



**UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA  
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS  
CARRERA DE TURISMO**

**TEMA**

**PERFIL DEL TURISTA DE LA COMUNIDAD DE LIBERTADOR  
BOLÍVAR, PARROQUIA MANGLARALTO, PROVINCIA DE  
SANTA ELENA 2023**

**TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR  
PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE  
LICENCIADA EN TURISMO**

**AUTORA**

**Katherine Ximena Angel Yagual**

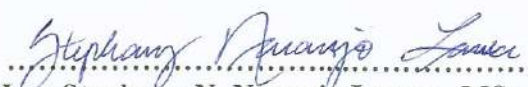
**LA LIBERTAD – ECUADOR**

**2024**

## **APROBACIÓN DE LA PROFESORA TUTORA**

En mi calidad de Profesora Tutora del trabajo de titulación, **“PERFIL DEL TURISTA DE LA COMUNIDAD DE LIBERTADOR BOLÍVAR, PARROQUIA MANGLARALTO, PROVINCIA DE SANTA ELENA 2023”** elaborado por la Srta. KATHERINE XIMENA ANGEL YAGUAL, egresada de la Carrera de Licenciatura en Turismo, Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Estatal Península de Santa Elena, previo a la obtención del título de Licenciada en turismo, declaro que luego de haber asesorado científica y técnicamente su desarrollo y estructura final del trabajo, éste cumple y se ajusta a los estándares académicos y científicos, razón por la cual la apruebo en todas sus partes.

**Atentamente**

  
.....  
**Ing. Stephany N. Naranjo Larrea, MSc.**  
**Profesora tutora**

## AUTORÍA DEL TRABAJO

El presente Trabajo de Titulación denominado “**PERFIL DEL TURISTA DE LA COMUNIDAD DE LIBERTADOR BOLÍVAR, PARROQUIA MANGLARALTO, PROVINCIA DE SANTA ELENA 2023**”, constituye un requisito previo a la obtención del título de Licenciada en Turismo de la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Estatal Península de Santa Elena.

Yo, KATHERINE XIMENA ANGEL YAGUAL con cédula de identidad número 2450565383 declaro que la investigación es absolutamente original, auténtica y los resultados y conclusiones a los que he llegado son de mi absoluta responsabilidad; el patrimonio intelectual del mismo pertenece a la Universidad Estatal Península de Santa Elena.



.....  
**Angel Yagual Katherine Ximena**  
**C.C. No.: 245056538-3**

## **AGRADECIMIENTO**

Agradezco a Dios por darme la fortaleza y el discernimiento necesarios para superar cada desafío, y por guiar mis pasos en esta importante etapa de mi vida. A mis padres Teófilo Gerácimo Angel Borbor y Blanca Azucena Yagual Pozo, no tengo palabras suficientes para expresar mi gratitud por su amor, apoyo incondicional y sacrificio para que pueda alcanzar mis metas educativas. Su confianza en mí ha sido mi mayor motivación.

A mi tutora, Ing. Naranjo Larrea Stephany Nataly, por su orientación, apoyo incansable y por compartir su vasto conocimiento conmigo. Su guía ha sido fundamental en cada etapa de este trabajo.

Finalmente, a mi compañero de vida, Raúl Barzola Parrales, por su amor, paciencia y por ser una fuente constante de inspiración y motivación. Gracias por tu comprensión y por estar siempre ahí para recordarme que todo es posible.

*Katherine Ximena Angel Yagual*

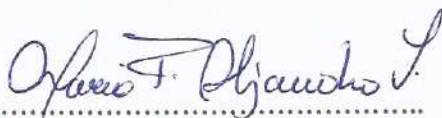
## **DEDICATORIA**

Dedico este trabajo de investigación a mis padres, cuyo amor incondicional, sacrificio y ejemplo de integridad me han guiado en cada paso de mi vida. A mi madre, por ser mi inspiración constante y mi refugio seguro en los momentos de duda. A mi padre, por enseñarme la importancia del esfuerzo y la perseverancia. A ambos, por creer en mí.

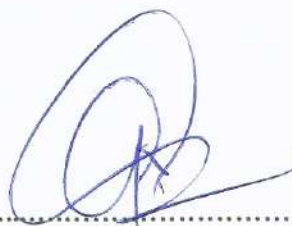
A mi compañero de vida, Raúl Barzola Parrales, cuya paciencia, amor y apoyo incondicional han sido mi ancla en esta travesía. Tus palabras de aliento me reconfortaban día a día. Este logro es también tuyo.

A todas aquellas personas que, con sus actos de bondad y sabiduría, han dejado una huella imborrable en mi corazón. Este objetivo alcanzado es un tributo a su generosidad y al impacto positivo que han tenido en mi vida.

*Katherine Ximena Angel Yagual*

**TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN**

.....  
Lic. María F. Alejandro Lindao, MSc.  
DIRECTORA (E) DE LA CARRERA



.....  
Ing. Ana M. Reyes Perero, MSc.  
PROFESORA ESPECIALISTA



.....  
Ing. Stephany N. Naranjo Larrea, MSc.  
PROFESORA TUTORA



.....  
Lic. Esther Del C. Mullo Romero, PhD.  
PROFESORA GUÍA DE LA UIC



.....  
Secre. Ejecut. Grace M. Lindao Quimi  
ASISTENTE ADMINISTRATIVA

## ÍNDICE GENERAL

APROBACIÓN DE LA PROFESORA TUTORA.....	2
AUTORÍA DEL TRABAJO .....	3
AGRADECIMIENTO .....	4
DEDICATORIA .....	5
TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN .....	6
ÍNDICE DE CONTENIDOS .....	7
RESUMEN.....	12
ABSTRACT.....	13
INTRODUCCIÓN .....	14
CAPÍTULO I.....	18
MARCO REFERENCIAL .....	18
1.1.    Revisión de literatura .....	18
1.2.    Desarrollo de teorías y conceptos .....	22
1.2.1.    Variable Independiente: <i>Perfil del turista</i> .....	22
1.2.1.1.    Buyer persona.....	23
1.2.1.2.    Turista .....	23
1.2.1.3.    Factores sociodemográficos.....	23
1.2.1.4.    Motivación turística .....	24
1.2.1.5.    Tipos de turistas .....	25
1.3.    Fundamentos legales .....	28
1.3.1.    Constitución de la República del Ecuador. ....	29
2.3.2. Ley de turismo .....	29
CAPÍTULO II.....	31

METODOLOGÍA .....	31
2.1. Diseño de investigación.....	31
2.2. Métodos de la investigación .....	31
2.3. Población y Muestra.....	32
2.4. Recolección y procesamiento de los datos .....	33
CAPÍTULO III.....	34
RESULTADOS Y DISCUSIÓN .....	34
3.1.    Análisis de datos .....	34
3.1.1. Análisis de resultados de la encuesta a turistas.....	34
3.2.    Discusión.....	64
CONCLUSIONES.....	65
RECOMENDACIONES .....	66
BIBLIOGRAFÍA.....	67
ANEXOS .....	71

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Edad de los turistas que visitan la comuna Libertador Bolívar.....	34
Tabla 2. Género de los turistas que visitan la comunidad.....	35
Tabla 3. Estado civil de los turistas que visitan Libertador Bolívar. ....	36
Tabla 4. Ocupación actual de los turistas.....	37
Tabla 5. Actividad laboral que desempeña el turista. ....	38
Tabla 6. Nivel de ingresos de los turistas.....	39



Tabla 7. Nivel educativo de los turistas. ....	40
Tabla 8. Procedencia del turista. ....	41
Tabla 9. ¿Con quién viajó?.....	42
Tabla 10. Motivo de viaje para visitar la comunidad.....	43
Tabla 11. Actividad que realizó el turista durante su visita. ....	44
Tabla 12. Duración de estadía en la comunidad de Libertador Bolívar.....	45
Tabla 13. Frecuencia de visita.....	46
Tabla 14. Tipo de alojamiento. ....	47
Tabla 15. ¿Se hospedó en la comunidad de Libertador Bolívar?.....	48
Tabla 16. Nombre del establecimiento de alojamiento.....	49
Tabla 17. Calificación de calidad de los servicios de alojamiento en la comunidad. ....	50
Tabla 18. Relación calidad-precio de los servicios de alojamiento. ....	51
Tabla 19. Aspectos del servicio de alojamiento a mejorar.....	52
Tabla 20. Establecimiento gastronómico que consumió el turista.....	53
Tabla 21. Satisfacción del consumo de comida en la comunidad.....	54
Tabla 22. Nombre del establecimiento gastronómico.....	55
Tabla 23. Nombre del platillo consumido por el turista.....	56
Tabla 24. Percepción del sabor del platillo. ....	57
Tabla 25. Percepción de la presentación del platillo.....	58
Tabla 26. Percepción de la diversidad y calidad de la oferta gastronómica de la comunidad.....	59
Tabla 27. Aspectos para mejorar la experiencia del turista. ....	60
Tabla 28. Nuevas atracciones o servicios para mejorar la experiencia del turista. ....	61
Tabla 29. Recomendación para visitar la comunidad. ....	62
Tabla 30. Destino turístico que el turista elige antes de visitar Libertador Bolívar...	63

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1. Edad de los turistas que visitan la comuna Libertador Bolívar. ....	34
Gráfico 2. Género de los turistas que visitan Libertador Bolívar. ....	35
Gráfico 3. Estado civil de los turistas que visitan Libertador Bolívar. ....	36
Gráfico 4. Ocupación actual de los turistas.....	37
Gráfico 5. Actividad laboral que desempeña el turista. ....	38
Gráfico 6. Nivel de ingresos de los turistas.....	39
Gráfico 7. Nivel educativo de los turistas. ....	40
Gráfico 8. Procedencia del turista. ....	41
Gráfico 9. ¿Con quién viajó? .....	42
Gráfico 10. Motivo de viaje para visitar la comunidad.....	43
Gráfico 11. Actividad que realizo el turista durante su visita. ....	44
Gráfico 12. Duración de estadía en la comunidad de Libertador Bolívar.....	45
Gráfico 13. Frecuencia de visita.....	46
Gráfico 14. Tipo de alojamiento. ....	47
Gráfico 15. ¿Se hospedó en la comunidad de Libertador Bolívar?.....	48
Gráfico 16. Nombre del establecimiento de alojamiento.....	49
Gráfico 17. Calificación de calidad de los servicios de alojamiento en la comunidad. .....	50
Gráfico 18. Relación calidad-precio de los servicios de alojamiento. ....	51
Gráfico 19. Aspectos del servicio de alojamiento a mejorar. ....	52
Gráfico 20. Establecimiento gastronómico que consumió el turista.....	53
Gráfico 21. Satisfacción del consumo de comida en la comunidad.....	54
Gráfico 22. Nombre del establecimiento gastronómico.....	55

Gráfico 23. Nombre del platillo consumido por el turista. ....	56
Gráfico 24. Percepción del sabor del platillo. ....	57
Gráfico 25. Percepción de la presentación del platillo.....	58
Gráfico 26. Percepción de la diversidad y calidad de la oferta gastronómica de la comunidad. ....	59
Gráfico 27. Aspectos para mejorar la experiencia del turista. ....	60
Gráfico 28. Nuevas atracciones o servicios para mejorar la experiencia del turista..	61
Gráfico 29. Recomendación para visitar la comunidad. ....	62
Gráfico 30. Destino turístico que el turista elige antes de visitar Libertador Bolívar. ....	63

## ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1. Matriz de Consistencia .....	71
Anexo 2: Encuesta dirigidos a los turistas .....	72
Anexo 3. Encuesta a turista.....	74
Anexo 4. Encuesta a turista.....	74
Anexo 5. Encuesta a turista.....	74
Anexo 6. Encuesta a turista.....	74
Anexo 7. Cronograma de actividades .....	75
Anexo 8. Presupuesto.....	77
Anexo 9. Infografía del perfil del turista de Libertador Bolívar .....	78
Anexo 10. Buyer persona 1 .....	79
Anexo 11. Buyer persona 2.....	80



**PERFIL DEL TURISTA DE LA COMUNIDAD DE LIBERTADOR  
BOLÍVAR, PARROQUIA MANGLARALTO, PROVINCIA DE SANTA  
ELENA 2023.**

**AUTORA:**

**Angel Yagual Katherine Ximena**

**TUTORA:**

**Ing. Naranjo Larrea Stephany Nataly. MSc.**

**RESUMEN**

La actividad turística se ha posicionado como la tercera mayor fuente de exportaciones no petroleras del país, lo que la convierte en un pilar fundamental para la generación de empleo. La constante variación en las preferencias de los consumidores asegura una oferta diversificada y dinámica. Actualmente, los habitantes de la comuna Libertador Bolívar se dedican principalmente al turismo, pero carecen de datos específicos que les permitan innovar en la creación de nuevos productos, a pesar de ofrecer atractivas actividades como la gastronomía, el parapente y tiendas artesanales. Esta investigación tuvo como objetivo principal determinar el perfil del turista que visita la comunidad de Libertador Bolívar, se llevó a cabo una investigación de enfoque cuantitativo y carácter descriptivo. Se emplearon métodos bibliográficos, inductivos y analíticos, utilizando un muestreo no probabilístico. La recolección de datos se realizó mediante encuestas aplicadas a 378 turistas. Los resultados de la investigación revelaron que el turista tiene entre 36 y 45 años, es masculino, casado y empleado en el sector privado, con ingresos medios y un nivel educativo de secundaria o superior. Generalmente, viajan en compañía de su familia y su principal motivación para visitar la comuna es la gastronomía. Además, mostraron un notable interés en actividades deportivas y de aventura.

**Palabras claves:** perfil del turista, motivación, Libertador Bolívar.



**TOURIST PROFILE OF THE LIBERTADOR BOLÍVAR COMMUNITY,  
MANGLARALTO PARISH, SANTA ELENA PROVINCE 2023.**

**AUTHOR:**

**Angel Yagual Katherine Ximena**

**ADVISOR:**

**Ing. Naranjo Larrea Stephany Nataly. MSc.**

**ABSTRACT**

Tourism has become the third largest source of non-oil exports in the country, making it a fundamental pillar for job creation. The constant variation in consumer preferences ensures a diverse and dynamic offer. Currently, the inhabitants of the Libertador Bolívar commune are primarily engaged in tourism but lack specific data to help them innovate in the creation of new products, despite offering attractive activities such as gastronomy, paragliding, and artisanal shops. This research aimed to determine the profile of the tourist visiting the Libertador Bolívar community. A quantitative and descriptive research approach was employed, using bibliographic, inductive, and analytical methods, and a non-probabilistic sampling. Data collection conducted through surveys applied to 378 tourists. The results of the research revealed that tourists are between 36 and 45 years old, male, married, and employed in the private sector, with medium income and a secondary or higher educational level. They travel with their family, and their main motivation for visiting the commune is gastronomy. Additionally, they showed a notable interest in sports and adventure activities.

**Keywords:** tourist profile, motivation, Libertador Bolívar.

## INTRODUCCIÓN

Actualmente el turismo es reconocido como una de las actividades más importantes de la economía global, actividad que ha mostrado una alta tasa de crecimiento que actualmente equivale al 3% del Producto Interno Bruto (PIB) Mundial. (ONU Turismo, 2024). A nivel mundial, el turismo sustenta los modos de vida de millones de personas y brinda a miles de millones la oportunidad de explorar tanto sus propias culturas como culturas diversas, además de disfrutar de entornos naturales. Según el informe, el turismo es crucial como generador de divisas, ingresos y empleo en todo el mundo. (CEPAL, 2020)

Para Ecuador, según datos del WTTC en el año 2019 identifica que el sector turístico representa un aporte directo de aproximadamente el 2% al Producto Interno Bruto (PIB) del país, y cuando se consideran los efectos indirectos e inducidos, su contribución se eleva a alrededor del 5% del PIB. La importancia del sector turístico es conocida porque ocupa el tercer lugar en exportaciones no petroleras y de gas, precedido por el sector bananero y camaronero según el análisis del PIB (MINTUR, 2023). Por ello, la investigación se centra en este sector considerando que es inevitable convertir cada punto turístico en un centro de atracción para atraer visitantes nacionales e internacionales, generando así ingresos que puedan impulsar el desarrollo económico de la sociedad y del país (UNWTO, 2019). Los proveedores de servicios deben esforzarse continuamente por lograr la satisfacción de sus clientes, una de las herramientas más útiles para conocerlos es el “perfil del turista”, porque conocerlo de antemano adaptará las actividades que deben utilizar para lograr el éxito (Zumbana Z. K., 2022).

En la provincia de Santa Elena uno de los aspectos que influye en esta situación es la falta de nuevos productos. Hoy en día, los mercados son cada vez más exigentes y cambiantes, donde las transformaciones sociopolíticas, económicas y ambientales están configurando los escenarios turísticos, haciendo necesario conocer y responder a las necesidades de los visitantes en los destinos, máxime cuando la

industria de servicios es un importante contribuyente a la economía. Es en este contexto que la satisfacción del cliente es fundamental para el posicionamiento y la competitividad de los destinos turísticos (Yumisaca et al., 2017).

La comunidad de Libertador Bolívar ha experimentado un crecimiento turístico, pero la falta de datos precisos sobre los visitantes dificulta la planificación y gestión. Es esencial comprender quiénes son los turistas, se necesita información actualizada para tomar decisiones informadas y preservar la calidad de vida de la comunidad local.

Analizar el perfil del turista es importante para promover el desarrollo y la mejora de una comunidad. La implementación y el progreso del sector turístico local dependen en gran medida de este estudio. Dado que el turismo es dinámico, entender las características y preferencias de los turistas permite que el sector se ajuste a las demandas y necesidades cambiantes, favoreciendo su crecimiento y sostenibilidad. La creación de un buyer persona permite una comprensión más profunda y detallada del público objetivo. Aplicando esta metodología al turismo, se optimizan los procesos de segmentación y se define con mayor precisión quiénes son los turistas que se desea atraer. En el marketing turístico, esta herramienta ayuda a desarrollar estrategias de marketing digital alineadas con el perfil, intereses y comportamientos de los turistas. Así, se pueden diseñar campañas y ofertas que respondan mejor a sus necesidades y expectativas, mejorando la efectividad de las acciones de promoción y fidelización (Tovar, 2022).

El presente estudio propone llenar ese vacío de información al analizar el perfil demográfico y geográfico de los turistas que visitan Libertador Bolívar, así como las actividades turísticas más frecuentes asociadas al turismo como son: gastronomía, parapente, cultura, artesanías, etc. La investigación no solo beneficiará a la comunidad local al proporcionar las bases necesarias para optimizar los

beneficios económicos del turismo, sino que también ofrecerá información valiosa a autoridades locales, empresarios y otros actores involucrados a la actividad turística.

En relación con la problemática, se planteó la siguiente pregunta de investigación: ¿Cuáles son las principales características demográficas y geográficas de los turistas que visita la comunidad de Libertador Bolívar? La misma consta de tres preguntas específicas como parte de la sistematización del planteamiento del problema ¿Cuál es la motivación del turista para visitar la comunidad? ¿Qué tipo de turista visita la comunidad? ¿Cuál es el perfil del turista que visita la comunidad de Libertador Bolívar en la Parroquia Manglaralto en la Provincia de Santa Elena?

Por lo tanto, el objetivo general de la presente investigación es determinar el perfil del turista que visita la comunidad de Libertador Bolívar, siendo así que para poder desarrollar el objetivo principal se determinó lo siguiente:

- Identificar las características sociodemográficas del turista.
- Analizar la motivación principal que llevan a los turistas a visitar Libertador Bolívar.
- Establecer el tipo de turista que visita la comunidad Libertador Bolívar.

El turismo se ha convertido en un pilar económico esencial para esta comunidad costera. El perfil turístico implica la elaboración de una descripción detallada de las características de las personas que visitan un lugar turístico. Esta descripción se basa generalmente en factores socioeconómicos y demográficos. El propósito del perfil es comprender los intereses, gustos, expectativas y requerimientos de los turistas, lo que a su vez facilita la mejora de la gestión de las empresas y destinos turísticos. Estudiar el perfil de los turistas que optan por un destino es esencial para el progreso en la industria, ya que permite a las empresas establecer una presencia sólida y competitiva en el mercado mediante la creación de nuevos productos turísticos adaptados a segmentos especializados (Mejía, 2022).



