



Pontificia Universidad
Católica del Ecuador

SEDE
ESMERALDAS

ESCUELA DE HOTELERÍA Y TURISMO

TESIS DE GRADO

ANÁLISIS DEL PERFIL DEL TURISTA QUE VISITA EL
CANTÓN RIOVERDE, PROVINCIA DE ESMERALDAS, EN
EL PERIODO JULIO – DICIEMBRE 2017

PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
INGENIERO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
HOTELERAS Y TURÍSTICAS

AUTOR

PAUL WLADIMIR HURTADO MEZA

ASESOR

LIC. CARLOS PANCHANA ORTEGA

ESMERALDAS – NOVIEMBRE, 2018

Trabajo de tesis aprobado luego de haber dado cumplimiento a los requisitos exigidos por el Reglamento de Grado de la PUCESE previo a la obtención del título de INGENIERO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS HOTELERAS Y TURÍSTICAS

Presidente tribunal de Graduación

Mgt. Katia Limones González
Lector 1

Mgt. Verónica Aguilar Quiñónez
Lector 2

Mgt. José Donoso Vargas
Coordinador de la Carrera de Hotelería y Turismo

Lic. Carlos Panchana Ortega
Director de tesis

Esmeraldas, de de 2018

AUTORÍA

Yo, **HURTADO MEZA PAUL WLADIMIR** con número de cédula 0803009356, declaro que la presente investigación con el tema: “**ANÁLISIS DEL PERFÍL DEL TURISTA QUE VISITA EL CANTÓN RIOVERDE, PROVINCIA DE ESMERALDAS, EN EL PERIODO JULIO – DICIEMBRE 2017**” enmarcada en el actual trabajo de tesis es absolutamente original, auténtica y personal.

En virtud que el contenido de esta investigación es de exclusiva responsabilidad legal y académica del autor y de la PUCESE.

Atentamente

HURTADO MEZA PAUL WLADIMIR

0803009356

AGRADECIMIENTO

En el presente estudio, quiero agradecer al Todopoderoso, por bendecir cada uno de mis pasos, brindarme fortaleza, entendimiento y sabiduría para cumplir con esta meta.

A la Pontificia Universidad Católica del Ecuador sede Esmeraldas (PUCESE), por brindarme acogida durante toda la carrera, con lo cual he logrado ser un profesional.

De igual manera quiero dar mi cordial agradecimiento al asesor responsable de tesis, a los lectores y a los docentes de la Escuela de Turismo, quienes con su paciencia y dedicación supieron impartir conocimientos de calidad, y a su vez por dedicar parte de su tiempo mientras ejecutaba dicha investigación.

Por último, a mis compañeros, amigos y futuros colegas por haber compartido en conjunto experiencias dentro y fuera del salón de clases, siempre dándome palabras de aliento y fuerzas, sin esperar recompensa alguna, no me queda más que desearles muchos éxitos y bendiciones en donde se encuentren.

DEDICATORIA

Primeramente, dedico mi investigación al Todopoderoso a quien amo y admiro infinitamente.

A mis distinguidos y apreciados padres por dedicarme todo el tiempo y apoyo incondicional en los malos y buenos momentos; a mis hermanos a quienes amo con todo mi corazón por ser ejemplo, por toda la comprensión demostrada, animando cuando sentía desfallecer, sabiendo guiar y orientar en todo momento. Quiero recalcar a mi amada madre por ser el motor principal quien está a cada instante con sus palabras de aliento.

Amados padres, ustedes reciban esta investigación, como fruto de esfuerzo y dedicación.

TABLA DE CONTENIDO

AUTORÍA	iii
AGRADECIMIENTO	iv
DEDICATORIA	v
RESUMEN	x
ABSTRACT	xi
INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO I: MARCO TEÓRICO	5
Bases teóricas-científicas	5
Turismo	5
Turista	6
Visitante	7
Viajero.....	8
Perfil del turista	9
Segmentación	10
Motivación.....	11
Gustos y Preferencia	12
Antecedentes	14
Marco legal	18
CAPITULO II: MATERIALES Y MÉTODOS	21
Tipo de investigación	21
Métodos	23
Técnicas e instrumentos	23
Población	23
Tabulación de encuestas	25
CAPITULO III: RESULTADOS	25
Descripción del lugar	26
Análisis de resultados	28
Perfil del turista en el cantón Rioverde	38

CAPITULO IV: DISCUSIÓN	39
CAPITULO V: CONCLUSIONES	41
CAPITULO VI: RECOMENDACIONES	42
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	43
ANEXOS	49
Anexo 1: Cuestionario aplicado a turista	49
Anexo 2: Zona de Estudio	52
Anexo 3: Aplicación de Cuestionario	54

LISTA DE TABLAS

Tabla 1 Definición conceptual y operacionalización de la variable Perfil del Turista	22
Tabla 2 Distribución de las encuestas realizadas	24

LISTA DE ILUSTRACIONES

Figura 1 Mapa político del cantón Rioverde	26
Figura 2 Rango de edades	28
Figura 3 Número de personas que vive en su casa.....	29
Figura 4 Nivel de educación.....	29
Figura 5 Ocupación laboral	30
Figura 6 Profesión	30
Figura 7 Gasto promedio.....	31
Figura 8 Lugar de procedencia	32
Figura 9 Motivación.....	32
Figura 10 Mes de visita	33
Figura 11 Rangos de personas.....	33
Figura 12 Personas con las que suele viajar	34
Figura 13 Lugar de visita	35
Figura 14 Servicios turísticos elegidos.....	35
Figura 15 Hospedaje.....	36
Figura 16 Tiempo de estadía	37
Figura 17 Beneficios	37

RESUMEN

El presente trabajo de investigación busca analizar el perfil del turista que visita el cantón Rioverde, provincia de Esmeraldas, en el periodo julio – diciembre 2017, debido a que el turista es el componente que da motricidad al sistema turístico al demandar servicios, facilidades y demás elementos complementarios en un destino. Y si no se tiene una idea de lo que el turista demanda ¿Cómo se puede ofertar, promocionar y lograr el desarrollo del turismo?

El cantón Rioverde se encuentra al norte de la provincia de Esmeraldas, ubicado a 59 km de la capital; se caracteriza por la alta comercialización de pesca, diversidad de atractivos turísticos y variedad de gastronomías. Por lo tanto, para el desarrollo del trabajo se ha realizado una investigación descriptiva que permitió estar al tanto del medio social y económico para con ello determinar el aspecto socio-económico y geográfico de los viajeros del cantón Rioverde y conocer el motivo de viaje y hábitos de consumos de los visitantes, y de tipo explicativa mediante la interpretación de los resultados obtenidos. Se han empleado los métodos cuantitativos y cualitativos con sus diferentes técnicas de investigación como: encuestas y la observación directa.

En el primer segmento se detalla claramente el marco conceptual y se resaltan estudios que estén relacionados con el tema de investigación (antecedentes) y se destaca los artículos legales direccionados al contenido. En el segundo segmento, se puntualiza el tipo de investigación con el que se trabajó el estudio, los métodos, las técnicas y el análisis de la población. En la tercera parte se realizó una breve descripción del lugar y el análisis de los resultados. En el cuarto segmento se hace énfasis a las diferencias y similitudes que existen entre los resultados del presente estudio y el de otros; y finalmente se estableció el perfil del turista que visita el cantón Rioverde gracias a las encuestas aplicadas durante los feriados del segundo semestre del 2017.

A manera general se concluye que la mayoría de los turistas que visitan el cantón Rioverde lo hacen con fines gastronómicos ya que su mayor interés es conocer y degustar de la gastronomía local que presenta el cantón y posterior a eso tomar el sol y disfrutar de la playa en familia

Palabras Claves: visitante, viajero, perfil del turista, segmentación

ABSTRACT

This research work seeks the profile of the tourist who visits the canton Rioverde, province of Esmeraldas, in the period July - December 2017, because the tourist is the component that drives the tourist system to demand services, facilities and other elements complementary in a destination. And if you do not have an idea of what the tourist demands, how can you achieve, promote and achieve the development of tourism?

The canton Rioverde is located north of the province of Esmeraldas, located 59 km from the capital; It is characterized by the high commercialization of fishing, diversity of tourist attractions and variety of cuisines. Therefore, for the development of the work, a descriptive research has been carried out that allowed to be aware of the social and economic environment in order to determine the socio-economic and geographical aspect of the travelers of the Rioverde canton and to know the reason for travel and habits of consumptions of the visitors, and of explanatory type by means of the interpretation of the obtained results. Quantitative and qualitative methods have been used with their different research techniques such as: surveys and direct observation.

In the first segment, the conceptual framework is clearly outlined and studies that are related to the research topic (background) are highlighted and the legal articles addressed to the content are highlighted. In the second segment, the type of research with which the study was studied, the methods, the techniques and the analysis of the population are pointed out. In the third part, a brief description of the place and the analysis of the results were made. The fourth segment emphasizes the differences and similarities that exist between the results of this study and that of others; and finally, the profile of the tourist visiting the Rioverde canton was established thanks to the surveys applied during the holidays of the second semester of 2017.

In a general way it is concluded that most tourists who visit the Rioverde canton do so for gastronomic purposes since their main interest is to know and taste the local cuisine that the canton presents and after that sunbathe and enjoy the beach in family

Keywords: visitor, traveler, tourist profile, segmentation

INTRODUCCIÓN

Hoy en día el turismo es considerado en todo el mundo como el conjunto de actividades que realiza el ser humano con el fin de conocer y gozar de diversos lugares, espacios y paisajes fuera de lo común, de tal modo que se conozca la riqueza de dicho lugar, adquieran conocimientos por medio de experiencias y adopten nuevos hábitos o costumbres (Subdirección de Inteligencia y Prospectiva Turística, 2016), pero para ello es necesario hacer un estudio de mercado que facilite recolectar información sobre las particularidades, experiencias, y sobre todas las tipologías sociales, económicas y culturales de los visitantes (Villamar, 2006).

El término “perfil del turista” es utilizado para caracterizar un destino turístico permitiéndole conocer las satisfacciones, particularidades, perspectivas, posibilidades y las exigencias de los visitantes, con el fin de perfeccionar los destinos turísticos.

El perfil turístico permite conocer las variables socioeconómicas y demográficas del turismo; dichas características pretenden motivar a los visitantes para que realicen algún tipo de turismo y que a su vez determinen las características del viaje al cantón Rioverde.

Sin embargo, para seguir compitiendo en la actualidad es de suma importancia realizar un cambio que revitalice destinos turísticos, enfocados en las nuevas exigencias que plantean los turistas.

El conocimiento del perfil de los visitantes no solo permite alinear la oferta a sus expectativas, sino también personalizar las acciones de publicidad y comercialización en los segmentos de interés.

En la mayoría de los países antes de proponer estrategias para el mejoramiento del destino turístico, optan por realizar un estudio del perfil del turista (Millor, 2012) basado en las experiencias, lo cual permitirá una mejor planificación de avances de productos y servicios que a futuro permitan satisfacer las necesidades de los viajeros (Cadena, 2009).

Por ejemplo en el continente europeo toman muy en cuenta el perfil del turista como un segmento ligado con altos niveles de tenacidad, diversidad y pluralidad (Garrido, 2015) , en donde el conocimiento del perfil del visitante se hace fundamental y el dinamismo turístico no se detiene para los nativos, a pesar de la situación económica por las que atraviesan dicha nación.

Si bien es cierto en Latinoamérica existen muchos países que compiten por el turismo, pero entre los más reconocidos está Ecuador siendo un territorio que se caracteriza por poseer atractivos turísticos como, flora, fauna, costumbres, gastronomía y culturas, esto hace que sea un país mega diverso y que tenga mucha acogida (Branner, 2008); por ello también toma muy en cuenta el perfil del turista considerándolo como una alternativa clave que permite un desarrollo óptimo a nivel social, cultural, económico y ambiental y que a su vez se garantice el uso adecuado de dichos recursos por parte de los turistas (Organización Mundial del Turismo, 2011).

A manera interna en el Ecuador también se da la competencia por el turismo, donde unas provincias sobresalen más que otras y este es el caso de Esmeraldas, provincia que se caracteriza por su riqueza natural, reservas ecológicas, playas y atractivos turísticos (Ministerio de Turismo, 2015) presentes en los cantones Atacames, Esmeraldas, Eloy Alfaro, Rioverde, Muisne y San Lorenzo. Según el Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del cantón Rioverde (2011), es un sitio estratégico caracterizado por poseer cascadas y sitios turísticos donde se puede degustar rica gastronomía, por estas razones es necesario llevar a cabo un estudio del perfil del visitante que fomente un crecimiento económico y un potencial altamente turístico en dicho territorio.

Por ello dicha investigación tiene como objetivo principal analizar el perfil del turista que visita el cantón Rioverde durante el periodo enero – diciembre 2017, enfocándose en el aspecto socio-económico y geográfico de los viajeros, el motivo del viaje, los hábitos de consumos, los gustos y preferencias de los turistas que visitan dicho cantón (Veliz, 2015) y con ello, analizar y sintetizar los posibles problemas que encontrarán los viajeros en este destino turístico.

Rioverde es un cantón que se caracteriza por poseer un patrimonio turístico gracias a la presencia de sus playas, balnearios de agua dulce, cascadas y sobre todo su rica

gastronomía. Es necesario recalcar que a inicios del 2008 surgieron varios emprendimientos incentivando al turismo como por ejemplo: Cevicangre, situado en el recinto Vuelta Larga, a 10 min de la cabecera cantonal de Rioverde, el Enganche ubicado en el recinto de San Vicente y La Pasión de Pauñí, emplazado en el recinto del mismo nombre; producto de la instalación de dichos atractivos turísticos actualmente se lo conoce como la Ruta del Encocao y la buena sazón rioverdeña, gracias a ello este cantón acoge a turistas nacionales e internacionales que visitan con mucha frecuencia los emprendimientos antes mencionados.

