



Universidad
Casa Grande



**Facultad de
Administración y
Ciencias Políticas**

**UNIVERSIDAD CASA GRANDE
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN Y CIENCIAS POLÍTICAS**

“Perfil del excursionista que visita Puerto El Morro en el año 2018”

Elaborado por:

MARÍA JOSÉ RIZZO COLOMA

GRADO

Trabajo de Investigación Formativa previo a la obtención del Título de:

Licenciado en Administración y Marketing Estratégico

Guayaquil, Ecuador
Noviembre, 2018



**Facultad de
Administración y
Ciencias Políticas**

**UNIVERSIDAD CASA GRANDE
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN Y CIENCIAS POLÍTICAS**

“Perfil del excursionista que visita Puerto El Morro en el año 2018”

Elaborado por:

MARÍA JOSÉ RIZZO COLOMA

Docente Investigador:
Suleen Díaz Christiansen

Docente Co-Investigador:
Annabelle Figueroa Lizarzaburu

GRADO

Trabajo de Investigación Formativa previo a la obtención del Título de:

Licenciado en Administración y Marketing Estratégico

Guayaquil, Ecuador
Noviembre, 2018

Resumen

El propósito del presente estudio es identificar las características principales que posee el perfil del turista que visita Puerto El Morro en el año 2018. La información ha sido recolectada a través de 585 encuestas realizadas de manera aleatoria a los turistas que se encontraban en el lugar de investigación durante el mes de mayo a septiembre del año 2018 y los mismos que están motivados por las ganas de salir de la rutina en compañía de sus familiares. Entre los resultados, se pudo conocer la edad, lugar de procedencia, nivel de estudios y entre otros aspectos que describen el perfil de las personas que visitan Puerto El Morro. Permitiendo de esta forma identificar constantemente la existencia de nuevas oportunidades en la oferta de actividades en este lugar turístico, las cuales aumenten la demanda de visitantes.

Palabras claves: turismo, perfil del turista, Puerto El Morro.

Abstract

The purpose of this study is to identify the main characteristics of the profile of the tourist visiting Puerto El Morro in 2018. The information has been collected through 585 surveys taken at random way to tourists who were in the place of the investigation during the month of May to September 2018 and those are motivated by the desire to get out of the routine with the company of their relatives. Among the results, it was possible to find out the age, place of origin, level of studies and other aspects that describe the profile of the people who visit Puerto El Morro. Making possible in this way to constantly identify the existence of new opportunities in the offer of activities in this tourist place, which increase the demand of visitors.

Key words: tourism, tourist profile, Puerto El Morro.

Índice de contenido

Resumen.....	2
Abstract.....	2
Nota Introdutoria.....	4
Introducción	5
Descripción del área geográfica.....	7
Revisión de literatura	9
Metodología	13
Discusión de resultados.....	14
Conclusiones	18
Recomendaciones	18
Referencias Bibliográficas.....	20
Apéndices.....	24

Nota Introductoria

La presente investigación forma parte del Proyecto Interno de Investigación-Semillero Puerto El Morro: Perfil del turista que visita Puerto El Morro en el año 2018, el mismo que se encuentra dirigido por la Docente Investigadora Msc. Suleen Díaz y la Docente Co-Investigadora Msc. Annabelle Figueroa, pertenecientes a la Universidad Casa Grande.

Se planteó como objetivo principal del proyecto conocer el perfil de los turistas que visitan Puerto El Morro durante el año 2018 para realizar las diferentes actividades que el lugar propone, se empleó un enfoque de investigación cuantitativo utilizando la herramienta encuestas para obtener información pertinente y los objetos de investigación fueron personas escogidas de forma aleatoria, las mismas que se encontraban en el lugar investigado al momento de llevar a cabo la misma.

Introducción

El turismo es considerado a nivel mundial como un fenómeno que influye directamente en el desarrollo de aspectos económicos, sociales y culturales de cada país. Para que el turismo sea una herramienta beneficiosa para el desarrollo de un país, es necesario comprender su volumen, tendencias y significado que le dan los diferentes países en etapa de desarrollo (Cánoves Valiente, Frat Forga, & Blanco Romero, 2016). En las últimas décadas, se ha detectado que el crecimiento del turismo a nivel mundial, en el año 2013 creció un 5% en comparación del año 2012, lo cual es importante para la Organización Mundial de Turismo ya que superaron el porcentaje estimado para ese año. Se espera que incremente el porcentaje de turistas que realizan visitas a lugares fuera de su origen (Kester, 2014).

La industria turística mundial registró que Ecuador ha tenido una variación cada año, teniendo un aumento del 7% en la cifra de visitantes que han llegado al país desde el año 2005 al 2016, logrando alcanzar en el año 2014 el noveno lugar de destinos turísticos que los extranjeros escogen para conocer dentro de Sudamérica y Centroamérica. Los factores claves que han influido en el crecimiento del turismo son: la seguridad que se le ofrece a los extranjeros y visitantes nacionales, la variedad de opciones turísticas, gastronomía y actividades; de igual manera la calidad de infraestructura y servicios de cada lugar (Acebo, Palacios & Quijano, 2016).

De igual manera, a nivel internacional se han realizado investigaciones con el fin de conocer el Perfil del turista que visita sus playas como en San Salvador se aplicó el estudio en Majahual y Conchalio, el mismo que tuvo la finalidad de contribuir en el fortalecimiento y creación de nuevas actividades que se pueden realizar en el destino turístico (González, Hernández & Maldonado, 2015). En el año 2016 en la Universidad de Zula se realizó también un estudio con la finalidad de conocer las características del perfil de los visitantes que van a la playa de Los Cabos, Baja California Sur. La edad y nivel de ingresos económicos que estos poseen (Ibáñez, Cruz & Juárez, 2016).

