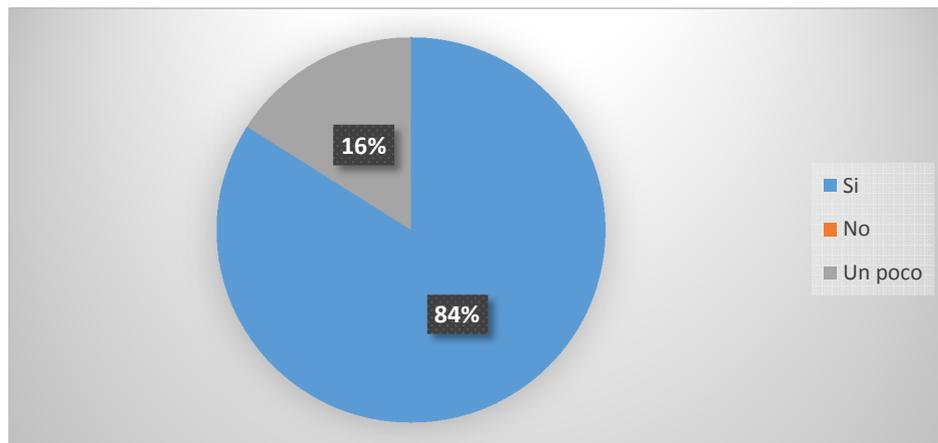
Tabla 21: Recomendación de Portoviejo como destino turístico

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Si	21	84%
No		
Un poco	4	16%
Total	25	100%

Fuente: *Turistas en la ciudad de Portoviejo*

Elaborado por: *Autor de tesis*

Gráfico 20: Recomendación de Portoviejo como destino turístico



Fuente: *Turistas en la ciudad de Portoviejo*

Elaborado por: *Autor de tesis*

Análisis e interpretación:

El 84% de los turistas encuestados en el momento de su paseo, coinciden en que si recomendarían a los demás turistas visitar la ciudad de Portoviejo aún en tiempo de pandemia; mientras que el 16% invita a reflexionar más el tema.

3.2. Análisis de Resultados

Según la encuesta aplicada a los turistas que visitan la ciudad de Portoviejo como un atractivo turístico, se pudo evidenciar que, frente a la emergencia actual por la pandemia Covid-19, el perfil del turista se ha modificado, pues prefieren en su mayoría buscar un turismo de tipo aventura que los conecte con la naturaleza, que les permita pasear con espacios abiertos que le brinden seguridad de no contagio; no obstante, aún siguen manteniendo características como el poco interés por salvaguardar los recursos naturales, por ello, muchos no realizan contribuciones considerables para resguardar estos atractivos turísticos naturales.

Asimismo, se determinó que los turistas de hoy en día buscan lugares cerca de su domicilio o ciudad de residencia para poder retornar al descanso a sus hogares, esto por temor al virus Covid-19, sin embargo, hay muchos que aún mantienen el deseo de permanecer por días en un establecimiento turísticos, por ello exigen que éstos posean normas de bioseguridad y estandaricen procesos que cuiden de la salud de todos, por tanto, prefieren establecimientos pocos recurridos, que adopten formas de prevención al contagio.

Se evidenció que, el perfil del turista que visita la ciudad de Portoviejo en tiempos de pandemia, es aún más exigente con todos los servicios, restaurantes, hospedaje, centros turísticos, centros comerciales, y demás, pues el temor a esta enfermedad les impide degustar como antes de las bondades naturales que especialmente este cantón ofrece a sus visitantes, no obstante están conscientes de que el rumbo diario debe continuar y por ello, recomiendan este sector para disfrutar en familia, con amigos, compañeros de trabajo o simplemente solos.

Finalmente, se presenta a continuación una matriz que refleja el perfil del turista que visita la ciudad de Portoviejo en tiempos de pandemia.

