



**UNIVERSIDAD DE ESPECIALIDADES ESPÍRITU SANTO**

**FACULTAD DE TURISMO, HOTELERÍA Y GASTRONOMÍA**

**IDENTIFICAR EL PERFIL DEL TURISTA QUE VISITA MACHALA EN BASE A  
LOS ALOJAMIENTOS CLASIFICADOS COMO HOTEL.**

**TRABAJO DE INVESTIGACIÓN QUE SE PRESENTA COMO REQUISITO PARA LA  
OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERÍA EN GESTIÓN TURÍSTICA Y  
HOTELERA.**

**AUTOR: MIRIAM ANDREA CARRIÓN AÑAZCO**

**TUTOR: ANDRÉS PADILLA**

**SAMBORONDÓN, SEPTIEMBRE 2017  
ECUADOR**

**Identificar el Perfil del Turista que Visita Machala en Base a los Alojamientos Clasificados como Hotel.**

**Identificar el Perfil del Turista que Visita Machala en Base a Los Alojamientos Clasificados Como Hotel.**

**MIRIAM ANDREA CARRIÓN AÑAZCO**

Universidad de Especialidades Espíritu Santo

[macarrion@uees.edu.ec](mailto:macarrion@uees.edu.ec)

Facultad de Turismo, Hotelería y Gastronomía, Kilómetro 2.5 vía La Puntilla

Samborondón

**Resumen**

Este trabajo titulado como “Identificar el perfil del turista que visita Machala en base a los alojamientos clasificados como hotel” surge bajo la premisa de que no existen datos previos ni estadísticos de la ciudad de Machala. Es necesario conocer las motivaciones y preferencias que posee el turista, como también los aspectos que influyen en ellos para elegir la ciudad como destino. En los últimos años, Machala ha logrado crecer y desarrollarse como ciudad; lo que ha contribuido a que los turistas los tengan más presentes para realizar turismo. Es así que, la finalidad de esta investigación es ser una referencia para futuros proyectos e investigaciones, la misma que se fundamenta en las encuestas realizadas a los turistas durante su estadía en los hoteles.

**Palabras Claves: Machala, turismo, perfil del turista, motivación, preferencias.**

**Abstract**

This work entitled "Identifying the profile of the tourist who visits Machala based on accommodations categorized as a hotel" arises under the premise that there are no previous or statistical data of the city of Machala about this topic. It is necessary to know the motivations and preferences that the tourist has, as well as the aspects that influence them to choose the city as a destination. In recent years, Machala has managed to grow and develop as a city; which has contributed to the fact that tourists think first about Machala when it comes to tourism. The purpose of this research is to be a reference for future projects and research, since it can direct tourism development according to the results obtained and in this way expand the country's offer.

**Keywords: Machala, tourism, tourist profile, motivation, preferences.**

## **Identificar el Perfil del Turista que Visita Machala en Base a los Alojamientos Clasificados como Hotel.**

### **Introducción**

El turismo comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un período de tiempo consecutivo inferior a un año con fines de ocio, por negocios y otros. (La Organización Mundial del Turismo, 1994)

Actualmente el turismo es un fenómeno que ha conseguido tener una gran aceptación a nivel mundial que va de la mano con los avances tecnológicos. Esta actividad ha contribuido a que los países incrementen principalmente su desarrollo tanto social como económico, así como también cultural y político.

El Ecuador es considerado como uno de los mejores países por su gran biodiversidad en flora y fauna, gracias a que cuenta con cuatro regiones que lo subdividen; además cuenta con una enorme riqueza cultural y natural.

En el primer trimestre del año 2015, Ecuador recibió a 416.037 visitantes extranjeros, en el cual se observa un incremento de 6,4% al año anterior 2014. Ecuador registra por 21vo trimestre consecutivo un crecimiento sostenido en la llegada de visitantes extranjeros al país. Con estas cifras de llegadas, Ecuador espera obtener cerca de USD 388 millones de ingresos por concepto de Turismo durante el I Trimestre del año, es decir 24 millones más de lo que se recibió durante el mismo período de 2014. (Ministerio de Turismo, 2015)

Las ciudades del país han podido crecer turísticamente gracias al aumento del turismo en general en el Ecuador con el paso de los años; la ciudad de Machala es una de ellas y como consecuencia ha contribuido a su desarrollo económico y turístico. (Cherrez, Herrera , & Rivadeneira, 2009)

## **Identificar el Perfil del Turista que Visita Machala en Base a los Alojamientos Clasificados como Hotel.**

El siguiente trabajo investigativo se encargará de crear principalmente nuevos datos que se encuentran inexistentes en la ciudad de Machala, de tal manera que, una vez levantada la información se demuestra cual es el perfil del turista que se recibe y se hospeda en los hoteles de la ciudad. Esta investigación se basa también de libros, revistas y páginas de internet, con el objetivo de proporcionar posibles soluciones gracias a los resultados obtenidos.

## Identificar el Perfil del Turista que Visita Machala en Base a los Alojamientos Clasificados como Hotel.

### Marco teórico

Ecuador cuenta con un sinnúmero de atractivos a ofrecer a todos los turistas que lo visitan. Se han llevado a cabo varias campañas turísticas mediante el Ministerio de Turismo que se ha encargado de desarrollar la promoción del destino tanto a nivel nacional como internacional. Gracias a esto, los ecuatorianos mayoritariamente están prefiriendo viajar dentro del país sintiéndose motivados e interesados por conocer lo que el mismo nos ofrece. (Ministerio de Turismo, 2014)

El país aún no cuenta con estadísticas actualizadas sobre el perfil del turismo interno. Actualmente se tiene datos gracias a una investigación oficial anterior por el MINTUR y apoyo del INEC, Banco Central del Ecuador, Federación Nacional de Cámaras Provinciales de Turismo y la Dirección Nacional de Migración de la Policía Nacional. Esta información se recogió en el periodo de junio del 2002 a julio del 2003. (MINTUR, 2009)

Se trata del comportamiento de los ecuatorianos como turistas, basándose en los resultados de algunas entrevistas, informes y otras fuentes.

Variable		Observaciones
<b>Mercado de Origen</b>	Quito Guayaquil Cuenca	
<b>Temporadas de viaje</b>	Temporada Alta: Diciembre – Abril Temporada Baja: Mayo - Noviembre	La temporada de la Costa es de Diciembre a Abril que aprovechan los días de sol y la temporada de la Sierra de Junio a Septiembre.
<b>Motivos principales</b>	Recreación Visita a familias y amigos Negocios Otros motivos	Los motivos principales de su visita son los feriados y Fines de semana.
<b>Tiempo de estancia</b>	Principalmente son los desplazamientos de 3 a 4 días con un 48%	Le sigue el 25% los de 6 a 7 días, el 19% de 1 a 2 días y lo restante de 19% por más de 9 días.
<b>Gasto promedio</b>	Oscila entre 42 y 52 dólares en el 2008	Valores estimados por día.

**Identificar el Perfil del Turista que Visita Machala en Base a los Alojamientos Clasificados como Hotel.**

<b>Consumo turístico</b>	Aproximadamente la mitad del gasto de los visitantes se da en el transporte por carretera	17% Agencias de viaje 10% Otros 8% Restaurantes 8% Hoteles 7% No específicos
<b>Transporte</b>	Bus de transporte público Vehículo particular	Vehículos terrestres.
<b>Alojamiento</b>	Casa de familiares y amigos	
<b>Organización del viaje</b>	Independiente	Mayoritariamente lo realizan sin la ayuda de intermediadoras.
<b>Cómo obtienen información?</b>	Recomendaciones	Gracias a las referencias de amigos o familiares
<b>Actividades</b>	Actividades de diversión Visita a áreas protegidas Práctica de deportes	Las demás actividades que suelen realizar son por la gastronomía.

**Tabla #1** Perfil del turismo interno del Ecuador

**Fuente:** Plan Integral de Marketing Turístico de Ecuador PIMTE 2014

**Elaborado por:** Andrea Carrión

De acuerdo a los estudios y resultados realizados por el Ministerio de Turismo (MINTUR), el sector turístico se posiciona en el puesto número tres en el Producto Interno Bruto (PIB) del Ecuador, siendo el sector bananero y camaronero la primera y segunda fuente de ingresos en cuanto a las exportaciones no petroleras. En la tabla #1 se muestra la ubicación del turismo en la economía, en el periodo de Enero a Diciembre en cantidades de millones USD. (MINTUR, 2017)

	<b>Banano y plátano</b>	<b>Camarón</b>	<b>Turismo</b>	<b>Otros elaborados</b>	<b>Flores naturales</b>	<b>Cacao</b>
<b>2016</b>	2.734,2	2.580,2	1.449,3	951,3	802,5	621,4
<b>2015</b>	2.808,1	2.279,6	1.557,4	990,5	819,9	692,8

**Tabla #2:** Posición del turismo en la economía

**Fuente:** Ministerio de Turismo del Ecuador (MINTUR, 2017)

**Elaboración propia**

### **Identificar el Perfil del Turista que Visita Machala en Base a los Alojamientos Clasificados como Hotel.**

Es por esta razón que el siguiente trabajo investigativo está centrado en este tema, ya que el turismo ha llegado a abarcar gran importancia gracias a su productividad en la economía en el país que conlleva a su desarrollo.

