



Universidad
Casa Grande



**Facultad de
Administración y
Ciencias Políticas**

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

**“DESCRIPCIÓN DE LAS MOTIVACIONES
DE LOS EXCURSIONISTAS QUE VISITAN
PUERTO EL MORRO ”**

Elaborado por:

ERIKA PAOLA VEINTIMILLA CIFUENTES

GRADO

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

Ingeniera en Administración y Marketing Estratégico

**Guayaquil, Ecuador
Noviembre, 2018**

“DESCRIPCIÓN DE LAS MOTIVACIONES DE LOS EXCURSIONISTAS QUE VISITAN PUERTO EL MORRO”

Elaborado por:

ERIKA PAOLA VEINTIMILLA CIFUENTES

GRADO

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

Ingeniera en Administración y Marketing Estratégico

DOCENTE INVESTIGADOR
Suleen Díaz Christiansen

CO-INVESTIGADOR
Annabelle Estefanía Figueroa Lizarzaburu

Guayaquil, Ecuador
Noviembre, 2018

Resumen

Este artículo presenta una investigación realizada en el año 2018 con el fin de estudiar las motivaciones de los excursionistas nacionales y extranjeros que visitan Puerto El Morro, Guayas, Ecuador. Este estudio se realizó bajo una metodología cuantitativa en la cual se realizaron 585 encuestas a los excursionistas del Puerto El Morro. Como principales resultados, se identificó que el avistamiento de aves y delfines y el pasar tiempo con familiares y amigos son las principales motivaciones push y pull respectivamente. Además, se logró identificar, que el museo es una de las atractivos del destino que genera un menor interés entre los visitantes. A través del estudio también se logró clasificar a los turistas en bases a sus motivaciones en dos grupos, los racionales y los antropólogos-hedonistas.

Palabras Clave

Turismo, ecoturismo, motivaciones de excursionistas, Puerto El Morro

Abstract

The article presents an investigation performed during the year 2018 to study the motivations of hikers that visit Puerto El Morro, located in Guayas, Ecuador. The analysis was given by 585 surveys collected from Puerto El Morro's hikers. The results concluded that Bird and dolphin watching; and spending time with family and friend were respectively the main push and pull motivational factors. The study also reveal that the museum is the motivational pull factor with the lowest score. Additionally, through this investigation hiker could be classified base on their motivations in two groups, the rational and anthropologys-hedonist.

Keywords

Tourism, ecotourism, hiker's motivation, Puerto El Morro

Índice

Nota Introductoria.....	4
Introducción.....	5
Antecedentes.....	5
Planteamiento del problema.....	6
Justificación del estudio.....	6
Descripción del área geográfica.....	7
Revisión de la literatura.....	8
Metodología.....	12
Objetivos de la investigación: Objetivos generales y específicos.....	12
Tipo y nivel de investigación.....	12
Técnicas e instrumentos para la recolección de datos.....	12
Población y muestra.....	13
Resultados y discusión.....	13
Conclusiones.....	17
Recomendaciones.....	18
Referencias.....	20
Anexos.....	27

Nota Introductoria

El trabajo que contiene el presente documento integra el Proyecto Interno de Investigación-Semillero Perfil de consumidor, valor percibido, motivación, satisfacción y aporte económico del excursionista que visita Puerto El Morro-Playas, propuesto y dirigido por la docente investigadora, Suleen Díaz acompañada de la Co-investigadora Annabelle Figueroa docentes de la Universidad Casa Grande.

El objetivo del Proyecto de Investigación Semillero es conocer el perfil del visitante, calidad de servicio percibido, motivación, percepción de valor, nivel de satisfacción percibida, lealtad y aporte económico de los excursionistas que acuden a puerto el morro. El enfoque del Proyecto es cuantitativo. La investigación se realizó en Puerto El Morro, lugar. Las técnicas de investigación que usaron para recoger la investigación fueron encuestas en base a una escala Likert.

1. Introducción

El turismo es uno de los sectores económicos que ha presentado un mayor crecimiento y diversificación en las últimas seis décadas. La llegada de turistas internacionales a nivel mundial ha pasado de 25 millones en 1950 a casi 1.322 millones en 2017 (Organización Mundial del Turismo, 2018). Es por esta razón que se ha convertido en uno de los fenómenos económicos y sociales más remarcables del siglo 21 (Nieto, Román, Bonillo, & Paulova, 2016). Además, se ha vuelto la clave para el crecimiento económico de país en vías de desarrollo, debido a su contribución de nuevas fuentes de empleo e ingresos por explotación y ejecución de infraestructuras turísticas.

En el Ecuador, el turismo es uno de los sectores económicos más importantes dado que representa a la tercera fuente de ingresos no petroleras del país (Ministerio de Turismo de Ecuador, 2017). Su crecimiento constante, genera plazas de trabajo año a año, lo que contribuye al desarrollo de las comunidades rurales, que se dedican a esta actividad económica. Dentro del país se practican diferentes modalidades de turismo, entre las más importantes se encuentran el turismo de aventura, aviturismo, agroturismo, turismo comunitario y ecoturismo (Ministerio del Turismo de Ecuador, 2013).

No obstante, a nivel internacional como nacional se ha visto la necesidad de una modalidad de turismo más sustentable dado que el rápido crecimiento de turistas afecta el ecosistema de los destinos turísticos. Es así como nace el ecoturismo como una forma de proteger y reducir los impactos ambientales en la naturaleza (Martínez, 2013). Esta rama también se desarrolla ante la creciente demanda de turistas por prácticas que incentiven el desarrollo rural y la conservación de la naturaleza (Naciones Unidas, 2015).

El ecoturismo para la comunidad de Puerto El Morro, localidad donde se realiza este estudio, representa una fuente importante de ingresos (Medina, 2017). Sin embargo, poco se conoce sobre los excursionistas y las motivaciones que lo conllevan a visitar este destino. Gran parte de las investigaciones que se efectuaron, analizan el turismo como actividad económica; en ellas se busca conocer cómo se lleva a cabo, quiénes participan, cuáles son las percepciones de los visitantes sobre el servicio, entre otros aspectos (Mite, López, & Lovato, 2017; Tapia, Martillo, & Salazar, 2017).

Por otro lado, en un estudio realizado por Quinde (2014), como parte de la creación de su plan de desarrollo turístico, se expone una breve descripción de los excursionistas del Puerto El Morro; no obstante, no se establecen tendencias que influyen en los turistas y sus motivaciones a visitar este destino.

Sin embargo, en el Ecuador se realizaron otras investigaciones en localidades similares al Puerto El Morro. Entre las más recientes, se encuentra la investigación de los autores Díaz-Christiansen, Pérez-Gálvez y Ortega (2017), quienes buscaban definir el perfil de los turistas que visitan la Isla Santay y establecer las motivaciones por género para visitar el punto turístico. Por otro lado, otra investigación realizada por los autores Osorio, Monge y Serrano (2017), busca explicar por qué se presentan diferencias en los motivos de viajes entre los destinos turísticos, para lo cual comparan los turistas del Área Protegida de Flora y Fauna Nevado de Toluca, México y La Reserva Ecológica Cotacachi Cayapas, Ecuador.