De igual forma, en la ciudad de Hue ubicada en Vietnam se realizó una investigación que explicó sobre la clasificación de los diferentes turistas patrimoniales, y de cómo estos se desenvuelven en distintas formas frente al patrimonio cultural de

este lugar, nivel socioeconómico, y así mismo las tradiciones que los motivan a visitar lugares que son parte de su patrimonio cultural (Nguyen & Cheung, 2014).

En Perú, fue realizado un estudio de perfil del turista de aventura en el año 2008, el mismo que tenía la intención de identificar los datos socio demográficos de las personas que realizan este tipo de turismo, los cuales se encuentran interesados en realizar una variedad de actividades físico recreacionales al aire libre y sentir la sensación de adrenalina y diversión (Seminario, 2008).

Se llevó a cabo una investigación en Cerro Blanco; ubicado en la ciudad de Guayaquil, con el propósito de conocer las características del perfil de las personas que visitan este lugar para realizar turismo de naturaleza, en el cual tienen más contacto con la flora y fauna y de igual manera se pueden desarrollar actividades que les permitan conocer la importancia de sus recursos naturales y apreciarlos (Pionce, 2016).

De acuerdo a la investigación de Borbor (2017), se identifican las principales características del perfil que poseen los ecuatorianos que realizan viajes a nivel nacional con el fin de conocer las diferentes culturas y riquezas que posee Ecuador. Otro estudio similar a la presente investigación fue realizado en un sitio de ecoturismo la Isla Santay (Terranova, 2016), con el fin de identificar las principales características del perfil de los visitantes que acuden a este lugar e identificar las razones por las cuales los turistas desean visitar este tipo de lugares turísticos, y su clasificación de acuerdo a sus motivaciones (Díaz, Pérez & Ortega, 2017).

De igual manera a nivel nacional en el año 2017 se realizó un estudio, cuyo objetivo era explicar el crecimiento que ha tenido Puerto el Morro, tanto en el ámbito económico como en el desarrollo personal de sus habitantes, dando a conocer un poco sobre el perfil que posee la mayoría de los sujetos que fueron parte de la investigación. Los resultados lograron mostrar que estos tienen entre 15 y 40 años de edad, los mismos que se dedican al emprendimiento y a la actividad de pesca, contando con un espacio propio en donde vivir y algunos carecen de servicio de alcantarillado, de igual manera más de la mitad alcanzó un nivel de estudios primario (Tapia Ubillús, Martillo Pazmiño & Salazar Soledispa, 2017).

También se realizó una investigación en el año 2010 con el objetivo de evaluar el uso que se le da a la parte recreativa y turística que se encuentra en Puerto El Morro, fue posible conocer que es un destino ecoturístico que debido a la cercanía que tiene a las ciudades de Guayaquil y Playas, alcanza alrededor de 57.955 visitantes en el transcurso del año, y así mismo se han ido creando nuevas actividades y caminos para llegar, evitando de esta forma afectar sus infraestructuras (Cevallos, Cortéz & Hurtado, 2010).

Se considera de alto nivel de importancia para el sector turístico conocer las características principales y comunes que mejor describen a las personas que visitan Puerto el Morro con el fin de realizar turismo de aventura u otro tipo de actividades, de esta manera se podrá aprovechar al máximo el potencial turístico que este lugar posee y de igual manera plantear una oferta en servicios y productos a los visitantes, de tal manera que satisfagan sus necesidades. Ante esta problemática se plantea la pregunta general de investigación: ¿Cuál es el perfil del excursionista que visita Puerto El Morro?.

Es pertinente llevar a cabo esta investigación, con la necesidad de conocer las características demográficas, psicográficas, geográficas y conductuales más comunes que definen el perfil del excursionista que visita Puerto el Morro para poder identificar de esta manera necesidades que aún no han sido atendidas en su totalidad, e igualmente se pretende mejorar la oferta de servicios/productos en el sitio turístico logrando conocer las preferencias que influyen en la elección que tienen los visitantes al momento de elegir un lugar turísticos para conocer.

Descripción del área geográfica

Puerto El Morro, parroquia rural que posee una exuberante flora y fauna, se encuentra ubicado a 9 kilómetros del balneario General Villamil – Playas, a una hora y media de la ciudad de Guayaquil. Cuenta con aproximadamente 2.500 habitantes, tiene una extensión de 10.030 hectáreas y un rango altitudinal de 0 – 28 metros (G.A.D Parroquial El Morro, 2014). Se encuentra limitado al norte por la parroquia Progreso, al sur por la parroquia Posorja, al este con la parroquia urbana Chongón y el Canal del Morro, y al oeste con el cantón General Villamil. En cuanto al clima, Puerto el Morro se destaca por poseer dos tipos de clima, de diciembre a abril es soleado, mientras que en

el resto de meses del año se caracterizan por tener temperaturas más templadas (Ron, 2017).

El área de puerto el Morro se encuentra repartida en dos sectores, 2.094 hectáreas se encuentran cubiertas por la parte continental, las cuales están repartidas entre los esteros El Morro y El Salado, y la otra parte que encierra 8.000 hectáreas es la Insular, la misma que abarca las islas conocidas como Manglecito, y el canal del Morro cuya estructura es rocosa (Ministerio del Ambiente de Ecuador, 2015).

En los primeros años en que se creó Puerto El Morro, los ingresos de los habitantes de ese lugar dependían de las actividades de pesca, agricultura y la ganadería; pero a raíz de su deforestación, los habitantes de Puerto El Morro se enfocaron en darle más énfasis en impulsar la pesca artesanal, haciendo posible la adquisición de diferentes especies marinas aptas para el consumo humano. Cada año en Puerto El Morro se lleva a cabo el nombrado y reconocido Festival de la Lisa, esta actividad logra reunir a más de mil turistas de origen nacional e internacional, logrando explotar el sector económico a través de la venta de sus platos típicos preparados por los miembros de la comunidad (Carvache, Cevallos, Cortéz & Hurtado, 2010).