En cuanto a los datos del Ministerio de Turismo del Ecuador (MINTUR), durante el período de Enero a Diciembre el ingreso de divisas basado en viajes y transporte de pasajeros en el año 2016 se obtuvo la suma de USD 1.449,3 millones y en el año 2015 la suma de USD 1.557,4 millones, representando un decrecimiento del 6.9%, registrando un saldo positivo en la balanza turística de USD 415,7 millones del año 2016. (Banco Central del Ecuador, 2017)

<b>Balanza Turística</b>			
	<b>Ingreso</b>	<b>Saldo</b>	<b>Egreso</b>
<b>2016</b>	USD 1.449,3 millones	USD 415,7 millones	USD 1.033,6 millones
<b>%VAR</b>	- 6.9%	-26.2%	4.0%
<b>2015</b>	USD 1.557,4 millones	USD 563,5 millones	USD 993,9 millones

**Tabla #3:** Balanza turística

**Fuente:** (Banco Central del Ecuador, 2017)

**Elaboración propia**

En cuanto a los datos proporcionados por el INEC, la llegada de turistas al Ecuador en el presente año (2017) demuestra que fue positiva a excepción del mes de marzo. El número total de turistas que se ha recibido en el Ecuador en el periodo de Enero a Junio del año 2017 fue de 750.101 turistas internacionales. (INEC Ministerio del Interior, 2017)

## Identificar el Perfil del Turista que Visita Machala en Base a los Alojamientos Clasificados como Hotel.

Llegada de extranjeros al Ecuador			
Mes	2016	2017	% Var Yo
Enero	145.176	151.364	4,30%
Febrero	117.990	118.339	0,30%
Marzo	121.531	117.495	-3,30%
Abril	92.968	113.914	22,50%
Mayo	96.708	111.673	15,50%
Junio	118.201	137.316	16,20%
Julio	143.762		
Agosto	119.059		
Septiembre	98.733		
Octubre	121.028		
Noviembre	111.086		
Diciembre	131.917		
Sub-total	1,418.159	750.101	

**Tabla #4:** Llegada de extranjeros al Ecuador

**Fuente:** (INEC Ministerio del Interior, 2017)

**Elaboración propia**

### *Ubicación geográfica de Machala*

Machala es una ciudad ubicada en el noroccidente de la provincia de El Oro, en la parte suroeste del Ecuador. Limita al norte con los cantones del Guabo y Pasaje, al sur con el cantón Santa Rosa, al este con los cantones de Pasaje y Santa Rosa y al oeste con el archipiélago de Jambelí.

Es considerada como la capital bananera del mundo y la cuarta ciudad más importante del Ecuador en cuanto a la economía. Es una ciudad muy activa en la parte comercial, en la que sus pobladores se dedican en su mayoría a actividades agrícolas. Tiene el segundo puerto marítimo más importante del país que permite la salida de exportaciones para todo el mundo. (Marin, 2014)

Posee un clima tropical húmedo-seco debido a los cambios provocados por la corriente fría de Humboldt y la corriente cálida del Niño que en ocasiones varía.



## Identificar el Perfil del Turista que Visita Machala en Base a los Alojamientos Clasificados como Hotel.

Machala cuenta con una población de 245.972 habitantes, siendo el 40,4% (123.024) conformado por hombres y el 41,5% (122.948) conformado por mujeres y con una edad promedio de 29 años. (INEC, 2010)



**Gráfico #1:** Ubicación de la ciudad de Machala en el Ecuador  
**Fuente:** (Pezza, 2012)

La ciudad de Machala carece de una cultura investigativa en el sector turístico y a la vez de su promoción. No existen datos estadísticos, ni análisis de resultados para la toma de decisiones o identificar a los turistas que se reciben. Los turistas se reciben mayoritariamente en los fines de semana y feriados, gracias a su clima, gastronomía y calidez de su gente.

El gobierno de la ciudad de Machala se encuentra realizando continuamente proyectos para la regeneración urbana, y es aquí donde se apunta a una nueva imagen turística, más segura, más limpia, más atractiva para los turistas. (Tipantasi, 2005)

## **Identificar el Perfil del Turista que Visita Machala en Base a los Alojamientos Clasificados como Hotel.**

Los lugares con mayor presencia de turistas son los parques urbanos que se encuentra regenerados y con grandes espacios para compartir y disfrutar en familia. En el tiempo de su estadía, los turistas consumen servicios de alojamiento, restauración, transporte, etc. En cuanto a los servicios de alojamientos los turistas prefieren hospedarse principalmente en hoteles u hostales, en los servicios de restauración a lugares que ofrezcan comida típica del lugar. (Tipantasi, 2005)

### ***Turismo en Machala***

La ciudad ofrece lugares como parques urbanos, centros culturales, centros comerciales, atractivos naturales y lugares para pasar la noche como bares y discotecas.

Machala brinda a sus visitantes una amplia gama de platos para deleitar como por ejemplo en sus platos típicos locales se encuentran los platos a base de mariscos -camarón, langostino, la concha, el calamar o los mejillones- como los ceviches y sudados, pescado fritos, sangos; muy reconocidos internacionalmente por su sabor y frescura de mar. Este turismo gastronómico se da principalmente en el Puerto Bolívar muy visitado por machaleños y extranjeros. (Tipantasi, 2005)

El Puerto Bolívar se encuentra a 7 km de Machala, y es donde se exporta la mayor parte de banano y camarón del Ecuador en la parte sur de la costa. Aquí se ubica el Parque Infantil Temático Acuático, el cual posee hermosos jardines, una pileta, obras como la de un diseño de un gran barco y un gran cangrejo; también hay juegos infantiles para el disfrute de familias y en especial de los niños para que pasen un tiempo ameno. (Machala Turístico, 2012)

Para realizar ecoturismo poseen la Isla del Amor y la Isla Santa Clara; la primera isla está a veinte minutos del Puerto Bolívar en lancha y se caracteriza por tener un sinnúmero de especies de aves ya que se anidan y se reproducen en este lugar; también

## **Identificar el Perfil del Turista que Visita Machala en Base a los Alojamientos Clasificados como Hotel.**

cuenta con un manglar y hermosa fauna marina. Es considerada como un lugar ideal para todas las personas que aman la naturaleza y sentirse en contacto con ella. (El Universo, 2016)

La Isla Santa Clara también conocida como la Isla del Muerto, es un lugar en donde se descubrieron algunos restos de un adoratorio inca, ya que en tiempos antiguos fue un templo de culturas indígenas. Se caracteriza por su fauna por tener un pequeño parentesco a las Islas Galápagos, en donde también se pueden observar el avistamiento de ballenas jorobadas en ciertos meses muy atractivos por turistas del exterior. Se encuentra a 40 km aproximadamente del Puerto Bolívar. (El Universo, 2017)

Otro recurso natural que encontramos en la ciudad de Machala es el Complejo Ecoturístico el Cocoviche está ubicado a 3 km de la ciudad de Machala en donde se encuentran manglares en los que se puede recolectar conchas y cangrejos, además hay gran variedad de flora y fauna. En este lugar se puede disfrutar de la paz y tranquilidad de la naturaleza, acompañado de unos deliciosos platos típicos. (CABRERA QUEZADA , 2015)

En Machala encontramos 15 parques y plazas que actualmente se han convertido en lugares muy frecuentes para visitar y pasar el día.

Son 4 parques los más reconocidos de la ciudad como por ejemplo el Parque Juan Montalvo, el Parque Cristóbal Colón, el Parque Lineal y el Parque Temático los Picapiedras. (El Telégrafo, 2014)

El Parque Temático los Picapiedras se crea el 18 d diciembre del 2006 y es un parque infantil que tiene diferentes áreas para que jueguen y se diviertan los más pequeños, además de fuentes de agua. Todo el parque está lleno de caricaturas de los picapiedras y es muy visitado por familias. Se localiza en la Avenida José Borja Barrezueta y Juan Pablo Palomino.

## **Identificar el Perfil del Turista que Visita Machala en Base a los Alojamientos Clasificados como Hotel.**

El Parque lineal cuenta con muchos lugares de esparcimiento como los juegos infantiles, espacios de juegos de azar y el área de patinaje. Se encuentra en Mons. Néstor Herrera Heredia y Circunvalación Sur y se inauguró el 12 de diciembre del 2009. Es uno de los parques más modernos con los elementos arquitectónicos, con piletas, cascadas y áreas para eventos. En la parte central del parque colocaron una estructura con un mástil de 13 metros y en su base dos timones de barco que le da un ambiente marino al lugar.

(REYES TACURI, 2015)

El servicio de alojamiento que posee Machala es moderna y cómoda. En general, la ciudad se ha visto embellecida gracias al GAD Municipal de Machala que trabaja conjuntamente con la alcaldía. (Pérez Rivera, 2013)

Machala es el principal cantón de soporte de la provincia de El Oro. Gracias a que es una de las ciudades principales del país, cuenta con todos los servicios básicos como los de agua potable, telecomunicaciones, electricidad, transporte fluvial, marítimo y aéreo.

(León Alvarez & Martinez Carrera, 2012)

En el centro de la ciudad se encuentran los bancos y edificaciones administrativas del gobierno provincial nacional y municipal.

