



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

TEMA:

**Análisis del perfil del turista que visita la comuna Montañita, provincia de
Santa Elena**

AUTORES:

Alvarado Ramírez, Diana Paola

Astudillo Cedeño Keyla Ivonne

**Trabajo de Titulación previo a la obtención del Título de:
Ingeniero en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras**

TUTOR:

Ing. Eduardo Andrés Guzmán Barquet, Mgs.

Guayaquil, Ecuador

Guayaquil, a los 31 días del mes de agosto del año 2016



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

CERTIFICACIÓN

Certificamos que el presente trabajo fue realizado, fue realizado en su totalidad por **Alvarado Ramírez Diana Paola y Astudillo Cedeño Keyla Ivonne** como requerimiento parcial para la obtención del **Ingeniero en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras**.

TUTOR

Ing. Eduardo Andrés Guzmán Barquet, Mgs.

DIRECTORA DE LA CARRERA

Ing. María Belén Salazar Raymond, Mgs.

Guayaquil, a los 31 días del mes de agosto del año 2016



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

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Yo, Diana Paola Alvarado Ramírez

DECLARO QUE:

El Trabajo de Titulación **Análisis del perfil del turista que visita la comuna Montañita, provincia de Santa Elena** previa a la obtención del Título de **Ingeniero en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras**, ha sido desarrollado respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan en el documento, cuyas fuentes se incorporan en las referencias o bibliografías. Consecuentemente este trabajo es de mi total autoría.

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

Guayaquil, a los 31 días del mes de agosto del año 2016

EL AUTOR

Diana Paola Alvarado Ramírez



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

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Yo, **Keyla Ivonne Astudillo Cedeño**

DECLARO QUE:

El Trabajo de Titulación **Análisis del perfil del turista que visita la comuna Montañita, provincia de Santa Elena** previa a la obtención del Título de **Ingeniero en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras**, ha sido desarrollado respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan en el documento, cuyas fuentes se incorporan en las referencias o bibliografías. Consecuentemente este trabajo es de mi total autoría.

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

Guayaquil, a los 31 días del mes de agosto del año 2016

EL AUTOR

Keyla Ivonne Astudillo Cedeño



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

AUTORIZACIÓN

Yo, **Diana Paola Alvarado Ramírez**

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil a la **publicación** en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación, **Análisis del perfil del turista que visita la comuna Montañita, provincia de Santa Elena**, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

Guayaquil, a los 31 días del mes de agosto del año 2016

LA AUTOR

Diana Paola Alvarado Ramírez



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

AUTORIZACIÓN

Yo, **Keyla Ivonne Astudillo Cedeño**

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil a la **publicación** en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación, **Análisis del perfil del turista que visita la comuna Montañita, provincia de Santa Elena**, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

Guayaquil, a los 31 días del mes de agosto del año 2016

LA AUTOR

Keyla Ivonne Astudillo Cedeño



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

CERTIFICACIÓN DE ANTIPLAGIO

Certifico que después de revisar el documento final del trabajo de titulación denominado **Análisis del perfil del turista que visita la comuna Montañita, provincia de Santa Elena**, presentado por las estudiantes **Alvarado Ramírez Diana Paola, Astudillo Cedeño Keyla Ivonne**, fue enviado al Sistema Antiplagio URKUND, presentando un porcentaje de similitud correspondiente al (4%), por lo que se aprueba el trabajo para que continúe con el proceso de titulación.

The screenshot shows the URKUND interface with the following details:

- Documento:** [TT Alvarado Ramirez y Astudillo Cedeño.doc](#) (D21616378)
- Presentado:** 2016-09-05 11:09 (-05:00)
- Presentado por:** EDUARDO GUZMAN (eduardoguzman01@gmail.com)
- Recibido:** eduardo.guzman01.ucsg@analysis.urkund.com
- Mensaje:** diana y keyla archivo final [Mostrar el mensaje completo](#)

A yellow highlight indicates: **4%** de esta aprox. 26 páginas de documentos largos se componen de texto presente en 10 fuentes.

**Ing. Eduardo Andrés Guzmán Barquet, Mgs.
PROFESOR GUÍA Ó TUTOR**

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por ser mi guía en todos los años de estudio. A mis padres por ser mi compañía en todo momento, darme las fuerzas para seguir adelante y no dejar los estudios a un lado, este logro también es de ustedes no lo habría cumplido de no ser por sus esfuerzos para que yo lo tenga todo. A mi mejor amiga por ser incondicional, la persona que confió en mí para ser su compañera de tesis. A mis amigos que estuvieron en todo momento dándome ánimos para continuar. En fin, gracias a todos aquellos que en algún momento formaron parte de mi vida.

ASTUDILLO CEDEÑO KEYLA IVONNE

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por ser maravilloso que me dio fuerzas, fe y esperanza para creer lo que me parecía imposible de terminar. A mi familia, por su comprensión por sus consejos y estímulo constante, además de su apoyo incondicional a lo largo de estos años de estudio, sola en una ciudad tan grande y sin embargo salir como una luchadora. A mí estimado tutor que nunca perdió las esperanzas, en ayudarnos de miles maneras para concluir este proyecto. Por último a mi amiga de tesis que me ayudó emocionalmente para seguir en la lucha de terminar lo que empezó hace 4 años.

ALVARADO RAMIREZ DIANA PAOLA

DEDICATORIA

Este proyecto de tesis está dedicado a mi papá Jorge Astudillo por ser la primera persona en confiar en mí, por creer que todo lo puedo lograr, por luchar hasta el final para darme estudios. A mi mamá Mildred Cedeño por ser una excelente madre y acompañarme en todo lo que me propuse. Realmente no hay palabras que describan todo lo que quisiera agradecerles.

