



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y
HOTELERAS**

TEMA:

**Propuesta de mejora de productos turísticos para el Cantón Puerto
López basado en el análisis de las motivaciones de los visitantes**

AUTORES:

**Aldaz López, Cristian Alejandro
Armas Cevallos, Silvia Galera**

**Trabajo de titulación previo a la obtención del título de
Ingeniero en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras**

TUTORA:

Lic. Aline Gutiérrez Northía, Mgs.

Guayaquil, Ecuador

Guayaquil, 13 de marzo del 2019



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y
HOTELERAS**

CERTIFICACIÓN

Certificamos que el presente trabajo de titulación, fue realizado en su totalidad por **Aldaz López Cristian Alejandro y Armas Cevallos Silvia Galera**, como requerimiento para la obtención del título de Ingeniero/a en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras.

TUTORA

Lic. Aline Gutiérrez Northía, Mgs.

DIRECTORA DE LA CARRERA

Ing. María Belén Salazar Raymond, Mgs.

Guayaquil, 13 de marzo del 2019



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

**FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
TURÍSTICAS Y HOTELERAS**

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Yo, Aldaz López Cristian Alejandro

DECLARO QUE:

El Trabajo de Titulación, “**Propuesta de mejora de productos turísticos para el Cantón Puerto López basado en el análisis de las motivaciones de los visitantes**” previo a la obtención del título de Ingeniero/a en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras, ha sido desarrollado respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan en el documento, cuyas fuentes se incorporan en las referencias o bibliografías. Consecuentemente este trabajo es de mi total autoría.

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance del Trabajo de Titulación referido.

Guayaquil, 13 de marzo del 2019

EL AUTOR

Aldaz López Cristian Alejandro



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

**FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
TURÍSTICAS Y HOTELERAS**

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Yo, **Armas Cevallos Silvia Galera**

DECLARO QUE:

El Trabajo de Titulación, “**Propuesta de mejora de productos turísticos para el Cantón Puerto López basado en el análisis de las motivaciones de los visitantes**” previo a la obtención del título de Ingeniero/a en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras, ha sido desarrollado respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan en el documento, cuyas fuentes se incorporan en las referencias o bibliografías. Consecuentemente este trabajo es de mi total autoría.

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance del Trabajo de Titulación referido.

Guayaquil, 13 de marzo del 2019

LA AUTORA

Armas Cevallos Silvia Galera



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y
HOTELERAS**

AUTORIZACIÓN

Yo, Aldaz López Cristian Alejandro

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil a la **publicación** en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación, “**Propuesta de mejora de productos turísticos para el Cantón Puerto López basado en el análisis de las motivaciones de los visitantes**”, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

Guayaquil, 13 de marzo del 2019

EL AUTOR:

Aldaz López Cristian Alejandro



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y
HOTELERAS**

AUTORIZACIÓN

Yo, Armas Cevallos Silvia Galera

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil a la **publicación** en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación, “**Propuesta de mejora de productos turísticos para el Cantón Puerto López basado en el análisis de las motivaciones de los visitantes**”, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

Guayaquil, 13 de marzo del 2019

LA AUTORA:

Armas Cevallos Silvia Galera



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y
HOTELERAS**

Certificación de Antiplagio

Certifico que después de revisar el documento final del trabajo de titulación denominado **“Propuesta de mejora de productos turísticos para el Cantón Puerto López basado en el análisis de las motivaciones de los visitantes”**, presentado por los estudiantes **Aldaz López Cristian Alejandro y Armas Cevallos Silvia Galera**, fue enviado al Sistema Antiplagio URKUND, presentando un porcentaje de similitud correspondiente al (0%), por lo que se aprueba el trabajo para que continúe con el proceso de titulación.

← → ↻ <https://secure.arkund.com/view/46827128-242621-734654#q1bKLvayio7VUSrOTM/LTM>

URKUND

Documento	TT Armas Cevallos - Aldaz López.docx (D47940154)
Presentado	2019-02-14 11:53 (-05:00)
Presentado por	cris_aldaz@hotmail.com
Recibido	aline.gutierrez.ucsg@analysis.arkund.com
Mensaje	TT Armas Cevallos - Aldaz López Mostrar el mensaje completo

0% de estas 34 páginas, se componen de texto presente en 0 fuentes.

📊 ⚙️ 📄 🔍 ⬆️ ⬅️ ➡️ ⬆️

Lic. Aline Gutiérrez Northía, Mgs.

TUTORA

AGRADECIMIENTO

A mi madre quien con su amor, paciencia y esfuerzo me ha permitido llegar a cumplir hoy un sueño más, gracias por inculcar en mí el ejemplo de esfuerzo y valentía, de no temer las adversidades porque Dios está conmigo siempre.

A mis tíos Carlos y Dalba por su cariño y apoyo incondicional, durante todo este proceso, por estar conmigo en todo momento gracias. A mi abuelita Mimi por ser el pilar más importante, por demostrarme siempre su cariño y apoyo incondicional. Porque con sus oraciones y consejos hicieron de mí una mejor persona y de una u otra forma me acompaña en todos mis sueños y metas.

De todo corazón a Silvia Armas, que con su valor y entrega ha sido una persona incondicional en mi vida, ha sido mi soporte, mi mejor amiga, mi consejera, mi luz, mi guía, mi todo para seguir adelante y no bajar los brazos en los momentos difíciles, por ser la mujer que Dios me presentó en la vida para ser muy feliz y por su innegable dedicación, amor y paciencia.

Agradezco a mis docentes por haber compartido sus conocimientos a lo largo de la preparación de mi profesión, de manera especial, a la Lic. Aline Gutiérrez tutora de nuestro proyecto de investigación quien nos ha guiado con su paciencia, y su rectitud como docente, y a los habitantes del cantón de Puerto López por su valioso aporte para nuestra investigación.

Cristian Aldaz López

DEDICATORIA

Dedico este trabajo principalmente a Dios, por haberme dado la vida y permitirme el haber llegado hasta este momento tan importante de mi formación profesional. A mi madre, a pesar de nuestra distancia física, siento que estás conmigo siempre y aunque nos faltaron muchas cosas por vivir juntos, sé que este momento hubiera sido tan especial para ti como lo es para mí.

Cristian Aldaz López

AGRADECIMIENTO

En primer lugar quiero expresar mi gratitud a Dios, quien me ha permitido tener una vida llena de aprendizajes y experiencias. Siendo mi fortaleza en los momentos de debilidad y quien con su bendición llena siempre mi vida.

Una popular frase dice que la mejor herencia que nos pueden dejar nuestros padres son los estudios, sin embargo a lo largo de todo este periodo he obtenido mucho más que eso, gracias por todos los valores que me han inculcado y la excelente educación que me han brindado.

Ustedes son mis pilares de la vida es por esto que les dedico este trabajo de titulación.

Gracias mami Silvia y papi Alonso.

A mis abuelos, que son mis segundos padres de ellos aprendí el valor de la responsabilidad, respeto y amor incondicional, los cuales los he llevado presente durante todos los periodos de mi vida. Gracias mami Galera y papi Eulogio.

A Cristian Aldaz, por ser una parte importante de mi vida, pues juntos nos vamos a convertir en profesionales. Le agradezco la paciencia, amor incondicional y respeto que ha tenido conmigo durante todo este periodo de tiempo.

Finalmente quiero expresar mi más grande y sincero agradecimiento a todos los profesores de mi carrera, pues gracias a ellos llegaré a convertirme en una gran profesional, gracias a todos por sus conocimientos compartidos. Por otro lado, de forma especial le agradezco a la Lic.

Aline Gutiérrez, tutora de este proyecto, por su excelente trabajo y dirección durante todo este proceso, quien con sus conocimientos, enseñanza y colaboración permitió el desarrollo de este trabajo.

Silvia Armas Cevallos

DEDICATORIA

Dedico mi trabajo de titulación principalmente a Dios, por darme la fuerza e inspiración necesaria para poder concluir este proceso de obtener una de mis metas más deseadas. A mis padres, por su amor, trabajo y sacrificio en todos estos años, gracias a ustedes logre llegar hasta aquí y convertirme en toda una profesional. Es un orgullo y privilegio ser su hija.

A mis abuelos, mis segundos padres, por su amor y apoyo incondicional que me brindaron a lo largo de esta etapa de mi vida.

Silvia Armas Cevallos



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y
HOTELERAS**

TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN

Lic. Aline Gutiérrez Northía, Mgs.

TUTORA

Ing. María Belén Salazar Raymond, Mgs.

DIRECTORA DE CARRERA O DELEGADO

Ing. Alexandra Murillo Paladines, Mgs

COORDINADOR DEL ÁREA O DOCENTE DE LA CARRERA

Lcda. Mariela Pinos Guerra, Mgs.

OPONENTE



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y
HOTELERAS**

Calificación

APELLIDOS Y NOMBRES	NOTA FINAL DEL TUTOR
Aldaz López Cristian Alejandro	
Armas Cevallos Silvia Galera	

**Lic. Aline Gutiérrez Northía, Mgs.
TUTORA**

Índice General

Introducción	2
Antecedentes	3
Justificación	5
Objetivos	7
Objetivo General	7
Objetivos Específicos	7
Formulación interrogativa del problema:.....	7
Planteamiento del Problema	8
Capítulo I: Marcos de la Investigación	10
Marco Teórico	10
Teoría de Crompton. Empuje (‘push factor’) y Arrastre (‘pull factor’).....	10
Modelo Teórico de Pearce o teoría de los peldaños de la carrera de viajes.....	13
Perfiles turísticos en función de las motivaciones para viajar por Miguel Ángel Beltrán y María Concepción Parra	14
Marco Conceptual	16
Motivación	16
Visitante	16
Destino Turístico.....	16
Producto Turístico.....	16
Turista	17
Demanda Turística	17
Actividad turística	17

Segmento de mercado	17
Marco Referencial.....	18
La motivación turística: el caso de la región de las aguas termales de Goiás, Brasil	18
Análisis de la motivación y edad del turista y su satisfacción en destinos fronterizos: el caso de la frontera norte dominico-haitiana.....	19
Perfiles turísticos en función de las motivaciones para viajar Universidad de Murcia	20
Marco Metodológico.....	22
Tipo de investigación.....	22
Enfoque	22
Diseño de la investigación	23
Metodología utilizada	23
Herramientas de investigación primaria	23
Herramientas de investigación secundarias	26
Capítulo II: Motivaciones principales de los visitantes del cantón Puerto López	27
Análisis de los resultados de las encuestas	27
Perfil de los visitantes del cantón Puerto López en función de la teoría de Crompton. Empuje ('push factor') y Arrastre ('pull factor').	39
Perfil de los visitantes del cantón Puerto López en función de las motivaciones de viaje de acuerdo al modelo de Beltrán y Parra.....	41
Capítulo III: Análisis de la oferta existente para analizarlas de acuerdo con las motivaciones.	43
Tour Isla Salango	43
Tour Isla de la Plata	43

Tour Ballenas	44
Agua Blanca	44
Los Frailes.....	45
Tour a caballo.....	45
Tour Pesca deportiva.....	45
Buceo	46
Capítulo IV: Propuesta de productos turísticos para satisfacer las principales motivaciones de los visitantes del cantón Puerto López.....	48
Spa frente al mar	48
Pantallas interactivas de información	49
Restaurante - Teatro	49
Capítulo V: Conclusiones	51
Capítulo VI: Recomendaciones	53
Bibliografía	54
Apéndice	59

Índice de Tablas

Tabla 1. Parte 1 Clasificación de las motivaciones según Crompton (1979)11

Tabla 2. Parte 2 Clasificación de las motivaciones según Crompton (1979)12

Índice de Figuras

Figura 1. Objetivos del Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del cantón Puerto López, referente al turismo.	6
Figura 2. Comparación del significado de la pirámide de Maslow con lo propuesto en la teoría de Pearce	14
Figura 3. Procedencia de los visitantes	27
Figura 4. Procedencia de los extranjeros	27
Figura 5. Procedencia de nacionales	28
Figura 6. Edades de los visitantes	28
Figura 7. Comparación de edades	29
Figura 8. Género de los visitantes	29
Figura 9. Nivel de estudios de los visitantes	30
Figura 10. Gastos de los visitantes (por noche por persona)	30
Figura 11. Comparación de gastos de los visitantes (por noche por persona)	31
Figura 12. Organización de viaje de los visitantes	31
Figura 13. Noches de estadía de los visitantes	32
Figura 14. Comparación de estadía de los visitantes	32
Figura 15. Compañía de los visitantes	33
Figura 16. Comparación de la compañía de los visitantes	33
Figura 17. Actividades que realizan los visitantes en el destino	34
Figura 18. Motivaciones de los visitantes	35
Figura 19. Comparación de las motivaciones según Crompton y las utilizadas en las encuestas	35
Figura 20. Probabilidad de recomendación	36

Figura 21. Calificación del destino por los visitantes	37
Figura 22. Calificación del destino	37
Figura 23. Recomendación para el destino por parte de los visitantes	38
Figura 24. Factores de empuje	40
Figura 25. Factores de arrastre	41
Figura 26. Comparación de las características de los perfiles del turista con las características de visitantes de Puerto López.....	42
Figura 27. Productos turísticos de Puerto López	47

Resumen

El presente proyecto tiene como objetivo analizar las motivaciones que tienen los turistas al escoger voluntariamente Puerto López como destino, con el fin de proponer nuevos productos turísticos o mejorar su oferta actual. Para lo cual se tomó las nueve motivaciones de la teoría de Crompton y perfiles turísticos según Beltrán y Parra como base teórica. En el transcurso de la investigación, se realizaron 384 encuestas a turistas nacionales y extranjeros a los cuales se les preguntó acerca de sus motivaciones de viaje, datos personales y percepción acerca del destino. Al analizar todas las respuestas se destacaron tres motivaciones principales siendo estas la relajación, escape del ambiente cotidiano y la novedad.

Se pudo determinar que la mayoría de las personas que visitan el destino tienen un perfil racional lo cual significa que son turistas que viajan en familia, les gusta saber con anterioridad características de los lugares que van a visitar, buscan relajarse y salir de la rutina. Por último se concluyó que todos los productos turísticos más populares sí cumplen y satisfacen todas las motivaciones principales que presentan los turistas que visitan Puerto López, por lo que se propone productos y servicios turísticos que complementen la oferta actual.

***Palabras Clave:** destinos turísticos, motivaciones, productos turísticos, perfiles del turista, atractivos turísticos*

Abstract

The main goal of this project is to analyze the motivations of tourists that voluntarily choose Puerto López as a destination, in order to propose new tourism products or improve their current offer. For which the nine motivations theory by Crompton and tourist profiles according Beltran and Parra were taken as a theoretical basis. During the time 384 surveys were done to local and foreign tourists who were asked about their travel motivations, personal data and perception about the destination. When analyzing all the answers, relaxation, escaping from their everyday environment and novelty were the three main motivations.

It was determined that most people who visit the destination have a rational profile which means that they are tourists who travel with their family, they already researched about the place they are going, they also seek to relax and get out of their routine. Finally, it was concluded that all the most popular tourism products meet and satisfy the main motivations tourists have, so tourism products and services that complement the current offer were proposed.

Keywords: *tourist destinations, motivations, tourism products, tourist profiles, tourist attract*

Introducción

“Playas paradisíacas, islas e islotes, museos arqueológicos, zonas protegidas, bosque húmedo, avistamiento de ballenas y la gastronomía son las alternativas que ofrece el cantón Puerto López a sus visitantes. Llegar a esta jurisdicción es como entrar en el paraíso.” (El Telegrafo, 2015)

El cantón Puerto López es un destino que va ganando prestigio a nivel nacional e internacional ya que es visitada por una gran cantidad de turistas cada año, el porcentaje de ingresos de estos visitantes varía dependiendo de la temporada, siendo la temporada de Observación de Ballenas Jorobadas una de las actividades que registra uno de los picos altos en turismo, comenzando en el mes de junio hasta septiembre. (GAD Municipal Puerto López, 2016).

Es verdad que el cantón Puerto López cuenta con varias actividades turísticas que realizar como la observación de ballenas y aves, tours a la Isla de plata o Salango, actividades acuáticas como snorkel, kayak y buceo. Sin embargo no se le ha prestado la debida atención a las motivaciones que presenta el turista para poder escoger un lugar como un destino de viajes.

Las motivaciones permiten entender de mejor manera las expectativas, necesidades y los objetivos de los turistas, convirtiéndose en un elemento fundamental al momento de diseñar estrategias de marketing, posicionamiento y competitividad (Bueno citado por Carvache, Carvache, Macas, & Orden, 2017, p.1)

Vale recalcar que la sociedad actual se encuentra en constantes cambios económicos, culturales los cuales hacen que el perfil de los turistas presente variaciones año tras año, pues ahora los turistas, cada vez están mejor informados, son más inteligentes y exigentes, lo que provoca que el mercado sea más complejo e impulsan el desarrollo de nuevos productos y servicios. (Araújo, 2017, p.63)

Por lo tanto, el objetivo de la presente investigación es demostrar las principales motivaciones que impulsan a los turistas a escoger un lugar como su destino de viaje, en base a los factores de empuje y arrastre que se exponen en la teoría de Crompton, por otro lado se identificará los perfiles de los turistas que visitan el cantón Puerto López, y se va a analizar la oferta actual que tiene, con el fin de poder

concluir si esta satisface o no a la demanda, y poder proponer mejoras a lo que ya existe dentro del mercado o un nuevo producto o servicio turístico.