La imagen de un destino es un concepto creado por diferentes agentes de demanda y oferta. El equilibrio entre lo que se espera y lo que se está ofreciendo es esencial para promover un destino

La actual imagen de la ciudad de Machala, se compone principalmente por los colores de su bandera, siendo el color celeste el que simboliza el cielo y el mar; el color verde a sus campos y el color blanco a la pureza y paz de sus pobladores.

La capital bananera del mundo, posee un logo compuesto por un bananero junto con la frase “Machala contigo”, que simboliza la humildad, la amabilidad y la acogida

## **Identificar el Perfil del Turista que Visita Machala en Base a los Alojamientos Clasificados como Hotel.**

brinda su pueblo y el orgullo que tiene su gente por representar esta ciudad. La imagen representativa de Machala es muy importante, pues es como muchas personas la van a identificar; es por esto que constantes cambios en la marca no son beneficiosos ya que, los visitantes no poseen una imagen fija y recordarla se torna complicado.



**Fuente:** (Alcaldía de Machala, 2015)

Machala así como Guayaquil es considerada una ciudad de negocios, además es muy reconocida por su evento anual en la elección de la Reina Mundial del Banano, en la que concursan mujeres hermosas representando a diferentes países en el mundo.

Las fiestas de Machala se festejan el 25 de Junio acompañado de un sinnúmero de eventos tales como: desfiles, elección de la Reina de Machala, ferias, eventos musicales, entre otros. (Tipantasi, 2005)

### **Metodología**

La presente investigación empírica busca identificar el perfil del turista que llega a la ciudad de Machala, así como también identificar aquellos factores que considera importantes a la hora de decidir su viaje, es decir principalmente conocer las motivaciones de viajes y razones por la cual eligió visitar Machala. En este contexto resulta indispensable obtener datos reales y actualizados que permitan conocer más de los turistas que visitan Machala, para de esta manera generar la posibilidad de introducir en el producto turístico de

## **Identificar el Perfil del Turista que Visita Machala en Base a los Alojamientos Clasificados como Hotel.**

Machala características o rasgos evidenciados en el presente trabajo de investigación, que permitan mejorar, diferenciar y atender unas determinadas necesidades y demandas de los turistas que visitan Machala.

En el presente trabajo investigativo se utilizará una metodología exploratoria, este tipo de estudio es necesario cuando todavía no se dispone de la suficiente información o acceso a los datos estadísticos para abordar una investigación más formal o de mayor exhaustividad. Justamente, debido a los factores anteriormente mencionados, la mayoría de las veces, se busca realizar una investigación exploratoria previamente. Esto puede ahorrar esfuerzos o dar pistas para una mayor eficiencia. (Niño Rojas, 2011)

Luego de un largo periodo de indagación de datos a través de las principales fuentes que son Ministerio de Turismo como principal ente de planificación, desarrollo y control de turismo o el Instituto de Estadística del Ecuador como ente responsable de levantar y elaborar estudios estadísticos en el país se concluyó que era necesario realizar un levantamiento de información turística, puesto que no se conoce con exactitud el perfil del turista que se visita la ciudad de Machala por lo que se definió que la técnica más adecuada para elaborar esta presente investigación es la técnica de investigación cuantitativa.

La herramienta que se utilizó para el levantamiento de información que servirá para el desarrollo del presente trabajo es la encuesta; esta herramienta contiene preguntas previamente diseñadas de acuerdo a los objetivos establecidos para el presente trabajo. Estas preguntas fueron elaboradas con variables seleccionadas por el autor para recopilar la información que se desea hallar y elaborar un estudio más eficaz.

La información se levantó mediante trabajo de campo donde se lograron encuestar a 156 personas durante su estadía en el hotel. El cuestionario utilizado se elaboró en base a

### **Identificar el Perfil del Turista que Visita Machala en Base a los Alojamientos Clasificados como Hotel.**

diferentes trabajos previos sobre el perfil del turista (Correia et al., 2013; López-Guzmán et al., 2015; Guilarte y González, 2016). El trabajo de campo se desarrolló entre los meses de julio y agosto del 2017, el cuestionario constaba de 24 preguntas ordenadas en secciones y en base a la verificación de estructura de encuestas anteriores.

La encuesta es fundamental en esta investigación y se realiza únicamente a los hoteles de la ciudad que son considerados por el catastro del Ministerio de Turismo, siendo los clientes que se hospedan en ellos nuestra población de interés de la que vamos a obtener la información requerida para la elaboración del presente trabajo de investigación.

<b>Nombre Comercial</b>	<b>Clasificación</b>
Oro Hotel	Hotel
Enkantos Del Mar Exclusive	Hotel
Gran Monte Carlos In	Hotel
R C A	Hotel
Manhattan	Hotel
Veuxor	Hotel
Mosquera	Hotel
Oro Verde	Hotel
Perla Del Pacifico	Hotel
Ecuatoriano Pullman	Hotel
Regal	Hotel
San Francisco	Hotel
Grand Hotel Americano Gha. Cia	Hotel
Oro Hotel	Hotel
Centro Hotel	Hotel

**Tabla #8:** Hoteles de la ciudad de Machala

**Fuente:** (Ministerio de Turismo, 2017)

**Elaboración propia**

La encuesta está comprendida de tres partes. La primera se refiere a los aspectos sociodemográficos que tiene el turista, el segundo trata sobre las motivaciones de empuje y atracción hacia la ciudad de Machala. El tercero pretende valorar todas aquellas preferencias sobre los bienes tangibles así como también los intangibles.

## **Identificar el Perfil del Turista que Visita Machala en Base a los Alojamientos Clasificados como Hotel.**

Esta herramienta se aplicó en español, en donde los turistas fueron encuestados en los hoteles mientras realizaban check out, check in, esperaban un servicio de alimentación o se encontraban en la zona de piscina de los hoteles.

Se realizó una prueba piloto con 30 encuestas para validar los cuestionarios. Las preguntas de la encuesta se han elaborado de forma cerrada, en donde el encuestado tiene que elegir únicamente entre las opciones ya planteadas. Tiene preguntas de elección única-politómicas, de elección múltiple y de escala numérica Likert del 1 al 5 para valorar el grado de importancia que les dan los turistas a diferentes factores como las motivaciones y aspectos relevantes.

También se considera de tipo personal, en que estarán presentes de forma física el encuestador y el encuestado. El encuestador formula las preguntas y el encuestado colabora con su respuesta.

<b>Población</b>	Turistas que se hospedan en los hoteles de la ciudad de Machala
<b>Área geográfica</b>	Ciudad de Machala
<b>Periodo de realización</b>	Julio a Agosto de 2017
<b>Procedimiento</b>	Muestreo aleatorio
<b>Nivel de confianza</b>	95%
<b>Intervalo de confianza</b>	7.85
<b>Tamaño de muestra</b>	156

**Tabla #10:** Ficha de la investigación  
**Elaboración propia**

Como se desconoce el número de la población estudiada, - pues, no existen datos de la cantidad de turistas que ingresan a la ciudad de Machala mes a mes - se procedió a recoger la mayor cantidad de encuestas posibles en los diferentes hoteles anteriormente mencionados (tabla 8), obteniendo así un total de 156 personas entrevistadas de ambos sexos, la misma que la consideramos como nuestro tamaño de muestra. Se logró calcular gracias a una calculadora de muestras el nivel de confianza que obtuvo un 95% y un



## Identificar el Perfil del Turista que Visita Machala en Base a los Alojamientos Clasificados como Hotel.

intervalo de confianza de 7.85. Estos datos se pudieron calcular sin necesidad de tener un número de población en específico.

**Precisar Tamaño de Muestra**

Nivel de Confianza:  95%  99%

Intervalo de Confianza:

Población:

Tamaño de Muestra preciso:

**Gráfico #24:** Calculadora de muestras  
**Fuente:** (Creative Research Systems, 2006)

### *Análisis de los resultados de la investigación*

#### *Variables sociodemográficas*

VARIABLES	N°	%	VARIABLES	N°	%
<b>SEXO</b>			<b>PROFESION</b>		
Hombres	69	44,20%	Estudiante	26	16,70%
Mujeres	87	55,80%	Independiente	50	32,10%
<b>EDAD</b>			Empleado dependiente	74	47,40%
18 – 25 años	33	21,20%	Jubilado (a)	4	2,60%
26 – 35 años	55	35,30%	Desempleado (a)	2	1,30%
36 – 45 años	34	21,80%	<b>PERSONAS A CARGO</b>		
46 – 55 años	20	12,80%	Nadie	61	39,10%
+ 55 años	14	9%	1 – 2	58	37,20%
<b>ESTADO CIVIL</b>			3 – 4	33	21,20%
Soltero (a)	75	48,10%	.+ 5	4	2,60%
Casado (a)	60	38,50%	<b>INGRESO MENSUAL</b>		
Unión Libre	10	6,40%	300 – 700 dólares	47	32,60%
Viudo (a)	2	1,30%	700 – 1000 dólares	34	23,60%
Divorciado (a)	9	5,80%	1000 – 1500 dólares	34	23,60%
<b>NIVEL DE ESTUDIOS</b>			.+ 1500 dólares	29	20,10%
Sin estudios	2	1,30%			
Estudios primarios	1	0,60%			
Estudios secundarios	36	23,10%			
Estudios universitarios	96	61,50%			