ASTUDILLO CEDEÑO KEYLA IVONNE

DEDICATORIA

Este trabajo dedicado principalmente a Dios, por darme el esfuerzo y salud para concluir este largo proyecto.

A mis padres quienes luchan día a día por darme un bienestar, ya que son mi ejemplo a seguir, a mis hermanos a quienes adoro y quieren verme como una persona profesional.

A mi segunda mamá Fernanda Ramírez que me dio su confianza incondicional de brindarme su amor y apoyarme en cada decisión que tomo.

Finalmente, a todos los que estuvieron en cada momento de la realización de la tesis muchas gracias por la paciencia que han tenido.

ALVARADO RAMIREZ DIANA PAOLA



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

TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN

Ing. Eduardo Andrés Guzmán Barquet, Mgs.

TUTOR

Ing. María Belén Salazar Raymond, Mgs.

DIRECTORA DE LA CARRERA

Lcda. Mariela Pinos Guerra, Mgs

COORDINADOR DEL ÁREA O DOCENTE DE LA CARRERA

Lcda. Paola Gálvez Izquieta, Mgs

OPONENTE



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

CALIFICACIÓN

APELLIDOS Y NOMBRES	NOTA FINAL DEL TUTOR
ALVARADO RAMIREZ DIANA PAOLA	
ASTUDILLO CEDEÑO KEYLA IVONNE	

**Ing. Eduardo Andrés Guzmán Barquet, Mgs.
PROFESOR GUÍA O TUTOR**

ÍNDICE

Contenido

Certificación.....	II
Declaración de responsabilidad.....	III
Autorización.....	V
Certificación de antiplagio	VII
Agradecimiento.....	v
Dedicatoria	vii
Tribunal de sustentación	ix
Calificación	x
Índice.....	xi
Índice de tablas.....	xiv
Índice de gráficos	xv
Resumen.....	xvi
Abstract	xvii
CAPÍTULO I.....	17
1. Introducción.....	17
1.1. Antecedentes	18
1.2. Justificación.....	19
1.3. Objetivos	20
1.3.1. Objetivos general.....	20
1.3.2. Objetivos específicos.....	21
1.4. Formulación del problema	21
1.5. Problema	21
CAPÍTULO II.....	23

2. Marco teórico.....	23
2.1. Consumo turístico	23
2.1.1. Corriente turística.....	23
2.1.2. Demanda turística.....	23
2.1.3. Actividad turística	23
2.1.4. Alojamiento turístico.....	24
2.1.5. Área turística	24
2.1.6. Corriente turística.....	25
2.1.7. Estacionalidad.....	25
2.2. Marco legal.....	25
2.3. Marco referencial	28
2.4. Marco teórico	30
2.4.1. Teoría neoclásica del consumidor	30
2.4.2. Teoría de la satisfacción del cliente.....	31
2.4.3. Teoría del ciclo de vida de un destino	31
CAPÍTULO III.....	33
3.1. Diagnostico actual de la comuna.....	33
3.1.1. Medios de acceso.....	33
3.1.2. Tiempo desde y hacia montaña	34
3.1.3. Deportes de aventura	35
3.2. Marco metodológico	42
3.2.1. Enfoque de investigación	42
3.2.2. Tipo de investigación	42
3.2.3. Metodología.....	42
3.2.4. Técnicas de investigación.....	43
Resultados de las encuestas.....	47

CAPÍTULO IV	55
Apendice 1.....	
Encuesta	
Entrevistas.....	
Listado de referencias	

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Tiempo hacia el sur y centro sur de la comuna.....	34
Tabla 2. Tiempo hacia el norte y centro.....	35
Tabla 3. Agencias de viaje dentro de la comuna.....	38
Tabla 4. Discotecas	38
Tabla 5. Hostales.....	39
Tabla 6. Bares.....	40
Tabla 7. Hoteles	40
Tabla 8. Restaurante dentro de la comuna	40
Tabla 10. Calendario por fechas.....	57

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Figura 1. Mapa de la ubicación de Montañita.....	33
Figura 2. Canopy.....	36
Figura 3. Parapente.....	36
Figura 4. Parasailing.....	37
Figura 5. Buceo.....	37
Figura 6. Diseño muestral.....	46
Figura 7. Lugar de procedencia.....	47
Figura 8. Rango de edad de los turistas.....	47
Figura 9. Genero de los encuestados.....	48
Figura 10. ¿Con cuántas personas viajo a la comunidad?.....	48
Figura 11. ¿Por cuantos días visito la comuna?.....	49
Figura 12. ¿Cuáles fueron los principales motivos de su visita?.....	49
Figura 13. ¿Cuáles fueron los factores que influyeron para su visita a la comunidad?	50
Figura 14. ¿Cómo supo de la comuna?.....	50
Figura 15. ¿Cuál fue el medio de transporte que utilizo para llegar a la comuna?	51
Figura 16. ¿Qué tipo de alojamiento ha estado haciendo uso durante su estadía?.....	51
Figura 17. ¿Qué tipo o tipos de servicios ha elegido dentro de Montañita?.....	52
Figura 18. ¿Cuánto ha gastado en promedio durante su estadía en la comuna Montañita? (Hospedaje).....	52
Figura 19. ¿Cuánto ha gastado en promedio durante su estadía en la comuna montañita? (Restaurante).....	53
Figura 20. ¿Cuánto ha gastado en promedio diario durante su estadía en la comuna Montañita? (Transporte).....	53
Figura 21. ¿Cuánto ha gastado en promedio diario durante su estadía en la comuna Montañita? (Entretenimiento).....	54
Figura 22. ¿Volvería usted a visitar en otra ocasión Montañita?.....	54

RESUMEN

La comunidad Montañita ubicada en la provincia de Santa Elena, a 5 minutos de la parroquia Manglaralto, por donde pasa la carretera de la Ruta del Sol o "Ruta del Spondylus. El objetivo de este análisis es evaluar el comportamiento del turista nacional y extranjero, así como también las actividades que realiza en su viaje.