Contar con un perfil detallado del turista permite una planificación estratégica del turismo en la comunidad. Conocer las preferencias, comportamientos y características demográficas de los visitantes facilita la adecuación de la oferta turística a sus necesidades específicas, contribuyendo así a una experiencia más satisfactoria para los turistas y a un desarrollo más efectivo de la industria turística local.

Asimismo, es una herramienta importante para el diseño de experiencias turísticas personalizadas y atractivas. Al comprender los intereses y motivaciones del turista que elige visitar la Comunidad de Libertador Bolívar, se pueden desarrollar actividades y servicios que se alineen con sus expectativas, incrementando así su interés por el destino y fomentando su retorno en el futuro. Además, es esencial para implementar estrategias de marketing y promoción efectivas. Conociendo el perfil del público objetivo, es posible dirigir los esfuerzos de promoción hacia los canales y audiencias adecuadas, maximizando así el impacto de las campañas de marketing y atrayendo un mayor flujo de turistas hacia la comunidad.

Por otro lado, este conocimiento también contribuye al desarrollo económico local, ya que permite identificar oportunidades de negocio y empleo en el sector turístico que beneficien directamente a la población residente de la comunidad.

El presente trabajo de investigación se organiza en tres capítulos que abordan de manera sistemática diferentes aspectos del estudio. El Capítulo I, denominado "Marco Referencial", se estructura mediante una revisión de literatura, desarrollo de teorías y conceptos, fundamentos legales que proporcionan el contexto teórico y normativo del estudio. El Capítulo II, "Metodología", presenta el diseño de investigación, métodos de la investigación, población y muestra, así como los procedimientos para la recolección y procesamiento de datos. Por último, el Capítulo III, "Resultados y Discusión", constituye el núcleo de esta investigación, donde se presentan los hallazgos obtenidos y se lleva a cabo un análisis de los datos recopilados. Estos resultados se emplearán como punto de partida para identificar posibles soluciones al problema que se aborda en el estudio. Además, en este capítulo se incluyen las conclusiones y recomendaciones derivadas de la investigación.

# CAPÍTULO I

## MARCO REFERENCIAL

### 1.1.Revisión de literatura

El presente trabajo está enfocado a realizar una investigación sobre “Perfil del turista de la comunidad de Libertador Bolívar, Parroquia Manglaralto, Provincia de Santa Elena 2023”. El propósito radica en indagar y difundir un conocimiento exhaustivo sobre este tema de estudio. El análisis inicial que se expone abarca conclusiones de diversas tesis y artículos científicos.

La investigación "Perfil del Turista que Visita la Provincia de Pichincha en Tiempos de Pandemia. Año 2022" (Zumbana Z. K., 2022) tuvo como objetivo describir el perfil del turista mediante estadísticas, abarcando características demográficas, socioeconómicas, de motivación y preferencia. Para esto, se realizaron encuestas a 398 turistas mayores de 18 años en los 10 principales atractivos turísticos de Pichincha. Este estudio transversal, cuantitativo y descriptivo, se llevó a cabo en 2022. Los resultados mostraron que la mayoría de los turistas eran ecuatorianos, residentes en Quito y alrededores, con edades entre 35 y 65 años, predominantemente solteros, de género femenino y empleados en instituciones privadas. Socioeconómicamente, tenían un salario promedio de 425 dólares mensuales y formación universitaria. Viajaban en familia, sin menores de 16 años, y gastaban hasta 100 dólares, principalmente en transporte y alimentación. La principal motivación para viajar era la relajación, prefiriendo atractivos culturales y realizando viajes frecuentes durante los feriados, con estancias de un día. Utilizaban redes sociales para obtener información y consideraban esenciales los protocolos de bioseguridad debido a la pandemia. En cuanto a preferencias, los turistas optaban por consumir gastronomía tradicional, hospedarse en hoteles, hacer caminatas en la naturaleza y usar transporte propio. La información recopilada se plasmó en una guía descriptiva diseñada con herramientas como Freepik y Adobe Illustrator.

El artículo “The New Tourist's Profile: Some General Considerations” (Mihai, 2021). Se enfoca en analizar el perfil del turista en el contexto del desarrollo de la tecnología de la información y las comunicaciones (IT&C). Su objetivo principal es

comprender cómo la personalidad de los turistas influye en sus elecciones de compra y comportamiento en la industria del turismo, además de explorar las implicaciones de la "desconexión digital" (digital-free tourism en sus siglas en inglés "DFT") en la experiencia de viaje. La metodología utilizada fue la revisión de la literatura sobre la relevancia de la personalidad en la industria del turismo y la influencia de la tecnología en la misma. Los resultados se centran en el impacto de la tecnología y la conectividad en la personalidad del turista, incluyendo la dependencia tecnológica, la influencia de las redes sociales y la disponibilidad de información en línea en las decisiones de viaje, con consideración de los efectos positivos y negativos de la "desconexión digital" en la experiencia del turista. La investigación sugiere que la personalidad del turista y su relación con la tecnología son áreas importantes para futuras investigaciones en el campo del turismo y la hospitalidad.

Así mismo, (Sánchez et al., 2021) en su trabajo de investigación denominado "Perfil sociodemográfico del turista nacional que visita el destino de sol y playa Mazatlán, México" alude que el turismo se ha convertido en un pilar fundamental de la economía y una fuente importante de ingresos. Su principal objetivo fue examinar con detenimiento el perfil de los turistas que eligen visitar este destino, dado que esta información es esencial para comprender sus características sociodemográficas, motivaciones y percepciones respecto a la región. Para este análisis, se empleó una metodología cuantitativa mediante un estudio descriptivo-transversal. La recopilación de datos se efectuó a través de encuestas estructuradas dirigidas a 267 turistas mexicanos mayores de 18 años, que habían pernoctado al menos una noche en Mazatlán. Como resultado dio que Mazatlán se está consolidando como un destino reconocido en la República Mexicana, especialmente en el segmento de turismo familiar centrado en la oferta de sol y playa.

Se consideró el trabajo de tesis denominado "Perfil del Turista Nacional que Visita el Santuario Histórico Bosque de Pómac - Región Lambayeque" (Vidaurre, 2020) el cual menciona que tuvo como objetivo determinar el perfil del turista nacional que visita esta área natural protegida, abarcando sus características demográficas, socioeconómicas, y aspectos relacionados con el viaje. Se realizó en el Santuario Histórico Bosque de Pómac durante 2020, empleando un enfoque cuantitativo y descriptivo con encuestas a 150 turistas nacionales. Los resultados

mostraron que los visitantes eran mayormente mujeres jóvenes de entre 18 y 34 años, solteras, provenientes de Lima, con estudios superiores completos y empleo en el sector público. Los turistas planificaban viajar con un mes de antelación y preferían estancias de dos días y una noche, hospedándose en hoteles o casas de familiares en Chiclayo por falta de información sobre alojamientos cercanos. La mayoría de los turistas no utilizaba paquetes de agencias de viajes, optando por organizar su propio recorrido. La investigación destacó que los turistas eran motivados por el contacto con la naturaleza y las recomendaciones de amigos y familiares. Estos resultados son valiosos para la gestión turística del Santuario, ya que permiten proponer acciones para mejorar y diversificar la oferta turística en este importante atractivo natural y cultural de Lambayeque.

De tal manera, en el artículo de (Donoso et al., 2019) denominado “Perfil del turista idiomático en la ciudad de Cuenca y su aporte a la economía local” se resalta que el objetivo de este estudio es analizar las características y necesidades de los turistas jubilados que participan en programas de turismo idiomático en la ciudad de Cuenca, Ecuador, con el fin de identificar su perfil y proporcionar información relevante para el desarrollo de servicios turísticos específicos. El tipo de investigación es descriptivo y exploratorio. El estudio se enfoca en describir las características y necesidades de un segmento específico de turistas (los jubilados que participan en turismo idiomático) y explora aspectos relacionados con su nacionalidad, edad, estado civil, ocupación, duración de la estadía, compañía de viaje, capacidad de gasto y preferencias de alojamiento. La metodología empleada en este estudio involucró la realización de encuestas a 60 turistas jubilados que participaron en programas de turismo idiomático en Cuenca, Ecuador. Se recopilaron datos a través de estas encuestas y se realizaron análisis cuantitativos para obtener información sobre el perfil de estos turistas. Las encuestas abordaron temas como nacionalidad, edad, estado civil, ocupación, duración de la estadía, compañía de viaje, capacidad de gasto y preferencias de alojamiento. Dentro de sus resultados concluyeron que la mayoría de los turistas jubilados que se embarcan en esta modalidad de turismo provienen de diversas partes del mundo y pertenecen principalmente al rango de edad de 61 a 70 años, con un 32% de los participantes en este grupo. Esto demuestra que el turismo idiomático es una opción popular entre las

personas de la tercera edad con un periodo de estadía más común es de 4 a 6 semanas.

Se dispuso también del trabajo de investigación titulada "Perfil del Turista que Visita Azogues" (Cadme & Chanalata, 2018) tuvo como objetivo conocer las características de las personas que visitan el cantón Azogues para ofrecer productos y servicios adecuados tanto por parte del sector privado como del público. Azogues, con sus atractivos culturales y naturales, se encuentra cerca de importantes sitios turísticos como Cuenca e Ingapirca, lo que lo convierte en un destino atractivo para turistas nacionales y extranjeros. La investigación combinó metodologías cuantitativas y cualitativas, utilizando encuestas, análisis de información y observación directa para identificar las características demográficas y motivacionales de los turistas. El estudio se llevó a cabo mediante encuestas realizadas a turistas nacionales y extranjeros que visitaron Azogues entre el 1 de diciembre de 2017 y el 1 de marzo de 2018, en épocas de alta afluencia turística como Navidad, Fin de Año, Año Nuevo y la Procesión de la Virgen de la Nube. La muestra se obtuvo a partir del registro de datos de la Unidad de Turismo de Azogues de 2016, considerando un total de 637 turistas, de los cuales el 15% eran locales, el 76% nacionales y el 9% internacionales. Se realizaron 350 encuestas con un 95% de confianza y un 5% de error, distribuidas entre 80 turistas locales, 50 internacionales y 220 nacionales. Los resultados de la investigación proporcionaron un perfil detallado de los turistas, incluyendo variables como edad, género, lugar de procedencia, motivación y nivel de instrucción. Esta información es trascendental para diseñar estrategias de marketing efectivas, mejorar el desarrollo turístico del cantón y consolidar la oferta turística existente. La mayoría de los turistas que visitan Azogues son nacionales, seguidos por un pequeño porcentaje de internacionales y locales. La investigación destacó la importancia de entender las necesidades y características de los turistas para ofrecerles servicios y experiencias que cumplan con sus expectativas, potenciando así la competitividad y el posicionamiento de Azogues como destino turístico.

Finalmente, en el artículo titulado "El Perfil Sociodemográfico del Visitante en la Provincia de Santa Elena en Ecuador. Una Referencia para la Creación de Nuevas Iniciativas de Desarrollo" realizado por (Yumisaca et al., 2017). Este estudio se centró en exponer las características esenciales de la demanda turística en la

provincia de Santa Elena y destacar la relevancia de tener en cuenta sus preferencias al planificar y desarrollar nuevos productos y servicios turísticos. La visita de estos turistas contribuye al mejoramiento del nivel socioeconómico de la comunidad anfitriona durante su estadía. Este análisis se consideró en Santa Elena: la mayoría de los visitantes (18-34 años, con educación superior) elige la provincia por recreación, pasando 2 noches en promedio. Hallazgo clave: percepción de falta de información. Recomendación: usar estos datos en proyectos futuros para mejorar la oferta de entretenimiento y prolongar estancias.

## **1.2. Desarrollo de teorías y conceptos**

### **1.2.1. Variable Independiente: *Perfil del turista***

El perfil del turista se asocia a varios aspectos, especialmente a datos sociodemográficos que ayudan a caracterizar a los consumidores de servicios turísticos. Estos aspectos incluyen la nacionalidad, lugar de procedencia, género, edad y nivel socioeconómico, como lo señala (Loor Morales, 2020).

Para Kotler y Lane (2006), según Andrade (2016) en "El perfil de un turista," este puede estudiarse mediante diferentes tipos de segmentación de mercado. La primera segmentación se basa en la ubicación de los turistas, considerando características medibles y accesibles. Las características demográficas, como la edad, el género, los ingresos y el nivel educativo, son esenciales. Al examinar las características psicográficas, se pueden identificar dimensiones de la personalidad, pensamientos, sentimientos, comportamientos, estilo de vida y valores de los viajeros. Finalmente, al analizar las características comportamentales, se puede comprender el comportamiento del viajero en relación con el producto turístico.

Finalmente, para Pat y Calderón (2012) el perfil turístico se refiere a la descripción de un destino turístico, basado principalmente en variables socioeconómicas y demográficas de los visitantes. Estos autores sostienen que, mediante el estudio previo de ciertas variables, es posible conocer los gustos, preferencias, expectativas y necesidades de los turistas, lo que permite mejorar la oferta de productos especializados para un público cada vez más exigente (Andrade D. T., 2016).

En este sentido se puede entender que el “perfil del turista” se refiere a la descripción detallada de los consumidores de servicios turísticos, basado en aspectos sociodemográficos, psico demográficos y comportamentales. Estos aspectos incluyen nacionalidad, lugar de procedencia, género, edad, nivel socioeconómico, personalidad, estilo de vida y comportamientos relacionados con el producto turístico. Esta información es esencial para segmentar el mercado, comprender las preferencias y necesidades de los turistas, y mejorar la oferta de productos y servicios turísticos para satisfacer un público cada vez más exigente.

#### **1.2.1.1. Buyer persona**

Según García *et al.* (2019), citado en Beltrán *et al.* (2019) manifiesta que es un personaje ficticio creado a partir de la etnografía de una población, considerando factores como edad, género, costumbres, creencias, entre otros, y que posee un perfil psicológico, cualidades y comportamientos similares.

#### **1.2.1.2. Turista**

De acuerdo con la OMT (UNWTO, 2019), un turista se caracteriza por su estadía en un lugar. Esto subraya la importancia de comprender su concepto, lo que le interesa y cuáles son sus necesidades al visitar un destino turístico. Un turista se refiere a alguien que se desplaza desde su ubicación habitual a otra geográficamente distante, donde permanece por un período superior a las 24 horas.

#### **1.2.1.3. Factores sociodemográficos.**

Según la OMS (2021), son indicadores utilizados para describir a las personas en términos de edad, raza / etnia, sexo, género, nivel educativo en el idioma principal, situación laboral, ingresos, profesión, estado civil, número total de personas que viven en la casa y condiciones de vida y factores similares.

##### **1.2.1.3.1. Demográfico**

De acuerdo con la investigación de Shiffman & Kanuk (2005), como mencionado por (Zumbana K. Z., 2022) es fundamental comprender el factor demográfico, que incluye aspectos como el género, la edad, el estado civil, el nivel educativo, las características sociales y los ingresos mensuales o anuales, entre otros.

Estos elementos son clave para identificar cómo influyen en la decisión de adquirir un servicio de calidad.

#### **1.2.1.3.2. Socioeconómico**

Para el autor Andrade en el año 2016 como se menciona en (Zumbana Z. K., 2022) indica que elementos como los ingresos, nivel educativo y ocupación laboral tienen un impacto significativo en la cantidad de dinero que un turista está dispuesto a gastar y su disposición para explorar destinos adicionales. Se plantea que aquellos con un mayor poder adquisitivo tienden a mostrar un mayor interés en la exploración de nuevos lugares, lo que contribuye a satisfacer sus necesidades y generar experiencias enriquecedoras. Este comportamiento se refleja en las opciones de productos y servicios que seleccionan durante su visita, demostrando así, cómo su perfil socioeconómico influye en sus decisiones de consumo mientras están de viaje.

#### **1.2.1.4. Motivación turística**

La motivación engloba tanto las necesidades como los deseos que influyen en la predisposición general a viajar. Estos deseos y necesidades son resultado de diversos factores que inciden en el comportamiento del turista, los cuales pueden ser de origen interno o externo, se originan a partir de la necesidad humana de satisfacer estas motivaciones y representan los factores que impulsan los desplazamientos turísticos. Esta colección de factores que estimulan el viaje se conoce como factores de empuje. Estos factores de empuje son variados y no pueden ser reducidos a una única motivación (Vaquero, 2010).

##### **1.2.1.4.1. Tipos de motivación turística**

La OMT (UNWTO, 2019), establece tres tipos de motivación turística: motivaciones personales, motivaciones familiares, motivaciones sociales.

###### **1.2.1.4.1.1. Motivaciones personales**

La motivación personal se subdivide en dos:



En contacto con la naturaleza, las personas merecen alejarse del ajetreo y bullicio de la ciudad para respirar aire fresco y disfrutar de la flora y fauna en un entorno tranquilo.

Viajar siempre trae consigo conocimiento. Los viajes están llenos de sorpresas y lugares únicos que enseñan costumbres, tradiciones e historias fascinantes, cosas que no se encuentran ni se aprenden en los libros escolares. Es una experiencia de aprendizaje de la realidad mundial.

#### **1.2.1.4.1.2. Motivaciones familiares**

Actualmente, la tecnología ha dificultado la convivencia familiar, ya que muchas veces se prefiere chatear o conectarse virtualmente. Sin embargo, viajar juntos para descubrir nuevos lugares, disfrutar de la gastronomía típica, participar en actividades al aire libre o practicar deportes extremos puede fortalecer los lazos familiares. Estas experiencias ofrecen momentos únicos e inigualables, y muchos de los mejores recuerdos familiares son compartidos en línea.

#### **1.2.1.4.1.3. Motivaciones sociales**

Motivaciones sociales se subdivide en dos:

Imitación: los turistas son expertos en difundir sus experiencias en redes sociales y de boca en boca. Además, realizan desplazamientos de un destino a otro porque, a los ojos de la sociedad, es importante encajar y no quedar fuera de un grupo.

Distinción del grupo: salir de viaje es un momento especial. Por ello, lo primero que las personas hacen es compartir dicho momento en redes sociales mediante imágenes, videos e historias, para que sus seguidores, amigos e incluso familiares los vean.

#### **1.2.1.5. Tipos de turistas**

Según Zumbana (2022), no existe una categorización concreta de los turistas, ya que es posible organizarlos de diversas formas, tales como:

##### **1.2.1.5.1. Según su duración**

Para Mark, 2013 citado en (Zumbana Z. K., 2022) menciona que se divide en dos: visitantes o excursionista.

#### **1.2.1.5.1.1. Visitantes**

Persona que viaja a un lugar diferente al de su residencia habitual por cualquier motivo, excepto para establecerse permanentemente y que se hospeda por lo menos una noche en el destino visitado.

#### **1.2.1.5.1.2.Excursionista**

Persona que realiza una excursión o viaje corto, generalmente a un destino natural o cultural, con el propósito principal de disfrutar de la experiencia al aire libre, el paisaje, la historia o la cultura del lugar. Los excursionistas suelen realizar actividades como senderismo, observación de aves, exploración de parques naturales, visitas a monumentos históricos, entre otras. A menudo, la excursión implica un regreso al lugar de origen dentro del mismo día o en un período corto de tiempo.

#### **1.2.1.5.2. Según su nacionalidad**

Los turistas pueden ser identificados como locales, nacionales o internacionales.

##### **1.2.1.5.2.1. Turista local**

Se refiere a las personas originarias de la zona donde está el atractivo turístico. Según la definición de la Organización Mundial del Turismo un turista local es alguien que reside en la misma área que el lugar de interés y muestra interés en visitarlo. Aunque este tipo de turista no contribuye significativamente al sector hotelero, sí tiene un impacto en otras áreas, como la comida y el transporte. Además, aporta con sus perspectivas sobre los lugares que se están desarrollando. A veces, se le conoce como "excursionista" ya que generalmente no gasta mucho dinero y suele estar de paso por el atractivo (UNWTO, 2019).

##### **1.2.1.5.2.2. Turista nacional**

El turista nacional se refiere a aquel individuo que viaja a destinos dentro del país en el que reside. Pretende explorar los lugares más emblemáticos de su propia

nación para conocer mejor la cultura que le rodea. Por lo general, este turista viaja de corta duración y no utiliza muchos servicios turísticos, ya que suele alojarse en casas de familiares o amigos (UNWTO, 2019).