Los lugares de estudio para esta investigación los conforman las tres parroquias pertenecientes al cantón Puerto López, de las cuales Puerto Machalilla y Salango son parroquias rurales y Puerto López es una parroquia urbana.

Antecedentes

Puerto López se ha convertido en un destino turístico que sigue creciendo y ganando prestigio ante los turistas nacionales y extranjeros pues el GAD Municipal Puerto López (2016) menciona que gracias a sus playas logran deleitar a turistas nacionales e internacionales que en su mayoría llegan desde Chile, Argentina y algunos países europeos especialmente Italia. Siendo sus temporadas de mayor afluencia turística los meses entre junio a septiembre, diciembre a marzo, también los feriados de carnaval y Semana Santa. (p.138)

Un factor importante por el cual recibe un sin número de turistas cada año es porque se encuentra dentro del Parque Nacional Machilla, en el que se puede encontrar una variedad de ecosistemas que hacen de esta zona un lugar con un excelente atractivo paisajístico. (GAD del cantón Puerto López, 2014, p.45)

Este desarrollo turístico se ha venido evidenciando desde el 2009 cuando el ex presidente Rafael Correa realizó un enlace ciudadano desde el canto Puerto López con el fin de poder promocionarlo como destino turístico alternativo. (El Comercio, 2009). Desde esta fecha se comenzó a trabajar más a fondo para poder sacar adelante este destino y potenciarlo en el turismo.

Después de cinco años, el Ministerio de Turismo nombró al territorio del cantón Puerto López, provincia de Manabí como área turística protegida, que incluye los centros turísticos existentes y las áreas de reserva turística, además dentro de su artículo 2 mencionó que el Centro Turístico de Distribución Puerto López corresponde a la Cabecera Cantonal, zona urbana considerada un destino turístico, cuya importancia a nivel nacional e internacional debe ser preservada y protegida mediante el Programa de área turística protegida. (Ministerio de turismo, 2013, p.2)

Con el fin de seguir desarrollando el turismo dentro de este cantón, el gobierno introdujo a Puerto López dentro del Programa de Intervención Territorial Integral (PITI), proyecto que estuvo encaminado para aquellos destinos con potencial turístico. De acuerdo con la Gobernación de Manabí (2013):

El programa se inició en Enero del 2014, con una asignación de 130 millones de dólares que serán asignados en el proyecto en los para el 2014 Puerto López contará con obras dentro del mismo con 43 millones de inversión en alcantarillado sanitario y pluvial, y gaviones en ambas márgenes de la quebrada Pital, donde varias instituciones están involucradas, MIDUVI, SENAGUA, GADs Cantonal y Parroquiales MTOP, SNGR, Turismo y Ministerio del Interior.

Entre los aportes más importantes que dejó este programa al cantón se pueden mencionar “el malecón, alcantarillado pluvial, construcción kioscos, corredor pital y la regeneración urbana” (Ministerio de Desarrollo Urbano y Vivienda , 2014)

Asimismo, en el 2016 se inauguró el Malecón de Puerto López, en el que se invirtieron 12,2 millones de dólares, teniendo una extensión de 2.4 kilómetros. Prometía un desarrollo turístico dentro del destino, pues era otra de las facilidades turísticas que brindaba confort a los turistas que lo visitaban. El Presidente Rafael Correa al momento de inaugurar el malecón enfatizó que este permitirá impulsar el turismo y así, “quienes lo visiten podrán admirar aún más las bellezas naturales con que cuentan”. El Primer Mandatario resaltó la importancia turística de Puerto López para Manabí y Ecuador. (Ministerio de Turismo, 2016)

Por otra parte según Cinerman Miranda, vicealcalde de Puerto López, acota que la plaza hotelera (2.600 camas) estuvo llena durante carnaval. “Hace 10 años recibíamos cerca de 80 mil turistas al año y ahora recibimos 250 mil. Este año esperamos superar los 300 mil”. (Diario El Tiempo, 2017). Lo que quiere decir que cada año se incrementa la llegada de los turistas a este destino por las diferentes actividades especialmente los meses de julio a agosto en los que se puede observar las ballenas.

Es importante trabajar en este ámbito, ya que como lo menciona Fernández (2010) el turismo se ve como una posibilidad para el aprovechamiento de recursos, la

creación de empleo y un canal para generar desarrollo económico. Por lo cual el sector turístico no constituye la fuente principal de este destino, pero si genera gran cantidad de ingresos y una fuente importante de trabajo.

Justificación

En la actualidad el cantón Puerto López posee reconocimiento nacional como internacional, gracias a sus recursos naturales y culturales, los cuales atraen a muchos turistas, que adquieren los productos y servicios turísticos que ofertan las operadoras, hoteles, restaurantes, entre otros. Ante ello se vuelve necesario conocer los factores que motivan a los visitantes a seleccionar este destino entre la oferta disponible de servicios similares con que cuenta la costa ecuatoriana.

“Las necesidades, motivos y motivaciones son los motores de la conducta humana y, por lo tanto, son vitales para activar los mecanismos que mueven el turismo” (García-Mas, A. citado por Gisolf, 2014). Es decir que conocer y analizar las motivaciones de los visitantes es un factor muy importante ya que esto es lo que va a impulsar al turista a seleccionar un destino y a adquirir productos turísticos de dicho lugar.

Este proyecto beneficia directamente a los operadores turísticos, restaurantes, hospedajes, guías y demás personas que generen ingresos indirectamente por el turismo. Puesto que gracias al análisis de las motivaciones de los visitantes, se puede conocer detalladamente su perfil, intereses y toda información útil para el desarrollo de nuevos productos que encajen con sus expectativas, satisfacer necesidades desatendidas y poder crear valor agregado dentro del mercado.

Gracias a las investigaciones que se realizaron se obtuvo información actualizada y concreta que ayuda a conocer y a entender más a fondo al turista, debido a que se relacionan factores como las motivaciones y el nivel de satisfacción, como también ayudó a la toma de decisiones para la elaboración o mejora de productos y servicios del sector turístico.

Por otro lado, este proyecto contribuye con los objetivos que el GAD del cantón Puerto López plantea en el Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del cantón, como demuestra en la Figura 1.

Objetivo Estratégico	Política	Lineamientos estratégicos	Proyecto	Meta	Costo referencial
Impulsar y gestionar el fomento de la infraestructura productiva, con programas y proyectos para mejorar el estilo de vida de la población, mediante el fortalecimiento de la organización local, generando alternativas productivas de desarrollo turístico, pesquero, comercial y artesanal.	Gestionar la conservación y protección del Ecoturismo, consolidando a Puerto López como potencia turística	Impulsar las actividades turísticas, con transferencia de conocimientos productivos, organizativos, y de talento humano que garantice alternativas de producción turísticas, como eje fundamental de producción	Capacitación a operadores turísticos-transportación, hospedaje, alimentación	Para el año 2019, se ha incrementado en un 10% el número de turistas que visitan el cantón	20,000
			Cursos prácticos y seminarios de capacitación en temas productivos-economía popular y solidaria	Para el 2019, el 70% de los artesanos estarán capacitados en temas organizativos, de producción y comercialización	20,000
			Promoción de la agenda turística del cantón permanentemente	Para el año 2019, se ha Impulsado el turismo de aventura y camping, en un 80%	10,000

Figura 1. Objetivos del Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del cantón Puerto López, referente al turismo. Adaptado de: Gobierno Autónomo Descentralizado de Puerto López: Plan de Desarrollo y de Ordenamiento Territorial Puerto López, por GAD de Puerto López, 2014

Por lo cual para poder desarrollar dichos objetivos, es necesario empezar a comprender lo que motiva a las personas a visitar Puerto López y comparar si la propuesta actual es compatible con lo que los turistas desean obtener con el fin de determinar qué es lo que se puede mejorar o que hace falta.

Objetivos

Objetivo General

Analizar las motivaciones que llevan a los visitantes a escoger el cantón Puerto López como destino turístico para la propuesta de mejora de productos turísticos.

Objetivos Específicos

- Determinar las principales motivaciones por las cuales los turistas seleccionan el destino Puerto López para analizar el perfil y expectativas de los visitantes.
- Analizar el nivel de compatibilidad de los productos turísticos de Puerto López respecto a las motivaciones de visitar el destino con el propósito de proponer mejoras en la oferta.
- Diseñar una propuesta de mejora de los productos turísticos basados en las motivaciones de los visitantes de Puerto López para generar mayor compatibilidad con la demanda.

Formulación interrogativa del problema:

¿De qué manera incide el análisis de las motivaciones de los visitantes del cantón Puerto López en el diseño de productos turísticos nuevos o tradicionales?

Planteamiento del Problema

En los últimos años el cantón Puerto López de la provincia de Manabí, ha sido considerado como un importante destino turístico del país, debido a sus numerosos atractivos y recursos. Como lo menciona el GAD de Puerto López (2016), este cantón “es considerado un destino para miles de turistas nacionales y extranjeros por la calidad de sus atractivos naturales y culturales, pero particularmente por la amabilidad de su gente” (GAD Municipal Puerto López, 2016).

Adicional a esto, se menciona que

La actual administración, trabaja para incorporar otros productos turísticos para seguir potenciando al cantón. Bajo esta premisa se cuenta ya con la Competencia Ciclismo de Montaña “Ruta del Colibrí” y el Festival del Dorado, en sincronización con la actividad pesquera que es el motor del desarrollo del cantón. (GAD Municipal Puerto López, 2016)

Por otro lado, de acuerdo con investigaciones realizadas anteriormente, estas se basan en el estudio de un elemento del sistema turístico, en el cual se centran en un producto o servicio, poniendo mayor énfasis en el ámbito técnico de su ejecución descuidando así las motivaciones que impulsan a los turistas a consumir dichos productos o servicios.

Dentro del cantón Puerto López existe una oferta variada de productos, de los cuales Loayza (2016) indica que “los lugares con mayor afluencia de turistas son la Isla de la Plata, Agua Blanca, Los Frailes, y la actividad más popular es la Observación de ballenas” (p.53).

Por su parte el diario el Telégrafo (2018) menciona que

Giovanni García, responsable de la Unidad Municipal Muelle Turístico, destaca que en la localidad hay 32 operadoras. 11 de ellas hacen viajes hasta la Isla de La Plata y el resto se dedican al avistamiento de los cetáceos. En 2015 salieron, a las dos rutas, un total de 69.279 personas y en el 2014, 67.674. Es decir, el número de visitantes subió.

A pesar de que existe toda esta oferta turística dentro del destino, no se pudo encontrar investigación alguna que mencione una compatibilidad entre los productos que se encuentran en el mercado con lo que el turista deseaba encontrar. Es por esto que se plantea analizar las motivaciones de los visitantes del cantón Puerto López para poder proponer un producto turístico o la mejora de la oferta actual.

Capítulo I: Marcos de la Investigación

Marco Teórico

El presente proyecto propone una mejora en los productos turísticos de Puerto López en relación a las motivaciones que tienen los turistas, por lo cual se han seleccionado tres distintas teorías que contribuyen significativamente a la investigación pues describen los mecanismos de la motivación, en qué se basan, y como se desarrollan en los turistas.

Teoría de Crompton. Empuje ('push factor') y Arrastre ('pull factor')

“La motivación es la fuerza de impulso que influye decisivamente en el conjunto de las acciones humanas incluido el comportamiento turístico” (Crompton, 1979)

De acuerdo con el autor Gisolf (2014) dentro del contexto de los factores motivacionales a la hora de viajar, los conceptos de empuje ('push factor') y de arrastre ('pull factor') son los más usados. Factores que por lo general provienen de la teoría de Crompton ya que es la más utilizada al momento de analizar temas que tengan como base de investigación las motivaciones de los turistas.

En primer lugar el “Pull Factor” o factores de arrastre, son aquellos factores externos que conllevan al turista a tomar una decisión. Estos valores extrínsecos suelen provenir del mismo destino o de situaciones ajenas a su naturaleza que le dan un plus al destino o producto turístico, entre las cuales podemos mencionar “el clima, la naturaleza, los monumentos y museos, etc.” (Parra & Beltrán, 2017, p.44). En resumen, estos factores son los que ayudan a seleccionar el destino turístico. (p.44)

Por otro lado se mencionan los “Push Factor” o factores de empuje, motivaciones socio-psicológicas que dan mayor énfasis a deseos intrínsecos de las personas, es decir se constituyen por deseos internos los cuales prestan mayor atención a los sentimientos o el estado emocional de las personas. Un ejemplo claro de esto nos da el autor Gisolf, (2014) pues menciona que una falta de descanso puede conducir a una situación de fatiga que a la vez genera una necesidad de viajar. En otras palabras estos factores de empuje son los que impulsan a las personas a tomar la decisión de viajar, basándose en los deseos personales que se buscan satisfacer.

Vale recalcar que según los autores Crompton (1979) y Dann (1977) , el comportamiento de los visitantes, se pueden expresar mejor gracias a los factores de arrastre, sin embargo el mismo autor Crompton, (1979) en conjunto con Krippendorf (1987), recalcan que los factores de empuje tienen más peso al momento de la elaboración de productos y sus estrategias de marketing.

Estas dos clasificaciones que realiza Crompton en su teoría se puede dividir también en factores psicosociales y culturales, siendo los primeros los determinados factores push y los segundos factores pull, los cuales se detallan a continuación en un listado de motivaciones:

Tabla 1. Parte 1

Clasificación de las motivaciones según Crompton (1979)

MOTIVACIONES PSICOSOCIOLÓGICAS (FACTORES PUSH)	
Escape del ambiente cotidiano	Consiste en un cambio temporal de ambiente diferente del lugar de residencia, del hogar o del entorno laboral, es decir, el turista busca destinos diferentes de su entorno habitual, tanto física como socialmente.
Exploración y evaluación del yo	El viaje es una oportunidad para que el turista explore su propia identidad y para el autodescubrimiento, así como para poner en práctica imágenes sobre sí mismo y evaluarlas.
Relajación	Se refiere a la relajación mental que nace, por ejemplo, de la práctica de hobbies e intereses que no se pueden desarrollar en la vida diaria, más que a la relajación física la cual no siempre tiene lugar en las vacaciones.
Prestigio	Viajar supone un estilo de vida privilegiado, aunque con el libre acceso a los medios de transporte y la difusión del turismo, el estatus asociado a los viajes y al turismo es cada vez más indefinido.
Regresión	Se produce de dos maneras: (1) rompiendo con los roles y obligaciones cotidianas que facilita un tipo de comportamiento más irracional o adolescente, y (2) el turista también podría estar motivado por el deseo de retornar a una época donde el estilo de vida era más simple, lejos de la complejidad e incertidumbre de la actual sociedad.
Mejora de las relaciones de parentesco	Viajar es una buena oportunidad para reunirse con los miembros de la familia, enriquecer sus relaciones y aumentar posibilidades para interactuar.

Facilitación de la interacción social	Existen viajes más orientados a las personas que a los destinos. El período de vacaciones es un tiempo oportuno para conocer gente nueva que no es familiar. En los viajes organizados existen elementos que propician este hecho: compartir experiencias, cercanía física, existencia de individuos con intereses comunes en el grupo o la incorporación de nuevos miembros al grupo que son introducidos por individuos ya miembros. También puede existir el deseo de interactuar con la población local.
---------------------------------------	--

Nota: Adaptado de Parra & Beltrán (2017). Perfiles turísticos en función de las Motivaciones para viajar. (p.46-47). Murcia, España: Universidad de Murcia. Obtenido de <http://dx.doi.org/10.6018/turismo.39.290391>

Tabla 2. Parte 2

Clasificación de las motivaciones según Crompton (1979)

MOTIVACIONES CULTURALES (FACTORES PULL)	
Novedad	Se identifica con la curiosidad, la aventura, la búsqueda de lo nuevo, diferente y sobre todo, en el sentido de vivir una nueva experiencia, no necesariamente conocimientos nuevos. El turista suele conocer bastante sobre el lugar, la novedad fue el resultado de ver algo en lugar de simplemente saberlo. Así, en el turista podría darse una combinación de búsqueda de lo nuevo y de estrategias de minimización de riesgos ante lo diferente. Entre estas estrategias están los viajes organizados y la exposición gradual a situaciones novedosas, tomando como punto de partida lo ya conocido.
Educación	El viaje es una forma de satisfacer necesidades educativas y de adquirir un bagaje cultural, llegando a considerarse prácticamente una obligación moral de conocer aquellos lugares que son particularmente accesibles a los sujetos

Nota: Adaptado de Parra & Beltrán (2017). Perfiles turísticos en función de las Motivaciones para viajar. (p.46-47). Murcia, España: Universidad de Murcia. Obtenido de <http://dx.doi.org/10.6018/turismo.39.290391>

Esta teoría brinda los parámetros que se van a utilizar dentro del proyecto para poder analizar las motivaciones que impulsan a los turistas a viajar o adquirir un producto o servicio turístico con el fin de proponer o mejorar aquella oferta que ya existe dentro del cantón Puerto López.