En el primer capítulo se describirá el marco conceptual, las teorías relacionadas al tema principal. Los casos que tiene similitud al que se trata en este estudio y los artículos legales que se vinculan al turismo receptivo.

En el segundo capítulo se dará una breve descripción de la ubicación geográfica, medios de acceso, distancias que existen entre las comunas a su alrededor, las facilidades turísticas con los que cuenta, así como también las actividades recreativas que se pueden realizar. Contiene además las herramientas con las que se va a medir tanto a la población como la muestra que se utilizara para realizar las entrevistas dentro y fuera de la comunidad, además de trabajar con una metodología que permite a las Tesisistas tener un contacto directo con el turista. También las entrevistas realizadas a personas que tienen amplios conocimientos del turismo dentro de Montañita.

Para finalizar el tercer capítulo estará compuesto por el perfil que se obtuvo por medio de las encuestas realizadas a los turistas y un calendario de temporadas altas y bajas para la comunidad.

Palabras Claves: Turismo receptivo, actividad turística, facilidades turísticas, perfil turístico, demanda y herramientas

ABSTRACT

The Montañita community located in the province of Santa Elena, 5 minutes from the Manglaralto parish, through which the road of the Ruta del Sol or "Ruta del Spondylus. The objective of this analysis is to evaluate the behavior of domestic and foreign tourists, as well as the activities on your trip.

In the first chapter it describes the conceptual framework, theories related to the main theme. Cases that have similarity at issue in this study and legal articles that relate to inbound tourism.

is a brief description of the geographical location, means of access, distances between the communes around, the facilities tourists are there, as well as recreational activities that can be performed in the second chapter. It also contains the tools that will measure both the population and the sample that was used to conduct interviews inside and outside the community, and working with a methodology that enables postgraduate students have direct contact with tourists . Also interviews with people who have extensive knowledge of tourism within Montanita.

To end the third chapter shall be composed of the profile that was obtained through the surveys of tourists and a calendar of high and low seasons for the community.

Key Words: Receptive tourism, tourism activity, tourist facilities, tourist profile and tools.

CAPÍTULO I

1. INTRODUCCIÓN

El turismo es una actividad económica que se ha desarrollado rápidamente a nivel mundial en las últimas décadas, permitiendo conocer culturas autóctonas, paisajes únicos y vivir experiencias. Es una de las actividades económicas generadora y multiplicadora de beneficios, entre los que se pueden mencionar: generadora de empleos, fuente de promoción internacional, intercambio de culturas, rompe estigmas, incentiva la inversión extranjera, etc. De acuerdo a la OMT en el 2011 el turismo se convirtió en la principal industria por encima de la producción automotriz, petróleo y productos químicos (Caiza & Molina, 2012).

A pesar de las fuertes conmociones que ocasionalmente se producen, el turismo ha experimentado un crecimiento prácticamente ininterrumpido. Las llegadas de turistas internacionales a escala mundial han pasado de 25 millones en 1950 a 278 millones en 1980, 527 millones en 1995 y 1.133 millones en 2014. De forma análoga, los ingresos por turismo internacional obtenidos por los destinos de todo el mundo han pasado de 2.000 millones de dólares de los EE.UU. en 1950 a 104.000 millones en 1995 y 1.425.000 millones en 2014 (OMT, 2015, p. 2).

El turismo en el Ecuador es un sector potencial para la economía del país, al ofrecer una biodiversidad extraordinaria que crea un patrimonio natural para las actuales y futuras generaciones, lugares naturales únicos, así como atractivos de interés colectivo como es el ámbito de relaciones comerciales y sociales. Cabe recalcar que el crecimiento de nivel turístico en el país, se relaciona conjuntamente con la oferta hotelera que este brinda, otorgando así un desarrollo y solvencia de la economía ecuatoriana (Mosquera, 2011).

En cuanto al turismo interno que se da en el país, los turistas extranjeros que más visitaron el país en el año 2015 provienen de Colombia (23,64%), Estados Unidos (16,66%) y Perú (11,27%), entre otros. Los ingresos económicos por turismo

han pasado de 492.2 millones de dólares en 2007 a un estimado de 1.691,2 millones de dólares en 2015, lo que representaría un crecimiento promedio anual del 13%. Entre las campañas que se realizaron durante todo el 2015 se tiene principalmente: (a) Campañas nacionales para motivar a los ecuatorianos a ser buenos turistas y grandes anfitriones, (b) viajar primero por Ecuador, que se realizó en alianzas estratégicas con la empresa privada, (c) Campaña Nacional de Valores “Ecuador Potencia Turística” (Playas Limpias y Baños Limpios), (d) Préstamos Biess, que brindan facilidades financieras para motivar a los ecuatorianos a conocer primero Ecuador, (e) Campaña Nacional Álbum de cromos Xpedición Ecuador, que presenta todos los atractivos turísticos del país de manera lúdica. El turismo interno mueve 1.7 millones de dólares diarios. (Ministerio de turismo, 2015)

1.1. ANTECEDENTES

Ecuador se constituye de 24 provincias dentro de las cuales está la provincia de Santa Elena, que hasta el año 2010 en el censo de población y vivienda constaba de 308.70 habitantes (INEC, 2010).

Dentro de esta provincia se encuentra la comuna Montañita ubicada en la parroquia Manglaralto. Para 1960 esta comunidad se convirtió en un punto de encuentro para personas, generalmente extranjeros que estaban vinculados a movimientos hippies. Olón es una de las comunas más cercanas con una distancia de 3km y Manglaralto a 1km, se estima que hasta el momento cuenta con aproximadamente 3000 habitantes, el 80% de sus habitantes se dedica a trabajar dentro de la comuna en actividades de comercio (tiendas, bazar, entré otros), un 10% la agricultura y el 10% artesanía. (Coronel & Márquez, 2008).