#### **1.2.1.5.2.3. Turista internacional**

Se define como turista internacional a aquel individuo que emprende un viaje fuera de su país de residencia habitual con un genuino interés en explorar el destino elegido. Este tipo de visitante siente una atracción especial por la cultura del lugar, incluyendo sus costumbres, tradiciones y formas de vida (UNWTO, 2019).

#### **1.2.1.5.3. Según el objetivo de viaje.**

Para la OMT, lo clasifica en categorías por el destino y objetivo de viaje.

#### **1.2.1.5.3.1. Turista de sol y playa o convencional**

El turismo de sol y playa ofrece a los turistas la oportunidad de disfrutar de un ambiente costero relajante, con actividades de ocio y entretenimiento, lo que lo convierte en una forma muy popular de turismo en muchas regiones costeras del mundo (UNWTO, 2019).

#### **1.2.1.5.3.2. Turista cultural**

Cuando se trata de la motivación que impulsa a los turistas a viajar y a sumergirse en experiencias culturales únicas, es esencial destacar que esta forma de turismo se centra en valorar y promover las culturas locales y regionales. Además, se preocupa por la preservación del patrimonio histórico y cultural, y crea oportunidades comerciales. Esta actividad puede entenderse como un acceso al conocimiento, a las costumbres y a las manifestaciones de una cultura específica, lo que se convierte en la motivación primordial para seleccionar un destino turístico. En otras palabras, los turistas buscan enriquecer su comprensión y experiencia de una cultura particular al viajar, lo que a su vez impulsa el desarrollo y la sostenibilidad de las comunidades locales y sus recursos culturales (UNWTO, 2019).

#### **1.2.1.5.3.3. Ecoturista**

La Sociedad Internacional de Ecoturismo (Córdova, 2020) pone énfasis en la idea de que el ecoturismo implica "viajar de manera responsable a áreas naturales con la intención de preservar el entorno y mejorar el bienestar de las comunidades locales, tanto por parte de los visitantes como de los habitantes locales". Además, (Padilla & Pinedo , 2019) definen el ecoturismo como "todas las formas de turismo que se desarrollan en entornos naturales y que generan un especial interés por la vida natural en sus diversas manifestaciones".

#### **1.2.1.5.3.4. Turista religioso**

Se define como una forma de turismo que actúa como un factor de unión entre personas de diversas procedencias, compartiendo un propósito común: la apreciación y conservación del patrimonio, tanto tangible como intangible. En palabras del secretario general de la OMT, Taleb Rifai, esta forma de turismo tiene como objetivo principal la admiración y preservación de elementos culturales y espirituales relacionados con la religión, atrayendo a personas de diferentes trasfondos para compartir esta causa (UNWTO, 2019).

#### **1.2.1.5.3.5. Turista gastronómico**

El turismo gastronómico se refiere a la actividad de individuos que eligen visitar un lugar específico por su interés en la gastronomía local o en los productos agroalimentarios característicos de la zona. En otras palabras, este tipo de turismo se centra en la exploración, disfrute de la comida y bebida locales como uno de los principales motivos para viajar a un sitio (UNWTO, 2019).

#### **1.2.1.5.3.6. Turista aventurero**

El turismo de aventura surge a raíz de la motivación de los viajeros por experimentar la adrenalina a través de la participación en actividades deportivas extremas. Esta forma de turismo implica la búsqueda de nuevas vivencias en entornos naturales, y las experiencias que los turistas experimentan dependerán del nivel de riesgo y los desafíos que cada individuo esté dispuesto a enfrentar y disfrutar. (UNWTO, 2019)

### **1.3. Fundamentos legales**

### **1.3.1. Constitución de la República del Ecuador.**

“Art. 66.- Se reconoce y garantizará a las personas:”

“2. El derecho a una vida digna, que asegure la salud, alimentación y nutrición, agua potable, vivienda, saneamiento ambiental, educación, trabajo, empleo, descanso y ocio, cultura física, vestido, seguridad y otros servicios sociales necesarios.”

“25. “El derecho a acceder a bienes y servicios públicos y privados de calidad, con eficiencia, eficacia y buen trato, así como a recibir información adecuada y veraz sobre su contenido y características”” (“Ecuador: Constitution, 2008 - Political Database of the Americas”).

“27. El derecho a vivir en un ambiente sano, ecológicamente equilibrado, libre de contaminación y en armonía con la naturaleza.”. (“POLITICA DE ESTADO LA ESTRATEGIA NACIONAL DE CAMBIO CLIMATICO - Ecuador”) (“Los derechos ciudadanos de los afroecuatorianos en la Nueva ... - Issue”) (Constitución, 2008).

### **2.3.2. Ley de turismo**

#### **CAPÍTULO I GENERALIDADES**

“Art. 2.- Turismo es el ejercicio de todas las actividades asociadas con el desplazamiento de personas hacia lugares distintos al de su residencia habitual; sin ánimo de radicarse permanentemente en ellos.” (“LEY DE TURISMO - Gob”) (“LEY DE TURISMO - Gob”)

Art. 4.- La política estatal con relación al sector del turismo, debe cumplir los siguientes objetivos:

“a) Reconocer que la actividad turística corresponde a la iniciativa privada y comunitaria o de autogestión, y al Estado en cuanto debe potencializar las actividades mediante el fomento y promoción de un producto turístico competitivo;” (“LEY DE TURISMO - Gob”) (“Leyes Turísticas - Ministerio de Turismo - Ecuador”)

“b) Garantizar el uso racional de los recursos naturales, históricos, culturales y arqueológicos de la Nación;” (“LEY DE TURISMO - Gob”)

c) Proteger al turista y fomentar la conciencia turística;

“d) Propiciar la coordinación de los diferentes estamentos del Gobierno Nacional, y de los gobiernos locales para la consecución de los objetivos turísticos;” (“Emisión de la declaratoria de pueblos o rincones mágicos ... - Ecuador”)

“e) Promover la capacitación técnica y profesional de quienes ejercen legalmente la actividad turística;” (“LEY DE TURISMO - Gob”)

“f) Promover internacionalmente al país y sus atractivos con otros organismos públicos y privados; y,”

“g) Fomentar e incentivar el turismo interno.” (Ley de turismo, 2014)

## **CAPÍTULO II DE LAS ACTIVIDADES TURÍSTICAS Y DE QUIENES LAS EJERCEN**

“Art. 5.- Se consideran actividades turísticas las desarrolladas por personas naturales o jurídicas que se dediquen a la prestación remunerada de modo habitual a una o más de las siguientes actividades:

a. Alojamiento;

b. Servicio de alimentos y bebidas;

c. Transportación, cuando se dedica principalmente al turismo; inclusive el transporte aéreo, marítimo, fluvial, terrestre y el alquiler de vehículos para este propósito;”

“d. Operación, cuando las agencias de viajes provean su propio transporte, esa actividad se considerará parte del agenciamiento;” (“LEY DE TURISMO - Ecuador”)

“e. La de intermediación, agencia de servicios turísticos y organizadoras de eventos congresos y convenciones; y,” (“ACUERDO MINISTERIAL NRO. 2021-037 MINISTRO DE TURISMO CONSIDERANDO: Que,”)

“f. Casinos, salas de juego (bingo-mecánicos) hipódromos y parques de atracciones estables.”(Ley de turismo, 2014)

## **CAPÍTULO II**

### **METODOLOGÍA**

#### **2.1. Diseño de investigación**

La investigación titulada “Perfil del turista de la comunidad de Libertador Bolívar, parroquia Manglaralto, provincia de Santa Elena 2023” se desarrolló bajo un enfoque cuantitativo para comprender a fondo las características y comportamientos de los turistas en esta región específica.

En el marco del enfoque cuantitativo, se llevó a cabo la recopilación y análisis de datos demográficos y comportamentales de los turistas de manera sistemática y objetiva. Esto permitió obtener información generalizable sobre los patrones de visita, preferencias de actividades, y otros aspectos relevantes que delinean el perfil del turista en Libertador Bolívar.

La investigación se centró especialmente en la metodología descriptiva, la cual proporcionó una visión detallada y precisa de la situación actual. Este enfoque permitió identificar y destacar las características clave que definen al turista en esta comunidad. Se analizaron aspectos como la edad, género, origen geográfico, motivaciones de viaje, y la frecuencia de visita, entre otros, proporcionando así una comprensión profunda del comportamiento turístico en la zona.

Además, el estudio buscó establecer patrones y tendencias significativas que podrían influir en el desarrollo de estrategias efectivas de promoción turística y gestión de recursos locales. La investigación no solo se limitó a la recolección de datos, sino que también exploró la percepción y satisfacción del turista respecto a los servicios y facilidades disponibles en Libertador Bolívar.

Por lo tanto, esta investigación no solo contribuye al entendimiento del perfil del turista en la comunidad de Libertador Bolívar, sino que también ofrece insights valiosos para el diseño de políticas y acciones que promuevan un turismo sostenible y enriquecedor para esta región costera de Santa Elena.

#### **2.2. Métodos de la investigación**

El método bibliográfico, fue una base para revisar la literatura existente relacionada con el turismo en el país, los perfiles turísticos y metodologías de

investigación similares. Esto ayudó a contextualizar el estudio y a comprender mejor el fenómeno del turismo en la comunidad de Libertador Bolívar.

El método inductivo como una herramienta que identificó patrones emergentes, que luego se organizaron en categorías temáticas, tales como preferencias de actividades.

Además, se desplegó el método analítico como un pilar central para la recopilación de información. La meticulosidad de este enfoque permitió explorar, de manera exhaustiva, cada componente relevante del fenómeno estudiado, identificando no solo tendencias aparentes sino también relaciones más sutiles y complejas entre los diversos elementos del perfil del turista.

## 2.3. Población y Muestra

### 2.3.1. Población

El tipo de muestreo fue no probabilístico porque, se recabaron características detalladas de grupos en concreto.

Debido a la falta de información de números de turistas que visita la comunidad de Libertador Bolívar se optó por una población general de turistas que visitan el cantón Santa Elena. Según datos obtenidos por la Cámara de turismo de Santa Elena en el año 2019 es la siguiente:

#### *Cuadro N°1: Población*

POBLACIÓN	DATOS
Turistas	300.000

**Fuente:** Cámara de turismo (2019)

A continuación, se detallará el proceso de la obtención de la muestra con la siguiente fórmula:

$$n = ?$$

$$N = 300.000 \text{ turistas}$$

$$\sigma = \text{desviación estándar de la población. } 0.5$$



**Z** = valor que se obtiene a través de niveles de confianza el 95% (**equivale a 1.96**) es el **valor mínimo** admitido para que la investigación se considere confiable.

**e** = es el límite de error muestral admisible. El **5% (0.5)**

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

$$n = \frac{(1,96)^2 (0,5)^2 (300.00)}{(0,5)^2 (300.000-1) + (1,96)^2 (0,5)^2}$$

$$n = \frac{(3,84) (0,25) (300.00)}{(0,25) (299.999) + (3,84) (0,25)}$$

$$n = \frac{22,46}{5.849,25 + 96}$$

$$n = \frac{22,46}{5.945,25}$$

$$n = 378$$

## 2.4. Recolección y procesamiento de los datos

### 2.4.1. Técnicas

Se empleó técnicas de investigación, concretamente la encuesta, tal como se detalló previamente.

#### 2.4.1.1. Encuesta

En cuanto a la encuesta, se utilizó como herramienta para obtener información cercana a la realidad. Se formuló un cuestionario, abarcando a 378 turistas, según lo establecido por la aplicación de la fórmula estadística. La encuesta se organizó en tres bloques: datos demográficos de los encuestados, las motivaciones para elegir este destino y sugerencias para mejorar la experiencia turística, y posteriormente, la información recopilada fue tabulada en cantidades y porcentajes mediante la fórmula en Excel para su debido análisis e interpretación.

## CAPÍTULO III

### RESULTADOS Y DISCUSIÓN

En este capítulo se exponen los hallazgos de la encuesta aplicada para determinar el perfil del turista que visita la comunidad de Libertador Bolívar, en la parroquia Manglaralto, provincia de Santa Elena.

#### 3.1. Análisis de datos

##### 3.1.1. Análisis de resultados de la encuesta a turistas.

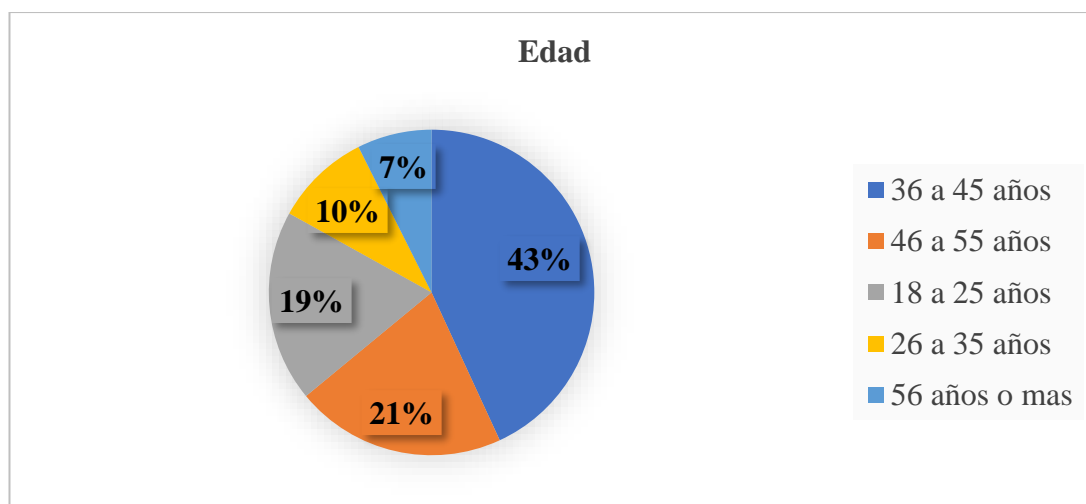
**Tabla 1.** Edad de los turistas que visitan la comuna Libertador Bolívar.

Edad	Frecuencia	Porcentaje
36 a 45 años	163	43%
46 a 55 años	79	21%
18 a 25 años	72	19%
26 a 35 años	36	10%
56 años o mas	28	7%
<b>Total</b>	<b>378</b>	<b>100%</b>

*Fuente: Encuesta a turista.*

*Elaborado por: Katherine Angel*

**Gráfico 1.** Edad de los turistas que visitan la comuna Libertador Bolívar.



*Elaborado por: Katherine Angel*

#### Análisis e interpretación de los datos:

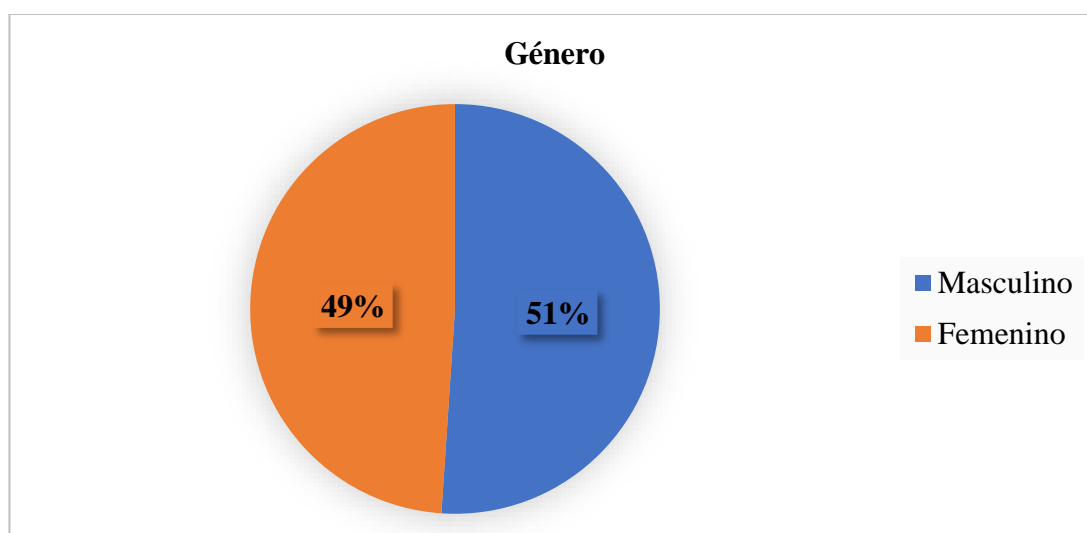
Según los datos demográficos obtenidos, se observa el perfil del turista que visita la comunidad de Libertador Bolívar se caracteriza por estar conformado principalmente por personas en la etapa adulta.

**Tabla 2.** Género de los turistas que visitan la comunidad.

Género	Frecuencia	Porcentaje
Masculino	193	51%
Femenino	185	49%
<b>Total</b>	<b>378</b>	<b>100%</b>

*Fuente: Encuesta a turista.*

*Elaborado por: Katherine Angel*

**Gráfico 2.** Género de los turistas que visitan Libertador Bolívar.

*Elaborado por: Katherine Angel*

### **Análisis e interpretación de los datos:**

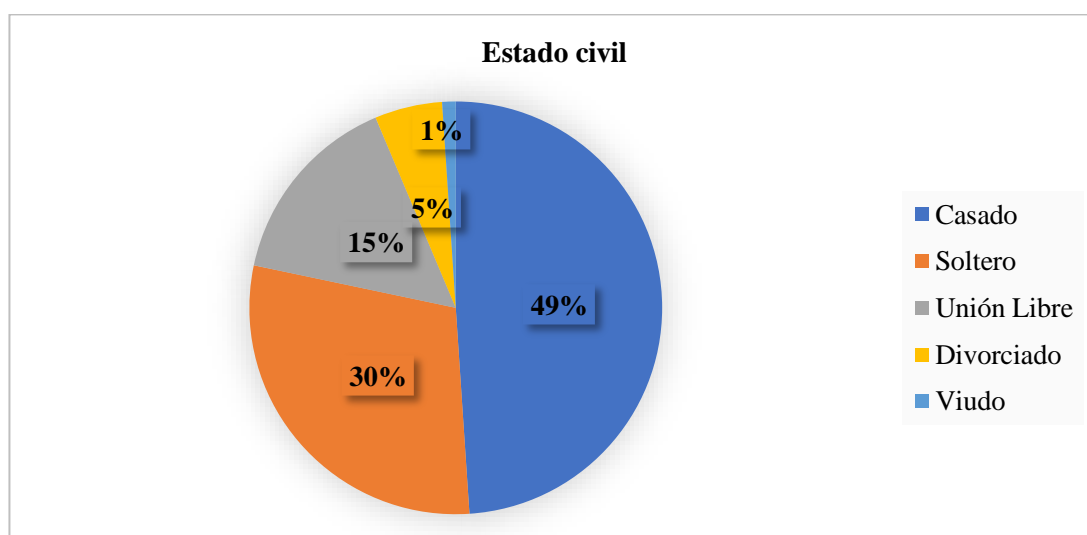
Los resultados obtenidos mostraron que el género predominante entre los visitantes de la comunidad de Libertador Bolívar es el masculino. Este hallazgo subraya que los hombres constituyen la mayoría de los turistas que eligen esta comunidad. Este dato es importante para entender la dinámica demográfica de los visitantes, proporcionando una perspectiva importante sobre la composición de los turistas. Además, sugiere la necesidad de ajustar estrategias y servicios turísticos para satisfacer las preferencias y expectativas específicas de este segmento de visitantes.