Modelo Teórico de Pearce o teoría de los peldaños de la carrera de viajes

El modelo de peldaños de la carrera de viaje de Pearce toma como referencia la teoría de Maslow, la cual se define como una pirámide jerárquica que describe las necesidades de los seres humanos, detallando desde las necesidades más básicas hasta la más compleja que es la auto realización de la persona. Pearce adoptó dicha pirámide a las necesidades turísticas, pues menciona que “las elecciones del turista, asumen una especie de progresión que sigue una jerarquía de necesidades”. (Pearce citado por Lopes, 2006, p.304).

Lo cual quiere decir que los turistas van a querer satisfacer primero sus necesidades básicas y una vez que estas hayan sido satisfechas, este va a ir en busca de otras necesidades más complejas, por lo cual cada vez van a ir surgiendo nuevas motivaciones que empujen al turista elegir nuevos destinos o probar diferentes ofertas turísticas.

Esta teoría se fundamenta en las experiencias turísticas las cuales van a variar dependiendo de las situaciones o experiencias vividas por cada persona, en consecuencia los factores de motivación para cada visitante no van a ser las mismas para todos. Basándose en la misma teoría Emeri (2011) menciona que estas motivaciones estimulan al turista a vivenciar diversas experiencias según sus preferencias, esto es, según: género, edad, status social, experiencias anteriores, etc. (p.10)

Pearce realizó cierta modificación dentro de las necesidades que propone Maslow en su pirámide, las cuales se reforman de la siguiente manera: a) Autorrealización (búsqueda de la felicidad); b) Autoestima (desarrollo personal, cultural, histórico, medioambiental); c) Necesidades sociales (de filiación y amistad); d) Necesidades de estimulación (seguridad - emociones fuertes); e) Necesidades de relajación (descanso - actividad) (Pearce citado por Emeri, 2011, p.50). Para una mejor comprensión se detallan las diferencias en la siguiente Figura 2.



Figura 2. Comparación del significado de la pirámide de Maslow con lo propuesto en la teoría de Pearce. Adaptado de: *Universidad Católica de Goiás, Brasil: la motivación turística: el caso de la región de las aguas termales de goiás, brasil*, por E. Lopes. Zalles, 2006.

Esta teoría es de gran relevancia para el presente proyecto porque se puede saber y distinguir que necesidades buscan cubrir los turistas que visitan Puerto López y analizar si esas motivaciones mantienen una relación estrecha con la oferta actual.

Perfiles turísticos en función de las motivaciones para viajar por Miguel Ángel Beltrán y María Concepción Parra

Este estudio realizado en Murcia, España dio como resultado cuatro perfiles de turistas, los cuales se obtuvieron siguiendo la teoría de las motivaciones de Crompton. Pues como lo mencionan sus autores Parra & Beltrán (2017) las motivaciones son un buen criterio para segmentar el mercado turístico. (p.59)

Con el fin de alcanzar los resultados deseados dentro de este estudio se realizaron 859 encuestas, las cuales contenían preguntas referentes a las motivaciones que las personas sentían al momento de viajar, en que influía esto al tomar una decisión o escoger un destino, así como cuales y cuantos eran sus gastos, entre otras variables.

Gracias a todos los resultados que se adquirieron, y mediante un análisis de conglomerados, ellos agruparon cuatro grupos de turistas los cuales poseen características únicas que los hacen ser distintos entre ellos.

Es por esto que de acuerdo con Parra & Beltrán (2017) los turistas se dividen en:

a) Grupo 1. Racionales. Es aquel grupo de turistas que no se deja llevar por anuncios publicitarios, más bien lo que más influye en ellos son sus conocimientos del lugar y las opiniones que les den sus familiares y amigos, por lo cual les gusta informarse por su propia cuenta. Su principal motivo de viaje es buscar en cada destino el descanso y poder escapar de la rutina, por lo que no les llama la atención la aventura, naturaleza o los deportes. Su tiempo de estadía en un lugar suele variar entre 2 o 3 noches, prefiriendo viajar con sus familias y amigos. (p.59)

b) Grupo 2. Antropológicos. Son un segmento que buscan aprender la cultura de los lugares que visitan y la exploración y evaluación del yo, pues en su mayoría son personas con títulos de tercer nivel y buscan destinos que les permitan auto realizarse, dejando a un lado los tipos de turismo como el de sol y playa. Utilizando como principales fuentes de información el internet, folletos entre otros. Les atraen las cosas novedosas sin embargo son personas que no se dejan influir con facilidad. (p.59)

c) Grupo 3. Emocionales. Su principal motivación para realizar turismo es la emoción que les despierta el destino, saber de la cultura y el conocerse a sí mismos, son visitantes flexibles y optimistas “consideran que es mucho más importante las emociones que despierta que lo que sabe del mismo/sus creencias”. (p.60)

d) Grupo 4. Hedonistas. Para este segmento de turistas el pasar tiempo con amigos es el motivo principal que los impulsa a viajar. Por otro lado mantienen motivaciones como la relajación y escapar de la rutina sin embargo valoran otras motivaciones como la nostalgia y el prestigio. Su principal fuente de información son las opiniones de seres cercanos como familiares y amigos. (p.60)

Marco Conceptual

Motivación

Los autores Pinillos & Woolfolk citados por Carrera (2018) definen la motivación como la causa fundamental que posee una persona hacia un determinado medio para satisfacer una necesidad, creando, aumentando o inhibiendo un impulso necesario para llevar a cabo una acción determinada, siendo un estado interno que activa, dirige o mantiene una conducta (p.8).

Visitante

La Organización Mundial del Turismo (2008), plantea que un visitante es una persona que viaja a un destino principal distinto al de su entorno habitual, por una duración inferior a un año, con cualquier finalidad principal (ocio, negocios u otro motivo personal) que no sea la de ser empleado por una entidad residente en el país o lugar visitados. Un visitante (interno, receptor o emisor) se clasifica como turista (o visitante que pernocta), si su viaje incluye una pernoctación, o como visitante del día (o excursionista) en caso contrario.

Destino Turístico

De acuerdo con Rodríguez (2011) el destino turístico es donde ocurre la mayoría de las actividades de producción y consumo turístico. Tiene lugar gran parte de los efectos ambientales, sociales, económicos y culturales del turismo. (p.3)

Producto Turístico

Las Naciones Unidas (2008) manifiesta que producto turístico representa una combinación de diferentes aspectos (características de los lugares visitados, medios de transporte, tipos de alojamiento, actividades específicas en el lugar de destino, etc.) en torno a un centro de interés específico, como excursiones en la naturaleza, la vida en las granjas, visitas a sitios históricos y culturales, visitas a una ciudad particular, la práctica de deportes específicos, la playa, etc.

De la misma forma el autor Jiménez citado por Tribiño (2015) plantea que el producto turístico está compuesto por unos elementos tangibles e intangibles que generan satisfacción turística y consumo por parte del turista.

Turista

De acuerdo con la Organización Mundial del Turismo (2008) el turista es un visitante (interno, receptor o emisor) se clasifica como turista (o visitante que pernocta), si su viaje incluye una pernoctación.

Demanda Turística

Según el autor Socatelli (2014) manifiesta que demanda es el conjunto de consumidores o posibles consumidores de bienes y servicios turísticos que buscan satisfacer sus necesidades de viaje. Sean éstos los turistas, viajeros y visitantes, independientemente de las motivaciones que les animan a viajar y del lugar que visitan o planean visitar (p.1)

Actividad turística

La autora Cabello (2013) indica que las actividades turísticas están orientadas a ofrecer al turista la posibilidad de ocupar su tiempo libre, de ocio y vacacional con una serie de tareas en las que éste sea agente activo o pasivo de dicha actividad (p.12).

Segmento de mercado

Es un grupo de posibles clientes que, al tener en común una serie de características, ofrecen más probabilidades de comprar un determinado producto o visitar un determinado destino. Por lo general, estas características comunes constituyen el motivo de que un destino se dirija a ellos en sus actividades de marketing. (OMT, citado por el Sistema Integral de Información de Mercados Turísticos SIIMT , 2012, p.44).

Marco Referencial

El análisis de motivaciones de los turistas para proponer un producto turístico o mejorarlo para resaltar un destino, es un estudio que ya se ha realizado en investigaciones previas, las cuales se utilizaron como referencia para el presente proyecto.

La motivación turística: el caso de la región de las aguas termales de Goiás, Brasil

Esta investigación se basa en el análisis de las motivaciones, el grado de satisfacción y actitud que tienen los visitantes frente a los espacios naturales específicamente dentro de la región turística compuesta por los municipios de Caldas Novas y Rio Quente en el Estado de Goiás, Brasil, en la cual se recalcan las aguas termales.

Para poder alcanzar sus objetivos y obtener información, los autores de este estudio realizaron 423 cuestionarios, adicional a esto varias entrevistas y observaciones de campo. Estos cuestionarios fueron resueltos por turistas que visitaban el municipio de Rio Quente y otros que se encontraban en el municipio de Caldas Novas.

Dichas encuestas ayudarían a aclarar aspectos importantes de los visitantes tales como: “a) el perfil socio-demográfico del turista; b) las motivaciones de su viaje y las actividades que le interesaban; c) la percepción que el visitante tenía de la oferta turística existente; d) su percepción del medio ambiente y del uso público de áreas designadas para la conservación.” (Lopes, 2006, p.308)

En el desarrollo de este proyecto se iban analizando factores exógenos y endógenos, pues los autores detectaron que esto es lo que empuja al turista a tomar una decisión al momento de adquirir algún servicio o seleccionar destino turístico.

Después de recolectar y analizar los resultados que arrojaron las encuestas y entrevistas, se pudo concluir que muchos turistas repiten su visita a la región, siendo su motivación principal divertirse en las aguas termales. Por otra parte, el descanso es la motivación principal por la cual el turista sigue eligiendo este destino, siendo la mayor parte de sus visitantes personas originarias de la ciudad. Además se pudo determinar que las personas hacen uso de otras instalaciones y realizan distintas

actividades, después de haber disfrutado de las aguas termales. También se pudo identificar otras clases de actividades que los turistas desean, entre las cuales se pueden mencionar: “paseos en medio de la naturaleza; visitas a los habitats de animales silvestres; pesca; conocimiento del espacio y la vida rural; y la práctica de deportes en general.” (Lopes, 2006, p.309).

Y por último se determinó que el turista que visita este destino, por lo general siempre vuelve y lo que varía en sus visitas suele ser la época del año o el grupo de personas con las que asiste al lugar. Es por esto que se pudo concluir que las motivaciones de los turistas no han cambiado en los últimos tiempos pero si ha aumentado su conciencia ambiental, por otro lado lo que los motiva principalmente son sus aguas termales y la búsqueda de un lugar para descansar.

Esta investigación proporciona un ejemplo claro para el presente proyecto, de cómo se deben estudiar los distintos factores extrínsecos e intrínsecos que motivan a las personas a seleccionar un destino y descubrir cuál es su motivación principal.

Análisis de la motivación y edad del turista y su satisfacción en destinos fronterizos: el caso de la frontera norte dominico-haitiana

Gracias a que el turismo se ha estado desarrollado continuamente, se han percibido cambios dentro de los gustos y preferencias de los turistas, es por esto que el objetivo de esta investigación se centra en conocer el perfil sociodemográfico y la relación que existe entre la edad, la motivación del turista y la satisfacción del mismo en destinos fronterizos.

Según los autores Moral, Orgaz, Cañero, & Jimber del Río, (2017) el cambio en la motivación y necesidades de los turistas hace que se diversifiquen las actividades a realizar en un destino, apareciendo nuevas tipologías turísticas que o bien se conforman como una nueva tipología capaz de atraer una demanda propia de turistas, o bien se conforma como una actividad complementaria a otras formas de turismo ya existentes. (p.433)

Debido a que este es una nueva actividad turística, “esta investigación se asentó en la clasificación de las motivaciones según Dann, siendo estas la necesidad de escape y la necesidad de búsqueda. Haciendo mayor énfasis en la última, pues esta se relaciona con la búsqueda de nuevas experiencias”. (Dann citado por Moral, Orgaz,

Cañero, & Jimber del Río, 2017, p.434). Vale recalcar que el trabajo se realizó durante los meses de julio a septiembre de 2015, realizando 583 encuestas.

Por su parte el cuestionario que se utilizó para recolectar información se dividió en cuatro partes: la primera de ellas hace referencia a las actitudes del turista hacia el turismo en las zonas fronterizas; la segunda parte hace referencia al valor del destino y la satisfacción del turista: la motivación del turista se aborda en la tercera parte, concluyendo en la cuarta y última con las características sociodemográficas.

Dentro de los resultados que se obtuvieron se puede determinar que la motivación principal por la que las personas van es por negocio, compras y estudios. Las edades de sus visitantes oscilan entre 18 y los 44 años, por otro lado la mayor parte de personas pertenecen a la isla seguidos de turistas norteamericanos, estos visitantes en la mayoría de los casos viajan solos o acompañados por amigos o compañeros de trabajo.

Esta investigación brinda un marco de referencia metodológico para la organización del estudio de motivación de demanda en el destino turístico.

Perfiles turísticos en función de las motivaciones para viajar Universidad de Murcia

El siguiente proyecto de investigación tuvo como objetivo principal determinar perfiles turísticos en relación con las motivaciones turísticas, basándose en el modelo de Crompton. Por lo cual se encuestó a 859 personas a quienes indagaron sus motivaciones, características, entre otros factores. Y que de acuerdo con Parra & Beltrán (2017), mediante un análisis de conglomerados se han obtenido cuatro perfiles turísticos: racionales, antropológicos, emocionales y hedonistas. (p.41)

Esta investigación recalca que tanto las motivaciones como otros factores marcan el comportamiento del turista como por ejemplo la toma de decisiones al momento de seleccionar un destino y escoger su tiempo de estadía o adquirir algún servicio, estas características ayudan a segmentar el mercado y a crear diversos perfiles de turistas que permiten distinguirse unos de otros.

Para este trabajo de investigación se seleccionaron nueve factores motivacionales que se centraron en la propuesta de Crompton en conjunto con la de

otros autores, estas fueron medidas por una escala de Likert donde 0 equivalía a nada importante, mientras que 10 significaba totalmente importante.

Después del trabajo en campo se obtuvo como resultado que la “relajación”, “exploración y evaluación del yo”, “escape del ambiente cotidiano”, “mejorar las relaciones personales” y “educación y cultura” son los factores que más motivan a las personas. Mientras que “regresión y nostalgia” y “prestigio” son las que se encuentran en los últimos puestos. Adicional a esto, gracias a la información que se obtuvo se pudo determinar cuatro perfiles de turísticas, cada uno con características que hace que se diferencien uno de otro, los cuales se mencionaron anteriormente (rationales, antropológicos, emocionales y hedonistas).

Esta investigación ofrece datos importantes para el proyecto, pues da una pauta de cómo se van a clasificar los turistas tomando como referencia sus características y principales motivaciones, lo que ayuda a conocer cuál es el perfil de turistas que visitan el cantón Puerto López.

Marco Metodológico

La investigación tiene como base metodológica, la teoría de Crompton y sus factores push & pull, con los cuales se pudo determinar cuáles eran las motivaciones que impulsaban a los viajeros a escoger Puerto López como destino turístico, por otro lado aplicando la teoría de los perfiles turísticos en función de las motivaciones para viajar de Miguel Ángel Beltrán y María Concepción Parra, se logró clasificar en distintos perfiles a los turistas que visitan el cantón.

Aplicando las teorías anteriores y adicionando la encuesta como herramienta de investigación primaria, fue posible obtener información real y detallada de los visitantes nacionales y extranjeros.

Tipo de investigación

El presente proyecto es un tipo de investigación descriptiva, pues es aquella que “comprende la colección de datos para probar hipótesis o responder a preguntas concernientes a la situación corriente de los sujetos del estudio. Un estudio descriptivo determina e informa los modos de ser de los objetos.”. (Gay citado por Nicomedes Teodoro, 2018, p.2)

Es decir, que este tipo de investigación se basa en la recolección de datos y características de un grupo que ha sido seleccionado posteriormente para el estudio y gracias a todos los datos obtenidos se pueden exponer propuestas para la mejora o creación de productos o servicios que se ofrecen actualmente

Enfoque

En cuanto al enfoque que se utilizó en el estudio, se decidió seleccionar el enfoque mixto, ya que este mezcla las características del enfoque cualitativo y cuantitativo, los cuales son de gran importancia para el desarrollo de esta investigación.