Antes de indagar sobre perfil de los turistas que acuden a Puerto El Morro, se debe analizar la importancia que tiene conocer las características que describen el perfil de las personas que visitan un determinado lugar diferente a su habitat, todo esto con el fin de plantear y llevar a cabo estrategias que a lo largo del tiempo tengan un impacto positivo sobre la economía local (Orgáz & Moral, 2016).

Puerto El Morro derivó su nombre de una característica especial: el peñasco en forma redonda que posee el balneario, un cerro conformado por rocas que tienen años de historia y buscan denotar en él su estructura parroquial. Debido a esto, Puerto El Morro es considerado como un gancho turístico para la ruta del pescador y se destaca por la maravillosa fauna y flora que posee. Además, tiene la oferta de diferentes actividades que los turistas que visitan el lugar pueden realizar, y un suceso importante que vale la pena mencionar es que fue declarado por el Ministerio del Ambiente de Ecuador como un área protegida en el año 2007 (Prefectura del Guayas, 2012).

Revisión de literatura

El turismo ha sido considerado como una de las industrias que posee un crecimiento acelerado a nivel mundial, abarcando la parte cultural de los países, y generando su vez oportunidades de modernización y sirve de gran impulso en el desarrollo del sector económico y social de un país (Orgaz, Cañero, Gonzáles & Acosta, 2015).

Dentro de las definiciones de turismo, “el movimiento de personas a destinos fuera de su lugar habitual de trabajo y residencia, las actividades realizadas durante su estancia en estos destinos y los servicios creados para atender a sus necesidades” (Santana, 2001, p. 233). Lo que también indica que el turismo es conocido por el desplazamiento de las personas hacia lugares diferentes a su residencia con un tiempo corto de estancia, los cuales se encuentran motivados principalmente por realizar actividades nuevas, conocer diferentes culturas, historias y más factores que forman parte de la misma (Organización Mundial de Turismo, 2013).

La Organización Mundial de Turismo (2015) afirma que el turismo engloba los diferentes tipos de actividades que los turistas optan por realizar mientras se encuentran de viaje en lugares ajenos a los de su país, y que a su vez tienen una duración menor a un año y se realizan por motivos de trabajo, conocimiento de nuevas culturas u otros. De acuerdo con los datos proporcionados por Ministerio de Turismo de Ecuador (2018), en el año 2017 Ecuador presentó un incremento en el número de turistas que acogió en sus diferentes destinos turísticos; comparando estas cifras con el año 2016, el turismo tuvo un incremento de aproximadamente el 14%.

Se conoce como ecoturismo, a la actividad de viajar de manera responsable sobre aquellas áreas naturales en donde se promueve el cuidado y conservación del medio ambiente, así mismo se considera que es una parte del turismo que posee un acelerado crecimiento de alrededor del 20% anual a nivel mundial, a través de los años se han realizado acciones con el objetivo de hacer que este tipo de turismo sea sostenible (Leal Londoño, 2017). Por otra parte, se expresa que el ecoturismo comunitario forma parte de una estrategia que tiene como principal objetivo la conservación efectiva de los recursos naturales que posee un país y busca involucrar a los miembros de las comunidades locales de manera equitativa, lo cual hace que el

desarrollo de la economía de un sector sea sustentable y beneficie a toda una comunidad (García, 2016).

Ruiz, Hernández, Coca, Del Campo y Cantero (2010) expresaron que el turismo comunitario es conocido como aquel tipo de turismo que beneficia directamente a los habitantes de una comunidad, repartiendo las ganancias obtenidas a partir de sus emprendimientos de forma equitativa, a favor de la economía estable del sector en el que estos habitan. En el aspecto ambiental, este busca favorecer de manera sostenible al medio ambiente, restringiendo y controlando el desarrollo de actividades que representen pongan en peligro y afecten directamente a los recursos naturales de una comunidad. De igual manera se puede mencionar que otro de los beneficios de este tipo de turismo es mantener a los habitantes unidos y organizados en función de trabajar en equipo junto con instituciones gubernamentales para la cooperación y crecimiento económico de la comunidad.

De acuerdo a lo expuesto por Guilarte y González (2016) conocer el perfil de las personas que visitan ciertos lugares turísticos tiene un alto nivel de importancia, y esta se basa en que la información hace posible identificar el tipo de necesidades que posee un grupo de personas con características e intereses similares que aún no han sido atendidas. Una vez que se hayan identificado las características del perfil de los visitantes de un lugar turístico, se considera recomendable a los habitantes realizar la oferta de un servicio y/o producto que cumpla con la función de satisfacer ciertas necesidades insatisfechas. Según el Ministerio de Turismo del Ecuador (2015), el perfil común que poseen los extranjeros que visitan el país está en el rango de edad de entre 18 y 34 años y realizan viajes por conocer diferentes partes de la cultura de un lugar, poseen ingresos económicos altos y en su mayoría son personas solteras o casadas sin hijos.

En efecto, para poder definir el perfil del consumidor es clave hablar de la segmentación de mercado; es decir, separar un mercado en partes iguales basándonos en los gustos, intereses y la variedad de necesidades de cada división (Kotler & Keller, 2012) y luego de esto es posible identificar y elegir la división de segmento en el cual concentraremos todos los esfuerzos de marketing.

Viñals y Monasterio (2016) comentan que el turismo experiencial de humedales

hace referencia a las exigencias y valoración que presentan los turistas al momento de planificar viajes hacia humedales, estos se orientan por escoger este tipo de destinos siempre y cuando les proporcionen experiencias que se encuentren conectadas con las emociones y sensaciones que permitan crear recuerdos únicos. Es importante conocer sobre el perfil del turista de este tipo de destinos, y se dividen en varios tipos: los observadores de aves (Conell, 2009) son aquellos turistas que acuden al lugar con un objetivo en específico, de observar las diferentes especies de aves y quedan satisfechos; los miembros de los grupos educativos visitan este tipo de entorno con el fin de desarrollar actividades académicas; y finalmente el otro tipo de visitantes es el público en general que va en busca de entretenimiento junto con su familia, o amistades con la intención de salir de la rutina y entrar en un momento de relajación.