**Tabla 3.** Estado civil de los turistas que visitan Libertador Bolívar.

Estado civil	Frecuencia	Porcentaje
Casado	185	49%
Soltero	111	29%
Unión Libre	58	15%
Divorciado	20	5%
Viudo	4	1%
<b>Total</b>	<b>378</b>	<b>100%</b>

*Fuente: Encuesta a turista.*

*Elaborado por: Katherine Angel*

**Gráfico 3.** Estado civil de los turistas que visitan Libertador Bolívar.

*Elaborado por: Katherine Angel*

#### **Análisis e interpretación de los datos:**

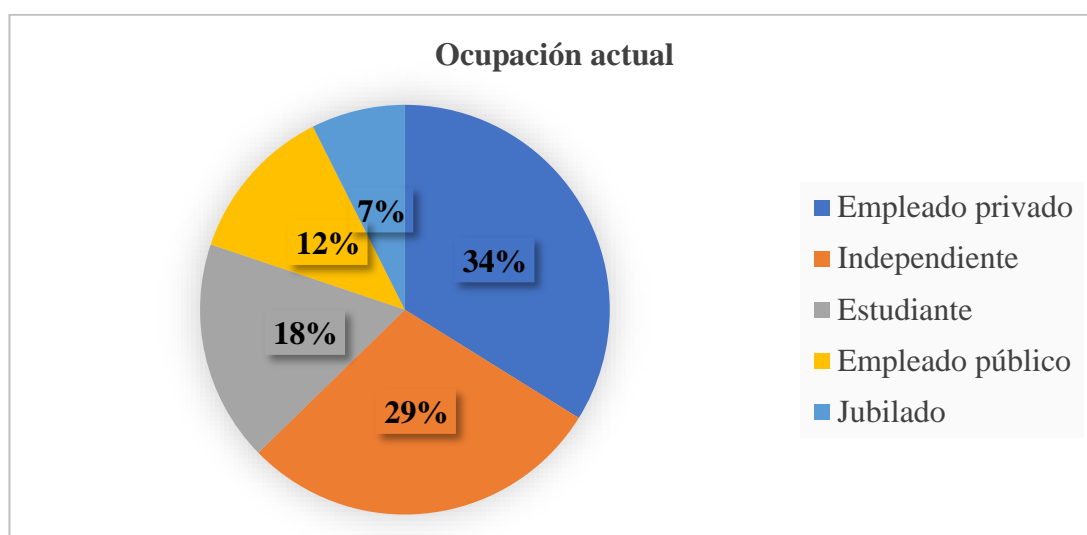
Según los datos recopilados, la mayoría de los turistas encuestados en la comunidad de Libertador Bolívar están casados. Esto cual indica que el estado civil predominante entre los visitantes de este destino turístico es el de personas casadas. Este dato es significativo para entender mejor el perfil demográfico de los turistas, ya que las personas casadas pueden tener preferencias y necesidades específicas en términos de actividades y servicios.

**Tabla 4.** Ocupación actual de los turistas.

Ocupación actual	Frecuencia	Porcentaje
Empleado privado	128	34%
Independiente	109	29%
Estudiante	66	17%
Empleado público	47	12%
Jubilado	28	7%
<b>Total</b>	<b>378</b>	<b>100%</b>

*Fuente:* Encuesta a turista.

*Elaborado por:* Katherine Angel

**Gráfico 4.** Ocupación actual de los turistas.

*Elaborado por:* Katherine Angel

#### **Análisis e interpretación de los datos:**

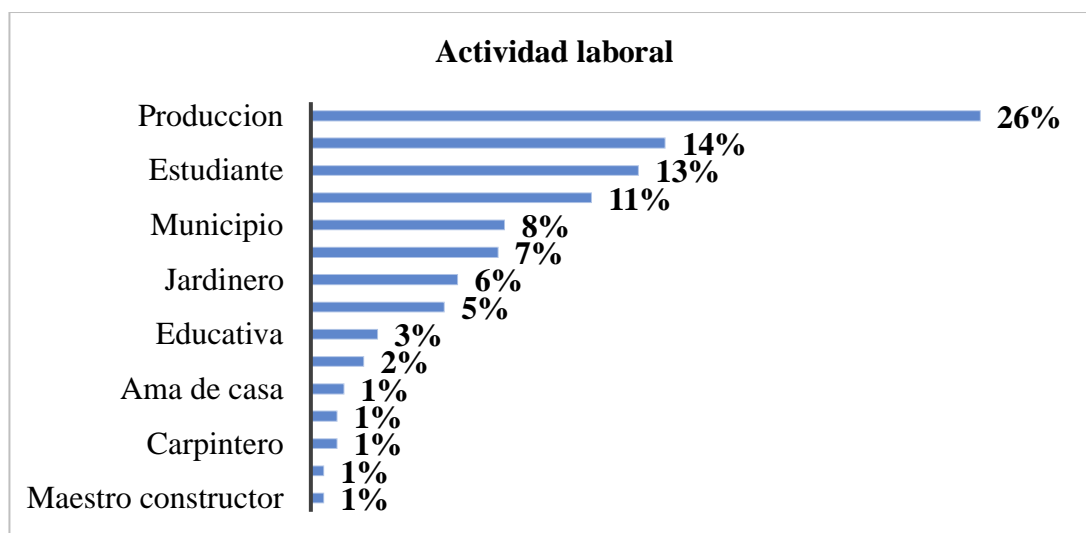
Se observa que la ocupación laboral predominante entre los turistas que visitan la comunidad de Libertador Bolívar es en empresas privadas. Revelando una tendencia significativa sobre el perfil ocupacional de los visitantes, sugiriendo que una gran parte de los turistas provienen de un entorno corporativo. Esta información permite a los servidores turísticos diseñar experiencias más personalizadas y atractivas para este segmento de mercado, aumentando así la satisfacción y la probabilidad de retorno de estos turistas.

**Tabla 5.** Actividad laboral que desempeña el turista.

Actividad laboral	Frecuencia	Porcentaje
Producción	100	26%
Ventas	53	14%
Estudiante	49	13%
Alimentos	42	11%
Municipio	29	8%
Jubilado	28	7%
Jardinero	22	6%
Costurera	20	5%
Educativa	10	3%
Salud	8	2%
Ama de casa	5	1%
Electricista	4	1%
Bartender	2	1%
Maestro constructor	2	1%
Carpintero	4	1%
<b>Total</b>	<b>378</b>	<b>100%</b>

*Fuente:* Encuesta a turista.

*Elaborado por:* Katherine Angel

**Gráfico 5.** Actividad laboral que desempeña el turista.

*Elaborado por:* Katherine Angel

#### **Análisis e interpretación de los datos:**

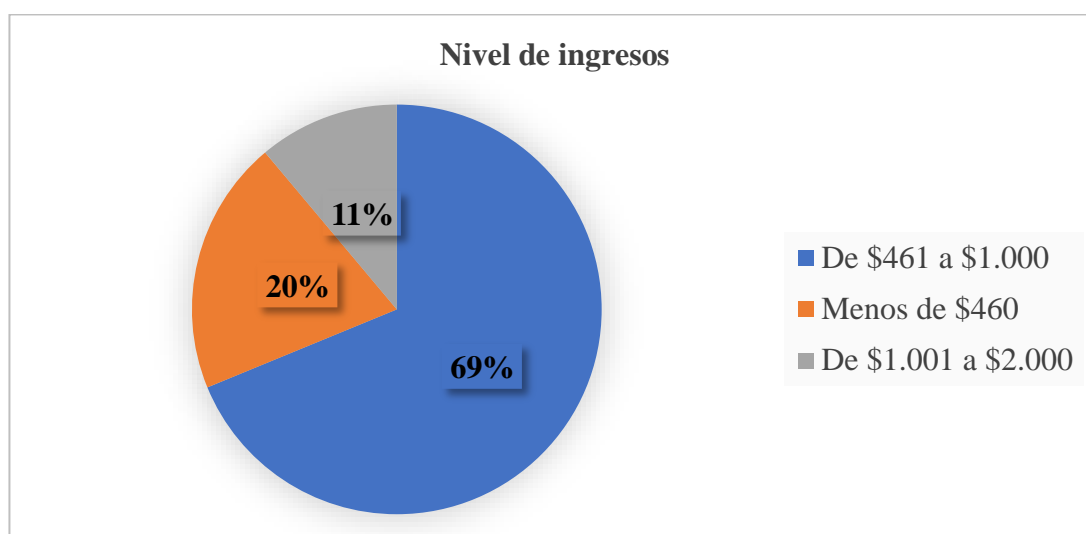
Se evidencia que la ocupación laboral sobresaliente entre los turistas que visitan Libertador Bolívar es la de producción camaronera.

**Tabla 6.** Nivel de ingresos de los turistas.

Nivel de ingresos.	Frecuencia	Porcentaje
De \$461 a \$1.000	260	69%
Menos de \$460	76	20%
De \$1.001 a \$2.000	42	11%
<b>Total</b>	<b>378</b>	<b>100%</b>

*Fuente:* Encuesta a turista.

*Elaborado por:* Katherine Angel

**Gráfico 6.** Nivel de ingresos de los turistas.

*Elaborado por:* Katherine Angel

### **Análisis e interpretación de los datos:**

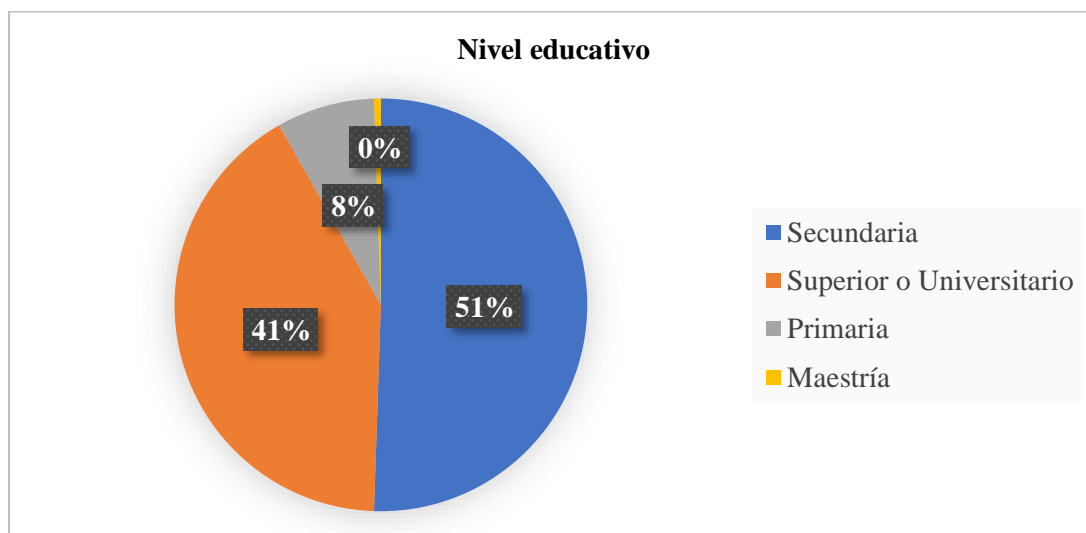
Según los datos obtenidos de la encuesta, indica que la mayor parte de la población encuestada tiene ingresos medios. Además, un quinto de los encuestados enfrenta desafíos económicos significativos, con ingresos bajos, mientras que una pequeña fracción disfruta de ingresos relativamente altos. Este análisis de los niveles de ingresos proporciona una visión detallada de la diversidad económica entre los turistas que visitan la comunidad de Libertador Bolívar.

**Tabla 7.** Nivel educativo de los turistas.

Nivel educativo	Frecuencia	Porcentaje
Secundaria	191	51%
Superior o Universitario	156	41%
Primaria	29	8%
Maestría	2	1%
<b>Total</b>	<b>378</b>	<b>100%</b>

*Fuente:* Encuesta a turista.

*Elaborado por:* Katherine Angel

**Gráfico 7.** Nivel educativo de los turistas.

*Elaborado por:* Katherine Angel

### **Análisis e interpretación de los datos:**

Los datos demostraron que más de la mitad de los turistas tenía un nivel educativo correspondiente a la educación secundaria, seguido por aquellos con educación superior o universitaria. Resaltando que la mayoría de los visitantes poseía un nivel educativo considerable, lo cual pudo influir en sus expectativas y comportamientos como turistas.

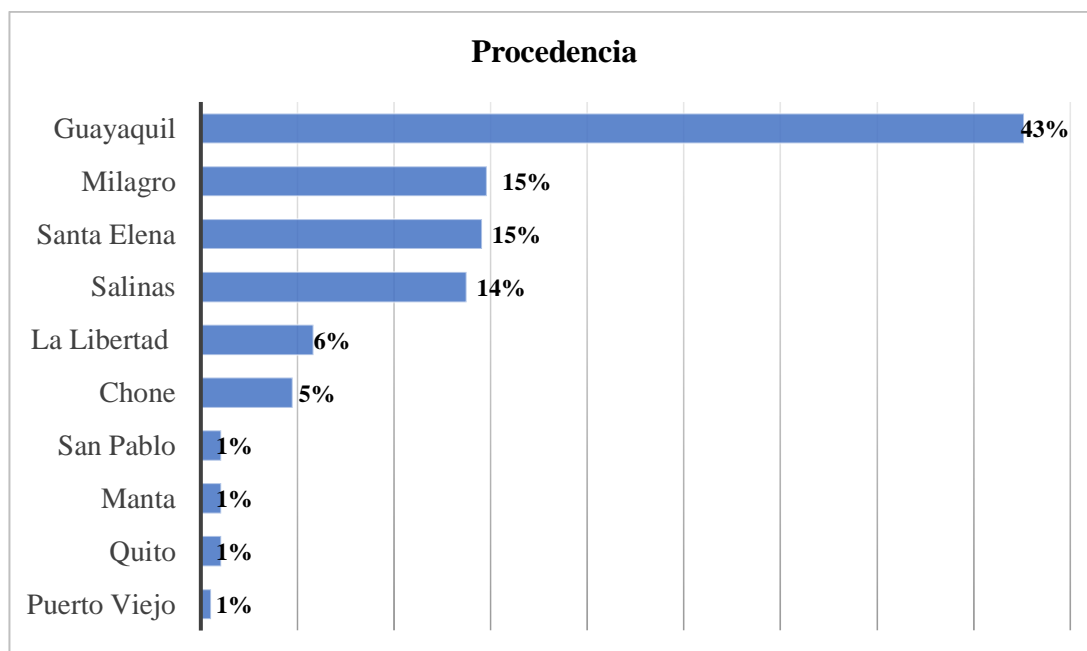


**Tabla 8.** Procedencia del turista.

Procedencia	Frecuencia	Porcentaje
Guayaquil	161	43%
Milagro	56	15%
Salinas	52	14%
Santa Elena	55	15%
La Libertad	22	6%
Chone	18	5%
Quito	4	1%
Manta	4	1%
San Pablo	4	1%
Puerto Viejo	2	1%
<b>Total</b>	<b>378</b>	<b>100%</b>

*Fuente:* Encuesta a turista.

*Elaborado por:* Katherine Angel

**Gráfico 8.** Procedencia del turista.

*Elaborado por:* Katherine Angel

### **Análisis e interpretación de los datos:**

Se observó que los turistas que participaron en la encuesta provenían principalmente de la provincia de Guayas, siendo Guayaquil la ciudad de origen más recurrente. Conocido también como turistas nacionales, según la UNWTO (2019), pretenden explorar los lugares más emblemáticos de su propio país.

**Tabla 9.** ¿Con quién viajó?

¿Con quién viajó?	Frecuencia	Porcentaje
Familia	173	46%
Amigos	105	28%
Pareja	54	14%
Solo	46	12%
<b>Total</b>	<b>378</b>	<b>100%</b>

*Fuente:* Encuesta a turista.

*Elaborado por:* Katherine Angel

**Gráfico 9.** ¿Con quién viajó?

*Elaborado por:* Katherine Angel

### **Análisis e interpretación de los datos:**

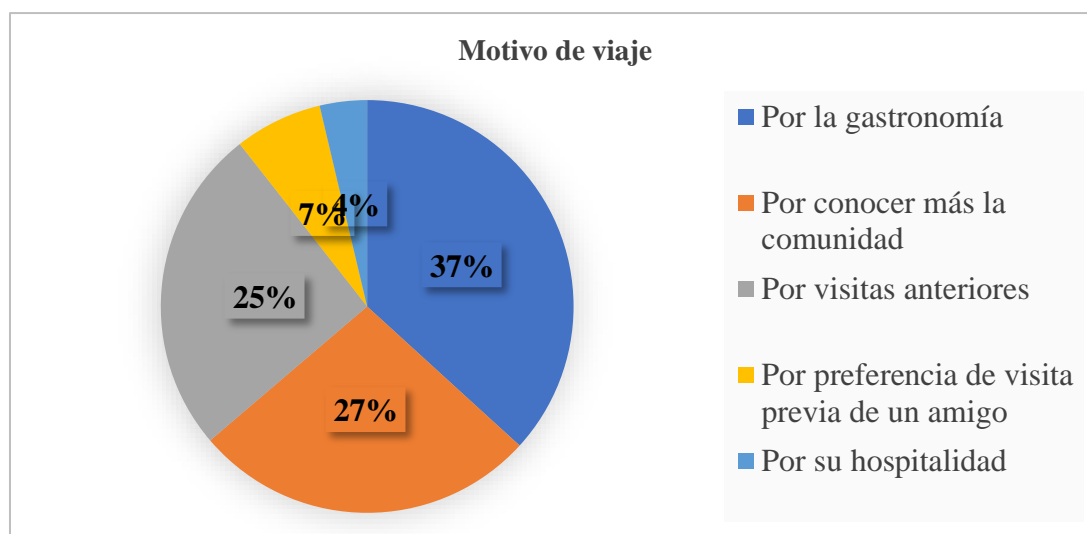
Los resultados destacan que los turistas visitan la comunidad principalmente en compañía de su familia, lo cual coincide con la importancia que se le da a la convivencia familiar en la actualidad. Según la Organización Mundial del Turismo (UNWTO, 2019), se menciona que la convivencia en familia se ve afectada por la tecnología, donde el uso de dispositivos electrónicos puede limitar la interacción cara a cara y el tiempo de calidad juntos. La preferencia por viajar con la familia indica que los turistas valoran la experiencia de compartir momentos y actividades turísticas con sus seres queridos, buscando fortalecer los lazos familiares y crear recuerdos significativos juntos.

**Tabla 10.** Motivo de viaje para visitar la comunidad.

Motivo de viaje	Frecuencia	Porcentaje
Por la gastronomía	139	37%
Por conocer más la comunidad	102	27%
Por visitas anteriores	97	26%
Por preferencia de visita previa de un amigo	26	7%
Por su hospitalidad	14	4%
<b>Total</b>	<b>378</b>	<b>100%</b>

*Fuente:* Encuesta a turista.

*Elaborado por:* Katherine Angel

**Gráfico 10.** Motivo de viaje para visitar la comunidad.

*Elaborado por:* Katherine Angel

#### **Análisis e interpretación de los datos:**

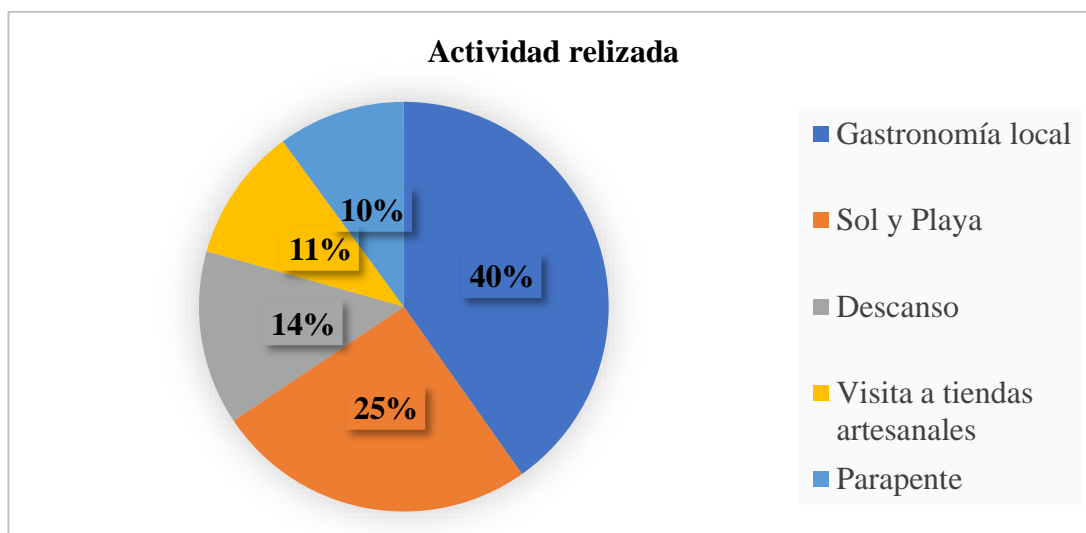
Según la información proporcionada, el motivo principal de viaje de los turistas es la gastronomía. Indica que los turistas eligen visitar la comunidad principalmente por su oferta gastronómica, lo que implica que hay un interés particular en los sabores y la experiencia gastronómica que la comunidad ofrece.