Pues según lo mencionan Hernández Sampieri, Fernández, & Baptista (2014):

Por una parte, el enfoque cuantitativo utiliza la recolección de datos para probar hipótesis con base en la medición numérica y el análisis estadístico, con el fin establecer pautas de comportamiento y probar teorías. Por otro lado, el enfoque cualitativo utiliza la recolección y

análisis de los datos para afinar las preguntas de investigación o revelar nuevas interrogantes en el proceso de interpretación. (p.37, 40)

Lo que quiere decir que el enfoque cuantitativo se va a emplear al momento de analizar los resultados de las encuestas realizadas a los visitantes de Puerto López, mientras que se recurrirá al enfoque cualitativo al momento de analizar la información obtenida gracias a las entrevistas no estructuradas que se realizaron a personas representativas del sector turístico en Puerto López.

Diseño de la investigación

El diseño de la investigación utilizado es el no experimental, puesto a que no se realizó ningún experimento para recrear una situación con el fin de poder estudiarla, al contrario se analizaron características, gustos y preferencias reales y genuinas de todos aquellos que visitaron y se encontraban en el cantón Puerto López.

Dicho en otras palabras como lo afirman Hernández Sampieri, Fernández, & Baptista (2014), en un estudio no experimental no se genera ninguna situación, sino que se observan situaciones ya existentes, no provocadas intencionalmente en la investigación por quien la realiza. (p.158)

Metodología utilizada

Herramientas de investigación primaria

Las herramientas de investigación primaria que se utilizaron en el presente proyecto fueron de gran ayuda para la recolección de datos, los cuales dieron a conocer las variables y características que facilitaron la realización del mismo.

Encuesta

“Es un instrumento de la investigación de mercados que consiste en obtener información de las personas encuestadas mediante el uso de cuestionarios diseñados en forma previa para la obtención de información específica” (Thomas citado por Lemos, 2018, p.17). Se seleccionó esta herramienta porque permite conocer datos específicos y reales de una muestra seleccionada, posteriormente se analizan esos datos y se llega a una conclusión.

Para poder cumplir con los objetivos establecidos en esta investigación, la encuesta que se efectuó en el cantón de Puerto López, se dividió en tres partes: primera parte: perfil de los turistas, segunda parte: motivación de los turistas y tercera parte: valoración del destino. Vale recalcar que solo se encuestaron a los visitantes que eligieron voluntariamente el destino como un punto turístico.

Dentro de la primera categoría se hicieron preguntas de nivel personal siendo estas en su mayoría preguntas cerradas. Por otro lado, la segunda categoría se enfocó en estudiar qué motivaba a los turistas a visitar Puerto López. Y por último la tercera categoría consistía en evaluar el destino mediante la calificación de ciertas características, dicha calificación se basó en el sistema de escala de Likert el cual es “un instrumento psicométrico donde el encuestado debe indicar su acuerdo o desacuerdo sobre una afirmación, ítem o reactivo, lo que se realiza a través de una escala ordenada y unidimensional” (Bertram citado por Matas, 2018, p.39).

En este caso se eligieron cinco niveles, en el cual uno indica que esa característica es calificada como “Muy mala”, mientras que cinco es la mayor calificación representando un “Muy Bueno”. El modelo de la encuesta se encuentra en el Apéndice 1 y Apéndice 2, al final de la investigación.

Después de haber formulado la encuesta se calculó la muestra que de acuerdo con Carrillo (2015) es “un subconjunto de la población”, en otras palabras en un grupo reducido con características similares a la de la población total. La fórmula de población finita es la que se utilizó para poder determinar el número de encuestas a realizar (Murray & Larry citados por Bolaños, 2012, p.5) y se demuestra a continuación:

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

Siendo las variables:

- ✓ n = tamaño de la muestra
- ✓ N = Población (299,535 turistas en el cantón Puerto López en el año 2017) *
(Dato obtenido de la Dirección de turismo de Puerto López)
- ✓ Z = Nivel de confianza (95%)
- ✓ p = probabilidad a favor (0.5)
- ✓ q = probabilidad en contra (0.5)
- ✓ e = margen de error (5%)
- ✓ d = precisión (5%)

Al realizar el cálculo se obtuvo un total de 384 encuestas, las cuales se realizaron a visitantes extranjeros y nacionales que se encontraban en el cantón Puerto López o a personas que habían visitado el cantón anteriormente.

Entrevistas

“La entrevista es una técnica de gran utilidad en la investigación cualitativa para recabar datos; se define como una conversación que se propone un fin determinado distinto al simple hecho de conversar”. (Díaz, García, Martínez, & Varela, 2013)

Por otro lado como lo menciona Folgueiras (2016) el principal objetivo de una entrevista es obtener información de forma oral y personalizada sobre acontecimientos, experiencias, opiniones de personas. Siempre, participan –como mínimo- dos personas. Una de ellas adopta el rol de entrevistadora y la otra el de entrevistada, generándose entre ambas una interacción en torno a una temática de estudio.

Entrevista no estructurada

De acuerdo con Trindade (2017) uno de los rasgos más significativos de la entrevista no estructurada es el de no establecer previamente las preguntas ni confeccionar guiones. Más bien lo que se pretende es hablar el tema de forma libre con las personas que conocen y son expertas de un tema específico.

Dentro de la investigación que se realizó, se elaboraron seis entrevistas no estructuradas a las personas más representativas del sector turístico dentro del cantón

Puerto López. Una de las primeras entrevistas que se llevó a cabo fue al Ing. Pedro Falconí Yépez, Director de turismo del presente año (2018), quién aportó con datos estadísticos claves para el desarrollo del proyecto. Por otro lado se entrevistaron a cinco personas encargadas de las operadoras turísticas que poseen una oferta más completa de productos y servicios turísticos dentro del cantón Puerto López, por lo cual se pudo obtener información más detallada y real de lo que se ofrece actualmente en el destino.

Herramientas de investigación secundarias

Se realizaron varias investigaciones bibliográficas que ayudaron en el desarrollo de la investigación, se tomaron en consideración como fuentes de investigación secundaria, datos e información de páginas web oficiales del GAD de Puerto López, Ministerio de Turismo, investigación previas realizadas dentro del destino, artículos referentes de periódicos que brindaban información acerca del desarrollo y obras públicas dentro del destino.

Técnicas de muestreo

En cuanto al muestreo, se utilizó un muestreo no probabilístico por cuotas, puesto a que el estudio se realizó con personas que escogieron voluntariamente visitar el cantón Puerto López y se respetó la nacionalidad de cada turista ya que se deseaba que la muestra sea lo más parecida a la población real.

Capítulo II: Motivaciones principales de los visitantes del cantón Puerto López

Gracias a los datos proporcionados por la Dirección de turismo de Puerto López se pudo determinar que el número total de turistas en el cantón Puerto López en el año 2017 fue de 299,535. Mediante el desarrollo de la fórmula de población finita se concluyó que se debían realizar 384 encuestas para poder obtener información relevante que ayuda a la realización del presente proyecto

Dichas encuestas se realizaron en los atractivos turísticos con mayor afluencia de visitantes del cantón Puerto López, vale recalcar que estos turistas eligieron por decisión propia visitar este destino turístico. A continuación se muestran los resultados que se obtuvieron de la encuesta.

Análisis de los resultados de las encuestas

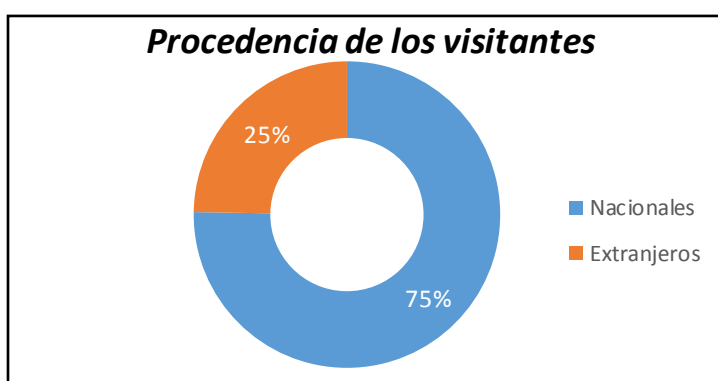


Figura 3. Procedencia de los visitantes

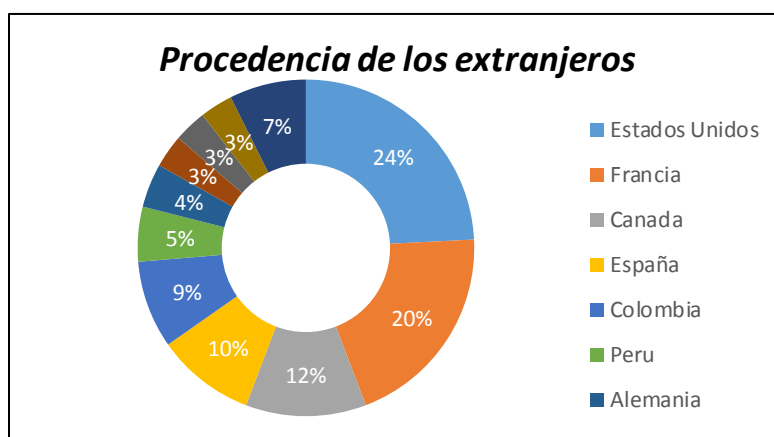


Figura 4. Procedencia de los extranjeros

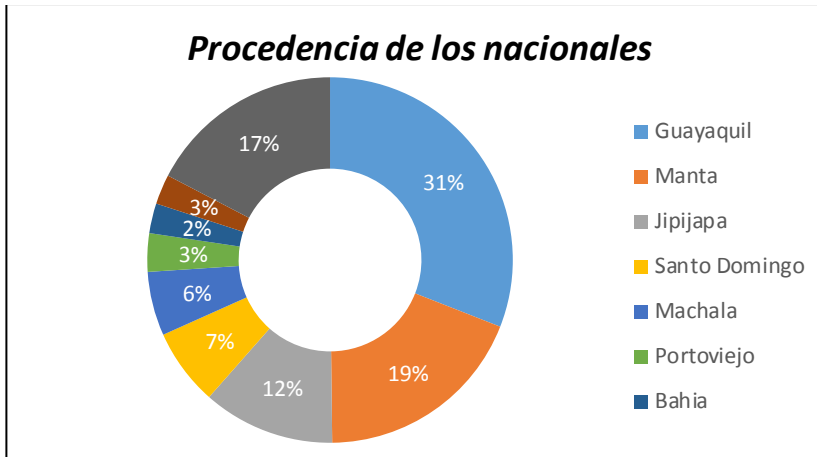


Figura 5. Procedencia de nacionales

Gracias a datos estadísticos que la cámara de turismo de Puerto López facilitó, se pudo conocer que el 79% de los turistas que visitan el destino son nacionales y el otro 21% son extranjeros. Para la realización de esta encuesta se decidió que la muestra tuviera una similitud a la población real. Por lo cual se obtuvo como resultado que el 75% representan a los visitantes nacionales y el otro 25% representan a los extranjeros.

En cuanto a los extranjeros se pudo determinar que las nacionalidades más representativas que visitan el destino, provienen de Estados Unidos (24%), seguidos de Francia (20%), Canadá (12%), España(10%) y Colombia(9%), por otro lado, en menor porcentaje se encuentran países como Perú, Alemania, Argentina, Italia, México entre otros.

Se puede destacar que la mayoría de los visitantes nacionales de Puerto López, provienen de la ciudad de Guayaquil(31%), seguido de Manta (19%), Jipijapa se encuentra en un tercer puesto con un 12%, Santo Domingo de los Tsáchilas (7%), y en menor cantidad están los visitantes que residen en las ciudades de Portoviejo, Bahía, Salinas, entre otros

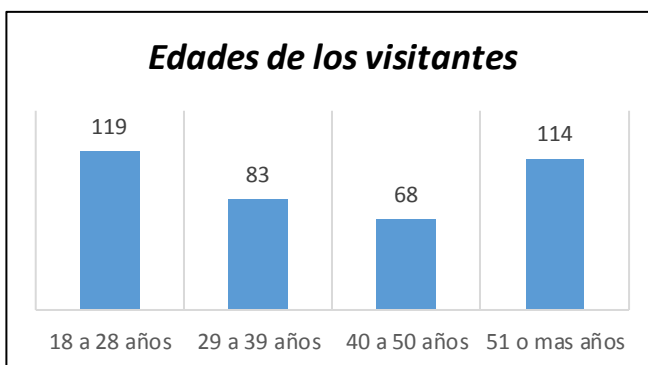


Figura 6. Edades de los visitantes

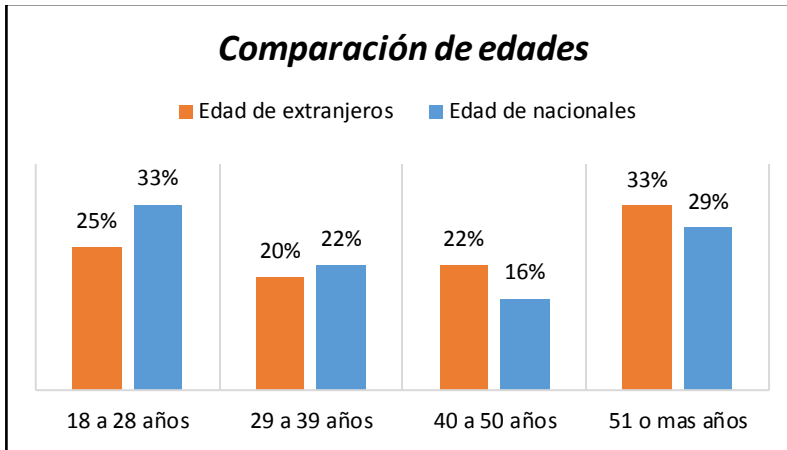


Figura 7. Comparación de edades

Con respecto a la edad de visitantes se puede determinar que no es un destino para una edad específica ya que solo existe una ligera diferencia entre cada grupo de edad. La más destacada es de visitantes de 18 a 28 años (31%) seguida por personas de 51 años o más (30%).

Como se puede observar se realizó un gráfico simultáneo para poder facilitar la comparación entre los visitantes nacionales y extranjeros, para así tener una mejor interpretación de la información obtenida.

Lo cual permite evidenciar que los extranjeros que más visitan el destino tienen una edad de 51 años o más (33%), seguido por los de 18 a 28 años (25%) lo cual es al contrario con los nacionales siendo los que más visitan personas de 18 a 28 años (33%), seguido por personas de 51 o más (29%).

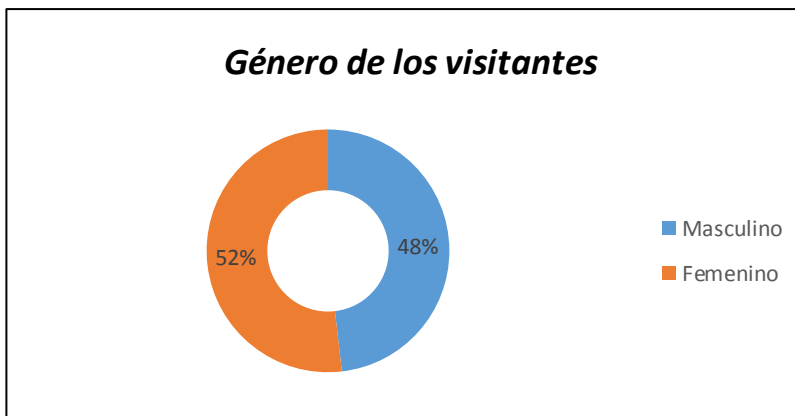


Figura 8. Género de los visitantes

Con relación al género de las personas encuestadas, se puede notar que de las 384 personas encuestadas el 52% son del género femenino y el restante 48% son de

género masculino. Los resultados son similares ya que es un destino muy visitado por familias y parejas.

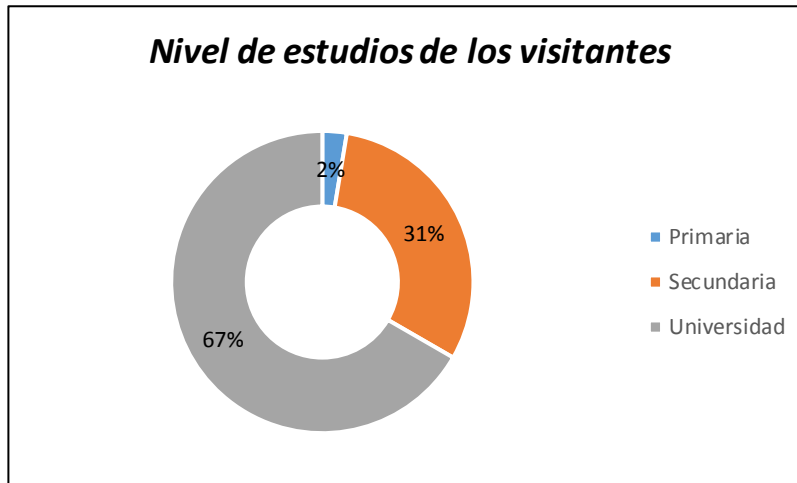


Figura 9. Nivel de estudios de los visitantes

La mayor parte del nivel de estudios se concentra en universidad con un 67%, por cuanto los visitantes están comprendidos por personas estudiadas con un título de tercer nivel. Luego se puede observar un 31% de personas que solo han terminado la secundaria y un 2% solo ha llegado hasta la escuela primaria. Por lo cual la exigencia de servicios de calidad es notable, pues los turistas que visitan el destino, antes de ir se informan del lugar y llevan consigo altas expectativas del lugar.