A pesar de ello, hasta el momento no existe un registro permanente sobre el perfil del turista, donde se manifiesten las razones por las cuales se motivó a viajar, las actividades que le gusta realizar con frecuencia, la imagen que presenta la ciudad como tal y su complacencia con la experiencia turística.

Una de las circunstancias que permiten fructificar el potencial turístico presente en el cantón Rioverde es tener claro quienes visitan el sector, para así mismo cambiar o mejorar la oferta y servicios que satisfagan a dichos turistas. Ante esta problemática, se hace necesario contestar preguntas que ayudan a fundamentar la investigación, tales como: ¿Cuáles es el perfil del turista que visita el cantón Rioverde, provincia Esmeraldas?; ¿De dónde vienen?; ¿Cómo son?; ¿Qué hacen en su visita a la ciudad?; ¿Cómo viajan?; ¿Cómo observan al cantón Rioverde en base a sus recursos y/o atractivos que ofrece?; ¿Cómo perciben a la gestión turística?, etc. Considerándose necesaria la realización de un estudio que llegue a describir a este turista a través del análisis de diversas variables de segmentación.

Por otra parte cabe mencionar que las encuestas aplicadas a dicho estudio busca ofrecer información concreta, confiable y actualizada para la planificación de proyectos (Valencia & Fuentes, 2010), la mejora de servicios y la toma de decisiones estratégicas en el sector turístico (Ruiz, 2012) y que a su vez el cantón antes mencionado prepare la oferta necesaria de acuerdo al perfil del viajero que visita sus atractivos turísticos, creando una mejor imagen turística que contribuya a la economía de este territorio.

Con lo antes mencionado es suficiente para apoyar el desarrollo turístico de la zona, y así satisfacer al turista que visita este norteño cantón de la provincia de Esmeraldas.

Teniendo en cuenta lo expresado se formula como objetivo general “Analizar el perfil del turista que visita el cantón Rioverde, durante el período enero – diciembre 2017”.

Para dar cumplimiento al objetivo general se formulan los siguientes objetivos específicos:

1. Describir el aspecto socio-económico y geográfico de los viajeros del cantón Rioverde.
2. Determinar el motivo de viaje y los hábitos de consumos, analizando los gustos y preferencias de los turistas que visitan el cantón Rioverde.
3. Identificar beneficios buscados de los turistas que visitan al cantón Rioverde.

CAPÍTULO I: MARCO TEÓRICO

Bases teóricas-científicas

Turismo

El turismo nace en la Antigua Grecia cuando millones de individuos cada cierto tiempo se movilizaban con el propósito de ir a las Olimpiadas, desde ahí el hombre ya realizaba actividades comerciales y por ende surge el turismo (Valverde, 2012).

En la actualidad el turismo representa un rol importante a nivel nacional y mundial en el ámbito industrial, de tal manera que permite generar ingresos mediante la realización de viajes o paseos de toda clase, con fines de ocio, trabajo, descanso, por motivos de salud, interés social, etc.

Cabe resaltar que a pesar que el turismo surgió a partir de la revolución industrial, hasta hace unas décadas atrás no se lo había definido como tal, ya que solo se sabía que era una actividad independiente realizada por el ser humano que estaba ligada al ámbito económico.

Años después Organización Mundial de Turismo (2015), afirma que el turismo es el conjunto de dinanismos o actividades que realizan los individuos al momento que viajan hacia lugares diferentes a su sitio de origen, que por lo general la visita la hacen en un lapso menor a un año, con el propósito de divertirse, de trabajo, salud, ocio, etc.

El turismo como actividad resalta en todos los ámbitos ya sea social, económico y cultural ya que gracias a estas acciones se han desarrollado muchos países, se crean buenas infraestructuras, se mejoran los medios para transitar, se disminuye el desempleo, genera bienestar y desarrollo a partir de pequeños grupos, etc (Piloza, 2010).

Turista

Se conoce como turista a toda persona o individuo que se desplaza desde su lugar de origen hacia un lugar diferente, tomando en cuenta que debe estar asentado por lo menos 24 horas fuera del lugar de origen para que se lo considere turista (Realpe, 2011).

El turista es asociado con el término consumidor, por tal motivo varias ciudades y países prefieren atraer gran número de personas que consuman en dicho lugar ya que esos sectores dependen de actividades económicas y de atractivos turísticos con el fin de obtener un mejor desarrollo del país (Martinez, 2017).

Desde hace décadas atrás, toda persona siente la necesidad y el impulso de conocer otros lugares con el fin de recrearse o distraerse. Como por ejemplo los habitantes de la antigua Grecia se desplazaban para disfrutar de los juegos olímpicos en la ciudad de Olimpia con el fin de desesterarse (Fuentes, 2015). Aun así hay también son turistas las personas que realizan sus viajes ya sea por problemas de salud recomendado por doctores o también por razones de trabajo, educación, visita a familiares, religión o peregrinación e incluso por negocios (Sanchez, 2010).

Sin embargo, la gran mayoría de las personas que se desplazan de un sitio a otro lo hacen con el fin de adquirir nuevos conocimientos o costumbres, rozar con diferentes culturas, entre otras cosas (Marinez, 2009). Pero anteriormente esta actividad solo la realizaban aquellas personas que tenían buenos ingresos económicos, pero en la actualidad con ayuda de la tecnología las comodidades y las oportunidades de viajar han mejorado permitiendo la accesibilidad a cualquier lugar gracias a la creación de medios de transporte (Vivas, 2011).

Como se mencionó anteriormente el turismo es la fuente principal de sustento en diversos países, ya que tiene un buen flujo de dinero que provee ingreso y salida de bienes y servicios (Rosales, 2010); por tal motivo estos países se enfocan en plantear y proponer políticas de turismo que permitan la captura de muchas más personas.

- Turista cosmopolita.- aquellas personas que buscan ir a lugares reconocidos, que buscan todo de moda, nuevo y de mejor calidad.

- Turista deportivo.- sus viajes son planificados específicamente para realizar un deporte que les gusta o que les atrae.
- Turista playero.- prefieren sitios de clima cálido, con servicio de hoteles, piscinas y playas que les permita disfrutar del sol y la arena. Las personas que habitan en lugares fríos o lluviosos suelen preferir este tipo de lugar.
- Turista rural.- escogen tener un contacto más cercano con la naturaleza, prefieren respirar aire no contaminado, y disfrutar del sonido de los animales que provee la naturaleza.
- Turista cultural.- viajan por adquirir conocimientos históricos, conocer otras culturas y costumbres que adoptan diversos países. Les fascina visitar estatuas, museos, bibliotecas y centros de pinturas.
- Turista musical.- son aquellas personas fanáticas de la música, se trasladan con el fin de asistir a conciertos o festivales de músicas.
- Turista intrépido.- desea viajar a sitios que sean pocos reconocidos y que hayan sido poco visitados, y donde no tenga mucha influencia de personas, y que tenga aspecto antiguo.
- Turista fotógrafo. - individuos que se dedican a paseos con el fin de encontrar paisajes a los cuales se les pueda tomar fotografías y que plasmen un recuerdo de las experiencias.
- Turista de negocios.- se trasladan por ser responsables en su lugar de trabajo y de paso aprovechan para hacer turismo en los tiempos que se encuentran desocupados.

Visitante

Las personas que recorren otros lugares diferentes al de su origen, con el fin de cumplir diversos propósitos por un tiempo menor de 12 meses, se les emplea el término visitante (Cañizares, 2010); estos podrán viajar dentro o fuera de su país Natal. Cabe indicar que no se considera visitante aquella persona que sea empleado por una entidad u organización que haya sido implantada en aquella nación.

Según Organización Mundial del Turismo (2012) clasifica a los visitantes en dos grupos, a unos les nombre visitantes de pernoctación es decir que son aquellos que

duran alrededor de una noche como mínimo en cualquier lugar diferente al de su origen y el otro los denomina excursionistas que son las personas que salen de lo rutinario y regresan en el mismo día (Marchan, 2016).

Los visitantes se clasifican en 4 grandes grupos (Mayedo, 2015) tales como:

- Visitantes internacionales: son aquellos individuos que se desplazan a otro sitio diferente al de su país por un tiempo inferior a 12 meses, pero dicha visita no se la hace con el fin de que sea gratificada.
- Visitantes nacionales o internos: aquellos individuos que visitan un sitio diferente pero que pertenece a su misma nación tomando en cuenta que establecimiento en dicho lugar no sea más de 12 meses.
- Turistas: también conocidos como personas de pernoctación, es decir que se hospedan al menos por una noche en algún sitio ya sea nacional o internacional.
- Visitantes del día: también se los denomina visitantes excursionistas que no se alojan en un sitio colectivo o privado de aquel país visitado, dentro de este grupo también se incluye a las personas que viajan en tren y en cruceros.

Viajero

Desde la antigüedad el ser humano tenía la necesidad de recorrer el mundo, conocerlo y comenzar a explorarlo; pues hasta la actualidad el hombre busca conocer sus territorios y sale en busca de adquisición de nuevas culturas y costumbres de otros sitios. Si bien es cierto en las últimas décadas con la llegada de diversos transportes mejora el traslado de dichas personas (Cervantes, 2010).

La palabra viajero engloban el resto de términos turísticos, ya que es muy amplio su significación, por ello viajero es toda aquella persona que vaya o haya realizado un viaje por diferentes motivos y diversos lugares fuera del sitio de origen o donde se sitúe (Carreño, 2011).

Al emplear el termino viajero no se le da mucha importancia si ha viajado por un lapso menor o mayor a 24 horas, puede que escoja pernoctarse, o solo realizo el desplazamiento por disfrutar de algún gusto o deporte y retorna a su lugar de origen en menos de 24 horas (Villacres, 2015).

Bermúdez (2009) manifiesta que los viajeros generalmente prefieren andar y trasladarse en vehículos de tipo público ya que creen que es la mejor forma de disfrutar de la realidad de un sector, ciudad o pueblo.

La idea que se plasman los viajeros es de ir recorrer al máximo, y encontrarse con sorpresas a lo largo del camino, se los asocia con personas mochileras que buscan más allá que una simple aventura (Góngora, 2013).

Perfil del turista

En los últimos años el turismo se ha incrementado de manera exponencial, ya que en la actualidad representa un papel de gran importancia en el sector social y económico y a su vez contribuye con el progreso de un país. Por ello Ocampo (2010) menciona que el Mincetur cada año implementa nuevas estrategias a favor de cada país para que continúe desarrollándose; entre una de las estrategias más destacada es el estudio del perfil y el grado de satisfacción del turista ya que varios países dependen de las visitas de los mismos (Pascuales, 2013).

El perfil del turista permite mejorar la organización y la mejora de bienes o servicios que satisfacen las necesidades de los visitantes. Gracias al estudio del perfil del turista, las personas encargadas de los servicios turísticos plantean tácticas de comercialización (Cifuentes, 2006).

El estudio de perfil del viajero tiene como beneficiario primordial a las personas encargadas de la administración turística, a más de ello permite conocer el nivel de agrado y satisfacción por parte de los visitantes en cuanto a servicios exclusivos y no exclusivos.

Según Noriega (2010) tiene como principal objetivo identificar las particularidades, para identificar las particularidades, costumbres, provechos, beneficios y gasto de los turistas que realizan el recorrido (Ruiz & Sanchez, Metodología del estudio del perfil del turista , 2014).

El perfil del turista trata de brindar datos reales, confidenciales y actualizados para ofrecer mejores servicios y una buena orientación para el sector turístico (Fuentes,

2014), y que de igual manera se les ofrezca productos y mercancías que atraigan al visitante e incentiven al consumo de los mismos.

El monitoreo constante del perfil del turista ha ayudado a crear una sucesión de antecedentes que posteriormente permitirán realizar una investigación determinada de las experiencias del ecoturismo que se da en dicho país (Veliz, 2016).

Los caracteres sociodemográficos en unión con las satisfacciones de los turistas ayudan a tener una idea sobre las experiencias de sus recorridos y mediante su observación e investigación ponen en marcha el mejoramiento de la oferta turística y así mismo ofertar la visita de turistas extranjeros y nacionales al país (CESTUR, 2011).

Segmentación

Para hacer el análisis del perfil del turista es de suma importancia manejar una segmentación de mercado que tiene como propósito de distinguir conjuntos de clientes que compartan características casi iguales en relación a la satisfacción de las necesidades más puntuales.

Cabe indicar que la segmentación dentro del turismo y del mercadeo no se trata de fragmentar en variables pilotos que identifiquen a grupos determinados que sean parte del mercado, sino más bien es realizarlo, pero en base a la relación con el producto con el propósito de crear estrategias comerciales diferenciadas permitiéndole satisfacer los deseos y necesidades en este caso de los turistas

La segmentación se clasifica en base a las necesidades de satisfacción que presenten los turistas, a más de ello para llevar a cabo el procedimiento mediante técnicas de segmentación es necesario tomar en cuenta lo que la muestra quiere conocer posteriormente y partiendo de eso se clasifica en grupos con características similares. A continuación se detallará los grupos de segmentación más utilizados (Arroyo, 2013) .

- S. geográfica.- pretende clasificar al mercado como tal ya sea en barrios, parroquias, cantones, provincias, regiones, patrias, estados, naciones.

- S. demográfica.- clasifica al mercado en base al empleo, profesión, ocupación, religión, etnia, generaciones, número de integrantes en la familia, ciudadanía, procedencia, etc.
- S. por género.- es muy empleado en las administraciones hoteleras, según estudios resulta mucho mejor cuando se realiza una combinación con información demográfica y los estilos de vida. Clasifica al mercado según el estilo de ropa, su forma de vestir, productos de cosméticos, y aseo utilizados.
- S. en función de los ingresos. - Es una de las más utilizadas especialmente por los encargados del mercadeo de manufacturas y servicios desde hace años atrás. Cabe indicar que el sector hotelero también suele utilizarla con gran frecuencia.
- S. psicográfica.- Realiza la fragmentación según el estrato social, modo de vida, gustos, preferencias, y el tipo de personalidad.