Se la ruta que lleva hacia Montañita llamada anteriormente “Ruta del sol” cambio su nombre a “Ruta del Spondylus”, por ser el nombre científico de una concha y también por estar rodeada de cerros y vegetación frente al mar ubicada a 200 km de la ciudad de Guayaquil. Conocido actualmente como un destino turístico de magnitud internacional para jóvenes y adultos que practican surf. Montañita se ha

caracterizado por mantener un estilo rústico, sus casas de caña, madera y paja, aunque sus instalaciones (hostales, hoteles, cabañas y hospedajes comunitarios) cuentan con todas las comodidades para la estadía del turista. Se divide en cuatro principales secciones que son: la playa, el centro, el barrio Tigrillo y la Punta. La mejor temporada para disfrutar esta comuna es entre el mes de Diciembre a Abril, tomando en cuenta que es época de invierno, en la cual llueve a cantaros (Infomontañita, 2014).

Por otra parte, brinda servicios de entretenimiento (bares y discotecas), además de deportes extremos que atraen a turistas tanto nacionales como extranjeros. Conocido como un lugar de descanso para unos, destino de distracción o paraíso de surf para otros, es un punto donde se encuentran personas de distintas partes del mundo. En la actualidad, a Montañita internacionalmente se la conoce como un destino “fiestero” y de campeonatos de surf, por lo cual atrae anualmente grandes flujos de turistas. Sus comuneros han desarrollado sus pequeños y grandes negocios turísticos, ya que tienen como principal fuente de ingreso económico el turismo (Lager, 2015).

En relación a otras comunidades, Montañita se ha ganado el nombre de “tierra sin igual” porque a diferencia de las demás, cuenta con distintos ambientes que pueden quedar a elección del turista. La zona más transitada por los turistas es la calle “Diego Chiriboga” reconocida por ser el lugar donde pueden encontrar desde artesanías, equipos de surf hasta alimentos y bebidas para distracción del consumidor.

1.2. JUSTIFICACIÓN

Entre los lugares turísticos más concurridos en Ecuador, Montañita se ha caracterizado por ser un sitio donde se puede realizar gran variedad de actividades como deportes de aventura y disfrutar del destino libremente.

Adicionalmente es común el descontento por parte de los turistas extranjeros que consideran que en lo referente a los servicios de información existe falta de una cultura y atención al cliente (Vintimilla & Méndez, 2012).

El objetivo principal dentro de este proyecto es conocer el perfil del turista que llega a la comunidad, ya que se tiene una errada idea de qué personas o por qué razón ingresan a esta zona. Los comuneros no tienen conocimientos previos acerca de sus preferencias o gustos, el fin es de enriquecer la imagen turística ya que de esto depende su principal ingreso económico. De igual modo darle facilidades a la comunidad de llegar a un mercado mayor, con mejores conocimientos y estrategias para la estadía de los turistas (Martínez, 2010).

Otro punto importante es analizar por qué los extranjeros que llegan a Montañita toman la decisión de radicar en la comunidad y trabajar dentro de ella, mientras que los comuneros buscan otras fuentes de empleo fuera de la zona. Dar énfasis a la imagen de la comunidad, además de las actividades que se pueden realizar dentro de ella, brindándoles conocimientos a los comuneros para que así, conozcan qué ofrecer dependiendo el tipo de turista al que se enfrenten y las preferencias de cada uno.

Debido a la limitada calidad de educación en la comuna Montañita, les resulta complicado a los residentes dialogar con los turistas extranjeros que no tengan como idioma nativo el español, ya que la mayoría de sus habitantes no conocen otro idioma.

1.3. OBJETIVOS

1.3.1. OBJETIVOS GENERAL

Analizar el perfil del turista que viaja a la comuna Montañita, para beneficio de los establecimientos y operadores de turismo.

1.3.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

1. Determinar qué países escogen a Montañita como destino turístico mediante encuestas.
2. Describir las actividades y establecimientos que posee la comunidad.
3. Establecer las características que definen el perfil del turista.

1.4. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

¿Cómo influye la falta de conocimiento sobre el turista que visita la comunidad para lograr una mejora en el nivel de ingresos económicos de los pobladores?

1.5. PROBLEMA

El proyecto se basará principalmente en dar a conocer las principales causas y consecuencias que originan la falta de conocimiento sobre el turista que visita la comunidad, esta situación se genera por algunos factores como es: limitado grado de profesionalización que existe en Montañita, ya que los guías o las personas encargadas de los establecimientos no cuentan con la preparación académica suficiente para lograr un servicio de calidad hacia los turistas.

Por medio de este estudio se dar a conocer qué existe sobrecarga física en temporadas altas como son los meses de Diciembre a Abril. Cabe recalcar que la comuna de Montañita aún tiene mucho que ofrecer a los turistas, pero este problema se da porque las entidades privadas no cuentan con una planificación adecuada y políticas que permiten una mejor organización para satisfacer las necesidades de los visitantes.

Mientras tanto que en las temporadas bajas como son los meses de Mayo a Junio y de Octubre a Noviembre no se logra llegar a un 100% de ocupación de las

instalaciones turísticas, lo que ocasiona el desempleo por los bajos ingresos obtenidos.

Como una de las causas principales se puede nombrar que por las negociaciones dadas entre los comuneros y extranjeros, estos se han apropiado de gran parte de la comunidad principalmente construyendo establecimientos turísticos, lo que ha ocasionado que se pierda la identidad de los comuneros.