A nivel internacional, se han efectuado múltiples investigaciones sobre las motivaciones turísticas. No obstante, la investigación de Plog (1974), Dann (1977) y Crompton (1979) son las tres más importantes y que a pesar de su antigüedad siguen formando parte de la base teórica de varias investigaciones que se han efectuado en la actualidad. Por otro parte, existen otros estudios más especializados cuyo enfoque es el estudio de las motivaciones turísticas en áreas protegidas o parques nacionales en los cuales se practica el ecoturismo (Thalany & Alias, 2013; Aleddinglu, Turker, Can & Ozzuk, 2013; Cheung & Fok, 2014; Kim & Ahn, 2015).

El estudio de las motivaciones turísticas se realiza tanto a nivel nacional como internacional, dado que cada destino presenta diferentes variables, que pueden influenciar en el proceso de decisión de los turistas. Es por esta razón que las motivaciones de los turistas varían según el destino (Mohammad & Som, 2010). Ante esta problemática es importante estudiar las motivaciones de los turistas dentro del contexto del Puerto Morro.

Se debe establecer que este estudio analiza dos aspectos diferentes, en comparación a otras investigaciones previamente realizadas con respecto a las motivaciones. En primer lugar, se establece un destino turístico distinto, es decir el Puerto El Morro, el cual se caracteriza por su fauna y flora, otorgada por sus manglares e islas (Mestanza, 2014). En segundo lugar, se encuentra el sujeto de estudio, que corresponde a excursionistas y no turistas, quienes se diferencian por su tiempo de estadía dentro de un lugar (Mite et al., 2017). Los turistas, son aquellos viajeros que pernoctan o que permanecen en un lugar distinto al que habitan por un período mayor a 24 horas y menor a 1 año, mientras que los excursionistas son viajeros cuyo lapso de visita no supera las 24 horas (Organización Mundial del Turismo, 2018). Es así como, a partir de estas variables se logrará obtener información acerca del comportamiento de los excursionistas al momento de seleccionar su destino.

2. Descripción del área geográfica

Puerto El Morro, forma parte del Subsistema de Áreas Protegidas (SNAP). Este se encuentra bajo la autoridad de la Subsecretaría de Gestión Marina y Costera del Ministerio de Ambiente de Ecuador (Osorio, Duarte, & Soto, 2017; El Comercio, 2014, Quinde, 2014). Además, pertenece a la parroquia rural el Morro, ubicada en la provincia del Guayas, Ecuador, y posee una extensión de 1.294,83 hectáreas en áreas terrestre y 10.511, 98 hectáreas de área marina (Ministerio de Ambiente de Ecuador, 2014).

Su población “se conforma por 1548 personas, las cuales se distribuyen en 260 casas, con un promedio de cinco a seis miembros por vivienda.” (Mite et al, 2017, p.67). La población en su mayoría, se encuentra dentro de un rango de edad de 18 a 25 años (Medina, 2017). Pero ante la falta de planteles de educación secundaria y superior, solo el 15% de los habitantes asistió a educación secundaria; mientras que el 53,40% solo cuenta con educación primaria, y el 5 % de la población presenta analfabetismo (Mite et al., 2017).

Con respecto al ecosistema, Puerto El Morro posee cuatro tipos de manglares: rojo, que se caracteriza por sus largas raíces zancudas; el mangle blanco, distintivo por sus flores en forma de campana; el mangle jelí o botón, cuyo nombre se origina por sus frutos redondos. Por último, el mangle negro, que posee frutos en forma triangular (Ministerio de Ambiente de Ecuador, 2014). Estos manglares, son el hábitat de cientos de especies como conchas, cangrejos y fragatas, características que lo convirtieron en una de las áreas protegidas más visitadas de la provincia con un promedio de 10.000 excursionistas al año (González & Neri, 2015).

Los principales atractivos turísticos que posee la zona son: el avistamiento de delfines grises, nariz de botella o bufeo, los paseos en lancha por la isla el Manglarcito, también conocida como la Isla de los Pájaros, por poseer el mayor número de fragatas en el Ecuador (Arias, 2015). Dentro de ella se puede realizar un recorrido de 20 minutos por el sendero el Manglesito, que posee 300 metros de distancia y ofrece un mirador, donde se pueden apreciar ejemplares de fragatas posados en las copas de los manglares (González & Neri, 2015). Finalmente, para los excursionistas más aventureros, Puerto El Morro, ofrece la pesca artesanal de cangrejos y conchas dentro de sus manglares (Mestanza, 2014).

La gastronomía también es uno de los atractivos turísticos del Puerto El Morro, dado que, al ser una comuna pesquera, ofrece a sus visitantes los frutos marinos característicos de la zona (El Universo, 2017). Dentro de los platos típicos más reconocidos, son la lisa asada y

el ceviche de concha (Sacoto, 2016). Así mismo, la comuna ofrece a la venta planchas de cangrejo, los que se caracterizan por sus patas gordas (Paucar, 2016).

Las actividades turísticas en el Puerto El Morro se encuentran reguladas por el Ministerio de Ambiente, ente que lo declara el 13 de septiembre del 2007, Refugio de Vida Silvestre, bajo el acuerdo 266 (Ministerio de Ambiente de Ecuador, 2010). No obstante, las regulaciones no se encuentran limitadas al sector turístico, sino también a la pesca. Así como a la tala de manglares (Quinde, 2014). En base a las regulaciones, las actividades turísticas, solo pueden ser realizadas por operadoras turísticas autorizadas, siendo solo cuatro, que en conjunto cuentan con 30 embarcaciones (Gobierno Provincial del Guayas, 2017).

3. Revisión de literatura

La expresión turismo ecológico, se utilizó por primera vez en 1983 por el ambientalista Ceballos-Lascurain, con el objetivo de identificar al turismo con un enfoque ecológico, el cual en la actualidad se denomina ecoturismo (Orgaz, 2014). Pérez, Leyva y García, definen al ecoturismo como “una forma de turismo basado en la naturaleza que debe preservar la base de los recursos naturales, fomentar la equidad social y ser económicamente viable.” (2013, p. 1017). Esta nueva rama de turismo, es una de las más aplicadas, dado a la creciente demanda de los turistas por actividades y destinos más sustentables (Chiu, Lee, & Chen, 2014; Leal, 2018). El calentamiento global, es una de las principales razones por las que los viajeros se encuentran interesados en este tipo de turismo, puesto que buscan alternativas, que les permitan reducir su impacto ambiental, incluso al momento de viajar. Es gracias a esta transformación que el ecoturismo genera ingresos de trescientos mil millones de dólares a nivel mundial (Dhami, Deng, Burns, & Pierskalla, 2014).

Los ecoturistas se caracterizan por ser personas con un alto nivel educación y con inclinaciones ambientalistas, quienes se encuentran motivados a visitar zonas naturales con el objetivo de tener un momento de descanso, libre de contaminación y poco visitado (Aparicio, 2013). Los autores Hedlund, Marell y Gärling (2012), señalan que los ecoturistas al momento de seleccionar su destino, se influyen por su sexo, nivel de educación e ingresos económicos. También, resalta que el término ecoturistas no aplica para clasificar una persona que visite un área protegida, ya que este debe asegurarse que su impacto ambiental sea el mínimo posible para ser considerado como tal. Si el turista, no cumple con ninguno de los principios del ecoturismo, se debe clasificar como parte del turismo en la naturaleza, es decir

aquel que se ejerce dentro de un ambiente ecológico, pero sin considerar las implicaciones ambientales (Deng & Li, 2015).

Por otro lado, la sustentabilidad del ecoturismo, no solo radica en el cuidado del medio ambiente, también involucra la correcta satisfacción de los clientes, tarea que debe ser llevada a cabo por los residentes o miembros de las zonas encargados de prestar los servicios turísticos (Benso, 2014). Es por esta razón que es importante conocer las motivaciones de los visitantes, ya que permite identificar sus necesidades, las cuales son la clave para ofrecer una experiencia óptima (Pérez et al., 2013; Orgaz & Cañero, 2015).

La motivación turística forma parte de múltiples estudios que se realizaron dentro de la rama del turismo a lo largo de los años (Crompton, 1979; Dann, 1981; Plog, 1974). Autores como Pearce y Lee (2005) afirman que este fenómeno genera un gran interés en los investigadores, dado que este no solo explica por qué las personas deciden viajar, también por qué seleccionaron su destino. Koziol (2015) también señala que la importancia del estudio de las motivaciones turísticas recae en su contribución en el desarrollo en el turismo. En vista de que a través de las motivaciones turísticas se moldean los atractivos turísticos y se desarrollan ventajas competitivas. Además, el turismo define a las motivaciones como un conjunto de necesidades biológicas y socioculturales que impulsan a las personas a realizar una actividad específica (Pearce, 2014; Hsu & Huang, 2008).

Ante la complejidad del comportamiento humano varios autores realizaron estudios que pudieran explicar el origen de este fenómeno. Uno de los primeros autores en estudiar las motivaciones turísticas fue Plog (1974) quien establece que existen tres tipos de turista: los alocétricos, céntricos y psicocéntricos. Los alocétricos, se caracterizan por ser viajeros que gustan de tomar riesgos. Ellos sienten que tienen el control de lo que ocurre a su alrededor, por lo que se ven atraídos por destinos turístico, poco comunes y que ofrecen una experiencia de aventura (Cohen, Prayag, & Moital, 2013). Por otra parte, los psicocéntricos, se distinguen por ser turistas que buscan destinos más seguros y reconocidos ya que no se sienten cómodos al tomar decisiones riesgosas. Este grupo a diferencia de los psicocéntricos, sienten que no pueden controlar lo que ocurra en su destino (George, Henthorne, & Williams, 2013). Por último, los céntricos, se caracterizan por ser una combinación equilibrada entre los dos tipos de turistas y que acorde a sus necesidades, estos se inclinaran hacia uno de los dos extremos (Cruz-Milán, 2017).

Por otro lado, la teoría de Dann (1977) indica que las motivaciones no solo se ven influenciadas por factores internos, sino también por factores externos, a los que denomina push y pull respectivamente (Kim, Lee, Uysal, Kim, & Ahn, 2015). Los factores push se

relacionan a las emociones o deseos internos que impulsan a una persona a viajar. Por otro lado, los factores pull hacen referencia a las características o atributos del destino que atraen al viajero (Araújo & Sevilha, 2017).

Crompton (1979) toma como base la teoría de de Dann y añade que “los factores push, son motivos psicosociológicos; mientras que los factores pull, también conocidos como factores culturales, que despierta el destino como tal y que no nacen del visitante en sí” (p.410). Así mismo, señala que dentro de las motivaciones psicosociológicas se encuentran el escape del ambiente cotidiano, exploración, relajación, prestigio, regresión, mejora de relaciones de parentesco e interacción social. Mientras que las motivaciones culturales son la novedad y la educación, las cuales tienen como objetivo satisfacer la necesidad de búsqueda de nuevas experiencia (Nikjooa & Ketabbi, 2015; Beltrán & Parra, 2016; Díaz-Christiansen et al., 2016).

Mohammad y Som (2010), quienes toman como base la teoría de Crompton para identificar las motivaciones de los turistas extranjeros que visitan Jordania, determinan que el comportamiento de viaje de los turistas se encuentra relacionado a factores internos y externos. También, afirman que el factor pull permite identificar aquellos atractivos que captan la atención del turista. No obstante, recalcan que los resultados obtenidos dentro de estudios similares a estos no pueden ser generalizables, ya que cada uno de ellos presentan estímulos diferentes que pueden afectar a las percepciones que una persona posea sobre un destino (Yousefi & Marzoki, 2012). Es decir que los autores afirman que la teoría planteada por Crompton es aplicable, sin embargo, no se puede asumir que destinos similares a Jordania, presentaran los mismos factores pull y push.

Los investigadores Mohammad y Shuib (2013), también examinan cómo los factores push y pull que impulsan las visitas al Parque Geoforestal Kilim Karst, con el fin de establecer si existe una correlación entre estos factores y la intención de viajar o visitar del turista. Los autores al igual que Mohammad et al. (2010), concluyen que los factores push y pull si presentan una correlación en la decisión de viaje de los turistas. Además, indican que dentro de puntos turísticos ecológicos, el factor push es la educación, dado que gran parte de los visitantes cuenta con un nivel superior de educación, por lo que consideran que visitar este tipo de destinos, contribuye a su desarrollo intelectual. Este descubrimiento, también formó parte de los resultados de los investigadores, Alaeddinlu et al. (2013), quienes detallan que los ecoturistas se ven atraídos por lugares históricos, ya que buscan conocer sobre nuevas culturas.

Por otro lado, el estudio que efectuó Bond y Falk (2012) establece que las motivaciones turísticas se encuentran ligadas a las necesidades, pero para los investigadores, estas están estrictamente relacionadas al desarrollo y mantenimiento de la identidad personal y social del turista. Las actividades y experiencias que ofrezcan un destino, deben ir acorde a cómo el turista se percibe a sí mismo o cómo quiere que la sociedad lo perciba. Es decir que, si una persona se considera ecologista, se asegura que sus destinos practiquen el ecoturismo o que cuente con actividades turísticas que no afecte al medioambiente.

Beltrán y Parra (2017) establecen que los turistas pueden ser clasificados en base a sus motivaciones en cuatro grupos. El primer grupo, denominado racionales, se caracterizan por seleccionar su destino en base al conocimiento que ellos poseen sobre él y no sobre las emociones que este pueda provocar. El principal motivo de viaje de este grupo, es el deseo de escapar de la rutina y pasar tiempo con amigos y familia. No obstante, no se ven atraídos por la cultura, deportes y naturaleza. Como segundo grupo, se encuentran los antropológicos, quienes viajan principalmente por aprender nuevas culturas y como forma de auto evaluación y exploración. En tercer lugar, se encuentran los emocionales, quienes buscan explorar su yo interior. Este grupo al momento de seleccionar su destino, este se ve influenciado por los sentimientos y emociones que un destino turístico pueda proporcionar. Finalmente, se describen a los hedonistas, quienes se ven impulsados por la relajación y el escape de la rutina.