Como finalidad la segmentación busca realizar un estudio de la competencia entre mercados, ayuda a facilitar un reajuste de la oferta y demanda a necesidades particulares y por último identificar y agrupar conjuntos de turistas que solicita una oferta a su medida.

Motivación

La motivación es una parte fundamental que influye en el desarrollo del ser humano. Cuando un individuo tiene una necesidad, el cerebro es la parte principal que emite impulsos para llevar a cabo el proceso con el fin de satisfacer sus necesidades, al inicio puede que cree insatisfacciones al igual que satisfacciones. Pero la necesidad sigue permanente hasta que se sienta satisfecho.

El sector hotelero relaciona el por qué le conviene viajar al turista y por otro lado que es lo que le motiva a realizar dicho viaje. El análisis de los motivos por las que se da el viaje va a permitir que toda persona plantearse las principales expectativas u objetivos.

Según Villamar (2015) menciona que a pesar de que existe variedad de motivos por los que viajen los turistas o visitantes, se los ha clasificado en 3 grupos que son:

El primero es el de motivaciones personales el cual incluye la necesidad de tener conexión con la madre naturaleza, por ello el ser humano siente la necesidad de

conectarse en cuerpo, alma y espíritu con la biodiversidad permitiéndole sacar las malas energías. También se incluye por necesidad de conocimientos pues básicamente como su nombre lo indica se lo hace para adquirir nueva información que contribuye en el ámbito, social, ambiental y económico, permitiéndole vivir la realidad.

El segundo grupo es por motivos familiares, que consiste en compartir momentos amenos con la familia y que en años posteriores se lo mantenga como un recuerdo de familia que fortifique la relación entre los mismos.

El tercero es por motivos sociales, debido a que los individuos piensan que es de suma importancia trasladarse de un lugar a otro conocer otras sociedades y estar al tanto y al mismo nivel de todos. También se da el caso que lo hacen por la necesidad de diferenciarse de una agrupación, sin dejar de lado su identificación natal que les permitirá distinguirse

Por el momento se puede decir que su manera de proyectarse, sus expectativas y objetivos abarcan mucha importancia por el tema, sin dejar de lado que la psicología es diferente y que ningún caso de un grupo de turistas es igual a otro.

Gustos y Preferencia

Desde la antigüedad hasta la actualidad el hombre prefiere viajar con fines comerciales, económicos, sociales y culturales, pero la gran mayoría lo hace por gustos sociales como por ejemplo disfrutar de la playa y el sol, degustar de la gastronomía local, visitar atractivos turísticos, etc.

A mediados del siglo XX nace la iniciativa de dar un giro a las promociones y no solo basarse en los ámbitos antes mencionado, sino también incluir al aspecto ambiental, de tal modo que exista el llamado turismo sostenible y que los turistas no opten solo por preferir la playa o la gastronomía, sino más bien hacer énfasis en otras experiencias como compra de artesanías, ecoturismo, etnoturismo, entre otras pero todas con el fin de presentar otros paquetes turísticos que promueva el desarrollo del lugar.

Según los turistas creen que es preferible el turismo de negocios ya que mediante este existe una gran oferta y demanda y a su vez permite que el visitante obtenga

información y conozca los paquetes que oferta el lugar que desea visitar de tal manera se privilegie al consumidor (Fernandez, 2015).

Beneficios

Por naturaleza el turista al momento de viajar siempre busca consumir todo en gran cantidad, pero en realidad debería hacer uso de lo necesario llevando consigo un equilibrio. Es sumamente importante ponerse a pensar de las consecuencias que podría afectar a la persona como turista, a más de ello debería estar al tanto de los beneficios que tiene el turismo para beneficiarse de la mejor forma.

Al momento de viajar, los beneficios que busquen siempre deben estar ligados al ámbito social, económico, cultural y ambiental. Por ejemplo, el beneficio más buscado según varios estudios es el de descansar y desestresarse, ya que es un camino que permitirá escapar de lo rutinario, del estrés, de las obligaciones y responsabilidades en las instituciones de trabajo, etc.

A parte de las ofertas que se le hace al turista, más de la mitad dependerá de la actitud y predisposición que tenga para obtener el beneficio que desee, para ello debe planificar sin amargarse ni mucho menos estresarse, siempre con buen ánimo y no debe malgastar el dinero, de tal modo que ahorre lo normal para disfrutar de todos los atractivos turísticos o gastronómicos que presente el lugar que visita (Suarez, 2014).

El viaje debe ser un paréntesis para salir de la rutina como se lo mencionó anteriormente, debe disfrutar del momento e incluso conocer los atractivos de los diferentes lugares que se puedan visitar, aprender los buenos y malos aspectos del lugar que se visita y luego compararlo con el lugar de origen, notar la diferencia y dar las recomendaciones necesarias.

Conocer los tipos de culturas que poseen los otros lugares diferente al lugar natal, es otro beneficio ya que aporta nuevos conocimientos de cultura general y que influye al momento de ver el modo de vida desde otras políticas, religiones, hábitos e incluso desde otros estilos. Otro beneficio a nivel mundial es el de apreciar y descubrir lo que tiene la naturaleza, mucha gente deja de lado esta parte, pero es una de las más fundamentales es una mega componente en la vida y como no a nivel turístico. En el

mundo hay muchos lugares asombrosos que son fenómenos originarios de la naturaleza que se convierten en atributos representativos de un lugar (Carreño, 2011).

Antecedentes

En esta sección se muestra de modo diáfano, una pequeña exploración de la parte literaria; dichos estudios están basados en documentos que incluyan el turismo y el análisis del perfil del turista como tal.

Actualmente el turismo es definido por varios autores como el conjunto de actividades que llevan a cabo algunas personas con el objetivo de percibir, notar, averiguar, saber, conocer y disfrutar de nuevos sitios que sean diferentes a su lugar de origen, de tal manera que se conozca las riquezas que presenta dicho lugar (Chávez, 2013). El turismo es la fuente de sustento de diversos países ya que la mayoría de sus ingresos se involucran en la parte turística puesto que dependen de ello. Para seguir creciendo como país se debe llevar a cabo un buen servicio de oferta y demanda en el mercado, sin dejar de lado el estudio del perfil del turista que le permitirá conocer el nivel de satisfacción, complacencia, provecho, rentabilidad e incluso permite saber el nivel de sus disgustos con el fin de mejorar la atención al visitante o turista.

En este ambiente, estudiar el perfil del turista es primordial para llegar a formar parte de un destino turístico bien situado en una plaza de mercado. Unos autores resaltan que el estudio del perfil del turista se debe inclinar más por conocer los hábitos de consumo y de gasto (Meré, 2012) de igual forma (Chacon, 2010) es fundamental llevar a cabo el estudio demográfico, de tal modo que el entorno geográfico o la procedencia también pueden influir en las actitudes y comportamientos del turista.

En las últimas décadas se ha comenzado a estudiar muy a menudo el perfil del turista desde varios puntos de vista; en el caso de analizar el perfil del turista Chino que visita España; si bien es cierto España es un país muy reconocido como destino vacacional a nivel mundial. Su capacidad de atraer grandes volúmenes de turistas internacionales es totalmente irrefutable, siendo el tercer país receptor del mundo (Cànoves, 2016). El resultado ha mostrado que los turistas internacionales tienen unos comportamientos distintivos para diferenciarse de los demás, aunque también se encuentran puntos

comunes entre ellos. La gran mayoría de los turistas europeos tiende a seguir el típico modelo de sol y playa dado que es la marca representativa de España, pero siempre hay alguna excepción que no lo considera como una actividad a priori, por ejemplo, Italia. En cuanto al perfil no europeo, su motivación se enfoca principalmente a las actividades relacionadas con las compras y el turismo cultural y urbano (Alama, 2010).

Por otro lado, cabe destacar China como un país emergente que se ha convertido uno de los mercados emisores más demandados por los países receptores. El perfil del turista chino no busca el paquete tradicional de sol y playa, sino todo lo contrario, es aquel que opta por el turismo de compras, representando este tipo de turismo una oportunidad de generar un mayor gasto turístico (Alama, 2010).

En cuanto al mayor volumen de turistas extranjeros que recibe España, indiscutiblemente cabe resaltar a Reino Unido mientras que China aún está en un proceso de crecimiento. Por otra parte, los gastos que genera cada país son distintos, siendo China el mercado que genera mayores gastos en el destino, sobre todo en las compras. En cuanto al tipo de alojamiento más demandado por los turistas extranjeros es el hotel (Alama, 2010). No está de más señalar que un país que lleva a cabo un grandioso desarrollo y progreso en el sector turístico puede cumplir diversas funciones jugándose dos papeles ya sea de turismo emisor o receptor (Cevallos, 2015).

Sin embargo, otro estudio similar tiene como proporcionar un análisis que ayude a comprender mejor la experiencia de viaje de los pasajeros de cruceros que visitan por algunas horas el puerto de Cartagena de Indias en el Caribe colombiano; cabe indicar que los resultados preliminares muestran que el perfil mayoritario de estos pasajeros tiene las siguientes características: es norteamericano con formación universitaria, casado, con un ingreso anual familiar de más de 75.000 dólares y de la tercera edad. Genéricamente, el pasajero se fue satisfecho de su visita a la ciudad, pero dentro de este caso el autor considera que es mucho más necesario estudiar los aspectos de insatisfacción como es el exceso de vehículos, ruido a toda hora, el clima desagradable, forma de vestir inadecuada por parte de los vendedores y la experiencia de compras no es tan buena para los turistas de cruceros que visitan Cartagena, por ello el pasajero se fue poco satisfecho de su visita a la ciudad (Zapata, 2010).

Cabe indicar que se habla desde un contexto general en Ecuador también existen varios estudios de casos en lo que concierne al perfil del turista, según un estudio

realizado por Villavicencio (2015) el perfil más común del turista que llega al Ecuador es el de personas con estudios de posgrado o universitarios, que viajan solos, visitaron Ecuador más de una vez, gestionaron los billetes ellos mismos a través de Internet o de amigos y familiares e hicieron un gasto promedio de 1000 dólares. Los motivos de las visitas fueron la recreación o el esparcimiento, aunque también el encuentro con amigos y familiares, por negocios u otros motivos profesionales. Entre las actividades más solicitadas se encuentran las visitas a comunidades indígenas, práctica de deportes, diversión y observación de flora y fauna.

De este modo también hay otras investigaciones realizadas en dicho país que muestran similitudes o diferencias, como por ejemplo el estudio del perfil de los turistas que visitan la isla Santay, suelen alojarse con familiares y amigos calificando satisfactoriamente la atención al cliente e incluso dichos turistas están dispuestos a colaborar con una cantidad mínima o máxima que contribuya al cuidado y preservación de la isla (Arroyo, 2013). De entre las respuestas de los encuestados se concluye en base al objetivo de investigación que el retrato del turista que visita la Santay es de una persona joven, de ingresos menores a los \$500 dólares, interesada por conocer sitios nuevos y desconectarse de lo cotidiano. En cuanto a edad y nacionalidad, de la encuesta se desprende que estos turistas tienen menos de 30 años destacadamente de género femenino que provienen de Europa, América del Norte y Sudamérica, especialmente de Estados Unidos 6,9% y además de los nacionales que provienen en gran proporción de provincias como Pichincha 25,0% y Azuay 15,8%.

Como respuesta a la motivación que les empuja a venir a la isla, la mayoría de encuestados aluden a pasar tiempo con familia y amigos en primer lugar, un 88,0%. En segundo lugar, con un 87,6%, se sitúan las posibilidades de conocer sitios nuevos, por ello se puede decir de manera más concreta, que el turista acude a la Isla Santay para escapar de la rutina y desconectarse de lo cotidiano, además de disfrutar de la naturaleza del área. Por ello el autor afirma que es necesario realizar un estudio del perfil del turista para que de este modo se pueda tomar en cuenta aspectos desfavorables y a futuro se pueda esperar un incremento de las visitas el cual también contribuiría a mejorar la actividad económica de la comunidad.

No está de más hacer hincapié que dentro del Ecuador la región costa es la más visitada por turistas nacionales e internacionales especialmente la provincia de Esmeraldas es sin

duda alguna una ciudad en la que su climatología y sus sitios de interés propician una actividad turística y cultural durante todo el año por lo que invita a todos a descubrirla y disfrutarla. Desde el punto de vista turístico, un factor diferenciador de Esmeraldas con respecto a otras provincias de la Costa es que casi no hay carreteras tierra adentro. Esto hace que muchas regiones sean accesibles sólo por vía fluvial. El resultado es que gran parte de la provincia tiene un carácter remoto, algo muy valorado dentro de las tendencias turísticas actuales que prefieren cada vez más los destinos auténticos y exóticos (Barre, 2017).

Si bien es cierto sumado a eso el turismo se presenta como una alternativa de ingresos para los habitantes locales, quienes muy a menudo no tienen reparos en vender su selva para ganar unos dólares (CESTUR, 2011). Es una ciudad que ofrece acogedoras playas que reciben visitantes durante todo el año en medio de un mágico contraste entre su exuberante vegetación y su pacífico mar. Todas ellas con facilidad de alojamiento y alimentación para atender con comodidad y complacer a los turistas que buscan disfrutar de la playa, de un placentero baño en el mar, de los hermosos atardeceres, de la vida nocturna, de los parasoles y sus cócteles, de la gastronomía y de actividades recreativas en medio de una población amable, alegre y presta a servirle. Uno de los problemas dentro del cantón Esmeraldas es que no cuenta con una cooperativa de transporte turístico que esté registrado legalmente en el Ministerio de Turismo, pero si algunas personas contratan los servicios de transportes estudiantiles o de las cooperativas interprovinciales e intercantonales para realizar sus paseos o giras.

Según Arizala (2017) se realizó un estudio del perfil del turista que visita Esmeraldas y de acuerdo a las encuestas aplicadas, los turistas nacionales que visitan dicho cantón se encuentran en un rango de 27-35 años que constituye el 35%. El 55% de los encuestados pertenecen al género masculino de los turistas, mientras que el restante pertenece al género femenino que proviene de la provincia de Pichincha con un 45%, seguido con un 21% correspondiente a Tungurahua y con el 15% Cotopaxi. En cuanto a su ocupación el 40% son profesionales y el 32% son estudiantes. El 98% de la entrevista muestra un alto grado de interés por conocer el Cantón Esmeraldas y el 98% creen necesaria la implementación de este proyecto.

El 92% de los turistas nacionales manifiestan que viajan de forma independiente y el 8% restante lo hace con agencias u operadoras turísticas; en cuanto al motivo del viaje

el 36% prefiere el turismo sol y playa, otros por turismo de aventura y tal vez por el ecoturismo. El 39% de turistas nacionales viajan con sus amigos, a diferencia del 34% que lo hace con sus familiares; el 48% de los encuestados manifiestan que viajan en compañía de cuatro a seis personas y el 36% suelen viajar con uno a tres personas (Vargas, 2016).

Otra de las variables evaluadas en cuanto a las actividades que el turista nacional desea desarrollar denota una mayor aceptación a vivir la cultura afro-esmeraldeña con un 30%, un 27% por degustación de bebidas y comidas típicas, y un 15% por visitas a centros culturales; hospedaje, alimentación y recreación son los servicios turísticos más demandados con un 32%, 28% y 19% respectivamente. El 39% de los turistas nacionales prefiere una duración del viaje de 2 a 3 días; los encuestados en un 45% estarían dispuestos a pagar entre \$10 a \$20 dólares por día por los servicios ofertados, siendo el de mayor porcentaje; y para finalizar el mayor porcentaje del 58% de turistas nacionales manifiesta que la temporada para realizar sus viajes es en vacaciones. Por ello se concluye que según los casos estudiados la provincia que tiene más diversidad cultural en la Costa, con una gastronomía con mucho carácter, reservas naturales y los ritmos únicos de la marimba, es Esmeraldas que, también podría ser un ejemplo de buen turismo al servicio de la conservación del medio ambiente y de la preservación de la riqueza cultural (Barros, 2016).

Marco legal

Con el propósito de sustentar legalmente la investigación, se muestran artículos pertenecientes al Reglamento General de La Ley Turismo y al Plan Nacional del Buen Vivir 2017-2021. Teniendo presente que, el servicio es uno de los pilares fundamentales para obtener fuentes de trabajos y manejar de forma equitativa el sector social, económico y cultural de manera sostenible.

Según Ministerio de Turismo (2012) en el capítulo I, II y X del Reglamento General de Actividades Turísticas es necesario tomar en cuenta lo siguiente:

CAPÍTULO I

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

Dentro de este artículo se toma el literal (a) dentro de las actividades turísticas ya que el atractivo posee servicios complementarios que actúan sobre el esparcimiento de turistas. Aquellos establecimientos que brinde alojamiento deberán registrarse en el Ministerio de Turismo, los permisos correspondientes para el adecuado funcionamiento y un ordenado cumplimiento de las normas, respectivamente.

“Art. 6.- Le corresponde exclusivamente al Ministerio de Turismo planificar la actividad turística del país como herramienta para el desarrollo armónico, sostenible y sustentable del turismo”.

CAPÍTULO II DE LAS ACTIVIDADES TURÍSTICAS Y DE QUIENES LAS EJERCEN

“Art. 9.- El Registro de Turismo consiste en la inscripción del prestador de servicios turísticos, sea persona natural o jurídica, previo al inicio de actividades en el Ministerio de Turismo, cumpliendo con los requisitos que establece el Reglamento de esta Ley”.

CAPÍTULO X: PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR DE SERVICIOS TURÍSTICOS

“Art. 43.- Se prohíbe todo discrimin a los extranjeros o a cualesquiera otros grupos humanos en las actividades turísticas, especialmente en lo que concierne a tarifas y tasas por cualquier servicio turístico”.

“Art. 46.- Los usuarios de servicios de turismo podrán reclamar sus derechos y presentar sus quejas al Centro de Protección del Turista. Este Centro tendrá interconexión inmediata con la Policía Nacional, Defensoría del Pueblo, municipalidades, centros de Información Turística”.

“Art 48.- "Se entiende por alojamiento turístico, el conjunto de bienes destinados por la persona natural o jurídica a prestar el servicio de hospedaje no permanente, con o sin alimentación y servicios básicos y/o complementarios, mediante contrato de hospedaje"

Es decir que la presente ley regula las actividades turísticas en aquellas empresas que desarrollen acciones relacionadas con el turismo, para tal efecto las personas que ejerzan dichas funciones deberán cumplir con los derechos principios y obligaciones.

Cabe indicar que en la década de los 90' se elaboró un plan de desarrollo de Turismo, pero diferente al anterior, éste tiene fines de sostenibilidad con el fin de cuidar, conservar y preservar los recursos turísticos y a su vez que los habitantes alcancen obtener una mejor calidad de vida (Cerdeña, 2013). Luego en siglo XX se elaboró el Plan de Desarrollo de Turismo (PLANDETUR 2020), el cual es considerado como un instrumento estratégico de programación que busca integrar comisiones que contribuyan al progreso del turismo en el Ecuador, pero con fines de sostenibilidad buscando consigo el equilibrio entre los recursos naturales y turísticos en relación con el ser humano (Marinez, 2012).

CAPITULO II: MATERIALES Y MÉTODOS

Tipo de investigación

Este estudio tuvo como objetivo analizar el perfil del turista que visita el cantón Rioverde, durante el período enero – diciembre 2017; en este caso se aplicó encuestas a los turistas que visitan Rioverde, Vuelta Larga, Rocafuerte y la Bocana Ostiones con ello se obtuvieron datos de suma importancia que permitieron llevar a cabo el cumplimiento del objetivo del trabajo investigativo.

Se realizó una investigación descriptiva de tal manera que permitió estar al tanto del medio social y económico, para con ello determinar el aspecto socio-económico y geográfico de los viajeros del cantón Rioverde y conocer motivo de viaje y hábitos de consumos de los visitantes.

En la investigación se estudió la variable: Perfil del Turista, a la que se realiza su operacionalización. Fernández (2015), lo define como un conjunto de características de tipo socioeconómicas y geográficas que permite conocer básicamente los intereses, preferencias, perspectivas, satisfacciones, agrados, necesidades y sugerencias manifestadas por parte de los turistas; ya que gracias a estas variables se pretende mejorar la gestión de los destinos turísticos y la atención al visitante.

Se identificaron las dimensiones de esta variable y los indicadores para medirlas. La Tabla 1 muestra estos elementos.

Tabla 1*Definición conceptual y operacionalización de la variable Perfil del Turista*

Variable	Dimensión	Indicadores
Perfil del Turista	Socio- económico y geográfico	<ul style="list-style-type: none"> - Sexo - Edad - Numero de persona con la que vive - Nivel de estudio - Ocupación laboral - Profesión - Gasto promedio - Lugar de procedencia
	Motivo del viaje, hábitos de consumos, gustos y preferencia	<ul style="list-style-type: none"> - Vacaciones - Negocios - Estudios - Congreso - Deporte - Visita familiar - Mes que visita
	Beneficios buscados	<ul style="list-style-type: none"> - Familia - Número de personas - Amigos - Playa de Rioverde - Playa de Pauñ - El enganche - Playa de África - Cevicangre - Panecillo - Restaurantes - Deportes extremos - Visita a los manglares - Hospedaje - Comida rápida - Bares - Paseo en lancha - Hotel - Casa de un familiar
		<ul style="list-style-type: none"> - Estar con la familia - Conocer cosas diferentes - Tomar el sol en la playa - Descubrir la gastronomía local - Poder relajarse y no hacer nada - Disfrutar de la naturaleza

Fuente: elaboración propia

Métodos

Durante dicha investigación se empleó el método analítico que consiste en descomponer, separar o dividir un universo o un todo con el propósito de analizar las posibles causas, efectos, partes que lo conforman, su origen e incluso su naturaleza (Marquínez, 2010). A más de ello permite estudiar algún fenómeno y con ello se busca explicar, plantear teorías nuevas y proponer soluciones que ayuden a la mejora de dicha problemática (Ruiz R. , 2013).

Por ello con el método analítico se conoce a cabalidad las causas, la naturaleza y los efectos del flujo turístico en el Cantón Rioverde, y luego descomponerlo en dimensiones que ayuden a determinar y a comprender la demanda de este cantón, de esta manera se podrá establecer estrategias, de manera general, para mejorar la calidad de los servicios prestados en este cantón.

Técnicas e instrumentos

En este caso se emplea la encuesta ya que es menos costosa para conocer la satisfacción del turista, inconformidades, actitudes, opiniones sobre aspectos relacionados a la visita de manera rápida y eficaz (Francis, 2012); es muy sencillo para llevar a cabo la tabulación, las personas encuestadas pueden seleccionar sus respuestas según lo que les conviene y por ende evita que el entrevistador intervenga en las preferencias por parte de los viajeros (Castillo, 2014).

Cabe indicar que en la encuesta presentaba 16 preguntas de tipo cerrada con opciones que estaban relacionadas a la pregunta correspondiente.

Población

La población la conformaron los turistas que visitaron el cantón Rioverde durante el periodo julio-diciembre 2017. Cabe indicar que los hoteles del cantón Rioverde no lleva

una estadística, de igual manera no se cuenta con esos datos numéricos en la Oficina de Turismo del GAD Municipal del cantón Rioverde.

En este estudio se trabajó con una muestra no probabilística o dirigida, que consiste en seleccionar a los individuos que cumplen ciertos criterios, y que al final los seleccionados formen una muestra representativa. Dentro del muestro no probabilístico existen varias técnicas, pero la que se empleó durante el estudio fue la de conveniencia. Dicha técnica es una de las más usadas, que permitió seleccionar una muestra representativa según el criterio del investigador que sea viable y que dichos sujetos estén disponibles, teniendo como resultado una muestra conformada por 400 individuos.

Los datos fueron tomados en los feriados del segundo semestre del año 2017, el primer feriado fue en agosto por el primer grito de independencia, el segundo fue en el mes de noviembre por el día de los fieles y la independencia de Cuenca, el tercer y cuarto feriado fue en diciembre para navidad y fin de año, tomando en cuenta los intervalos de horas, de 08:00 a 12:00 y de 14:00 a 16:00.

Tabla 2

Distribución de las encuestas realizadas

Días	Agosto				Noviembre				Diciembre				Total
	11	12	13	2	3	4	5	23	24	25	31		
Rioverde	20	10	10	10	10	5	5	5	5	5	–	85	
Vuelta Larga	40	40	15	20	15	10	5	5	20	20	5	195	
Rocafuerte	10	5	10	5	5	5	–	5	5	–	–	50	
Bocana Ostiones	10	5	5	5	10	10	–	5	10	5	5	70	
Total de encuesta	80	60	40	40	40	30	10	20	40	30	10	400	

Fuente: elaboración propia

Como se indica en la *Tabla 2* durante los feriados correspondientes al segundo semestre del 2017 se realizaron en los lugares más visitados por turistas en el cantón Rioverde un total de 400 encuestas distribuidas de la siguiente manera: en el centro de Rocafuerte se encuestó a 85 individuos, en Vuelta Larga es el lugar donde se encuestó a más personas con un total de 195, seguido de esto en Rocafuerte se encuestó 50 y por último en Bocana de Ostiones con un total de 70 encuestados. Cabe indicar que el 5 de noviembre y el 31 de diciembre no se realizó ninguna encuesta porque hubo muy poca influencia de turistas por ser el último día de feriado, la gran mayoría de personas ya estaban retornando a sus destinos.

Tabulación de encuestas

En esta investigación la realización de encuestas presenta un papel de gran importancia de tal modo que permite recoger datos importantes sobre los gustos, preferencias, comportamientos, actitudes e insuficiencias que presentan los turistas y posteriormente valorar la información arrojada.

Es importante tomar en cuenta que una vez que se terminó de encuestar a la muestra seleccionada, fue necesario proceder a realizar la tabulación de los resultados y posteriormente se tomó la decisión de hacer públicos los resultados tanto a la comunidad como al Gobierno Autónomo Descentralizado del cantón de Rioverde para mediante este instrumento comiencen a plantear propuestas que garanticen un mejor servicio para los turistas garantizando el regreso de los mismos y que a su vez se pueda replantear políticas que contribuyan al progreso del cantón.

Cabe indicar que finalizada la tabulación de encuestas se procedió a realizar las conclusiones y recomendaciones según los análisis obtenidos para dar al cumplimiento de los objetivos del tema que se está investigando.

CAPITULO III: RESULTADOS

Descripción del lugar

“El cantón Rioverde pertenece a la provincia de Esmeraldas y está situado a 58 kilómetros del centro del cantón Esmeraldas” (Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de Rioverde, 2015). “Dicho cantón es caracterizado por la presencia de sus hermosos atractivos turísticos, por la serenidad de los pobladores, presentando variedad de gastronomías y su actividad principal es la pesca” (Acosta, 2012).

Este cantón está asentado al norte de la provincia de Esmeraldas, contando con una superficie aproximada de 1.512,92 km², presencia de precipitación que oscila entre 1000 y los 2100 mm (Suarez, 2014); cuenta con una temperatura media anual de 25°C por ello presenta un clima cálido - húmedo y la altitud que posee varía de 0 a los 495 m.s.n.m.; a más de ello, cuenta con ríos y esteros como son: río Ostiones, río Mate, río Verde, estero Lagarto, estero Vainilla y estero Cabuyal. Sus límites son: al Norte con el Océano Pacífico; al sur: cantón Quinindé; al este: cantón Eloy Alfaro y al oeste: cantón Esmeraldas (Cuña, 2010); como se aprecia en la Figura 1.