Otro punto importante que se puede destacar es el hecho de que, dentro de los establecimientos turísticos, el personal con el que labora un 90% son argentinos, venezolanos y colombianos el 10 % restante son netamente nacionales.

De acuerdo con los últimos acontecimientos ocurridos en Montañita, se ha podido percibir como ha disminuido en gran porcentaje el principal ingreso económico, ya que una mínima parte de la población se dedica a otras actividades poco relevantes. Los problemas que se consideran de suma importancia se encuentran detallados en el apéndice 1.

CAPÍTULO II

2. MARCO TEÓRICO

2.1. CONSUMO TURÍSTICO

Según OMT (1993) “La definición de consumo turístico es el: gasto total de consumo efectuado por un visitante o por cuenta de un visitante para y durante su viaje y su estancia en el lugar de destino”.

2.1.1. CORRIENTE TURÍSTICA

“Corriente turística es un grupo numeroso de personas que en forma transitoria se desplaza de un sitio a otro, por razones de ocio y que por tanto excluye el afán de lucro o el motivo de ocupación económica habitual” (Ramírez, 2007).

2.1.2. DEMANDA TURÍSTICA

Humberto Cantú con lo siguiente:

“La demanda turística es el conjunto de valores y hábitos que posee una persona, que complementados con el uso de prácticas y herramientas de calidad en el actuar diario, le permiten colaborar con su organización para afrontar los retos que se le presenten, en el cumplimiento de la misión de la organización” (Cantú, 1997).

2.1.3. ACTIVIDAD TURÍSTICA

De acuerdo con Rodríguez (2010) “La actividad turística comprende el desplazamiento del lugar habitual de residencia, la pernoctación por un período

superior a 24 horas y menor a un año para el goce y disfrute de un destino turístico” (p.9).

2.1.4. ALOJAMIENTO TURÍSTICO

Según la Mintur (2010) ”Alojamiento turística es todo aquel establecimiento que presta al público, un servicio para hospedarse en forma temporal, que funcione en una edificación construida o acondicionada para tal fin, ocupando la totalidad del inmueble o parte del mismo, conformando sus dependencias un todo unitario, sin mezcla de otros usos no cónsonos con su naturaleza”(p.2).

- a) Permitan el libre acceso y circulación de los huéspedes a los lugares de uso común.
- b) Estén habilitados para recibir huéspedes en forma individual o colectiva, con fines de recreo, deportivos, de salud, de estudios, de gestiones de negocios, familiares, religiosos, u otros similares.
- c) Tengan todas las habitaciones, unidades habitacionales, departamentos o sitios identificados externamente.
- d) Tengan un reglamento interno sobre ingreso y permanencia de los huéspedes y uso de las instalaciones del establecimiento en lugar visible, y
- e) Tengan en todas las habitaciones, unidades habitacionales, departamentos o sitios y en los pasillos, carteles con las instrucciones necesarias para proceder en caso de emergencia, con indicación de las salidas más expeditas.

2.1.5. ÁREA TURÍSTICA

De acuerdo con DATATUR (2016) “Área turística es la extensión de dimensiones variables compuesta de atractivos turísticos unidos y próximos unos a otros, que además cuenta con una red de transporte que los intercomunica.

Está constituida por un espacio geográfico determinado, en el que se concentran varios lugares de atracción de tipo homogéneo o complementario. Debe contar con atractivos turísticos relativamente contiguos y de categorías y jerarquías

variables y comprende, generalmente, uno o varios centros urbanos de cualquier magnitud, y además cuenta con una red de transporte que los intercomunica” (p.1).

2.1.6. CORRIENTE TURÍSTICA

Según SERNATUR (2008)” La corriente turística corresponde a una vía de conexión cuya función es importante para vincular zonas y áreas turísticas. El área de influencia del corredor se extiende, según sus características hasta varios kilómetros, dependiendo de los atractivos que sea posible visitar desde la ruta principal” (p.20).

2.1.7. ESTACIONALIDAD

De acuerdo con FEDERTUR (2008) “Estacionalidad es la concentración de la afluencia turística en determinadas épocas del año, generalmente durante las vacaciones y los meses estivales (Novo, 1983). Puede ser definida como la concentración de visitantes durante un período del año, que según el lugar puede ser en verano (Ej. Balnearios litorales), en invierno (Ej.: Centros de esquí) u otra estación del año” (p.8).

De acuerdo con el diccionario ABC (2007) “se conoce popularmente con el término de turista aquella persona que se traslada de su territorio de origen o de su residencia habitual a un punto geográfico diferente al suyo. La ausencia se produce más allá de 24 horas e incluye pernoctación en el punto geográfico de destino”.

2.2. MARCO LEGAL

Con el fin de tener la parte legal de la comuna Montañita, se dará a conocer diferentes artículos que forman parte de distintas entidades gubernamentales, como lo es el Plan Nacional del Buen Vivir, dentro de sus objetivos principales es optimizar la calidad de los pobladores ya que en los últimos 6 años se ha logrado

importantes avances significativos de la calidad y calidez en los servicios que se brinda.

La gestión de calidad es precisamente uno de los fundamentos de la perdurabilidad de la fuente de trabajo y del objetivo de establecer un sistema económico y social solidario y sostenible, como lo promueve el aludido Plan Nacional.

Dentro de la Ley de Organización y Régimen de las comunas detalla lo siguiente:

Artículo 2. Sujeción a la jurisdicción parroquial: “La comuna estará sujeta a la jurisdicción de la parroquia urbana o rural dentro de cuya circunscripción territorial se encuentre” (p.1).

Además, dentro de la comuna Montañita consta de una junta parroquial de Manglaralto por lo que está sujeta al GAD (Gobierno Autónomo Descentralizado) ellos son los encargados de realizar capacitaciones y ciertas regulaciones.

“Artículo 5. Requisito para constituir una comuna. Para poder constituir una comuna es indispensable que el número de habitantes que radiquen habitualmente en ella, sea no menor de cincuenta” (p.1).

Dentro de la Ley de Turismo los artículos a mencionar describen las actividades de las personas naturales o jurídicas.

Art. 2.- Turismo es el ejercicio de todas las actividades asociadas con el desplazamiento de personas hacia lugares distintos al de su residencia habitual; sin ánimo de radicarse permanentemente en ellos.

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

- a. Alojamiento.
- b. Servicio de alimentos y bebidas

- c. Transportación, cuando se dedica principalmente al turismo; inclusive el transporte aéreo, marítimo, fluvial, terrestre y el alquiler de vehículos para este propósito
- d. Operación, cuando las agencias de viajes provean su propio transporte, esa actividad se considerará parte del agenciamiento.
- e. La de intermediación, agencia de servicios turísticos y organizadoras de eventos congresos y convenciones.
- f. Casinos, salas de juego (bingo-mecánicos) hipódromos y parques de atracciones estables.

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 y por una sola vez en el Ministerio de Turismo, cumpliendo con los requisitos que establece el Reglamento de esta Ley. En el registro se establecerá la clasificación y categoría que le corresponda.

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 y embajadas acreditadas en el Ecuador que manifiesten interés de interconexión. A través de este Centro de Protección al turista, se buscará la solución directa de los conflictos.

Como se ve, hay una abundante legislación que promueve la gestión de calidad en los servicios y dentro ellos en el sector turístico, generador de divisas, de empleo y de desarrollo económico y social de la población.

Ley de Organización y Régimen de las Comunas

Artículo 1. Establecimiento y nominación de las comunas. Todo centro poblado que no tenga la categoría de parroquia, que existiera en la actualidad o que se estableciere en lo futuro, y que fuere conocido con el nombre de caserío, anejo, barrio, partido, comunidad, parcialidad, o cualquiera otra designación, llevará el

nombre de comuna, a más del nombre propio con el que haya existido o con el que se fundare.

Artículo 2. Sujeción a la jurisdicción parroquial. La comuna estará sujeta a la jurisdicción de la parroquia urbana o rural dentro de cuya circunscripción territorial se encuentre.

2.3. MARCO REFERENCIAL

Dentro de los estudios que se han realizado para determinar el perfil del turista, se desarrollaron análisis acerca del tipo de turista que ocupa la planta turística del cantón Otavalo. Ya que antes de esto se pudo identificar que existía una escasa información y poca socialización entre el sector público, privado y los turistas que llegaban a la ciudad.

Para dicha investigación se utilizó la investigación bibliográfica, cualitativa, cuantitativa y documental. Además de emplear el Catastro de Servicios turísticos y la Guía Turística de Otavalo año 2015. En resumen, se logró revelar que predomina la presencia de un 61% de turistas extranjeros y 39% de turistas nacionales entre 18 a 45 años.

Estos y más resultados fueron difundidos a través de boletines Estadísticos informativos que den resultados positivos en la economía local, por medio de planificación, desarrollo e innovación de productos turísticos (Realpe & Benítez, 2015).

Dentro de los perfiles recopilados para esta investigación está el de los turistas nacionales de Cuba que llegan a la Agencia de viajes “Cubanacán”. Se logró llegar a conclusiones de cuáles eran las preferencias de los turistas nacionales de Cuba en cuanto a escoger compras opcionales en la Agencia de viajes Cubanacán. Los resultados que mostro fueron que los turistas muestran mayor interés por los alojamientos en hoteles de playa.

Se identificó como principal fuente de información a terceras personas, es decir familiares o amigos quienes influirían negativa o positivamente en las decisiones de los mismos para escoger un lugar para alojarse con respecto a la competencia.

Por medio de encuestas se extrajo las claves de éxito para los turistas nacionales eran: precio, calidad, recreación, restauración y la profesionalidad de cada persona dentro de la organización.

Las preferencias con respecto a ofertas turísticas fueron: sol y playa seguida de cultura en ese orden. Estos resultados fueron los mismo tanto en la Agencia de viajes que realizo esta investigación como para la competencia (Escalona & Batista, 2011).

Las islas canarias es uno de los puntos turísticos más importantes para los británicos. Es de tal magnitud debido a que es uno de los principales mercados emisores de turistas para la economía de la isla, por lo cual se realizó un análisis de los elementos que caracterizaron la afluencia de ellos en el año 2013.

Para ello, se realizó un análisis descriptivo en el que se tomaron en cuenta aspectos importantes como: el perfil del turista, el motivo de sus viajes y la visión que tuvieron sobre las islas. De modo que aportaran información útil para los profesionales del sector turístico.

Una vez analizados los aspectos nombrados anteriormente, se extrajo que los británicos viajan en su mayoría en pareja, realizando viajes todos los meses del año, sin tomar en cuenta estaciones. Motivados principalmente por el clima, el sol seguidos por la tranquilidad y el descanso que brindan las islas.

La mayor parte de los turistas británicos llegan a las islas, porque ya lo conocían anteriormente o por recomendación de familiares y amigos. Cerca del 33% de ellos viaja contratando paquetes que incluyen todas las comodidades necesarias para su estadía. (Martin & Cabrera, 2015)

De todos los tipos de turismo existentes se encuentra el turismo rural ya que se ha convertido en uno de los principales ingresos económicos de la mayoría de las zonas españolas. Sin embargo es muy poca la información que se tiene acerca de los consumidores de turismo rural. Mediante esta investigación se logró determinar el perfil del turista que elige una determinada zona rural de España.

Con el análisis de varios perfiles de turista se identificó que existen diferencias entre los turistas que prefieren una zona u otra. Mostrando dichos resultados que los turistas que no habían hecho turismo rural antes de menos de 30 años eligen las zonas de Bullas y Caravaca, mientras que los turistas de más de 30 años prefieren las zonas de casco urbano, dado que ya habían sido consumidores de turismo rural en varias ocasiones (Albaladejo & Díaz, 2003).

2.4. MARCO TEÓRICO

La teoría que se ha considerado dentro de la investigación es la Teoría neoclásica del consumidor

2.4.1. TEORÍA NEOCLÁSICA DEL CONSUMIDOR

“Aquella actividad interna o externa del individuo o grupo de individuos dirigida a la satisfacción de sus necesidades mediante la adquisición de bienes o servicios” (Amorós, 2007)

Por medio de este concepto se trata de aludir el comportamiento del consumidor, en él se dirige específicamente a satisfacer las necesidades mediante el uso de bienes y servicios. Además de actividades externas, como la búsqueda de un producto, la compra física o el interés que se tenga sobre ese bien.

Se ha escogido esta teoría como parte de la investigación, ya que aporta información primordial acerca de las preferencias del consumidor, en este estudio

principalmente se refiere la carencia de un producto para luego reconocer la existencia de una necesidad.

2.4.2. TEORÍA DE LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE

“Un estado psicológico resultado de un proceso de compra y de consumo”, por ser muy general y no incluir la base de referencia con la que el cliente compara su experiencia de compra y de consumo, que es objeto de controversia entre los investigadores (Evrard, 1993).

Se tomará en cuenta esta teoría porque se considera al turista no solamente hay que ofrecerle un buen producto sino también un servicio de calidad, para de esta forma lograr combinar ambos conceptos y aplicarlos a la realidad.

2.4.3. TEORÍA DEL CICLO DE VIDA DE UN DESTINO

Según los estudios de Butler (1980), las fases que atraviesa un destino son: exploración, implicación, desarrollo, consolidación, estancamiento y declive. Cada etapa presenta una serie de rasgos característicos en cuanto a la situación de la demanda, la oferta, la comercialización y la competencia. Todo ciclo comienza en la fase de exploración, en la que se descubre el destino y es visitado por un número reducido de personas que huyen de los viajes masivos. En esta etapa los destinos son poco accesibles y sin instalaciones turísticas. En la fase de implicación el número de turistas crece como resultado de los nuevos equipamientos creados por parte de iniciativas locales. El destino se hace más popular, se va desarrollando mercado y una temporada turística. En esta fase se demanda de la Administración pública una mayor implicación en el proyecto, principalmente a nivel de infraestructuras. En la fase de desarrollo la llegada de turistas es mucho mayor, el control de la actividad turística lo ejercen compañías externas, ya no locales, modernizando instalaciones, invirtiendo en hotelería de marcas de referencia e incorporando tour operadores. La

singularidad del destino comienza a perderse debido a la masificación y se identifica un sector público más involucrado. En la fase de consolidación el número de turistas crece pero no de forma tan exponencial como en la fase anterior. El destino ya forma parte de la industria organizada. Los niveles de venta elevados hacen posible obtener economías de escala y, por ello, altos beneficios. Los turistas iniciales se han desplazado a otros destinos. La fase de estancamiento supone que el número de turistas no crece y el destino comienza a perder su atractivo. Existen muchas compras de repetición y en muchos casos la capacidad de acogida puede haberse sobrepasado. En la fase de declive se produce una pérdida de visitantes que se trasladan a nuevos destinos. El destino comienza a reducir precios para captar clientes y mantener la cuota de mercado. Es en esta fase cuando se toman medidas para rejuvenecer el destino, buscando nuevos usos, nuevos clientes, nuevos canales de distribución y diseñando nuevos productos con el fin de reposicionar el destino.

CAPÍTULO III

3.1. DIAGNOSTICO ACTUAL DE LA COMUNA

Como se puede evidenciar en el figura 1 la comuna Montañita está ubicada en el cantón Santa Elena, perteneciente a la Provincia de Santa Elena.

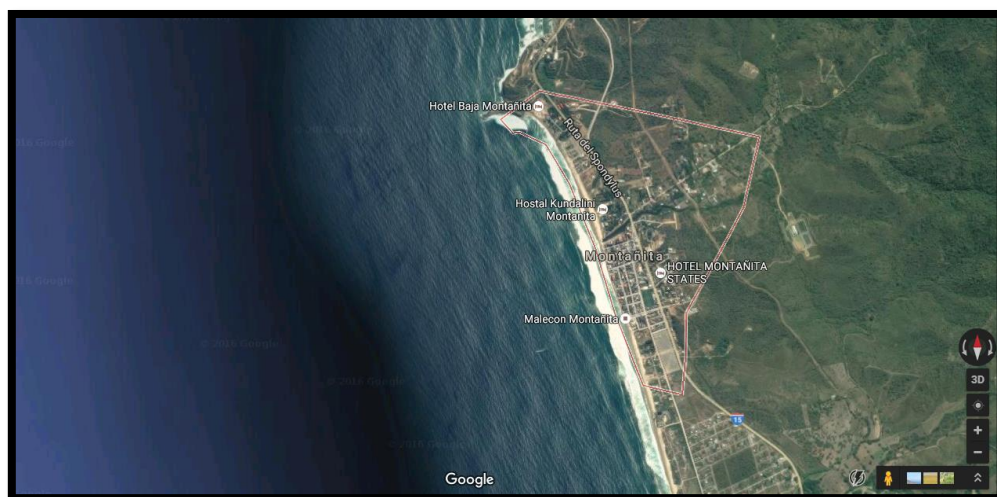


Figura 1. Mapa de la ubicación de Montañita
Fuente. (Google earth, 2016)

3.1.1. MEDIOS DE ACCESO

El medio de acceso a la comuna para los turistas nacionales y extranjeros se detalla de la siguiente manera:

Transporte público:

- La cooperativa Libertad Peninsular (CLP), es el único bus que traslada a los pasajeros directamente hasta Montañita en distintos horarios desde las 5am hasta 18:30pm (cada hora y media), siendo el punto de partida del Terminal Terrestre de Guayaquil con un valor de \$ 6.00

- Además de que todos los buses que vayan hacia Valdivia pasan por Montañita de camino.

Montañita no cuenta con un aeropuerto local por lo que no es posible arribar vía aérea, los vuelos llegan hasta Quito o Guayaquil desde el extranjero.

El aeropuerto General Ulpiano Páez, cuenta con una sola ruta Quito-Salinas y viceversa. La terminal tiene capacidad para 200 personas y puede recibir dos vuelos a la vez.

3.1.2. TIEMPO DESDE Y HACIA MONTAÑITA

Es las siguientes tablas se detallarán los tiempos aproximados.

Tabla 1. Tiempo hacia el sur y centro sur de la comuna

MONTAÑITA HACIA	TIEMPO DE VIAJE EN BUS	DESCRIPCIÓN
Manglaralto	2 min	Pueblo contiguo
Valdivia	20 min	Cultura Valdivia, museo
Ayangue	35 min	Hermoso mar y buena comida
Santa Elena	1hr. 15 min	Capital de la provincia
Salinas	1hr. 30 min	Ciudad turística y de hermosas playas y hoteles
Guayaquil	2hr. 30 min	Capital industrial de Ecuador. Hermoso malecón
Machala	5hr. 30min	Capital cultural ciudad colonial
Cuenca	6. 7 hrs	Capital cultural ciudad Colonial
Frontera Perú	10 hrs	Paso frontera

Fuente: (infomontanita, 2016)

Tabla 2. Tiempo hacia el norte y centro

MONTAÑITA HACIA	TIEMPO DE VIAJE EN BUS	DESCRIPCIÓN
Olón	2 min	Pueblo contiguo
Curia / San José	10 – 15 min	Hermosas playas y casa bellas
Ayampe	1 hr	Pequeño pueblo, buenas olas y naturaleza viva
Puerto López	1 hr 15 min	Salida principal a tours, restaurantes y hoteles
Parque nacional Machalilla	1 hr 25 min	Reserva ecológica. Bosque seco y paradisiaca playa
Manta	3 hr 30 min	Principal ciudad costera de Ecuador, lindas playas
Canoa	6 hrs	Pueblo turístico, tranquilo
Mompiche	8 hrs	De las mejores playas de Ecuador, hoteles 5 estrellas
Quito	10 – 12 hrs	Capital de Ecuador. “La mitad del mundo”
Frontera Colombia	16 hrs	Paso Fronterizo seguro

Fuente: (infomontanita, 2016)

3.1.3. DEPORTES DE AVENTURA

De acuerdo con el Ministerio de Turismo (2014):

Son consideradas actividades de aventura en tierra la cabalgata, canyoning, ciclo turismo, escalada, exploración de cuevas, montañismo y senderismo. En **agua**, las modalidades recreativas en embarcaciones motorizadas (boya, banana, parasailing y esquí), buceo, kayak de mar/lacustre, kayak de río, kite surf, rafting, snorkel, surf y tubing; y, en **aire**, alas delta, canopy y parapente.

Según Águila, Chalen & García (2012) encontraron que Canopy:

Es una nueva actividad de eco-aventura y riesgo controlado donde puedes trasportarte (usando poleas en cables horizontales) sobre, debajo y entre las copas de los árboles 2 cables están distribuidos en el parque a manera de circuito. Con extensiones que van desde los 100 hasta los 250 metros y alturas propias del sotobosque hasta de 80 metros, diferentes grados de dificultad y variados parajes.



Figura 2. Canopy
Fuente. (Montanitanews, 2012)

Parapente

“Deporte que consiste en lanzarse desde una pendiente, con el fin de realizar un descenso controlado como se observa en la figura 3” (RAE, 2016, p.27).



Figura 3. Parapente
Fuente. (Tripadvisor, 2016)

Parasailing

El deporte se adhiere por medio de un arnés y cordones a un paracaídas en tierra y es atado a su vez a una lancha o embarcación. La embarcación sale a toda velocidad y eleva a la persona hasta una altura de unos 20 a 40 metros según el viento así como se aprecia en la figura 4. (Infomontañita, 2016).



Figura 4. Parasailing

Fuente. (Cyberspaceandtime, 2016)

Deporte de aventura fuera de Montaña

Buceo

Este deporte se lo realiza en el islote “El Pelado” que queda frente a San Pedro a 20 min de la comuna Montaña aproximadamente, este deporte consiste en sumergirse en el fondo del mar y observar así las diferentes especies, como se puede notar en la figura 5.



Figura 5. Buceo

Fuente. (Tripadvisor, 2014)

Facilidades turísticas de la comuna Montañita

En cuanto a facilidades turísticas la comuna Montañita, ha incrementado sus instalaciones como consecuencia de la gran afluencia de visitantes y así mismo de la llegada de extranjeros que llegan y quedan más de lo establecido.

Tabla 3. Agencias de viaje dentro de la comuna

No	AGENCIA DE VIAJE	CATEGORIA
1	TURISMO FRONTERIZO DEL SUR TURISFROSUR CIA. LTDA	DUALIDAD
2	S&CH FAMILY TRAVEL	OPERADORA
3	BIKESPONDYLUS S.A	OPERADORA
4	CENTRO DE BUCEO MONTAÑITA OTRO MUNDO	OPERADORA
5	MONTAