



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

TEMA:

**“SERVICIOS TURÍSTICOS Y SU INCIDENCIA EN LA SATISFACCIÓN
DEL TURISTA QUE VISITA EL RECINTO PUERTO EL MORRO,
PROVINCIA DEL GUAYAS AÑO 2017”**

TRABAJO DE TITULACIÓN

**Previo a la obtención del título de
LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN DE TURISMO**

AUTORA:

SANDY INÉS MACÍAS BURGOS

PROFESORA GUÍA

ING. SABINA VILLÓN PERERO, MSC

LA LIBERTAD – ECUADOR

2017

**TEMA:**

**“SERVICIOS TURÍSTICOS Y SU INCIDENCIA EN LA SATISFACCIÓN
DEL TURISTA QUE VISITA EL RECINTO PUERTO EL MORRO,
PROVINCIA DEL GUAYAS AÑO 2017”**

AUTORA:

Macías Burgos Sandy Inés

TUTORA:

Ing. Sabina Villón P., MSc

RESUMEN

En el recinto Puerto el Morro existen atractivos turísticos naturales que son visitados de manera cotidiana por turistas nacionales y extranjeros, para mejorar su estancia estas hacen uso de los servicios turísticos que existen en el sitio, sin embargo la satisfacción del turista es afectada por factores como la calidad, la falta de innovación y promoción, desconocimiento que contribuye negativamente debido a una mala percepción del servicio por parte del turista. Por lo tanto, la presente investigación tuvo como propósito principal determinar la incidencia que tienen los servicios turísticos sobre la satisfacción del turista que visita Puerto el Morro, se procedió a cumplir con los objetivos específicos: determinar de qué manera el servicio de restauración, guianza y hospedaje influyen en la satisfacción del turista. El proceso metodológico que se utilizó fue correlacional con un enfoque analítico – deductivo, a su vez se aplicó encuestas y entrevistas, mediante la comprobación de chi cuadrado se aceptó la hipótesis planteada. Entre los principales resultados encontrados se destaca que los turistas le dan una calificación “buena” a los servicios y que entre los principales factores que inciden en la satisfacción están el precio, la autenticidad y la calidad, en especial en el servicio de alimentos y bebidas.

Palabras claves: Servicios turísticos – Satisfacción – turista – Precio– Calidad

**THEME:**

**“TOURIST SERVICES AND THEIR INCIDENCE IN THE
SATISFACTION OF THE TOURIST VISITING THE PUERTO EL
MORRO COUNTRY, GUAYAS PROVINCE YEAR 2017”**

AUTHOR:

Macías Burgos Sandy Inés

TUTOR:

Ing. Sabina Villón P., MSc

ABSTRACT

In the Puerto el Morro grounds there are natural tourist attractions that are visited daily by national and foreign tourists, to improve their stay they make use of the tourist services that exist on the site, however the satisfaction of the tourist is affected by factors such as quality, lack of innovation and promotion, ignorance that contributes negatively due to a bad perception of the service by the tourist. Therefore, the main purpose of the present investigation was to determine the incidence of tourist services on the satisfaction of tourists visiting Puerto el Morro. The specific objectives were to determine how the catering service, hosting influence the satisfaction of the tourist. The methodological process that was used was correlational with an analytical - deductive approach, as well as surveys and interviews, by chi square verification the hypothesis was accepted. Among the main results found is that tourists give a "good" rating to services and that among the main factors that affect satisfaction are price, authenticity and quality, especially in the food and beverage service .

Keywords: Tourist services - Satisfaction - tourist - Price - Quality

APROBACIÓN DEL PROFESOR TUTOR

En mi calidad de Profesor Guía del trabajo de titulación, “**SERVICIOS TURÍSTICOS Y SU INCIDENCIA EN LA SATISFACCIÓN DEL TURISTA QUE VISITA EL RECINTO PUERTO EL MORRO, PROVINCIA DEL GUAYAS 2017**”, elaborado por la Srta. Macías Burgos Sandy Inés, egresada de la Carrera de Hotelería y Turismo, Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Península de Santa Elena, previo a la obtención del Título de Licenciada en Administración en Turismo, me permito declarar que luego de haber dirigido científicamente y técnicamente su desarrollo y estructura final de trabajo, éste cumple y se ajusta a los estándares académicos y científico, razón por la cual la apruebo en todas sus partes.

Atentamente

**ING. SABINA VILLÓN, MSC.
PROFESORA GUÍA**

DECLARATORIA DE RESPONSABILIDAD

El presente Trabajo de Titulación con el título de “**SERVICIOS TURÍSTICOS Y SU INCIDENCIA EN LA SATISFACCIÓN DEL TURISTA QUE VISITA EL RECINTO PUERTO EL MORRO, PROVINCIA DEL GUAYAS 2017**”, elaborado por **MACÍAS BURGOS SANDY INÉS** declara que la concepción, análisis y resultados son originales y aportan a la actividad científica, educativa, empresarial y administrativa.

Transferencia de derechos autorales.

Declaro que, una vez aprobado el tema de investigación otorgado por la facultad de **Ciencias Administrativas** carrera **Hotelería y Turismo** pasan a tener derechos autorales correspondientes, que se transforman en propiedad exclusiva de la **Universidad Estatal Península de Santa Elena** y, su reproducción, total o parcial en su versión original o en otro idioma será prohibida en cualquier instancia.

Atentamente,

SANDY INÉS MACÍAS BURGOS
C. C. NO.: 0927935213

DEDICATORIA

Dedico este trabajo:

A Dios quien ha guiado mi vida y me ha dado fuerza y fortaleza para seguir adelante, en mi vida personal y profesional. Pues sin el nada hubiera sido posible.

A mi familia quienes han sido mi motor fundamental para seguir adelante con mis estudios, que con su esfuerzo, humildad, valentía y amor supieron apoyarme dándome la oportunidad de conocerme a mí misma y saber que con esfuerzo y dedicación nada es imposible.

A todas las personas que intervinieron con sus palabras de aliento y consejos para la conquista de este ideal, a ellos dedico este trabajo.

Macías Burgos Sandy Inés

AGRADECIMIENTO

El presente trabajo de investigación me gustaría agradecer a Dios infinitamente por bendecirme y poder hacer realidad esta meta anhelada.

Agradecer a mis profesores porque todos han aportado con un granito de arena a mi formación profesional.

A mi familia por siempre confiar en mí. Y darme fuerzas para seguir adelante.

Y en especial a la Universidad Estatal Península de Santa Elena, por darme la oportunidad de estudiar y ser una profesional.

Macías Burgos Sandy Inés

TRIBUNAL DE GRADO

Ing. Linda Núñez Guale, MBA
DECANA DE FACULTAD
CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

Lcdo. Efrén Mendoza Tarabó, MSc.
DIRECTOR DE CARRERA
HOTELERÍA Y TURISMO

Ing. Sabina Villón Perero, MSc
PROFESORATUTORA

Lcda. Brusela Vásquez F, MSc
PROFESORA DE ÁREA

Ab. Brenda Reyes Tomalá, MSc.
SECRETARIA GENERAL

ÍNDICE GENERAL

INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO I.....	7
MARCO TEÓRICO.....	7
1.1. Revisión de la literatura	7
1.2. Desarrollo de las teorías y conceptos	9
1.2.1. Servicios turísticos	9
1.2.1.1. Actividades turísticas	10
1.2.2. Satisfacción del turista	16
1.2.2.2 Experiencia del turista.....	19
1.2.2.3 Turistas 21	
1.3 Fundamentos sociales y legales	22
1.3.1 Fundamentos sociales.....	22
1.3.1.1 Población.....	22
1.3.1.2 Las fiestas.....	23
1.3.1.3 Antecedentes Históricos.....	23
1.3.1.4 Desarrollo económico	24
1.3.1.5 Turismo24	
1.3.2 Fundamentos Legales.....	28
CAPÍTULO II	30
MATERIALES Y MÉTODOS	30
2.1 Tipos de investigación.....	30
2.2 Métodos de investigación.....	30

2.2.1 Método Analítico – Sintético	30
2.2.2 Método Inductivo – Deductivo	31
2.3 Diseño de muestreo	31
2.3.1 Población y muestra	31
2.4 Diseño de recolección de datos	32
2.4.1 Entrevista.....	32
2.4.1 Encuesta	33
CAPÍTULO III.....	34
RESULTADOS Y DISCUSIÓN.....	34
3.1 Análisis de datos	34
3.1.1 Análisis de la entrevista	34
3.1.2 Análisis de encuesta a turistas.....	36
3.1.3 Análisis de las encuestas a Servidores Turísticos.	51
3.2 Limitaciones.....	68
3.3 Resultados	68
CONCLUSIONES	71
RECOMENDACIONES	72
BIBLIOGRAFÍA.....	73

ÍNDICE DE CUADRO

Cuadro N. 1 Población de estudio.....	31
Cuadro N. 2 Muestra a utilizar.....	32
Cuadro N. 3 Valores Observados.....	66
Cuadro N. 4 Valores esperados.....	66
Cuadro N. 5 Valores X^2	66
Cuadro N. 6 Cronograma de trabajo	91
Cuadro N. 7 Recursos del presupuesto	92
Cuadro N. 8 Presupuesto general	92

ÍNDICE DE TABLA

Tabla N. 1 Edad.....	36
Tabla N. 2 Género.....	37
Tabla N. 3 Nacionalidad	38
Tabla N. 4 Estado civil.....	39
Tabla N. 5 Nivel de educación.....	40
Tabla N. 6 Motivo de visita.....	41
Tabla N. 7 Servicio turístico	42
Tabla N. 8 Servicio de alojamiento.....	43
Tabla N. 9 Servicio transporte	44
Tabla N. 10 Servicio guianza	45
Tabla N. 11 Servicio alimentación.....	46
Tabla N. 12 Servicio operadores turísticos	47
Tabla N. 13 Calificación general de los servicios.....	48
Tabla N. 14 Satisfacción de turistas.....	49
Tabla N. 15 Motivación de los servicios.....	50
Tabla N. 16 Edad.....	51
Tabla N. 17 Género	52
Tabla N. 18 Residencia específica a servidores	53
Tabla N. 19 Nivel de educación.....	54
Tabla N. 20 Tiempo de brindar servicio	55
Tabla N. 21 Perfil del turista.....	56
Tabla N. 22 Tipos de servicios.....	57
Tabla N. 23 Estimula el consumo	58
Tabla N. 24 Servicio a ofrecer	59
Tabla N. 25 Servicios turísticos	60
Tabla N. 26 Capacitación.....	61
Tabla N. 27 Estrategias de ventas	62
Tabla N. 28 Precios	63
Tabla N. 29 Satisfacción	64

ÍNDICE DE GRÁFICO

Gráfico 1 Edad	36
Gráfico 2 Género.....	37
Gráfico 3 Nacionalidad	38
Gráfico 4 Estado civil.....	39
Gráfico 5 Nivel de educación.....	40
Gráfico 6 Motivo de visita	41
Gráfico 7 Servicio turístico	42
Gráfico 8 Servicio de alojamiento.....	43
Gráfico 9 Servicio de transporte	44
Gráfico 10 Servicio de Guianza	45
Gráfico 11 Servicio de alimentación.....	46
Gráfico 12 Servicio de operadoras turísticas	47
Gráfico 13 Calificación general de los servicios.....	48
Gráfico 14 Satisfacción de turista	49
Gráfico 15 Motivación de los servicios	50
Gráfico 16 Edad	51
Gráfico 17 Género.....	52
Gráfico 18 Residencia específica.....	53
Gráfico 19 Nivel de educación.....	54
Gráfico 20 Tiempo brindando el servicio	55
Gráfico 21 Perfil del turista.....	56
Gráfico 22 Tipos de servicios	57
Gráfico 23 Estimula el consumo	58
Gráfico 24 Servicio a ofrecer	59
Gráfico 25 Servicios adquiridos.....	60
Gráfico 26 Tiempo determinado de capacitación	61
Gráfico 27 Estrategias de ventas	62
Gráfico 28 Precios de los servicios	63
Gráfico 29 Nivel de satisfacción del turista	64

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo # 1 Matriz de consistencia	78
Anexo # 2 Matriz de operacionalización de las variables.....	79
Anexo # 3 Formatos de instrumentos de recolección de datos	81
Anexo # 4 Encuesta a turistas	82
Anexo # 5 Encuestas a turistas.....	84
Anexo # 6 Entrevistas a autoridades	85
Anexo # 7 Aspectos legales	88
Anexo # 8 Evidencia fotográfica de recolección de información mediante entrevista	89
Anexo # 9 Evidencias fotográficas de recolección de información mediante encuesta a servidores turísticos	90
Anexo # 10 Evidencias fotográficas de recolección de información mediante encuesta a turista	90

INTRODUCCIÓN

En la actualidad los países se mueven en base a las actividades económicas que puedan tener regiones o ciudades dentro de su territorio ya sean estos urbanos o rurales, estas actividades son generadas por las transacciones que se realizan por la compra y venta de bienes y servicios que se llevan a cabo en cada uno de los sectores de la economía, la actividad turística es una de ellas ya que los ingresos por turismo aumentan cada año siendo ésta generadora de un alto ingreso económico debido al número de visitantes que viajan en la actualidad.

La satisfacción del turista durante mucho tiempo ha sido estudiada en diversos lugares del mundo como: Perú, España y Venezuela que están estrechamente relacionados con los servicios turísticos que ofrece un destino, sin embargo estos estudios pierden validez debido a los constantes cambios y tendencias que tienen los nuevos segmentos de turismo a nivel mundial, por lo tanto es indispensable investigar estos aspectos para conocer qué es lo que realmente percibe el turista, cuál es su nivel de satisfacción con respecto a cada servicio brindado y como este influye en la decisión de un viajero a la hora de regresar a un destino.

Por ejemplo un estudio llevado a cabo en Venezuela en relación a este tema menciona que los significativos niveles de insatisfacción con la calidad de los servicios turísticos que un turista encuentra al momento de pernoctar en un destino puede generar niveles de inconformidad expresados en relación a una serie de servicios que se asocian a la oferta turística que promueve este destino como: la

escaza capacidad de hospedaje, la reducida capacidad de servicios de restauración, la escaza cobertura de los servicios de comunicación , así como la ineficiencia de los servicios públicos vitales para el desarrollo del turismo, en este sentido se evidencia la importancia de tratar la satisfacción de turista cuando se adquiere un producto o servicio ya que a través de este se pueden plantear mejoras que aumenten los índices de manera positiva para expandir la experiencia del turista y la competitividad del destino. (Boscán, Guanipa y Álvarez, 2010)

Asimismo en el Ecuador, un estudio realizado por el Ministerio de turismo para el proyecto Ecuador Potencia Turística, hace referencia que de acuerdo a un análisis basado en el servicio y la cantidad de oferentes turísticos que existen en el país, se determina que la oferta de este sector es deficiente debiéndose esto a que no se han realizado estrategias que fomenten las inversiones turísticas, ni estudios adecuados de la competencia y del mercado turístico total, asimismo existe mucha informalidad perjudicando el nivel del servicio que se presta a turistas nacionales y extranjeros y de no tratarse estos aspectos se estaría afectando negativamente el estado de la oferta turística del país, debido a que el servicio turístico es uno de los elementos que incide en la satisfacción del turista. (MINTUR, 2015)

En relación al recinto Puerto el Morro, en la actualidad se establece como uno de los principales atractivos turísticos de la parroquia el Morro debido a sus condiciones naturales, como su extenso estero y el manglar adyacente con su diversidad biológica resaltando a la gran cantidad de especies de flora y fauna entre

las que se destacan las aves y los delfines nariz de botella (Bufeos) debido a su cercanía con el Refugio de Vida Silvestre “Manglares El Morro”.

En este contexto la actividad turística se mantiene todo el año y se incrementa los fines de semana y feriados, se menciona la existencia de embarcaciones para desplazar turistas por el estero acompañados de guías, además existen tiendas, restaurantes, hospedaje y locales comerciales que ofertan productos de primera necesidad a la población local y visitantes, aún contado con diversos servicios la satisfacción del turista es afectada por factores como la calidad del servicio ofrecido, desconocimiento que contribuye negativamente debido a una mala percepción del servicio por parte de quienes visitan el Recinto Puerto el Morro, trayendo consigo elementos desfavorables como el transmitir la mala publicidad del destino a familiares y amigos de manera verbal o por redes sociales conllevando a una baja demanda turística, entre otros aspectos.

En relación a las necesidades del turista se ve afectado por la falta de innovación en cuanto al servicio de alimentos y bebidas debido al poco conocimiento de los servidores en ofrecer un valor agregado, de tal modo que las expectativas que se crea el cliente disminuye y a la vez lo aleja del lugar, asimismo el sitio carece de medios publicitarios o de alguna fuente de información que permita comunicar al visitante de los productos y servicios que se ofrecen a diario, situaciones que podrían comprometer al desarrollo turístico que hasta ahora se ha generado.

En base a lo planteado con esta investigación se pretende resolver las siguientes preguntas:

¿Cómo los servicios turísticos influyen sobre la satisfacción del turista que visita el Puerto el Morro?

¿De qué manera el servicio de restauración influye en la satisfacción del turista que visita el Puerto el Morro?

¿De qué manera el servicio de hospedaje influye en la satisfacción del turista que visita el Puerto el Morro?

¿Cómo el servicio de Guianza influye en la satisfacción del turista que visita el Puerto el Morro?

Tiene como objetivo general determinar la incidencia que tienen los servicios turísticos sobre la satisfacción del turista que visita Puerto el Morro, para lo cual se apoya a los siguientes objetivos específicos: determinar de qué manera el servicio de restauración influye en la satisfacción del turista que visita el Puerto el Morro, establecer de qué manera el servicio de hospedaje influye en la satisfacción del turista que visita el Puerto el Morro y determinar el servicio de guianza influye en la satisfacción del turista que visita el Puerto el Morro.

El presente proceso investigación se justifica por la relevancia social que tiene para el turismo de este lugar y los impactos positivos en la economía y sus diversos efectos multiplicadores sobre la economía de la población local, por lo tanto al estudiar de manera acertada al visitante se podrán planificar soluciones que

perfeccionen la oferta turística, y que proporción un mayor beneficio para el turista y una mayor rentabilidad al generar consumo e ingresos a los servidores turísticos y a la población local de Puerto el Morro ya que se mejora sus aspectos socioeconómicos.

Esta investigación implica la utilidad de una metodología ya que se utiliza un tipo de investigación descriptiva – correlacional, se aplican los diferentes métodos y técnicas que ayudó a obtener la información relevante, y el proceso para determinar la muestra objetiva a ser aplicada en la investigación de campo.

El enfoque que persigue esta investigación es correlacional para determinar el grado de incidencia que existe entre las variables; sin embargo, mediante la comprobación de hipótesis va a permitir aceptar o rechazar la misma, bajo estos contextos se plantea la siguiente hipótesis “Los servicios turísticos inciden en la satisfacción del turista que visita Puerto el Morro” la misma que hace referencia a la problemática planteada y que fue descartada o comprobada con los resultados obtenidos.

El presente trabajo está estructurado del siguiente modo; para el capítulo I se lleva a cabo la revisión de la literatura de trabajos que le anteceden al tema propuesto, luego se realiza el análisis de teorías y conceptos varios autores de las variables e indicadores seleccionados, además se plantean los aspectos sociales y legales en los cuales se sustenta la investigación.

En el capítulo II, se seleccionaron los materiales y métodos de acuerdo a la de investigación descriptiva correlacional que se utilizó, posteriormente se diseñó el proceso de muestreo y el plan para recolectar la información de campo obtenida.

En el capítulo III, se llevó a cabo el análisis de datos de la entrevista a las autoridades y la encuesta a los turistas, se comprueba la hipótesis plantada para el estudio, se identifican las limitaciones que no permitieron el total cumplimiento de los objetivos, y luego se mostraron los resultados más importantes sobre la incidencia que tiene los servicios turísticos con la satisfacción del turista, y posteriormente se elaboraron las conclusiones y recomendaciones en relación a los objetivos de la investigación.

CAPÍTULO I

MARCO TEÓRICO

1.1. Revisión de la literatura

La revisión se efectuó en relación a la primera variable servicios turísticos, de los cuales se desprende de varios países como Perú, España y Venezuela, lo que va a permitir ampliar información relativa al tema de estudio.