Los investigadores Thalany y Alias (2013), quienes investigaron a los turistas que visitan el Parque Nacional Bako en Asia, descubrieron que una de las principales motivaciones para realizar ecoturismo en áreas protegidas es el desarrollo de nuevas habilidades y desafiar la naturaleza. En segundo lugar, se encuentra el pasar tiempo con familia y amigos. Por último, el deseo de escapar de la rutina y buscar un espacio de relajación. Por otro lado, los autores Díaz-Christiansen et al. (2017) añaden que una de las principales motivaciones para realizar ecoturismo es poder estar en contacto con la naturaleza y ampliar los conocimientos.

Cheung y Fok (2014), quienes investigaron áreas protegidas de Hong Kong, también determinan que las motivaciones se pueden agrupar en tres grupos principales: novedad, recreación y escape. Resultados similares se presentaron en la investigación de Kim, Uysal, Kim y Ahn (2015), quienes también al investigar turistas de áreas protegidas, descubrieron que dentro de sus motivaciones principales se encuentran el escape de la rutina y el contacto con la naturaleza y realizar nuevas formas de turismo. El escape de la rutina es una de las motivaciones que se presenta con más frecuencia en las investigaciones, mientras que las

otras variables varían acorde a las características del destino y las percepciones del visitante (Osorio et al., 2017). Por ejemplo: una persona que visita una metrópolis no puede afirmar que una de sus principales razones para escoger su destino, es su amor por la naturaleza.

4. Metodología de investigación

El presente estudio tenía como objetivo general describir las motivaciones de los excursionistas que visitan Puerto El Morro. Este se encontraba dividido por tres objetivos específicos: identificar las motivaciones push y pull y clasificar a los excursionistas acorde a sus motivaciones. Esta investigación contaba con un enfoque cuantitativo, con un alcance y un análisis descriptivo, dado que el estudio se realizó a través de variables numéricas, con el fin de obtener resultados objetivos y generalizables. Así mismo, Hernández, Fernández y Baptista (2010) explican que a través del análisis de variables cuantitativas, se logra medir la fuerza de asociación o relación que se presentan en las variables estudiadas. Es decir que a través de esta investigación se logró determinar cuales son las motivaciones que más influyen a los turistas visitar Puerto El Morro.

La recolección de información se realizó a través de una encuesta (ver anexo 1), la cual se diseñó en base a estudios previos (Díaz-Christiansen et al., 2017; Díaz-Christiansen, López-Guzmán, & Pérez-Gálvez, 2016; Duque, 2017) y fue validada por expertos de turismo y estadística de la Universidad de Córdoba, España. Además, está dividida en seis apartados (perfil, motivaciones, valor percibido, satisfacción, calidad del servicio y aporte económicos de los excursionistas) ya que esta herramienta formaba parte de una investigación mayor. Pero para el concepto de esta investigación solo se tomaron en cuenta el apartado de las motivaciones turísticas, el cual estaba conformado por trece preguntas cerradas, bajo un formato de Escala Likert de cinco puntos, siendo el 1 la menor calificación y el cinco la mayor. Este formato permitió “encontrar reactivos que provocan diferentes respuestas en función de la actitud del sujeto hacia el objeto de análisis” (Nieto, 2010, p. 183).

Se realizó un test de 14 encuestas para detectar posibles errores y desviaciones. En base a los resultados, modificó la redacción de las preguntas, con sus respectivos ítems, para que una mejor comprensión del sujeto de estudio. Establecidos los cambios, la encuesta se aplicó a los excursionistas nacionales y extranjeros, mayores de 18 años, que visitaron Puerto El Morro durante los fines de semana del segundo y tercer trimestre del 2018. Se seleccionó este período debido a que corresponde a la temporada de alta visitación de playa. Así mismo,

los fines de semana y feriados son los días con mayor concurrencia, como así lo mencionó la Federación Nacional de Cámaras de Turismo de Ecuador, en una entrevista en el diario El Comercio (2017). El cuestionario es anónimo. Antes de iniciar la encuesta, se preguntó al sujeto de estudio, si ya ha participado en las actividades que ofrece el Puerto El Morro, ya que su experiencia en el destino, era imprescindible para el estudio.

La muestra se obtuvo a partir de la población conformada por los visitantes extranjeros y nacionales que llegaron a Puerto El Morro durante el 2017. Estos correspondieron a un total de 15.776 visitantes nacionales y 220 extranjeros. Para el cálculo del tamaño de la muestra se aplicó la fórmula estadística (Tamaño de la muestra $n = \frac{[EDFF * Np(1-p)]}{[(d^2/Z^2(1-\alpha/2)^2 * (N-1) + p*(1-p)]}$), la cual da como resultado 585 excursionistas, con un nivel de confianza del 95% y error muestral del $\pm 4\%$.

Los datos obtenidos en la investigación se organizaron, tabularon y analizaron a través del programa estadístico SPSS 2.0 para Windows, ya que esta permite procesar bases de datos de gran tamaño. El tratamiento de los datos se realizó a través de la aplicación de la herramienta estadística univariante y bivariante. Además, los datos son analizados en base a investigaciones anteriores con el fin de establecer correlaciones o indicar nuevos descubrimientos.

5. Resultados de investigación y discusión

A continuación se presentan los resultados obtenidos de la investigación. Primero se detallan las motivaciones push y pull las cuales se encuentran organizadas acorde a su calificación promedio. Estas variables se presentaron en dos diferentes rankings, dado que las motivaciones push hacen referencia a las motivaciones internas, es decir aquellas que se derivan del sujeto de estudio; mientras que las motivaciones pull se relacionan a las motivaciones externas, o estímulos relacionados al destino en si (Thalany & Alias, 2013) . Esta sección de los resultados responde al primer y tercer objetivo de la investigación. Por otro lado, la segunda parte de los resultados muestran los tipos de turistas, los cuales fueron determinados en base a dos análisis. El primero busca establecer una clasificación en base al genero y el segundo en base a la correlación entre las variables motivacionales

5.1.Motivaciones Push

Tabla 1.

Valorización de motivos push para visitar Puerto El Morro

Motivaciones push	Media	Ranking
Pasar tiempo con familiares y/o amigos.	4,52	1
Desconectar de lo cotidiano.	4,47	2
El deseo de conocer sitios nuevos.	4,37	3
Búsqueda de la tranquilidad.	4,27	4

Fuente: elaboración propia

Las tablas 1 presenta los resultados de la valoración de las motivaciones push, las cuales presentan un coeficiente de alpha de Cronbach (0.708), el cual revela la fiabilidad de la escala. Así mismo, El resultado global muestra que los encuestados respondieron positivamente a todas las afirmaciones, es por esta razón que muestra una media global de 4,1. Sin embargo, el ranking que se muestra en la tabla 1, indica que la motivación principal para acudir a este destino es el pasar tiempo con familiares y amigo (4,52). Esta variable dentro del factor psico-social (push) corresponde al deseo de mejorar las relaciones de parentesco y sociales (Nikjooa et al., 2015). Como segundo factor más importante, se encuentra el deseo de desconectarse de lo cotidiano (4,47), el cual corresponde al deseo de escape. Siendo este factor, el que predomina en destinos de ecoturismo (Cheung et al., 2014; Kim et al., 2015)

5.2.Motivaciones pull

Tabla 2.

Los motivos pull para visitar Puerto El Morro

Motivaciones pull	Media	Ranking
Avistamiento de aves y delfines.	4,48	1
Conocer su riqueza natural: flora, fauna y paisajes.	4,44	2
Degustar su gastronomía.	4,41	3
Contactar con la naturaleza.	4,37	4
Ser un destino accesible para mi bolsillo.	4,30	5
La fama y reputación del lugar.	4,04	6
Cercanía de mi lugar de residencia.	3,82	7
Practicar deportes de naturaleza: senderismo y pesca deportiva.	3,22	8
Acudir al museo.	2,98	9

Fuente: elaboración propia

La tabla 2 muestra los resultados de las motivaciones pull, las cuales hacen referencia a los factores externos que incentivan a los excursionistas a escoger el destino (Mohammad et al., 2010). Esta escala presenta un coeficiente de Cronbach de 0,708 es cual indica un nivel de fiabilidad aceptable. Por medio de estos resultados, se estableció que existen tres principales factores pull que incentivan a los excursionistas a visitar el destino. El primer factor, es el avistamiento de aves y delfines (4,48), lo cual lo establece como el principal atractivo del destino turístico. En segundo lugar se encuentra, el conocer la riqueza natural del destino (4,44) y por ultimo se encuentra el degustar la gastronomía (4,41).

La valoración de motivos pull, a diferencia de los motivos push, no presentó resultados positivos en todas las afirmaciones presentadas en la tabla 2. Se logró identificar que el museo es uno de los atractivos del Puerto El Morro que genera un menor interés en los excursionistas (2,98). Así mismo, Puerto El Morro, tampoco es concebido como un destino para realizar deporte de la naturaleza (3,22). Este es un resultado atípico en comparación a otras investigaciones, ya que el realizar deportes de naturaleza suele mostrarse como uno de las principales motivaciones para realizar ecoturismo (Díaz-Christiansen et al., 2017; Cheung et al., 204; Thalany et al., 2013). Por ultimo, la cercanía del lugar de residencia se mostro como el tercer factor con menor calificación (3,22). No obstante, para la provincia del Guayas, lugar de origen del 74% de los encuestados, esta característica si es considerada como un factor importante ya que cuenta con una calificación del 4,01.

5.3 Tipos de excursionistas

Tabla 3.

Valorización de motivos para visitar Puerto El Morro por genero

Motivación	Varón (N = 303)	Mujer (N = 282)	F	Nivel de significancia
Avistamiento de aves y delfines	4,50	4,45	0,47	0,50
Desconectar de lo cotidiano	4,48	4,46	0,06	0,80
Pasar tiempo con familiares y/o amigos	4,43	4,62	7,03	0,01
Degustar de la gastronomía	4,42	4,40	0,06	0,81
conocer su riqueza natural	4,41	4,48	1,17	0,28
contactar con la naturaleza	4,36	4,38	0,08	0,77
El deseo de conocer sitios nuevos	4,34	4,40	0,55	0,46
Es un destino accesible para el bolsillo	4,31	4,30	0,01	0,91
Búsqueda de tranquilidad	4,24	4,29	0,42	0,51
La fama y reputación del lugar	4,03	4,06	0,18	0,67
Cercanía con el lugar de residencia	3,84	3,80	0,17	0,68
Practicar deportes de naturaleza	3,35	3,08	4,83	0,03
Acudir al museo	2,99	2,97	0,02	0,88

Fuente: elaboración propia

La tabla 3 muestra que las principales motivaciones que poseen los hombres para visitar el Puerto El Morro es el avistamiento de aves y delfines, seguido por el deseo de desconectarse de lo cotidiano y por el pasar tiempo con familiares y amigos. Mientras que para las mujeres, su tres principales factores motivacionales son el pasar tiempo con familia y amigos; conocer la riqueza natural del lugar y desconectarse de lo cotidiano.

Heudlund et al. (2012) afirman que las motivaciones son influenciadas por el genero de la persona, sin embargo, el nivel de significancia de las variables analizadas, revela que esta teoría no es aplicada en todos los factores motivaciones de los excursionistas. Solo el pasar el tiempo con familiares y amigos (0,01) y practicar deportes de naturaleza (0,03), son factores que presentan una correlación con el genero, dado que son las únicas variables con un nivel de significancia menor a 0,05 (González & Pazmiño, 2015).

El coeficiente alfa de Cronbach de esta última escala alcanza un valor de 0,781, el cual indica un nivel aceptable de consistencia. Este coeficiente puede alcanzar un valor menor o igual a 1, siendo el 0 un indicador de inconsistencia y redundancia en las variables de un formulario. Gonzales et al. (2015) indican que un coeficiente entre 0,7 y 0,9 “muestra una buena consistencia interna para una escala interna unidimensional” (p.65).

Tabla 4.

Matriz factorial componentes rotados- Motivaciones de Puerto El Morro

Variables Motivacionales	Media	Componentes	
		1	2
Dimensión 1. Antropológicos y Hedonistas			
Conectar con la naturaleza	4,37	0,772	
Conocer su riqueza natural	4,44	0,597	
Desconectar de lo cotidiano	4,47	0,541	
Búsqueda de la tranquilidad	4,27	0,471	
Dimensión 2. Racional			
La fama y reputación del lugar.	4,04		0,661
Es un destino accesible para mi bolsillo.	4,30		0,587
Cercanía con el lugar de residencia	3,82		0,416
Autovalores		3,900	1,368
%varianza explicada		29,998	10,52
%varianza acumulada		29,998	40,52

Fuente: elaboración propia

En la tabla 4 se realizó un análisis factorial, el cual permitió extraer dos grupos de dimensiones motivacionales para visitar Puerto El Morro. El primer grupo se denomina Antropológicos-Hedonistas, las cuales engloban motivaciones relacionadas al escape de la rutina y el contacto con la naturaleza. Este factor explica casi el 30% de la varianza total de

la matriz de motivaciones. El coeficiente alpha de Cronbach (0,730) de los cuatro factores revela un nivel de fiabilidad aceptable de esta subescala. El segundo grupo corresponde a los racionales, estos se encuentran relacionados a factores asociados a aspectos económicos y de reputación del lugar. Este último, representa el 10% de varianza total de la matriz de motivaciones, cuyo coeficiente de alpha de Cronbach (0,616) indica que esta subescala es fiable.

Los resultados logran probar la existencia de tres de los cuatro grupos motivacionales planteados por Beltrán et al. (2017). Siendo este los racionales, que se caracterizan por seleccionar su destino en base al conocimiento que poseen sobre él. Seguido de los antropológicos y hedonistas cuyas principales motivaciones son el escape de la rutina, relajación y exploración de nuevos lugares. El factor emocional, fue el único que no se presentó dentro de los resultados de esta investigación, ya que este se encuentra ligado a la exploración del yo interno del excursionista.