## Identificar el Perfil del Turista que Visita Machala en Base a los Alojamientos Clasificados como Hotel.

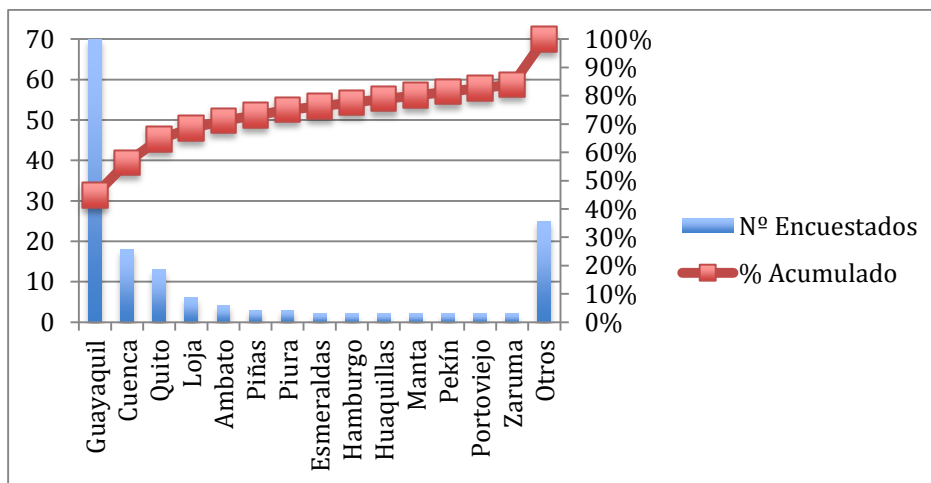
Estudios de posgrado	21	13,50%
----------------------	----	--------

### Sexo

De 156 encuestas realizadas a los turistas que se hospedan en la ciudad de Machala, el 55,8% fueron del sexo femenino y el 44,2% del sexo masculino.

### Ciudad de residencia

De acuerdo a las encuestas realizadas, se ha determinado que la mayoría de turistas que se reciben son principalmente de la ciudad de Guayaquil. De los encuestados, el 45% respondieron que eran provenientes de la provincia del Guayas, seguidos por Cuenca con 12% Quito con 9% y Loja con el 4%.



**Gráfico #3:** Ciudad de Residencia  
**Elaboración propia**

### País

Se ha calculado que la mayoría de las personas encuestadas son de nacionalidad ecuatoriana teniendo el 85% de personas provenientes de Ecuador y la diferencia de nacionalidad extranjera. Ocupa el segundo lugar el país Perú con 4% y tercero y cuarto España con Estados Unidos con un 3% cada uno.

Nº	País
----	------

## Identificar el Perfil del Turista que Visita Machala en Base a los Alojamientos Clasificados como Hotel.

132	Ecuador
6	Perú
5	España
5	Estados Unidos
2	Alemania
2	China
2	Colombia
1	Francia
1	París

**Tabla #5:** País  
**Elaboración propia**

### *Edad*

En cuanto a la edad, aproximadamente el 35% de las personas encuestadas en la ciudad de Machala tienen la edad de 26 a 35 años, a esto le siguen con los resultados de 21,8% en las edades comprendidas entre los 36 a 45 años y el 21,2% con el rango de edad de 18 a 25 años.

### *Estado Civil*

El estado civil de los turistas encuestados mayoritariamente indica que son solteros y solteras con un 48,1%, seguido por el 38,5% que dicen que son casados y casadas. El 6,4% se encuentran en unión libre, 5,8% de los turistas son divorciados y solo el 1,3% indicaron que son viudos.

### *Nivel de estudios*

En lo referente al nivel de formación, se observa que un porcentaje muy significativo se encuentra en estudios universitarios, esta mayoría representa el 61,5% de los turistas encuestados que tienen título universitario. El 23,1% poseen estudios secundarios, los cuales poseen un título de bachiller y solo 13,5% son poseedores de

## **Identificar el Perfil del Turista que Visita Machala en Base a los Alojamientos Clasificados como Hotel.**

estudios de posgrado, siendo ellos los que han adquirido algún título superior al universitario (master o doctorado).

### *Profesión*

En relación a la situación laboral que presentan los encuestados se observa que predominan los empleados dependientes con un 47,4% del total y le siguen los empleados independientes con un 32,1%. El 16,7% son estudiantes, el 2,6% son jubilados y por último los desempleados con un 1,3%.

### *Personas que se encuentran a su cargo*

El 39,1% de los encuestados respondieron que no tienen a nadie a su cargo, seguido por un porcentaje muy cercano de 37,2% que poseen de 1 a 2 personas bajo su cargo. El 2,2% se encargan de 3 a 4 personas y el 2,6% mas de 5.

### *Ingreso mensual*

En la siguiente variable de ingreso mensual, solo se obtuvieron 144 respuestas de las 156 personas encuestadas. De acuerdo a los resultados obtenidos, se resume que hay un 32,6% que ganan el valor mínimo opcionado como el de 300 a 700 dólares. En segundo y tercer lugar con 23,6% se encuentran las personas que ganan de 700 a 1000 dólares y de 1000 a 1500 dólares. Ocupa como último lugar el nivel adquisitivo más alto que es mayor a 1500 dólares con un 20,1%.

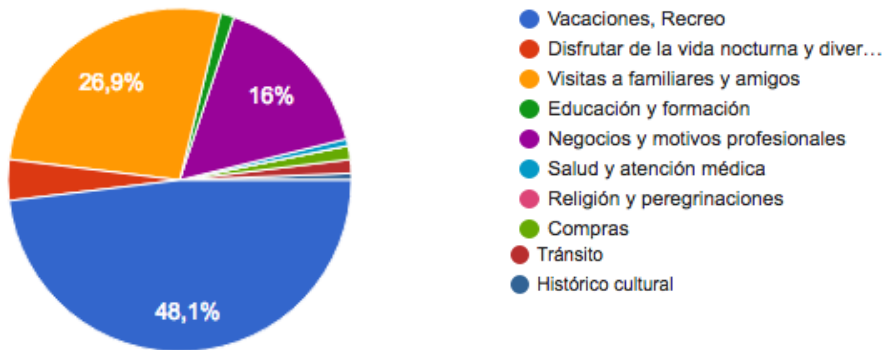
### *Sobre el perfil del turista*

#### *Motivo del viaje*

El principal motivo de los turistas es el de realizar turismo en la ciudad, siendo preferentemente el de turismo de vacaciones y recreo con un 48,1% y le sigue con un

## Identificar el Perfil del Turista que Visita Machala en Base a los Alojamientos Clasificados como Hotel.

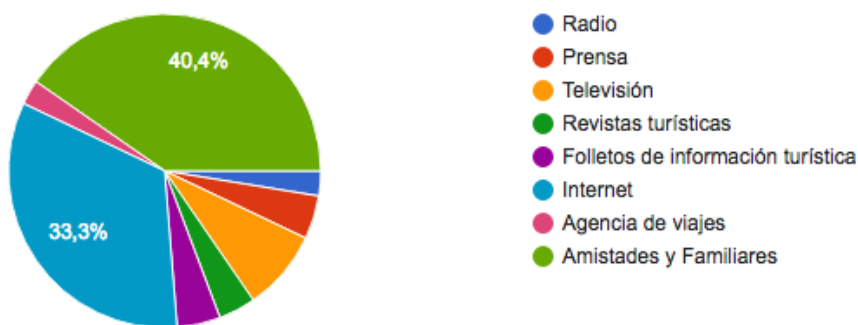
26,9% las visitas a familiares y amigos. Solo el 16% de los encuestados indicaron que fue por motivos de negocios y profesionales.



**Gráfico #10: Motivo del viaje**  
**Elaboración propia**

*Cómo adquirió los conocimientos sobre que sitios turísticos puede visitar en Machala?*

En la siguiente variable el 40,4% indican que adquirieron sus conocimientos mediante amistades y familiares, mientras que el 33,3% respondió que fue vía internet. Con un menor porcentaje como el de 8,3% se encuentra la televisión, continuando con un 4,5% la prensa y los folletos de información turística.