El trabajo del autor De la Torre (2011) titulado “Turismo y calidad del servicio” con el objeto de analizar la importancia del servicio específicamente en el ámbito turístico a través de las experiencias e interacciones de los turistas en el periodo de su estadía, asimismo de la percepción que tienen referente al destino, mediante una investigación exploratoria se determinó que el visitante evalúa la calidad como satisfacción o insatisfacción generalizando los defectos del servicio, de tal modo que se debe aplicar una revisión constante de los procesos teniendo como prioridad al turista. Los autores Brea y González (2006) realizaron un estudio acerca de la relación entre la calidad de servicio y la satisfacción del consumidor para evaluar los conceptos bidireccionales y unidireccionales, es decir, desde el origen de ambos aspectos hasta la actualidad, mediante una investigación descriptiva se determinó que se ha logrado identificar cuatro factores, asimismo que su incidencia hacia la satisfacción es clara y significativa y que es una combinación entre el valor percibido, de la misma manera es conveniente aplicar modelos con una gran cantidad de indicadores que permita mejorar la calidad.

Por otro lado el autor Ramírez (2006) en su investigación sobre los servicios turísticos busca determinar las diferencias entre las expectativas y percepciones que tienen los turistas a través de cinco dimensiones (tangibilidad, capacidad, fiabilidad, seguridad y empatía), mediante un estudio descriptivo y de campo se evidencia que el nivel de calidad es bueno, asimismo el equipamiento e instalaciones están en buenas condiciones para el uso del visitante, referente al servicio está calificado en base a la atención, seguridad, confianza y comunicación que le transmite al cliente, aunque hay que enfocarse en la solución de problemas, apariencia y cortesía.

Referente a la variable satisfacción de turista se ha considerado estudios basados en países como Perú y España a fin de contribuir al tema propuesto, los cuales se presentan a continuación:

Los autores Velásquez y Chambilla (2013) en una investigación acerca del grado de satisfacción tienen como objeto medir las experiencias obtenidas por los turistas a través de tres niveles (satisfecho, justo o igual e insatisfecho), de tal modo que el estudio aplicado es de tipo cuantitativo donde se determinó que los lugares y atractivos de interés turístico son importante para el visitante en el momento de satisfacer sus expectativas, asimismo la oferta básica debe estar en las condiciones adecuadas para ampliar la estadía de los turistas.

Por otro lado la investigación acerca de satisfacción del turista, García (2006) busca evaluar los componentes que determinan la valoración de una experiencia

buena en el turista, basado en información, hospitalidad, conservación, infraestructura y sobre todo calidad, a través de un estudio de campo se evidencia que el turismo abarca diferentes actividades y todas están ligadas a la satisfacción, sin embargo se debe realizar una mejora continua de cada aspecto, de tal modo que incremente los niveles de lo ante mencionado

En otro estudio realizado por Muñoz, Carrera y Inostroza (2009), sobre el nivel de satisfacción de los servicios de guiados en el Parque Nacional Galápagos- Ecuador, tiene como propósito evaluar las diversas competencias de los guías naturalistas de este parque, así como el nivel de satisfacción de los turistas con el servicio prestado, para aquello utilizó encuestas, entrevistas, talleres y reuniones con todos los actores sociales relacionados con la guianza turística, obteniendo como resultado que el índice de satisfacción del turista con respecto a la guianza es muy bueno(8/10) ya sea para cruceros navegables o tour diario y sin importar la procedencia de los turistas.

1.2. Desarrollo de las teorías y conceptos

1.2.1. Servicios turísticos

Se entiende como el conjunto de actividades perfectamente diferenciadas entre sí, pero íntimamente relacionadas que funcionan en forma armónica y coordinada con el objeto de responder a las exigencias de servicio planteadas por la composición socioeconómica de una determinada corriente turística. (Ramírez, 2002)

Otro autor Flores (2012) define a los servicios turísticos como toda actividad que es realizada por una persona física o moral, pública o privada, tendiente a satisfacer necesidades específicas directamente planteadas por el desplazamiento turístico.

El desplazamiento de los turistas conlleva al consumo de diversos servicios vinculados a las actividades coordinadas y que es realizada por diversas personas para satisfacer deseos o necesidades durante un viaje.

Se puede establecer que los servicios turísticos son el conjunto de prestaciones abarcando desde hechos, actividades o productos que permitan en el visitante satisfacer sus necesidades y a su vez lograr un acercamiento al uso de los recursos turísticos.

1.2.1.1. Actividades turísticas

La suma de actividades creadas en el ámbito turístico permite diversificar los segmentos de mercados, es así como la OEA (1978) citado por Aguilar, Rivas y González (2008) respecto a la definición de actividades turísticas mencionan “son aquellos actos que realiza el consumidor para que acontezca el turismo, son el objetivo de su viaje y la razón por la cual requiere que le sean proporcionados los servicios”.

El conjunto de atractivos que comprende un destino constituyen la motivación del visitante, dado que si no existe o se diseñan actividades no habría desarrollo turístico, en muchos casos el estado natural o el paisaje no completa en su totalidad las

expectativas del turista; sin embargo al transcurrir el tiempo se ha identificado varias tipologías de actividades.

Se determina que las actividades turísticas permiten potenciar el contacto activo con los turistas y deben estar plenamente planificadas para el consumo y disfrute de los visitantes, siendo esta una de las motivaciones por la cual realizan su desplazamiento, de la misma manera deben complementarse con servicios que aportan su experiencia.

Entre las principales actividades turísticas se mencionan las siguientes:

1.2.1.1.1. Transporte

El transporte considerado como parte de la oferta básica y es uno de los principales servicios que adquiere el turista, siendo así como Burkart y Medlik (1981) citado por Mayorga (2011) define al transporte como: “el medio de alcanzar el destino turístico y también el medio de moverse dentro del propio destino”. Pág. # 3

Es una manera de acortar distancia y desplazarse por diversos lugares, si bien es cierto ha sido influenciado por el turismo, permitiendo la transportación de personas de acuerdo a su tipología pudiendo ser: aéreo, terrestre y marítimo.

Ante lo expuesto, se define como transporte que es un elemento determinante del producto turístico, es sin duda la forma de cómo llegar hacia el destino; de tal modo que crea relación con las facilidades turísticas (alojamiento, servicio A&B y lugares de recreación), además este servicio es evaluado por criterios de coste, rapidez, comodidad y capacidad para la buena prestación de los visitantes.

1.2.1.1.2. Alojamiento

Son muchas las definiciones acerca de alojamiento sin embargo es un establecimiento que permite alojar a personas, según Mayorga (2011) se entiende como bien que se encuentra físicamente situado en el destino y acoge al visitante como su nuevo hogar mientras dure su permanencia, satisfaciendo a plenitud la necesidad de descanso del visitante y permitiéndole desplazarse de allí al destino turístico y regresar al mismo. Pág. # 2

En el ámbito turístico son empresas que brindan este servicio de forma habitual y de manera muy profesional, considerado como una contraprestación, es decir, de un precio o cambio monetario; de la misma manera estos establecimientos ofertan servicios complementarios en la mayoría de los casos el de alimentos y bebidas.

De acuerdo a la definición de alojamiento se entiende como un lugar físico y de muy buena instalación en el cual alguien vive de manera temporal, de tal modo que le permita descansar, asearse entre otras actividades, sin embargo estas necesidades están ligadas a un buen servicio y que acorde a los estándares de calidad son clasificados mediante estrellas.

Aquellas empresas que prestan servicios de alojamiento a personas que se encuentran de viaje se las denomina generalmente como hotelería u hostelería, según el lugar en el cual se encuentre.

1.2.1.1.3. Precio de los productos y servicios

El precio es uno de los principales factores que pueden determinar la satisfacción de un turista, el autor Nicolau (2008) hace referencia que el precio desde un punto de vista estrictamente económico, el precio se puede definir como la cantidad de dinero que se precisa para adquirir una determinada cantidad de un bien o servicio.

El precio se concibe, así como la relación formal que indica el sacrificio monetario que el consumidor debe realizar para conseguir del vendedor una cierta cantidad de producto. Para la empresa el precio es un valor de transacción fijado para comercializar sus productos en el mercado, cubrir costes y obtener beneficios; mientras que para el consumidor el precio es la cantidad monetaria que está dispuesto a gastar a cambio de adquirir un producto que satisfaga sus deseos.

1.2.1.1.4. Restauración

La restauración alimenticia abarca el servicio de alimentos y bebidas, sin bien es cierto los establecimientos de alojamiento son uno de los más beneficiados ya que ofrecen este elemento adicional permitiendo expandir la estadía del turista, según MINCENTUR (2008) define “son aquellos establecimientos que expenden comidas y bebidas preparadas al público en el mismo local”.

La restauración alimenticia ha experimentado a lo largo del turismo una aportación al desarrollo de manera rápida, siendo ésta parte de la oferta básica considerando que el visitante adquiere este servicio casi de manera obligatoria, ya que en algunos

casos no puede hospedarse o hacer uso de los recursos turísticos, pero sin duda el servicio de alimentos y bebidas es requerido en cualquier momento.

Ante lo expuesto por los autores se entiende como restauración alimenticia a un establecimiento que expende el servicio de comida desde su producción hasta la prestación de su venta apta para todas las personas, cabe destacar que es una fuente generadora de empleo por ser un servicio de consumo masivo.

1.2.1.1.5. Guianza

El servicio de guianza está asociado a la actividad que realiza un guía turístico, por lo tanto, se puede considerar al guía de turismo como la persona natural que presta servicios profesionales en el área de guianza turísticas, cuyas funciones hacia el turista, viajero o pasajero son las de orientarlo, conducirlo y asistirlo durante la ejecución del servicio contratado. (VALENCIA, 2004)

Otro autor menciona que el guía de turismo es la persona que representa el más humano de los servicios turísticos que puede ofrecerse a un viajero o visitante: es quien lo atiende, lo protege, le enseña, lo conduce y lo acompaña durante su viaje por algún destino del mundo (Interpretes Patrimonio Colombia, 2012).

Se puede establecer de acuerdo a los autores que guía de turismo, es la persona quien utilizando infinidad de recursos académicos, técnicos y humanos, hace que el turista o viajero se sienta satisfecho durante su desplazamiento por algún destino y vuelva a su lugar de origen con una experiencia memorable.

1.2.1.1.6. Operadores turísticos

Existen un sinnúmero de definiciones, sin embargo no hay una definición exacta sobre lo que es un tour operador, se puede decirse que este es el encargado de consolidar servicios, generalmente en el destino donde se lleva a cabo el proceso de la intermediación entre el mayorista que vende al cliente final, y el destino turístico con todos los servicios implicados en el proceso de visitación del turista. (Martínez, 2016).

Este mismo autor Martínez (2016) menciona que la principal característica del operador turístico es que desarrollan productos que están basados en la facilitación y contemplación de los recursos y atractivos turísticos en la estadía del destino, llamando a estos productos excursiones o tours pudiendo integrar alrededor de estos todos los servicios que se relacionan con la visita como son los traslados, alojamiento, alimentación, servicios complementarios, parques, entre otros.

1.2.1.1.7. Calidad de los productos y servicios turísticos

Existen un sinnúmero de definiciones sobre la calidad de los productos y servicios, sin embargo el autor Revuelta (2010) la define como el nivel de excelencia que una empresa está dispuesta a alcanzar para satisfacer a sus clientes, mencionando que la fijación de la satisfacción del cliente debe ser uno de los objetivos de mayor importancia.

Gestiopolis (2016) menciona que el concepto de calidad en empresas de servicios turísticos responde a la satisfacción del turista en términos de atención, calidad,

servicios, bienestar, seguridad y debe responder a la mejora continua de la imagen y el afianzamiento de la empresa.

De acuerdo a lo expuesto por los autores la calidad en los productos y servicios es de gran relevancia ya que por medio de aquello se califica la satisfacción del turista, asimismo es una carta de presentación del lugar, destino u establecimiento que acoga el visitante, inmersos en enfoques que contribuyen al recurso humano y técnico; además es el factor clave que permite al lugar ser competitivo.

1.2.2. Satisfacción del turista

Según García (2006) la medición de la satisfacción del consumidor en el sector turístico no es un ejercicio fácil dada la dificultad de medir una calidad percibida tan compleja como es la que percibe un turista, desde que llega a su destino hasta que lo abandona (el transporte, el alojamiento, los precios, entre otros).

El nivel de conformidad de los turistas se basa en cuan satisfechos ellos se encuentren; sin embargo, se puede medir mediante la calidad que ellos reciban de los productos y servicios que consuman y de la percepción que adquieran del lugar.

Se define que la satisfacción del turista abarca el grado de aceptación del servicio brindado; sin embargo, si el visitante se siente complacido y ha cubierto sus necesidades con experiencias positivas, aquel va a volver al lugar y aún más atraerá mayor número de personas por la referencia gratuita y beneficiosa que le otorga al destino.

1.2.2.1 Percepción del turista

La percepción que obtiene el turista del destino o atractivo que visita está basado mediante experiencias o estímulos que permite seleccionar, organizar e interpretar las sensaciones, es así como el autor Vargas (1994) hace referencia de acuerdo a esta definición:

Como el proceso cognitivo de la conciencia que consiste en el reconocimiento, interpretación y significación para la elaboración de juicios en torno a las sensaciones obtenidas del ambiente físico y social, en el que intervienen otros procesos psíquicos entre los que se encuentran el aprendizaje, la memoria y la simbolización. Pág # 48

Asimismo, los autores Smith y Kosslyn (2008) mencionan acerca de la percepción que “implica interpretar información, que con frecuencia es ambigua, insuficiente o apabullante, a la luz del conocimiento, las creencias, las metas y las expectativas.” El proceso cognitivo permite recabar la información y almacenarlos en la mente del individuo, de tal modo que el estímulo es el encargado de aceptar o rechazar según crea conveniente.

De acuerdo a la definición de los autores se concluye que la percepción es la respuesta sensorial de la incitación del cerebro de los turistas, a fin de interpretar lo desconocido y almacenar u olvidar las experiencias adquiridas en el transcurso del viaje.

1.2.2.1.1 Estímulos del turista

El destino o los atractivos que visita el turista son capturados por los sentidos creando un estímulo de aceptación o rechazo, es así como los autores Pérez y Gardey (2008:22) dicen que “es un factor químico, físico o mecánico que consigue generar en un organismo una reacción funcional, es aquello que posee un impacto o influencia sobre un sistema.”

Los factores de estímulo originan que los sentidos del cuerpo humano reaccionen a los receptores sensoriales y dan respuesta emocional o psicológica de manera natural a los acontecimientos, influenciado directamente sobre el comportamiento del turista que visita un lugar.

Ante lo expuesto, se determina que los estímulos percibidos por el turista son adquiridos por medio de los sentidos, de tal modo que permiten dar una señal efectiva ante situaciones ajenas, provocando interacción entre el individuo y el ambiente que lo rodea.

1.2.2.1.2 Niveles de Satisfacción del turista

El consumo de productos y servicios por parte de los turistas se lleva a cabo mediante niveles de satisfacción lo que permite identificar en que aspecto recae cada visitante después de adquirirlo, es así como el MINTUR (2012) detalla estos niveles:

Ilustración # 1 Niveles de satisfacción del turista



Fuente: MINTUR (2010)
Elaborado por: Macías, S (2017)

Los niveles comprendidos se manifiestan acorde a la experiencia recibida ya sea por el lugar, actividades o productos que adquieran, desde primera instancia la insatisfacción lo que significa que no alcanza las expectativas del turista, consecuentemente la satisfacción reflejada por el desempeño y calidad; sin embargo la complacencia ocurre cuando sobrepasa las limitaciones del visitante.

Se determina que los niveles dependen de cada apreciación que el turista obtiene del servicio, cabe destacar que cuando existe una deficiente atención el destino en general recae en una mala publicidad, un aspecto positivo en relación a una buena experiencia es que se fideliza los clientes creando un target seguro para el lugar.

1.2.2.2 Experiencia del turista

El autor Brakus (2010) menciona que el turista que viaja a un destino turístico no realiza meramente un viaje físico. El verdadero viaje es interior y radica en cómo percibe el lugar que visita, sus gentes, y el impacto que esta percepción subjetiva y

personal le produce. En función de múltiples factores y condicionantes el turista vive una experiencia vacacional. El viaje a un destino turístico es siempre una experiencia para el turista, de mayor o menor significado pero una experiencia. Las experiencias se producen cuando los consumidores buscan un producto, cuando lo compran y reciben el servicio y cuando lo consumen.

1.2.2.2.1 Motivaciones del turista

Según Brenner (2006) muchas de las teorías sobre la motivación de los turistas están basadas en la naturaleza jerárquica o evolutiva de las motivaciones de cada persona. En modelo jerárquico de necesidades de Maslow propone una secuencia de necesidades que empieza por los deseos básicos de la supervivencia corporal llegando hasta un proceso de auto-conocimiento y aprovechamiento máximo de su potencial.

Las motivaciones de los turistas dependen de cada persona y de la necesidad que tenga, por ejemplo, salud, vacaciones, trabajo, entre otros.

1.2.2.2.2 Interacción del turista

El autor Armas (2006) uno de los elementos que pueden contribuir a generar una experiencia satisfactoria es la interacción que se produce entre la población local del destino y el turista. Así es reconocida la contribución en la generación de satisfacción el carácter hospitalario y amable de los habitantes de algunos destinos.

La interacción del turista con la población del destino conlleva a generar una experiencia satisfactoria.

1.2.2.3 Turistas

Según la OMT (2010), es toda persona sin distinción de raza, sexo, idioma o religión, que entra en el territorio de un estado distinto de aquel en que dicha persona tiene su residencia habitual y permanezca en él veinticuatro horas al menos y no más de seis meses, con fines de turismo, deportes, salud, asuntos familiares, estudio, peregrinaciones religiosas o negocios, sin propósito de inmigración.

El turista es influenciado en su desplazamiento por medio de una motivación o situación que le permite alejarse de su lugar habitual, sin embargo con el impacto del turismo se han ido identificando diferentes tipologías asimismo características e actitudes que conllevan a una mejor segmentación.

De acuerdo a lo expuesto, se determina que un turista es una persona de cualquier género sin distinción alguna, y que es conducido por diferentes circunstancias a viajar a lugares fuera de su entorno, además debe generar desarrollo turístico al lugar que visita mediante el consumo de los productos y servicios.

1.2.2.3.1 Perfil del turista

El perfil del turista se asocia a los datos sociodemográficos para caracterizar a los consumidores de servicios turísticos: nacionalidad, lugar de residencia, género, edad, composición familiar y nivel socioeconómico. (SECTUR, 2010)

Según la Teoría de Stanley en toda sociedad existe un eje que constituye el vínculo humanístico, Quesada (2010) menciona los perfiles de los turistas basados en la teoría de Stanley:

Alocéntricos: son turistas que buscan desplazarse a lugares pocos visitados con la finalidad de conocer nuevas culturas, les gusta utilizar el transporte aéreo.

Psicocéntricos: son turistas que optan por un alojamiento de clase media - alta, se desplazan por vía terrestre.

Midcéntricos es la mezcla de turismo aventurero y familiar.

De acuerdo a lo citado se puede definir que el turista es aquella persona que se traslada de su entorno habitual a otro punto geográfico, estando ausente de su lugar de residencia habitual más de 24 horas y su estadía es inferior a un año con fines de ocio, negocio entre otros.

Es importante mencionar que a pesar de que cada turista tenga un perfil predefinido, persigue siempre un mismo objetivo que es el de disfrutar plenamente del lugar y llevarse las mejores experiencias.