Ilustración 2: Matriz del perfil del turista que visita la ciudad de Portoviejo en tiempos de pandemia

<ul style="list-style-type: none">- Generalmente son de género femenino- Poseen un rango de edad en su mayoría de 18 a 25 años.- La instrucción académica son estudiantes y graduados de universidad- En su mayoría percibe ingresos superiores a USD 800.	<ul style="list-style-type: none">- La mayor parte de los turistas visitan por primera vez la ciudad de Portoviejo y provienen de las provincias del Guayas, Manabí, Santa Elena y Los Ríos y lo hacen acompañados de amigos y familiares.
<p>PERFIL DE TURISTA QUE VISITA LA CIUDAD DE PORTOVIEJO EN TIEMPOS DE PANDEMIA</p>	
<ul style="list-style-type: none">- Los medios por los cuales conocen los atractivos turísticos de la ciudad es por redes sociales y recomendación de sus familiares o amigos.- Las principales razones por las que visitan Portoviejo es por su riqueza natural, su gastronomía y el afán de obtener nuevas experiencias con amigos y familiares.- El turismo de aventura los motiva a visitar más la ciudad	<ul style="list-style-type: none">- El gasto promedio diario que utilizan en la visita es superior a USD 50- Sienten la necesidad de contribuir económicamente al cuidado de las reservas naturales pero no les gusta pernoctar por temas pandemia.- Exigen mayor calidad en los servicios turísticos y que toda la ciudad aplique adecuadas normas de bioseguridad.

DISCUSIÓN

Frente a lo que señalan Proaño y otros autores (2018) sobre los cambios del perfil del turista conforme las exigencias que día a día evolucionan, se respalda su criterio en base a los resultados obtenidos, pues la actualidad expresa una realidad sobre el turismo que a nivel mundial se ha visto afectado por el Covid-19, y que incita a este sector a estudiar y analizar el perfil de sus visitantes, que como en el caso de los que optan por acudir a la ciudad de Portoviejo, prefieren espacios abiertos y que cumplan con todas las medidas de bioseguridad a fin de resguarda la salud propia y de los demás, criterio que se comparte.

Por otra parte, frente a Balbuena, Ochoa y Mora (2018) sobre el turista, ellos coinciden en que los mismos hoy en día priorizan los precios de los servicios y optan por visitar lugares en donde la gastronomía y el contacto con la naturaleza tomen el mayor protagonismo; criterio que se evidenció en el presente estudio, pues el perfil actual de los visitantes de la ciudad de Portoviejo, ahondan en el interés y deseo por conocer nuevos escenarios como parques nacionales y áreas naturales con gran disfrute ecológico y cultural.

Finalmente, en confrontación con el criterio de Fajardo (2017) quien indica que para conocer más sobre el perfil del turista es necesario “analizar, previamente, el conjunto de factores y características de su estructura y comportamiento”, idea que se comparte y sustenta debido a que se ha evidenciado la veracidad de ello, pues luego de la pandemia actual el sector turístico resultó ser el más afectado, por tanto, es necesario investigar los nuevos requerimientos de las personas y adaptar los establecimientos y servicios conforme sus expectativas, siendo ello la mejor forma de reactivarlo.

Propuesta de un plan de estrategias para la reactivación del sector turístico en la ciudad de Portoviejo en tiempos de pandemia por el Covid-19.

Tabla 22: Matriz de estrategias para satisfacer el nuevo perfil del turista que visita la ciudad de Portoviejo en tiempos de pandemia

Estrategia	Acciones	Tiempo ejecución	Responsable
Promoción y Publicidad	Promocionar a la ciudad de Portoviejo a través de medios sociales con videos y fotografías sobre los lugares turísticos y las actividades o deportes que se pueden realizar dentro de esta localidad, de igual manera, se debe promocionar el perfil del visitante diagnosticado en base a las exigencias por los tiempos de pandemia Covid,19, de forma que se brinde seguridad al respecto y los turistas sientan que sus necesidades turísticas frente a este problema mundial son atendidas	1 mes	<ul style="list-style-type: none"> ● GAD Portoviejo ● Dirección de Turismo ● Prestadores de servicios turísticos ● Autor de Tesis
Estudio y creación de nuevos paquetes turísticos	Crear paquetes turísticos que se destinen a personas individuales, grupos, familias y demás conforme a las necesidades de éstos y que a su vez sean accesibles económicamente.	1 mes	<ul style="list-style-type: none"> ● Dirección de Turismo ● Prestadores de servicios turísticos ● Autor de Tesis
Creación de una Plataforma de información turísticas	Crear mediante un software una plataforma que permita socializar información turística sobre los servicios y sectores turísticos que oferta la ciudad de Portoviejo, estableciendo muestras de hospedajes, disponibilidad de reservas, costos y precios, deportes, rutas, y que permita a su vez también que, el cliente pueda calificar su experiencia a través de este portal, siendo ello la mejor guía turística.	3 meses	<ul style="list-style-type: none"> ● Prestadores de servicios turísticos ● Autor de Tesis
Estudio y creación de actividades turísticas	Realizar estudios sobre nuevas actividades turísticas que se puedan realizar conforme las restricciones por el COE Nacional y Cantonal, así como medidas de bioseguridad para evitar el contagio y propagación del virus por Covid-19, de esta manera se incentivará al turista a visitar más seguido esta ciudad.	1 mes	<ul style="list-style-type: none"> ● GAD Portoviejo ● Dirección de Turismo ● Prestadores de servicios turísticos ● Autor de Tesis