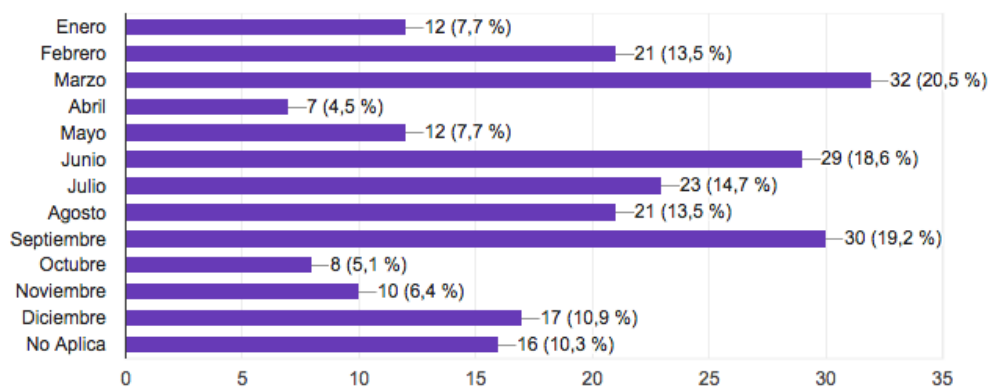


**Gráfico #11: Medios de comunicación**  
**Elaboración propia**

*Mes de preferencia para visitar la ciudad de Machala*

### Identificar el Perfil del Turista que Visita Machala en Base a los Alojamientos Clasificados como Hotel.

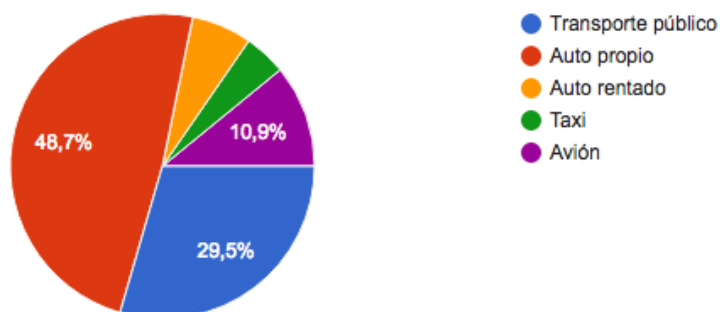
El mes de preferencia para los turistas, es el mes de marzo con un 20,5% seguido por el mes de septiembre con un 19,2% y en tercer lugar el mes de junio con un 18,6%. El mes de julio presenta un 14,7% de preferencia y los meses de febrero y agosto con un porcentaje similar de 13,5%. Le siguen el mes de diciembre con 10,9% y el 10,3% respondió que no aplica, que no posee un mes de preferencia alguno para visitar la ciudad.



**Gráfico #12:** Mes de preferencia  
**Elaboración propia**

*Cuál fue el medio de transporte que utilizó para llegar a la ciudad?*

El medio de transporte más utilizado por los turistas fue el de auto propio con un 48,7%. Con un 29,5% se encontró el transporte público que sería la opción más económica, seguida por el avión con un 10,9% que dicho aeropuerto se encuentra en el cantón de Santa Rosa de la provincia de El Oro a pocos minutos de la ciudad de Machala.

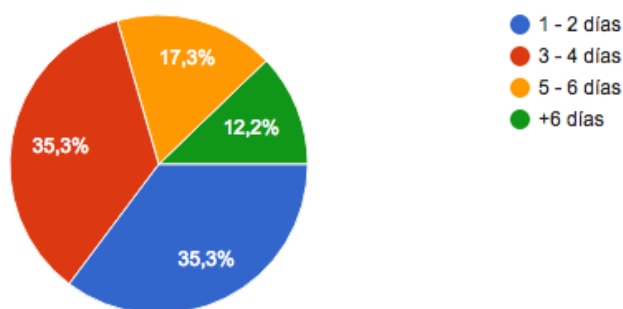


**Gráfico #13:** Transportación  
**Elaboración propia**

## Identificar el Perfil del Turista que Visita Machala en Base a los Alojamientos Clasificados como Hotel.

### *Tiempo de estancia en la ciudad de Machala*

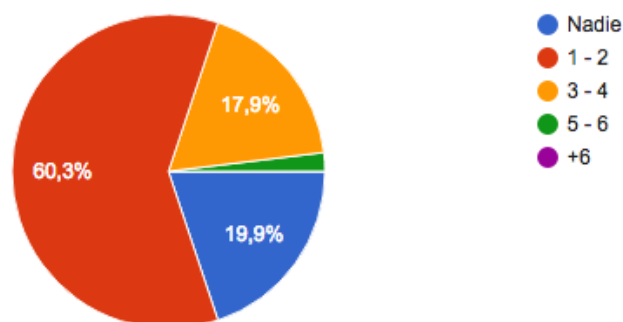
Según las respuestas adquiridas por los encuestados con la variable del tiempo de estancia en Machala, dos opciones obtuvieron un porcentaje de 35,5%, los turistas pernoctan en los hoteles de la ciudad de 1 a 2 días y de 3 a 4 días. La opción de 5 a 6 días arrojó un porcentaje de 17,3%.



**Gráfico #14:** Tiempo de estancia  
**Elaboración propia**

### *Personas que lo acompañan en este viaje*

La manera más común para viajar es la de acompañados por 1 a 2 personas con un 60,3%, seguidos con un 19,9% por no estar acompañados con nadie y el 1,9% indican que viajan acompañados con 5 a 6 personas.

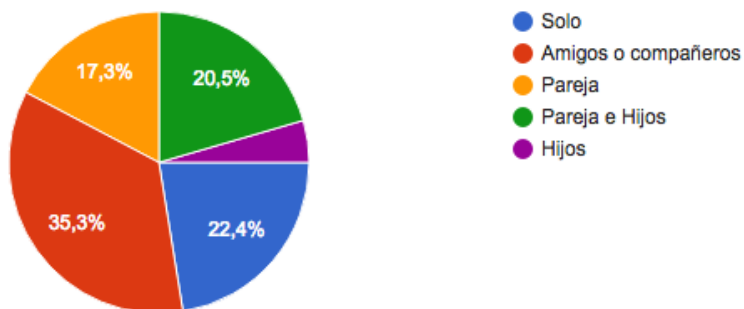


**Gráfico #15:** Número de acompañantes  
**Elaboración propia**

### *Con quién realiza su viaje?*

## Identificar el Perfil del Turista que Visita Machala en Base a los Alojamientos Clasificados como Hotel.

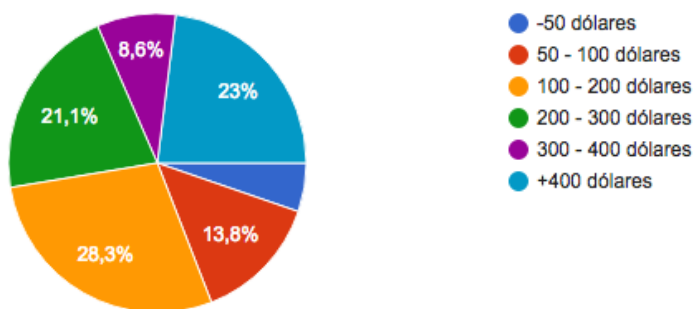
La gran mayoría de los encuestados con un 35,3%, respondieron que realizan su viaje con amigos o compañeros. Le sigue el 22,4% que viajan solos, el 20,5% que viaja con su pareja e hijos y el 17,3% respondieron que viaja solo con su pareja. Solamente el 4,5% viaja con sus hijos.



**Gráfico #16:** Con quien viaja  
**Elaboración propia**

*Cuál es su valor estimado a gastar durante su estancia en la ciudad de Machala?*

Durante la estancia que tuvo cada encuestado, el 28,3% respondió que su gasto promedio sería de 100 a 200 dólares, seguido por el 23% con más de 400 dólares. El 21,1% consideró que gastaría durante su estancia de 200 a 300 dólares, y el 13,8% de 50 a 100 dólares.



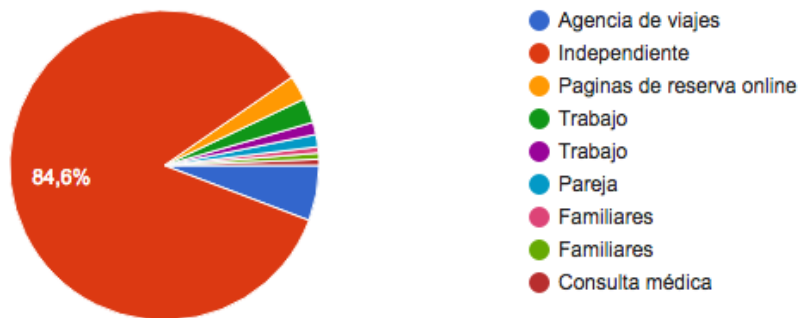
**Gráfico #17:** Gasto promedio  
**Elaboración propia**

*Cómo organizó su viaje?*



## Identificar el Perfil del Turista que Visita Machala en Base a los Alojamientos Clasificados como Hotel.

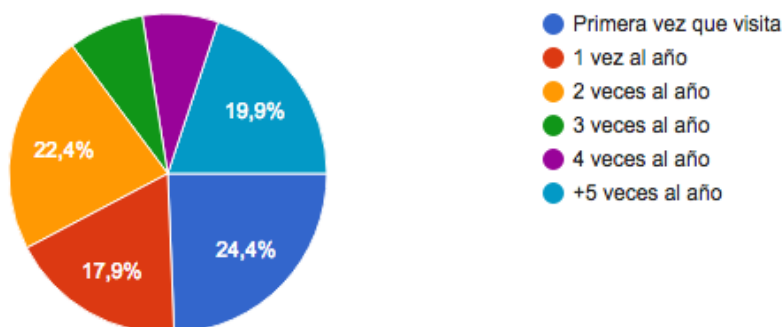
Un porcentaje muy alto indicó que su viaje fue organizado de manera independiente, siendo este el 84,6%, que le sigue el 5,8% organizado por agencias de viajes. El 3,9% respondió que fue por trabajo y el 2,6% gracias a las páginas de reserva online.