1.3 Fundamentos sociales y legales

1.3.1 Fundamentos sociales

1.3.1.1 Población

Uno de los elementos sociales más relevantes que intervienen dentro del proceso investigativo es la población, que según el censo realizado en el 2010 por INEC, el Recinto Puerto el Morro cuenta con 1802 habitantes, contando con diversidad de pueblos ancestrales no agrupados y otros, donde el grupo que más predomina es de los mestizos con un 76%. Cuenta con sus agrupaciones comunitarias como la “Comuna Ancestral Puerto el Morro” y el “Comité de Desarrollo Comunitario” que

son quienes están pendientes de realizar actividades que beneficien el desarrollo de la comunidad. (Delgado, 2015)

1.3.1.2 Las fiestas

Los fundamentos sociales más importante y destacados son las fiestas, la primera es la que se festeja en octubre, los moradores realizan una consagración a Cristo Rey, donde realizan una procesión acuática en pequeñas embarcaciones, de la misma manera en el quinto mes de cada año celebran el tradicional Festival de la Lisa, con la finalidad de acaparar turista y promocionar al Recinto. (Delgado, 2015)

1.3.1.3 Antecedentes Históricos

Otros de los fundamentos sociales están relacionados con la historia y la cultura, aunque no es muy clara entre sus propios habitantes, debido a la falta de documentos oficiales y literatura sobre el tema. Sin embargo hay contenidos que permiten tener una información acerca de la creación de El Morro, aunque se pone en duda la fecha de fundación se dice que fue en 1653, 1654 otros afirman que la fundación data de 1735, además hay datos donde indican que los indios provenientes de Chanduy se radicaron en el actual San Juan para trasladarse en lo posterior a lo que actualmente se conoce como la cabecera cantonal El Morro con la finalidad de estar cerca del puerto para salir fácilmente de Guayaquil, ahora a la isla Puná. (Delgado, 2015)

1.3.1.4 Desarrollo económico

Los aspectos que se relacionan con los fundamentos sociales, es el desarrollo económico, donde la actividad de mayor ingreso es la pesca artesanal y la recolección de conchas, ostiones, cangrejos, etc. Sin embargo, otra opción para los habitantes de desarrollo económico ha sido trabajar en camaroneras entre lo más destacado, también tenemos la agricultura y la ganadería en menor escala. (Delgado, 2015)

Desde una década atrás, se empezó a suponer que el turismo era una buena opción para que la localidad del sector tenga nuevas fuentes de trabajo, influyendo positivamente en el factor económico del Recinto. En el año 2006 se crea el primer centro de interpretación ambiental del lugar generando el interés de entidades públicas que de a poco fueron impulsando el Ecoturismo que ofrece este sector costero, dándole una oportunidad a puerto El Morro para convertirse en destino turístico. (Delgado, 2015)

1.3.1.5 Turismo

El turismo se ha convertido en una gran fuente de ingresos para la localidad es por esto que las autoridades centrales y seccionales van contribuyendo con el desarrollo turístico de la zona con la intención de implicar a la comunidad en estas actividades para su beneficio. Si bien es cierto el Recinto Puerto El Morro no cuenta con una planta turística; gracias a la realización de un proyecto de Hospedaje Comunitario realizado por el Ministerio del Ambiente como solución a esta carencia fundamental

para los destinos turísticos, conjuntamente colaboró con entrega de cabañas ecológicas para la venta de alimentos y comidas típicas del lugar como la Lisa y cazuela de mariscos, de la misma manera se realizaron capacitaciones brindadas a la comunidad. (Delgado, 2015)

Por parte de la Municipalidad de Guayaquil que realiza obras de regeneración urbana ha mejorado la imagen del pueblo asfaltando las calles, mejorando la calidad de vida de los moradores y aportando al desarrollo turístico, asimismo se desarrolló un proyecto como el Malecón, sin embargo la Prefectura del Guayas a través de su plan estratégico de promoción turística de la provincia, incluyó al Recinto dentro de La Ruta Del Pescador. (Delgado, 2015)

Los diferentes aportes que les brindan a la población de Puerto El Morro es que aprenda a cuidar los recursos naturales y patrimonios, contribuyendo a un turismo sostenible. La principal actividad turística que se puede realizar es turismo de naturaleza o Ecoturismo ya que cuenta con una extensa área de manglares y a su vez es Patrimonio de Áreas Naturales del estado (PANE) formando parte del Sistema de Nacional de Áreas Protegidas. (Delgado, 2015)

El Refugio de Vida Silvestre Manglares El Morro (REVISMEM), fue creado mediante acuerdo ministerial N.- 266 el 13 de septiembre de 2007 y entre sus principales objetos de conservación están una población residente de bufeos costeros y una población de fragatas. Esta área contiene 10.130,16 hectáreas de superficie está ubicado en la zona del canal del Morro y corresponde al subsistema de áreas protegidas marinas y costeras pertenecientes al Sistema Nacional de Áreas

Protegidas - SNAP y que está bajo la autoridad de la Subsecretaría de Gestión Marina y Costera del Ministerio del Ambiente. (Delgado, 2015)

Principales atractivos

La ruta Isla Manglecito o Isla de Los Pájaros.

Partiendo desde Puerto El Morro se llega hasta la isla que está a 8 kilómetros del puerto. En el recorrido se pueden observar delfines y fauna marina. En la isla se observa una gran cantidad de fragatas. Para realizar este recorrido se necesita de un guía naturalista.

Ruta del Canal del Morro.

Partiendo del Puerto El Morro se realiza un recorrido de 15 kilómetros hasta la entrada al Canal del Morro. Se pueden observar los delfines costeros y el ecosistema de manglar. Se requiere de un guía para el recorrido. Existen cabañas comunitarias para hospedarse en el recinto Puerto El Morro.

Servicios turísticos

Guianza Turística: Son 16 guías capacitados por los Ministerios de Turismo y Ambiente, y que se relacionan con el avistamiento de aves y delfines, además de la atención al turista en los recorridos.

Paseos en Botes: Dedicados a la transportación de turistas. Algunos son los propietarios de los botes. **Recepción y Servicio al Turista:** Son promotores de

turismo, que realizan actividades de enlace con hoteles y restaurantes, para ofertar los recorridos a los turistas.

Servicio de Alojamiento: En la actualidad, la Asociación Socio ambiental Eco club Los Delfines, está llevando a cabo un proyecto para la implementación extra hotelera, de Hospederías Comunitarias, en las familias del sector, financiados con fondos del Proyecto de Manejo de Recursos Costeros.

Comedores: Es aquel establecimiento en el cual se ofrece a los clientes comidas y bebidas de diversos tipos para su consumo.

Existen tres comedores, donde se vende comida típica del lugar, como: Arroz marinero; Ceviches; Cazuela marinera; entre otros platos elaborados con productos del mar. Además de bebidas como: agua, jugos, cola, etc. Cabe resaltar los precios económicos. En el mes de mayo, de todos los años, se desarrolla un evento denominado “Festival de la Lisa.

Muelles: Existen tres muelles para embarque y desembarque de pasajeros en Puerto El Morro. El primero se localiza en el Ecoclub Los Delfines, y es de madera, construido en el año 2009 por el Ministerio del Ambiente; mientras que el otro muelle es de cemento y construido en el 2008 por la Prefectura del Guayas, y se encuentra en la Asociación Fragatas y Delfines. El tercer muelle, se encuentra en el Sendero Acuático La Islita, y actualmente se encuentra inhabilitado.

Embarcaciones y Tours: Existen un total de 25 embarcaciones entre las dos organizaciones de Puerto El Morro. Cada embarcación puede llevar máximo 15

pasajeros. En cada paseo se cuenta con la presencia de un Guía Naturalista. El precio por un tour guiado oscila entre USD\$ 5 a 8 dólares. La mayoría de visitantes optan por el recorrido corto, el cual no incluye la visita a la Isla Manglecito. El tour corto incluye la visita a La Islita y la observación de delfines, y toma alrededor de 1.5 horas. Y el recorrido largo, con avistamiento de delfines y visita a la Isla Manglecito toma 3 horas.

1.3.2 Fundamentos Legales

Constitución de la República del Ecuador

Según en la sección novena de personas usuarias y consumidoras en la Constitución en el Art. 52.- tienen derecho a disponer de bienes y servicios de óptima calidad y a elegirlos con libertad, así como a una información precisa y no engañosa sobre su contenido y características.

La ley establecerá los mecanismos de control de calidad y los procedimientos de defensa de las consumidoras y consumidores; y las sanciones por vulneración de estos derechos, la reparación e indemnización por deficiencias, daños o mala calidad de bienes y servicios, y por la interrupción de los servicios públicos que no fuera ocasionada por caso fortuito o fuerza mayor.

Ley de Turismo

Según la ley de turismo en el artículo 4, literal a) indica que la actividad turística debe potencializar el fomento del desarrollo turístico mediante la promoción y la iniciativa privada y comunitaria por parte de los actores involucrados en el sector

turístico con la finalidad de brindar un buen servicio. Asimismo, en el Art. 5 se sustenta que las personas naturales o jurídicas que se dedican a la actividad turística pueden ofrecer desde la oferta básica y complementaria, de la misma manera mediante agentes de viajes

Plan Nacional Buen Vivir 2013 -2017

El objetivo 10 en su lineamiento 10.3 literal g) menciona que el turismo debe ser impulsado en los sectores prioritarios o de lugares donde se desarrolla la actividad turística, de la misma forma el literal h) menciona que se debe posicionar el turismo y que éste debe ser ético, responsable, sostenible e incluyente, de la misma manera es importante que todo destino sea posicionado mediante promoción para que aporte al desarrollo del turismo.

CAPÍTULO II

MATERIALES Y MÉTODOS

2.1 Tipos de investigación

Esta investigación es de tipo correlacional, de tal modo que se pretende medir el grado de relación y la manera de cómo inciden los servicios turísticos con la satisfacción del turista, describiendo las situaciones de cada variable comprendido en el campo dichas relaciones se establecen dentro de un mismo contexto, a su vez es validado con la comprobación de la hipótesis y el análisis de datos obtenidos que contribuyen a las conclusiones generales del objeto de estudio.

2.2 Métodos de investigación

Se han establecido varios métodos con el propósito de fundamentar la información, de tal modo que permita ser comprendida en su totalidad, la misma que se presenta desde la deducción hasta los resultados finales, facilitando una mejor comprensión del tema en estudio.

2.2.1 Método Analítico – Sintético

Este método permitió llevar a cabo el análisis de teorías y definiciones citadas en la investigación, para luego ser integradas de manera holística, asimismo indagar los factores que integran cada variable y sus indicadores, respecto a la recolección de los datos obtenidos a través de los instrumentos permitieron compenetrar el estudio de campo con lo teórico.

2.2.2 Método Inductivo – Deductivo

Se utilizó este método con el objeto de obtener las conclusiones generales de la investigación, para lo cual se llevó a cabo la observación de los hechos de cada variable asimismo se realizó la clasificación de cada fenómeno encontrado.

El método inductivo – deductivo especifica cada elemento de la investigación desde los indicadores hasta las dimensiones a fin de dar respuesta los resultados.

2.3 Diseño de muestreo

2.3.1 Población y muestra

Con el objeto de localizar a la población para este proceso investigativo se ha considerado a los turistas que visitaran el Refugio de Vida Silvestre Manglares El Morro, los mismos que percibirán y/o consumirán los servicios turísticos, siendo estos los que pueden valorar de manera positiva o negativa los servicios turísticos, asimismo se ha considerado a los servidores turísticos que desarrollan su actividad en la localidad y que están en constante interacción con el turista y a varias autoridades locales que están a cargo de la actividad turísticas.

Cuadro N. 1 Población de estudio

	CANTIDAD	FUENTE	INSTRUMENTO
Turistas que visitaran el Refugio de Vida Silvestre	0		ENCUESTA
Servidores turísticos	20	Fuente propia	ENCUESTA
Autoridades	4	Fuente propia	ENTREVISTA

Elaborado por: Macías, S (2016)

Para el cálculo de la muestra a turistas se estableció una fórmula para poblaciones infinitas ya que no se conoce el número de los turistas, asimismo para la recolección de la información se recurrió un tipo de muestreo probabilístico no estratificado, para la encuesta a servidores turísticos y entrevista a las autoridades se utilizó un muestreo probabilístico por conveniencia con el propósito de obtener un mejor desarrollo de trabajo, a continuación, se da a conocer la muestra a utilizar:

Cuadro N. 2 Muestra a utilizar

	MUESTRA	INSTRUMENTO
Turistas que visitan el Refugio de Vida Silvestre Manglares El Morro	384	ENCUESTA
Servidores turísticos	20	ENCUESTA
Autoridades	04	ENTREVISTA
Total.	408	

Elaborado por: Macías, S (2016)

2.4 Diseño de recolección de datos

Las técnicas que se utilizaron para la recolección de información se establecieron de acuerdo al tipo de estudio, donde se identificaron los factores teniendo como base los instrumentos necesarios, los mismos que fueron complementados con fuentes primarias y secundarias.

2.4.1 Entrevista

Este instrumento estuvo basado a través de un cuestionario semiestructurado con preguntas abiertas, donde se recabó información de las autoridades principales del Recinto Puerto El Morro, que mediante su experiencia en el ámbito turístico

manifestaron las diferentes perspectivas referentes al tema, y a su vez permitieron identificar aspectos ajenos al proyecto de investigación.

2.4.1 Encuesta

La encuesta se aplicó para poder medir los indicadores del trabajo investigativo donde se realizó un cuestionario, estructurando preguntas cerradas, Dicotómicas, Escala de Likert y de Opción Múltiple, este instrumento permitió recolectar las diferentes perspectivas de los turistas y servidores turísticos referente a los servicios turísticos que ofrece Puerto El Morro de la misma manera medir el nivel de satisfacción.

CAPÍTULO III

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

3.1 Análisis de datos

3.1.1 Análisis de la entrevista

En el presente trabajo de investigación se consideraron entrevistas dirigidas al Presidente del Puerto el Morro, con la finalidad de obtener información que permita dar solución a la problemática planteada en este documento.

1.- ¿De qué manera califica usted al servicio que ofrecen los servidores turísticos de Puerto el Morro?

De acuerdo a la mayoría de los entrevistados los servicios turísticos que se ofrecen en Puerto el Morro fueron calificados como buenos, manifestando que esa percepción se debe a que la gran mayoría de estos han mejorado constantemente, pero expresaron también, que estos no son óptimos como debería ser, debido a diferentes aspectos que afectan su calidad.

2.- ¿Considera usted que los visitantes están satisfechos con el servicio que se les brinda?

Las personas que participaron de la entrevista, comentaron en su gran mayoría que perciben la satisfacción del turista de manera buena, debido al consumo que se genera y la visita frecuente que tienen por parte de los visitantes, sin embargo, ellos

destacaron, que la satisfacción no es total, ya que a pesar de que se trata de hacer lo mejor, muchas veces algunos factores del destino no ayudan a que esta sea óptima.

3.- ¿Cuáles son los principales problemas o carencias con los que se enfrentan los servidores turísticos

Entre los principales problemas que los entrevistados destacaron esta la competencia desleal que se da los fines de semana y feriados, ya que se resta ingresos a sus emprendimientos, la nula regulación de las actividades turísticas y la poca promoción que se le realiza al destino para su visita, expresando que debe darse prioridad a estos aspectos de manera urgente.

4.- ¿Considera usted, que los precios de los servicios turísticos son adecuados para el turista?

Las personas que fueron entrevistadas comentaron que los precios de los servicios turísticos de manera general son adecuados y se ajustan a los de otros destinos o lugares turísticos cercanos, debido a que se manejan diferentes precios para los diversos tipos de turistas, sin embargo, destacaron que hay precios excesivos que pueden generar malas referencias para el destino y recomiendan que se debe trabajar en la regulación de estos a efectos de mejorar la satisfacción del turista, de tal manera que se logre mantener a los demandantes actuales como una cartera fija de turistas.

3.1.2 Análisis de encuesta a turistas

1.- ¿Cuál es su edad?

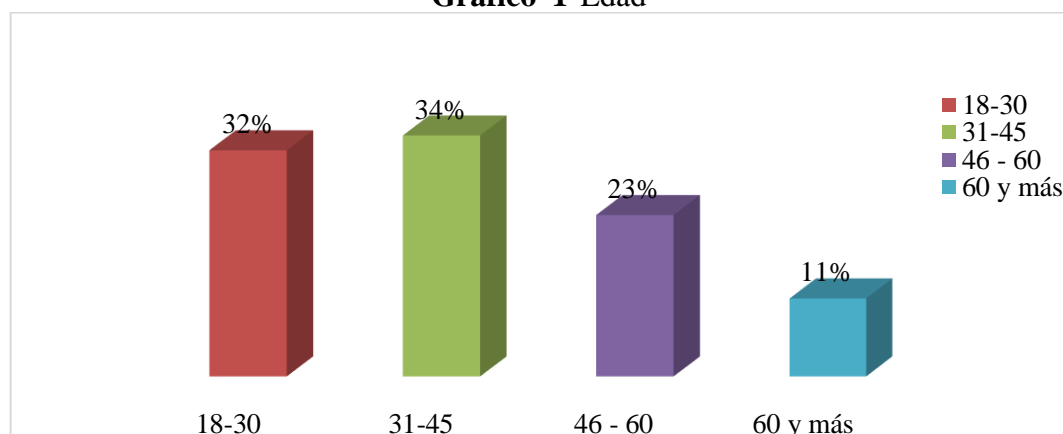
Tabla N. 1 Edad

EDAD	F	%
De 18 a 30	121	32%
De 31 a 45	129	34%
De 46 a 60	90	23%
De 60 y mas	44	11%
Total	384	100%

Fuente: Encuesta a turistas (2017)

Elaborado por: Macías, S (2017)

Gráfico 1 Edad



Fuente: Encuesta a turistas (2017)

Elaborado por: Macías, S (2017)

El 34% de los turistas encuestados tienen una edad que oscila entre los 31 y 45 años, seguido están los turistas que tienen entre 18 y 30 años que comprende el 32%, mientras que con un 23% están los de 46 a 60 años y finalmente con un 11% los de más de 60 años. Es evidente y hay que destacar que los clientes de los establecimientos turísticos de Puerto El Morro están integrados por personas con edad promedio de 36 años, quienes disfrutan mucho de la actividad turística en el recinto.

2.- ¿Cuál es su género?

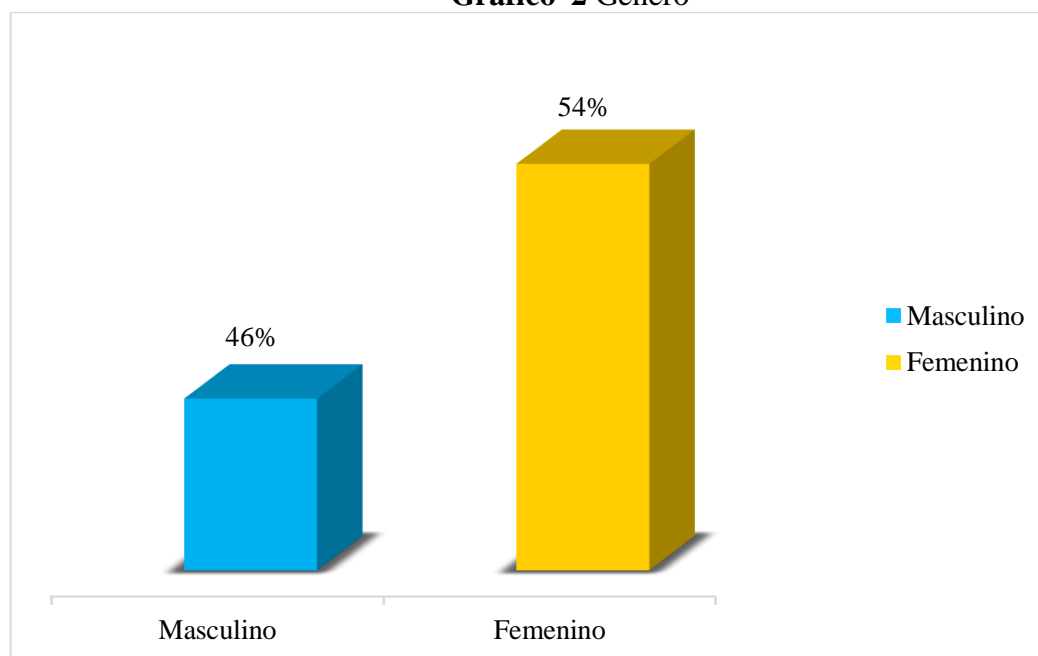
Tabla N. 2 Género

GÉNERO	F	%
MASCULINO	177	46%
FEMENINO	207	54%
Total	384	100%

Fuente: Encuesta a turistas (2017)

Elaborado por: Macías, S (2017)

Gráfico 2 Género



Fuente: Encuesta a turistas (2017)

Elaborado por: Macías, S (2017)

Del total de turistas encuestados el 54 % pertenece al género femenino y el 46% al género masculino, es claro la diferencia de un 8% por arriba el género femenino, sin embargo, es evidente que ambos están activos para realizar la práctica del turismo y que sin lugar a duda contribuyen a la economía del Recinto Puerto El Morro consumiendo los diferentes servicios que se ofertan en lugar en mención.

3.- ¿Cuál es su nacionalidad?