De acuerdo a la investigación realizada por Seminario (2008), el perfil del turista de aventura en Perú, el 65% de personas que lo realizan son de género masculino, tienen entre 18 y 24 años y su estado civil es soltero y son estudiantes universitarios en busca de aventuras extremas.

Según Nguyen & Cheung (2014), los turistas patrimoniales se clasifican en cinco categorías de acuerdo a la profundidad de las experiencias que tienen al visitar un lugar; el turista de herencia fortuita se interesa en el patrimonio de la ciudad de Hue y tienen experiencias de herencia profundas, los turistas casuales y de visitas son aquellos que visitan más destinos y están en cada uno por cortos períodos de tiempo; el turista con propósito es aquel que regresa al lugar turístico con el objetivo de tener una mejor imagen del lugar; y los turistas afortunados se caracterizan por aumentar sus conocimientos patrimoniales sobre un lugar turístico.

De igual manera, las características que poseen los turistas en Ecuador, generalmente son personas entre 24 y 34 años de edad con nivel socioeconómico medio alto, buscan ampliar sus conocimientos sobre las diferentes culturas existentes en el país, realizan sus viajes en pareja y en su mayoría son personas casadas sin hijos (Borbor, 2017).

En la investigación por Ibáñez, Cruz y Juárez (2016) se identificó que los visitantes de la playa Los Cabos son personas que tienen entre 21 y 48 años de edad,

poseen un nivel económico medio y viajan la mayoría de veces con miembros de su familia, en busca de conocer diferentes culturas, realizando turismo de playa.

De acuerdo al estudio realizado por (Pionce, 2016) el 54% de las personas que visitan Cerro Blanco son mujeres, y tienen entre 18 y 24 años de edad, son solteros y se encuentran cursando estudios de tercer nivel, la mayoría de los turistas nacionales son de Guayaquil y de los internacionales son de Estados Unidos.

El estudio del perfil del visitante que va a la Isla Santay identificó que el 70% de los excursionistas que acuden a este lugar son ecuatorianos y el 30% de origen extranjero, el 15,2% realizó la visita con pareja, con la intención de degustar su gastronomía, realizar actividades disponibles en el lugar y conocer su riqueza natural (Terranova, 2016).

Se conocen distintas variables bajo las cuales un mercado puede ser segmentando o clasificado y cada una tiene características que pueden ser identificadas a simple vista, entre estas tenemos: Segmentación geográfica que permite dividir el mercado de acuerdo a su situación geográfica, como en países, capitales, regiones, estados, barrios, etc. a los que las personas pertenecen y pasan la mayor parte de su tiempo; la segmentación demográfica divide el mercado de acuerdo a atributos que definen a una persona en particular como edad, género, raza, religión, clase social, etc. se dice que esta variable muchas veces se encuentran más relacionadas con el tipo de necesidades que poseen las personas; mientras que la segmentación Psicográfica, se basa en conocer las características personales y psicológicas que poseen las personas y por ende el estilo de vida que estos tienen acompañado de sus valores que han tenido a lo largo de su vida; y la segmentación de Comportamiento busca comprender las necesidades que llevan a un consumidor a tomar una decisión para realizar una acción determinada y la actitud o motivación que influyen en el desarrollo de la misma (Ciribeli y Miquelito, 2014).

De igual manera, existen diferentes tipos de turistas, los cuales se encuentran agrupados básicamente de acuerdo a su forma y preferencias que presentan al momento de realizar un viaje a un destino distinto al de su habitat. Martínez (2012) los clasifica de la siguiente forma: Organizado de masa es un tipo de turista más organizado, compra los pasajes con tiempo, y se guía por un itinerario previamente planificado, prefiere

viajar en grupo de numerosas personas; el turista individual de masa se inclina más por realizar actividades que va encontrando a lo largo del viaje; no las planifica pero sin embargo cuenta con un presupuesto alto para cubrir los gastos no planificados; al tipo de turista explorador le llama la atención interactuar con los habitantes del lugar en el que se encuentra, realiza su propio itinerario conectándose con las actividades que se realizan día a día y que fueron sugeridas por personas que ya conocen el lugar; el turista mochilero es aquel que viaja sin previa planificación, muchas veces con poco presupuesto y es más arriesgado, se deja llevar por la adrenalina ya que prefiere llegar a un sitio y buscar en donde hospedarse, y si es posible es capaz de acampar. Le gusta explorar lugares diferentes y conocer a las personas que forman parte de las culturas para escuchar sobre sus experiencias y costumbres; y el turista psicocéntrico se caracteriza por visitar destinos típicos, recomendado por otras personas y que posean todas las comodidades necesarias para que sea una buena experiencia.

Metodología

La presente investigación tiene como objetivo principal identificar el perfil del excursionista que visita Puerto El Morro, del cual se desprenden objetivos de tipo específico, como descubrir el perfil más común del tipo de turista que visita Puerto El Morro y definir el o los segmentos de turistas que visitan Puerto El Morro.

El estudio se realiza sobre los excursionistas que visitan Puerto El Morro y es de tipo descriptivo no experimental, ya que tenía como objetivo identificar las características sociodemográficas y económicas principales del excursionista que visita Puerto El Morro. Dicho tipo de investigación se empleó con el fin de describir de qué forma alguna situación es causada o ya sea un acontecimiento específico, y de tipo básica ya que se pretendía incrementar el conocimiento teórico y científico, sin intenciones de ser aplicada (Grijalva, 2015).