**Gráfico #18:** Organización del viaje  
**Elaboración propia**

### *Frecuencia con la que viaja a Machala*

Mayoritariamente para los encuestados, esta fue la primera vez que visitaba la ciudad de Machala, se obtuvo un 24,4% de dicha opción. El 22,4% respondió que viaja 2 veces al año a la ciudad, seguido por un 19,9% que viaja más de 5 veces al año. El 17,9% indicó que viaja a Machala por lo menos 1 vez al año y con los mismo porcentajes de 7,7% se obtuvo que visitan la ciudad 3 y 4 veces al año.

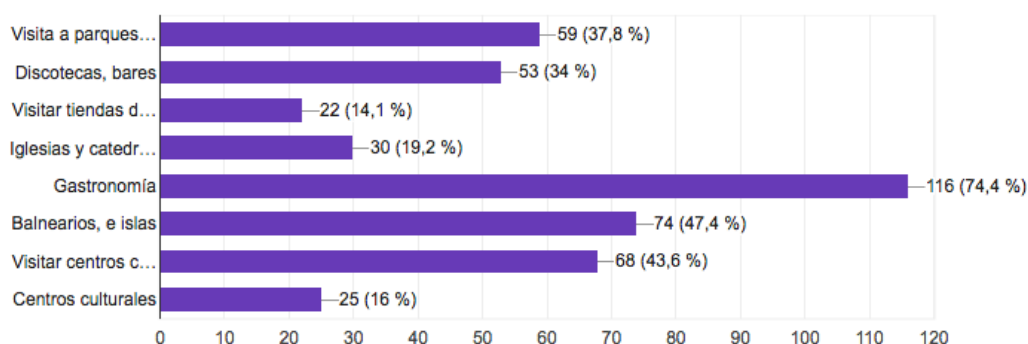


**Gráfico #19:** Frecuencia de viajar a Machala  
**Elaboración propia**

## Identificar el Perfil del Turista que Visita Machala en Base a los Alojamientos Clasificados como Hotel.

*Por favor marque con una X las actividades que ha realizado o piensa realizar durante su estancia.*

En la siguiente pregunta los encuestados pudieron escoger más de una opción, y entre ellas la actividad con mayor preferencia a realizar durante la estancia en la ciudad de Machala fue la de Gastronomía con un 74,4%, seguido por la visita a balnearios e islas con un 47,4%. El 43,6% indicaron que durante su estadía visitará centros comerciales, le sigue el 37,8% con visita a parques urbanos y 34% relacionado con la vida nocturna que son los bares y las discotecas.

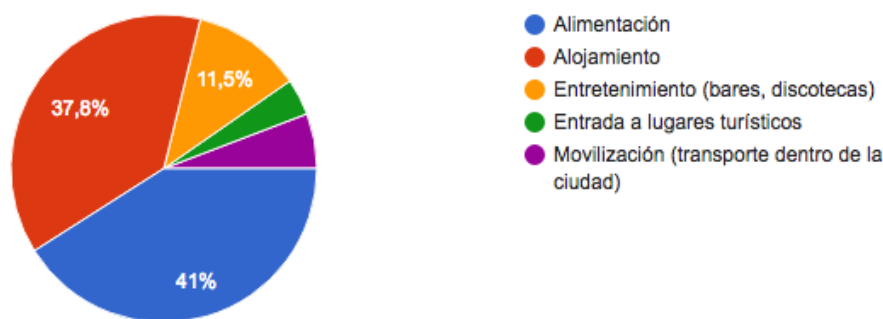


### Gráfico #20: Actividades Elaboración propia

*Cuál de las siguientes opciones usted considera que ha representado un mayor gasto en el presupuesto de su viaje a esta ciudad?*

La opción que representa un mayor gasto para los que visitan la ciudad de Machala de acuerdo a las respuestas obtenidas por los encuestados es la de la alimentación con un 41%, posterior a este tenemos el alojamiento con un 37,8%. El 11,5% indicaron que su mayor gasto fue el del entretenimiento que comprende bares y discotecas.

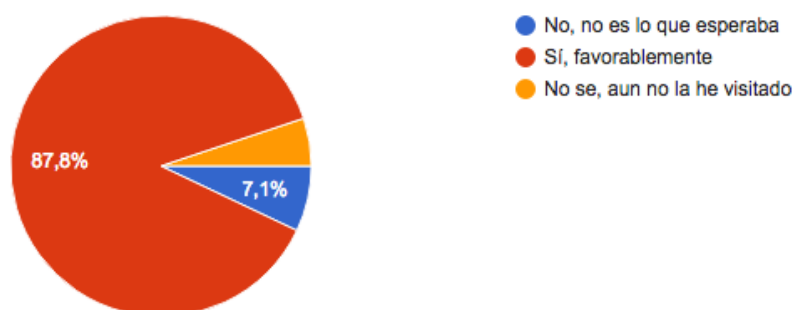
## Identificar el Perfil del Turista que Visita Machala en Base a los Alojamientos Clasificados como Hotel.



**Gráfico #21:** Servicio que generó mayor gasto  
**Elaboración propia**

*Qué opinión tiene usted de la imagen de la ciudad de Machala después de su visita?*

Para la mayoría de los encuestados que se hospedan en la ciudad de Machala su respuesta fue favorable y positiva en cuanto a la imagen de la ciudad, se obtuvo un 87,8% de acuerdo a los resultados. El 7,1% reconoce que no fue lo que esperaban al momento de su visita y estancia.

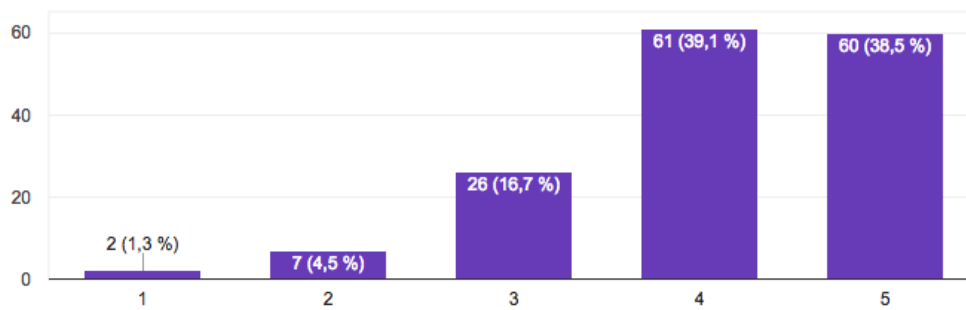


**Gráfico #22:** Opinión de la imagen de la ciudad  
**Elaboración propia**

*Después de su visita, ¿cómo valora la imagen de la ciudad? Siendo 1 muy poco y 5 mucho*

La respuesta es muy positiva ya que, los resultados indicaron que por la diferencia de 0,6% la valoración de 4 ocupa el primer lugar, seguido por la valoración de 5 que es la puntuación más favorable.

**Identificar el Perfil del Turista que Visita Machala en Base a los Alojamientos Clasificados como Hotel.**



**Gráfico #23:** Puntuación de la imagen de la ciudad  
**Elaboración propia**

*Sobre sus preferencias*

*En una escala de Likert, del 1 al 5, califique que atractivos turísticos los encuentra más importantes en la ciudad de Machala. Siendo 5 el más importante y 1 el menos importante.*

De acuerdo a la tabla de atractivos turísticos, los turistas consideran que mayor importancia poseen los restaurantes y su deliciosa gastronomía, seguido por los balnearios e islas que sin duda tienen mucha belleza por ofrecer y en tercer puesto los parques urbanos.

	Grado de Importancia				
	1	2	3	4	5
<b>Parques Urbanos</b>	3,80%	12,20%	26,90%	35,30%	21,80%
<b>Centros Comerciales</b>	1,90%	9%	40,40%	34%	14,70%
<b>Centros Culturales</b>	13,50%	16,70%	34%	23,10%	12,80%
<b>Balnearios e Islas</b>	5,80%	12,20%	26,30%	32,70%	23,10%
<b>Restaurantes</b>	0,60%	6,40%	22,40%	37,80%	32,70%
<b>Bares y Discotecas</b>	14,10%	16%	32,70%	21,80%	15,40%

**Tabla #6:** Grado de importancia de atractivos  
**Elaboración propia**

*A la hora de elegir como destino turístico la ciudad de Machala, indique que elementos son los que influyeron en su decisión. En una escala del 1 al 5, por favor elija el grado de importancia que le da a los siguientes aspectos (siendo 5 el más importante y 1 el menos importante).*

## Identificar el Perfil del Turista que Visita Machala en Base a los Alojamientos Clasificados como Hotel.

Fijándonos principalmente en la valoración de 5 como extremadamente importante en la escala de Likert, se indica que el aspecto más influyente es la gastronomía con un 40,7%, le sigue la calidez de su gente con un 37,2% y la disponibilidad de servicios básicos con un 35,9%.