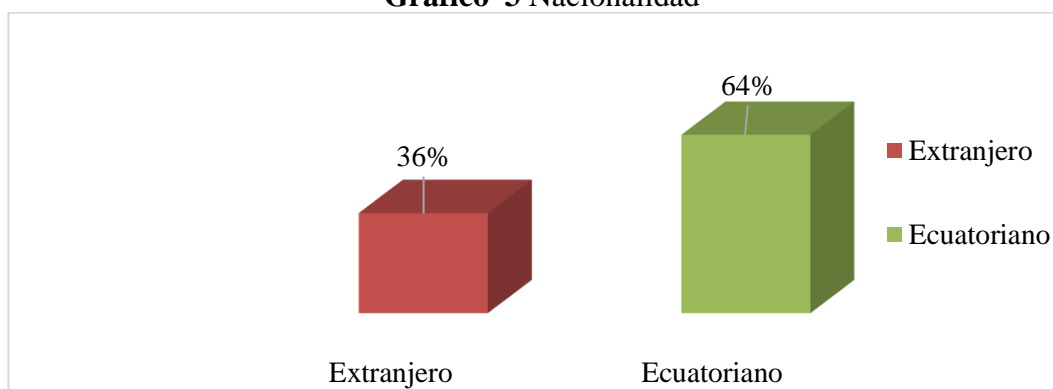
Tabla N. 3 Nacionalidad

NACIONALIDAD	F	%
Ecuatoriano	247	64%
Extranjero	137	36%
Total	384	100%

Fuente: Encuesta a turistas (2017)

Elaborado por: Macías, S (2017)

Gráfico 3 Nacionalidad



Fuente: Encuesta a turistas (2017)

Elaborado por: Macías, S (2017)

Como se aprecia en el gráfico el 64% son de nacionalidad ecuatoriana, mientras que el 36% restante son de nacionalidad extranjera. Es importante recordar que los clientes potenciales son de diferentes partes del Ecuador divididas en respectivos porcentajes entre ellas se encuentran con mayor afluencia ciudades como Guayaquil, Manabí, Quito, Ambato, y Milagro, mientras que en los visitantes de nacionalidad extranjera están los que proceden de países como Colombia y Perú que son los clientes nuevos que se unen a visitar el país y por ende Puerto El Morro. Es notorio que el mercado objetivo es el ecuatoriano o nacional ya que son los de mayor consumo, y algo que hay que acotar es que también se identificaron nuevos nichos potenciales para el recinto y así diseñar productos acordes a las necesidades del mercado.

4.- ¿Cuál es su estado civil?

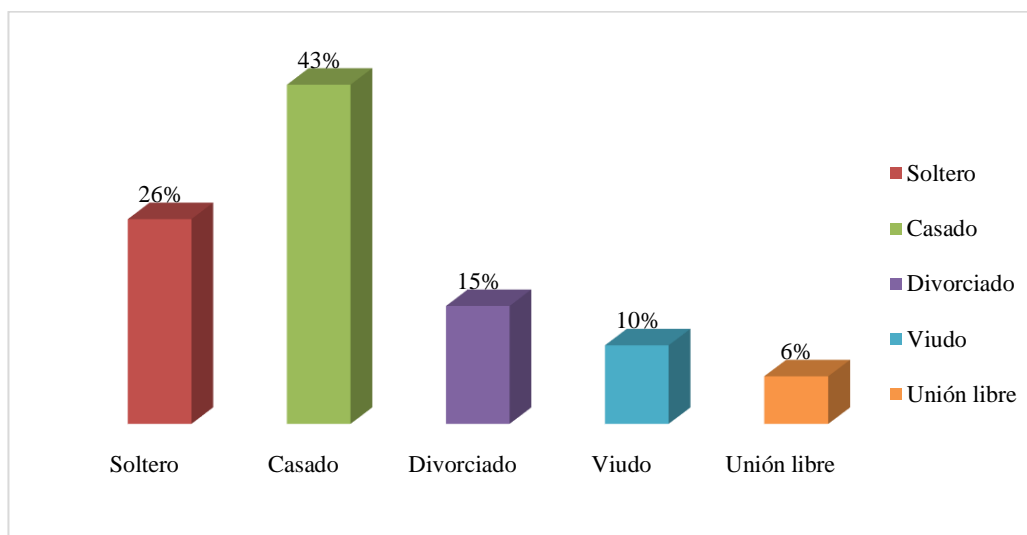
Tabla N. 4 Estado civil

ESTADO CIVIL	F	%
Soltero	99	26%
Casado	164	43%
Divorciado	56	15%
Viudo	37	10%
Unión libre	28	6%
Total	384	100%

Fuente: Encuesta a turistas (2017)

Elaborado por: Macías, S (2017)

Gráfico 4 Estado civil



Fuente: Encuesta a turistas (2017)

Elaborado por: Macías, S (2017)

De los turistas encuestados dentro de Puerto El Morro el 43% manifiesta que su estado civil es casado, por otro lado están los solteros, seguido con un 15% los que están divorciados con 10% y 6% y en unión libre respectivamente, destacando así que los clientes que visitan el recinto siempre lo hacen en pareja, familia o amigos que son grupos grandes que consumen y realizan el gasto respectivo dentro del lugar en mención.

5.- ¿Cuál es su estado nivel de educación?

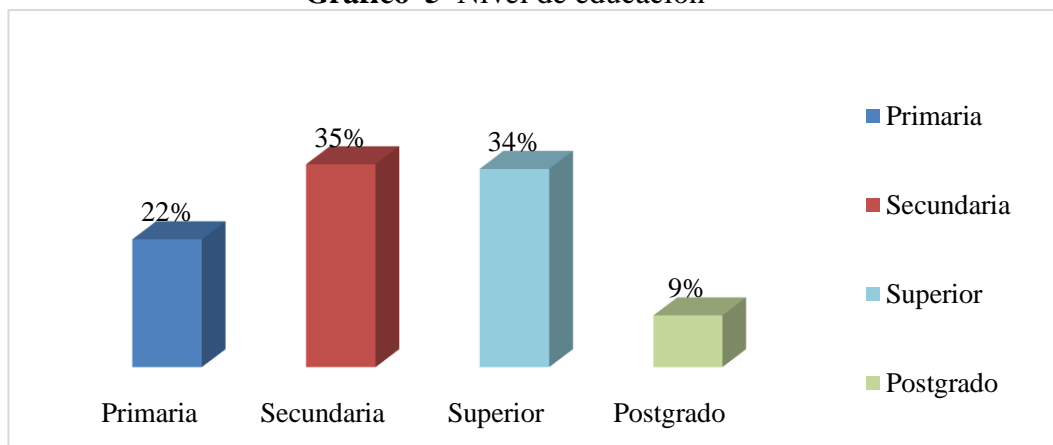
Tabla N. 5 Nivel de educación

NIVEL DE EDUCACIÓN	F	%
Primaria	84	22%
Secundaria	136	35%
Superior	128	34%
Postgrado	36	9%
Total	384	100%

Fuente: Encuesta a turistas (2017)

Elaborado por: Macías, S (2017)

Gráfico 5 Nivel de educación



Fuente: Encuesta a turistas (2017)

Elaborado por: Macías, S (2017)

Se determina que el 35% de educación es superior, mientras que el 34% tiene un nivel de educación postgrado que en muchas ocasiones son maestrías o doctorados que realizan, mientras que para el 22% de ellos su nivel de instrucción es primaria y por último están los que tienen un nivel secundario con el 9%. Cabe mencionar que prevalecen los turistas que tienen un título universitario, por lo cual se debe considerar aquellos servicios que prefiere este segmento de mercado para brindarles un servicio de calidad para así poder fidelizarlos y que elijan siempre este destino.

6.- ¿Cuál es su motivo de visita a Puerto El Morro?

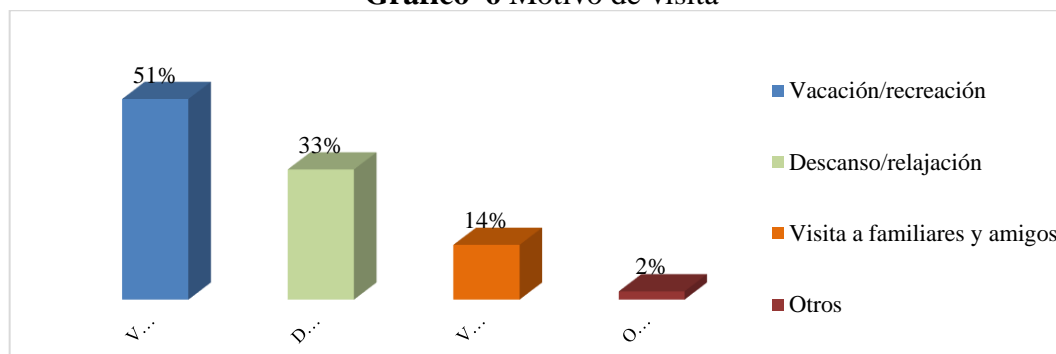
Tabla N. 6 Motivo de visita

MOTIVO DE LA VISITA	F	%
Vacación/ recreación	195	51%
Descanso/relajación	127	33%
Visita a familiares y amigos	53	14%
Otros	9	2%
Total	384	100%

Fuente: Encuesta a turistas (2017)

Elaborado por: Macías, S (2017)

Gráfico 6 Motivo de visita



Fuente: Encuesta a turistas (2017)

Elaborado por: Macías, S (2017)

El 51% manifiesta que viaja por motivos de vacaciones, seguido con 33% que lo hacen por descanso luego de largas jornadas y meses de trabajo, mientras que con un 14 % están los que viajan a Puerto El Morro debido a visitas a familiares que se encuentran en dicha localidad y por último con un 2% están los que viajan por motivos de trabajo, reuniones, asambleas, convenciones, capacitaciones, entre otros motivos. Sin embargo, es evidente que su principal motivo de visita de los turistas es el ocio, la relajación y disfrutar de las vacaciones permitiéndoles obtener experiencias inolvidables dentro de la localidad, debiéndose así de esta manera diversificar la oferta turística.

7.- ¿Qué servicios turísticos ha utilizado en Puerto El Morro?

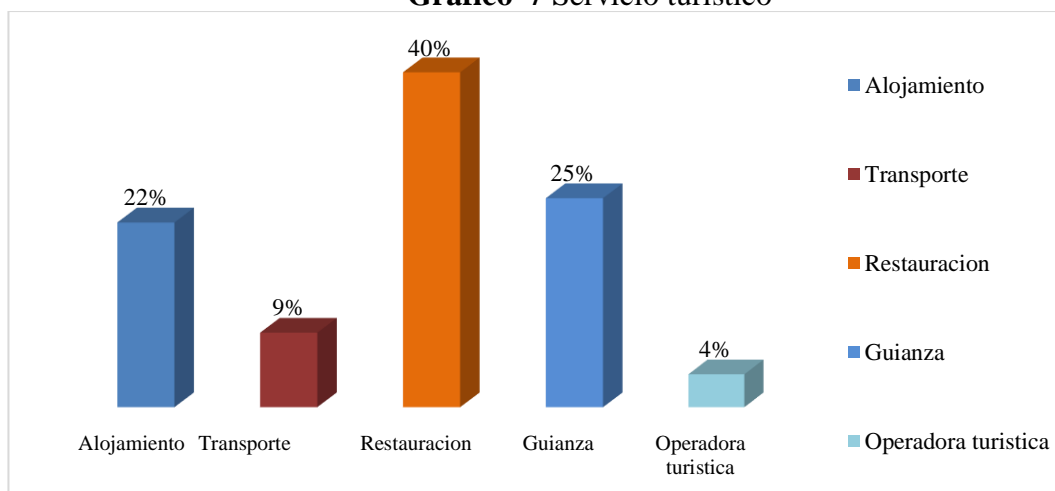
Tabla N. 7 Servicio turístico

SERVICIO TURÍSTICO	F	%
Alojamiento	82	22%
Transporte	33	9%
Restauración	155	40%
Guianza	97	25%
Operadora turística	17	4%
Otros	0	0%
Total	384	100%

Fuente: Encuesta a turistas (2017)

Elaborado por: Macías, S (2017)

Gráfico 7 Servicio turístico



Fuente: Encuesta a turistas (2017)

Elaborado por: Macías, S (2017)

El 40% de los turistas manifiestan que los servicios que han obtenido en la localidad es la restauración, seguido están los que utilizan el servicio de guianza con el 25%, mientras que con el 22% están los que buscan alojamiento, con 9% y 4% los que utilizan transporte y operadores turísticos respectivamente. Sin embargo se pudo evidenciar que los visitantes disfrutaron de las actividades que realizan, pero manifiestan que se pueden realizar mejoras en cada una de ellas.

8.- ¿Cómo considera usted el servicio de alojamiento recibido en Puerto El Morro?

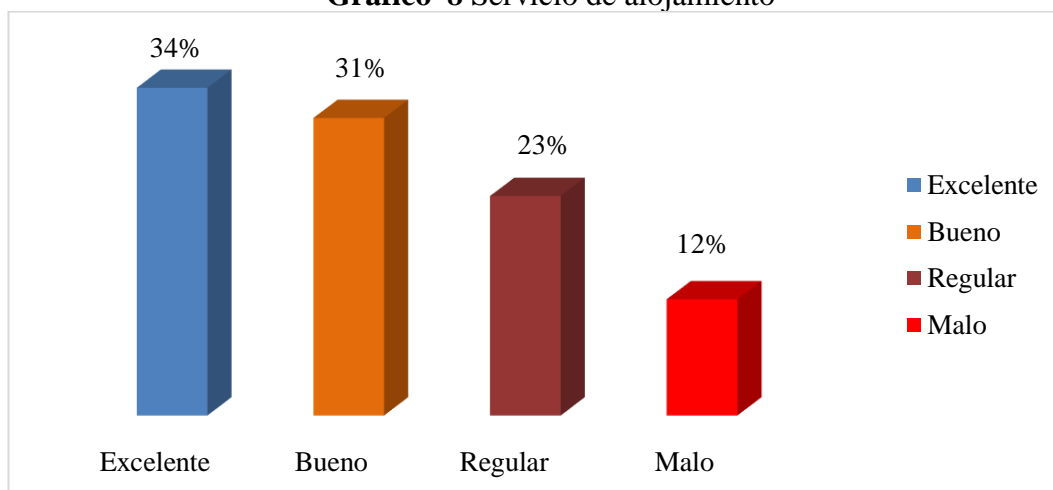
Tabla N. 8 Servicio de alojamiento

SERVICIO DE ALOJAMIENTO	F	%
Excelente	156	34%
Bueno	86	31%
Regular	75	23%
Malo	67	12%
Total	384	100%

Fuente: Encuesta a turistas (2017)

Elaborado por: Macías, S (2017)

Gráfico 8 Servicio de alojamiento



Fuente: Encuesta a turistas (2017)

Elaborado por: Macías, S (2017)

Se determinó que el 34% de los turistas califica al servicio de alojamiento como excelente, mientras que el 31% manifiesta que el servicio percibido dentro de los hoteles de la localidad es bueno, el 23% lo considera regular y el 12% lo calificaron como un mal servicio. Es evidente que se puede seguir mejorando para brindar un servicio muy acorde a las exigencias de los visitantes que llegan a la localidad y extender su estadía, de tal modo que realicen el consumo no tan solo del hospedaje sino de la variada oferta que existe en el lugar en mención.

9.- ¿Cómo considera usted el servicio de transporte que oferta Puerto El Morro?

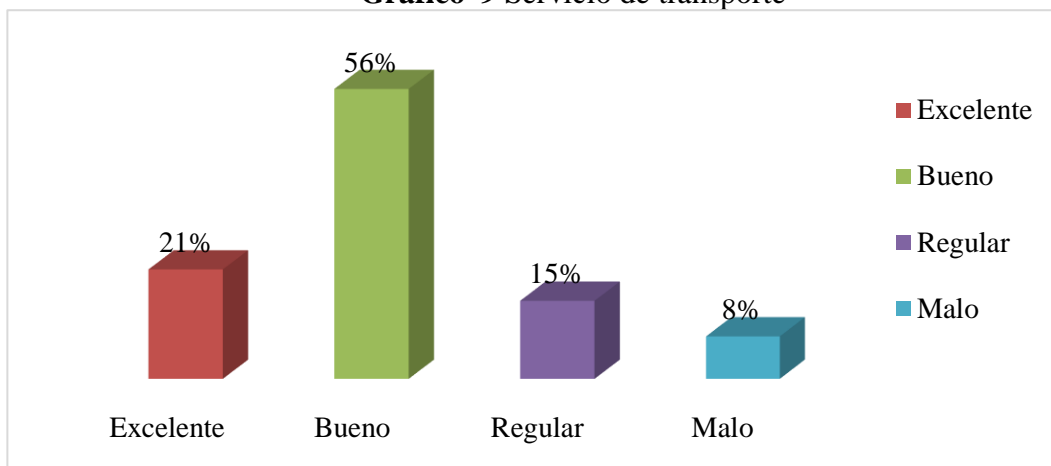
Tabla N. 9 Servicio transporte

SERVICIO TRANSPORTE	F	%
Excelente	75	21%
Bueno	149	56%
Regular	102	15%
Malo	58	8%
Total	384	100%

Fuente: Encuesta a turistas (2017)

Elaborado por: Macías, S (2017)

Gráfico 9 Servicio de transporte



Fuente: Encuesta a turistas (2017)

Elaborado por: Macías, S (2017)

Se determina que el servicio de transporte es bueno con un 56%, mientras que con un 21% se manifiesta que es excelente y con un 15% y 8% los que son regular y malo. Cabe mencionar que la diferencia es mínima lo que permite deducir que el servicio está acorde a las exigencias de los visitantes, no obstante, hay que seguir enfocándose en las normas de calidad para que el visitante vuelva a retornar al sitio, de tal modo que sigan adquiriendo el servicio de transporte teniendo en cuenta que la gran mayoría de los turistas poseen vehículo propio.

10.- ¿Cómo considera usted el servicio de guianza en Puerto El Morro?

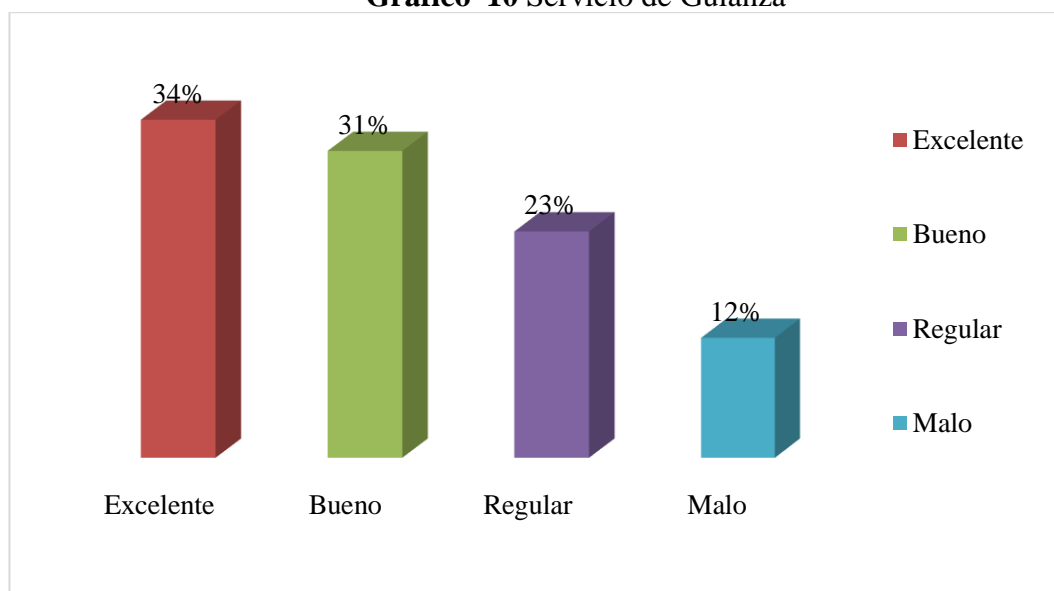
Tabla N. 10 Servicio guianza

SERVICIO GUIANZA	F	%
Excelente	141	34%
Bueno	103	31%
Regular	82	23%
Malo	58	12%
Total	384	100%

Fuente: Encuesta a turistas (2017)

Elaborado por: Macías, S (2017)

Gráfico 10 Servicio de Guianza



Fuente: Encuesta a turistas (2017)

Elaborado por: Macías, S (2017)

Del total de los encuestados el 34 % de los turistas manifiestan que el servicio es excelente ya que los guías tienen una gran facilidad para manejar y dirigir a los visitantes y eso influye mucho dentro de la localidad, mientras que con el 31% considera que es bueno, seguido de regular y malo. Como se puede observar siempre la excelencia va ayudar mucho a alcanzar las metas de un destino, ya que va de la mano con experiencia, relajación entre otras cosas, influyendo en el turista para siempre tener en su mente Puerto El Morro.