La muestra para llevar a cabo la investigación fue tomada a partir del número de visitantes que tuvo Puerto El Morro en el año 2017, aproximadamente de 15.776 visitantes nacionales y 200 de origen internacional (Ministerio de Turismo, 2018). Para calcular el tamaño de la muestra se aplicó la fórmula estadística $(n = \frac{EDFF * Np(1-p)}{[(d2/Z21-\alpha/2*(N-1)+p*(1-p)])}$, dando como resultado un total de 585 excursionistas

que serán objeto de estudio, utilizando el 95% de nivel de confianza y un margen de error del 4%.

El enfoque de la investigación es cuantitativo, puesto que se aplicaron encuestas a muestras escogidas de forma aleatoria, lo cual es propiamente característico de este tipo de enfoque y a su vez se realizó el análisis numérico (Monje Álvarez, 2011). Previo a aplicar las encuestas, se realizaron 18 encuestas pilotos en el lugar, con la finalidad de descartar posibles errores. Cabe recalcar, que de una encuesta macro se obtendrá información relevante que responde a los objetivos de investigación anteriormente planteados, como datos demográficos, sociales y económicos de los turistas.

Para la fase del análisis de los resultados obtenidos a través de la herramienta utilizada en el estudio, se ha establecido un período aproximado de tres meses, en el cual los datos obtenidos en el trabajo de campo fueron analizados a través del llamado software Statistical Package for the Social Sciences, conocido por sus siglas SPSS-22 el que sirvió de ayuda para el análisis respectivo de las tendencias, correlaciones, etc.

Se aplicó un muestreo aleatorio y simple, debido a que se presentó la necesidad de investigar respecto al perfil que tienen los visitantes de Puerto El Morro, y la finalidad era identificar las características comunes que estos poseen a través de la aplicación de encuestas utilizando la técnica previamente mencionada. La modalidad utilizada consistió en que el investigador de manera oral realizó preguntas de forma cerrada y relacionadas al tema de investigación a los excursionistas, las mismas que se encontraban estructuradas en su mayoría a modo escala de likert.

Discusión de resultados

Con el objetivo de conocer el perfil del excursionista que visita Puerto El Morro, a continuación en la tabla no. 1 se podrán apreciar los resultados arrojados de las 585 encuestas que fueron realizadas en Puerto El Morro a turistas que se encontraban en el lugar. La mayoría (36,07%) de turistas que van de visita a este espacio turístico son personas que tienen entre 30 y 39 años, seguidos del 34,53% que tienen menos de 30 años y el 17,78% que son personas que van desde los 40 a los 49 años de edad. De acuerdo a lo expuesto por Guilarte y González (2016), es necesario conocer las características comunes del perfil de las personas que asisten a un lugar turístico con el fin de mejorar su oferta, de tal forma que satisfagan necesidades.

Tabla 1

Género y Edad

Edad	Hombres	Mujeres	Total
Menos de 30 años	15,90%	18,63%	34,53%
30 - 39 años	19,83%	16,24%	36,07%
40 - 49 años	10,94%	6,84%	17,78%
50 - 59 años	3,76%	3,59%	7,35%
60 - 69 años	1,20%	2,56%	3,76%
70 años o más	0,17%	0,34%	0,51%
Total	52%	48%	100%

Fuente: Elaboración propia

De acuerdo a los datos presentados en la tabla 2., se puede observar que la mayoría de personas encuestadas son turistas locales, el 75% es procedente de la provincia Guayas, seguidos del 7,18% que acuden de las diferentes ciudades de la provincia Pichincha y procedentes también de Azuay con el 5,47%, es de alta relevancia mencionar que una pequeña parte proviene de otros países como Estados Unidos, Colombia y Venezuela. En el caso del estudio realizado sobre el perfil de los visitantes de la Isla Santay, la mayor parte de turistas (70%) son de origen local, seguidos del 30% que son de origen extranjero, de acuerdo a lo expresado por Terranova (2016).

Tabla 2

Procedencia de turistas

Ciudad de procedencia	Hombres	Mujeres	Total
Guayas	37,09%	38,29%	75,38%
Pichincha	3,76%	3,42%	7,18%
Azuay	3,25%	2,22%	5,47%
Manabí	1,88%	0,85%	2,74%
El Oro	0,51%	0,51%	1,03%
Los Ríos	0,68%	0,34%	1,03%
Tungurahua	0,17%	0,51%	0,68%

Chimborazo	0,34%	0,68%	1,03%
Esmeraldas	0,00%	0,17%	0,17%
Santa Elena	1,20%	1,54%	2,74%
Napo	0,17%	0,00%	0,17%
Imbabura	0,17%	0,34%	0,51%
Cañar	0,17%	0,34%	0,51%
Cotopaxi	0,00%	0,17%	0,17%
Loja	0,17%	0,17%	0,34%
Nueva York	0,17%	0,00%	0,17%
Cali	0,17%	0,17%	0,34%
Caracas	0,00%	0,34%	0,34%
Total	49,91%	50,09%	100%

Fuente: Elaboración propia

En la tabla 3, es posible identificar el nivel de formación académica que tienen los turistas que van de visita a Puerto El Morro, el 54,19% son personas que cuentan con un título de tercer nivel, alrededor del 30% han culminados sus estudios de secundaria y el 16% poseen postgrado o máster universitario. Contrastándolo con un estudio realizado por Pionce (2016) sobre turistas que visitan Cerro Blanco; una de las reservas más grandes y protegidas en Ecuador, nos permite conocer que el 54% de las visitantes son mujeres solteras de 18 a 24 años de edad y se encuentran cursando estudios de tercer nivel, la mayoría son de origen local.