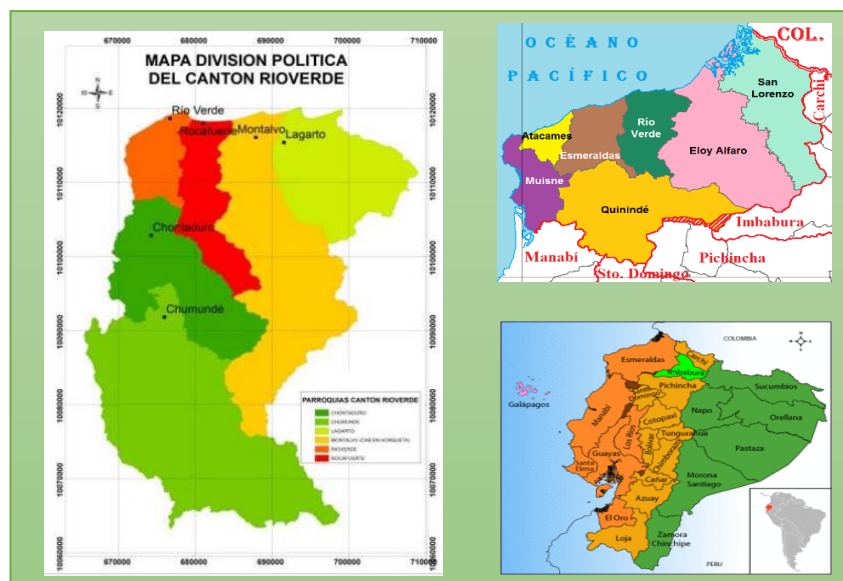


Figura 1 Mapa político del cantón Rioverde

El cantón Rioverde está compuesto por seis parroquias (1 urbana y 5 rurales), que de acuerdo al último censo poblacional se concluye que gran parte de la población se encuentra asentada en el sector rural. Las parroquias son: Rioverde, Montalvo, Rocafuerte, Lagarto, Chontaduro, Chumundé (Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de Rioverde, 2015); las más habitadas son Lagarto, Rocafuerte y la cabecera cantonal Rioverde.

Dentro de sus potencialidades y atractivos, se puede decir que Rioverde posee un suelo apto para la agricultura, ganadería y existencia de bosques, de manglares, cuencas, microcuencas, playas, bahías, áreas protegidas, ecoturismo, potencial turístico, turismo gastronómico, turismo de aventura y turismo étnico. Herrera (2015) afirma que hasta el momento no se han desarrollado por completo estos atractivos, producto de la falta de capacitación para manejo de recursos turísticos, falta de viabilidad, servicios básicos, promoción turística, organización comunitaria, entre otras.

Análisis de resultados

Según se observa en la *Figura 2* las personas que visitan y degustan de los atractivos que presenta el cantón Rioverde, por lo general tienen entre los 30 a 39 años de edad; es decir, que son personas consideradas adultos mayores, correspondiente a más de un cuarto de la población; seguido de este grupo están las personas que tienen entre 40 a 49 años y las personas que están cercanas a los adultos mayores que presentan entre 50 años o más, ocasionalmente visitan el cantón.

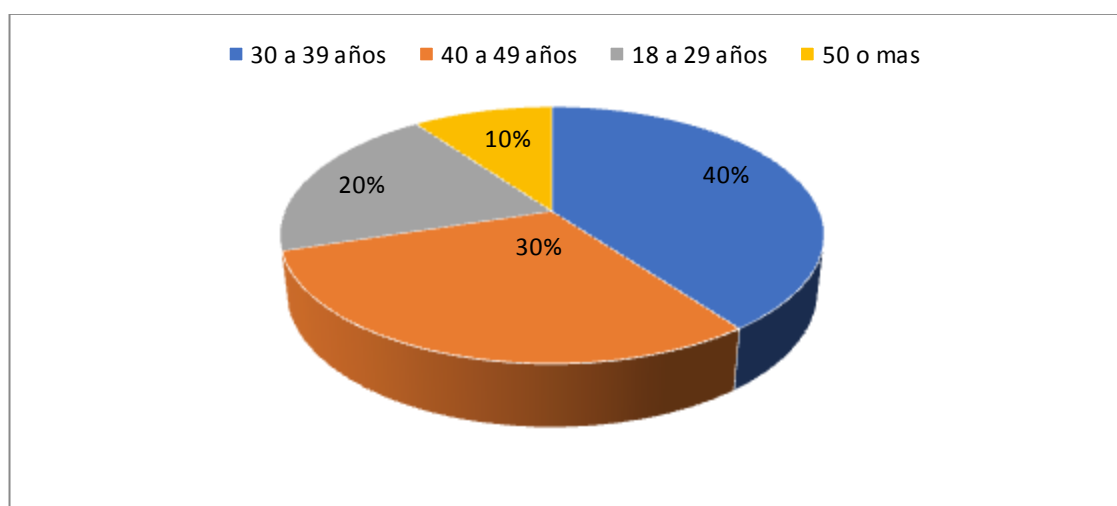


Figura 2: Rango de edades

Según las personas que fueron encuestadas supieron manifestar que viajan con todas las personas que viven en su hogar; generalmente la mayoría de las familias están formadas en grupos pequeños de dos a cuatro personas. Se cree que este número de personas es un número estándar para disfrutar de un paseo familiar. Así lo refleja la *Figura 3*.

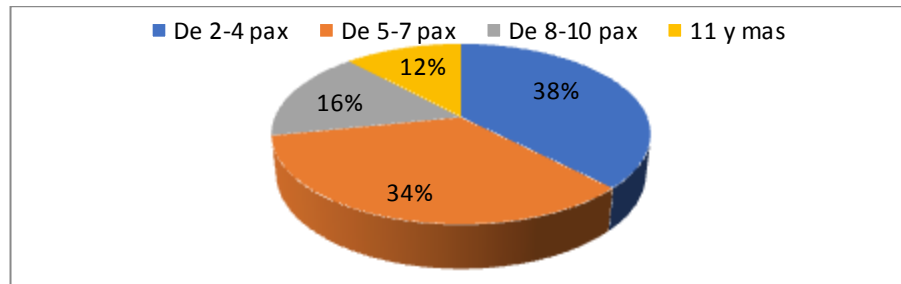


Figura 3: Número de personas que vive en su casa

Según los datos arrojados, los turistas que visitan el cantón Rioverde tienen un nivel de educación de tercer nivel, representando más de la cuarta parte de toda la población encuestada y lo hacen con fines de degustar de la gastronomía y de sus playas, seguido de este grupo una cuarta parte de las personas que también visitan este sitio son universitarios, cabe indicar que las personas de educación básica son las que menos acuden al lugar como indica la *Figura 4*.

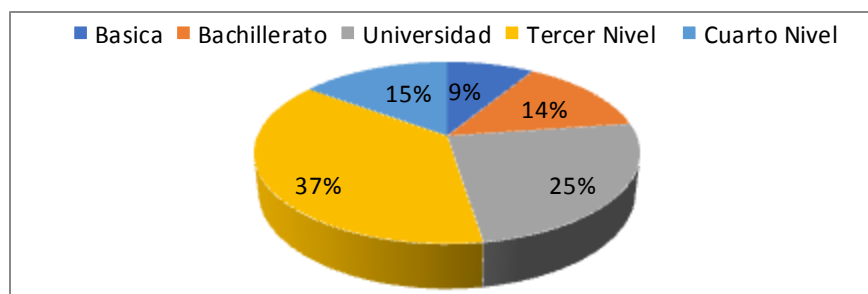


Figura 4: Nivel de educación

De los turistas encuestados que visitan en el cantón Rioverde, la cuarta parte de ellos son educadores, al igual otro cuarto de personas son propietarios o empleados de empresas, ambos acuden al sitio con fines de distracción.

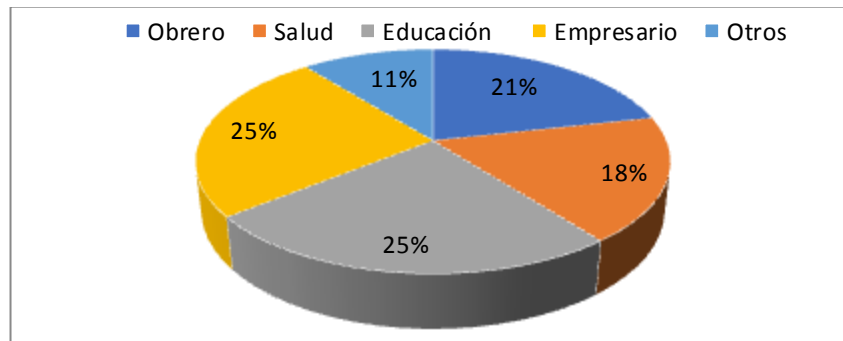


Figura 5: Ocupación laboral

Como se muestra en la *Figura 6* todas las personas que formaron parte de la muestra son profesionales, entre ellos el grupo que más sobresale es el de los ingenieros que representa la cuarta parte, seguido están los licenciados y los médicos; mientras que a su vez se puede identificar que de los turistas encuestados había muy pocos biólogos, militares, y policías.

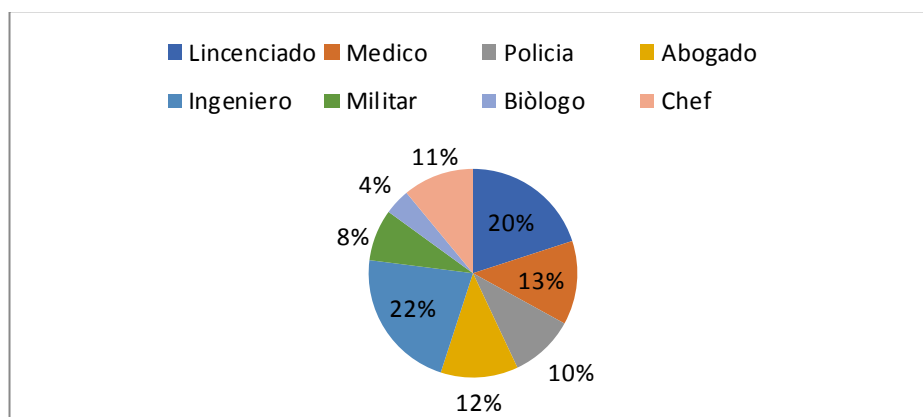


Figura 6: Profesión

Los turistas que visitan el cantón Rioverde manifestaron que para ir de paseo realizan un gasto promedio entre 40 a 50 USD, otras personas supieron comentar que les gusta comprar artesanías, prendas, cosas representativas del lugar y por ello creen que haciendo un promedio gastarían mucho más de 51 USD. Como se observa en la ilustración muy poca gente suele gastar 10 USD como promedio, este caso suele darse cuando grupos de personas que visitan las playas del cantón llevan la comida preparada

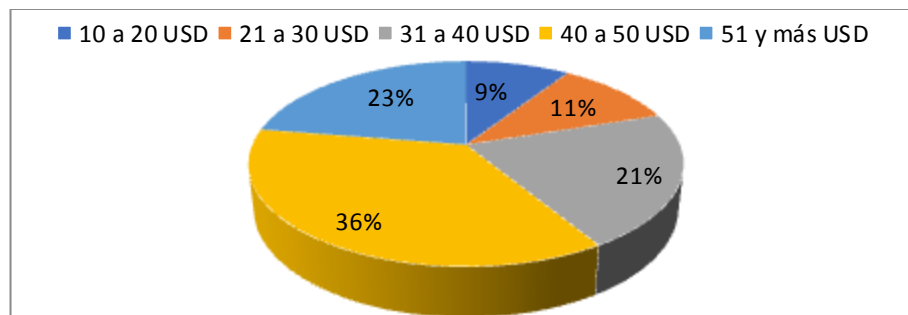


Figura 7: Gasto promedio

Como se observa en la *Figura 8* casi la cuarta parte de la población que visita el cantón de Rioverde con fines turísticos es procedente de la ciudad de Quito, seguido de este grupo se encuentra personas pertenecientes a la provincia de Esmeraldas, pero nativas de otros cantones; nativos de la ciudad de Ibarra también suelen visitar a Rioverde con fines turísticos. Se puede decir que la mayoría de las personas que acoge el cantón son personas originarias de la región sierra.

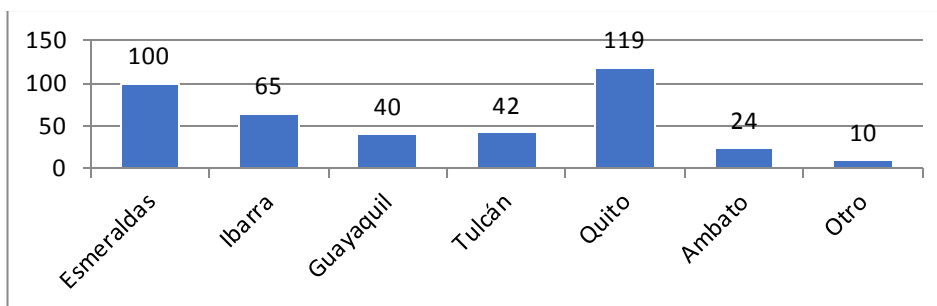


Figura 8: Lugar de procedencia

Según indica la *Figura 9*, más de la cuarta parte de la población encuestada suele visitar el cantón Rioverde con el propósito de despejar la mente e ir de vacaciones, por ello como se indicó en la figura 7 el cantón acoge a muchos turistas pertenecientes a la sierra ya que suelen esperar con ansias las vacaciones y los feriados para disfrutar de las playas, en este caso para degustar de la gastronomía y de los atractivos turísticos que posee el cantón Rioverde

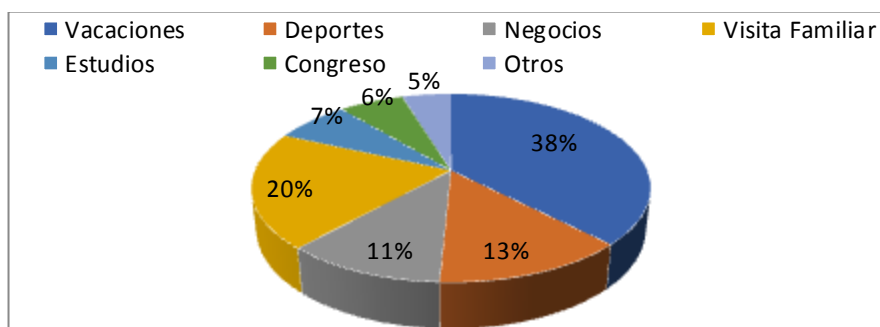


Figura 9: Motivación

Según se puede observar en la *Figura 10*, una cuarta parte de las personas encuestadas visitan con mayor frecuencia los atractivos del cantón Rioverde durante el mes de agosto, seguido del mes de febrero y noviembre; debido a que los feriados más largos del año pertenecían a los tres meses antes mencionados. En los datos que arrojaron las encuestas, los meses con poca influencia de turistas recaen en abril, enero, mayo, junio

y septiembre. Es importante resaltar que en el mes de agosto las personas de la región sierran salen a vacaciones y por ende visitan muy a menudo el cantón durante esta época.

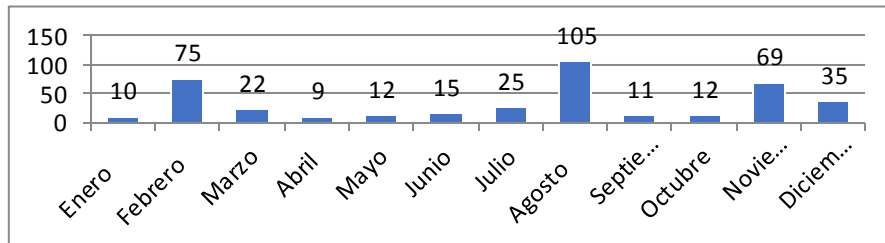


Figura 10: Mes de visita

Según la Figura 11, casi la mitad de las personas que fueron encuestadas manifestaron que viajan en grupos de familias que suelen estar formados de dos a cinco personas ya que es el rango medio que presentan las familias del país, pero otros encuestados que representan menos de un cuarto de toda la población supieron decir que visitan el cantón Rioverde en grupos de 14 personas o incluso hasta más.

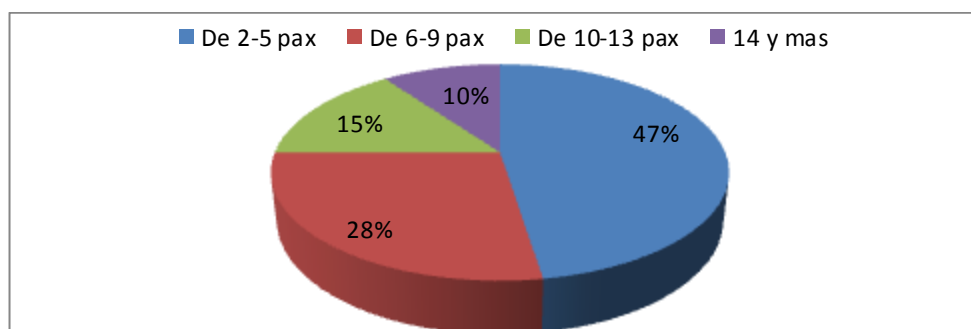


Figura 11: Rangos de personas

Según muestra la *Figura 12*, la mayoría de los encuestados es decir casi la mitad suelen hacer turismo en el cantón Rioverde en compañía de sus familiares ya que se sienten más protegidos y en mayor confianza, una cuarta parte suelen ir en grupos de amigos y rara vez los turistas suelen visitar al cantón sin ninguna compañía.

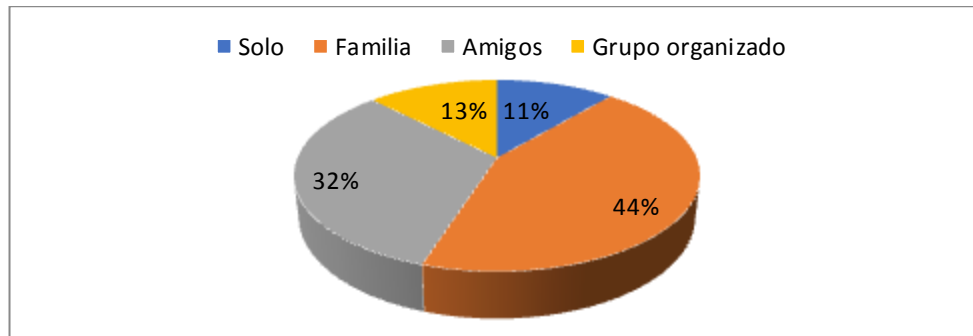


Figura12: Personas con las que suele viajar

Según la *Figura 13*, más de una cuarta parte de los turistas que visitan el cantón Rioverde prefieren acudir a Cevicangre, ubicado en el recinto Vuelta Larga, que se caracteriza por ofrecer al cliente diversidad de platos gastronómicos que llaman la atención al turista. Sin embargo, la Playa de África es la menos concurrida debido a su poca oferta turística y gastronómica.

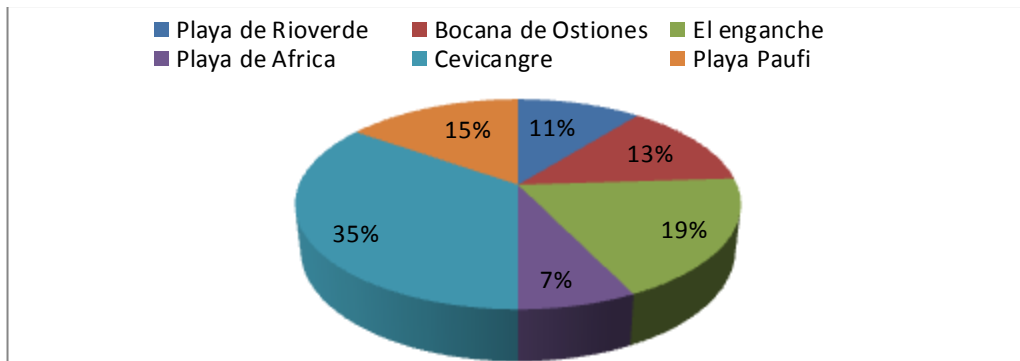


Figura 13: Lugar de visita

Según la *Figura 14*, entre los turistas encuestados respondieron que de todos los servicios turísticos que proporciona el cantón Rioverde, más de la cuarta parte eligen los restaurantes, seguido la visita a los bares y una mínima parte eligen para hospedarse. Pero a manera general los visitantes buscan satisfacer sus necesidades y sus preferencias, por tal motivo es de suma importancia mantener los servicios turísticos que proporciona dicho cantón.

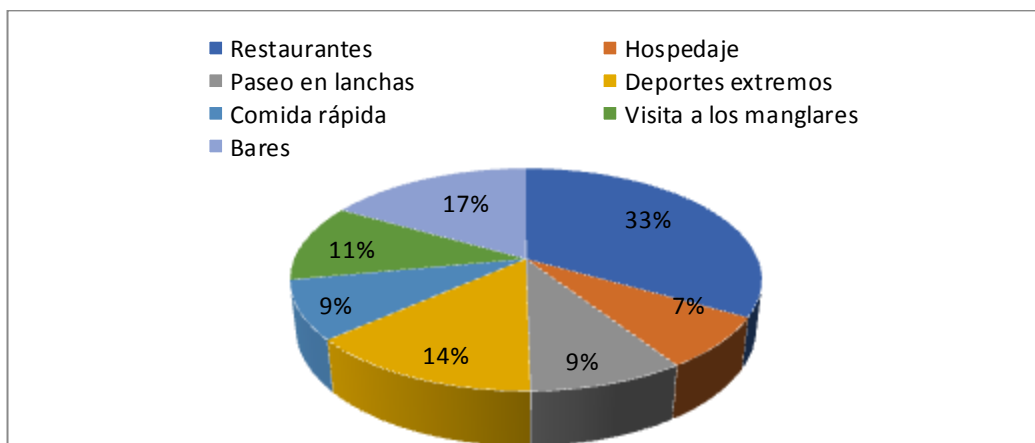


Figura 14: Servicios turísticos elegidos

Según se observa en la *Figura 15*, más de la mitad de las personas que fueron encuestadas en el cantón Rioverde suelen hospedarse donde familiares y el resto prefieren ir a hoteles, cabañas o incluso a la playa.

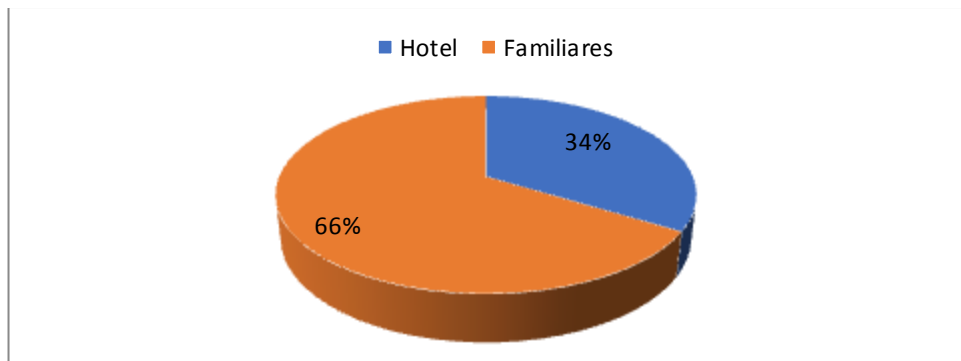


Figura 15: Hospedaje

Según la *Figura 16*, más de la cuarta parte de los turistas prefieren quedarse un día o menos de 24 horas con el fin de disfrutar principalmente de la gastronomía y de unas pocas horas del sol y playa, mientras que otra cuarta parte si opta por pasar dos días de estadío con el propósito de descansar y disfrutar de todos los atractivos turísticos. La colectividad rioverdeña tiene que mejorar el turismo para que los visitantes opten por pernoctar más tiempo.

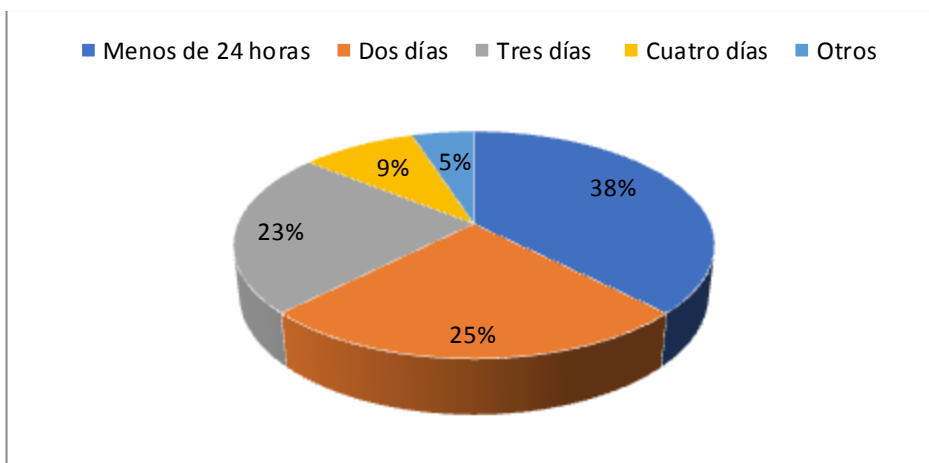


Figura 16: Tiempo de estadía

Según demuestra la *Figura 17*, el beneficio más buscado por los turistas que visitan el cantón Rioverde es el de conocer la gastronomía local, debido a que en ese cantón se encuentran los dos sitios más reconocidos de la provincia de Esmeraldas precisamente por su gastronomía llamados “Cevicangre” y “El Enganche”. Seguido de este beneficio, un cuarto de los turistas supieron manifestar que también visitan dicho lugar con el fin de disfrutar de la playa y tomar el sol. Otros turistas realizan actividades diferentes pero el beneficio en general es compartir en familia.

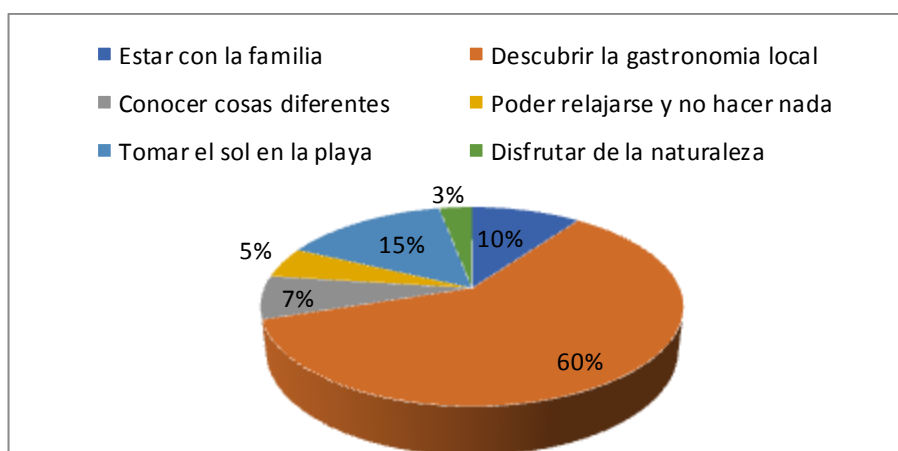


Figura 17: Beneficios

Perfil del turista en el cantón Rioverde

La investigación determinó que los turistas que visitan el cantón Rioverde viajan en familia y entre grupos de amigos, resalta que gran parte de las personas que visitan al cantón Rioverde tienen título de tercer nivel (ingenieros y licenciados).