11.- ¿Cómo considera usted el servicio de alimentación en Puerto El Morro?

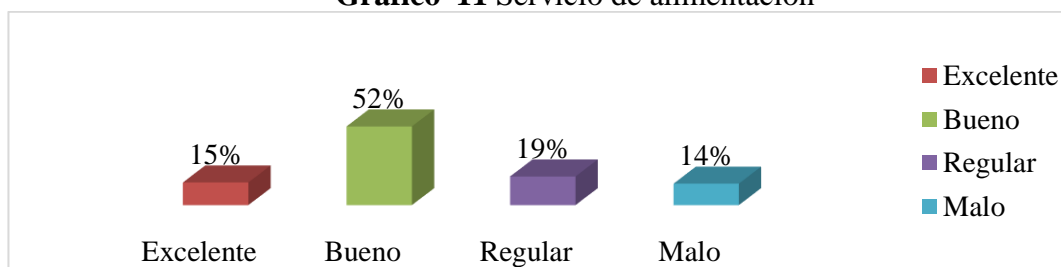
Tabla N. 11 Servicio alimentación

SERVICIO ALIMENTACIÓN	F	%
Excelente	55	15%
Bueno	198	52%
Regular	76	19%
Malo	55	14%
Total	384	100%

Fuente: Encuesta a turistas (2017)

Elaborado por: Macías, S (2017)

Gráfico 11 Servicio de alimentación



Fuente: Encuesta a turistas (2017)

Elaborado por: Macías, S (2017)

El 52% de los turistas manifestó que el servicio de alimentación es bueno, mientras que el 19% considera que es excelente o agradable, consecuentemente regular y por último están los que consideran malo con un 14%. Como es evidente el servicio de alimentación debe mejorar mucho para poder alcanzar la excelencia, sobre todo amar lo que se hace dentro de turismo, los servidores turísticos juegan un papel muy importante ya que en parte de ellos depende que los viajeros o turistas siempre prefieran viajar a Puerto El Morro. También por ser la gastronomía una de las principales ofertas que en Ecuador está a disposición ya sea por su tradicional forma de prepararla o muchas veces por su extraña manera de combinar diferentes elementos que hacen que el turista visite la localidad.

12.- ¿Cómo considera usted el servicio de las operadoras turísticas en Puerto El Morro?

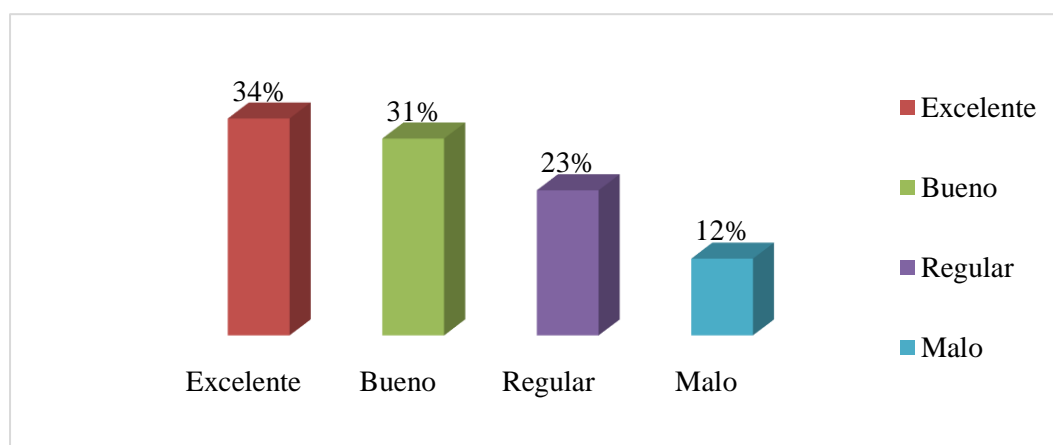
Tabla N. 12 Servicio operadores turísticos

SERVICIO OPERADORES TURÍSTICOS	F	%
Excelente	179	34%
Bueno	70	31%
Regular	88	23%
Malo	47	12%
Total	384	100%

Fuente: Encuesta a turistas (2017)

Elaborado por: Macías, S (2017)

Gráfico 12 Servicio de operadoras turísticas



Fuente: Encuesta a turistas (2017)

Elaborado por: Macías, S (2017)

Se determina que el 34 % de los turistas consideran el servicio de operadores turísticos como excelente, mientras que el 31% lo perciben como bueno, seguido de regular y malo con porcentajes mínimos. Es notorio y evidente que se puede mejorar ya que la diferencia entre excelente y bueno es poca; sin embargo, este servicio está vinculado con la guianza lo que implica crear nuevas estrategias y sobretodo enfocarse a la satisfacción del cliente en todos los ámbitos ya sea en la calidad, cantidad, precio, entre otros.

13.- ¿Cómo califica de manera general los servicios turísticos de Puerto el Morro?

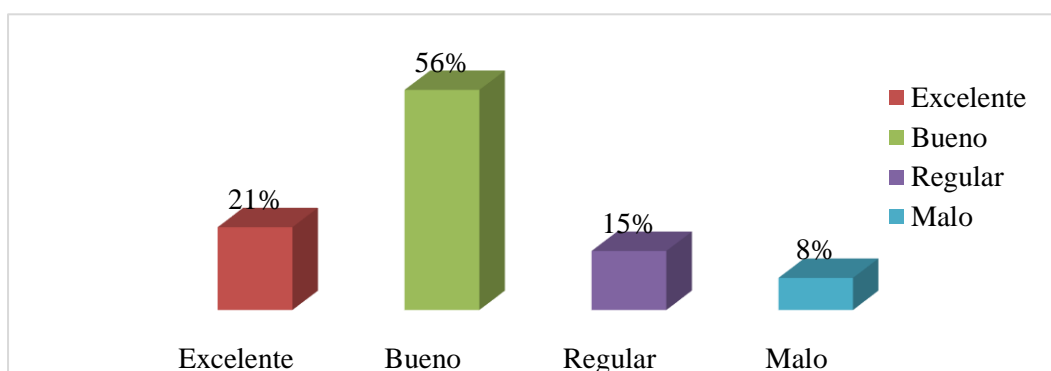
Tabla N. 13 Calificación general de los servicios

SERVICIOS TURISTICOS EN GENERAL	F	%
Excelente.	78	21%
Bueno	218	56%
regular	57	15%
Malo	31	8%
Total	384	100%

Fuente: Encuesta a turistas (2017)

Elaborado por: Macías, S (2017)

Gráfico 13 Calificación general de los servicios



Fuente: Encuesta a turistas (2017)

Elaborado por: Macías, S (2017)

Del total de turistas encuestados el 56% de ellos manifiesta que los servicios generales turísticos que se ofertan y se perciben en Puerto El Morro son bueno, con un 21% están como excelente, mientras que con el 15% y 8% regular y malo respectivamente. Es evidente que las fichas se mueven dependiendo de cómo las entidades locales manejen las riendas del sector turístico de Puerto El Morro en base a capacitaciones, talleres, charlas, etc., debido a que en su mayoría que visita la localidad son profesionales en diferentes ramas que realizan turismo buscando el entretenimiento y la satisfacción.

14.- ¿Cuál es su nivel de satisfacción en relación a los productos y servicios turísticos?

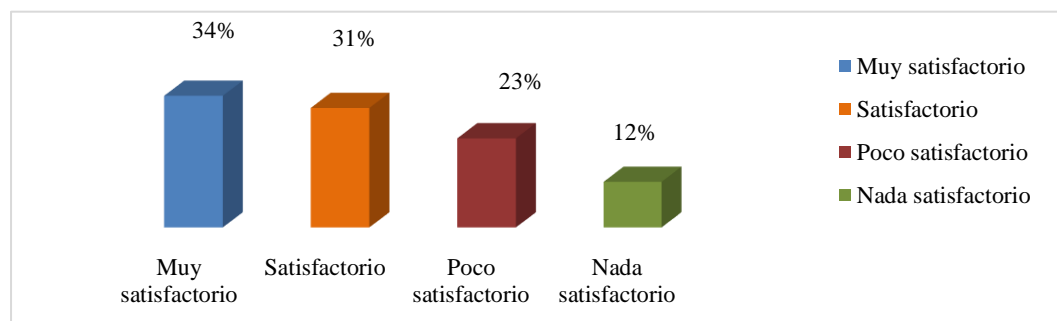
Tabla N. 14 Satisfacción de turistas

SATISFACCIÓN DE TURISTAS	F	%
Muy satisfactorio	130	34%
Satisfactorio	119	31%
Poco satisfactorio	88	23%
Nada satisfactorio	47	12%
Total	384	100%

Fuente: Encuesta a turistas (2017)

Elaborado por: Macías, S (2017)

Gráfico 14 Satisfacción de turista



Fuente: Encuesta a turistas (2017)

Elaborado por: Macías, S (2017)

De acuerdo a la interrogante el nivel de satisfacción en relación a los productos y los servicios turísticos que se ofrecen en Puerto El Morro son muy satisfactorio, consecuentemente existe una diferencia con poco satisfactorio; es importante destacar que se debe seguir mejorando la oferta debido a que existe un 35% de los indicadores que la califican como regular, de tal modo que hay que enfocarse en la calidad, cantidad, variedad y precio de la misma en el entorno donde se encuentra ubicado los establecimientos así como en su infraestructura que ya son factores que contribuyen a la satisfacción de los visitantes.

15.- ¿Qué lo motiva a usted a consumir los productos y servicios turísticos en puerto el Morro?

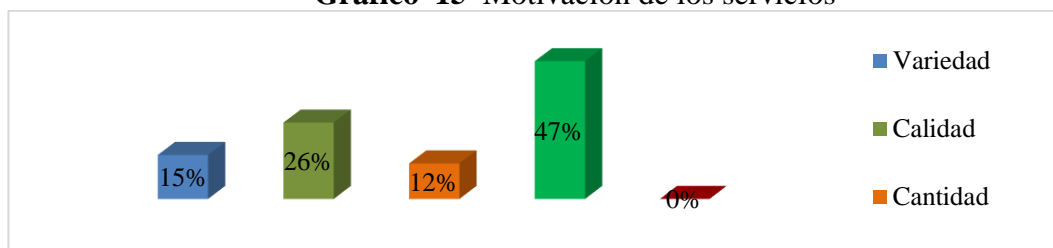
Tabla N. 15 Motivación de los servicios

Motivación de los servicios	F	%
Variedad	58	15%
Calidad	100	26%
Cantidad	49	12%
Autenticidad del lugar	177	47%
Otros	0	0%
Total	384	100%

Fuente: Encuesta a turistas (2017)

Elaborado por: Macías, S (2017)

Gráfico 15 Motivación de los servicios



Fuente: Encuesta a turistas (2017)

Elaborado por: Macías, S (2017)

El 47% de los turistas se motivan a consumir los productos y servicios en base a la autenticidad del lugar, mientras que con un 26% prefieren la calidad, seguido de variedad del sitio y por último la cantidad con un 12%. Cabe destacar que los visitantes optan por las diferentes motivaciones dando como resultado porcentajes equivalentes en cada indicador, sin embargo la satisfacción de manera general es buena, pero no obstante hay que detallar las consecuencias de no poder llegar a la excelencia, mejorando a través de capacitaciones continuas a los servidores que desempeñan la actividad turística, asimismo creando innovación referente a nuevos productos a los pobladores para atraer un mayor número de demanda y así lograr el crecimiento de Puerto El Morro como un destino turístico.

3.1.3 Análisis de las encuestas a Servidores Turísticos.

1.- ¿Cuál es su edad?

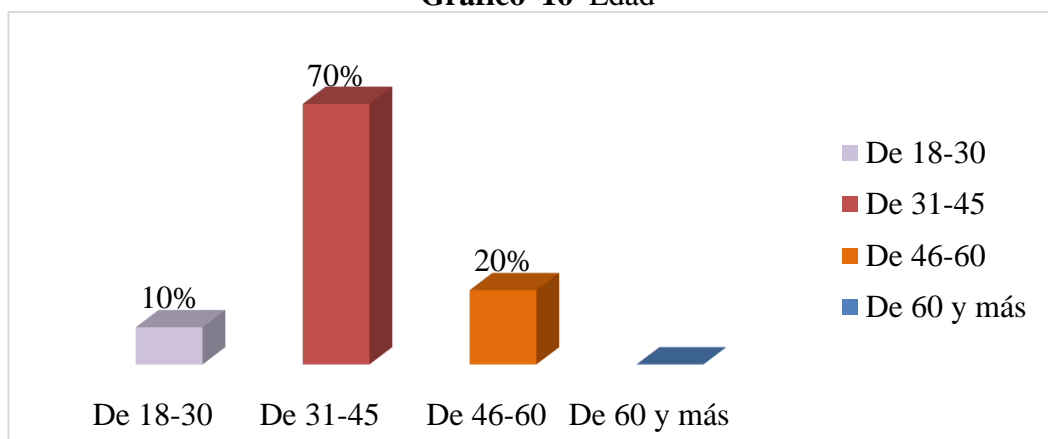
Tabla N. 16 Edad

EDAD	F	%
De 18-30	2	10%
De 31-45	14	70%
De 46-60	4	20%
De 60 y más	0	0%
Total	20	100%

Fuente: Encuesta a servidores turísticos (2017)

Elaborado por: Macías, S (2017)

Gráfico 16 Edad



Fuente: Encuesta a turistas (2017)

Elaborado por: Macías, S (2017)

Como se observa en el gráfico a los servidores turísticos se determinó que la gran mayoría se encuentra en un rango de edad de 31 a 45 años, seguido de 46 – 60 finalizando con 18 a 30 años: cabe destacar que el 70% mantiene una edad adulta lo que permite tener más experiencia respecto a los servicios que ofrecen, sin embargo, el emprendimiento de jóvenes contribuye a conocimientos y a mejorar la calidad, de tal modo que la satisfacción del turista sea favorable para beneficio de Puerto el Morro.

2.- ¿Cuál es género?

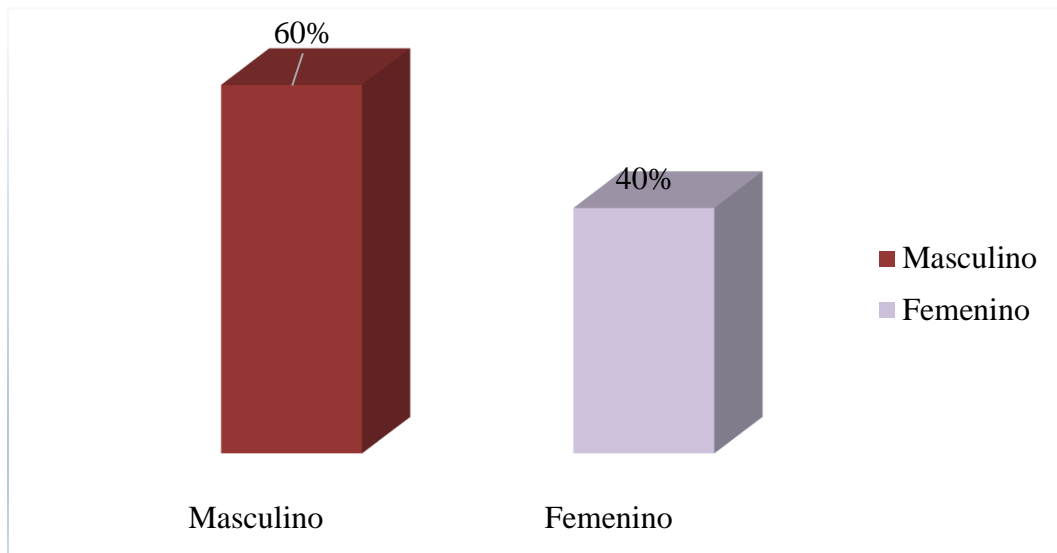
Tabla N. 17 Género

GÉNERO	F	%
Masculino	12	60%
Femenino	8	40%
Total	20	100%

Fuente: Encuesta a servidores turísticos (2017)

Elaborado por: Macías, S (2017)

Gráfico 17 Género



Fuente: Encuesta a turistas (2017)

Elaborado por: Macías, S (2017)

El 60% de los servidores turísticos son del género masculino, la diferencia radica con el género femenino, aunque no es tan notoria es importante recalcar que ambos sexos están activos en la práctica de la actividad turística brindando y compartiendo experiencias con los visitantes mediante los diferentes servicios que ofrecen, de la misma manera aportan al desarrollo y crecimiento del turismo en la localidad en que se encuentran.

3.- ¿Cuál es su residencia específica?

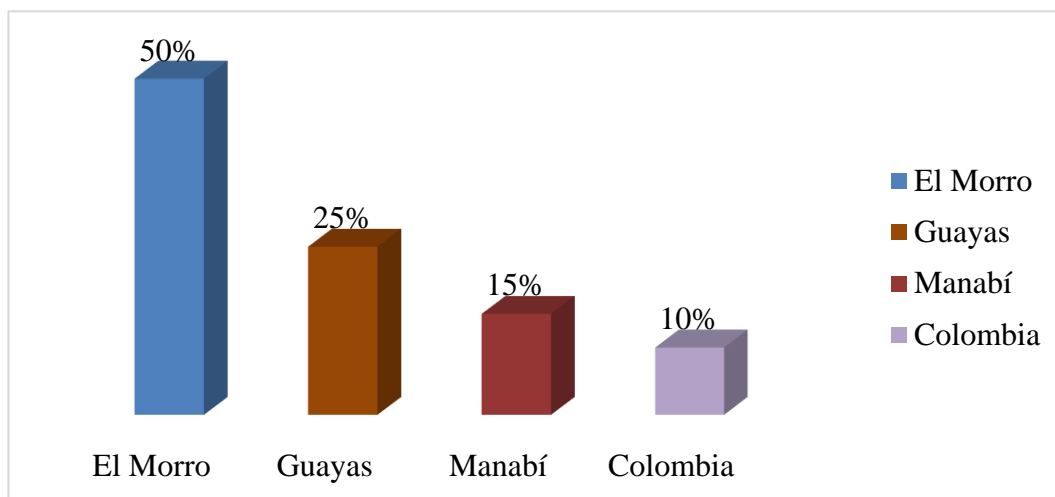
Tabla N. 18 Residencia específica a servidores

RESIDENCIA ESPECÍFICA	F	%
Recinto El Morro	13	50%
Guayas	4	25%
Manabí	2	15%
Colombia	1	10%
Total	20	100%

Fuente: Encuesta a servidores turísticos (2017)

Elaborado por: Macías, S (2017)

Gráfico 18 Residencia específica



Fuente: Encuesta a turistas (2017)

Elaborado por: Macías, S (2017)

Mediante el levantamiento de información se determina que el 50% de los servidores turísticos pertenecen a la Parroquia El Morro, consecuentemente habitantes de la provincia del Guayas finalizando con Manabí y Colombia con un 15% y 10% respectivamente. Los servicios que se ofrecen están a cargo de las mismas personas que residen en la localidad de Puerto El Morro lo que ha permitido crear fuentes de trabajo para su subsistencia, de la misma manera ha logrado que otros habitantes emprendan diferentes negocios para mejorar la economía del lugar.

4.- ¿Cuál es su nivel de educación?