CONCLUSIONES

En base a los resultados obtenidos tras el desarrollo de la presente investigación y la metodología aplicada como la encuesta dirigida a los turistas que visitan la ciudad de Portoviejo en tiempos de pandemia, son las siguientes:

- Se concluye a través de la fundamentación teórica que el perfil del turista es importante determinarlo porque por medio de su estudio, es posible dinamizar el sector turístico que ha sido duramente golpeado por la pandemia Covid-19 que afectó sus actividades a nivel mundial, de esta manera que se pone en evidencia en el objetivo uno de la investigación.
- Se determinó el perfil del turista que visita Portoviejo durante la pandemia, el mismo que expresa en la actualidad una motivación hacia el turismo de aventura por su contacto directo con la naturaleza, el comportamiento del mismo es mucho más exigentes en cuanto a las medidas de bioseguridad, por lo cual siempre sugieren que los servicios que ofrece el cantón sean concientizando las medidas de protección para evitar el contagio y propagación del virus Covid-19, quedando comprobado el objetivo dos del estudio.
- En los resultados obtenidos se levantó el nuevo perfil del turista, el mismo que sirvió para efectuar estrategias que permitan garantizar la reactivación de este sector como atractivo turístico, tales como como la promoción y publicidad, el estudio y creación de nuevos paquetes turísticos ajustados a las necesidades de bioseguridad de los visitantes, así como la creación de una plataforma de información turísticas que muestren las actividades que se pueden efectuar aun en tiempos de pandemia; siendo posible de esta manera evidenciar el objetivo tres.

RECOMENDACIONES

Según las conclusiones expuestas, se presentan las siguientes recomendaciones:

- Realizar un estudio previo sobre los requerimientos y necesidades de los turistas, de esta forma, es más factible que se determine su perfil y conforme a ello, será posible realizar ofertas turísticas viables.
- Se recomienda por otra parte que, una vez efectuado el estudio del perfil del turista, se analicen las formas de socializar la novedad de cumplimiento de sus expectativas, por tanto, es necesario determinar su motivación, comportamiento y alcance económico; de la misma manera, es recomendable hacer uso de los resultados obtenidos para levantar un perfil del turista que visita la ciudad de Portoviejo en pandemia y saber actuar adecuada y oportunamente.
- Finalmente, se recomienda poner en práctica la propuesta sobre el diseño de un plan de mejora a base de estrategias y acciones operativas para dinamizar las actividades turísticas conforme el actual perfil del turista que visita Portoviejo en pandemia.