Supieron manifestar que el gasto promedio para visitar el cantón Rioverde por día es de 40 a 50 USD. Dichos turistas realizan la visita al cantón por vacacionar y despejar la mente, siendo ésta su motivación principal.

La mayoría de los turistas acuden con mayor frecuencia durante el mes de febrero y noviembre aprovechando los dos feriados más largos del año; uno por carnaval y el otro por los difuntos. También los datos obtenidos reflejan que los turistas por lo general son de procedencia nacional como Quito, y otros propios de la ciudad de Esmeraldas, igualmente manifestaron que prefieren hospedarse donde familiares o parentesco, debido a que en el cantón no existe mucha oferta hotelera, y generalmente el tiempo de estadía puede ser corto e incluso menos de 24 horas y en otros casos puede ser más largo, es decir de dos a tres días.

Otro dato de interés dentro de la investigación fue el de conocer los principales beneficios que buscan los turistas que visitan Rioverde, siendo el más notorio el de descubrir la gastronomía local, disfrutar de la playa y estar en familia.

Si bien es cierto Rioverde es un cantón pequeño, pero con varios atractivos turísticos, los más acudidos por los turistas que visitan este lugar es Cevicangre y el Enganche, por estos motivos una vez más se evidencia que los turistas que acuden al cantón es por degustar y conocer mucho la ruta Gastronómica.

CAPITULO IV: DISCUSIÓN

En el presente estudio se evidencia que el cantón Rioverde tiene una alta afluencia tanto de turistas nacionales como locales para descubrir la gastronomía local y degustar de la misma. Sin embargo, existen otros estudios como por ejemplo en la tesis de Perfil del turista extranjero en España, Alama (2010), tomó 3 casos generales de turistas pertenecientes a Italia, Reino Unido y China que visitan España. El turismo estrella de España es el de sol y playa, el cual son apetecido por los turistas del Reino Unido, pero algunos, como los chinos optan realizar turismo por ir de compras, mientras los italianos prefieren visitar España porque les agrada el turismo cultural y urbano.

Otro estudio de caso es cuando se realizó un análisis del perfil y satisfacción de los pasajeros de cruceros que visitan el puerto de Cartagena (Zapata, 2010) en donde los resultados preliminares muestran que el perfil de los pasajeros de cruceros que visita Cartagena tiene características de norteamericano con formación universitaria, casado, y de la tercera edad; es decir, que la mayoría de visitantes que llegan al puerto de Cartagena tienen una formación de estudios superior e ingreso económico altos, y jubilados que viajan por realizar compras. De igual manera en el presente estudio la gran parte de la población encuestada supo manifestar que tienen título de tercer nivel, pero con la diferencia que los visitantes no son específicamente de la tercera edad, la gran mayoría tienen entre 30 a 50 años, por lo tanto, no son personas jubiladas y por ende se mantienen en trabajos activos.

Sin embargo, en el estudio realizado del perfil del turista que visita la isla Santay, (Arroyo, 2013) obtuvo como resultado que las personas que visitan dicha isla son menores a 30 años, que por lo general son nativas del continente Europeo, América del sur y del norte, EEUU y de lugares nacionales especialmente de la provincia de Pichincha y Azuay, todo con el fin de tomar otro ambiente, desestresarse, conocer otras costumbres y salir de la rutina.

Por otro lado también se realizó un estudio de análisis del perfil socioeconómico de los turistas que visitan la Isla Galápagos (Cevallos, 2015) que busca determinar el nivel de satisfacción de su visita en donde dicho autor identifica que los turistas dieron excelente calificación a las actividades realizadas dentro del lugar antes mencionado, entre

muchas cosas lo que más sobresalió fue la seguridad que brindan dentro de las islas, el acceso libre a los parques, buen servicios de hospedaje y exitoso el servicio de aerolínea; por ello en términos generales Galápagos tiene muy buen servicio ante la presencia de visitantes. De igual forma, en esta investigación los turistas están satisfechos por los atractivos gastronómicos y turísticos que presenta el cantón Rioverde, pero si sugiere que se implemente más ofertas hoteleras ya que hay muy pocas en dicho lugar.

En la tesis de análisis del perfil del turista que visita la comuna Montaña, provincia de Santa Elena (Alvarado & Keyla, 2015), los autores presentan como objetivo principal analizar el perfil del turista que viaja al lugar antes mencionado; según los datos obtenidos se concluye que Montaña posee una gran atracción por turistas internacionales, especialmente de nacionalidad argentina; los cuales terminan pernoctando en dicho balneario por más de dos semanas. A manera general, el autor expresa que Montaña es un sitio reconocido por su atractivo turístico, pero, aun así, presenta una gran desventaja, ya que ha provocado una culturización en los habitantes de la zona, los cuales con el pasar del tiempo van perdiendo identidad especialmente sus costumbres.

Debe destacarse en el presente estudio que a Rioverde se lo considera un lugar turístico gracias a la gastronomía que muestra y que es un relevante atractivo cultural, pero es necesario indicar que una desventaja es la falta de comercio, otras actividades y planta hotelera que no se han podido desarrollar porque todavía no se cuenta con una planificación e inversión estatal o privada que le permita despegar con fuerza, sumado a esto una difusión adecuada de sus bondades turísticas sean naturales o culturales para el posicionamiento como cantón turístico.

CAPITULO V: CONCLUSIONES

- El perfil del turista que visitan el cantón Rioverde corresponde a profesionales que tienen un rango de 30 a 39 años de edad, provenientes de la Sierra Norte especialmente de Quito e Ibarra; además se pudo constatar que existen visitantes que proceden de diferentes cantones de la provincia de Esmeraldas.
- Se estableció que, en su mayoría, los turistas que visitan el cantón Rioverde gastan de 40 a 50 USD por día, según la encuesta son trabajadores de sectores públicos y privados que destinan recursos principalmente para gastos de comida durante su visita.
- La mayoría de los turistas que ingresan al cantón Rioverde, lo hacen por vacacionar, siendo esta su principal motivación, aprovechando los feriados (carnaval y los difuntos) para disfrutar de las playas entre amigos y grupos familiares, en donde las actividades de primera elección encontradas fueron el consumo de comida tradicional, deportes extremos, visita a bares nocturnos y recorridos ecológicos.
- Respecto a los beneficios buscados por los turistas se determina que fue conocer la gastronomía local, tomar el sol en la playa y compartir en familia, actividades que provoca que más turistas ingresen a las comunidades de Rioverde, Bocana de Ostiones y Pauñí; donde el principal plato preferido por los viajeros es el Cevicangre.

CAPITULO VI: RECOMENDACIONES

- Las autoridades competentes en el tema de la administración turística de la provincia y cantón Rioverde, tales como el Ministerio de Turismo, Cámara de Turismo, Departamento de turismo del GAD de Rio Verde, deben implementar estrategias para fortalecer las capacidades de servicios que se les ofrece a los turistas, con énfasis en temporadas altas (flujo turístico mayor).
- Brindar información y capacitación a los proveedores de servicios turísticos para que puedan mejorar sus capacidades, y diversificar actividades, mismas que no se encuentran consolidadas en el espacio donde se desarrolló el estudio; y que a futuro puedan promocionar paquetes turísticos tomando en consideración los recursos y atractivos que poseen en el territorio para todas las edades (niños, adultos y adultos mayores).
- La Escuela de Hotelería y Turismo de la PUCESE, a través de sus procesos de vinculación de la comunidad debe apoyar en el tema turístico al cantón Rioverde para ayudar a fortificar sus procesos y contribuir al desarrollo local, a través de la identificación de debilidades y ayuda técnica.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Acosta, J. (marzo de 2012). *Cantón Río Verde (Ecuador)*. Obtenido de [https://www.ecured.cu/Cant%C3%B3n_R%C3%ADo_Verde_\(Ecuador\)](https://www.ecured.cu/Cant%C3%B3n_R%C3%ADo_Verde_(Ecuador))
- Alama, L. (2010). *Perfil del turista extranjero en España*. Obtenido de http://repositori.uji.es/xmlui/bitstream/handle/10234/168369/TFG_2017_Wen_Ming.pdf?sequence=1
- Alvarado, D., & Keyla, A. (12 de julio de 2015). *Análisis del perfil del turista que visita la comuna Montañita, provincia de Santa Elena*. Obtenido de <http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/6444/1/T-UCSG-PRE-ESP-AETH-330.pdf>
- Arroyo, A. (2013). *PERFIL DEL TURISTA QUE VISITA LA ISLA SANTAY*. Obtenido de http://dspace.casagrande.edu.ec:8080/bitstream/ucasagrande/742/1/Tesis996AR_Rp.pdf
- Barre, A. (17 de agosto de 2017). '50.000 turistas visitan Esmeraldas'. Obtenido de <https://lahora.com.ec/esmeraldas/noticia/1102091968/50000-turistas-visitantes-esmeraldas>
- Barros, A. (JULIO de 2016). *selva, mar y marimba (ESMERALDAS)*. Obtenido de <http://transport.ec/esmeraldas/>
- Bermudez, A. (julio de 2009). *¿Viajero o turista?* Obtenido de <http://www.viajeros.com/articulos/667-viajero-o-turista>
- Branner, J. (2008). *DESCRIPCIÓN GENERAL DEL MERCADO TURÍSTICO*. Obtenido de http://www.prochile.gob.cl/wp-content/files_mf/documento_06_05_12155147.pdf
- Butler. (2008). *Modelo turístico y principales determinantes de los flujos turísticos* .
- Cadena, A. (12 de noviembre de 2009). *El perfil de los turistas*. Obtenido de <http://www.eldiario.ec/noticias-manabi-ecuador/14853-el-perfil-de-los-turistas/>
- Cànoves, G. (enero de 2016). *Turismo en España, más allá del sol y La Playa*. Obtenido de <https://www.age-geografia.es/ojs/index.php/bage/article/viewFile/2289/2189>
- Cañizares, D. (2010). *Los visitantes, definición* . Obtenido de <http://www.entornoturistico.com/diferencia-entre-turistas-visitantes-excursionistas-y-viajeros/>

- Carreño, L. (enero de 2011). *l viajero organiza su vida entorno a los viajes*. Obtenido de <https://www.miviajeporelmundo.com/la-verdadera-diferencia-viajero-turista>
- Castillo, P. (agosto de 2014). *Tabulación y análisis de encuestas*. Obtenido de <https://es.slideshare.net/ConsejoAmplioEstudiantil/tabulacin-y-analisis-de-encuestas>
- Cerda, P. (2013). *Ley de turismo completa*. Obtenido de <https://es.slideshare.net/paolita/ley-de-turismo-completa>
- Cervantes, A. (2010). *Turistas y viajeros*. Obtenido de <http://www.entornoturistico.com/diferencia-entre-turistas-visitantes-excursionistas-y-viajeros/>
- CESTUR. (24 de septiembre de 2011). *Perfil y Grado del Turista*. Obtenido de http://ictur.sectur.gob.mx/pdf/estudioseinvestigacion/calidadycompetitividad/PE_RFIL_ECOTURISMO.pdf
- Cevallos, F. (2015). *ANÁLISIS DEL PERFIL SOCIOECONÓMICO DE LOS TURISTAS QUE VISITAN LA ISLA GALAPAGOS*. Obtenido de <http://biblio.ecotec.edu.ec/revista/edicion4/AN%C3%81LISIS%20DEL%20PERFIL%20SOCIOECON%C3%93MICO.pdf>
- Chacon, P. (2010). *Perfil y características del turista*. Obtenido de <https://www.economiaandaluza.es/sites/default/files/cap389.pdf>
- Chávez, V. (julio de 2013). *El turismo*. Obtenido de <http://www.fusda.org/Revista%2014/Revista14-1ELTURISMO.pdf>
- Cifuentes, L. (junio de 2006). *Características del perfil del turista*. Obtenido de <http://www.economiaandaluza.es/sites/default/files/cap389.pdf>
- Cuña, M. (20 de mayo de 2010). *CANTÓN RÍO VERDE*. Obtenido de <http://ame.gob.ec/ec/2010/05/20/canton-rio-verde/>
- El Telegrafo. (21 de octubre de 2012). *NUEVA LEY DE TURISMO*. Obtenido de <http://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/columnistas/1/nueva-ley-de-turismo>
- Fernandez, A. (enero de 2015). *CARACTERIZACIÓN DEL PERFIL TURISTICO EN UN DESTINO EMERGENTE*. Obtenido de http://mingaonline.uach.cl/scielo.php?pid=S0718-64282012000200002&script=sci_arttext
- Fernandez, M. (2005). *Modelos Turisticos y los determinantes principales de los Flujos Turisticos Internacionales*.