Figura 10. Gastos de los visitantes (por noche por persona)

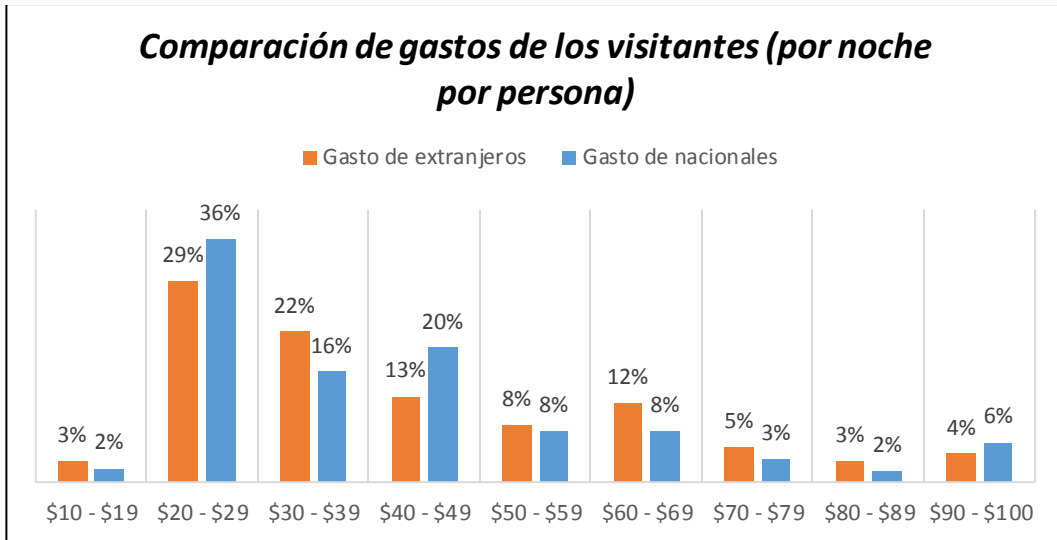


Figura 11. Comparación de gastos de los visitantes (por noche por persona)

Según el estudio realizado aplicando el método de la encuesta se puede concluir que los visitantes por persona suelen gastar entre \$20 a \$29 por noche que se quedan. Destacando que Puerto López es un destino económico, ya que se puede conseguir hospedaje desde \$10 la noche, comida completa desde \$3 y existe un sin número de actividades gratuitas por hacer.

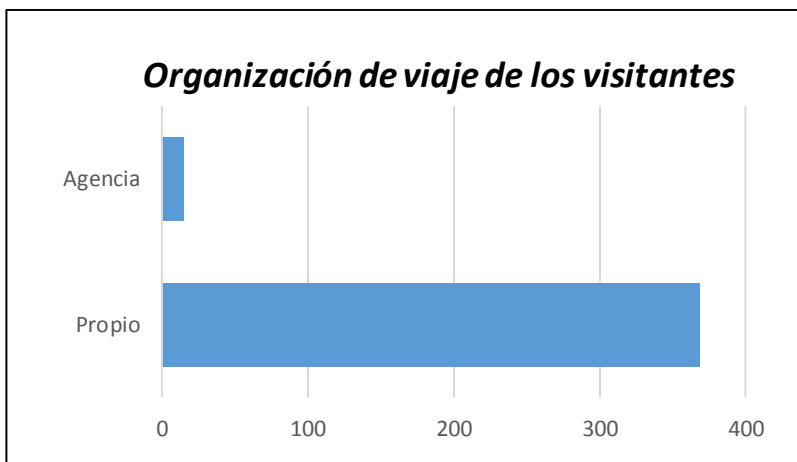


Figura 12. Organización de viaje de los visitantes

Analizando los resultados de las encuestas en estos ítems, se refleja como resultado que la mayor parte de los visitantes organizan su viaje por cuenta propia, característica que se evidencia tanto en turistas nacionales como extranjeros.

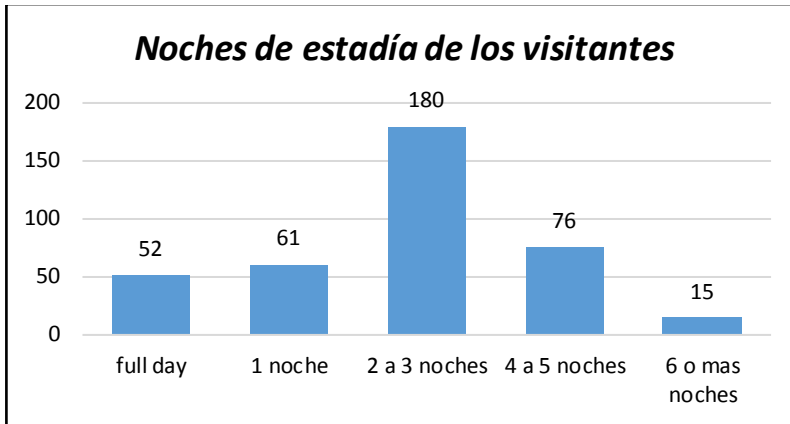


Figura 13. Noches de estadía de los visitantes

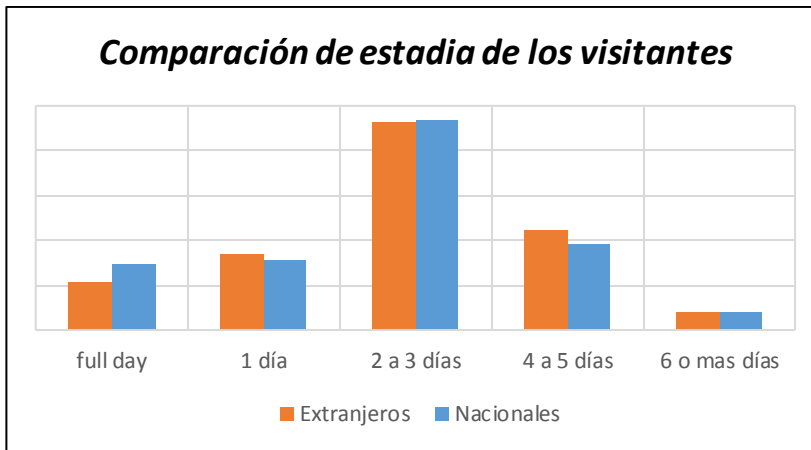


Figura 14. Comparación de estadía de los visitantes

En la Figura 13 se observa las noches de estadía de los visitantes. En esta ocasión se destaca que 180 de 384 visitantes (47%) permanece de dos a tres noches, seguido de 76 personas (20%) que permanecen de cuatro a cinco noches. Esto quiere decir, que si realizan muchas de las actividades que ofrece el destino, especialmente las que demandan bastante tiempo como visitar la isla de la plata, tour de las ballenas, entre otros.

Vale recalcar que este comportamiento es similar tanto en turistas extranjeros como nacionales y esto se evidencia en el cuadro de comparación de la Figura 14.

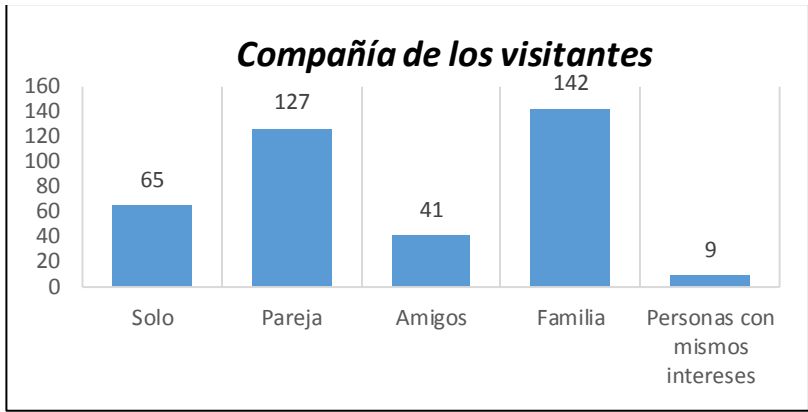


Figura 15. Compañía de los visitantes

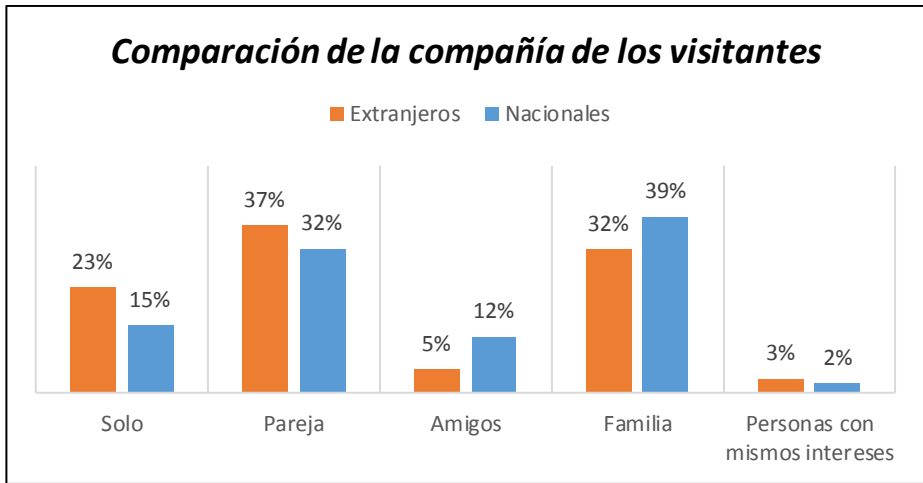


Figura 16. Comparación de la compañía de los visitantes

En cuanto a la compañía que requieren los visitantes para ir al destino turístico, el 37% (142 personas) de los encuestados suele viajar con su familia seguido por las personas que viajan en pareja que representan el 33% (127 personas).

En el cuadro de comparación se puede evidenciar que los visitantes extranjeros viajan más en pareja y los visitantes nacionales en familia. Lo que quiere decir que este es un destino familiar en el cual existen actividades que pueden disfrutar todos los miembros.



Figura 17. Actividades que realizan los visitantes en el destino

Observando la gráfica de actividades que realizan los visitantes en el destino se puede determinar que las actividades con mayor dimensión es la visita a la playa de Puerto López, además en la cabecera cantonal por si sola ofrece muchas actividades como visitar el muelle, probar la deliciosa gastronomía, caminar por su largo malecón, por las noches disfrutar un coctel o bailar en las cabañas de la playa.

En orden descendente es seguido por la visita a la playa de los Frailes que se encuentra a 15 minutos de Puerto López, la observación de ballenas la cual esta solo disponible de junio a septiembre y por último snorkel que es una actividad que está incluido en cualquier tour marítimo.



Figura 18. Motivaciones de los visitantes

Motivaciones		
Variables de la Teoría de Crompton	Variables de la encuesta	Índices
Relajación	Relajación	297
Novedad	Vivir nuevas experiencias en nuevos lugares	220
Escape del ambiente cotidiano	Cambiar de ambiente cotidiano	189
Educación	Visitar lugares históricos y culturales del destino	115
Regresión	Sentirme temporalmente liberado de las obligaciones diarias	83
Prestigio	Para poder contarle mi experiencia a otras personas	77
Mejorar relaciones de parentesco	Visita a amigos y familiares	58
Exploración y evaluación del yo	Descubrir nuevas habilidades y gustos propios	55
Facilitación de la interacción social	Conocer e interactuar con personas nuevas	48

Figura 19. Comparación de las motivaciones según Crompton y las utilizadas en las encuestas

La información recolectada representa que la mayor motivación de los visitantes es la relajación, ya que este lugar es una comunidad que se destaca por la

tranquilidad que ofrece, la amabilidad de sus pobladores y además de que se encuentra rodeado de naturaleza.

Sin embargo es seguido por personas que les motiva vivir nuevas experiencias en nuevos lugares, este lugar ofrece actividades únicas como recorrer la Isla de la Plata, la Comuna Agua Blanca con sus piscinas de azufre, la Playa de los Frailes con sus diversos senderos, entre otros. En tercer lugar está la motivación de cambiar de ambiente cotidiano, la cual se cumple con solo salir de su ciudad o país de origen, y disfrutar de cosas que no se ven a diario y son ajenas a su rutina.

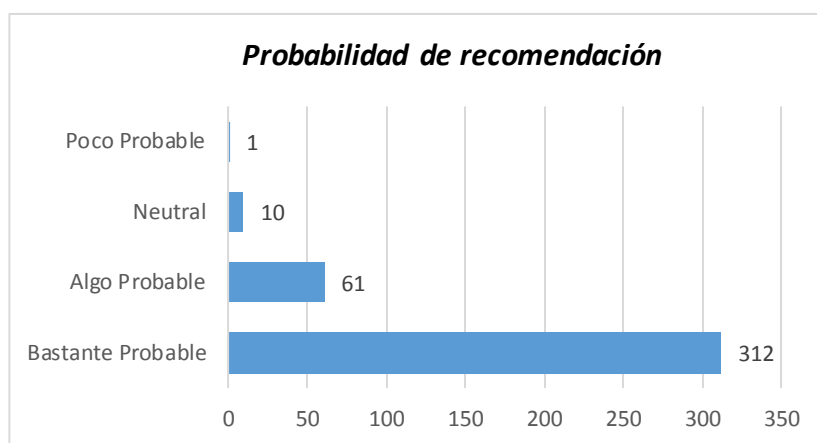


Figura 20. Probabilidad de recomendación

El 81% (312 visitantes) de los encuestados considera que es bastante probable que recomienden el destino a más personas. Lo cual refleja que han tenido una experiencia satisfactoria durante su visita, y el destino ira generando popularidad a través del marketing boca a boca. Un 16% (61 visitantes) respondieron que es algo probable que recomendarían el destino a sus amigos y familiares, quienes quizás no cumplieron todas sus expectativas.



Figura 21. Calificación del destino por los visitantes

Luego de analizar las diversas categorías de este gráfico se puede concluir que las cualidades de Puerto López con mejor calificación son la amabilidad de la gente (5/5), belleza del destino (4.4/5.0).

Una de las cualidades con peor calificación es la limpieza del destino (3.4/5.0) la cual si se puede evidenciar en la playa con desechos en la arena que contaminan el ambiente, además de que solo la calle frente a la playa esta pavimentada, una cuadra para atrás del malecón hay calles de tierra, con mucha basura y lodo que dan mala impresión a los visitantes.

Seguido por la señalización turística (3.7/5.0), pues no se puede encontrar con facilidad algún punto de información turística que indica todas las actividades turísticas que se pueden realizar, y por último se encuentra la relación precio calidad de los alimentos y bebidas (3.7/5.0), puesto a que mencionaron que en ocasiones la comida no es igual a la publicidad que ofrecen o el menú no es muy variado.



Calificación 4.1 / 5.0

Figura 22. Calificación del destino

Después del análisis de la calificación de diferentes características del destino por parte de los turistas. En la Figura 22, se detalla la calificación promedio por parte de los turistas nacionales y extranjeros que escogieron el lugar como destino turístico. Esta calificación es de 4.1/5.0, lo cual representa un alto grado de aceptación y empatía de los turistas con el destino. Y que esa pequeña diferencia que existe para poder llegar al puntaje completo, son pequeñas características en las que se debe trabajar para poder mejorar.



Figura 23. Recomendación para el destino por parte de los visitantes

Con respecto a las recomendaciones que se les consultaron a los turistas para poder mejorar los servicios o productos turísticos que en la actualidad se ofrecen en el destino, la mayoría de las personas encuestadas coincidieron en tres puntos el primero a) Puntos de información, puesto a que consideran que no existe ningún lugar que ofrezca información, las 24 horas, completa acerca de todas las actividades y lugares que ofrezca este destino turístico, y solo se pueden guiar por la información que se encuentra en internet o lo que les dicen los comuneros.

Por otro lado un incremento de b) actividades nocturnas familiares, es algo que se escuchaba repetidamente, pues los turistas desean realizar más actividades nocturnas, no solo caminar a lo largo del malecón, por lo cual les agradecería algo cultural y entretenido a la ves

Y por último mencionaban que c) conservarse como comunidad, es algo importante pues así no se pierde la esencia que tiene Puerto López, pues lo que los turistas no desean que este destino se llene de edificaciones modernas.

Perfil de los visitantes del cantón Puerto López en función de la teoría de Crompton. Empuje ('push factor') y Arrastre ('pull factor').