6. Conclusiones

El turismo para la comunidad Puerto El Morro, es una de las principales actividades económicas que posee la comuna. Es por esta razón que el conocer los principales factores motivacionales se vuelve esencial, dado que estos permiten adaptar y modificar los productos turísticos ya existentes con el fin de mejorar la experiencia del consumidor. A partir de los resultados obtenidos, se logró identificar que las personas acuden este destino principalmente con el objetivo de pasar tiempo con familiares y amigos (motivaciones push). También se determinó que el principal atractivo de este lugar es el avistamiento de aves y delfines, siendo esta la motivación pull que recibió una mayor puntuación.

Por otro lado, la investigación también permitió identificar que existen factores motivacionales pull que no generan un gran impulso en los excursionistas. Como primer factor se encuentra el museo, seguido por el senderismo y la pesca deportiva. En el tercer lugar también se encuentra la cercanía del lugar, sin embargo, para los visitantes del Guayas, este sí es percibido como un aspecto motivacional importante.

A través de la investigación también se logró identificar que las motivaciones de los excursionistas no pueden ser clasificadas en base al género. Solo dos variables de las 13 investigadas mostraron un nivel de significancia, menor a 0,05, siendo este el coeficiente que permite rechazar o aceptar la hipótesis. Es decir que si el nivel de significancia supera el 0,05 este establecerá la hipótesis como nula.

Por otro lado, se logró identificar que las motivaciones se pueden agrupar en dos principales grupos, los racionales y los antropológicos-hedonistas. Los racionales, seleccionan

destinos que sean reconocidos y que ofrezcan una excelente experiencia bajo tarifas económicas. Mientras que los antropológicos-hedonistas, son aquellos que buscan visitar un destino con el objetivo de explorar nuevos lugares, desconectándose así de su rutina cotidiana y alcanzando un nivel máximo de relajación.

7. Recomendaciones

Puerto El Morro es un destino turístico rico en flora y fauna, lo que lo ha convertido en una de las reservas naturales más visitadas del país. El avistamiento de aves y delfines es uno de sus principales atractivos, no obstante este se encuentra amenazado por la contaminación ambiental y la escasez de alimento para estas especies (Medina, 2017). Es por esta razón que es imprescindible que no solo se tomen medidas de conservación más estrictas, también se debe tener en consideración el desarrollo de nuevas actividades turísticas, las cuales extenderían la estadía de los visitantes e incrementarían su gasto turístico.

La práctica de deportes en la naturaleza, es uno de los atractivos menos valorados por los visitantes. Es por esta razón que se deben tomar medidas para transformarlo y convertirlo en uno de los principales atractivos. La pesca deportiva es una de las actividades que se pueden realizar en Puerto El Morro, pero su sobre-explotación puede causar graves daños en la flora y fauna del lugar. Es por esta razón que esta actividad no puede ser utilizada como principal atractivo, para incrementar la participación de los turistas en los deportes de la naturaleza. Pero actividades como paseos en bicicleta y el senderismo, son opciones más sustentables y pueden atraer a los excursionistas, no obstante se requiere de la intervención de los ministerios de turismo y ambiente, para la implementación de los equipos y de las rutas de excursión.

La mejora del museo y promoción del mismo, también es una de las actividades clave para mejorar la experiencia del excursionista. Para lograr esto, como primer paso, se debe implementar señaléticas, las cuales indiquen donde este se encuentra ubicado, ya que al ser gratuito no forma parte de los tours ofrecidos por agencias turísticas, por lo que no se informa al visitante, la existencia del mismo. Como segundo paso, se debe incentivar la participación de la comuna, para volver la visita al museo más interactiva y que los habitantes puedan compartir leyendas e historias con los visitantes, ya que hasta el momento el museo solo muestra algunas de las especies que habitan en la zona.

La gastronomía también es otro de los atractivos que se debe promocionar con mayor frecuencia. La lisa es uno de los platos típicos de la zona y su festival anual logra atraer miles de visitantes. Aumentar la frecuencia con la que se realiza esta actividad, permitiría

incrementar la llegada de visitantes a lo largo del año, especialmente dentro de los periodos de temporada baja.

Referencias bibliográficas

- Aleddinoglu, F., Turker, N., Can, A., & Oztuk, S. (2013). Basic characteristics, motivations and activities of ecotourist: a case of Lake Van Basin Area, Turkey. *International Journal of Social Science*, 6(3), 91-107.
- Aparicio, M. (2013). *El reto del turismo en los espacios naturales protegidos españoles: la integración entre conservación, calidad y satisfacción* (Tesis doctoral), Universidad Complutense, Madrid, España. Recuperado de <https://eprints.ucm.es/20836/1/T34399.pdf>
- Araújo, G., & Sevilha, M. (2017). Los viajeros y sus motivaciones un estudio exploratorio sobre quienes aman viajar. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 26(1), 62-85.
- Arias, S. (2015, 12 de febrero). Puerto El Morro, un recorrido de contrastes naturales. *Vistazo*. Recuperado de <http://www.vistazo.com/seccion/pa%C3%ADs/puerto-el-morro-un-recorrido-de-contrastes-naturales>
- Beltrán, M., & Parra, M. (2017). Perfiles turísticos en funciones de las motivaciones para viajar. *Cuadernos de Turismo*, 39(1), 41-65.
- Benson, E. (2014). Cultural tourism and sustainability in Nigeria. *Mediterranean Journal of Social Sciences*, 5(14), 649-654.
- Bond, N., & Falk, J. (2012). Tourism and identity-related motivations: why I am here (and not there) ? *International Journal of Tourism Research*, 15(5), 430-442.
- Chan, J., & Baum, T. (2007). Ecotourists' perception of ecotourism experience in lower Kinabatangan, Sabah, Malaysia. *Journal of Sustainable Tourism*, 15(5), 574-590.
- Cheung, L., & Fok, L. (2014). The motivations and environmental attitudes of nature-based visitors to protected areas in Hong Kong. *International Journal of Sustainable Development & World Ecology*, 21(1), 28-38.
- Chiu, Y., Lee, W., & Chen, T. (2014). Environmentally responsible behavior in ecotourism: Antecedents and implications. *Tourism Management*, 40(1), 321-329.
- Cohen, S., Prayag, G., & Moital, M. (2013). Consumer behavior in tourism: Concepts, influences and opportunities. *Current Issues in Tourism*, 17(10), 872-909.
- Crompton, J. (1979). Motivations for pleasure vacations. *Annals of Tourism Research*, 6(4) 408-424.
- Cruz-Milán, O. (2017). Plog's Model of Typologies of Tourists. *The SAGE International Encyclopedia of Travel and Tourism* (pp. 954-956). Thousand Oaks, United States: SAGE Publications, Inc.