- Francis, A. (25 de enero de 2012). *Sección 13. Realizar encuestas*. Obtenido de <http://ctb.ku.edu/es/tabla-de-contenidos/valoracion/valorar-las-necesidades-y-recursos-comunitarios/conducir-encuestas/principal>
- Fuentes, A. G. (junio de 2014). *Perfil del turista*. Obtenido de <https://www.ipecmisiones.org/perfil-del-turista-en-misiones>
- Fuentes, W. (2015). *Definición de Turista*. Obtenido de <https://definicion.mx/turista/>
- Garrido, H. (marzo de 2015). *El perfil del nuevo turismo*. Obtenido de <http://www.20minutos.es/noticia/2952661/0/perfil-turista-extranjero-espana-2016/>
- Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del canton Rioverde. (julio de 2011). *Atractivos Turísticos de Rioverde*. Obtenido de <http://www.rioverde.gob.ec/>
- Góngora, P. (12 de mayo de 2013). *Definición de Viajero*. Obtenido de <https://www.definicionabc.com/social/viajero.php>
- Herrera, A. (2015). *La ordenación integrada de zonas costeras*. Obtenido de <http://www.fao.org/forestry/icam/4360/es/>
- Marchan, A. (2016). *Visitante turístico*. Obtenido de <http://www.poraqui.net/glosario/visitante>
- Marinez, M. (2009). *Diferencia entre turistas, visitantes, excursionistas y viajeros*. Obtenido de <http://www.entornoturistico.com/diferencia-entre-turistas-visitantes-excursionistas-y-viajeros/>
- Marquínez, J. C. (julio de 2010). Obtenido de Metodo analítico: <http://www.encyclopediainfinanciera.com/definicion-metodo-analitico.html>
- Martinez, L. (2017). *Definición y Que es turista*. Obtenido de <http://definicionyque.es/turista/>
- Mayedo, E. (2015). *Visitantes*. Obtenido de <http://amip--destinoturistico.blogspot.com/2010/05/visitantes.html>
- Meré, D. (2012). *Definen perfil del turista*. Obtenido de <http://www.elnorte.com/aplicacioneslibre/articulo/default.aspx?id=801624&md5=245340f2dd7d5357beb4f47201b86582&ta=0dfdbac11765226904c16cb9ad1b2efe>
- Millor, C. (5 de junio de 2012). *Perfil del turista*. Obtenido de http://www.sonservera.es/portal/p_18_final_Contenedor1.jsp?seccion=s_fdoc_d4_v1.jsp&contenido=6450&tipo=5&nivel=1400&layout=p_18_final_Contenedor1.jsp&codResi=1&language=es&codMenu=248&codMenuPN=8

- Ministerio de Turismo. (2012). *LEY DE TURISMO*. Obtenido de <http://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2015/04/LEY-DE-TURISMO.pdf>
- Ministerio de Turismo. (2015). *TURISMO EN ECUADOR*. Obtenido de <http://www.turismo.gob.ec/>
- Ministerio de Turismo. (2015). *TURISMO EN ECUADOR*. Obtenido de <http://www.turismo.gob.ec/>
- Noriega, B. (12 de enero de 2010). *Perfil del turista nacional y extranjero*. Obtenido de https://www.promperu.gob.pe/TurismoIN/Uploads/temp/Uploads_perfiles_extranjeros_38_PERFIL%20EXTRANJERO%20SPREAD.pdf
- Núñez, I. (2014). *Esmeraldas "La Provincia Verde"*. Obtenido de <http://www.ec.viajandox.com/esmeraldas-P46>
- Ocampo, M. (2010). *EL MERCADO TURISTICO DE ACAPULCO: ESTUDIO DEL PERFIL DEL TURISTA*. Obtenido de <file:///C:/Users/Usuario/Downloads/Dialnet-ElMercadoTuristicoDeAcapulco-4128654.pdf>
- Organizacion Mundial de Turismo . (2015). *Definicion de turismo*. Obtenido de <http://www2.unwto.org/es>
- Organización Mundial del Turismo . (2012). *Entender el turismo: Glosario Básico*. Obtenido de <http://media.unwto.org/es/content/entender-el-turismo-glosario-basico#Visitante>
- Organizacion Mundial del Turismo. (14 de abril de 2011). *Perfil del turista* . Obtenido de <http://www2.unwto.org/>
- Pascuales, R. (2013). *Perfil Sociodemografico* . Obtenido de http://www.sefutur.yucatan.gob.mx/files-content/general/estudios_y_proyectos/47a170bd01942ebbb0c802bc79f9cf4d.PDF
- Pilozo, R. (2010). *TURISMO. CONCEPTOS Y DEFINICIONES E*. Obtenido de <http://www.um.es/aulasenor/saavedrafajardo/apuntes/2012/turismo/Turismo1c.pdf>
- Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de Rioverde. (2015). *Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de Rioverde 2015-2020*. Obtenido de <http://app.sni.gob.ec/sni->

- link/sni/PORTAL_SNI/data_sigad_plus/sigadplusdocumentofinal/08600015600
01_PDYOT%20RIOVERDE%202015-2019_15-03-2015_18-01-07.pdf
- Ramirez, P. (julio de 2016). *Tipos de turistas* . Obtenido de <http://blog.avanzabus.com/tipos-de-turista/>
- Realpe, G. (febrero de 2011). *Definición de Turista*. Obtenido de <https://www.definicionabc.com/general/turista.php>
- Romo, N. (julio de 2016). *Tendencias y estrategias que ayudan en la elaboración de encuestas y hacer un mejor seguimiento a la empresa*. Obtenido de <https://www.elheraldo.co/economia/la-importancia-de-hacer-una-encuesta-236595>
- Rosales, M. (22 de octubre de 2010). *Turistas*. Obtenido de <http://www.tourismtheories.org/?p=890&lang=es>
- Ruiz, C. (enero de 2012). *Metodología del estudio del perfil turístico*. Obtenido de http://ictur.sectur.gob.mx/pdf/estudioseinvestigacion/calidadycompetitividad/PS_T_formato2.pdf
- Ruiz, C., & Sanchez, J. (2014). *Metodología del estudio del perfil del turista* . Obtenido de http://ictur.sectur.gob.mx/pdf/estudioseinvestigacion/calidadycompetitividad/PS_T_formato2.pdf
- Ruiz, R. (2013). *HISTORIA Y EVOLUCIÓN DEL PENSAMIENTO CIENTÍFICO*. Obtenido de <http://www.eumed.net/libros-gratis/2007a/257/7.1.htm>
- Sanchez, F. (junio de 2010). *EL TURISMO, CONCEPTOS Y DEFINICIONES* . Obtenido de <http://www.interviajes.com.py/admin/img/pdfs/turismo1c-1q4.pdf>
- Suarez, P. (24 de julio de 2014). *PROVINCIA DE ESMERALDAS - CANTÓN RÍO VERDE*. Obtenido de http://sinagap.agricultura.gob.ec/zonas_afectadas/phocadownloadpap/vulnerabilidad/rio_verde.pdf
- Subdirección de Inteligencia y Prospectiva Turística. (noviembre de 2016). *PERFIL DEL TURISTA*. Obtenido de https://www.promperu.gob.pe/TurismoIN/Uploads/temp/Uploads_perfiles_extranjeros_38_PERFIL%20EXTRANJERO%20SPREAD.pdf
- Valencia, P., & Fuentes, L. (2010). *La segmentación del turismo*. Obtenido de <http://www.eumed.net/rev/turydes/10/ccr.htm>

- Valverde, J. (20 de julio de 2012). *Historia del turismo*. Obtenido de <https://definicion.de/turismo/>
- Vargas, K. (12 de FEBRERO de 2016). *DISEÑO DE UN PROYECTO TURÍSTICO CULTURAL EN EL CANTÓN ESMERALDAS*. Obtenido de <http://dspace.espoch.edu.ec/bitstream/123456789/2386/1/23T0347.pdf>
- Veliz, K. (junio de 2015). *Turismo en la provincia de Esmeraldas*. Obtenido de <http://www.codeso.com/TurismoEsmeraldas.html>
- Veliz, O. (7 de febrero de 2016). *Definen perfil del turista*. Obtenido de <http://www.elnorte.com/aplicacioneslibre/articulo/default.aspx?id=801624&md5=245340f2dd7d5357beb4f47201b86582&ta=0dfdbac11765226904c16cb9ad1b2efe>
- Villacres, D. (11 de noviembre de 2015). *Viajeros, turistas y visitantes*. Obtenido de <http://www.poraqui.net/glosario/viajero>
- Villamar, G. (septiembre de 2006). *Perfil y características del turista* . Obtenido de <http://www.economiaandaluza.es/sites/default/files/cap389.pdf>
- Villamar, M. (2015). *Motivación del turismo*. Obtenido de <http://www.tourismtheories.org/?p=329&lang=es>
- Villamar, M. (2015). *Motivación en el turismo*. Obtenido de <http://www.tourismtheories.org/?p=329&lang=es>
- Villavicencio, D. (septiembre de 2015). *Perfil del turista que visita Ecuador*. Obtenido de <https://www.ecostravel.com/ecuador/plandetur2020/2020-35.html>
- Vivas, I. (2011). *Los turistas*. Obtenido de <https://apeadero.es/2008/07/losxxxtiposxdeturistas/>
- Zapata, S. (septiembre de 2010). *ANÁLISIS DEL PERFIL Y SATISFACCIÓN DE LOS PASAJEROS DE CRUCEROS QUE VISITAN EL PUERTO DE CARTAGENA DE INDIAS*. Obtenido de http://www.colmayor.edu.co/uploaded_files/images/conveniosVICE/giet/turydes_analisis_perfil_satisf_bq9ca.pdf

ANEXOS

Anexo 1: Cuestionario aplicado a turista

Como estudiante de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede en Esmeraldas, me he propuesto realizar mi tesis sobre “Análisis del perfil de los viajeros y la motivación de su visita turística del cantón Rioverde de la provincia de Esmeraldas, en el año 2017”.

GÉNERO

MASCULINO FEMENINO

1. ¿En qué rango de edad se encuentra usted?

- 18 –29 años 30-39 años
40-49 años 50 o mas

2. ¿Cuál es el número de personas que integran su familia?

- De 2-4 pax - De 5-7 pax - De 8-10pax - 11 y mas

3. ¿Cuál es su nivel de educación?

Básica - Universidad - Cuarto Nivel
Bachillerato - Tercer Nivel

4. ¿Cuál es su ocupación laboral?

- Obrero - Educación - Otros
- Salud - Empresario

5. ¿Cuál es su profesión?

- Licenciado - Medico - Policía - Abogado - Otros
- Ingeniero - Militar - Biólogo - Chef

6. ¿Sus gastos promedio por día están en:

- 10 a 20 USD - 21 a 30USD
- 31 a 40USD - 40 a 50 USD
- 51 y más USD.

7. ¿Cuál es su lugar de procedencia?

- | | | | | | |
|--------------|--------------------------|----------|--------------------------|-------------|--------------------------|
| - Esmeraldas | <input type="checkbox"/> | - Ibarra | <input type="checkbox"/> | - Guayaquil | <input type="checkbox"/> |
| - Tulcán | <input type="checkbox"/> | - Quito | <input type="checkbox"/> | - Loja | <input type="checkbox"/> |
| - Machala | <input type="checkbox"/> | - Ambato | <input type="checkbox"/> | - Otro..... | |

8. ¿Cuál es el motivo de su visita al cantón Rioverde?

- | | | | |
|--------------|--------------------------|-------------------|--------------------------|
| - Vacaciones | <input type="checkbox"/> | - Deportes | <input type="checkbox"/> |
| - Negocios | <input type="checkbox"/> | - Visita Familiar | <input type="checkbox"/> |
| - Estudios | <input type="checkbox"/> | -Otros | <input type="checkbox"/> |
| - Congreso | <input type="checkbox"/> | | |

9. ¿En qué mes de año ha visitado el cantón Rioverde?

- | | | | | | |
|-----------|--------------------------|----------|--------------------------|--------------|--------------------------|
| - Enero | <input type="checkbox"/> | - Mayo | <input type="checkbox"/> | - Septiembre | <input type="checkbox"/> |
| - Febrero | <input type="checkbox"/> | - Junio | <input type="checkbox"/> | - Octubre | <input type="checkbox"/> |
| - Marzo | <input type="checkbox"/> | - Julio | <input type="checkbox"/> | - Noviembre | <input type="checkbox"/> |
| - Abril | <input type="checkbox"/> | - Agosto | <input type="checkbox"/> | - Diciembre | <input type="checkbox"/> |

10. ¿Cuál es el número de persona con que usted viaja?

- De 2-5 pax - De 6-9 pax - De 10-13 pax - 14 y mas

11. ¿Con quién viaja usted?

- | | | | | | |
|----------|--------------------------|-----------|--------------------------|--------------------|--------------------------|
| - Solo | <input type="checkbox"/> | - Familia | <input type="checkbox"/> | - Grupo organizado | <input type="checkbox"/> |
| - Amigos | <input type="checkbox"/> | | | | |

12. ¿Por qué ha elegido viajar al cantón Rioverde?

- | | | | |
|--------------------|--------------------------|-------------------|--------------------------|
| -Playa de Rioverde | <input type="checkbox"/> | - Playa de África | <input type="checkbox"/> |
| - Playa de Paufí | <input type="checkbox"/> | -Cevicangre | <input type="checkbox"/> |
| - El enganche | <input type="checkbox"/> | - Panecillo | <input type="checkbox"/> |

13. ¿Cuáles son los servicios turísticos que más utiliza al visitar el cantón

Rioverde?

- | | | | | | |
|----------------|--------------------------|---------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| - Restaurantes | <input type="checkbox"/> | - Deportes extremos | <input type="checkbox"/> | - Visita a los manglares | <input type="checkbox"/> |
| - Hospedaje | <input type="checkbox"/> | - Comida rápida | <input type="checkbox"/> | - Bares | <input type="checkbox"/> |

- Paseo en lanchas

14. ¿Usted donde se encuentra hospedado?

- Hotel

- Familiares

- ¿Cuál?.....

15. ¿Qué tiempo perdura en el cantón Rioverde?

- Menos de 24 horas

- Tres días

- Dos días

- Cuatro días

- Otros.....

16. ¿Cuál es el beneficio buscado en la visita al cantón Rioverde?

-Estar con la familia

- Conocer cosas diferentes

- Tomar el sol en la playa

-Descubrir la gastronomía local

- Poder relajarse y no hacer nada

-Disfrutar de la naturaleza

Anexo 2: Zona de Estudio



Playa de Rioverde



Playa de Vuelta Larga – Cevicangre



Playa de Rocafuerte



Playa Bocana de Ostiones

Anexo 3: Aplicación de Cuestionario



Rioverde



Vuelta Larga – Cevicangre



Rocafuerte



Bocana de Ostiones