	Grado de Importancia				
	1	2	3	4	5
Precio	3,90%	6,60%	37,50%	31,60%	20,40%
Oferta de Productos turísticos disponibles	4%	13,30%	44,70%	22,70%	15,30%
El entorno natural	2,80%	9,20%	38%	28,90%	21,10%
Entorno urbano	2,90%	7,90%	34,30%	38,60%	16,40%
Seguridad y orden que ofrece el destino	4,70%	7,40%	42,30%	24,80%	20,80%
Disponibilidad de servicios básicos	2,10%	1,40%	21,40%	39,30%	35,90%
Facilidad de acceso	2,10%	3,50%	22,90%	43,80%	27,80%
Herencia Cultural	10,60%	14,20%	31,20%	29,10%	14,90%
Calidez de su gente	1,40%	0,70%	19,30%	41,10%	37,20%
Facilidad de acceso a la compra del destino	2,80%	3,50%	28,40%	41,10%	24,10%
Shopping	3,70%	5,20%	32,80%	35,80%	22,40%
Limpieza de la ciudad	3,50%	4,90%	35,20%	35,20%	21,10%
Servicios y equipamientos de la planta hotelera	2,70%	7,50%	38,80%	34%	17%
Exclusividad del destino	3,40%	5,50%	33,10%	40%	17,90%
La posibilidad de ser uno mismo	4,30%	2,10%	22,90%	43,60%	27,10%
El clima	1,40%	1,40%	34,80%	39,70%	22,70%
Recomendaciones de terceras personas	1,40%	5%	34,80%	37,60%	21,30%
Facilidad de acceso a la información disponibles del destino	2,10%	4,90%	41%	31,90%	20,10%
Interés por conocer nuevos lugares	1,40%	3,60%	29,50%	34,50%	30,90%
Visitar amigos o familiares	8,50%	11,30%	19,70%	32,40%	28,20%
Vida Nocturna	4,30%	14,50%	29%	34,10%	18,10%
Gastronomía	0,70%	0,70%	21,40%	36,60%	40,70%

**Tabla #7:** Grado de importancia de aspectos  
Elaboración propia

### Conclusión y Recomendaciones

Es necesario impulsar el turismo de manera correcta, ya que estadísticamente con el paso del tiempo y actualmente en el último año, se observa que el turismo en el Ecuador ha aumentado y esto incluye a la ciudad de Machala. Para esto es necesario tener una base de datos actualizada constantemente, que permitan crear nuevas estrategias para la planificación de futuros proyectos e incrementar así el flujo de turistas en la ciudad.

## **Identificar el Perfil del Turista que Visita Machala en Base a los Alojamientos Clasificados como Hotel.**

Gracias a este trabajo se determinó cual es el perfil del turista que visita la ciudad como una herramienta para futuras estrategias e incentivar el turismo en Machala. Se determinó cuáles son las motivaciones, preferencias, necesidades y otros aspectos que influyen en sus decisiones para elegir a Machala como destino para viajar. Es necesario para el desarrollo turístico impulsar las actividades que tengan mayor aceptación por los turistas que la visitan.

Si comparamos los resultados obtenidos del Plan Integral de Marketing Turístico de Ecuador PIMTE 2014 que fueron sobre el perfil del turismo interno en el Ecuador con el que se acaba de realizar, se sostiene que, los motivos de viaje por los turistas es el de recreación, visita a familiares y amigos o por motivos de negocios. También encontramos que en ambos resultados el viaje fue organizado de manera independiente y el transporte más utilizado fue el del transporte público y el auto propio. La información turística obtenida fue por recomendaciones de amigos y familiares y las principales actividades por realizar incluyen la gastronomía.

Los turistas indicaron de acuerdo a la importancia en escala de Likert que lo que más les atrae es la gastronomía del lugar y balnearios e islas; es necesario impulsarlo y mejorarlos para que así se mantenga siempre presente en los turistas.

En cuanto a lo que valoraron con menor puntaje, se necesitan mejorar los atractivos y aspectos de la vida nocturna como bares y discotecas, así como la herencia cultural de la ciudad que la observan muy empobrecida.

Para lograr mejores resultados, sería conveniente fomentar la participación de la administración pública y privada para crear nuevos registros de datos y mantener un constante control de los turistas y servicios que se ofrecen en Machala.

## Identificar el Perfil del Turista que Visita Machala en Base a los Alojamientos Clasificados como Hotel.

### Referencias bibliográficas

INEC Ministerio del Interior. (2017). Obtenido de Ecuador Potencia Turística:

<http://servicios.turismo.gob.ec/index.php/portfolio/turismo-cifras/19-inteligencia-de-mercados/boletin-mensual/95>

MINTUR. (2017). Obtenido de Ecuador Potencia Turística: [servicios.turismo.gob/](http://servicios.turismo.gob/)

Banco Central del Ecuador. (2017). Obtenido de Ecuador Potencia Turística:

[servicios.turismo.gob/](http://servicios.turismo.gob/)

Equipo Técnico de Análisis del Censo de Población y Vivienda. (2010). Obtenido de

Ecuador en cifras: [http://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/descargas/Manualateral/Resultados-provinciales/el\\_oro.pdf](http://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/descargas/Manualateral/Resultados-provinciales/el_oro.pdf)

(2011). En V. M. Niño Rojas, *Metodología de la Investigación*. Bogotá: Ediciones de la U.

Ministerio de Turismo. (s.f.). Catastro Turístico de Machala. *Catastro Turístico de El Oro* .

Lopez Bonilla, J., & Lopez Bonilla , L. (2015). *Manual de investigación de mercados turísticos*. Larousse.

Creative Research Systems. (2006). Obtenido de The survey system:

<http://www.surveystat.com/>

Ministerio de Turismo. (02 de julio de 2016). Obtenido de

<http://www.turismo.gob.ec/ecuador-destaco-en-la-premiacion-de-los-wta-2016-latinoamerica-con-16-galardones/>

Organización Mundial del Turismo. (17 de Enero de 2017). Obtenido de

<http://www2.unwto.org/es/press-release/2017-01-17/el-turismo-internacional-mantiene-un-crecimiento-sostenido-pese-las-dificul>

Ministerio de Turismo. (2017). Catastro Turístico de Machala. *Catastro Turístico de El*

*Oro* .

## **Identificar el Perfil del Turista que Visita Machala en Base a los Alojamientos Clasificados como Hotel.**

La Organización Mundial del Turismo. (s.f.). Obtenido de

<http://media.unwto.org/es/content/entender-el-turismo-glosario-basico>

Ministerio de Turismo. (s.f.). Obtenido de [http://www.optur.org/estadisticas/Boletin-](http://www.optur.org/estadisticas/Boletin-primer-trimestre-2015.pdf)

[primer-trimestre-2015.pdf](http://www.optur.org/estadisticas/Boletin-primer-trimestre-2015.pdf)

Guime, M. (2011). *Parque Nacional Galápagos*. Obtenido de

<file:///C:/Users/NIETO/Downloads/La%20Reserva%20Marina%20de%20Galapagos.pdf>

*Conservación del Pinguino de Galápagos*. (2005). Obtenido de

<file:///C:/Users/NIETO/Downloads/Conservaci%C3%B3n%20del%20Pinguino%20de%20Gal%C3%A1pagos.pdf>

Muñoz, A. (2015). *Pontificia Universidad Católica del Ecuador*. Obtenido de

<file:///C:/Users/NIETO/Downloads/PUCE-Estudios-perspectivas-turismo-2015.pdf>

*Ministerio del Turismo*. (2016). Obtenido de <http://www.turismo.gob.ec/turismo-genera-en-ecuador-405-820-mil-fuentes-de-trabajo/>

Artega, A. (2015). *Centro de Estudios Ambientales*. Obtenido de

<http://www.cedat.cat/media/upload/arxiu/formacio/postgrau/espai/galapagos.pdf>

Moreno, V., & Faidutti, J. (2016). *Universidad de Guayaquil*. Obtenido de

<https://www.google.com.ec/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=5&cad=rja&uact=8&ved=0ahUKEwih9oKSyOvUAhXKMSYKHS0MAeYQFgg2MAQ&url=http%3A%2F%2F repositorio.ug.edu.ec%2Fbitstream%2F redug%2F11141%2F1%2FMoreno%2520Vergara%2520Vicky.%2520Proyeccion%2520d>

UNESCO. (2017). Obtenido de [http://www.unesco.org/uy/mab/es/areas-de-](http://www.unesco.org/uy/mab/es/areas-de-trabajo/ciencias-naturales/mab/programa-mab/reservas-de-biosfera.html)

[trabajo/ciencias-naturales/mab/programa-mab/reservas-de-biosfera.html](http://www.unesco.org/uy/mab/es/areas-de-trabajo/ciencias-naturales/mab/programa-mab/reservas-de-biosfera.html)



## **Identificar el Perfil del Turista que Visita Machala en Base a los Alojamientos Clasificados como Hotel.**

Araya, P., & Clusener, M. (2010). *UNESCO*. Obtenido de

<http://unesdoc.unesco.org/images/0018/001879/187906e.pdf>

*Ministerio del Ambiente*. (2017). Obtenido de [http://areasprotegidas.ambiente.gob.ec/areas-](http://areasprotegidas.ambiente.gob.ec/areas-protegidas/reserva-marina-gal%C3%A1pagos)

[protegidas/reserva-marina-gal%C3%A1pagos](http://areasprotegidas.ambiente.gob.ec/areas-protegidas/reserva-marina-gal%C3%A1pagos)

Cruz, J. (2015). *Universidad Tecnológica Equinoccial*. Obtenido de

<https://www.estudiosenturismo.com.ar/search/PDF/v2n4a2.pdf>

Muñoz, A. (2015). *Pontificia Universidad Católica del Ecuador*. Obtenido de

<http://s3.amazonaws.com/academia.edu.documents/37303498/Estudiosyperspectiva>

[sturismo\\_2015\\_v24n2a12.pdf?AWSAccessKeyId=AKIAIWOWYYGZ2Y53UL3A](http://s3.amazonaws.com/academia.edu.documents/37303498/Estudiosyperspectiva)