BIBLIOGRAFÍA

- Acaro Maza, D. M., & Guañuna Condor, J. B. (2019). *Análisis del perfil del visitante que realiza turismo de aventura, preferencias y motivaciones: caso de estudio Baños de Agua Santa*. Sangolquí: Universidad de las Fuerzas Armadas.
<http://repositorio.espe.edu.ec/xmlui/bitstream/handle/21000/21253/T-ESPE-040833.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Acosta Gutiérrez, A. F., & Pérez Romero, G. (2021). *Perfil del turista Pos-Covid 19 en destinos de Sol y Playa: el caso del Sur de Tenerife*. San Cristóbal de la Laguna: Economía, empresa y Turismo.
<https://riull.ull.es/xmlui/bitstream/handle/915/24406/Perfil%20del%20turista%20pos-Covid%2019%20en%20destinos%20de%20sol%20y%20playa%20el%20caso%20del%20sur%20de%20Tenerife.pdf?sequence=1>
- Araújo Pereira, G., & de Sevilha Gosling, M. (2017). Los viajeros y sus motivaciones: Un estudio exploratorio sobre quienes aman viajar. *Redalyc: Revista Estudios y Perspectivas en Turismo*, 62 - 85. <https://www.redalyc.org/pdf/1807/180749182004.pdf>
- Araújo Pereira, G., & De Sevilla Gosling, M. (2017). Los viajeros y sus motivaciones: Un estudio exploratorio sobre quienes aman viajar. *Redalyc: Revista Estudios y Perspectivas en Turismo*, 62 - 85. <https://www.redalyc.org/pdf/1807/180749182004.pdf>
- Balbuena, A., Ochoa, T., & Mora, V. (2018). El perfil del turista de la Mancomunidad Bosque Seco, Ecuador. *Turydes: Revista Turismo y Desarrollo Social*, 5(2), 1 - 16.
<https://www.eumed.net/rev/turydes/24/turista-bosqueseco-ecuador.html>
- Borbor Ronquillo, S. M. (2018). *Identificación del perfil del turista como aporte al desarrollo de la Comuna San Pedro*. La Libertad: Universidad Estatal "Península de Santa Elena".

- <https://repositorio.upse.edu.ec/xmlui/bitstream/handle/46000/4124/UPSE-THT-2017-0004.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Cabanilla, E., Ocaña, W., Garrido, C., & Molina, E. (2021). *Turismo y desarrollo desde un enfoque territorial y el Covid-19*. Quito: Ediciones Abya Yala.
- <https://biblio.flacsoandes.edu.ec/libros/digital/58451.pdf>
- Carvache Franco, M., & Macas López, C. (2017). Motivaciones, valoración y satisfacción del turista en un destino de sol y playa de Ecuador. *Revista Espacios*, 1 - 16.
- <https://www.revistaespacios.com/a18v39n13/a18v39n13p04.pdf>
- Crespo Jareño, J. A., & Soria de Mesa, B. W. (2019). Factores que influyen en el comportamiento del turista: estado de la cuestión. *Revista de Investigación Kalpana*, 121 - 136.
- <https://publicaciones.udet.edu.ec/index.php/kalpana/article/view/20/50>
- Fajardo Pérez, A. (2017). *Análisis de la demanda turística del cantón Naranjal provincia del Guayas, para el diseño de un Plan promocional turístico*. Guayaquil: Universidad de Guayaquil.
- <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/22607/1/Tesis%20Análisis%20de%20la%20Demanda%20Turística%20de%20Naranjal%202020%28Reparado%29.pdf>
- Falcones, L., & Estefanía, S. (2019). *Análisis del perfil turístico del visitante para diagnosticar la calidad de los servicios turísticos en Bahía de Caráquez*. Bahía de Caráquez: Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí. <https://repositorio.ulead.edu.ec/bitstream/123456789/2621/1/ULEAM-HT-0067.pdf>
- Guerra Luzuriaga, P. (2020). Reactivación vs turistificación: los retos de las ciudades frente al turismo post pandemia. *INNOVA*, 134 - 150.
- Guevara Alban, G. P. (2020). Metodologías de investigación educativa (descriptivas, experimentales, participativas, y de investigación-acción). *RECIMUNDO*, 4(3), 163-173.