Para poder obtener el perfil definido de los turistas que visitan el destino Puerto López, se aplicó la teoría de Crompton, la cual fue detallada anteriormente en el marco teórico, y señala que los factores de arrastre o pull son aquellos factores externos que conllevan al turista a tomar una decisión, mientras que los factores de empuje o push están conformados por los deseos internos en los cuales se presta mayor atención a los sentimientos.

De acuerdo con la información obtenida, gracias a las encuestas realizadas a los visitantes del cantón, se identificó que entre los factores de empuje o push el más destacado es la relajación (37%) debido a que es un lugar que aún mantiene un estilo de vida tranquilo y sereno que vive en comunidad, es decir la forma de vida no es tan acelerada como la que se vive en las ciudades, destacando así la naturaleza y espacios verdes que tiene el destino pues los visitantes mencionan que si el cantón fuera industrializado con empresas y edificios alrededor de sus calles, perdería su encanto natural, asemejándose a destino ya existentes.

En segundo lugar se encuentra el escape del ambiente cotidiano (23%) puesto a que se pudo evidenciar, gracias a las encuestas, que la demanda son personas que estudian, trabajan y tienen familia por lo cual su estilo de vida está lleno de estrés y responsabilidades. Por otro lado se tienen situaciones y momentos que no se pueden tener diariamente dentro de las ciudades, como lo son la observación de aves, especies marinas como tortugas, peces o lobos marinos.

Con un menor porcentaje se encuentran factores como el prestigio (10%) el cual se obtiene relatando a otras personas las experiencias únicas que se ganan en el destino debido a las distintas actividades que ofrecen y las que permiten a los usuarios estar en un contacto real con la naturaleza. La regresión, al igual que el prestigio cuentan con un 10%, puesto a que dentro del lugar se pueden realizar actividades que

traen al presente recuerdos que se solían realizar tiempo atrás y causan sentimientos de alegría pues recuerdan cuando sus vidas eran más simples y sin tantas obligaciones.

Y por último están las motivaciones como la mejora de las relaciones de parentesco (7%), la exploración y evaluación del yo (7%) y la facilitación de la interacción social (6%) puesto a que son motivaciones que se encuentran en menor porcentaje, ya que la mayor parte de los turistas extranjeros y nacionales van al cantón Puerto López para conocer y realizar sus diversos tours y actividades, mientras que una pequeña parte de esa muestra acuden a este para visitar a amigos y familiares, conocerse a sí mismo y realizar actividades que les permitan conocer su personalidad o conocer y compartir con personas nuevas.

Todo lo anteriormente explicado se detalla en la Figura 24, para una mejor comprensión:

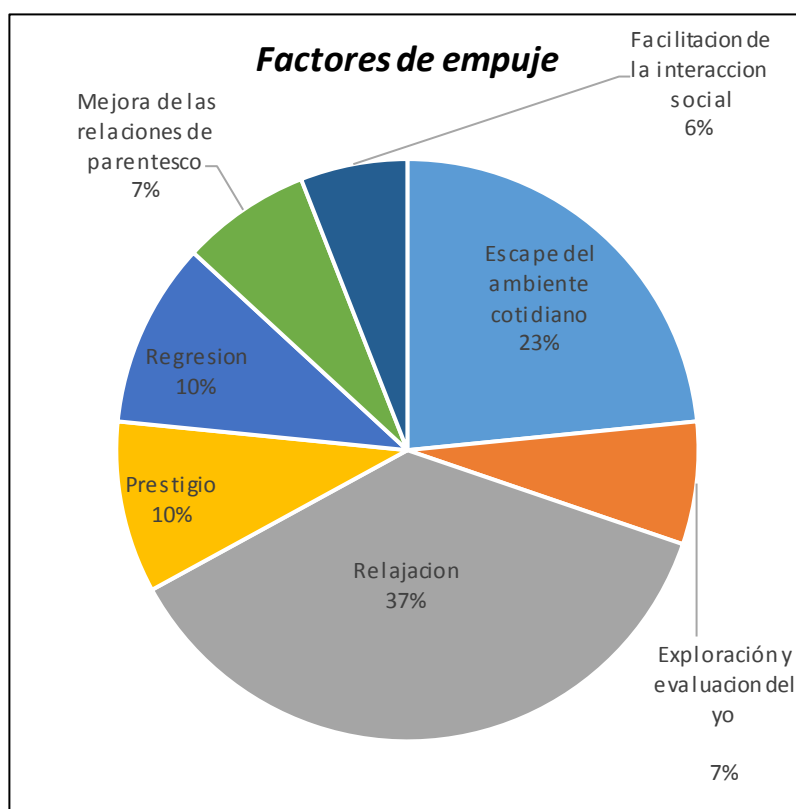


Figura 24. Factores de empuje

Siguiendo con las motivaciones del pull factor o de arrastre, como se observa en la Figura 25, la novedad es el factor con mayor porcentaje (66%), pues la mayor parte de los turistas visitan el destino realizan las actividades por curiosidad y la novedad de ver algo fuera de lo cotidiano.

Para citar un ejemplo, se menciona el caso del avistamiento de ballenas jorobadas ya que los turistas van por la novedad de la cercanía con las especies y su hábitat. En segundo lugar la educación representa un 34% ya que un menor porcentaje de los turistas visitan el destino como oportunidad de adquirir conocimiento.

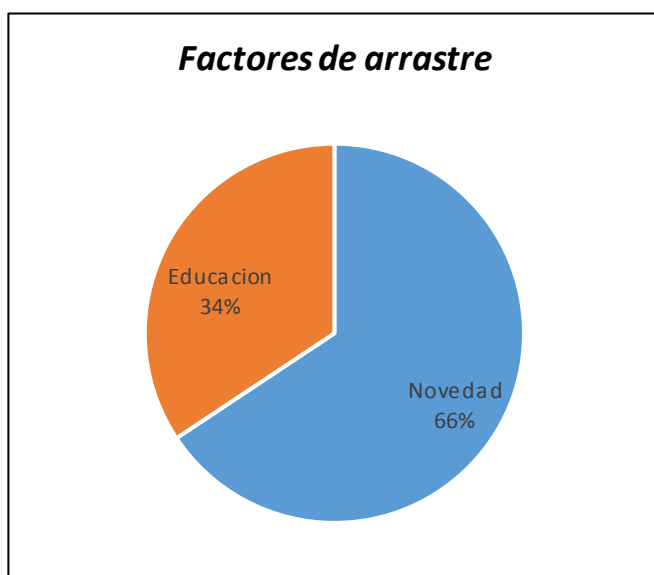


Figura 25. Factores de arrastre

Es importante tener en claro cuáles son los factores de empuje y arrastre que impulsan a los visitantes seleccionar un destino turístico, pues estas características van a permitir entender que motiva al turista a viajar o que espera encontrar dentro del lugar que visita, lo que conlleva a una mejor planificación, diseño y promoción del destino en cuanto a la oferta turística.

Perfil de los visitantes del cantón Puerto López en función de las motivaciones de viaje de acuerdo al modelo de Beltrán y Parra

De acuerdo con Parra & Beltrán (2017), las motivaciones son un buen criterio para segmentar el mercado turístico. Por lo cual estos dos autores concluyeron, después un estudio de mercado, que existen cuatro tipos de perfiles en cuales se pueden dividir a los turistas estos son a) racionales, b) antropológicos, c) emocionales, d) hedonistas.

Después de haber concluido el estudio de mercado, se llegó a la conclusión que las personas que visitan el cantón Puerto López son mayoritariamente turistas *racionales*, puesto a que por lo general viajan con familias y amigos, su estadía es de dos a tres noches, sus principales motivaciones de viaje son la relajación, cambiar de ambiente

cotidiano y vivir nuevas experiencias en nuevos lugares y se informan por cuenta propia de los destinos, características que se asemeja más a este perfil de turistas.

Por otro lado, después de los turistas racionales le siguen una cantidad significativa de turistas que tienen características *emocionales* ya que a estos les motiva visitar el destino por cierta emoción de conocer cosas distintas a las de la vida cotidiana. Y por último en menor cantidad se registran a los turistas hedonistas y antropológicos dentro del cantón.

PERFIL DEL TURISTA	CARACTERÍSTICAS	CARACTERÍSTICAS DE VISITANTES DE PUERTO LÓPEZ
RACIONAL	<ul style="list-style-type: none"> VIAJAN CON FAMILIA Y AMIGOS SE INFORMAN POR CUENTA PROPIA BUSCAN DESCANSO BUSCAN ESCAPAR DE LA RUTINA ESTADÍA DE 2 A 3 NOCHES 	<ul style="list-style-type: none"> VIAJAN CON FAMILIAS Y AMIGOS ESTADÍA DE 2 A 3 NOCHES SUS PRINCIPALES MOTIVACIONES DE VIAJE SON LA RELAJACIÓN CAMBIAR DE AMBIENTE COTIDIANO Y VIVIR NUEVAS EXPERIENCIAS EN NUEVOS LUGARES SE INFORMAN POR CUENTA PROPIA UNIVERSITARIOS GASTAN DE \$20 A \$29 POR PERSONA POR NOCHE ORGANIZAN VIAJE POR CUENTA PROPIA.
EMOCIONAL	<ul style="list-style-type: none"> SU PRINCIPAL MOTIVACIÓN ES LA EMOCIÓN QUE LES DESPIERTA EL DESTINO BUSCAN CONOCERSE A SÍ MISMOS 	
HEDONISTA	<ul style="list-style-type: none"> PASAR CON AMIGOS LOS IMPULSA A VIAJAR VALORAN MOTIVACIONES COMO LA NOSTALGIA Y PRESTIGIO RECATAN LAS OPINIONES DE SERES CERCANOS AMIGOS Y FAMILIARES 	
ANTROPOLÓGICO	<ul style="list-style-type: none"> BUSCAN APRENDER DE LA CULTURA BUSCAN MÁS CONOCIMIENTOS LES ATRAEN LAS COSAS NOVEDOSAS NO LES ATRAE EL TIPO DE TURISMO DE SOL Y PLAYA 	

Figura 26. Comparación de las características de los perfiles del turista con las características de visitantes de Puerto López

Capítulo III: Análisis de la oferta existente para analizarlas de acuerdo con las motivaciones.

Con el objetivo de conocer los diferentes paquetes turísticos que ofrece el cantón Puerto López, se entrevistó a cinco encargados de operadoras turísticas que se encontraron a lo largo del malecón de la cabecera cantonal de Puerto López, los cuales especificaron los ocho productos turísticos que en la actualidad se ofrecen y se encuentran detallados en la Figura 27.

Con toda la información recolectada se pretende realizar una comparación con el fin de analizar si la oferta es compatible con la demanda y si satisface sus expectativas. Sabiendo que de las motivaciones que menciona Crompton en su teoría, las tres más relevantes que presentan los turistas que visitan este destino son a) el escape del ambiente cotidiano, b) novedad y c) relajación.

Tour Isla Salango

Para comenzar este tour tiene una duración de cuatro horas aproximadamente, sin embargo se llega a isla en treinta minutos, en el transcurso se pueden observar varias formaciones rocosas con forma de especies como tortugas y mono, además se observan especies de aves marinas como piqueros de patas azules, fragatas y pelicanos, al llegar a la isla se pueden realizar actividades como snorkel, kayak y nadar en mar abierto o hacia la isla la cual por lo general está a pocos metros del yate.

Es por esto que este paquete turístico satisface todas las motivaciones que presentan los turistas, las cuales son escape del ambiente cotidiano, novedad y a pesar de que es un tour que requiere de actividad física y conlleva el movimiento brusco del barco por el mar, se satisface la relajación del visitante puesto que existe una relajación mental que nace realizando actividades de interés del turista.

Tour Isla de la Plata

La isla de la Plata se encuentra ubicada a 44 kilómetros del muelle de Puerto López, dentro de la isla se realizan caminatas por los senderos en los cuales se pueden observar especies endémicas similares a las que se encuentran en Galápagos como lobos, tortugas marinas, peces de colores, fragatas, piqueros patas azules, mantarrayas,

etc. por otro lado también se pueden realizar actividades como kayak, snorkel, y en temporada de ballenas se puede observar a esta especie en el transcurso hacia la isla.

Es por esto que este tour es escogido por los turistas ya que dentro de él se pueden realizar actividades que no se realizan en la vida diaria y por esto se satisfacen todas las motivaciones principales que tienen los visitantes, las cuales son novedad, relajación y escape del ambiente cotidiano.

Tour Ballenas

Este tour se realiza por temporadas, comenzando en junio hasta principios de septiembre, esta es una de las actividades que más atrae a turistas tanto internacionales como nacionales. Consiste básicamente en la observación de esta especie, admirar los saltos y juegos que ellas realizan junto a sus crías, tomar fotografías, etc. esto requiere de mucha paciencia pues encontrarlas suele tardar hasta una hora. Este recorrido dura tres horas máximo, y después de esta actividad el yate se dirige a la isla de Salango a realizar actividades como kayak y snorkel.

La observación de ballenas satisface a las motivaciones de novedad porque es una actividad que no se da muy seguido y genera mucha curiosidad a los visitantes, por otro lado el escape del ambiente cotidiano y la relajación se satisfacen porque al estar pendiente distraído con la mente ocupado en una actividad de interés, las personas se olvidan de obligaciones y deberes de entorno habitual.

Agua Blanca

Es un lugar en donde se prioriza la cultura, pues es una comuna ancestral en la cual sus propios comuneros exhiben la historia de sus antepasados, al entrar se puede visitar el Museo de Agua Blanca en donde se pueden observar vasijas, osamentas, y objetos que se utilizaban en la antigüedad, siguiendo con el recorrido se van visitando otros sitios con relevancia histórica y en el transcurso se pueden observar diferentes especies de aves y de flora, al llegar a la piscina de azufre los turistas se pueden bañar y gozar de los beneficios medicinales que tiene el agua sulfurosa además de que puede probar en su piel el lodo medicinal que los comuneros regalan, por otro lado el spa que cuenta con productos naturales es un servicio novedoso que se ofrece dentro del lugar, dentro de esta zona las personas se pueden relajar escuchando los sonidos de la naturaleza y degustando alimentos típicos como corviches, empanadas de verde, etc.

Por lo cual este producto satisface con las tres necesidades que presentan los turistas que visitan el cantón las cuales son escape del ambiente cotidiana, relajación y novedad.

Los Frailes

Es un destino en donde los turistas pueden disfrutar de tres playas con características distintas y caminar por los senderos que posee el lugar, de los cuales uno de ellos lleva a un mirador en el que se puede apreciar todo el perfil costero de la zona, durante el transcurso de la caminata se puede observar aves y diferentes tipos de flora, y por su puesto se puede disfrutar y relajarse en su cálida playa de arena clara.

Estas razones hacen que este sitio turístico satisfaga las motivaciones de escape del ambiente cotidiano, la relajación y la novedad. Pues después del esfuerzo físico que se requiere llegar a su mirador, recorrer sus senderos o llegar en bicicleta, este lugar brinda espacios para que sus visitantes se puedan relajar y despejar su mente.

Tour a caballo

El tour a caballo se da por los senderos El Pital, Bola de Oro y San Sebastián, en el trayecto se van observando distintas especies de flora y fauna propias de la zona. Cada sendero se encuentra a 15 minutos de Puerto López por lo cual el traslado hacia los puntos se lo realiza en auto.

Por lo cual se concluye que este paquete satisface las motivaciones de escape del ambiente cotidiano y relajación al estar en un ambiente ajeno al que se vive normalmente es posible olvidar todas sus responsabilidades cotidianas, y por otro lado se encuentra la novedad de andar en caballo y observar distintas especies como monos en su hábitat natural, marca en la gente un poco de curiosidad en conocer este tipo de entornos.

Tour Pesca deportiva

La pesca deportiva es un paquete turístico personalizado, ya que aquí el turista tiene la oportunidad de alquilar todo el yate para el solo o invitar a las personas que el desee, es por este que su costo es más el elevado que el de los paquetes anteriormente enunciados, esta pesca se realiza con pescadores comuneros pues ellos conocen los sitios, tiempo y clima exactos para poder pescar con éxito.

Por todo lo mencionado anteriormente se concluye que este paquete cumple con todas las motivaciones que presenta el perfil de los turistas que visitan Puerto López, ya que el solo hecho de estar en un yate en medio del mar escuchando solo el sonido que producen las olas satisface motivaciones como escape del ambiente cotidiano y la relajación, por otro lado la novedad también está presente pues siempre se está a la expectativa de conocer qué tipo de pescado atrapa el anzuelo.

Buceo

Este tour solo pretende brindar la experiencia de buceo hasta 12 metros bajo el mar, pues para practicar la actividad a mayor profundidad se necesita obtener una licencia previamente. Esta actividad se la realiza con la compañía de un Dive master que es aquella persona especializada que acompaña a los turista a vivir esta gran experiencia y encargada de velar por la seguridad de cada uno de ellos.

Por esas razones se concluye que la principal motivación que se satisface es la novedad ya que todos los turistas que no cuentan con la licencia desean vivir esta experiencia, le sigue el escape del ambiente cotidiano y la relajación pues al ser una actividad que requiere de mucha concentración los turistas mantienen sus mentes ocupadas olvidándose de situaciones u obligaciones cotidianas.

PAQUETE TURÍSTICO	TOUR ISLA SALANGO	TOUR ISLA DE LA PLATA	TOUR BALLENAS	AGUA BLANCA	LOS FRAILES	TOUR A CABALLO	TOUR PESCA DEPORTIVA	BUCEO
DESCRIPCIÓN	SE OBSERVAN FORMACIONES ROCOSAS SALIDAS DIARIAS UBICADA A 30 MIN EN LANCHA	A 44KM DE PUERTO LÓPEZ EXISTEN SENDEROS PARA HACER TREKKING Y CONOCER EL HABITAT NATURAL DE LAS ESPECIES	SE REALIZA DESDE JUNIO HASTA PRINCIPIOS DE SEPTIEMBRE SE OBSERVAN A LAS BALLENAS APAREARSE Y TENER A SUS CRÍAS.	COMUNA ANCESTRAL EN DONDE SE EXHIBE SU HISTORIA TIENE UNA PISCINA DE AGUA AZUFRADA.	CONJUNTO DE TRES PLAYAS POSEE SENDEROS SE REALIZAN OBSERVACIÓN DE FLORA Y FAUNA	SE DA A CABO EN EL SENDERO EL PITAL, BOLA DE ORO Y SAN SEBASTIÁN. SE ENCUENTRA A 15 MIN DE PUERTO LÓPEZ.	PROGRAMA INDIVIDUAL SE REALIZA CON PESCADORES COMUNEROS	EXPERIENCIA DE BUCEO HASTA DE 12M.
COSTO	\$20 - \$25	\$45 (JUN - SEP) \$40 (OCT - MAY)	\$25 (JUN - SEP)	\$15	\$15	\$40 - \$50	\$400 - \$500	\$120
INCLUYE	GUÍA ESPECIALIZADO REFRIGERIO SNORKEL KAYAK OBSERVACIÓN DE AVES	GUÍA ESPECIALIZADO REFRIGERIO CAMINATA OBSERVACIÓN DE FAUNA SNORKEL OBSERVACIÓN DE BALLENAS (JUN - SEP)	GUÍA ESPECIALIZADO REFRIGERIO CHALECOS SALVAVIDAS OBSERVACIÓN DE AVES SNORKEL	OBSERVACIÓN DE FLORA Y FAUNA TREKKING TRANSPORTE TERRESTRE	CAMINATA POR LOS SENDEROS Y PLAYAS TRANSPORTE TERRESTRE SNORKELING	GUÍA ESPECIALIZADO INDUMENTARIA TRASLADO EN AUTO ALMUERZO TÍPICO AVISTAMIENTO DE FLORA Y FAUNA	EMBARCACIÓN EQUIPADA EQUIPO DE PESCA LUNCH	EMBARCACIÓN DIVE MASTER LUNCH EQUIPO DE BUCEO
MOTIVACION SATISFECHA	ESCAPE DEL AMBIENTE COTIDIANO NOVEDAD RELAJACIÓN	ESCAPE DEL AMBIENTE COTIDIANO NOVEDAD RELAJACIÓN	ESCAPE DEL AMBIENTE COTIDIANO NOVEDAD RELAJACIÓN	ESCAPE DEL AMBIENTE COTIDIANO NOVEDAD RELAJACIÓN	ESCAPE DEL AMBIENTE COTIDIANO NOVEDAD RELAJACIÓN	ESCAPE DEL AMBIENTE COTIDIANO NOVEDAD RELAJACIÓN	ESCAPE DEL AMBIENTE COTIDIANO NOVEDAD RELAJACIÓN	ESCAPE DEL AMBIENTE COTIDIANO NOVEDAD RELAJACIÓN
MOTIVACION INSATISFECHA	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A

Figura 27. Productos turísticos de Puerto López

Capítulo IV: Propuesta de productos turísticos para satisfacer las principales motivaciones de los visitantes del cantón Puerto López.

Con los resultados obtenidos se realizó una comparación entre las motivaciones que se satisfacen actualmente y las que no se han logrado alcanzar. De modo que se identificó que todas las motivaciones sí se satisfacen, pues todos los paquetes turísticos que ofrecen las operadoras son aceptados por los visitantes.

Es por esto que se proponen los siguientes productos y servicios turísticos para complementar y fortalecer la oferta que mantiene en la actualidad el cantón Puerto López.

Spa frente al mar

Cabe recalcar que dentro de la teoría de Crompton la relajación, se refiere al aspecto mental más que al físico lo cual no siempre tiene lugar en las vacaciones. Ya que los productos que se ofrecen descuidan este aspecto, porque sus actividades mantienen activa a la persona y se debe seguir un itinerario lo que no da un espacio para descansar o relajarse físicamente.

Este lugar va a estar situado en la parte norte del malecón Julio Izurieta, entre los hostales Mandla y Oceanic. Al estar en una zona tranquila y alejada las personas que visiten el spa van a escuchar las olas y ver el mar mientras se realiza un masaje, que ayude a relajar físicamente a todos los turistas que visitan Puerto López.

Se prevé que este servicio va a estar dirigido para todos los visitantes que se encuentren en este destino, así mismo se debe tener conexiones estratégicas con las operadoras turísticas pues estas brindan paquetes que no están enfocados en la relajación física de los turistas ya que exigen esfuerzo físico y suelen tardarse largas horas.

Es por esto que se propone que los operadores brinden este servicio como un plus para los turistas que deseen visitar el spa después de haber tomado tours como la Isla de Plata, Tour a la Isla de Salango o a la observación de ballenas cuando sea la temporada.

Aparte del servicio de masajes se van a ofrecer bebidas, té medicinal, entre otros productos que aportan a la relajación física del turista. Todos los productos que se van a utilizar dentro del establecimiento son locales como por ejemplo cacao, el lodo de azufre que se encuentra en agua blanca y su agua sulfurosa, entre otros. Dando así una muestra previa de lo que ofrece el destino Agua Blanca.

Pantallas interactivas de información

De acuerdo con las encuestas realizadas, se conoció que los puntos de información son un factor importante para los turistas tanto extranjeros como nacionales es por esto que se propone instalar pantallas táctiles informativas en forma de tótem, ubicadas estratégicamente en los atractivos turísticos más concurridos los cuales son Agua Blanca, Los Frailes, muelle de Puerto López y dentro de la Av. Malecón Julio Izurieta. Estas pantallas interactivas y agradables con el usuario, van a tener información acerca de la oferta de productos y servicios que se brinda en Puerto López, por lo cual el trabajo conjunto con las operadoras turísticas es fundamental.

Por otro lado, va a permitir la visualización de mapas para conocer donde están ubicados cada uno de los atractivos turísticos que se encuentran alrededor de la zona que estén ubicados a menos de una hora en carro, con el fin de asegurar su regreso a la localidad. Toda la información debe estar disponible en inglés, francés y español, puesto a que según las encuestas realizadas estas nacionalidades son las que más visitan el cantón Puerto López.

Al momento de acercarse a estos puntos de información los turistas que tengan un teléfono inteligente, a través del wifi limitado van a poder descargar en sus celulares toda la información que se muestra de los servicios o productos, operadoras turísticas, sitios de interés y mapas. Después de esto, los turistas van a visualizar toda la información sin el uso de internet. La empresa Captivanet que se encuentra en la ciudad de Quito, es la encargada de proveer los equipos.

Restaurante - Teatro

Esta idea surge gracias a las opiniones que manifestaron los visitantes de Puerto López en las encuestas, ya que repetidas veces señalaron que al destino le hacían falta actividades familiares que se puedan realizar en la noche y que no desean más bares o discotecas que acaben con la tranquilidad del lugar.

Es por esto que se propone un Restaurante - Teatro. El horario del establecimiento va a ser de jueves a sábado a partir de las seis de la tarde pues esta es la hora de llegada de todos los tours. El establecimiento estará ubicado en la parte céntrica del destino con el fin de que sea accesible para todos.

Por un lado se van a mostrar obras de teatro, al mismo tiempo se va a ofrecer platos típicos a la carta y bebidas. Este servicio está dirigido a personas de todas las edades, ya que su objetivo es entretener a toda la familia. Se va a mantener convenios con la casa de la cultura de Manabí y Puerto López, con el fin de apoyar al talento local, sin embargo en ocasiones se va a contar con artistas invitados especiales.

Las obras van a estar disponibles en dos funciones una en español y la otra en inglés, porque según los estudios realizados son los idiomas que más se utilizan dentro del destino. Vale resaltar que además de servicio de teatro, según la temporada se exhibirán películas familiares dentro del establecimiento.

Capítulo V: Conclusiones

Acorde con el estudio realizado se pudo concluir que el destino Puerto López tiene mucha aceptación por parte de los turistas tanto extranjeros como nacionales, siendo los últimos los que tienen mayor índice de visita. Entre sus productos más populares se encuentran los tours a la Isla de Salango, Los Frailes, observación de ballenas y Agua Blanca.

También se pudo concluir que la mayor parte de los visitantes viajan al destino por cuenta propia sin necesidad de contactar a las operadoras de turismo. Por otro lado se conoció que los turistas permanecen dentro del destino turístico de dos a tres noches. Acompañados por sus familias o parejas, por lo que se considera un destino familiar y tranquilo. El gasto promedio de las personas por noche por persona es de \$20 - \$29, pues como ya se mencionó anteriormente dentro del destino se puede encontrar hoteles por \$10 la noche y alimentación desde \$3.

Debido a que los precios tienen alta aceptación por parte de los turistas, lo que se debe hacer es diversificar la oferta turística mediante el desarrollo de productos que complementen la oferta actual con el objetivo de aumentar el gasto turístico

Sumada a toda esta información se pudo determinar que el perfil del turista que visita el cantón Puerto López es Racional pues por lo general los turistas viajan a este destino en conjunto con sus familias, los impulsa motivaciones como el descanso y escapar de la rutina. Antes de visitar el destino, le gusta saber todo acerca de el por cuenta propia. Características que encajan con este perfil y se evidencia en la teoría de Parra & Beltrán (2017).

En cuanto a las motivaciones que impulsan a los turistas a escoger voluntariamente el destino como su lugar de viajes, dentro de los factores de empuje según la teoría de Crompton se destaca la relajación, pues el destino se encuentra lleno de productos y servicios turísticos que permiten que el turista se olvide del entorno habitual, y se relaje mental y físicamente dentro de sus espacios naturales.

A esto le sigue el escape del ambiente cotidiano, ya que el destino también es propicio para olvidar todas las obligaciones y responsabilidades que se viven habitualmente. El prestigio, es otro de las motivaciones que presentan los turistas, pues

al visitar este lugar turístico las personas se enriquecen de experiencias únicas las cuales son relatadas posteriormente a otras personas.

La novedad es la motivación de más relevancia dentro de los factores de arrastre puesto a que por lo general las personas realizan los tours por la curiosidad de visualizar como viven las especies en su hábitat natural y conocer algo fuera de la rutina diaria.

En el transcurso de la investigación se pudo evidenciar que todos los productos que se ofrecen dentro del cantón Puerto López satisfacen todas las motivaciones principales que presentan los turistas (relajación, escape de lo cotidiano, prestigio y novedad), por lo cual tienen mucha acogida y son muy solicitados por los turistas.

Sin embargo dentro de la teoría de Crompton mencionan que la relajación se puede entender como mental y física, toda esta oferta cumple con la relajación mental pero la parte física puede complementarse mejorando el nivel de satisfacción de esta motivación.

Capítulo VI: Recomendaciones

Se recomienda que dentro de la planificación del GAD municipal de Puerto López se dé más énfasis en la imagen urbana del cantón, es decir que se proponga invertir más recursos con el fin de mejorar y mantener las calles secundarias y aledañas al malecón, alumbrado público, alcantarillado, entre otros.

Se recomienda realizar una investigación y análisis acerca de la posibilidad de realizar cortos recorridos marítimos en la noche, cercanos a la costa, dentro de embarcaciones con el fin de poder ofrecer un nuevo producto turístico y así poder ampliar las opciones de actividades nocturnas dentro del destino.

De la misma forma se recomienda aumentar el índice de investigaciones acerca del turismo dentro el cantón Puerto López, aunque es un destino con mucha afluencia de turistas, no ha sido muy estudiado. Por lo cual no cuenta con mucha información estadística y actualizada.

Por otro lado, con el objetivo de que el GAD de Puerto López tenga mayores fuentes de ingresos, se recomienda que desarrolle una propuesta que motive a todas las empresas a operar legalmente pues así podrán contribuir con sus impuestos al desarrollo del cantón.

Bibliografía

- Andrade, T. (2016). *Perfil del turista que visita la ciudad de cuenca, influido por su reconocimiento como ciudad patrimonio de la humanidad*. Obtenido de Repositorio Universidad de Cuenca: <http://dspace.ucuenca.edu.ec/bitstream/123456789/26148/1/Proyecto%20de%20investigaci%C3%B3n.pdf>
- Araújo, G. (2017). *Los viajeros y sus motivaciones. Un estudio exploratorio sobre quienes aman viajar*. Obtenido de Redalyc: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=180749182004>
- Bolaños, E. (2012). *Muestra y Muestreo*. Obtenido de Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo Escuela Superior de Tizayuca: https://www.uaeh.edu.mx/docencia/P_Presentaciones/tizayuca/gestion_tecnologica/muestraMuestreo.pdf
- Cabello, C. (2013). *Actividad turística y naturaleza*. Obtenido de Universidad de Valladolid: <https://uvadoc.uva.es/bitstream/10324/3446/1/TFG-B.281.pdf>
- Carrera, R. (2018). *Estrategia recreativa para elevar el índice de motivación hacia la práctica de actividad física en el hogar de adultos mayores "Daniel Alvarez Sanchez" Loja*. Obtenido de Universidad de las fuerzas armadas: https://www.researchgate.net/publication/324056205_estrategia_recreativa_para_elevar_el_indice_de_motivacion_hacia_la_practica_de_actividad_fisica_en_el_hogar_de_adultos_mayores_daniel_alvarez_sanchez_loja
- Carrillo, A. (2015). *Métodos de la investigación*. Obtenido de universidad autonoma del estado de mexico: <http://ri.uaemex.mx/oca/view/20.500.11799/35134/1/secme-21544.pdf>
- Carvache, M., Carvache, W., Macas, C., & Orden, M. (2017). *Motivaciones, Valoración y Satisfacción del Turista en un destino de Sol y Playa del Ecuador*. Obtenido de Revista Espacios: <http://www.revistaespacios.com/a18v39n13/a18v39n13p04.pdf>
- Crompton, J. (1979). *Motivations of pleasure vacations*. Obtenido de Annals of Tourism Research: [https://doi.org/10.1016/0160-7383\(79\)90004-5](https://doi.org/10.1016/0160-7383(79)90004-5)

- Dann, G. (1977). «Anomie, ego-enhancement and tourism». *Annals of Tourism Research*.
- Diario El Tiempo. (2017). *Puerto López recupera espacio en el turismo con su nuevo malecón*. Obtenido de <https://www.eltiempo.com.ec/noticias/ecuador/4/puerto-lopez-recupera-espacio-en-el-turismo-con-su-nuevo-malecon>
- Díaz, L., García, U., Martínez, M., & Varela, M. (2013). *La entrevista, recurso flexible y dinámico*. Obtenido de http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:http://riem.facmed.unam.mx/sites/all/archivos/V2Num03/09_MI_LA%2520_ENTREVISTA.pdf
- El Comercio. (2009). *Correa promociona a Puerto López*. Obtenido de <https://www.elcomercio.com/actualidad/correa-promociona-puerto-lopez.html>
- El telegrafo. (2015). *Puerto López, un lugar paradisíaco para visitar*. Obtenido de El telegrafo: <https://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/regional/1/puerto-lopez-un-lugar-paradisiano-para-visitar>
- El Telégrafo. (2018). *El arribo foráneo a Puerto López deja hasta \$ 10 millones a los operadores turísticos*. Obtenido de El Telégrafo: <https://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/regional/1/el-arribo-foraneo-a-puerto-lopez-deja-hasta-usd-10-millones-a-los-operadores-turisticos>
- Emeri, M. (2011). *La publicidad turística como agente mediador entre los procesos motivacionales*. Obtenido de Dialnet: <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/4326457.pdf>
- Fernández, G. (2010). *El patrimonio cultural como oferta complementaria al turismo de sol y playa. El caso del sudeste bonaerense. Argentina*. . Obtenido de http://pasosonline.org/Publicados/8110/PS0110_11.pdf
- Folgueiras, P. (2016). *La entrevista*. Obtenido de <http://diposit.ub.edu/dspace/bitstream/2445/99003/1/entrevista%20pf.pdf>

- GAD del cantón Puerto López. (2014). *El Plan de Desarrollo y de Ordenamiento Territorial de Puerto López*. Obtenido de http://app.sni.gob.ec/sni-link/sni/PORTAL_SNI/data_sigad_plus/sigadplusdocumentofinal/1360003300001_PDYOT_PUERTO_LOPEZ_2014_2019_14-04-2015_20-35-13.pdf
- GAD Municipal Puerto López. (2016). *Turismo de Puerto López*. Obtenido de <http://www.puertolopez.gob.ec/turismo>
- Gisolf, M. (2014). *Motivacion en el Turismo*. Obtenido de Tourism Theories: <http://www.tourismtheories.org/?p=329&lang=es>
- Gobernación de Manabí. (2013). *Coordinan proyectos para cantón puerto lópez*. Obtenido de <http://gobernacionmanabi.gob.ec/coordinan-proyectos-para-canton-puerto-lopez/>
- Hernández Sampieri, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2014). *Metodología de la Investigación*. Obtenido de <https://www.uca.ac.cr/wp-content/uploads/2017/10/Investigacion.pdf>
- InterMark, Consultura de Turismo. (2014). <http://www.ucipfg.com/Repositorio/MGTS/MGTS15/MGTSV15-07/semana4/LS4.2..pdf>. Obtenido de <http://www.ucipfg.com/Repositorio/MGTS/MGTS15/MGTSV15-07/semana4/LS4.2..pdf>
- KRIPPENDORF, J. (1987). *The Holiday Makers. Understanding the impact of leisure and*. Londres: Butterworh Heinemann Oxford.
- Lemos, A. (2018). *Planificación estratégica de las mipymes como factor de supervivencia en el mercado: un analisis al sector de servicios de rioverde*. Obtenido de <https://repositorio.pucese.edu.ec/bitstream/123456789/1461/1/LEMOS%20SALAZAR%20ALAN%20DEBRAYTE%20.pdf>
- Loayza, P. (2016). *Diseño de una campaña publicitaria en redes sociales, para promocionar circuitos locales de naturaleza y reactivar el turismo en el cantón Puerto López, provincia de Manabí*. Obtenido de Repositorio UCSG: <http://repositorio.ucsg.edu.ec/handle/3317/6751>

- Lopes, E. (2006). *La motivación turística: el caso de la región de las aguas termales de Goiás, Brasil*. Obtenido de Universidade Católica de Goiás, Brasil: <http://age.ieg.csic.es/boletin/42/15-LA%20MOTIVACION.pdf>
- Matas, A. (2018). *Diseño del formato de escalas tipo Likert: un estado de la cuestión*. Obtenido de Revista Electrónica de Investigación Educativa: <https://doi.org/10.24320/redie.2018.20.1.1347>
- Ministerio de Desarrollo Urbano y Vivienda . (2014). *PITI Puerto López*. Obtenido de <https://www.habitatyvivienda.gob.ec/piti-puerto-lopez/>
- Ministerio de turismo. (2013). *Designa al canton puerto lopez manabi area turistica protegida Atp*. Obtenido de <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2016/04/DESIGNA-AL-CANTON-PUERTO-LOPEZ-MANABI-AREA-TURISTICA-PROTEGIDA-ATP.pdf>
- Ministerio de Turismo. (2016). *Malecón turístico de Puerto López fue inaugurado*. Obtenido de <https://www.turismo.gob.ec/malecon-turistico-de-puerto-lopez-fue-inaugurado/>
- Moral, S., Orgaz, F., Cañero, P., & Jimber del Río, J. (2017). *Análisis de la motivación y edad del turista y su satisfacción en destinos fronterizos: el caso de la frontera norte Dominico-Haitiana*. Obtenido de Dialnet: <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/6182549.pdf>
- Naciones Unidas. (2008). *Recomendaciones internacionales para estadísticas de turismo*. Obtenido de https://unstats.un.org/unsd/publication/seriesm/seriesm_83rev1s.pdf
- Nicomedes Teodoro, N. (2018). *Tipos de investigación*. Obtenido de <http://repositorio.unisdg.edu.pe/bitstream/USDG/34/1/Tipos-de-Investigacion.pdf>
- Organización Mundial del Turismo. (2008). *Glosario Básico*. Obtenido de UNWTO: <http://media.unwto.org/es/content/entender-el-turismo-glosario-basico>

- Parra, M., & Beltrán, M. (2017). *Perfiles turísticos en función de las motivaciones para viajar*. Obtenido de Universidad de Murcia: <http://dx.doi.org/10.6018/turismo.39.290391>
- Plog, S. (1974). *Why Destination Areas Rise and Fall in Popularity*. Obtenido de Cornell restaurant and Hotel Administration: [https://doi.org/10.1016/S0010-8804\(01\)81020-X](https://doi.org/10.1016/S0010-8804(01)81020-X)
- Real Academia Española. (2018). *Rae*. Obtenido de <http://dle.rae.es/?id=Pw7w4I0>
- Rodríguez, R. (2011). *Destinos turísticos. Realidad y concepto*. Obtenido de Revista de investigación en turismo y desarrollo local: <http://www.eumed.net/rev/turydes/11/rrf.pdf>
- Sistema Integral de Información de Mercados Turísticos SIIMT . (2012). *Glosario de términos utilizados para la promoción del turismo*. Obtenido de http://siimt.com/work/models/basico/Resource/132/1/4.3_Glosario.pdf
- Socatelli, M. (2014). *Demanda Turística*. Obtenido de InterMark. Consultora de Turismo: <http://www.ucipfg.com/Repositorio/MGTS/MGTS15/MGTSV15-07/semana4/LS4.1..pdf>
- Thompson, I. (2005). *La Segmentación del Mercado*. Obtenido de http://moodle2.unid.edu.mx/dts_cursos_md1/pos/MD/MM/AM/03/Segmentacion_del_Mercado.pdf
- Tribiño, L. (2015). *Seudoturismo: el turista y sus falsas prácticas durante el ejercicio de la actividad turística*. Obtenido de Revista Turismo y Sociedad: <http://dx.doi.org/10.18601/01207555.n17.07>
- Trindade, V. (2017). *La entrevista no estructurada en investigación cualitativa: una experiencia de campo*. Obtenido de http://sedici.unlp.edu.ar/bitstream/handle/10915/64407/Documento_completo.pdf-PDFA.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Apéndice



CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y HOTELERAS

Esta encuesta se realiza con el fin de conocer las motivaciones que tienen los visitantes para elegir el cantón Puerto López como su destino de viaje y poder proponer un producto turístico o mejora a la oferta existente en base de la información obtenida. Se agradece por su colaboración.

Primera parte: Perfil de los Turistas

1. Lugar de procedencia:

Nacional: Ciudad: _____

Extranjero: País de origen: _____

2. Edad

Entre 18 y 28 Entre 40 y 50

Entre 29 y 39 51 o más

3. Género

Femenino Masculino

4. Nivel de estudios

Sin estudios Secundaria

Primaria Universitarios

5. ¿Cuál es su rango de gastos por persona por noche en su visita a puerto López?

6. ¿De qué manera organizó su viaje a Puerto López?

Cuenta propia (internet, dispositivos electrónicos, etc.)

Agentes especializados (agencias de viaje, tour operadores, etc.)

7. ¿Cuántas noches suele quedarse en Puerto López?

- | | | | |
|---|--------------------------|----------------|--------------------------|
| 1 día completo sin
quedarse a dormir | <input type="checkbox"/> | 4 a 5 noches | <input type="checkbox"/> |
| Una noche | <input type="checkbox"/> | 6 noches o mas | <input type="checkbox"/> |
| 2 a 3 noches | <input type="checkbox"/> | | |

8. ¿Con quién visitó el destino?

- | | | | |
|------------|--------------------------|--|--------------------------|
| Solo | <input type="checkbox"/> | Con familiares | <input type="checkbox"/> |
| Con amigos | <input type="checkbox"/> | Con personas con los
mismos intereses | <input type="checkbox"/> |
| En pareja | <input type="checkbox"/> | | |

Segunda parte: Motivación de los turistas

9. De las siguientes actividades turísticas que ofrece Puerto López, señale todas las que ha realizado en el destino.

<i>Actividades</i>	<i>Marque con una X</i>
Observación de ballenas jorobadas	
Visita a la Isla de Salango	
Visita a la playa de los frailes	
Visita a la comuna Agua Blanca	
Visita a la playa de Puerto López	
Visita a la Isla de la Plata	
Visita a la playa de Machalilla	
Buceo	
Snorkel	
Pesca Deportiva	
Avistamiento de Aves	
Trekking	
Cabalgata	
Surf	
Otros	

10. Marque con una X, 3 razones que lo motivaron a escoger a Puerto López como su destino de viaje.

<i>Motivaciones</i>	
Cambiar de ambiente cotidiano	
Descubrir nuevas habilidades y gustos propios	
Relajación	
Para poder contarle mi experiencia a otras personas	
Sentirme temporalmente liberado de las obligaciones diarias	
Visita a amigos y familiares	
Conocer e interactuar con personas nuevas	
Vivir nuevas experiencias en nuevos lugares	
Visitar lugares históricos y culturales del destino	

Tercera parte: Valoración del destino

11. ¿Qué tan probable es que recomiende a sus amigos o familiares visitar Puerto López?

Bastante probable Poco probable

Algo probable Nada probable

Neutral

12. Califique del 1 al 5 según su experiencia los siguientes factores del destino turístico Puerto López. En donde:

1= Muy Mala; 2= Mala; 3= Regular; 4= Bueno; 5= Muy Bueno

<i>Factores</i>	1	2	3	4	5
Belleza del destino					
Preservación de la naturaleza					
Limpieza del destino					
Relación precio-calidad de los alimentos y bebidas					
Comodidad del servicio de alojamiento					
Amabilidad de la gente					
Señalización turística					
Oferta suficiente de actividades turísticas					
Seguridad ciudadana.					
Vías de acceso hacia Puerto López					
Transporte público					

13. ¿Qué productos o servicios le agregaría a Puerto López para mejorar la experiencia turística?

CAREER OF TOURISM AND HOSPITALITY MANAGEMENT

This survey is done in order to know what motivations the visitors had when they chose Puerto López as their destination. Thank you for your cooperation.

First part: Tourist Profile

1. Place of origin:

City: _____

Country: _____

2. Age

Between 18 and 28 Between 40 and 50

Between 29 and 39 51 or more

3. Gender

Female Male

4. Educational level:

No studies High School

Elementary School College

5. How much do you spend per person per night in your visit to Puerto López?

6. How did you organize your trip to Puerto López?

On your own (internet, electronic devices, etc.)

Specialized agents (travel agencies, tour operators, etc.)

7. How many nights do you usually stay in Puerto López?

- A whole day without staying to sleep 4 to 5 nights
- One night 6 nights or more
- 2 to 3 nights

8. Who did you visit the destination with?

- Alone Family
- Friends People with the same interests
- Couple

Second part: Motivation of tourists

9. Of the following touristic activities that Puerto Lopez offers, indicate all those that you made during your visit to the destination.

<i>Activities</i>	<i>Mark with an X</i>
Whale watching	
Visit Salango Island	
Visit Los Frailes beach	
Visit Agua Blanca Commune	
Visit Puerto López beach	
Visit La Plata island	
Visit Machalilla beach	
Scuba diving	
Snorkeling	
Sport fishing	
Bird watching	
Trekking	
Horseback riding	
Surf	
Other	

10. Check 3 reasons that motivated you to choose Puerto López as your travel destination

<i>Motivations</i>	
Change of everyday environment	
Discover new skills and new things that I like	
Relaxation	
To be able to tell my experiences to other people	
Feeling temporarily released from daily obligations	
Visit friends and family	
Know and interact with new people	
Live new experiences in new places	
Visit historical and cultural places of the destination	

Third part: Valuation of the destination

11. How likely are you to recommend your friends or family to visit Puerto López?

Quite likely Unlikely

Something probable Nothing probable

Neutral

12. Rate from 1 to 5 based on your experience the following factors of the tourist destination Puerto López. Where:

1= Very bad; 2= Bad; 3= Regular; 4= Good; 5= Very Good

<i>Factors</i>	1	2	3	4	5
Beauty of the destination					
Preservation of nature					
Destination cleanliness					
Price-quality relation of food and beverage					
Accommodation service comfort					
Friendliness of the people					
Tourist signage					
Enough touristic activities					
Safety of the destination					
Access roads to Puerto López					
Public transport					

**13. What products or services would you add to Puerto López to improve your
touristic experience?**



Presidencia
de la República
del Ecuador



Plan Nacional
de Ciencia, Tecnología,
Innovación y Saberes



SENESCYT
Secretaría Nacional de Educación Superior,
Ciencia, Tecnología e Innovación

DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN

Yo, **Aldaz López Cristian Alejandro**, con C.C: # **1715266761** y **Armas Cevallos Silvia Galera**, con C.C: # **0953618584** autor/a/es del trabajo de titulación: **Propuesta de mejora de productos turísticos para el Cantón Puerto López basado en el análisis de las motivaciones de los visitantes** previo a la obtención del título de **INGENIERO/A EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y HOTELERAS** en la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.

1.- Declaro tener pleno conocimiento de la obligación que tienen las instituciones de educación superior, de conformidad con el Artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior, de entregar a la SENESCYT en formato digital una copia del referido trabajo de titulación para que sea integrado al Sistema Nacional de Información de la Educación Superior del Ecuador para su difusión pública respetando los derechos de autor.

2.- Autorizo a la SENESCYT a tener una copia del referido trabajo de titulación, con el propósito de generar un repositorio que democratice la información, respetando las políticas de propiedad intelectual vigentes.

Guayaquil, 13 de marzo del 2019

Aldaz López Cristian Alejandro

C.C: 1715266761

Armas Cevallos Silvia Galera

C.C: 0953618584



Presidencia
de la República
del Ecuador



Plan Nacional
de Ciencia, Tecnología,
Innovación y Saberes



SENESCYT
Secretaría Nacional de Educación Superior,
Ciencia, Tecnología e Innovación

REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA

FICHA DE REGISTRO DE TESIS/TRABAJO DE TITULACIÓN

TEMA Y SUBTEMA:	Propuesta de mejora de productos turísticos para el Cantón Puerto López basado en el análisis de las motivaciones de los visitantes.		
AUTORES:	Cristian Alejandro Aldaz López / Silvia Galera Armas Cevallos		
TUTORA:	Lic. Aline Gutiérrez Northia, Mgs		
INSTITUCIÓN:	Universidad Católica de Santiago de Guayaquil		
FACULTAD:	Facultad de Especialidades Empresariales		
CARRERA:	Carrera de Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras		
TÍTULO OBTENIDO:	Ingeniero/a en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras		
FECHA DE PUBLICACIÓN:	13 de marzo del 2019	No. DE PÁGINAS:	84
ÁREAS TEMÁTICAS:	Estudio y caracterización del turismo receptivo; Caracterización del perfil cultural del turismo receptivo; Desarrollo e innovación de servicios turísticos.		
PALABRAS CLAVE/ KEYWORDS:	Destinos turísticos, motivaciones, productos turísticos, perfiles del turista, atractivos turísticos		
RESUMEN/ABSTRACT:	<p>El presente proyecto tiene como objetivo analizar las motivaciones que tienen los turistas al escoger voluntariamente Puerto López como destino, con el fin de proponer nuevos productos turísticos o mejorar su oferta actual. Para lo cual se tomó las nueve motivaciones de la teoría de Crompton y perfiles turísticos según Beltrán y Parra como base teórica. En el transcurso de la investigación, se realizaron 384 encuestas a turistas nacionales y extranjeros a los cuales se les preguntó acerca de sus motivaciones de viaje, datos personales y percepción acerca del destino. Al analizar todas las respuestas se destacaron tres motivaciones principales siendo estas la relajación, escape del ambiente cotidiano y la novedad. Se pudo determinar que la mayoría de las personas que visitan el destino tienen un perfil racional lo cual significa que son turistas que viajan en familia, les gusta saber con anterioridad características de los lugares que van a visitar, buscan relajarse y salir de la rutina. Por último se concluyó que todos los productos turísticos más populares sí cumplen y satisfacen todas las motivaciones principales que presentan los turistas que visitan Puerto López, por lo que se propone productos y servicios turísticos que complementen la oferta actual.</p>		
ADJUNTO PDF:	<input checked="" type="checkbox"/> SI	<input type="checkbox"/> NO	
CONTACTO CON AUTORES:	Teléfono: +593-4-82820565 / +593-4-2438745	E-mail: cris_aldaz@hotmail.com / silviaarmas18@hotmail.com	
CONTACTO CON LA INSTITUCIÓN	Nombre: Salazar Raymond María Belén		
	Teléfono: +593-4-2206950 ext. 5049		
	E-mail: maria.salazar02@cu.ucsg.edu.ec		
SECCIÓN PARA USO DE BIBLIOTECA			
Nº. DE REGISTRO (en base a datos):			
Nº. DE CLASIFICACIÓN:			
DIRECCIÓN URL (tesis en la web):			