**Tabla 11.** Actividad que realizo el turista durante su visita.

Actividad realizada	Frecuencia	Porcentaje
Gastronomía local	152	40%
Sol y Playa	96	25%
Descanso	52	14%
Visita a tiendas artesanales	40	11%
Parapente	38	10%
<b>Total</b>	<b>378</b>	<b>100%</b>

*Fuente:* Encuesta a turista.

*Elaborado por:* Katherine Angel

**Gráfico 11.** Actividad que realizo el turista durante su visita.

*Elaborado por:* Katherine Angel

### **Análisis e interpretación de los datos:**

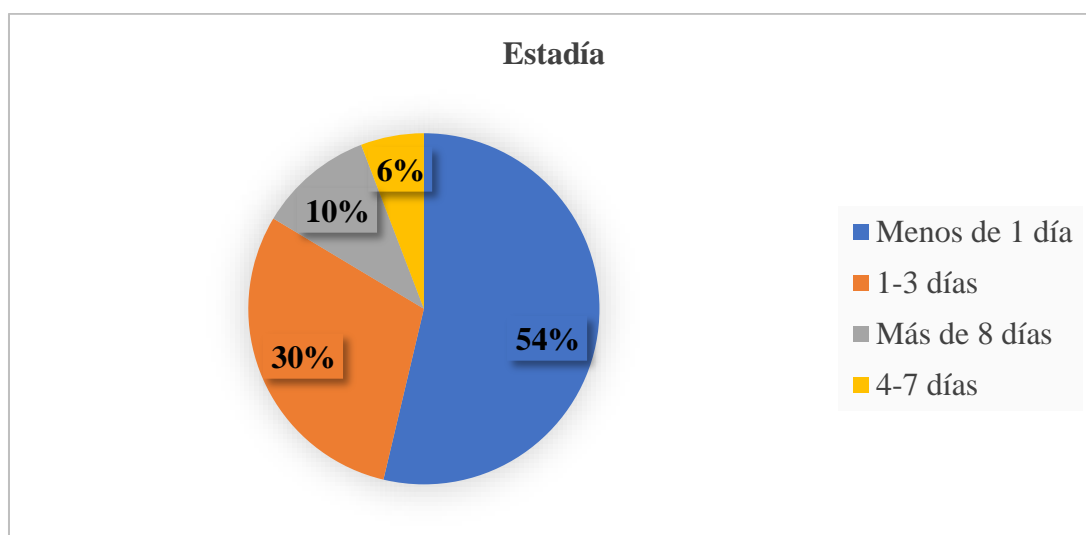
Según la Organización Mundial de turismo (UNWTO, 2019) y de acuerdo con los resultados obtenidos se pudo evidenciar que los turistas que visitan la comunidad tienden a realizar actividades relacionadas con la gastronomía local.

**Tabla 12.** Duración de estadía en la comunidad de Libertador Bolívar.

Actividad realizada	Frecuencia	Porcentaje
Menos de 1 día	203	54%
1-3 días	113	30%
Más de 8 días	40	11%
4-7 días	22	6%
<b>Total</b>	<b>378</b>	<b>100%</b>

*Fuente:* Encuesta a turista.

*Elaborado por:* Katherine Angel

**Gráfico 12.** Duración de estadía en la comunidad de Libertador Bolívar.

*Elaborado por:* Katherine Angel

#### **Análisis e interpretación de los datos:**

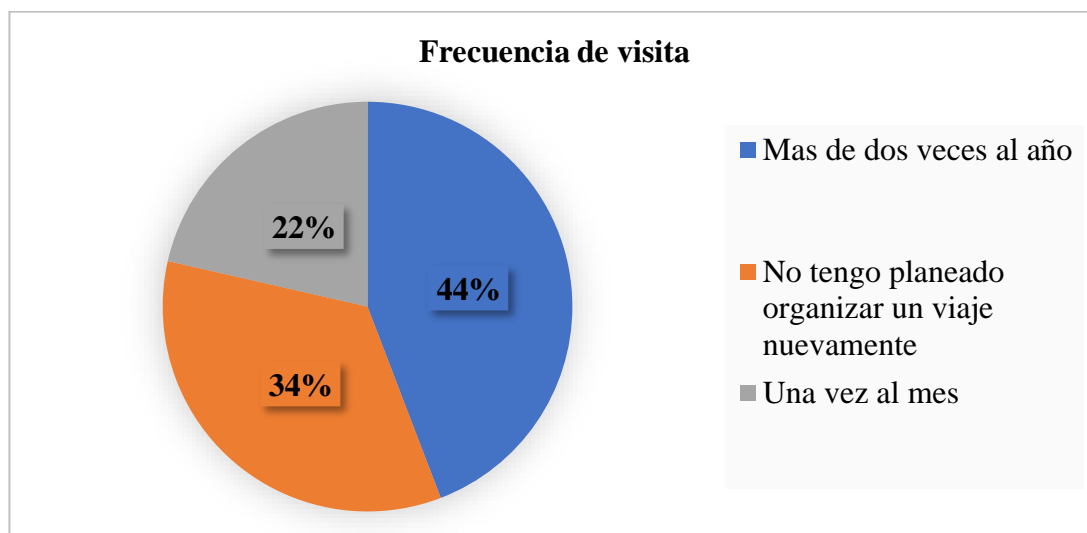
Los datos obtenidos indican que los turistas tienen una estadía corta en la comunidad, debido a que su motivo de viaje al visitarla es por la gastronomía. La prevalencia de turistas atraídos principalmente por la gastronomía local explica en gran medida la corta duración de su estadía en la comunidad. Cuando el principal interés de los visitantes se centra en probar y disfrutar de la oferta gastronómica, es común que su permanencia en el destino sea más breve, limitándose a una visita de día o una estadía de unas pocas horas.

**Tabla 13.** Frecuencia de visita.

<b>Frecuencia de visita</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Mas de dos veces al año	167	44%
No tengo planeado organizar un viaje nuevamente	130	34%
Una vez al mes	81	21%
<b>Total</b>	<b>378</b>	<b>100%</b>

*Fuente:* Encuesta a turista.

*Elaborado por:* Katherine Angel

**Gráfico 13.** Frecuencia de visita.

*Elaborado por:* Katherine Angel

#### **Análisis e interpretación de los datos:**

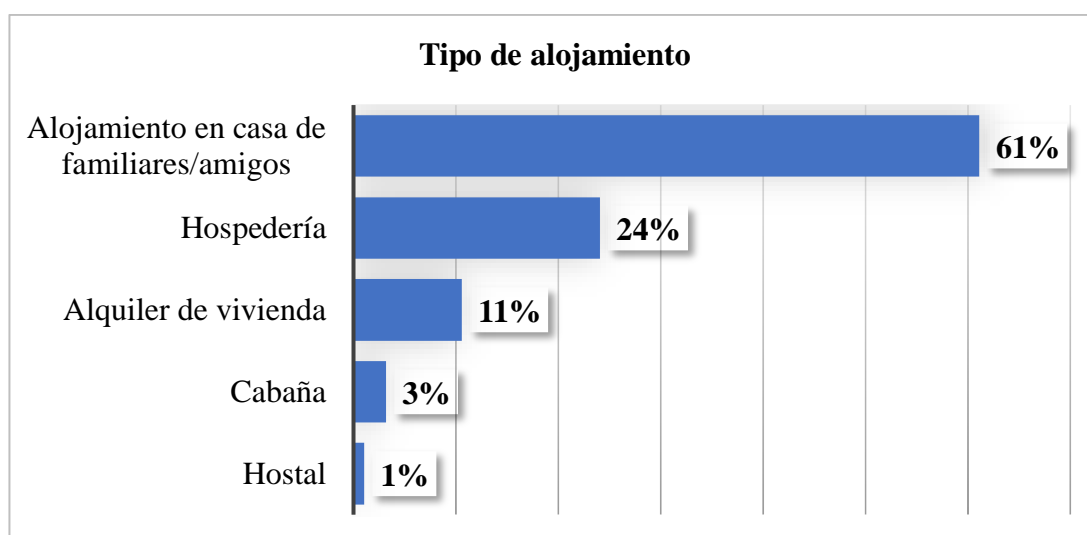
Según los datos recopilados, se evidencia que la frecuencia de visita de los turistas a la comunidad de Libertador Bolívar es de más de dos veces al año. Lo que indica que los turistas tienden un nivel de fidelidad y recurrencia significativo.

**Tabla 14.** Tipo de alojamiento.

<b>Tipo de alojamiento</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Alojamiento en casa de familiares/amigos	231	61%
Hospedería	91	24%
Alquiler de vivienda	40	11%
Cabaña	12	3%
Hostal	4	1%
<b>Total</b>	<b>378</b>	<b>100%</b>

*Fuente:* Encuesta a turista.

*Elaborado por:* Katherine Angel

**Gráfico 14.** Tipo de alojamiento.

*Elaborado por:* Katherine Angel

#### **Análisis e interpretación de los datos:**

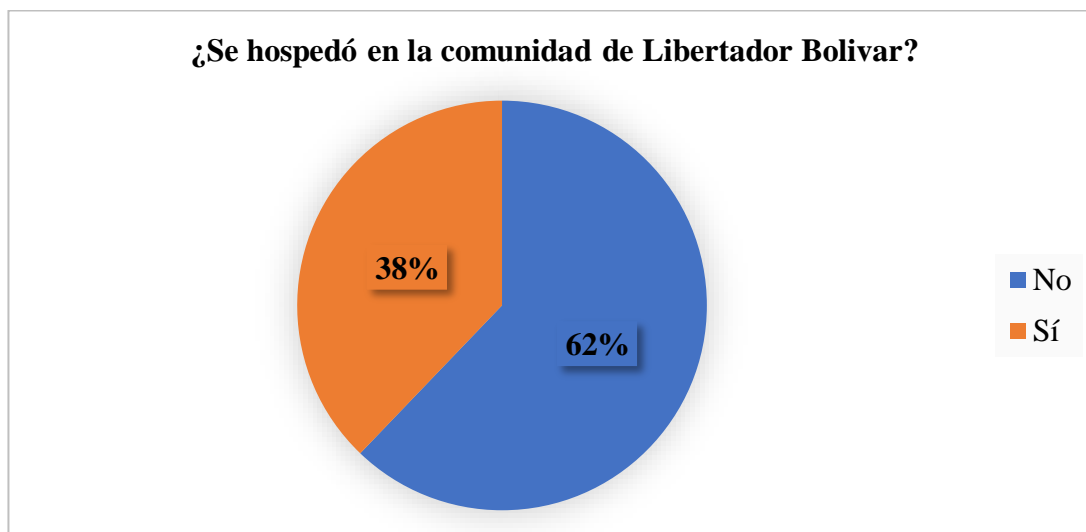
Según los datos obtenidos, se observa que los turistas que visitan la comunidad de Libertador Bolívar optan en primer lugar por alojarse en casas de familiares o amigos, seguido por el uso de las hospederías comunitarias existentes.

**Tabla 15.** ¿Se hospedó en la comunidad de Libertador Bolívar?

¿Se hospedó en la comunidad de Libertador Bolívar?	Frecuencia	Porcentaje
No	235	62%
Sí	143	38%
<b>Total</b>	<b>378</b>	<b>100%</b>

*Fuente:* Encuesta a turista.

*Elaborado por:* Katherine Angel

**Gráfico 15.** ¿Se hospedó en la comunidad de Libertador Bolívar?

*Elaborado por:* Katherine Angel

#### **Análisis e interpretación de los datos:**

Según los datos, se observa que la mayoría de los turistas no eligen hospedarse en la comunidad durante su visita, mientras que menos del 50% opta por hacerlo. Los turistas prefieren hospedarse fuera de la comunidad, en alojamientos cercanos o en otras comunidades. También influye su motivación de viaje es el gastronómico.

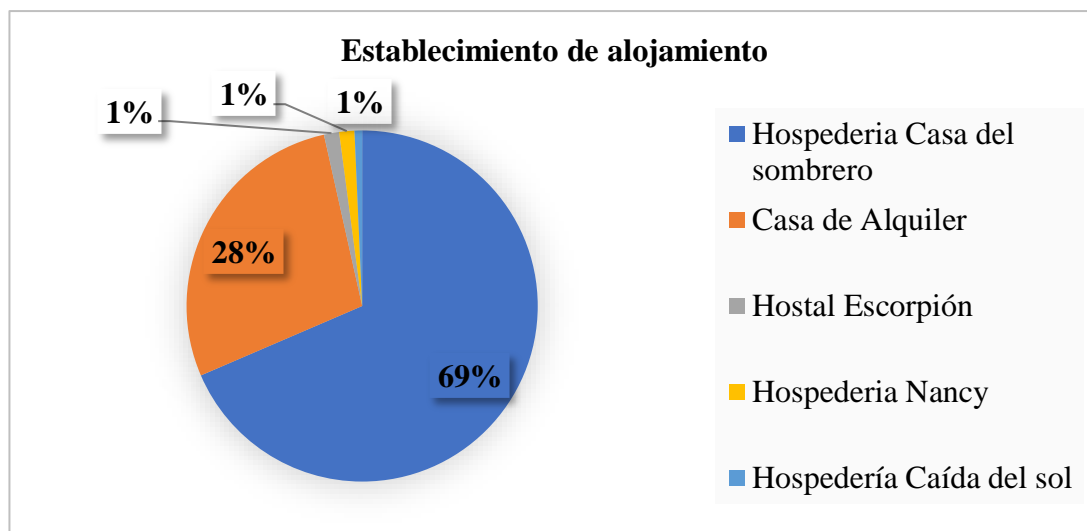


**Tabla 16.** Nombre del establecimiento de alojamiento.

Establecimiento de alojamiento	Frecuencia	Porcentaje
Hospedería Casa del sombrero	98	69%
Casa de Alquiler	40	28%
Hostal Escorpión	2	1%
Hospedería Nancy	2	1%
Hospedería Caída del sol	1	1%
<b>Total</b>	<b>143</b>	<b>100%</b>

*Fuente:* Encuesta a turista.

*Elaborado por:* Katherine Angel

**Gráfico 16.** Nombre del establecimiento de alojamiento.

*Elaborado por:* Katherine Angel

#### **Análisis e interpretación de los datos:**

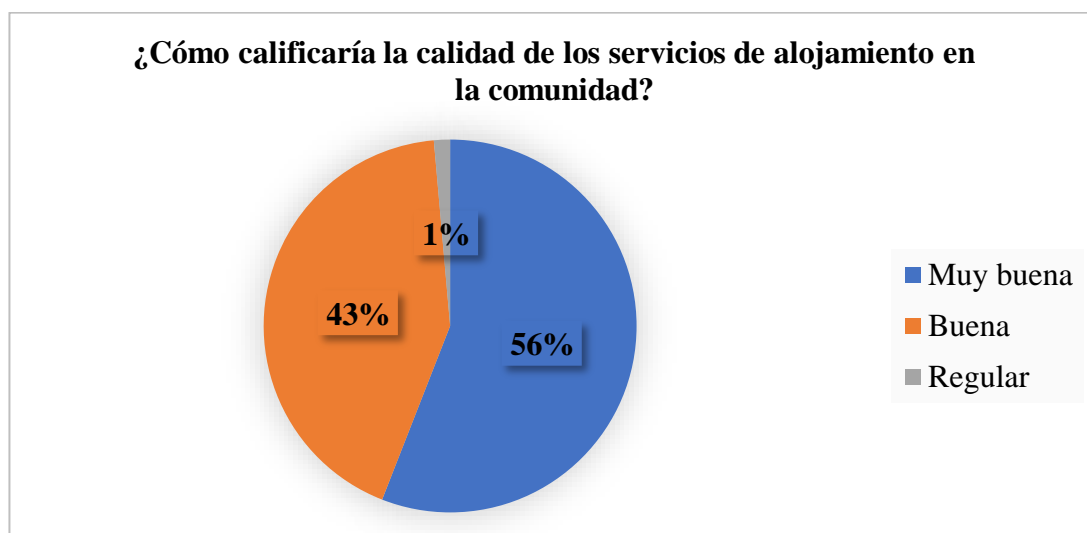
Los resultados de los 143 encuestados indicaron que La Hospedería Casa del sombrero es uno de los establecimientos de alojamiento más conocidos y preferidos al visitar la comunidad.

**Tabla 17.** Calificación de calidad de los servicios de alojamiento en la comunidad.

<b>¿Cómo calificaría la calidad de los servicios de alojamiento en la comunidad?</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Muy buena	80	56%
Buena	61	43%
Regular	2	1%
<b>Total</b>	<b>143</b>	<b>100%</b>

*Fuente: Encuesta a turista.*

*Elaborado por: Katherine Angel*

**Gráfico 17.** Calificación de calidad de los servicios de alojamiento en la comunidad.

*Elaborado por: Katherine Angel*

### **Análisis e interpretación de los datos:**

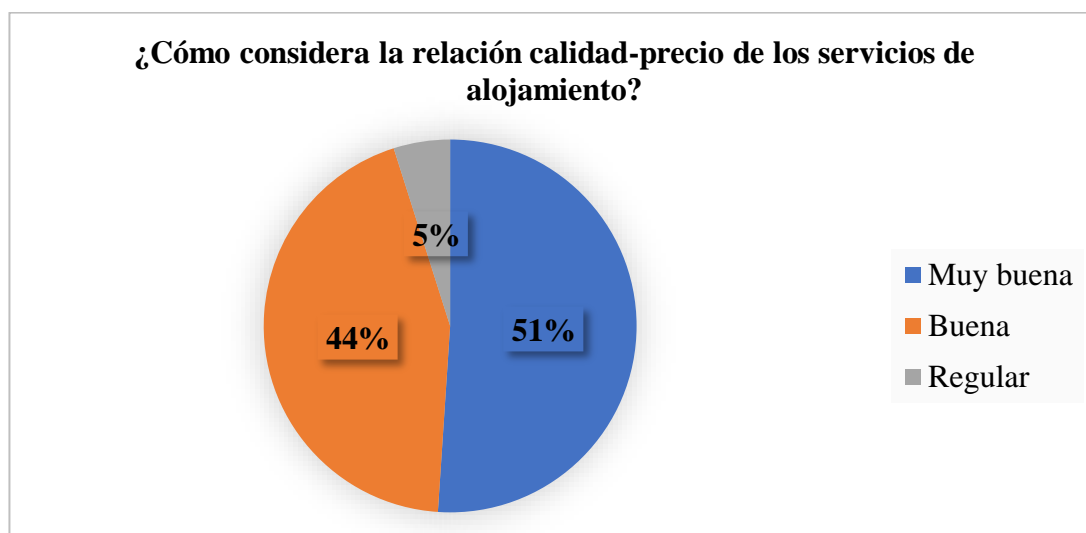
Según los datos obtenidos, esta pregunta fue contestada por 143 participantes, los turistas califican la calidad de los servicios en alojamiento en la comunidad de Libertador Bolívar como "muy buena". Este resultado positivo refleja la experiencia general de los visitantes.

**Tabla 18.** Relación calidad-precio de los servicios de alojamiento.

<b>¿Cómo considera la relación calidad-precio de los servicios de alojamiento?</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Muy buena	73	51%
Buena	63	44%
Regular	7	5%
<b>Total</b>	<b>143</b>	<b>100%</b>

*Fuente: Encuesta a turista.*

*Elaborado por: Katherine Angel*

**Gráfico 18.** Relación calidad-precio de los servicios de alojamiento.

*Elaborado por: Katherine Angel*

### **Análisis e interpretación de los datos:**

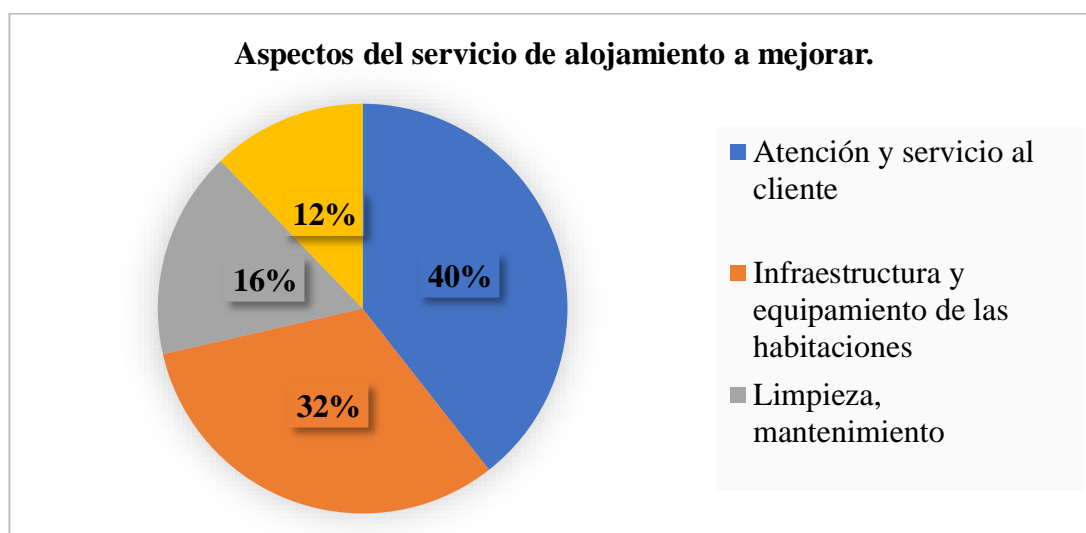
Según las encuestas aplicadas solo 143 personas en su totalidad que se hospedó en la comunidad, consideran la relación entre la calidad de los servicios de alojamiento y los precios que pagan, en los establecimientos de alojamiento con una calificación de muy buena.