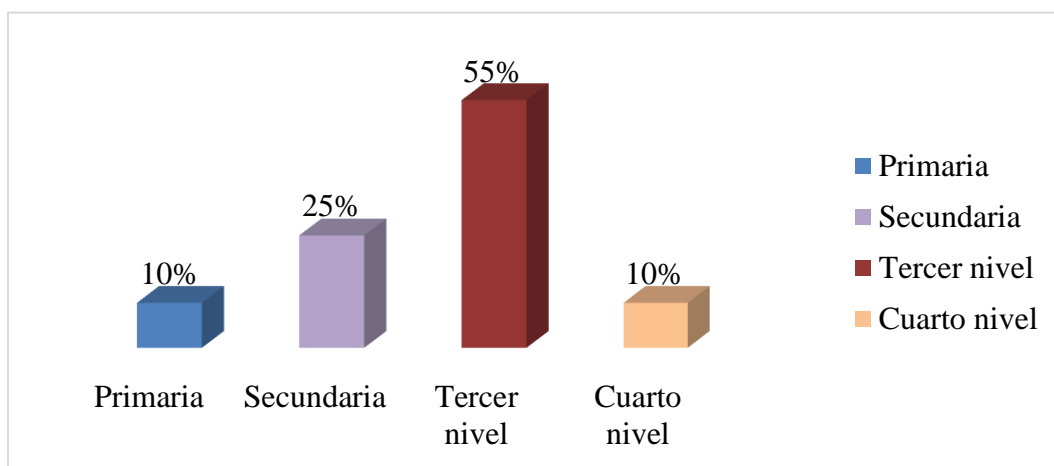
Tabla N. 19 Nivel de educación

NIVEL DE EDUCACIÓN	F	%
Primaria	3	10%
Secundaria	4	25%
Tercer nivel	12	55%
Cuarto nivel	1	10%
Total	20	100%

Fuente: Encuesta a servidores turísticos (2017)

Elaborado por: Macías, S (2017)

Gráfico 19 Nivel de educación



Fuente: Encuesta a turistas (2017)

Elaborado por: Macías, S (2017)

El 55% de los servidores turísticos tienen una educación de tercer nivel, seguido de secundaria, asimismo con una igualdad del 10% en primaria y de cuarto nivel respectivamente. Cabe destacar que las personas que brindan los servicios tienen una preparación profesional lo que conlleva mejorar todos los aspectos de calidad y satisfacción, sin embargo, hay que enfocarse en el segmento de quienes aún carecen de estos conocimientos mediante capacitaciones para poder tener un equilibrio y así brindar una experiencia única al visitante.

5.- ¿Qué tiempo tiene usted ofertando servicios al turista?

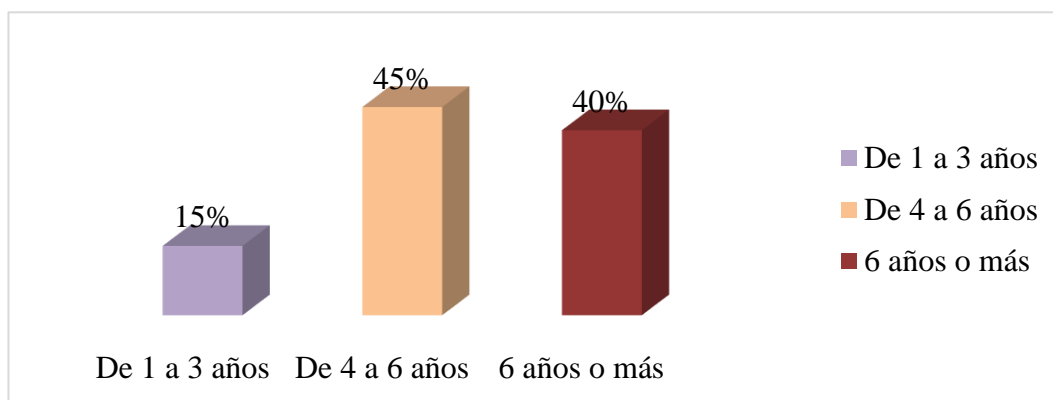
Tabla N. 20 Tiempo de brindar servicio

TIEMPO DE BRINDAR SERVICIO	F	%
De 1 a 3 años	3	15%
De 4 a 6 años	9	45%
6 años o más	8	40%
Total	20	100%

Fuente: Encuesta a servidores turísticos (2017)

Elaborado por: Macías, S (2017)

Gráfico 20 Tiempo brindando el servicio



Fuente: Encuesta a turistas (2017)

Elaborado por: Macías, S (2017)

Mediante al levantamiento de información se determina que la mayoría de los servidores turísticos llevan ofreciendo sus servicios en un tiempo de 4 a 6 años, por ser habitantes del lugar donde se realiza la actividad turística tienen la oportunidad de crear su propio negocio y permanecer en el mercado, de la misma manera con un 40% tienen 6 años o más lo que permite saber cuáles son las exigencias, preferencia y gustos de los turistas, sin embargo, hay que considerar que a medida que transcurre el tiempo las necesidades de los visitantes van cambiando y debe aplicarse diferentes estrategias para acaparar mayor número de personas y así mantener la estabilidad del negocio.

6.- ¿Conoce el perfil del turista que visita Puerto el Morro?

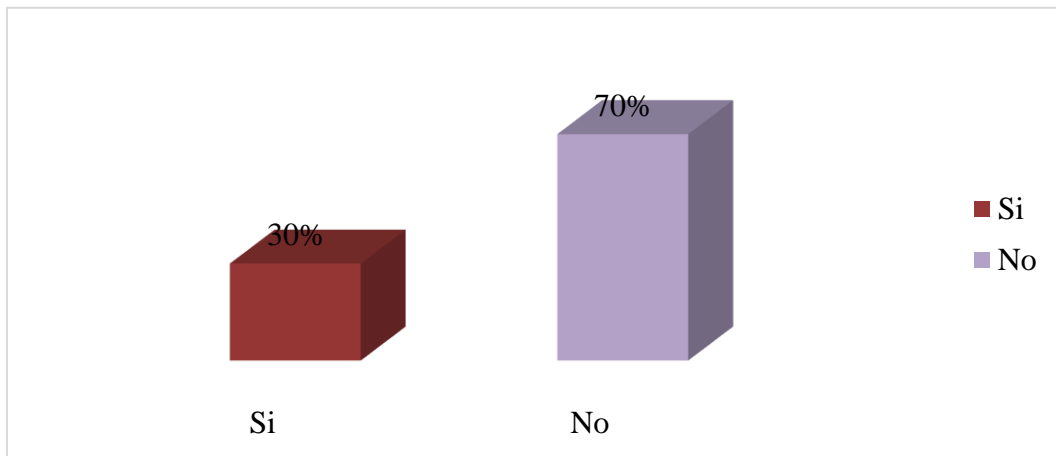
Tabla N. 21 Perfil del turista

PERFIL DEL TURISTA	F	%
Si	6	30%
No	14	70%
Total	20	100%

Fuente: Encuesta a servidores turísticos (2017)

Elaborado por: Macías, S (2017)

Gráfico 21 Perfil del turista



Fuente: Encuesta a turistas (2017)

Elaborado por: Macías, S (2017)

El 70% de los servidores turísticos no conocen realmente la demanda que acoge Puerto el Morro, con una mínima diferencia consideran que si conocen el perfil del turista que se desplaza hacia el lugar de estudio, no obstante las personas que prestan sus servicios deben de tener en claro el segmento que llega hacia esta localidad, de tal manera que fidelicen a este tipo de visitantes y así el aumentar el target, de esta forma crear nuevos productos que estén de acuerdo a las necesidades, gustos y preferencias logrando extender la estadía de los turistas e incrementar el consumo de los servicios.

7. ¿Qué tipo de servicios usted oferta?

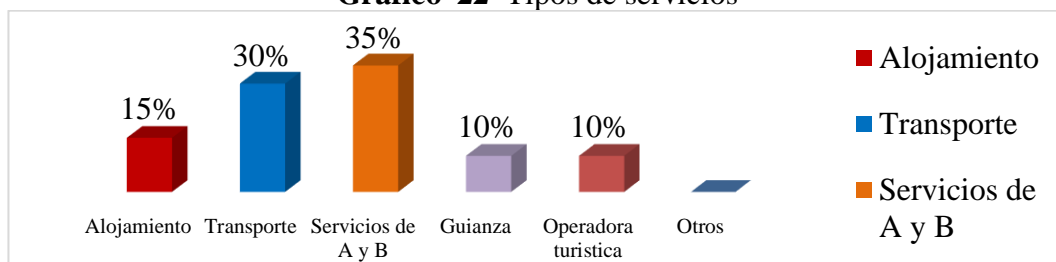
Tabla N. 22 Tipos de servicios

TIPOS DE SERVICIOS	F	%
Alojamiento	3	15%
Transporte	6	30%
Servicios de A y B	7	35%
Guianza	2	10%
Operadora turística	2	10%
Otros	0	0%
Total	20	100%

Fuente: Encuesta a servidores turísticos (2017)

Elaborado por: Macías, S (2017)

Gráfico 22 Tipos de servicios



Fuente: Encuesta a turistas (2017)

Elaborado por: Macías, S (2017)

De los servicios que se ofertan en Puerto el Morro en su gran mayoría están los que expenden alimentos y bebidas y transporte con un 35% y 30% respectivamente, seguido de alojamiento, de la misma manera existe una igualdad de porcentaje entre guianza y operadora turística. Hay que considerar que los alimentos que se ofrecen son preparados con mariscos de la zona y sitios aledaños lo cual es una de las motivaciones del turista a visitar el lugar para disfrutar de la rica gastronomía, por ende, son uno de los establecimientos que sobresalen en el Puerto, en relación al servicio de guianza está vinculado con la operadora ya que por medio de aquello se da el avistamiento de aves y delfines.

8.- ¿Estimula usted el consumo de los productos y servicios a los turistas?

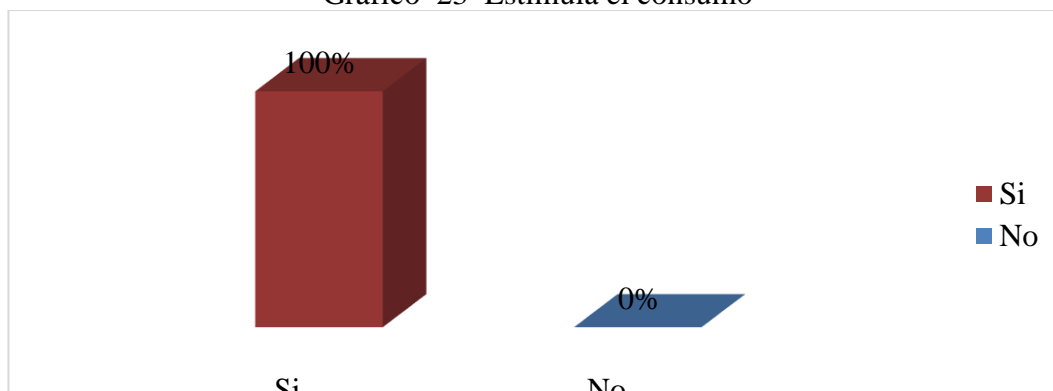
Tabla N. 23 Estimula el consumo

ESTIMULA EL CONSUMO	F	%
Si	20	100%
No	0	0%
Total	20	100%

Fuente: Encuesta a servidores turísticos (2017)

Elaborado por: Macías, S (2017)

Gráfico 23 Estimula el consumo



Fuente: Encuesta a turistas (2017)

Elaborado por: Macías, S (2017)

De acuerdo a la encuesta se determina que en su totalidad si estimulan el consumo a los turistas, a través de los diferentes servicios que ofertan aplican un valor agregado o algún tipo de promoción, la mayoría lo realiza cuando son temporadas bajas para acaparar a los visitantes y mantener el número de ventas. En relación al servicio de alojamiento lo estimulan con los huéspedes por medio de intermediarios o emplean alianzas estratégicas con los establecimientos de alimentos y bebidas. Puerto el Morro por ser una localidad pequeña es difícil tener un equilibrio con la actividad turística y aún más cuando está dirigido a un segmento de turismo de naturaleza o vivencial.

9.- ¿Cómo considera usted el servicio que ofrece?

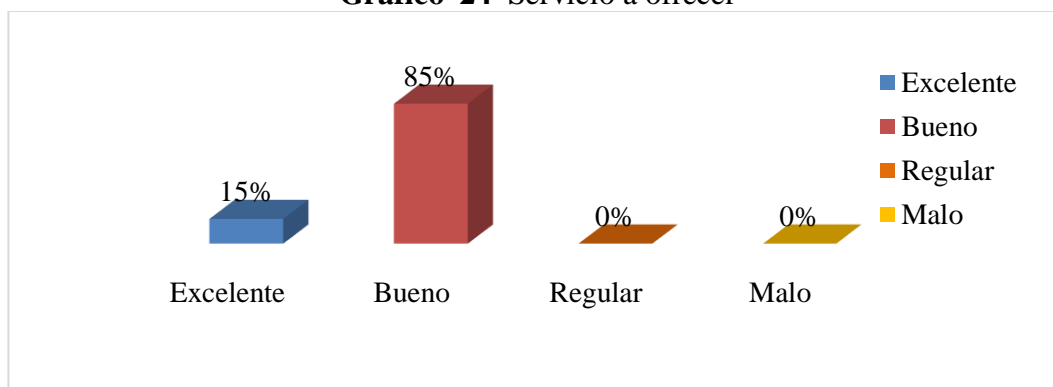
Tabla N. 24 Servicio a ofrecer

SERVICIO OFRECIDO	F	%
Excelente	17	15%
Bueno	3	85%
Regular	0	0 %
Malo	0	0%
Total	20	100%

Fuente: Encuesta a servidores turísticos (2017)

Elaborado por: Macías, S (2017)

Gráfico 24 Servicio a ofrecer



Fuente: Encuesta a turistas (2017)

Elaborado por: Macías, S (2017)

Mediante el levantamiento de información se determina que el 15% de los servicios lo consideran como excelente, seguido de bueno; calificación que permite deducir que la prestación de la oferta turística que existe en Puerto El Morro contribuye a una satisfacción y experiencia única, de tal manera que es indispensable seguir con los estándares propuestos en cada uno de los diferentes servicios y aún más buscar la forma de perfeccionarlo para así fidelizar a los visitantes, sin embargo hay que recalcar que en la actualidad los turistas tienden a cambiar sus preferencias, gustos y exigencias por lo que es necesario estar a la expectativa de ellos mediante la creación de nuevos productos que permitan diversificar el mercado existente.

10.- ¿Qué servicios turísticos adquieren los turistas en el Recinto Puerto el Morro?

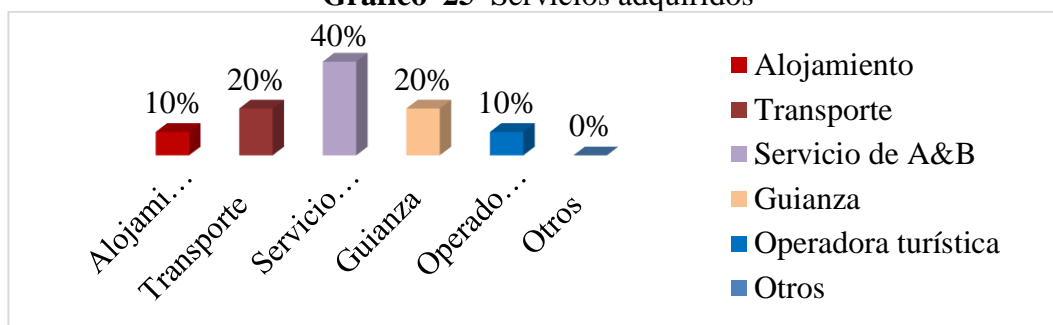
Tabla N. 25 Servicios turísticos

SERVICIOS TURÍSTICOS	F	%
Alojamiento	2	10%
Transporte	2	20%
Servicios de A y B	7	40%
Guianza	5	20%
Operadora turística	4	10%
Otros	0	0%
Total	20	100%

Fuente: Encuesta a servidores turísticos (2017)

Elaborado por: Macías, S (2017)

Gráfico 25 Servicios adquiridos



Fuente: Encuesta a turistas (2017)

Elaborado por: Macías, S (2017)

Los servicios que adquieren los turistas en el momento de visitar Puerto El Morro es el de alimentos y bebidas, con una igualdad de transporte y guianza, en cuanto a alojamiento y operadora están en un 10% respectivamente. Existe un equilibrio en relación a los servicios que se ofertan, lo que permite mantener la economía de cada uno de los establecimientos, en cuanto a la gastronomía es uno de los negocios que más atrae a los visitantes ya que una de las motivaciones es degustar la comida típica de cada lugar; sin embargo, hay que aumentar el consumo de cada servicio para que no haya solo una economía estable, sino un mejor desarrollo local y turístico.

11. ¿Cada qué tiempo reciben capacitación?

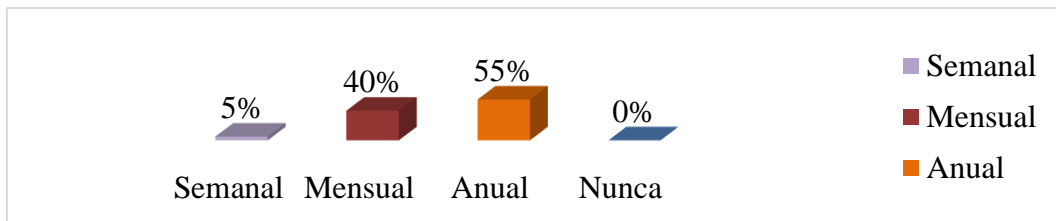
Tabla N. 26 Capacitación

CAPACITACIÓN	F	%
Semanal	1	5%
Mensual	8	40%
Anual	11	55%
Nunca	0	0%
Total	20	100%

Fuente: Encuesta a servidores turísticos (2017)

Elaborado por: Macías, S (2017)

Gráfico 26 Tiempo determinado de capacitación



Fuente: Encuesta a turistas (2017)

Elaborado por: Macías, S (2017)

El 55% de los servidores son capacitados anualmente, mientras que el 40% mensual y con una mínima diferencia de forma semanal, es evidente que carecen la gran parte de los empleadores de capacitaciones lo que ocasiona no tener los conocimientos y estrategias necesarias para brindar un buen servicio; sin embargo, hay que rescatar esa minúscula parte que tiene una preparación constante lo que atribuye el mejoramiento de la oferta. Puerto El Morro es un lugar con mucho potencial turístico dedicado al turismo vivencial y al ecoturismo, segmento que hoy en día atrae mucho a los turistas especialmente a los extranjeros ya que valoran mucho la conservación del lugar, por aquello hay que buscar la manera de un perfeccionamiento en la planta turística; proyectos, programas y capacitaciones es una forma de poder lograrlo siempre y cuando se trabaje en conjunto con toda la población.

12.- ¿Aplica estrategias de venta cuando ofrece los productos y servicios turísticos?

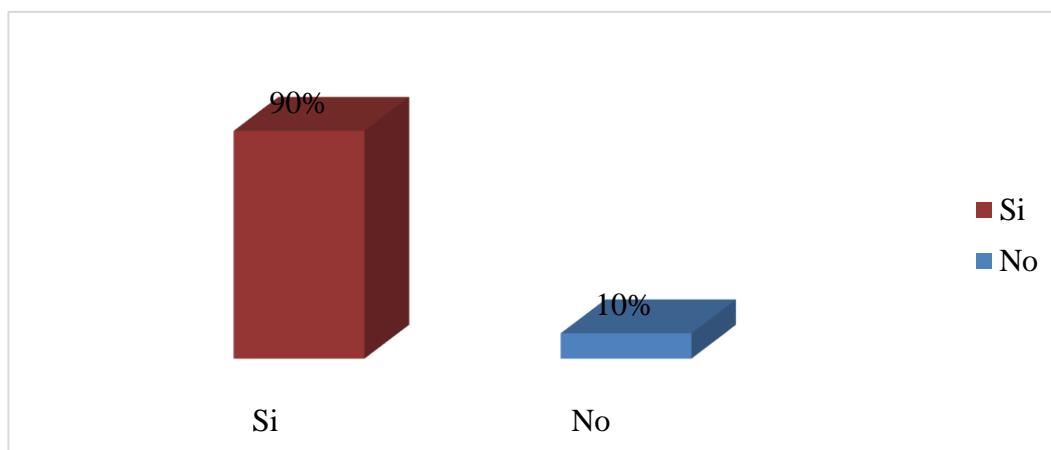
Tabla N. 27 Estrategias de ventas

ESTRATEGIAS DE VENTAS	F	%
Si	18	90%
No	2	10%
Total	20	100%

Fuente: Encuesta a servidores turísticos (2017)

Elaborado por: Macías, S (2017)

Gráfico 27 Estrategias de ventas



Fuente: Encuesta a turistas (2017)

Elaborado por: Macías, S (2017)

EL 90% de los servidores turísticos optan porque si aplican estrategias de ventas, existe una mínima diferencia que otorga una respuesta negativa esto es debido a que carecen de conocimientos en relación al marketing causando en sus establecimientos una disminución en sus ventas, porque si bien es cierto los visitantes les gustan las ofertas o promociones que hagan de acuerdo al servicio. Brindar un valor agregado o diferenciador permite no tan solo atraer un turista, sino a varios y aún mejor cuando la prestación es de buena calidad, creando como único estímulo en el cliente una excelente satisfacción.