- Ibañez, J. (2015). *Metodos, tecnicas e instrumentos de la investigacion criminologica*. España: Dikynson.
https://books.google.es/books?id=ggTdBAAQBAJ&dq=metodo+descriptivo+inductivo+analitico+y+bibliografico&lr=&hl=es&source=gbs_navlinks_s
- Lemoine Quintero, F. Á., Caicedo Coello, E. A., Hernández Rodríguez, N. R.-., & Saltos Saltos, J. E. (2020). *Gestión del comportamiento del consumidor turístico*. Editorial Área de Innovación y Desarrollo, S.L. <https://www.3ciencias.com/wp-content/uploads/2020/11/Gestion-del-comportamiento-del-consumidor-turistico.pdf>
- López, P., & Fachelli, S. (2016). *Métodología de Investigación Social Cuantitativa*. Barcelona: CampUs de la UAB.
- Maiza Cosquillo, C. E. (2021). *Perspectiva del turista gay con respecto a la experiencia turística*. Ambato: Universidad Técnica de Ambato.
[https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/32248/1/MAIZA%20COSQUILLO%20CYNT HIA.pdf](https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/32248/1/MAIZA%20COSQUILLO%20CYNT%20HIA.pdf)
- Martín, S., & Lafuente, V. (2017). Referencias Bibliográficas: indicadores para su evaluación en trabajos científicos. *Revista de Investigación Bibliotecológica*, 31(71), 151-180.
- Morán Andrade, K. E. (2016). *Estrategias de Marketing Mix para impulsar el turismo comunitario en la comunidad el Cesardo del cantón Cotacachi*. Ibarra: Universidad Regional Autónoma de los Andes. <https://dspace.uniandes.edu.ec/bitstream/123456789/5826/1/PIUIETH002-2017.pdf>
- Napa Alvarado, Y. d. (2017). *Perfil del visitante y sus niveles de satisfacción con los productos consumidos en el Cantón La Libertad de la Provincia de Santa Elena*. La Libertad: Universidad Estatal Península de Santa Elena. <https://repositorio.upse.edu.ec/bitstream/46000/4148/1/UPSE-THT-2017-0017.pdf>
- Niño Bernal, S. G., & Contreras Guevara, M. (2020). Actividad turística en el Parque Natural Chicaque como factor de desarrollo sostenible en las veredas Chicaque y Cascajal. *Redalyc: Revista*

Turismo y Sociedad, 173 - 203.

<https://www.redalyc.org/jatsRepo/5762/576262996008/576262996008.pdf>

Oliveros Ocampo, C. A., Virgen Aguilar, C. R., & Chávez Dagostino, R. M. (2018). Enfoques de las investigaciones acerca del ciclo de vida del área turística. *Revista Turismo y Sociedad*, 51 - 75.

<https://revistas.uexternado.edu.co/index.php/tursoc/article/view/5646/7634>

Paladines, G., & Suárez, J. (2020). Gestión de la felicidad y satisfacción del turista en Ecuador. *Revista Conciencia Digital*, 122 - 138.

Proaño Chipantaxi, P. L., Pazmiño Valle, P. M., & Tapia Novillo, F. C. (2018). Perfil del turista en función de las motivaciones para productos turísticos patrimoniales - caso Ruta del Hielo II. *Universidad Central del Ecuador*, 105 - 110.

<https://revistadigital.uce.edu.ec/index.php/SIEMBRA/article/view/1431/1380>

Rubio Pérez, J. (2019). *Plan de promoción turística y propuesta de implementación de marca de destino turístico para las Islas Guañape en el Gobierno Regional de La Libertad*. Chincha: Universidad Autónoma de ICA.

<http://repositorio.autonomadeica.edu.pe/bitstream/autonomadeica/778/1/Rubio%20Pérez%20Jorge.pdf>

Sotelo Márquez, F. (2019). *Perfil del turista y definición de potenciales segmentos de mercado: el caso de Sierra de la Ventana*. Bahía Blanca: Universidad Nacional del Sur: Departamento de Geografía y Turismo.

https://repositoriodigital.uns.edu.ar/bitstream/handle/123456789/4616/2019_Sotelo%20Marquez_Tesina.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Toselli, C. (2019). Turismo, patrimonio cultural y desarrollo local. Evaluación del potencial turístico de aldeas rurales en la provincia de Entre Ríos, Argentina. *PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 343 - 361. https://www.pasosonline.org/Publicados/17219/PS219_07.pdf

Tustón Jara, L. F. (2017). *Perfil del turista aficionado a la gastronomía. Caso de estudio cantón Patate.*

Ambato: Universidad Técnica de Ambato.

<https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/27515/1/tesis.pdf>

Velásquez Cruz, M. M., & Maribel, V. P. (2018). *Perfil del turista para la diversificación de la oferta*

turística en el Santuario Histórico Bosque de Pómac, Pítipo - Ferreñafe. Pimentel: Universidad

Señor de Sipán.

Vidaurre López, T. L. (2020). *Perfil del turista nacional que visita el Santuario Histórico Bosque de Pómac*

- Región Lambayeque. Ciclayo: Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo.

https://tesis.usat.edu.pe/bitstream/20.500.12423/2514/3/TL_VidaurreLopezTiare.pdf