Tabla 3

Nivel de formación académica

Nivel de Formación	Hombres	Mujeres	Total
Enseñanza Primaria Completa	0,34%	0,34%	0,68%
Secundaria Completa	12,48%	15,38%	27,86%
Graduado Universitario	29,06%	25,13%	54,19%

Postgrado - Máster Universitario	9,23%	6,67%	15,90%
Postgrado - Doctorado	0,68%	0,68%	1,37%
Total	51,79%	48%	100%

Fuente: Elaboración propia

De los 585 turistas encuestados, el 25,98% se dedican a desempeñar actividades en el sector privado, el 21,71% son profesionales que poseen negocios propios; es decir que trabajan bajo relación de independencia y el 14,87% son estudiantes de tercer nivel. Además, en los resultados se puede notar que dentro de la minoría que visita Puerto El Morro, se encuentran personas jubiladas. De igual manera, en una investigación realizada por Borbor (2017), se conoce de que las personas que realizan turismo en Ecuador, por lo general son personas que poseen un nivel socioeconómico medio alto, y buscan conocer más acerca de diferentes culturas.

Tabla 4

Profesión

Profesión	Hombres	Mujeres	Total
Directivo	9,91%	5,13%	15,04%
Profesional Independiente	11,79%	9,91%	21,71%
Funcionario Público	4,79%	5,47%	10,26%
Funcionario Privado	15,56%	10,43%	25,98%
Labores del hogar	0,17%	5,30%	5,47%
Estudiante	6,84%	8,03%	14,87%
Desempleado	1,71%	1,88%	3,59%
Jubilado	1,03%	2,05%	3,08%
Total	51,79%	48,21%	100%

Fuente: Elaboración propia

Conclusiones

Se consideró de alta importancia llevar a cabo este estudio, ya que el objetivo principal era conocer el perfil del turista que visita Puerto El Morro, seguido de la intención de aprovechar de la mejor forma posible el potencial turístico que posee este lugar.

A partir de los resultados es posible concluir que las características principales y comunes que describen las personas que realizaron visitas en Puerto El Morro en el año 2018 fueron personas adultas que tienen entre 30-39 años de edad (36,37%), los mismos que buscaban salir de la rutina de la ciudad un fin de semana junto a su familia, siendo del género masculino el 51,80% y Guayas su lugar de procedencia (75,38%), y generan consumos de 16 a 20 dólares por persona al momento de visitar este destino turístico.

Los visitantes tenían un nivel de formación de tercer nivel (54,19%), los mismos que desempeñan funciones dentro del sector privado, es decir que trabajan bajo relación de dependencia (25,98%) y también el 21,71% son personas con negocios propios, las mismas que visitan Puerto El Morro acompañados de familiares y en busca de un momento de relajamiento fuera de la ciudad, estos tienen un nivel de ingresos entre 1.751 a 2.000 dólares mensualmente.

Recomendaciones

Dados los resultados obtenidos en esta investigación se propone utilizar la información presentada en la que se identifica el perfil del consumidor para la elaboración y posterior ejecución de estrategias comerciales a corto plazo, las mismas que estén enfocadas en dar apoyo al desarrollo social y económico, y mejoramiento de la oferta turística en Puerto El Morro.

Se recomienda establecer la elaboración y el respectivo uso de un formulario o especie de mini encuesta a las personas que asisten al lugar en el momento de su llegada, el mismo que contenga información socio-demográfica, esto se realizaría con el fin de mantener actualizados los datos del perfil de las personas que asisten a este lugar turístico, y de igual manera obtener comentarios y sugerencias por parte de los visitantes.

Las operadoras turísticas que existen en la actualidad en el lugar donde fue realizada la investigación, deben mejorar e invertir más recursos en la publicidad de los servicios que ofrecen a las personas que acuden de paseo. Y de igual manera incrementar actividades en su oferta actual, las mismas que se encuentren conectadas con diferentes promociones y/o descuentos, seguidas de un precio asequible a los turistas.

Es importante mencionar que el uso de las redes sociales por parte de los emprendimientos que se han desarrollado en Puerto El Morro, sería una herramienta útil y de bajo costo para promocionar los servicios que estos ofrecen, la misma que les permitiría llegar a su mercado objetivo.

Referencias Bibliográficas

- Acebo, M., Palacios, R., & Quijano, J. (2016). *Estudios Industriales, Orientación Estrategia para la Toma de Decisiones. ESPAE Graduate School of Management*. Recuperado de <http://www.espae.espol.edu.ec/publicaciones-de-espae/>
- Asencio González, M. del T. (2015). *Perfil del turista de playa interno y propuesta de estrategias para la optimización de la oferta turística: caso de estudio playas el majahual y conchalio, departamento de La Libertad (Tesis doctoral)*. Recuperado de [http://ri.ues.edu.sv/8506/1/tesis perfil turista de playa y estrategias mercadologicas.pdf](http://ri.ues.edu.sv/8506/1/tesis%20perfil%20turista%20de%20playa%20y%20estrategias%20mercadologicas.pdf)
- Borbor, S. (2017). *Identificación del perfil del turista como aporte al desarrollo de la comuna San Pedro* (Tesis de pregrado). Universidad Estatal Península, Santa Elena, Ecuador
- Cánoves Valiente, G., Prat Forga, J. M., & Blanco Romero, A. (2016). Turismo en España, más allá del sol y la playa. Evolución reciente y cambios en los destinos de litoral hacia un turismo cultural. *Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles*, 71,431-454.. Recuperado de <https://doi.org/10.21138/bage.2289>
- Carvache, W., Cevallos, M., Cortéz, M., & Hurtado, Y. (2010). *Evaluación del uso recreativo y turístico del refugio de vida silvestres Manglares el Morro* (Tesis de pregrado). Escuela Politécnica del Litoral, Ecuador.
- Cevallos Vítores, M. I., Cortez Lozano, M. F., & Hurtado Espinoza, Y. (2016). *Evaluación del Uso Recreativo y Turístico del Refugio de Vida Silvestre Manglares el Morro* (Tesis de pregrado). Escuela Politécnica del Litoral, Ecuador.
- Ciribeli, J. P., & Miquelito, S. (2009). La segmentación del mercado por diferentes

criterios. *Visión de futuro*, 11(1), 37-40.