13.- ¿Considera usted que los precios de los servicios turísticos son adecuados para el turista?

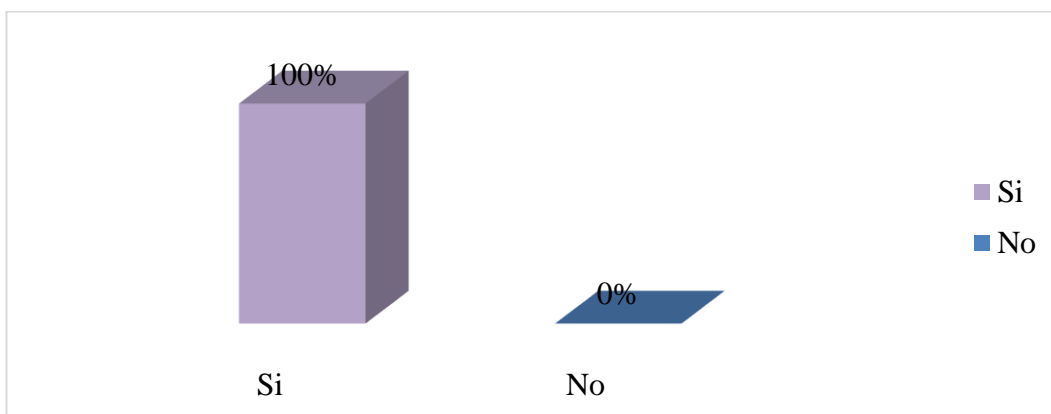
Tabla N. 28 Precios

PRECIOS	F	%
Si	20	100%
No	0	0%
Total	20	100%

Fuente: Encuesta a servidores turísticos (2017)

Elaborado por: Macías, S (2017)

Gráfico 28 Precios de los servicios



Fuente: Encuesta a turistas (2017)

Elaborado por: Macías, S (2017)

En su totalidad se considera que los precios están adecuados en relación a cada servicio, si bien en el de alimentos y bebidas los servidores manejan una estandarización de precios, en la hospedaría se categorizan por estrellas y el costo está de acuerdo a la estructura, instalaciones entre otras cosas, los paquetes turísticos que manejan las operadores se basan al tiempo y número de atractivos a visitar, es decir, por haber una complejidad en la oferta cada establecimiento se acopla a las políticas y reglamentos, porque nada asegura que mientras haya un alto valor adquisitivo por el servicio habrá una buena satisfacción.

14. ¿Cómo considera usted el nivel de satisfacción del turista en relación a los servicios que oferta?

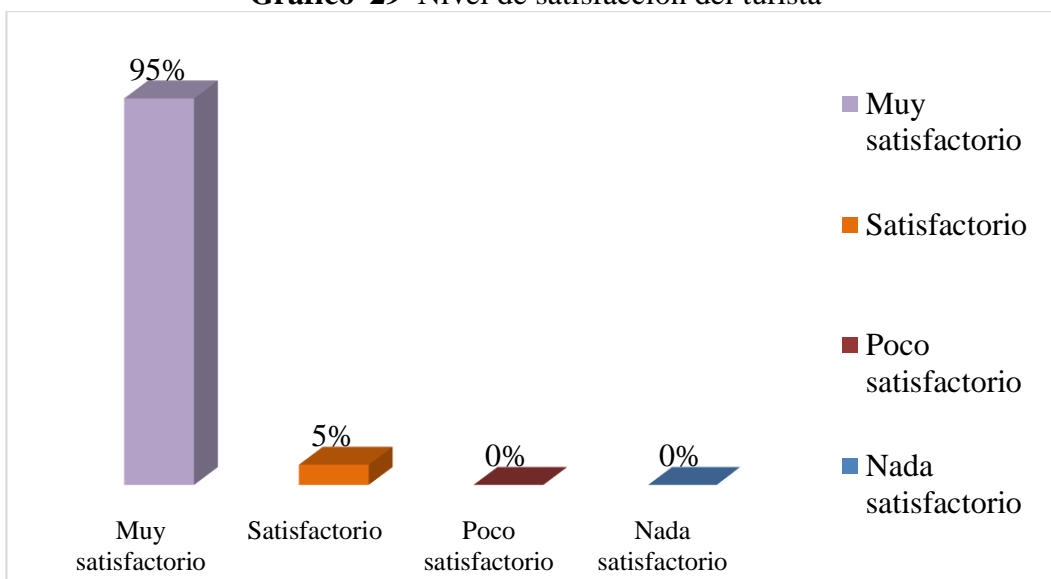
Tabla N. 29 Satisfacción

SATISFACCIÓN	F	%
Muy satisfactorio	19	95%
Satisfactorio	1	5%
Poco satisfactorio	0	0%
Nada satisfactorio	0	0%
Total	20	100%

Fuente: Encuesta a servidores turísticos (2017)

Elaborado por: Macías, S (2017)

Gráfico 29 Nivel de satisfacción del turista



Fuente: Encuesta a turistas (2017)

Elaborado por: Macías, S (2017)

Con un 95% los servidores turísticos consideran que los visitantes se van muy satisfechos en relación al servicio que adquiere, un nivel que permite determinar que la prestación es buena; no obstante, hay que enfocarse cada vez más en el servicio al cliente, atención, ambientación, instalación, entre otros.

Los turistas mientras reciban una experiencia única sin duda volverán al lugar.

Validación de la hipótesis

Descripción de la hipótesis

Para la verificación o rechazo de las variables se realizó la prueba de hipótesis en el programa Excel, con la información de la tabla posterior que corresponde a las diferentes preguntas que se relacionan a la hipótesis de esta investigación, siendo esta: La calidad de los servicios turísticos inciden en la satisfacción del turista que visita Puerto el Morro.

Procedimiento de Prueba de la Hipótesis

Utilizando los instrumentos que permitieron la recolección de información se obtuvieron los siguientes resultados a las interrogantes de investigación, las mismas que fueron planteadas basadas en las variables estudiadas cuyos resultados se obtuvieron con las siguientes interrogantes:-

¿Cuál es su nivel de satisfacción en relación a los servicios turísticos?

¿Cuál fue la principal actividad que realizó en Puerto el Morro?

Cuadro N. 3 Valores Observados

Preguntas		¿Cuál es su nivel de satisfacción en relación a los servicios turísticos?			
		Muy satisfactorio	Satisfactorio	Poco satisfactorio	Total
¿Cuál es la principal actividad que realizó en Puerto el Morro?	Transporte	13	15	5	33
	Alojamiento	39	33	10	82
	Guianza	35	47	15	97
	Servicios de A y B	60	76	16	152
	Operadora turística	5	8	4	17
	Total	152	179	50	381

Elaborado por: Macías, S (2017)

Cuadro N. 4 Valores esperados

Preguntas		¿Cuál es el nivel de satisfacción en relación a los productos y servicios turísticos?			
		Muy satisfactorio	Satisfactorio	Poco satisfactorio	Total
¿Qué actividad realizó en Puerto el Morro?	Transporte	13,2	15,5	4,3	33
	Alojamiento	32,7	38,5	10,8	82
	Guianza	38,7	45,6	12,7	97
	Servicios de A y B	60,6	71,4	19,9	152
	Operadora turística	6,8	8,0	2,2	17
	Total	152	179	50	381

Elaborado por: Macías, S (2017)

Cuadro N. 5 Valores X^2

Preguntas		¿Cuál es el nivel de satisfacción en relación a los productos y servicios turísticos?			
		Muy satisfactorio	Satisfactorio	Poco satisfactorio	Total
¿Qué actividad realizó en Puerto el Morro?	Transporte	0,00208	0,01638	0,10344	0,1218
	Alojamiento	1,20789	0,79234	0,05384	2,0540
	Guianza	0,35341	0,04474	0,40492	0,8030
	Servicios de A y B	0,00676	0,29476	0,78119	1,0827
	Operadora turística	0,46830	0,00002	1,40274	1,8710
	Total	2,03844	1,14823	2,74612	5,9327

Elaborado por: Macías, S (2017)

$$X^2_{prueba} = 5,9327$$

$$X^2_{tabla} = 15,5073$$

$$X^2_{prueba} < X^2_{tabla} = H_0 \text{ es aceptada.}$$

$$5,9327 < 15,5073$$

El valor estadístico de prueba (X^2) resultó 5.9 el mismo que es inferior al valor crítico (15,507), estos datos son evidencia para aceptar la hipótesis planteada; por lo tanto mediante los resultados obtenidos en esta operación se comprueba la validez de la relación entre las variables, la cual destaca que la calidad de los servicios turísticos si inciden en la satisfacción del turista que visita puerto el Morro.

3.2 Limitaciones

Las limitaciones que afectaron la investigación y sus resultados, tiene entre sus principales aspectos, la veracidad de la información proporcionada por los entrevistados y encuestados, quienes muchas veces no facilitaron una información real de lo preguntado, por factor tiempo o por imprudencia, por lo tanto, los resultados se vieron afectados de alguna manera.

Esta investigación se limita solo a medir los indicadores que han sido determinados en la operacionalización de las variables, por lo tanto, los resultados que se obtengan están basados a estos aspectos, por este motivo el investigador delimita su objeto de estudio.

Otra de las limitaciones que se establece es que existe una estimación de la satisfacción del turista de manera general de los servicios turísticos, es decir, sin categorías o tipos de servicios, por lo tanto, los resultados se enfocan a una valoración de carácter deductivo.

3.3 Resultados

Las variables en estudio se relación según la prueba de hipótesis Chi cuadrado, es decir los servicios turísticos que se ofertan en el Puerto del Morro inciden en la satisfacción del turista, por lo tanto, las variables investigadas están correlacionadas.

Entre los resultados encontrados se menciona que los turistas encuestados tienen edades variadas entre 18 y 60 años de edad, por lo tanto la satisfacción del turista

según la encuesta realizada a estos no solo se ve enmarcada en la calidad 26%, sino que está sujeta a otros aspectos, como la autenticidad, 47%, la variedad 15%, adicionalmente y de mucha importancia se hace referencia a el precio de los servicios turísticos por parte del visitante ya que el 100% de estos los considera adecuado en relación al valor recibido.

Complementando estos datos los servicios turísticos son calificados como bueno (56%) por parte de los turistas y las autoridades, sin embargo, los servidores turísticos según su percepción son excelentes 85%, debido a la mejora implementada en los últimos años en cada uno de los establecimientos turísticos, esto se debe a la preparación de tercer nivel que tienen estos servidores 55%, y que se complementa para brindar servicios que satisfacen a la demanda.

Consecuentemente turistas 65%, y servidores turísticos 95% destacaron su satisfacción por los servicios turísticos adquiridos y utilizados durante su visita o estadía en el destino, por lo tanto los resultados expresados destacan la importancia que tienen los servicios turísticos al influir positivamente no solo en sobre la satisfacción del turista, sino también en la repetición de la visita y en la recomendación del sitio a familiares y amigos del destino, y al aumento de la afluencia turística.

Sin embargo dentro de estos resultados es importante destacar, que también existe cierta insatisfacción ya que un 23% de los turistas califico entre regular y malo los servicios de manera general, así mismo se hace mención a que un 35% de estos los califico como poco satisfactorio, corroborando esto los datos que se obtuvieron al

calificar de manera individual a cada uno de los servicios, de la misma forma lo reafirman las autoridades entrevistadas al mencionar que la satisfacción no es total ya que existen ciertos factores negativos del destino.

Por otro lado los servicios más demandados por parte de los turistas son alimentos y bebidas (40%) , cabe destacar que la gastronomía siempre es uno de los indicadores de motivación por parte de los visitantes, Puerto el Morro se caracteriza por brindar platos típicos de la zona y con frutos del mar; otros de los servicios son la guianza y el transporte con una igualdad respectivamente (20%), por medio de la Operadora turística Fragatas y delfines se realiza la guianza el cual ofrece el recorrido de avistamiento de aves y delfines, de tal modo que se orienta en brindar turismo de naturaleza y ecoturismo.

CONCLUSIONES

De acuerdo a la investigación realizada y según el análisis del investigador, se determina que:

- La incidencia que tienen los servicios turísticos sobre la satisfacción del turista que visita Puerto el Morro es alta, de acuerdo a turistas y autoridades lo califican como bueno 56% y 100% respectivamente, mientras que como excelente 85% los servidores turísticos, por lo tanto, es importante prestar un servicio de calidad que genere una excelente experiencia turística para el visitante.
- La influencia que tienen los servicios turísticos sobre la restauración es alta, ya que es uno de los principales servicios que los visitantes consumen, la gastronomía del lugar basada en productos de la zona atrae la atención del turista y aún más cuando su preparación es de forma tradicional o muchas veces por su extraña manera de combinar diferentes elementos que hacen que el turista visite la localidad.
- Los aspectos que tienen que ver con los servicios turísticos se relacionan directamente con la satisfacción del turista; en este caso con alojamiento y guianza ya que permiten alargar su estadía en Puerto el Morro, a la vez adquiriendo experiencias mediante la calidad, la autenticidad y la variedad, sin embargo, el precio es un factor de mucha importancia que determina el grado de satisfacción del turista.

RECOMENDACIONES

De acuerdo a la investigación realizada y según el análisis del investigador, se recomienda:

- Realizar capacitaciones de cada uno de los aspectos identificados que tiene los servicios turísticos se debe poner en práctica para la satisfacción del turista, ya que si bien es cierto se destaca que son muy bien percibidas, estas no son satisfactorias en su totalidad para el turista.

- Realizar investigaciones de demanda que analicen el comportamiento del turista con el objeto de que identifiquen valores agregados acorde a los gustos y preferencias de este, sin perder la autenticidad que caracteriza a los servicios turísticos existentes en Puerto el Morro.

- Crear políticas de precios entre los servidores turísticos a efectos de controlar sus variaciones especialmente en feriados, ya que es uno de los aspectos que más influye en la satisfacción del turista ya que una mala acción en este factor podría repercutir en su percepción y satisfacción.

BIBLIOGRAFÍA

Aguilar, V., Rivas, H., González, R. (2008). Glosario de turismo. 2016, de SENATUR Sitio web: http://www.fedetur.org/otros_estudios_y_publicaciones/Glosario-de-Turismo-2008-SERNATUR.pdf

Asamblea Constituyente. (2008). Constitución de la República del Ecuador. Julio, 28, 2016, de Asamblea Nacional Sitio web:http://www.asambleanacional.gov.ec/documentos/constitucion_de_bolsillo.pdf. balance de una década” en Papers de Turisme, N° 20, Agencia Valencia de Turismo, pp. 18-38

Boscán, J., Guanipa, X., & Álvarez, R. (2010). Niveles de satisfacción del consumidor de los servicios turísticos del municipio Falcón, península de Paraguaná, estado Falcón, Venezuela. *Multiciencias*, 10(3).

Brea, J. A. F., & González, M. E. A. (2006). Relación entre la calidad de servicio y la satisfacción del consumidor: su evaluación en el ámbito del turismo termal. *Investigaciones europeas de dirección y economía de la empresa*, 12(1), 251-272.

Camisón, C. (1996), Enlace de la investigación en turismo y en gestión de la calidad.

Consumoteca. (2010). Establecimientos de restauración. 2017, de Consumoteca Sitio web: <http://www.consumoteca.com/turismo-y-viajes/restauracion/establecimiento-de-restauracion/>

Delgado Carrasco, L. A. (2015). Evaluación de presencia de residuos domésticos y el impacto en el visitante de la zona turística de Puerto El Morro como indicador de necesidad de un proyecto de manejo y monitoreo de residuos 2015.

De La Rosa, B. M. (2003). Nuevos turistas en busca de un nuevo producto: el patrimonio cultural. *Pasos. Revista de Turismo y Cultura*, 1(2), 157-159.

De la Torre, A. (2011). TURISMO Y CALIDAD DEL SERVICIO. Escuela Profesional de Turismo y Hotelería, Vol. 1, pp. 127-142.

Delgado Carrasco, L. A. (2015). Evaluación de presencia de residuos domésticos y el impacto en el visitante de la zona turística de Puerto El Morro como indicador de necesidad de un proyecto de manejo y monitoreo de residuos 2015.

Flores, M. (2012). Servicios turísticos . Febrero 10, 2017, de <http://turismouvmglion.blogspot.com> Sitio web: <http://turismouvmglion.blogspot.com/2012/03/servicios-turisticos.html>

GADP EL MORRO. (2015). Diagnóstico el Morro. Octubre 12, 2016, de Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural EL MORRO Sitio web: http://app.sni.gob.ec/visorseguimiento/DescargaGAD/data/sigadplusdiagnostico/0968538740001_DIAGN%C3%83%E2%80%9CSTICO%20EL%20MORRO%2018052015_19-05-2015_17-21-14.pdf

García, E. A. (2006). La satisfacción del turista en España.: Un análisis de los estudios Familiatur y Frontur. *Estudios turísticos*, (168), 47-59.

Horovitz, J. (1987). La Calidad del Servicio. Madrid: McGraw-Hill Interamericana de España.

Gestiopolis . (2016). La calidad en las empresas de servicios turísticos. Diciembre 17, 2016, de Gestiopolis Sitio web: <https://www.gestiopolis.com/la-calidad-en-las-empresas-de-servicios-turisticos/>

Interpretes Patrimonio Colombia. (2012). El Guía de turismo. Enero 25, 2017, de Interpretes Patrimonio Colombia Sitio web: <http://interpretespatrimoniocolombia.blogspot.com/2012/02/el-guia-de-turismo.html>

Martínez Raúl . (2016). Tour Operadores en el sector Turismo. Enero 25, 2017, de Ministerio de Economía de El Salvador Sitio web: <http://www.innovacion.gob.sv/inventa/attachments/article/1690/Operador%20de%20Calidad%20Mundial.pdf>

Mayorga, A. (2011). EL GUÍA PROFESIONAL DE TURISMO COMO ELEMENTO CLAVE DE LA CALIDAD DEL SERVICIO TURÍSTICO DE GUIANZA. Quito: UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA EQUINOCCIAL.

Ministerio de Turismo. (2011). BARÓMETRO TURÍSTICO DEL ECUADOR. Quito: Ministerio de Turismo.

Ministerio de Turismo. (2015). *Proyecto Ecuador Potencia Turística*. Junio 16, 2016, de MINTUR Sitio web: <http://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2015/05/Documento-Proyecto-Ecuador-PotenciaTur%C3%ADstica.pdf>

Mintur, M. D. (2007). *PLAN ESTRATÉGICO DE DESARROLLO DE TURISMO SOSTENIBLE PARA ECUADOR* “PLANDETUR 2020”.

Muñoz, A., Carrera, P., & Inostroza, G. (2009). NIVEL DE SATISFACION DE LOS SERVICIOS DE GUIADOS EN EL PARQUE NACIONAL GALAPAGOS, ECUADOR:

Evaluación de las competencias laborales de los guías naturalistas y necesidades de dotación futura basada en la proyección de la demanda turística. *Gest. tur.(Valdivia)*, 59-76.

Ramírez, C. C. (2006). Calidad del Servicio. *Calidad total en las empresas turísticas*, 48-49.