**Tabla 19.** Aspectos del servicio de alojamiento a mejorar.

Aspectos del servicio de alojamiento a mejorar.	Frecuencia	Porcentaje
Atención y servicio al cliente	149	39%
Infraestructura y equipamiento de las habitaciones	121	32%
Limpieza, mantenimiento	62	16%
Accesibilidad y facilidad de reservas	46	12%
<b>Total</b>	<b>378</b>	<b>100%</b>

*Fuente:* Encuesta a turista.

*Elaborado por:* Katherine Angel

**Gráfico 19.** Aspectos del servicio de alojamiento a mejorar.

*Elaborado por:* Katherine Angel

#### **Análisis e interpretación de los datos:**

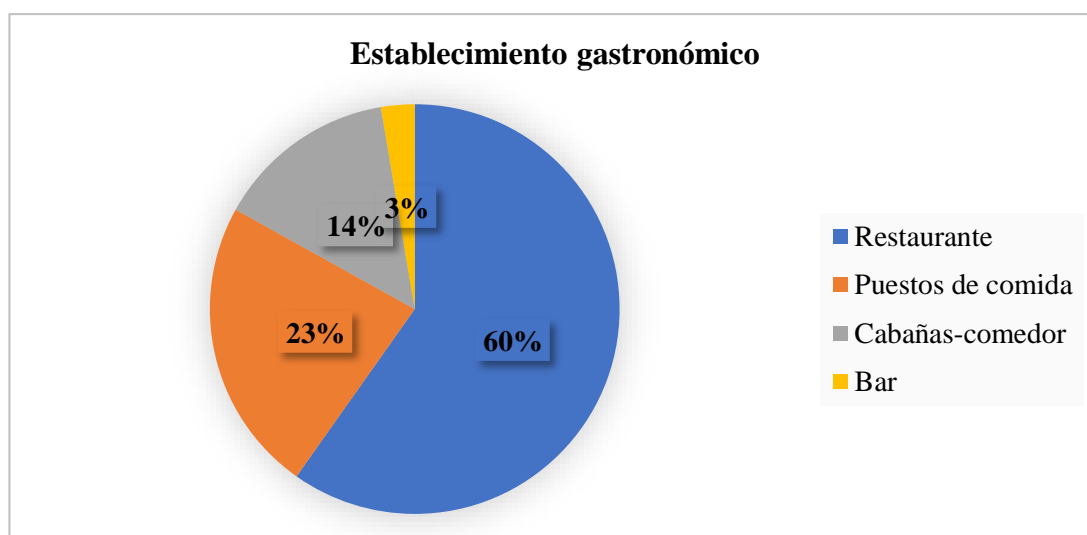
Los turistas consideran que dentro del servicio de alojamiento deben mejorar aspectos como atención y servicio al cliente, seguido de la infraestructura y equipamiento de las habitaciones.

**Tabla 20.** Establecimiento gastronómico que consumió el turista.

Establecimiento gastronómico	Frecuencia	Porcentaje
Restaurante	226	60%
Puestos de comida	88	23%
Cabañas-comedor	54	14%
Bar	10	3%
<b>Total</b>	<b>378</b>	<b>100%</b>

*Fuente:* Encuesta a turista.

*Elaborado por:* Katherine Angel

**Gráfico 20.** Establecimiento gastronómico que consumió el turista.

*Elaborado por:* Katherine Angel

### **Análisis e interpretación de los datos:**

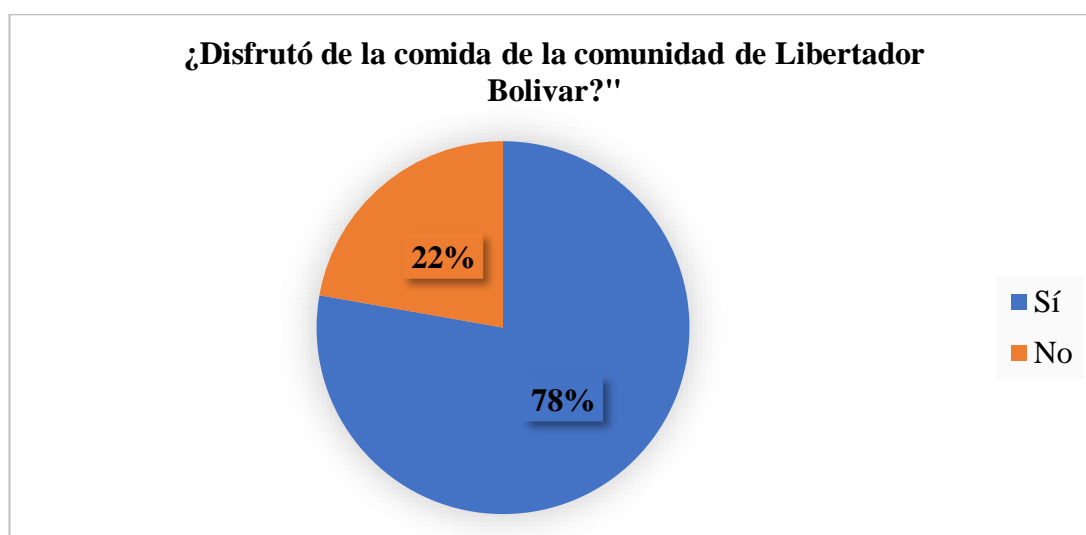
En cuanto a los datos relacionados con el tipo de establecimiento que eligen los turistas, más de la mitad prefiere hacer su consumo en Restaurantes. El 23% en Puesto de comidas y la opción menos frecuentada es un bar.

**Tabla 21.** Satisfacción del consumo de comida en la comunidad.

<b>¿Disfrutó de la comida de la comunidad de Libertador Bolívar?</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Sí	294	78%
No	84	22%
<b>Total</b>	<b>378</b>	<b>100%</b>

*Fuente: Encuesta a turista.*

*Elaborado por: Katherine Angel*

**Gráfico 21.** Satisfacción del consumo de comida en la comunidad.

*Elaborado por: Katherine Angel*

### **Análisis e interpretación de los datos:**

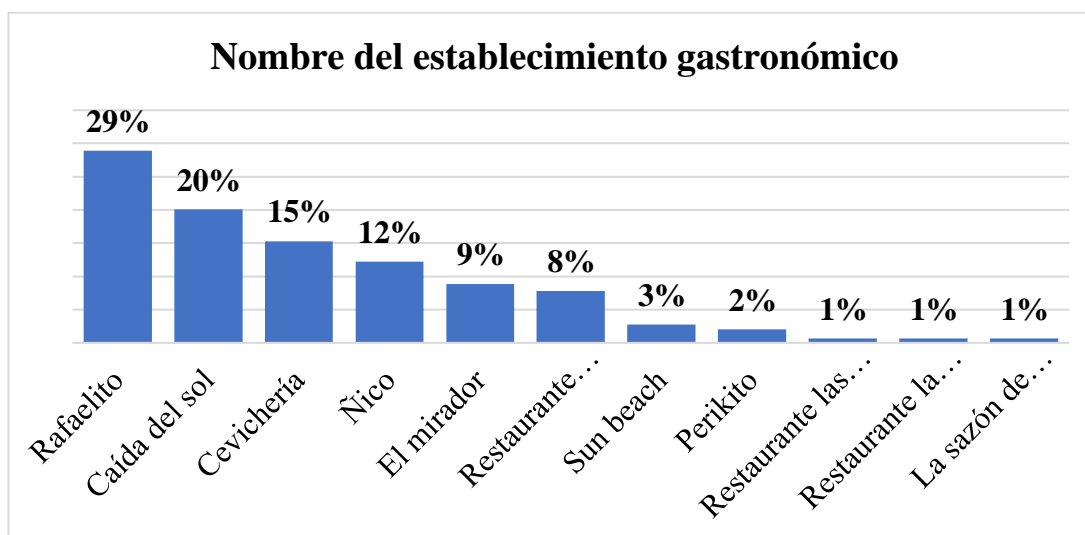
De los encuestados, solo 294 personas utilizan el servicio gastronómico de la comunidad. Esto sugiere una alta satisfacción con la calidad de la comida ofrecida, ya que refleja que aquellos que hacen uso del servicio disfrutaron de la experiencia culinaria.

**Tabla 22.** Nombre del establecimiento gastronómico.

Nombre del establecimiento gastronómico	Frecuencia	Porcentaje
Rafaelito	85	29%
Caída del sol	59	20%
Cevichería	45	15%
Ñico	36	12%
El mirador	26	9%
Restaurante Casa del sombrero	23	8%
Sun beach	8	3%
Perikito	6	2%
Restaurante las palmeras	2	1%
Restaurante la costa	2	1%
La sazón de doña Vicenta	2	1%
<b>Total</b>	<b>294</b>	<b>100%</b>

*Fuente: Encuesta a turista.*

*Elaborado por: Katherine Angel*

**Gráfico 22.** Nombre del establecimiento gastronómico.

*Elaborado por: Katherine Angel*

### **Análisis e interpretación de los datos:**

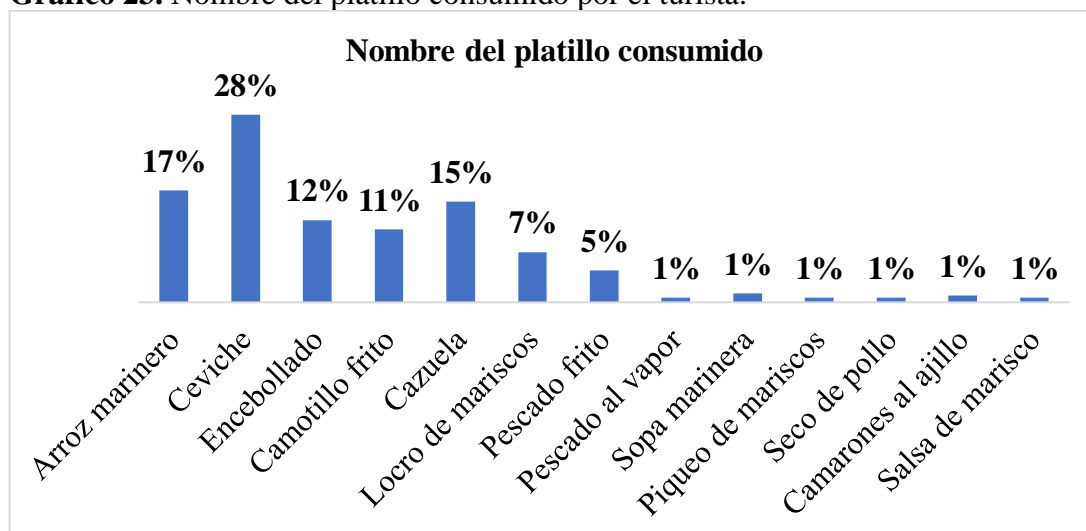
Según los datos obtenidos, el restaurante más frecuentado es “Rafaelito”, situado estratégicamente en la carretera principal de la Ruta del Spondylus, lo que contribuye a su popularidad debido a su accesibilidad y visibilidad. Otro establecimiento significativo es “Caída del Sol”, que también atrae a una considerable cantidad de clientes.

**Tabla 23.** Nombre del platillo consumido por el turista.

Nombre del platillo consumido	Frecuencia	Porcentaje
Arroz marinerero	49	17%
Ceviche	82	28%
Encebollado	36	12%
Camotillo frito	32	11%
Cazuela	44	15%
Locro de mariscos	22	7%
Pescado frito	14	5%
Pescado al vapor	2	1%
Sopa marinera	4	1%
Piqueo de mariscos	2	1%
Seco de pollo	2	1%
Camarones al ajillo	3	1%
Salsa de marisco	2	1%
<b>Total</b>	<b>294</b>	<b>100%</b>

*Fuente:* Encuesta a turista.

*Elaborado por:* Katherine Angel

**Gráfico 23.** Nombre del platillo consumido por el turista.

*Elaborado por:* Katherine Angel

#### **Análisis e interpretación de los datos:**

Según los datos, el plato más demandado por los turistas es el ceviche, en sus variedades de camarón, mixto, marinerero y concha. A este le sigue la cazuela. Esta preferencia refleja la popularidad de los mariscos y platos tradicionales la localidad.

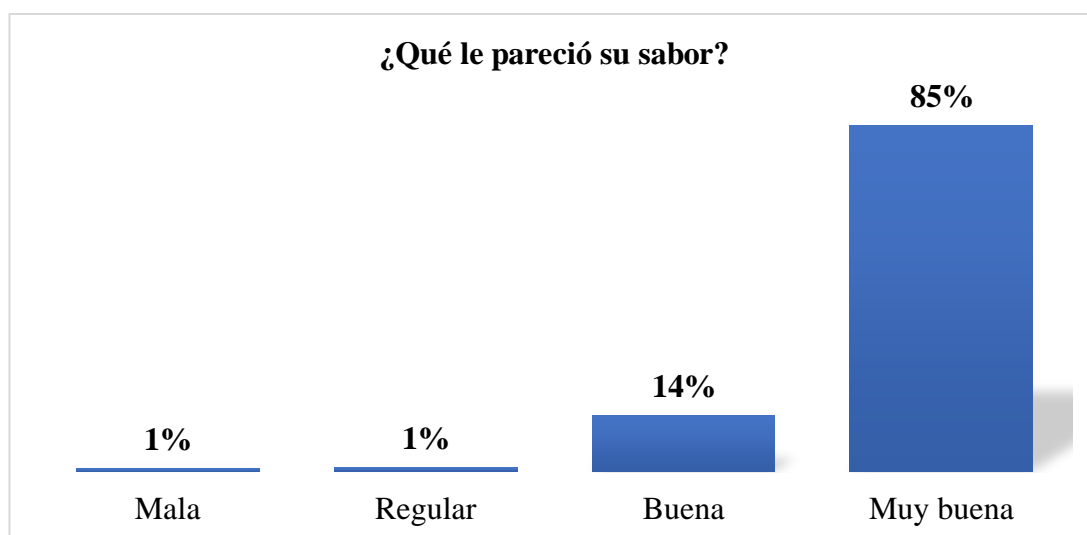


**Tabla 24.** Percepción del sabor del platillo.

<b>¿Qué le pareció su sabor?</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Muy buena	249	85%
Buena	40	14%
Regular	3	1%
Mala	2	1%
<b>Total</b>	<b>294</b>	<b>100%</b>

*Fuente:* Encuesta a turista.

*Elaborado por:* Katherine Angel

**Gráfico 24.** Percepción del sabor del platillo.

*Elaborado por:* Katherine Angel

### **Análisis e interpretación de los datos:**

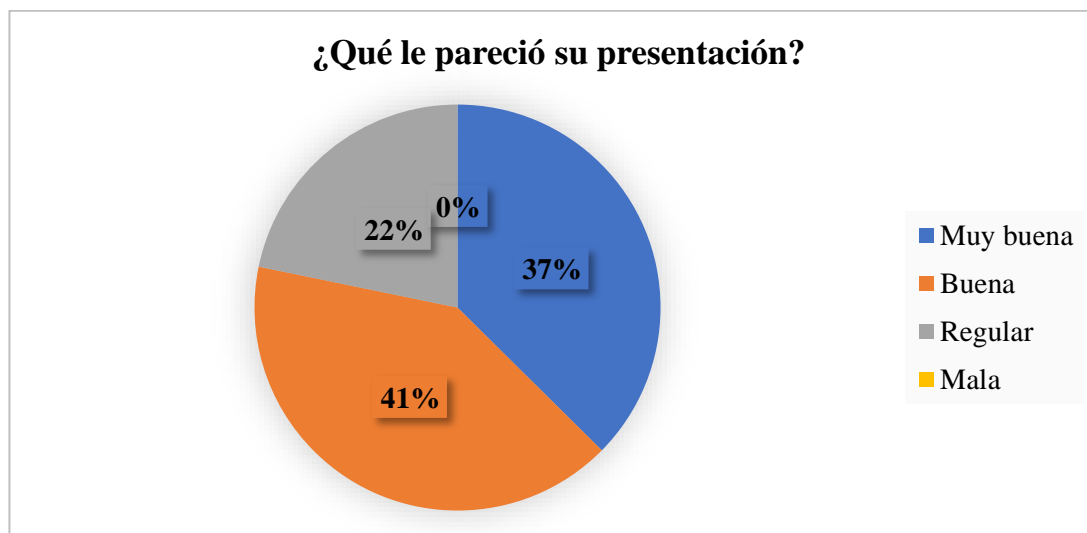
Los turistas han expresado una valoración positiva del sabor de los platillos ofrecidos, calificándolo, así como muy buena.

**Tabla 25.** Percepción de la presentación del platillo.

¿Qué le pareció su presentación?	Frecuencia	Porcentaje
Muy buena	110	37%
Buena	120	41%
Regular	64	22%
Mala	0	0%
<b>Total</b>	<b>294</b>	<b>100%</b>

*Fuente:* Encuesta a turista.

*Elaborado por:* Katherine Angel

**Gráfico 25.** Percepción de la presentación del platillo.

*Elaborado por:* Katherine Angel

### **Análisis e interpretación de los datos:**

Los turistas que consumieron en los establecimientos gastronómicos expresaron una valoración mayoritariamente positiva de la presentación de los platos. La mayoría calificó la presentación como 'muy buena', mientras que un menor porcentaje la consideró 'regular'. Este dato refleja un alto nivel de satisfacción general con la calidad visual de los alimentos servidos.

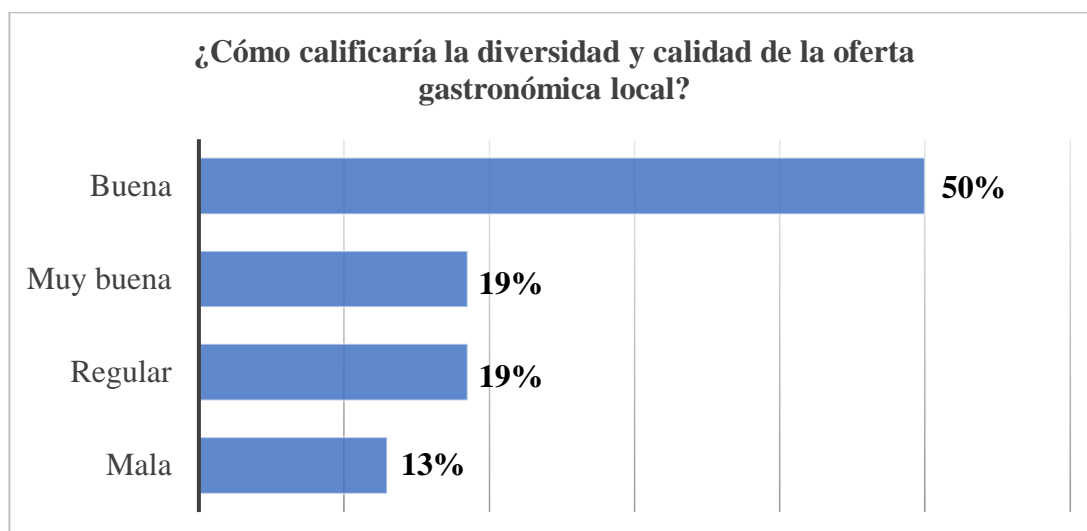
**Tabla 26.** Percepción de la diversidad y calidad de la oferta gastronómica de la comunidad.