- Dann, G. (1977). Anomie, ego-enhancement and tourism. *Annals of Tourism Research*, 4(4), 184-194.
- Dann, G. (1981). Tourist motivation an appraisal, *Annals of Tourism Research*, 8(2), 187-219.
- Deng, J., & Li, J. (2015). Self-identification of ecotourist. *Journal of Sustainable Tourism*, 23(2), 255-279.
- Dhami, I., Deng, J., Burns, R., & Pierskalla, C. (2014). Identifying and mapping forest-based ecotourism areas in West Virginia e Incorporating visitors' preferences. *Tourism Management*, 42(1), 165-176.
- Díaz-Christiansen, S., López-Guzmán, T, & Pérez-Gálvez, J., (2016). Motivation and values attributes of ecotourism in natural protected areas: Santay Island (Ecuador). *Mediterranean Journal of Social Science*, 7(3), 240-249.
- Díaz-Christiansen, S., Pérez-Galvez, J., & Ortega, M. (2017). Análisis de las motivaciones hacia el ecoturismo en Ecuador. Un estudio de caso de la Isla Santay. *Revista Turismo y Desarrollo Local*, 10(22), 2-15
- Dodds, R., Gracia, S. & Homes, M. (2010). Does the tourist care?. A comparison of tourists in Koh Phi Phi, Thailand and Gili Trawangan, Indonesia. *Journal of Sustainable Tourism*, 18 (2), 207-222.
- Do, Y., Kim, S., Kim, J. y Joo, G. (2015): "Wetland-based tourism in South Korea: who, when, and why". *En Wetlands Ecology and Management*, 23(4), 779-787.
- Duque, P. (2017). *Motivaciones del excursionista guayaquileño que visita la Isla Santay*. (Tesis de pregrado), Universidad Casa Grande, Guayaquil, Ecuador. Recuperado de: <http://dspace.casagrande.edu.ec:8080/bitstream/ucasagrande/1307/2/Tesis1500DUQM.pdf>
- George, B., Henthorne, T., & Williams, A. (2013). The internal structure of destination visitation model and implications for image management. *Pasos. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 11(3), 47-53.
- Gnoth, J. (1997). Tourism motivation and expectation formation. *Annals of Tourism Research*, 24(2), 283-304.
- Gobierno Provincial del Guayas. (2017). *Aventura en Puerto Morro*. Recuperado de www.guayas.gob.ec/turismo/atractivos/aventura-en-puerto-el-morro
- González, J., Pazmiño, M. (2015). Cálculo e interpretación del Alfa de Cronbach para el caso de validación de la consistencia interna de un cuestionario, con dos posibles escalas tipo Likert. *Revista Publicando*, 2(1), 62-77.

- Gonzalés, P., & Neri, L. (2015). El ecoturismo como alternativa sostenible para proteger el bosque seco tropical peruano: El caso de Proyecto Hualtaco, Tumbes. *Pasos. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 13(6), 1437-1449.
- Hendlund, T., Marell, A., & Gärling, T. (2012). The mediating effect of value orientation on the relationship between socio-demographic factors and environmental concern in Swedish tourists' vacation choices. *Journal of Ecotourism*, 11(1), 16-13.
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, M. (2010). *Metodología de la investigación*. México D.F.: McGraw-Hill.
- Hsu, C., & Huang, S. (2008). *Tourism management: analysis, behaviour and strategy*. Wallingford, United States: CABI Publishing.
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. (2010). *Publicaciones INEC*. Recuperado de www.ecuadorencifras.gob.ec.
- Jiang, S., Scott, N., & Ding, P. (2018). Motivations of experienced leisure travelers: a means-end chain study on the Chinese outbound market. *Journal of Vacation Marketing*, 20(10), 1-14.
- Kamri, T., & Radam, A. (2013). Visitors' visiting motivation: Bako National Park, Sarawak. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 101(21), 495-505.
- Kassean, H., & Gassita, R. (2013). Exploring tourists' 'push and pull' motivations to visit Mauritius as a holiday destination. *African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure*, 2(3), 39-56.
- Kim, H., Lee, S., Uysal, M., Kim, J., & Ahn, K. (2015). Nature based tourism and subjective well-being. *Journal of Travel And Tourism Marketing*, 32(1), 76-96.
- Koziol, L. (2015). The use of tourist motivation factors trichotomy concept in the management process by creating customer value. *The Malopolska School of Economics in Tarnów Research Papers Collection*, 28(4), 113-123.
- Leeper, M., & Greene, D. (2016). *The Hidden Cost of Reward*. New York, N.Y.: Psychology Press.
- Mahika, E. (2011). Current trends in tourist motivation. *Cactus Tourism Journal*, 2(2), 15-24.
- Martinez, M. (2013). *Ecotourist: profiles and implications for the marketing strategy*. (Tesis de masterado), Universidad de Quebec, Canada. Recuperado de www.archipel.uqam.ca/5765/1/M13055.pdf
- Medina, M. (2017). *Análisis de los emprendimientos implementados en el área protegida manglares el Morro y sus incidencias en el desarrollo sostenible*. (Tesis de pregrado),

- Universidad de Guayaquil, Ecuador. Recuperado de www.repositorio.ug.edu.ec/handle/redug/16430
- Mestanza, J. (2014, 2 de agosto). Puerto El Morro: la reserva Habitad de los Delfines. *El Comercio*. Recuperado de www.especiales.elcomercio.com/planeta-ideas/planeta/3-agosto-2014/Ecuador-puerto-morro-reservar-habitat-delfines
- Mansfeld, Y. (1992). From motivation to actual travel. *Annals of Tourism Research*, 19(3), 399–419.
- Ministerio de Ambiente de Ecuador. (2010). *Plan de Manejo del Refugio de Vida Silvestre Manglares El Morro*. Recuperado de www.suia.ambiente.gob.ec/documents/10179/242256/21+PLAN+DE+MANEJO+MORRO.pdf/641cd58c-5c57-4695-bcb5-0aff93c2db7a
- Ministerio de Ambiente de Ecuador. (2014). *Puerto El Morro, un paraíso costero rodeado de Mangles*. Recuperado de www.ambiente.gob.ec/el-morro-un-paraiso-costero-rodeado-de-mangles/
- Ministerio de Ambiente de Ecuador. (2015). *Turismo Ecológico*. Recuperado de www.areasprotegidas.ambiente.gob.ec/es/content/turismo-sostenible
- Ministerio de Ambiente de Ecuador. (2016). *Proyecto de sostenibilidad financiera para el Sistema Nacional de Áreas Protegidas*. Recuperado de www.ambiente.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/.../SOMOS-Botin-final-final.pf
- Ministerio de Turismo del Ecuador. (2013). Ecuador lo tiene todo para ser una Potencia Turística. Recuperado de: www.turismo.gob.ec/ecuador-lo-tiene-todo-para-ser-una-potencia-turistica/
- Ministerio de Turismo de Ecuador. (2016). *Rendición de cuentas 2016*. Recuperado de www.turismo.gob.ec/informe-de-rendicion-de-cuentas-2016/
- Ministerio de Turismo de Ecuador. (2017). *Rendición de cuentas 2017*. Recuperado de www.turismo.gob.ec/informe-de-rendicion-de-cuentas-2017/
- Mite, M., López, M., & Lovato, S. (2017). Emprendimiento en Puerto El Morro, empresas familiares y sus necesidades de capacitación. *Dominio de las Ciencias*, 3(2),62-85.
- Mohammad, B., & Som, P. (2010). An analysis of push and pull travel motivations of foreign tourists to Jordan. *International Journal of Business and Management*, 5(12), 41-50.
- Mohammad, S., & Shuib, A. (2013). Push and pull factors influencing domestic visitors to Kilim Karst Geoforest Park, Langkawi. *The Malaysian Forester*, 76(2), 109-116.
- Moral, S., Orgaz, F., Cañero, P., & Jimber, J. (2017). Análisis de la motivación y