Conell, J. (2009). Birdwatching, Twitching and Tourism: towards an Australian perspective. *Australian Geographer*, 40(15), 203-217.

Grijalva, A. (2015). *Metodologías de investigación*. Universidad Nacional Autónoma de México, Metodologías e investigación. México D.F.: Guerrero S.A.

Gobierno Autónomo del Morro, (2014). *Historia de la Parroquia El Morro*. Recuperado de <http://gadelmorro.gob.ec/index.php/ct-menu-item-13/ct-menu-item-15>

Guala C., & Szmulewicz E., P. (2007). Evaluación De Buenas Prácticas En Servicios De Ecoturismo Comunitario En La Ecorregión Valdiviana, Chile. *Gestión Turística*, (8), 9-23.

Guilarte, Y. P., & González, R. C. L. (2016). El perfil del visitante en Santiago de Compostela: tradición y actualidad. *Cuadernos de Turismo*, (37), 305-322.

Ibáñez, M., Cruz, P., & Juárez, J. (2016). Perfil y satisfacción del visitante del destino: Los Cabos, Baja California Sur. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/descargas/articulo/5844703.pdf> volu numero pags inicio fin nombre cursivo

Kester, J. G. C. (2014). 2012 International Tourism Results and Prospects for 2013. *United Nations World Tourism Organization*. Recuperado de

http://cf.cdn.unwto.org/sites/all/files/pdf/unwto_fitur_2014_hq_jk_2pp.pdf

Kotler, K., & Keller, K. (2012). *Dirección de Marketing. Marketing*. México: Pearson.

Leal Londoño, M. del P. (2017). Turismo ecológico y sostenible: perfiles y tendencias.

The Ostelea School of Tourism and Hospitality. Recuperado de <https://100carbonneutral.com/assets/turismo-ecológico-y-sostenible--perfiles-y-tendencias.pdf>

Ministerio del Ambiente de Ecuador. (2007). *Refugio de Vida Silvestre, Manglares El morro*. Recuperado de <http://areasprotegidas.ambiente.gob.ec/es/areas-protegidas/refugio-de-vida-silvestre-manglares-el-morro>

Ministerio de Turismo de Ecuador. (2014). Proyecto Ecuador potencia turística. *Ministerio de Turismo del Ecuador. Documento de diagnóstico sectorial*, pp. 5. Recuperado de <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2015/05/Documento-Proyecto-Ecuador-Potencia-Turística.pdf>

Ministerio de Turismo de Ecuador. (2018). *Arribo de turistas a Ecuador creció en 14% en 2017*. Coordinación General de Estadística e Investigación del Mintur.

Recuperado de <https://www.turismo.gob.ec/arribo-de-turistas-a-ecuador-crecio-en-14-en-2017/>

Monje Álvarez, C. A. (2011). *Metodología de la investigación cuantitativa y cualitativa. Libro didáctico de metodología de la investigación en ciencias sociales*, Neiva, Colombia: Universidad Surcolombia.

Nguyen, T. y Cheung, C. (2014). The classification of heritage visitors: a case of Hue City, Vietnam. *Journal of Heritage Tourism*, 9(1), 35-50.

Orgaz, F., Cañero, P., Gonzáles, F., & Acosta, J. (2015). Ecoturismo y desarrollo sostenible. Un estudio de caso en comunidades rurales de República Dominicana. *Pasos. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 13(6), 1425-1435.

- Orgáz, F., & Moral, S. (2016). El turismo como motor potencial para el desarrollo económico de zonas fronterizas en vías de desarrollo. Recuperado de http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1870-90362016000200008
- Prefectura del Guayas. (2012). *Un 'Paraíso de Paz' llamado El Morro*. Recuperado de <http://www.guayas.gob.ec/turismo/atractivos/un-paraiso-de-paz-llamado-el-morro>
- Pionce, Y. (2016). Análisis del perfil del excursionista que visita Cerro Blanco para el diseño de paquetes turísticos educativos (Tesis de pregrado). Universidad de Guayaquil, Ecuador.
- Ron, Abraham. (2017). *Puerto El Morro*. Recuperado de <http://www.guayas.gob.ec/turismo/atractivos/puerto-el-morro>
- Santana, A. (2001). Reseña de Antropología y Turismo. *Revista Española de Investigaciones Sociológicas*, 95, 223-225. Recuperado de <http://www.redalyc.org/pdf/997/99717904012.pdf>
- Seminario, María M. (2008). Perfil del Turista de Aventura. Recuperado de www.promperu.gob.pe/turismoIN
- Tapia Ubillus, A. M., Martillo Pazmiño, Í., & Salazar Soledispa, V. B. (2017). *Crecimiento económico y desarrollo humano de los pobladores del recinto puerto el Morro desde la perspectiva humanista existencial de Carl Rogers*. Dominio de las Ciencias, ISSN-e 2477-8818, Vol. 3, N°. 2, 2, 2017, 291-316. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6325862>
- Terranova, Sandra. (2016). *El perfil del turista que visita la Isla Santay* (Tesis de

pregrado), Universidad Casa Grande, Ecuador.

Viñals, M.J., Alonso, P. (2016). Técnicas y estrategias para desarrollar el turismo experiencia en humedales. *Revista Investigaciones Turísticas*, 12, 1-19.

Recuperado de <http://dx.doi.org/10.14198/inturi2016.12.01>

Apéndices

Apéndice A



EXCURSIONISMO EN PUERTO EL MORRO

La Universidad Casa Grande y la Universidad de Córdoba están realizando un estudio para conocer la percepción y la opinión de los excursionistas que visitan Puerto El Morro

1. ¿Ha visitado con anterioridad Puerto El Morro?

- 1 Primera vez
 2 Si, de dos a tres veces
 3 Si, más de tres veces

2. ¿Con quién realiza la visita?

- 1 Solo
 2 Con compañeros de trabajo o amigos
 3 Con pareja
 4 Con pareja e hijos. Indicar el número de hijos.....
 5 Con hijos. Indicar el número de hijos.....
 6 Otros. Indicar.....

3. ¿Por qué medio ha conocido la existencia de Puerto El Morro como destino de visita? (se puede señalar más de una respuesta)

- 1 Recomendación de la agencia de viajes
 2 Recomendación boca a boca.
 3 Recomendación de amigos y familiares.
 4 Experiencia propia visita previa.
 5 Folletos turísticos.
 6 Anuncios en los medios de comunicación.
 7 Recomendación de redes sociales (Facebook, Twitter, etc.)
 8 Club y/o asociaciones
 9 Información encontrada en Internet

4. Por favor, califique de 1 a 5 (siendo 1, nada importante y 5 muy importante) las principales razones para visitar Puerto El Morro.

Razones de la visita – MOTIVACIÓN	1	2	3	4	5
1. Conocer su riqueza natural: flora, fauna y paisajes.					
2. Contactar con la naturaleza.					
3. Practicar deportes de naturaleza: senderismo, pesca deportiva					

4.	Búsqueda de tranquilidad.					
5.	Desconectar de lo cotidiano.					
6.	Acudir al museo					
7.	El deseo de conocer sitios nuevos.					
8.	Degustar su gastronomía.					
9.	Pasar tiempo con familiares y/o amigos.					
10.	Avistamiento de aves y delfines.					
11.	La fama y reputación del lugar.					
12.	Ser un destino accesible para mi bolsillo.					
13.	Cercanía a mi lugar de residencia.					

5. Indique su sensación tras la visita a Puerto El Morro (siendo 1, poco de acuerdo; y 5 totalmente de acuerdo) los siguientes cuestiones:

Sensaciones – LEALTAD		1	2	3	4	5
1.	Repetiría la visita					
2.	Me aburriría venir otra vez					
3.	Estimularía a mis amigos/familia a venir					
4.	Si Puerto El Morro no existiera me daría lo mismo					
5.	Este es mi lugar favorito para el contacto con la naturaleza					
6.	Recomendaría positivamente el lugar					
7.	Estaría dispuesto a pagar más por el servicio recibido					
8.	Seguiré asistiendo aunque suban los precios					

6. ¿Cuánto gastó por persona a lo largo de su visita en Puerto El Morro?

- 1 Menos de \$5 4 De \$16 a \$20 7 Más de \$30
 2 De \$5 a \$10 5 De \$21 a \$25 8 Nada
 3. De \$11 a \$15 6 De \$26 a \$30

7. Por favor, califique de 1 a 5 (siendo 1, lo peor; y 5 lo mejor) su elección y experiencia tras visitar Puerto El Morro.

Sensaciones – VALOR PERCIBIDO		1	2	3	4	5
1.	Creo que el precio que he pagado por los servicios es razonable					
2.	Esta experiencia supera el precio pagado					
3.	Valoro lo que recibí a cambio por lo que pagué					
4.	No existe otro lugar que me ofrezca, por lo que pagué, la misma experiencia					
5.	En comparación con otros espacios parecidos, pienso que recibí un buen servicio					

8. Para contribuir a la conservación de Puerto El Morro como Área Nacional Recreativa Protegida. ¿Cuánto dinero estaría dispuesto a pagar por cada visita?

- 1 Nada 3 Entre \$1 a \$1.99 5 Entre \$4 a \$5.99
 2 Menos de \$1 4 Entre \$2 a \$3.99 6 Más de \$6

9. Por favor, califique de 1 a 5 la calidad de cada uno de los siguientes atractivos (siendo 1 muy malo y 5 muy bueno).

Aspectos de la visita – CALIDAD DEL SERVICIO	1	2	3	4	5
--	---	---	---	---	---

1. La belleza paisajística.					
2. Pesca vivencial					
3. La conservación del patrimonio natural.					
4. Infraestructura de acceso al sitio					
5. Infraestructura de los muelles					
6. Puntos de información turística					
7. Servicio entregado por operadores turísticos					
8. Paseo en bote					
9. Atención de los guías turísticos					
10. Avistamiento de aves y delfines					
11. Seguridad ciudadana					
12. Cuidado y limpieza de los lugares visitados					
13. Hospitalidad de los residentes					
14. Museo					
15. Variedad y calidad de los servicios ofrecidos					
Servicio y variedad de los restaurantes					
Atención al turista					

10. ¿Cómo calificaría las siguientes sensaciones tras su visita a Puerto El Morro? (siendo 1, nada satisfactoria; y 5 muy satisfactoria)

Sensaciones Experimentadas - SATISFACCIÓN	1	2	3	4	5
1. Vivir algo auténtico					
2. Enriquecerme personal e intelectualmente					
3. Admiración por el patrimonio natural y su conservación					
4. Paz y tranquilidad					
5. Sentirme parte de su entorno natural					
6. Renovar y llenarme de energía					

11. Lugar de Residencia

Provincia _____

Ciudad _____

12. Sexo:

1 Varón

2 Mujer

13. Edad:

1 Menos de 30 años

4 50-59 años

2 30-39 años

5 60-69 años

3 40-49 años

6 70 años ó más

14. Nivel de formación:

1 Enseñanza primaria completa

4 Postgrado / Master Universitario

2 Secundaria completa

5 Postgrado / Doctorado (PhD)

3 Graduado Universitario

15. ¿A qué se dedica?

1 Directivo / Empresario

5 Labores del hogar

2 Profesional independiente

6 Estudiante

3 Funcionario/a público

7 Desempleado

4 Funcionario/a privado

8 Jubilado/a

16. Nivel de ingreso mensual en dólares

1 Menos de \$500

5 De 1.250 a \$1.499

2 De 500 a \$749

6 De 1.500 a \$1.749

3 De 750 a \$999

7 De 1.750 a \$2.000

4 De 1.000 a \$1.249

8 Más de \$2.000