<b>¿Cómo calificaría la diversidad y calidad de la oferta gastronómica local?</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Muy buena	70	19%
Buena	189	50%
Regular	70	19%
Mala	49	13%
<b>Total</b>	<b>378</b>	<b>100%</b>

*Fuente:* Encuesta a turista.

*Elaborado por:* Katherine Angel

**Gráfico 26.** Percepción de la diversidad y calidad de la oferta gastronómica de la comunidad.



*Elaborado por:* Katherine Angel

#### **Análisis e interpretación de los datos:**

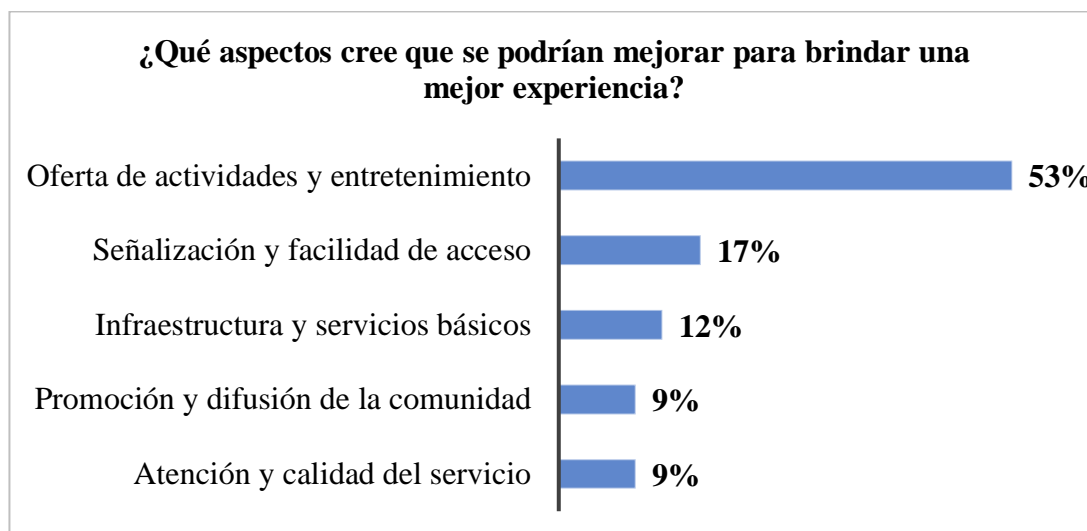
El análisis de los datos revela que aproximadamente la mitad de los encuestados han evaluado como buena la diversidad y calidad de la oferta gastronómica local. Esta valoración indica una satisfacción considerable entre los visitantes respecto a las opciones disponibles y la excelencia culinaria ofrecida por los restaurantes locales.

**Tabla 27.** Aspectos para mejorar la experiencia del turista.

<b>¿Qué aspectos cree que se podrían mejorar para brindar una mejor experiencia?</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Oferta de actividades y entretenimiento	201	53%
Señalización y facilidad de acceso	63	17%
Infraestructura y servicios básicos	46	12%
Atención y calidad del servicio	34	9%
Promoción y difusión de la comunidad	34	9%
<b>Total</b>	<b>378</b>	<b>100%</b>

*Fuente:* Encuesta a turista.

*Elaborado por:* Katherine Angel

**Gráfico 27.** Aspectos para mejorar la experiencia del turista.

*Elaborado por:* Katherine Angel

### **Análisis e interpretación de los datos:**

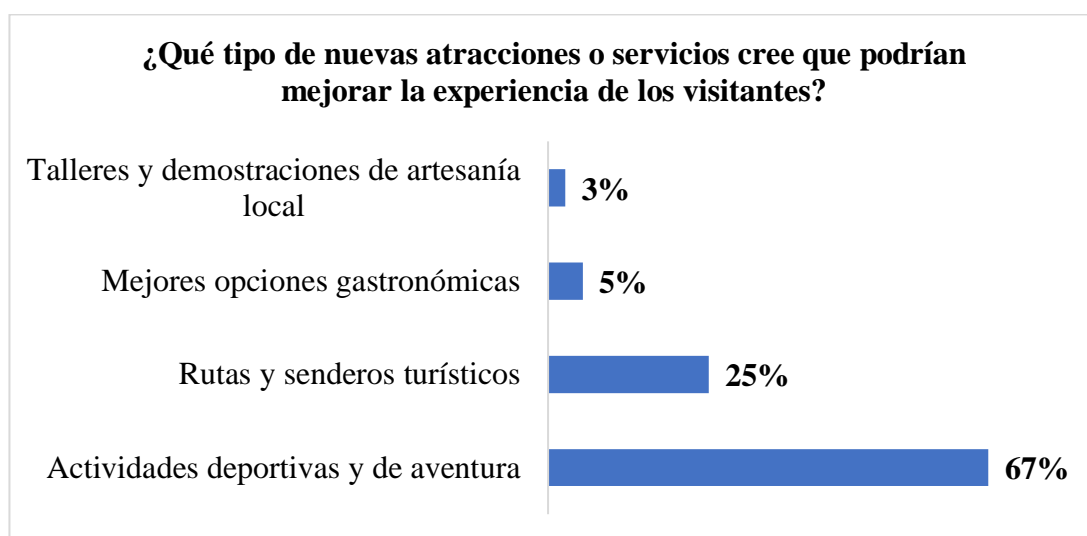
Para mejorar la experiencia de los turistas en la comunidad, se identificaron áreas específicas que requieren atención. Principalmente, se sugiere aumentar la variedad de actividades y opciones de entretenimiento para enriquecer sus visitas. Este interés refleja la demanda de los turistas por tener más oportunidades para explorar y disfrutar durante su estancia. Además, se destacó la importancia de mejorar la señalización y facilitar el acceso, aspectos clave que también necesitan ser mejorados para garantizar una experiencia más fluida y satisfactoria para los visitantes.

**Tabla 28.** Nuevas atracciones o servicios para mejorar la experiencia del turista.

<b>¿Qué tipo de nuevas atracciones o servicios cree que podrían mejorar la experiencia de los visitantes?</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Actividades deportivas y de aventura	255	67%
Rutas y senderos turísticos	93	25%
Mejores opciones gastronómicas	20	5%
Talleres y demostraciones de artesanía local	10	3%
<b>Total</b>	<b>378</b>	<b>100%</b>

*Fuente: Encuesta a turista.*

*Elaborado por: Katherine Angel*

**Gráfico 28.** Nuevas atracciones o servicios para mejorar la experiencia del turista.

*Elaborado por: Katherine Angel*

### **Análisis e interpretación de los datos:**

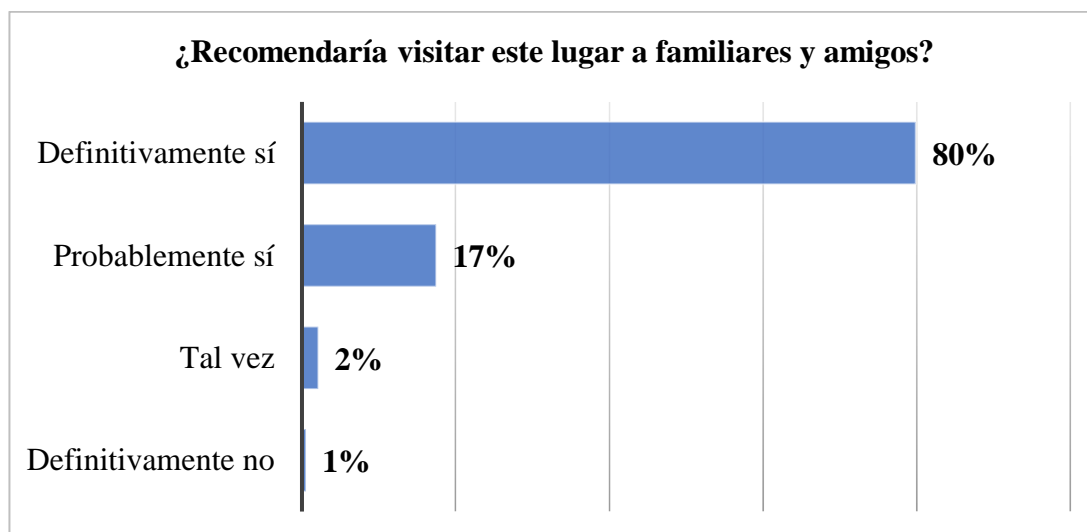
Según los datos, los turistas sugieren que la principal mejora necesaria son nuevas atracciones o servicios, seguidos de actividades deportivas y de aventura como alternativas significativas. Esta retroalimentación subraya un claro interés por parte de los visitantes en enriquecer su experiencia con opciones nuevas de entretenimiento y aventura.

**Tabla 29.** Recomendación para visitar la comunidad.

<b>¿Recomendaría visitar este lugar a familiares y amigos?</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Definitivamente sí	302	80%
Probablemente sí	66	17%
Tal vez	8	2%
Definitivamente no	2	1%
<b>Total</b>	<b>378</b>	<b>100%</b>

*Fuente:* Encuesta a turista.

*Elaborado por:* Katherine Angel

**Gráfico 29.** Recomendación para visitar la comunidad.

*Elaborado por:* Katherine Angel

### **Análisis e interpretación de los datos:**

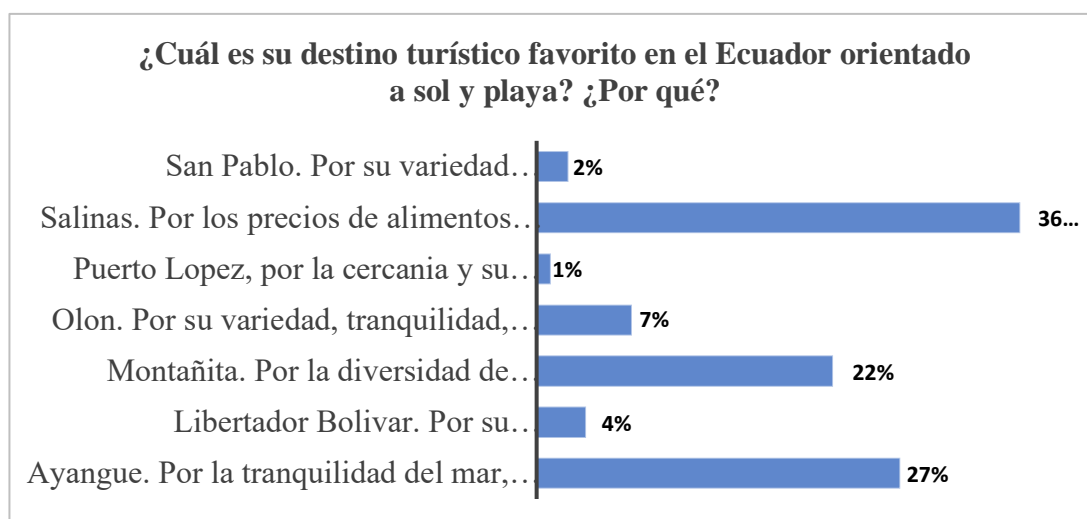
La mayoría de los turistas recomiendan visitar la comunidad de Libertador Bolívar a familiares y amigos. Esta recomendación positiva indica una satisfacción general entre los visitantes con su experiencia en la comunidad.

**Tabla 30.** Destino turístico que el turista elige antes de visitar Libertador Bolívar.

<b>¿Cuál es su destino turístico favorito en el Ecuador orientado a sol y playa? ¿Por qué?</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Ayangue. Por la tranquilidad del mar, gastronomía y actividades que se pueden realizar en el mar.	103	27%
Libertador Bolívar. Por su tranquilidad que brinda, gastronomía.	14	4%
Montañita. Por la diversidad de diversión nocturna, por su diversidad e integración de varias culturas y costumbres además de ser un punto de encuentro con personas de otros países.	84	22%
Olón. Por su variedad, tranquilidad, oferta.	27	7%
Puerto López, por la cercanía y su paisaje de playa.	4	1%
Salinas. Por los precios de alimentos son accesibles y su buena comida, es el más popular y su ambiente con una buena infraestructura.	137	36%
San Pablo. Por su variedad gastronómica.	9	2%
<b>Total</b>	<b>378</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta a turista.

**Elaborado por:** Katherine Angel

**Gráfico 30.** Destino turístico que el turista elige antes de visitar Libertador Bolívar.

**Elaborado por:** Katherine Angel

#### **Análisis e interpretación de los datos:**

De los datos recopilados, los turistas indican que Salinas es un destino turístico favorito por los precios gastronómicos accesibles, ambiente e infraestructura y popular destino. Seguido de Ayangue por la tranquilidad de su mar y Montañita por la diversidad de oferta, diversión nocturna y porque es un punto de encuentro con otras culturas.

### 3.2.Discusión

El presente estudio reveló que el perfil predominante del turista que visita la comunidad de Libertador Bolívar es adultos con estado civil casado. Al comparar este perfil con el de la provincia de Santa Elena estudiado por (Yumisaca et al., 2017), se observa una diferencia notable, ya que en este último se ha identificado una mayor presencia de turistas jóvenes y solteros. Esta diferencia sugiere que Libertador Bolívar ha logrado atraer a un segmento de mercado distinto, posiblemente debido a su oferta gastronómica única y su ambiente propicio para el turismo familiar.

Este fenómeno puede explicarse por el hecho de que los turistas que visitan Libertador Bolívar lo hacen principalmente en compañía de sus familias. La Organización Mundial del Turismo (UNWTO, 2019) afirma que esta tendencia de priorizar la convivencia y el fortalecimiento de los lazos familiares durante las experiencias turísticas representa una oportunidad para que la comunidad desarrolle ofertas y actividades que fomenten la interacción y el disfrute en grupo.

El perfil del turista en la comunidad, según la Organización Mundial del Turismo (UNWTO, 2019), indica que aquellos que eligen visitar con la finalidad gastronómica local son clasificados como turistas gastronómicos. Los resultados de la investigación muestran que el 37% de los visitantes de Libertador Bolívar lo hacen motivados por su gastronomía y hacen uso de los establecimientos gastronómicos locales. Además, se observó que estos turistas tienen una estadía de menos de un día, por lo que no utilizan los establecimientos de alojamiento en su mayoría. Sin embargo, los turistas que sí pernoctan prefieren hospedarse en hospederías comunitarias.



## CONCLUSIONES

La investigación sobre el perfil del turista que visita la comunidad de Libertador Bolívar desde la perspectiva sociodemográfica son jóvenes adultos con un nivel educativo alto, se ha encontrado que los visitantes típicos son adultos entre 36 y 45 años, principalmente masculinos, casados y empleados en el sector privado, especialmente en ocupaciones relacionadas con la producción en el sector camaronero. Estos turistas, con ingresos medios y un nivel educativo de secundaria o superior, provienen en su mayoría de la provincia de Guayas, especialmente de Guayaquil y Milagro.

Desde la perspectiva de las motivaciones para visitar Libertador Bolívar están influenciadas por la oferta gastronómica local. Los turistas muestran un gran interés en platillos como el ceviche y la cazuela, que juegan un papel determinante en su decisión de visitar la comunidad. Además, la importancia de la convivencia familiar es evidente, ya que los turistas suelen viajar en compañía de sus familias y prefieren estancias cortas motivadas por su interés en la gastronomía. A pesar de la brevedad de sus visitas, muchos turistas regresan más de dos veces al año, lo que demuestra una significativa fidelidad hacia la comunidad.

Se demuestra que el tipo de turista que visita Libertador Bolívar es principalmente un turista gastronómico, que valora la calidad y diversidad de la oferta culinaria. Para capitalizar las oportunidades identificadas, es fundamental que la comunidad de Libertador Bolívar enfoque sus esfuerzos en mejorar la infraestructura y los servicios turísticos. Esto incluye la mejora de la señalización, la accesibilidad y las opciones de entretenimiento. Además, la atención al cliente y la infraestructura de los alojamientos deben ser optimizadas para elevar la experiencia del visitante. La Hospedería Casa del Sombrero, por ejemplo, aunque bien valorada, podría beneficiarse de mejoras en estos aspectos para consolidar su posición como opción preferida de alojamiento.

## RECOMENDACIONES

Para optimizar la experiencia turística en Libertador Bolívar, es importante mantener un proceso continuo de investigación y recolección de datos sobre las preferencias y satisfacción de los visitantes. Esta práctica permite ajustar estrategias y servicios de manera proactiva mediante la implementación de encuestas regulares, las cuales proporcionan retroalimentación directa y valiosa. Este enfoque no solo ayuda a identificar nuevas oportunidades de mejora, sino que también facilita la adaptación a las necesidades cambiantes del mercado turístico, asegurando que las iniciativas sean pertinentes y efectivas.

Para satisfacer la demanda de una experiencia turística completa y enriquecedora, se recomienda desarrollar una variedad de actividades y entretenimiento a través del desarrollo de un buyer persona (cliente potencial). Esto abarca desde excursiones guiadas a lugares de interés natural hasta opciones deportivas como senderismo o ciclismo. Además, mejorar la señalización y la accesibilidad para facilitar el acceso a estas actividades, garantizando que los visitantes puedan disfrutar plenamente de lo que la comunidad tiene para ofrecer.

Además, aprovechar el perfil del turista identificado (adultos entre 36 y 45 años, mayoritariamente masculinos, casados y empleados en el sector privado) presenta una oportunidad única para diseñar estratégicamente un circuito gastronómico. Este circuito podría destacar especialidades locales como el ceviche y la cazuela, ofreciendo experiencias de degustación y eventos gastronómicos que atraigan a más visitantes interesados en la rica tradición culinaria del lugar. Este enfoque no solo realzaría la oferta gastronómica, sino que también fortalecería el atractivo turístico de Libertador Bolívar como destino de elección para los amantes de la buena comida y las experiencias culturales únicas.