- edad del turista y su satisfacción en destinos fronterizos: el caso de La Frontera Norte Dominico-Haitiana. *International Journal of Scientific Management and Tourism*, 3(4), 431-445.
- Naciones Unidas. (2015). Ecotourism: reinforcing local demand for a “waste to wealth”. Recuperado de www.inweh.unu.edu/wp-content/uploads/2016/04/Ecotourism-Waste-to-Wealth-WEB.pdf
- Nieto, J., Román, I., Bonillo, D., & Paulova, N. (2016). Turismo a nivel mundial. *International Journal of Scientific Management and Tourism*, 2(1), 129-144.
- Nieto, S. (2010). *Principios, métodos y técnicas esenciales para la investigación educativa*. Madrid, España: Dykinson.
- Nikjoo, A., & Ketabi, M. (2015). The role of push and pull factors in the way tourists choose their destination. *Anatolia: An International Journal of Tourism and Hospitality Research*, 26(4), 588-597.
- Organización Mundial del Turismo. (2002). *Ecoturismo y Áreas Protegidas*. Recuperado de <http://sdt.unwto.org/es/content/ecoturismo-y-areas-protegidas>
- Organización Mundial del Turismo. (2018). *Entender el turismo: Glosario Básico*. Recuperado de <http://media.unwto.org/es/content/entender-el-turismo-glosario-basico>
- Organización Mundial del Turismo. (2018). Resultados del turismo internacional en 2017: los más altos en siete años. Recuperado de www.media.unwto.org/es/press-release/2018-01-15/resultados-del-turismo-internacional-en-2017-los-mas-altos-en-siete-anos
- Orgaz, F. (2014). El ecoturismo en los humedales: análisis de las potencialidades de República Dominicana. *Rosa dos Ventos*, (6), 4-18.
- Orgaz, F. (2014,). Turismo y cooperación al desarrollo: un análisis de los beneficios del ecoturismo para los destinos. *El Periplo Sustentable*, (26), 26-47.
- Orgaz, F., & Cañero, P. (2015). El ecoturismo como motor de desarrollo en zonas rurales: un estudio de caso en República Dominicana. *Ciencia y Sociedad*, 40(1), 47-76.
- Osorio, M., Monge, L., & Serrano, R. (2017, junio). Perfil del visitante de naturaleza en Latinoamérica: prácticas, motivaciones e imaginarios. Estudio comparativo entre México y Ecuador. *Pasos. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 15(3), 713-729.
- Osorio, V., Duarte, M., & Soto, L. (2017). *Estudio de factibilidad comercial para la implementación de actividades ecoturísticas en el recinto Puerto El Morro* (Tesis de

- pregrado), Escuela Superior Politécnica del Litoral, Guayaquil, Ecuador.
Recuperado de www.dspace.espol.edu.ec/xmlui/handle/123456789/39996
- Paucar, E. (2016, 21 de agosto). Puerto El Morro convive con el manglar. *El Comercio*.
Recuperado de www.elcomercio.com/tendencias/puerto-morro-manglar-guayas-turismo.html
- Pearce, P., & Lee U. (2005). Developing the Travel Career Approach to tourist motivation. *Journal of Travel Research*, 43(3), 226-237.
- Pearce, P. (2014). Tourism motivation and decision making. En Lew, Hall, & Williamas. *The Wiley Blackwell Companion to Tourism* (45-54). Chinchester: John Wiley.
- Pérez, A., Leyva, T., & García, J. (2013). El ecoturismo un estudio de caso de Veracruz. *Revista Mexicana de Ciencias Agrícolas*, 5(16), 1015-1025.
- Plog, S. (1974). Why destination areas rise and fall in popularity, *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, 14(4), 55-58.
- Popp, L. (2013). *Understanding the push and pull motivations and itinerary patterns of wine tourist* (Tesis de maestría), Michigan State University, Michigan, United States.
Recuperado de https://d.lib.msu.edu/etd/550/datastream/OBJ/download/Understanding_the_push_and_pull_motivations_and_itinerary_patterns_of_wine_tourists.pdf
- Puerto El Morro asa sus lisas en festival. (2017, 1 de mayo). *El Universo*. Recuperado de www.eluniverso.com/noticias/2017/05/01/nota/6162964/puerto-morro-asa-sus-lisas-festival
- Puerto El Morro Combina Aventura y Naturaleza. (2014, 5 de abril). *El Comercio*.
Recuperado de www.elcomercio.com/actualidad/ecuador/puerto-morro-combina-aventura-y.html
- Quinde, M. (2014). *Plan de desarrollo turístico para mejorar la competitividad turística en el Puerto El Morro, cantón Guayaquil, provincia del Guayas año 2014* (Tesis de pregrado), Universidad Estatal, Santa Elena, Ecuador. Recuperado de www.repositorio.upse.edu.ec/handle/46000/1496
- Rahmani, K., Gnoth, J., & Mather, D. (2018). A Psycholinguistic View of Tourists' Emotional Experiences. *Journal of Travel Research*, 54(4), 1-15.
- Reimer, J., & Pierre, W. (2013). How do you know it when you see it? Community-based ecotourism in the Cardamom Mountains of southwestern Cambodia. *Tourism Management*, 34(2), 122-132.

- Sacoto, M. (2016, 18 de febrero). Puerto El Morro paraíso de aves y delfines. *El Universo*. Recuperado de www.eluniverso.com/noticias/2016/02/18/nota/5410254/puerto-morro-se-disfruta-naturaleza-liza-asada
- Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo de Ecuador. (2013). *Plan de Buen vivir 2013-2017*. Recuperado de www.buenvivir.gob.ec/versiones-plan-nacional
- Sirakaya, E., Sasdharan, V., & Sönmez, S. (1999). Redefining ecotourism: the need for a supply-side view. *Journal of Travel Research*, 38(2), 168-172.
- Snepenger, D., King, J., Marshall, E., & Uysal, M. (2006). Modeling Iso-Ahola's motivation theory in the tourism context. *Journal of Travel Research*, 45(2), 140-149.
- Tapia, A., Martillo, I., & Salazar, V. (2017). Crecimiento económico y desarrollo humano de los pobladores del recinto Puerto El Morro desde la perspectiva humanista existencial de Carl Rogers: un mejor futuro para todos. *Dominio de las Ciencias*, 3(2), 291-316.
- Leal, M. (2018). *Turismo Ecológico y Sostenible: perfiles y tendencias*. Recuperado de sitio de internet de The Ostelea School Of Tourism & Hospitality : http://www.aept.org/archivos/files/informe_turismo_ecologico.pdf
- Yoo, C., Yoon, D., & Park, E. (2018). Tourist motivation: an integral approach to destination choices. *Emerald Insights*, 73(2), 169-185.
- Yoon, Y., & Uysal, M. (2005). An examination of the effects of motivation and satisfaction on destination loyalty: a structural model. *Tourism Management*, 26(1), 45-56
- Yousefi, M., & Marzoki, A. (2012). Travel motivations and the influential factors: the case of Penang, Malaysia. *Anatolia. International Journal of Tourism and Hospitality Research*, 23(2), 169-176.