[&Expires=1499043955&Signature=pOoWgO0L8De371h3Z6OymTgtgEI%3D&re](http://s3.amazonaws.com/academia.edu.documents/37303498/Estudiosyperspectiva)

[sponse-content-disposition=inline%3B%20filename%3DLa\\_C](http://s3.amazonaws.com/academia.edu.documents/37303498/Estudiosyperspectiva)

García, P., Borboroglu, & P. (2011). *University of Washington Press*. Obtenido de

[file:///C:/Users/NIETO/Downloads/Galapagos\\_Penguins%20Natural%20History%](file:///C:/Users/NIETO/Downloads/Galapagos_Penguins%20Natural%20History%20and%20Conservation%20(1).pdf)

[20and%20Conservation%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/NIETO/Downloads/Galapagos_Penguins%20Natural%20History%20and%20Conservation%20(1).pdf)

Elías, D., Fitter, J., & Wahlstrom, J. (2007). Obtenido de

[file:///C:/Users/NIETO/Downloads/Lauerman\\_galapagospenguin.pdf](file:///C:/Users/NIETO/Downloads/Lauerman_galapagospenguin.pdf)

Melesio, L. (19 de Agosto de 2015). *Scientific American*. Obtenido de

<https://www.scientificamerican.com/espanol/noticias/la-poblacion-de-pingueinos->

[de-galapagos-se-recupera/](https://www.scientificamerican.com/espanol/noticias/la-poblacion-de-pingueinos-)

*La Hora*. (30 de Junio de 2017). Obtenido de

<https://lahora.com.ec/noticia/1000308335/galc3a1pagos-extincic3b3n-amenaza-a->

[pinge3bcinos](https://lahora.com.ec/noticia/1000308335/galc3a1pagos-extincic3b3n-amenaza-a-)

Ministerio de Turismo. (Agosto de 2009). Obtenido de [http://www.turismo.gob.ec/wp-](http://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/02/PIMTE_2014.pdf)

[content/uploads/downloads/2013/02/PIMTE\\_2014.pdf](http://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/02/PIMTE_2014.pdf)

## Identificar el Perfil del Turista que Visita Machala en Base a los Alojamientos Clasificados como Hotel.

MINTUR. (s.f.). Obtenido de <http://servicios.turismo.gob.ec/index.php/portfolio/turismo-cifras?layout=blog>

El Comercio. (s.f.). Obtenido de <http://www.elcomercio.com/viajar/36-nominaciones-ecuador-oscar-turismo.html>

### Anexo

### Modelo de encuesta

### Facultad de Hotelería y Turismo

#### INTRODUCCIÓN

La presente encuesta se realiza con el objetivo de obtener información que permitan conocer el perfil de los turistas que se hospedan en los hoteles de la ciudad de Machala. Para el cual nos gustaría saber cuales son sus motivaciones y preferencias que lo impulsan a tomar decisiones al momento de escoger su viaje. Esto servirá de ayuda para futuras investigaciones en cuanto al mercado turístico de la ciudad, ya sea para mejorar la oferta o para futuros proyectos de acuerdo a lo que la demanda prioriza. La encuesta solo le tomará cinco minutos y sus respuestas son totalmente anónimas.

#### INSTRUCCIONES

En la siguiente encuesta se presentan preguntas cerradas, por favor señale con una “x” en el espacio la opción que usted crea apropiada.

#### ENCUESTA

##### A. Datos Socio-demográfico

<b>1. Sexo:</b> <input type="checkbox"/> Hombre <input type="checkbox"/> Mujer	<b>2. Ciudad de residencia:</b>	<b>3. País:</b>
<b>4. Edad:</b> <input type="checkbox"/> 18 – 25 años <input type="checkbox"/> 26 – 35 años <input type="checkbox"/> 36 – 45 años <input type="checkbox"/> 46 – 55 años <input type="checkbox"/> + 55 años	<b>5. Estado Civil:</b> <input type="checkbox"/> Soltero (a) <input type="checkbox"/> Casado (a) <input type="checkbox"/> Unión Libre <input type="checkbox"/> Viudo (a) <input type="checkbox"/> Divorciado (a)	<b>6. Nivel de estudios:</b> <input type="checkbox"/> Sin estudios <input type="checkbox"/> Estudios primarios <input type="checkbox"/> Estudios secundarios <input type="checkbox"/> Estudios universitarios <input type="checkbox"/> Estudios de posgrado
<b>7. Profesión:</b> <input type="checkbox"/> Estudiante <input type="checkbox"/> Independiente <input type="checkbox"/> Empleado dependiente <input type="checkbox"/> Jubilado (a)	<b>8. Personas que se encuentran a su cargo:</b> <input type="checkbox"/> Nadie <input type="checkbox"/> 1 – 2	<b>9. Ingreso mensual:</b> <input type="checkbox"/> 300 – 700 dólares <input type="checkbox"/> 700 – 1000 dólares <input type="checkbox"/> 1000 – 1500 dólares <input type="checkbox"/> + 1500 dólares

**Identificar el Perfil del Turista que Visita Machala en Base a los Alojamientos Clasificados como Hotel.**

<input type="checkbox"/> Desempleado (a)	<input type="checkbox"/> 3 – 4 <input type="checkbox"/> + 5	
--	--	--

**B. Sobre el perfil del turista**

<p><b>1. Motivo del viaje:</b></p> <input type="checkbox"/> Vacaciones, recreo <input type="checkbox"/> Disfrutar de la vida nocturna y diversión <input type="checkbox"/> Visitas a familiares o amigos <input type="checkbox"/> Educación y formación <input type="checkbox"/> Negocios y motivos profesionales <input type="checkbox"/> Salud y atención médica <input type="checkbox"/> Religión y peregrinaciones <input type="checkbox"/> Compras <input type="checkbox"/> Tránsito <input type="checkbox"/> Histórico cultural <input type="checkbox"/> Otros motivos	<p><b>2. Cómo adquirió los conocimientos sobre que sitios turísticos puede visitar en Machala?</b></p> <input type="checkbox"/> Radio <input type="checkbox"/> Prensa <input type="checkbox"/> Televisión <input type="checkbox"/> Revistas turísticas <input type="checkbox"/> Folletos de información turística <input type="checkbox"/> Internet <input type="checkbox"/> Agencia de viajes <input type="checkbox"/> Amistades y Familiares	<p><b>3. Mes de preferencia para visitar la ciudad de Machala?</b></p> <input type="checkbox"/> Enero <input type="checkbox"/> Febrero <input type="checkbox"/> Marzo <input type="checkbox"/> Abril <input type="checkbox"/> Mayo <input type="checkbox"/> Junio <input type="checkbox"/> Julio <input type="checkbox"/> Agosto <input type="checkbox"/> Septiembre <input type="checkbox"/> Octubre <input type="checkbox"/> Noviembre <input type="checkbox"/> Diciembre <input type="checkbox"/> No Aplica
<p><b>4. Cuál fue el medio de transporte que utilizo para llegar a la ciudad?</b></p> <input type="checkbox"/> Transporte público <input type="checkbox"/> Auto propio <input type="checkbox"/> Auto rentado <input type="checkbox"/> Taxi <input type="checkbox"/> Avión	<p><b>5. Tiempo de estancia en la ciudad de Machala:</b></p> <input type="checkbox"/> 1 – 2 días <input type="checkbox"/> 3 – 4 días <input type="checkbox"/> 5 – 6 días <input type="checkbox"/> + 6 días	<p><b>6. Personas que lo acompañan este viaje?</b></p> <input type="checkbox"/> 0 <input type="checkbox"/> 1 – 2 <input type="checkbox"/> 3 – 4 <input type="checkbox"/> 5 – 6 <input type="checkbox"/> + 6
<p><b>7. Con quien realiza su viaje?</b></p> <input type="checkbox"/> Solo <input type="checkbox"/> Amigos o compañeros <input type="checkbox"/> Pareja <input type="checkbox"/> Pareja e Hijos <input type="checkbox"/> Hijos	<p><b>8. Cuál es su valor estimado a gastar durante su estancia en la ciudad de Machala? (alojamiento y alimentación)</b></p> <input type="checkbox"/> – 50 dólares <input type="checkbox"/> 50 – 100 dólares <input type="checkbox"/> 100 – 200 dólares <input type="checkbox"/> 200 – 300 dólares <input type="checkbox"/> 300 – 400 dólares <input type="checkbox"/> + 400 dólares	<p><b>9. Como organizó su viaje?</b></p> <input type="checkbox"/> Agencia de viajes <input type="checkbox"/> Independiente <input type="checkbox"/> Paginas de reservas online <input type="checkbox"/> Otro _____
<p><b>10. Frecuencia con la que viaja a Machala:</b></p> <input type="checkbox"/> Primera vez que visita <input type="checkbox"/> 2 veces al año <input type="checkbox"/> 4 veces al año <input type="checkbox"/> 1 vez al año <input type="checkbox"/> 3 veces al año <input type="checkbox"/> +5 veces al año		