## BIBLIOGRAFÍA

Andrade, A. M. (28 de Abril de 2020). UNADE: <https://unade.edu.mx/para-que-sirve-la-piramide-de-maslow/>

Andrade, D. T. (2016). *PERFIL DEL TURISTA QUE VISITA LA CIUDAD DE CUENCA, INFLUIDO POR SU RECONOCIMIENTO COMO CIUDAD PATRIMONIO DE LA HUMANIDAD*. Facultad de Ciencias de la Hospitalidad: <http://dspace.ucuenca.edu.ec/handle/123456789/26148>

Beltrán Mora, M. N., Parrales Carvajal, V. M., y Ledesma Álvarez, G. D. (2019). El Buyer Persona como factor clave entre las tendencias en Gestión Empresarial. *Revista Científica Mundo de la Investigación y el Conocimiento.*, 3(3), 659-581.  
[https://doi.org/https://doi.org/10.26820/recimundo/3.\(3.Esp\).noviembre.2019.659-681](https://doi.org/https://doi.org/10.26820/recimundo/3.(3.Esp).noviembre.2019.659-681)

BORBOR RONQUILLO, S. M. (2017). *IDENTIFICACIÓN DEL PERFIL DEL TURISTA COMO APORTE AL DESARROLLO DE LA COMUNA SAN PEDRO*". Repositorio UPSE: <https://repositorio.upse.edu.ec/handle/46000/4124>

Cadme, G., y Chanalata, C. (2018). *El perfil del turista que visita Azogues*. Repositorio Institucional Universidad de Cuenca: <http://dspace.ucuenca.edu.ec/handle/123456789/30736>

CEPAL. (20 de Julio de 2020). *El turismo será uno de los sectores económicos más afectados en América Latina y el Caribe a causa del COVID-19*. Noticias turismo: <https://www.cepal.org/es/noticias/turismo-sera-sectores-economicos-mas-afectados-america-latina-caribe-causa-covid-19>

Chavez, J. (2023). *¿Qué es el Turismo familiar? Características y actividades*. CEUPE: <https://www.ceupe.com/blog/turismo-familiar.html>

Constitución, d. l. (2008). *Decreto Legislativo 0*. Registro Oficial 449 de 20-oct-2008: [https://www.oas.org/juridico/pdfs/mesicic4\\_ecu\\_const.pdf](https://www.oas.org/juridico/pdfs/mesicic4_ecu_const.pdf)

Córdova, K. (2020). *El turismo rural comunitario y el ecoturismo como alternativas para el desarrollo local de Tupe [Tesis de licenciatura, Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas]*. Repositorio académico UPC: <http://hdl.handle.net/10757/621923>

Donoso, N. D., García, D. C., y Chérrez, P. S. (2019). *Perfil del turista idiomático en la ciudad de Cuenca y su aporte a la economía local*. Revista Caribeña de Ciencias Sociales: <https://www.eumed.net/rev/caribe/2019/07/turista-idiomático-cuenca>

Gambarota, D. M., y Lorda, M. A. (2017). *El turismo como estrategia de desarrollo local*. Redalyc.org: <https://www.redalyc.org/jatsRepo/3477/347753793006/html/index.html>

Ley de turismo. (2014). *Ley 97*. Registro Oficial Suplemento 733 de 27-dic.-2002: <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2016/03/LEY-DE-TURISMO.pdf>

Loor Morales, A. F. (2020). *EL PERFIL DEL VISITANTE Y LOS SERVICIOS TURÍSTICOS EN EL CANTÓN BABAHOYO 2020*. UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO: <http://dspace.utb.edu.ec/handle/49000/9060>

Mejía, D. S. (2022). *BUENAS PRÁCTICAS TURÍSTICAS EN LOS VISITANTES DEL PILISURCO*. Repositorio UTA: <https://repositorio.uta.edu.ec/jspui/handle/123456789/35686>

Mihai, C. G. (Diciembre de 2021). *The New Tourist'S Profile: Some General Considerations*. Revista Economica, Lucian Blaga University of Sibiu, Faculty of Economic Sciences, vol. 73(4): <http://economice.ulbsibiu.ro/revista.economica/archive/73401cristian.pdf>

MINTUR. (2023). *Principales Exportaciones no Petroleras y Mineras - Portal de servicios*. Servicios Turismo: <https://servicios.turismo.gob.ec/turismo-en-cifras/principales-exportaciones-no-petroleras-y-mineras/>

ONU Turismo. (19 de Enero de 2024). *El turismo internacional alcanzará en 2024 los niveles registrados antes de la pandemia*. UWNTO.ORG:

<https://www.unwto.org/es/news/el-turismo-internacional-alcanzara-en-2024-los-niveles-registrados-antes-de-la-pandemia#:~:text=Las%20estimaciones%20preliminares%20de%20la,al%203%25%20del%20PIB%20mundial.>

Padilla, J., y Pinedo, F. (2019). *Análisis de las condiciones para el desarrollo de un programa de ecoturismo comunitario en la ciénaga de Mallorquín barrio La Playa Barranquilla-Atlántico*. Trabajo de grado, Universidad de la Costa: <http://hdl.handle.net/11323/3118>

Pazmiño Barreto, P. d., Sánchez Ayala, M. A., y Ormaza Andrade, J. E. (28 de marzo de 2023). *El turismo como factor de desarrollo económico en la ciudad de Cuenca-Ecuador*. ConcienciaDigital: <https://cienciadigital.org/revistacienciadigital2/index.php/ConcienciaDigital/article/view/2525>

Reglamento General a la ley de turismo . (2015). *REGLAMENTO GENERAL A LA LEY DE TURISMO*. Decreto Ejecutivo 1186: <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2016/03/REGLAMENTO-GENERAL-A-LA-LEY-DE-TURISMO.pdf>

Rosales Picón, B. P. (Agosto de 2021). *Análisis del impacto del turismo en el crecimiento económico nacional en el Ecuador durante el periodo 2007-2018*. Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales, FLACSO Ecuador: <http://hdl.handle.net/10469/17690>

Sánchez, M. V., Ultreras, R. A., Cervantes, M. L., y Salazar, E. T. (2021). *PERFIL SOCIODEMOGRÁFICO DEL TURISTA NACIONAL QUE VISITA EL DESTINO DE SOL Y PLAYA MAZATLÁN, MÉXICO*. ULEAM Bahía Magazine (UBM) e-ISSN 2600-6006: [https://revistas.ulead.edu.ec/index.php/uleam\\_bahia\\_magazine/article/view/326](https://revistas.ulead.edu.ec/index.php/uleam_bahia_magazine/article/view/326)

Tovar, A. M. (2022). *Creación del buyer persona : un fundamento para generar estrategias de marketing para BBVA AM Colombia*. Repositorio Institucional Javeriano: <http://hdl.handle.net/10554/61001>

UNWTO. (2019). *UNWTO Tourism Definitions / Définitions du tourisme de l'OMT | Definiciones de turismo de la OMT*. World Tourism Organization (UNWTO).

Vaquero, M. d. (2010). Reflexiones sobre el turismo cultural. la aportación de la cultura en la conformación de flujos turísticos emisores en España y la comunidad de Madrid1/Cultural tourism. *Anales De Geografía De La Universidad Complutense*, 30(2), 31-58.

Vidaurre, L. T. (2020). *Perfil del turista nacional que visita el Santuario Histórico Bosque de Pómac - región Lambayeque*. Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo: <http://hdl.handle.net/20.500.12423/2514>

Yumisaca, J. E., Mendoza, A. E., y Villón, S. G. (2017). *Perfil sociodemográfico del turista de la provincia de Santa Elena en Ecuador. Referencias para nuevas propuestas de desarrollo*. Universidad y Sociedad: <http://rus.ucf.edu.cu/index.php/rus>

Zumbana, K. Z. (Agosto de 2022). *PERFIL DEL TURISTA QUE VISITA LA PROVINCIA DE PICHINCHA EN TIEMPOS DE PANDEMIA. AÑO 2022*. UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI: <http://repositorio.utc.edu.ec/handle/27000/10236>

Zumbana, Z. K. (Agosto de 2022). *Perfil del turista que visita la provincia de Pichincha en tiempos de pandemia. Año 2022*. Universidad Técnica de Cotopaxi: <http://repositorio.utc.edu.ec/handle/27000/10236>

## ANEXOS

*Anexo I. Matriz de Consistencia*

<b>Título</b>	<b>Problema</b>	<b>Objetivos</b>	<b>Variables</b>	<b>Dimensiones</b>	<b>Indicadores</b>	<b>Metodología</b>
“Perfil del turista de la comunidad de Libertador Bolívar, Parroquia Manglaralto, Provincia de Santa Elena 2023”.	Pregunta general	Objetivo General	V. Dependiente Perfil del turista	Factores sociodemográficos.	Demográfico	Enfoque: cuantitativo Alcance: descriptivo Diseño: No experimental Métodos: inductivo, analítico y de campo Población: Finita Muestra: turistas Instrumento: encuesta
	¿Cuál es el perfil del turista que visita la comunidad de Libertador Bolívar en la Parroquia Manglaralto en la Provincia de Santa Elena?	Determinar el perfil del turista que visita la comunidad de Libertador Bolívar.			Socioeconómico	
				Buyer persona	Decisor	
	Prescriptor					
	Influenciador					
	Preguntas Especificas	Objetivos Específicos		Identificar las características sociodemográficas del turista. Analizar la motivación principal que llevan a los turistas a visitar Libertador Bolívar. Establecer el tipo de turista que visita la comunidad Libertador Bolívar.	Motivación turística	
¿Cuáles son las principales características demográficas y geográficas de los turistas que visita la comunidad de Libertador Bolívar? ¿Cuál es la motivación del turista para visitar la comunidad? ¿Qué tipo de turista visita la comunidad?		Motivaciones familiares				
		Motivaciones sociales				
			Tipos de turistas	Según su duración		
				Según su nacionalidad		
				Según los destinos que visita		

*Elaborado por: Katherine Angel*

*Anexo 2: Encuesta dirigidos a los turistas*



**“PERFIL DEL TURISTA DE LA COMUNIDAD DE LIBERTADOR BOLÍVAR,  
PARROQUIA MANGLARALTO, PROVINCIA DE SANTA ELENA 2023”**

**Objetivo de la encuesta:** Recopilar datos detallados sobre las características sociodemográficas, motivaciones de viaje de los turistas que visitan la comunidad Libertador Bolívar, parroquia Manglaralto, provincia de Santa Elena, para definir su perfil con la finalidad de mejorar los servicios turísticos y la experiencia en la comunidad.

**Indicaciones:** La encuesta es completamente anónima y confidencial. Por favor, responda con sinceridad y, en la medida de lo posible, complete todas las preguntas marcando una **X**. No tardará más de 10 minutos.

DATOS GENERALES										
Edad:	18 a 25 años		26 a 35 años		36 a 45 años		46 a 55 años		56 años o más	
Género:	Masculino		Femenino		Prefiero no contestar					
Estado civil	Soltero		Casado		Divorciado		Unión Libre		Viudo	
Ocupación actual	Estudiante		Empleado público		Empleado privado		Jubilado		Independiente	
Actividad laboral que desempeña (educativa, farmacéutica, alimentos, producción, turismo, etc.) _____										
Nivel de ingresos	Menos de \$460		De \$461 a \$1.000		De \$1.001 a \$2.000		Más de \$2.001			
Nivel educativo	Primaria		Secundaria		Superior o Universitario		Maestría		Doctorado	
Especifique desde que ciudad nos visita _____										
MOTIVACIÓN										
1. ¿Con quién viajó?										
Solo		<input type="checkbox"/>	Amigos		<input type="checkbox"/>	Familia		<input type="checkbox"/>	Pareja	<input type="checkbox"/>
2. ¿Cuál es la motivación de viaje para visitar la comunidad de Libertador Bolívar?										
Por preferencia de visita previa de un amigo		<input type="checkbox"/>	Por visitas anteriores		<input type="checkbox"/>	Por la gastronomía		<input type="checkbox"/>	Por conocer más la comunidad	<input type="checkbox"/>
3. ¿Qué actividad realizó durante su visita?										
Visita a tiendas artesanales		<input type="checkbox"/>	Gastronomía local		<input type="checkbox"/>	Sol y Playa		<input type="checkbox"/>	Parapente	<input type="checkbox"/>
Otro/Especifique:		_____								
4. Duración de la estadía en la comunidad.										
Menos de 1 día		<input type="checkbox"/>	1-3 días		<input type="checkbox"/>	4-7 días		<input type="checkbox"/>	Más de 8 días	<input type="checkbox"/>
5. ¿Con qué frecuencia viaja a Libertador Bolívar?										



Una vez al mes		Mas de dos veces al año		No tengo planeado organizar un viaje nuevamente	
<b>ESTABLECIMIENTO DE ALOJAMIENTO</b>					
6. Tipo de alojamiento					
Alojamiento en casa de familiares/amigos		Hospedería		Cabaña	Alquiler de vivienda
7. ¿Se hospedó en la comunidad de Libertador Bolívar?					
Sí		No		Si su respuesta fue sí, indique el nombre del hospedaje _____	
8. ¿Cómo calificaría la calidad de los servicios de alojamiento en la comunidad?					
Muy buena		Buena		Regular	Mala
9. ¿Cómo considera la relación calidad-precio de los servicios de alojamiento?					
Muy buena		Buena		Regular	Mala
10. ¿Qué aspectos del servicio de alojamiento cree que se podrían mejorar?					
Infraestructura y equipamiento de las habitaciones		Limpieza, mantenimiento		Atención y servicio al cliente	Accesibilidad y facilidad de reservas
<b>ESTABLECIMIENTO DE GASTRONOMÍA</b>					
11. Tipo de establecimiento gastronómico.					
Restaurante		Bar		Cabañas-comedor	Puestos de comida
12. ¿Disfrutó de la comida de la comunidad de Libertador Bolívar?					
Sí		No		Si su respuesta fue sí, indique el nombre del restaurante _____	
13. Nombre el platillo que disfrutó: _____					
14. ¿Qué le pareció su sabor?					
Muy buena		Buena		Regular	Mala
15. ¿Qué le pareció su presentación?					
Muy buena		Buena		Regular	Mala
16. ¿Cómo calificaría la diversidad y calidad de la oferta gastronómica local?					
Muy buena		Buena		Regular	Mala
<b>RECOMENDACIONES</b>					
17. ¿Qué aspectos cree que se podrían mejorar para brindar una mejor experiencia?					
Infraestructura y servicios básicos		Oferta de actividades y entretenimiento		Señalización y facilidad de acceso	Atención y calidad del servicio
18. ¿Qué tipo de nuevas atracciones o servicios cree que podrían mejorar la experiencia de los visitantes?					
Rutas y senderos turísticos		Actividades deportivas y de aventura		Mejores opciones gastronómicas	Talleres y demostraciones de artesanía local
19. ¿Recomendaría visitar este lugar a familiares y amigos?					
Definitivamente sí		Probablemente sí		Tal vez	Probablemente no
20. ¿Cuál es su destino turístico favorito en el Ecuador orientado a sol y playa? ¿Por qué?					

**¡GRACIAS POR SU COLABORACIÓN Y TIEMPO!**

*Anexo 3. Encuesta a turista*



*Anexo 5. Encuesta a turista*



*Anexo 4. Encuesta a turista*



*Anexo 6. Encuesta a turista*



*Anexo 7. Cronograma de actividades*



**UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA  
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS  
CARRERA DE TURISMO**

**CRONOGRAMA DE TUTORÍAS DE TITULACIÓN  
MODALIDAD DE TITULACIÓN: TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR**

**TÍTULO DEL TRABAJO DEL TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR:**

**"PERFIL DEL TURISTA DE LA COMUNIDAD DE LIBERTADOR BOLÍVAR, PARROQUIA MANGLARALTO, PROVINCIA DE SANTA ELENA 2023"**

No.	ACTIVIDADES	MARZO		ABRIL					MAYO				JUNIO				JULIO	
		S1	S2	S3	S4	S5	S6	S7	S8	S9	S10	S11	S12	S13	S14	S15	S16	S17
		18-22	25-29	01-05	08-12	15-19	22-26	29-03	06-10	13-17	20-24	27-31	03-07	10-14	17-21	24-28	01 - 05	08 - 12
5	Solicitud para la designación de tutores y especialistas estudiantes primera matrícula																	
6	Entrega de oficio de designación a tutores y especialistas nuevos																	
7	Aprobación de "temas" y anteproyectos por parte de tutores y especialistas designados estudiantes primera matrícula																	
8	Tutorías de los Trabajos de Integración Curricular estudiantes con segunda matrícula																	

	<i>Tutorías de los Trabajos de Integración Curricular estudiantes con primera matrícula</i>																		
9	Introducción																		
10	Capítulo I Marco Referencial																		
11	Capítulo II Metodología																		
12	Capítulo III Resultados y Discusión																		
13	Conclusiones y Recomendaciones																		
14	Revisión de hojas preliminares																		
15	Certificado Antiplagio																		
16	Entrega de informe por parte de los tutores																		
17	Entrega de archivo del TIC a profesor guía																		
18	Entrega de trabajos, revisión y calificación especialistas (rubrica)																		
19	Entrega de archivo digital del Trabajo final a la profesora guía																		
20	Sustentación de Trabajos de Integración Curricular																		

*Stephany Naranjo Larrea*  
 Ing. Stephany Nataly Naranjo Larrea, MSc.  
**TUTORA TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR**

*Katherine A.*  
 Angel Yagual Katherine Ximena  
**ESTUDIANTE**

*Anexo 8. Presupuesto*

<b>CANT.</b>	<b>DETALLE</b>	<b>V.U.</b>	<b>V.T</b>
<b>RECURSOS HUMANOS</b>			
120	Alimentación	\$ 2,50	\$ 300,00
120	Movilización	\$ 5,00	\$ 600,00
<b>RECURSOS MATERIALES</b>			
600	Impresiones y papelería	\$ 0,05	\$ 30,00
3	Lápices, esferográficos	\$ 0,85	\$ 2,55
1	Carpeta	\$ 1,00	\$ 1,00
<b>RECURSOS TECNOLÓGICOS</b>			
1	Laptop	\$ 500,00	\$ 500,00
6	Internet	\$ 25,00	\$ 150,00
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 1.583,55</b>

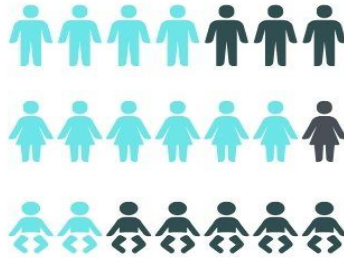
*Elaborado por: Katherine Angel*



Anexo 9. Infografía del perfil del turista de Libertador Bolívar

# INFOGRAFÍA PERFIL DEL TURISTA

Comuna Libertador Bolívar.

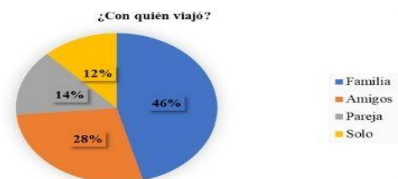


## DATOS DEMOGRÁFICOS

36 y 45 años, masculinos, casados y empleados en el sector privado, especialmente en ocupaciones relacionadas con la producción en el sector camaronero. La mayoría tiene ingresos medios y un nivel educativo de secundaria o superior.

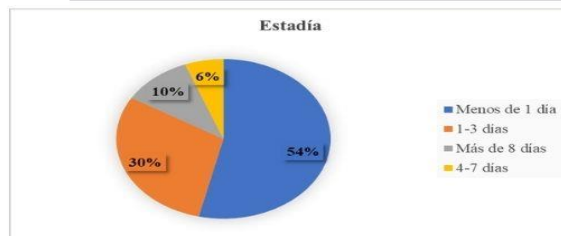


Se evidencia que los turistas que participaron en la encuesta provienen principalmente de la provincia de Guayas. Dentro de esta provincia, las ciudades más recurrentes de origen de los turistas son Guayaquil.



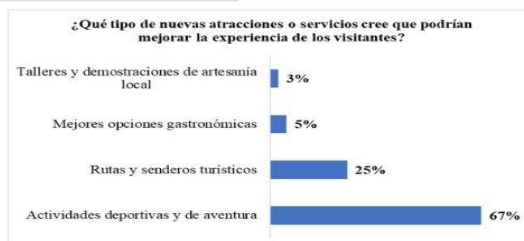
Los resultados destacan que los turistas visitan la comunidad principalmente en compañía de su familia.

Según la Organización Mundial de turismo (UNWTO, 2019) y de acuerdo con los resultados obtenidos se pudo evidenciar que los turistas que visitan la comunidad tienden a realizar actividades relacionadas con la gastronomía local.



Los datos obtenidos indican que los turistas tienen una estadía corta en la comunidad, debido a que su motivo de viaje al visitarla es por la gastronomía.

Los datos muestran que los turistas sugieren la necesidad de nuevas atracciones o servicios como la principal mejora, seguida por actividades deportivas y de aventura como una alternativa significativa.



Fuente: Canva

Elaborado por: Katherine Angel

## Anexo 10. Buyer persona 1

### María Sánchez

<b>EDAD</b>	45 años
<b>GÉNERO</b>	Femenino
<b>ORIGEN</b>	Salinas
<b>EDUCACIÓN</b>	Superior
<b>TRABAJO</b>	Ventas
<b>ESTADO CIVIL</b>	Casada



### Motivaciones

Desconectar del estrés laboral y pasar tiempo de calidad con su familia, buscando destinos que ofrezcan actividades tanto para adultos como para niños, mientras exploran nuevos lugares y culturas para inspirarse y encontrar nuevas perspectivas.

### Objetivos

Buscar un lugar para relajarse y recargar energías lejos del ambiente urbano, disfrutando de actividades familiares y recreativas, mientras se aprende sobre la cultura local y se disfruta de la gastronomía.

### Intereses

Participar en excursiones y caminatas por la naturaleza, disfrutando de los paisajes.

*Fuente: Canva*

*Elaborado por: Katherine Angel*

## Anexo 11. Buyer persona 2

### Carlos Mejía

<b>EDAD</b>	32 años
<b>GÉNERO</b>	Masculino
<b>ORIGEN</b>	Portoviejo
<b>EDUCACIÓN</b>	Superior
<b>TRABAJO</b>	Educación
<b>ESTADO CIVIL</b>	Casado



### Motivaciones

Buscar destinos que permitan practicar deportes y actividades de aventura, explorando nuevos destinos y desafíos físicos, mientras se mantiene en forma y activo durante sus viajes.

### Objetivos

Participar en actividades deportivas y de aventura.

### Intereses

Buscar destinos que ofrezcan oportunidades para practicar ciclismo, surf y parapente, explorando nuevas experiencias y desafíos físicos mientras se disfruta de la naturaleza y se mantiene activo durante el viaje.

*Fuente: Canva*

*Elaborado por: Katherine Angel*