Revuelta. (2010). La calidad en el servicio turístico. Diciembre 15, 2016, de Valderredible sostenible. Sitio web:

<http://valderrediblesostenible.squarespace.com/blog/2010/6/9/la-calidad-en-el-servicio-turistico.html>

Senplades. (2013). *Plan Nacional de Desarrollo / Plan Nacional para el Buen Vivir 2013-2017*. Julio 29, 2016, de Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo
Sitio web: <http://www.buenvivir.gob.ec/>

Velásquez, N. E. C., & Chambilla, L. E. A. (2013). Grado de satisfacción de los servicios turísticos en la ciudad de Puno 2011-Perú. *COMUNI@ CCIÓN: Revista de Investigación en Comunicación y Desarrollo*, 4(1), 28-37

ANEXOS

Anexo # 1 Matriz de consistencia

Título	Problema	Objetivos	Hipótesis	Variables	Indicadores
<p>SERVICIOS TURISTICOS Y SU INCIDENCIA EN LA SATISFACCIÓN DEL TURISTA QUE VISITA PUERTO EL MORRO 2016</p>	<p>Formulación del problema general. ¿Cómo los servicios turísticos influyen sobre la satisfacción del turista que visita el Puerto el Morro?</p> <p>Formulación de los problemas específicos ¿De qué manera el servicio de restauración influye en la satisfacción del turista que visita el Puerto el Morro? ¿De qué manera el servicio de hospedaje influye en la satisfacción del turista que visita el Puerto el Morro? ¿Cómo el servicio de Guianza influye en la satisfacción del turista que visita el Puerto el Morro?</p>	<p>General Determinar la incidencia que tienen los servicios turísticos sobre la satisfacción del turista que visita Puerto el Morro</p> <p>Específicos 1. Determinar de qué manera el servicio de restauración influye en la satisfacción del turista que visita el Puerto el Morro? 2. Establecer de qué manera el servicio de hospedaje influye en la satisfacción del turista que visita el Puerto el Morro. 3. Determinar el servicio de Guianza influye en la satisfacción del turista que visita el Puerto el Morro</p>	<p>Los Servicio turístico inciden en la satisfacción del turista que visita Puerto el Morro</p>	<p>Variable independiente Calidad de los Servicios turísticos</p> <p>Variable dependiente Satisfacción del turista</p>	<p>-Transporte -Alojamiento -Restauración -Guianza -Operadores turísticos -Precios de los productos y servicios. -Calidad de los productos y servicios turísticos. -Perfil del turista</p> <p>-Estímulos del turista -Niveles de Satisfacción del turista</p> <p>-Motivaciones del turista. -Interacción del turista.</p>

Elaborado por: Macías, S (2017)

Anexo # 2 Matriz de operacionalización de las variables

Hipótesis	Variable I.	Definición Conceptual	Dimensiones	Indicador	Ítems	Instrumentos de recolección de I.
La calidad de los Servicio turístico inciden en la satisfacción del turista que visita Puerto el Morro	Variable Independiente Servicios Turísticos	Es el conjunto de actividades perfectamente diferenciadas entre sí, pero íntimamente relacionadas, que funcionan en forma armónica y coordinada con el objeto de responder a las exigencias de servicios planteadas por la composición socio-económica de una determinada corriente turística.	Actividades turísticas.	-Transporte -Alojamiento -Restauración -Guianza -Operadores turísticos -Precios de los productos y servicios.	¿Cuál es su nivel de satisfacción en relación a los servicios turísticos? ¿Cuál fue la principal actividad que realizó en Puerto el Morro?	Encuestas

Elaborado por: Macías, S (2017)

Hipótesis	Variable D.	Definición Conceptual	Dimensiones	Indicador	Ítems	Instrumentos de recolección de I.
La calidad de los Servicio turístico inciden en la satisfacción del turista que visita Puerto el Morro	Variable Dependiente. Satisfacción del turista que visita el Recinto Puerto el Morro.	Se puede definir como un Juicio, bien de naturaleza cognitiva o bien de carácter afectivo o emocional, que deriva de la experiencia del individuo con el producto o servicio.	Turistas Percepción del turista Experiencia del turista.	-Estímulos del turista -Niveles de Satisfacción del turista -Motivaciones del turista.	¿Cuál es la actividad que más práctica en Puerto el Morro? ¿Cuál es su nivel de satisfacción en relación a los servicios turísticos? ¿Qué lo motiva a usted a consumir los productos y servicios turísticos?	Encuestas

Elaborado por: Macías, S (2017)

Anexo # 3 Formatos de instrumentos de recolección de datos

Fórmula para poblaciones infinitas

$$n = \frac{Z^2 p * (1 - p)}{e^2}$$

Dónde:

n= ?

Z= Desviación = 1.96

e= Margen de error (0.05)

p= Probabilidad

Cálculo de la muestra a turistas

$$n = \frac{(1.96)^2(0.50) * (1 - 0,50)}{(0.05)^2}$$

$$n = \frac{(3,8416) (0.50) * 0,50}{(0.0025)}$$

$$n = \frac{0.9604}{(0.0025)}$$

n = 384 Encuestas

Anexo # 4 Encuesta a turistas



UNIVERSIDAD ESTATAL PENINSULA DE SANTA
ELENA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
CARRERA EN ADMINISTRACION DE TURISMO

OBJETIVO: Obtener información relevante sobre el grado de satisfacción del turista al Adquirir los servicios turísticos de Puerto el Morro.

ENCUESTA (Turista)

DATOS GENERALES		
1.-Edad 1. De 18 a 30 <input type="checkbox"/> 2. De 31 a 45 <input type="checkbox"/> 3. De 46 a 60 <input type="checkbox"/> 4. De 60 y más <input type="checkbox"/>	2.-Género 1. Masculino <input type="checkbox"/> 2. Femenino <input type="checkbox"/>	3.-Nacionalidad 1. Ecuatoriano (a) <input type="checkbox"/> ¿Donde? _____ 2. Extranjero (a) <input type="checkbox"/> ¿Donde? _____
4.- Estado Civil 1. Soltero / a <input type="checkbox"/> 2. Casado /a <input type="checkbox"/> 3. Divorciado /a <input type="checkbox"/> 4. Viudo / a <input type="checkbox"/> 5. Unión Libre <input type="checkbox"/>	5.- Nivel de Educación 1. Primaria <input type="checkbox"/> 2. Secundaria <input type="checkbox"/> 3. Superior <input type="checkbox"/> 4. Posgrado <input type="checkbox"/>	6.- ¿Cuál es el motivo de su visita a Puerto el Morro? 1. Vacaciones/recreación <input type="checkbox"/> 2. Descanso/relajación <input type="checkbox"/> 3. Visita a familiares y amigos <input type="checkbox"/> 4. Otros <input type="checkbox"/> Especifique _____ <input type="checkbox"/>
7.- ¿Cómo considera usted, el servicio de transporte que se realiza en Puerto el Morro? 1. Excelente <input type="checkbox"/> 2. Bueno <input type="checkbox"/> 3. Regular <input type="checkbox"/> 4. Malo <input type="checkbox"/>	8.- ¿Cómo considera usted, el servicio de alojamiento en Puerto el Morro? 1. Excelente <input type="checkbox"/> 2. Bueno <input type="checkbox"/> 3. Regular <input type="checkbox"/> 4. Malo <input type="checkbox"/>	9.- ¿Qué actividad realizó en el Recinto Puerto el Morro? 1. Alojamiento <input type="checkbox"/> 2. Transporte <input type="checkbox"/> 3. Restauración <input type="checkbox"/> 4. Guianza <input type="checkbox"/> 5. Operadora turística <input type="checkbox"/> 6. Otros <input type="checkbox"/>

<p>10. ¿Cómo considera usted, el servicio de guianza en Puerto el Morro?</p> <p>1. Excelente <input type="checkbox"/></p> <p>2. Bueno <input type="checkbox"/></p> <p>3. Regular <input type="checkbox"/></p> <p>4. Malo <input type="checkbox"/></p>	<p>11. ¿Cómo considera usted, el servicio de restauración en Puerto el Morro?</p> <p>1. Excelente <input type="checkbox"/></p> <p>2. Bueno <input type="checkbox"/></p> <p>3. Regular <input type="checkbox"/></p> <p>4. Malo <input type="checkbox"/></p>	<p>12. ¿Cómo considera usted, el servicio de operación turística que se realiza en Puerto el Morro?</p> <p>1. Excelente <input type="checkbox"/></p> <p>2. Bueno <input type="checkbox"/></p> <p>3. Regular <input type="checkbox"/></p> <p>4. Malo <input type="checkbox"/></p>
<p>13.- ¿Califique la actividad que realizó?</p> <p>1. Excelente <input type="checkbox"/></p> <p>2. Muy Bueno <input type="checkbox"/></p> <p>3. Bueno <input type="checkbox"/></p> <p>4. Regular <input type="checkbox"/></p> <p>5. Malo <input type="checkbox"/></p>	<p>14. ¿Cuál es su nivel de satisfacción en relación a los productos y servicios turísticos?</p> <p>1. Muy satisfactorio <input type="checkbox"/></p> <p>2. Satisfactorio <input type="checkbox"/></p> <p>3. Poco satisfactorio <input type="checkbox"/></p> <p>4. Nada satisfactorio <input type="checkbox"/></p>	<p>15. ¿Qué lo motiva a usted a consumir los productos y servicios turísticos en puerto el Morro?</p> <p>1. Variedad <input type="checkbox"/></p> <p>2. Calidad <input type="checkbox"/></p> <p>3. Cantidad <input type="checkbox"/></p> <p>4. Autenticidad del lugar <input type="checkbox"/></p> <p>5. Otros <input type="checkbox"/></p>

Gracias por su colaboración...

Anexo # 5 Encuestas a turistas



UNIVERSIDAD ESTATAL PENINSULA DE SANTA ELENA
 FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
 CARRERA EN ADMINISTRACION DE TURISMO

OBJETIVO: Obtener los puntos de vistas de los servidores turísticos del Recinto Puerto el Morro sobre la satisfacción del turista.

ENCUESTA (Servidores turísticos)

DATOS GENERALES		
1.-Edad 1. De 18 a 30 <input type="checkbox"/> 2. De 31 a 45 <input type="checkbox"/> 3. De 46 a 60 <input type="checkbox"/> 4. De 60 y más <input type="checkbox"/>	2.-Género 1. Masculino <input type="checkbox"/> 2. Femenino <input type="checkbox"/>	3.-Nacionalidad 1. Ecuatoriano (a) <input type="checkbox"/> ¿Donde? _____ 2. Extranjero (a) <input type="checkbox"/> ¿Donde? _____
4.- Estado Civil 1. Soltero / a <input type="checkbox"/> 2. Casado /a <input type="checkbox"/> 3. Divorciado /a <input type="checkbox"/> 4. Viudo / a <input type="checkbox"/> 5. Unión Libre <input type="checkbox"/>	5.- Nivel de Educación 1. Primaria <input type="checkbox"/> 2. Secundaria <input type="checkbox"/> 3. Superior <input type="checkbox"/> 4. Posgrado <input type="checkbox"/>	6.- ¿Conoce el perfil del turista que visita a Puerto el Morro? 1.Si <input type="checkbox"/> 2. No <input type="checkbox"/>
7.- ¿Cómo considera usted el servicio que ofrece? 1. Excelente <input type="checkbox"/> 2. Bueno <input type="checkbox"/> 3. Regular <input type="checkbox"/> 4. Malo <input type="checkbox"/>	8.- ¿Estimula usted el consumo de los productos y servicios a los turistas? 1. Si <input type="checkbox"/> 2. No <input type="checkbox"/>	9.- ¿Qué actividades realizan los turistas en el Recinto Puerto el Morro? 1. Alojamiento <input type="checkbox"/> 2. Transporte <input type="checkbox"/> 3. Restauración <input type="checkbox"/> 4. Guianza <input type="checkbox"/> 5. Operadora turística <input type="checkbox"/> 6. Otros <input type="checkbox"/>

<p>10. ¿Qué tipo de servicios usted oferta?</p> <p>1. Alojamiento <input type="checkbox"/></p> <p>2. Transporte <input type="checkbox"/></p> <p>3. Restauración <input type="checkbox"/></p> <p>4. Guianza <input type="checkbox"/></p> <p>5. Operadora turística <input type="checkbox"/></p> <p>6. Otros <input type="checkbox"/></p>	<p>11. ¿En qué determinado tiempo son capacitados?</p> <p>1. Semanal <input type="checkbox"/></p> <p>2. Mensual <input type="checkbox"/></p> <p>3. Anual <input type="checkbox"/></p> <p>4. Nunca <input type="checkbox"/></p> <p>5. Otros <input type="checkbox"/></p>	<p>12. ¿Aplica estrategias de venta cuando ofrece los productos y servicios turísticos?</p> <p>1. Si <input type="checkbox"/></p> <p>2. No <input type="checkbox"/></p> <p>3. Otros <input type="checkbox"/></p>
<p>13.- ¿Considera usted que los precios de los servicios turísticos son adecuados?</p> <p>1. Si <input type="checkbox"/></p> <p>2. No <input type="checkbox"/></p>	<p>14. ¿Cuál es el nivel de satisfacción en relación a los servicios que oferta?</p> <p>1. Muy satisfactorio <input type="checkbox"/></p> <p>2. Satisfactorio <input type="checkbox"/></p> <p>3. Poco satisfactorio <input type="checkbox"/></p> <p>4. Nada satisfactorio <input type="checkbox"/></p>	

Gracias por su colaboración...



**UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA-ELENA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS.
CARRERA DE LICENCIATURA EN ADMINISTRACIÓN DE TURISMO**

ENTREVISTA AUTORIDADES

Objetivo: Obtener los puntos de vistas de los servidores turísticos del Recinto Puerto el Morro sobre la satisfacción del turista. Se agradece su participación y todas las respuestas se tratarán confidencialmente.

Nombre:

Institución:

1. ¿De qué manera califica usted al servicio que ofrecen los servidores turísticos de Puerto el Morro?

Excelente _____ Muy bueno _____ Bueno _____ Malo _____ ¿Por qué?

2. ¿Considera usted que los visitantes están satisfechos con el servicio que se les brinda?

SI _____ NO _____ ¿Por qué?

3. ¿Cuáles son los principales problemas o carencias con los que se enfrenta los servidores turísticos?

SI _____ NO _____ ¿Podría describirlo?

4. ¿Cuáles son los principales problemas o carencias con los que se enfrentan los servidores turísticos?

5. ¿Considera usted, que los precios de los servicios turísticos son adecuados para el turista?

SI _____ NO _____ ¿Por qué?

Anexo # 7 Aspectos legales

Constitución de la República del Ecuador

Art. 52.- tienen derecho a disponer de bienes y servicios de óptima calidad y a elegirlos con libertad, así como a una información precisa y no engañosa sobre su contenido y características. La ley establecerá los mecanismos de control de calidad y los procedimientos de defensa de las consumidoras y consumidores; y las sanciones por vulneración de estos derechos, la reparación e indemnización por deficiencias, daños o mala calidad de bienes y servicios, y por la interrupción de los servicios públicos que no fuera ocasionada por caso fortuito o fuerza mayor.

Plan Nacional del Buen Vivir 2013 -2017

Objetivo 10.3 Diversificar y generar mayor valor agregado en los sectores prioritarios que proveen servicios, literal g) Impulsar al turismo como uno de los sectores prioritarios para la atracción de inversión nacional y extranjera y h) Posicionar el turismo consciente como concepto de vanguardia a nivel nacional e internacional, para asegurar la articulación de la intervención estatal con el sector privado y popular, y desarrollar un turismo ético, responsable, sostenible e incluyente.

Ley de Turismo

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; c) Proteger al turista y fomentar la conciencia turística; e) Promover la capacitación técnica y profesional de quienes ejercen legalmente la actividad turística; g) Fomentar e incentivar el turismo interno.

Anexo # 8 Evidencia fotográfica de recolección de información mediante entrevista



Entrevista con el presidente del Puerto El Morro

Anexo # 9 Evidencias fotográficas de recolección de información mediante encuesta a servidores turísticos



Encuesta a servidor turístico – Operadora Fragatas y delfines

Anexo # 10 Evidencias fotográficas de recolección de información mediante encuesta a turista



Encuesta realizada a turista que visita Puerto El Morro

Cronograma de trabajo de investigación

Cuadro N. 6 Cronograma de trabajo

Id	Modo de tarea	Nombre de tarea	Duración	Comienzo	Fin	ro	01 septiembre	11 marzo	21 septiembre	0
						25/05	24/08	23/11	22/02	23/05
1	➤	TRABAJO DE TITULACIÓN	120 días	lun 12/09/16	vie 24/02/17					
2	➤	Introducción	30 días	lun 12/09/16	vie 21/10/16					
3	➤	Planteamiento del problema	15 días	lun 12/09/16	vie 30/09/16					
4	➤	Formulación del problema	3 días	sáb 01/10/16	mar 04/10/16					
5	➤	Justificación	7 días	mié 05/10/16	jue 13/10/16					
6	➤	Objetivos	6 días	vie 14/10/16	vie 21/10/16					
7	➤	Capítulo I Marco Teórico	40 días	sáb 22/10/16	jue 15/12/16					
8	➤	Revisión de la literatura	20 días	sáb 22/10/16	jue 17/11/16					
9	➤	Desarrollo de las teorías y conceptos	13 días	vie 18/11/16	mar 06/12/16					
10	➤	Fundamentos legales	7 días	lun 07/11/16	mar 15/11/16					
11	➤	Capítulo II Materiales y métodos	20 días	mié 16/11/16	mar 13/12/16					
12	➤	Tipos de investigación	5 días	mié 16/11/16	mar 22/11/16					
13	➤	Métodos de la Investigación	5 días	mié 23/11/16	mar 29/11/16					
14	➤	Diseño de muestreo	5 días	mié 30/11/16	mar 06/12/16					
15	➤	Diseño de recolección de datos	5 días	mié 07/12/16	mar 13/12/16					
16	➤	Capítulo III Resultados y discusión	66 días	mié 14/12/16	mié 15/03/17					
17	➤	Análisis de datos (cualitativos y cuantitativos)	30 días	mié 14/12/16	mar 24/01/17					
18	➤	Limitaciones	11 días	mié 25/01/17	mié 08/02/17					
19	➤	Resultados	6 días	jue 09/02/17	jue 16/02/17					
20	➤	Conclusiones y recomendaciones	15 días	jue 23/02/17	mié 15/03/17					
21	➤									

Elaborado por: Macías, S (2017)

Presupuesto

Cuadro N. 7 Recursos del presupuesto

RECURSOS HUMANOS				
N.	DENOMINACIÓN	TIEMPO	COSTO UNITARIO	TOTAL
1	Investigador	6 meses	\$ 500,00	\$ 500,00
1	Tutor	6 meses	\$ 0,00	\$ 0,00
Total				\$ 500,00
RECURSOS MATERIALES Y SUMINISTROS				
N.	DENOMINACIÓN	COSTO UNITARIO	TOTAL	
1	Papel	\$ 5,00	\$ 5,00	
2	Lápices	\$ 1,00	\$ 2,00	
2	Esferográficos	\$ 1,50	\$ 3,00	
5	Carpeta	\$ 1,00	\$ 5,00	
10	Clips	\$ 0,25	\$ 2,50	
Total			\$ 17,50	
RECURSOS TECNOLÓGICOS Y TÉCNICOS				
N.	DENOMINACIÓN	COSTO UNITARIO	TOTAL	
1	Teléfono y comunicación	\$ 30,00	\$ 30,00	
	Movilización	\$ 50,00	\$ 50,00	
	Impresión de documentos	\$ 30,00	\$ 30,00	
Total			\$ 110,00	

Elaborado por: Macías, S (2017)

Cuadro N. 8 Presupuesto general

RECURSOS	Institucionales:	
	Humanos	\$ 500,00
	Materiales y suministros	\$ 17,50
	Tecnológicos y técnicos	\$ 110,00
Total		\$ 627,50

Elaborado por: Macías, S (2017)



COMUNA
"PUERTO EL MORRO"

COMUNA ANCESTRAL PUERTO EL MORRO

Fundada, con, fecha 19 de Junio de 1.984
Autodefinida como Comuna Indígena de Raíces Ancestrales
ACUERDO MINISTERIAL-CODENPE N° 1421, Publicada en el Registro Oficial N° 985
"Puerto el Morro", Parroquia El Morro, Cantón Guayaquil,
Provincia del Guayas – Ecuador



COMUNA "PUERTO EL MORRO"

Recinto Puerto El Morro, 13 de Marzo del 2017

Licenciado

Efrén Mendoza T. MSc

DIRECTOR DE LA CARRERA DE HOTELERÍA Y TURISMO

Recinto Puerto El Morro.

De mis consideraciones

En atención a la petición solicitada por la Srta. **MACÍAS BURGOS SANDY INÉS**, egresada de la Carrera de Hotelería y Turismo de la Universidad Estatal Península de Santa Elena, solicitando el aval y apoyo en obtener información para el desarrollo y ejecución del Proyecto de Tesis titulado **"SERVICIOS TURÍSTICOS Y SU INCIDENCIA EN LA SATISFACCIÓN DEL TURISTA QUE VISITA EL RECINTO PUERTO EL MORRO, AÑO 2016,"** cumpla en manifestarle que con mucho gusto estaremos brindado la colaboración que el caso requiera para la elaboración de la tesis.

Agradeciendo a la vez, la importancia que le ha dado al Recinto Puerto el Morro como referencia de su objeto de estudio, resto decirle que como directiva principal cuenta con mi colaboración y apoyo para la realización de lo antes mencionado.

Particular que comunica para los fines pertinentes.

Atentamente,

**COMUNA ANCESTRAL
PUERTO EL MORRO
Reg. Oficial No. 985,
Guayaquil- Ecuador**

Sr. Pedro Virgilio Morales.

Presidente de la Comuna ancestral Puerto El Morro.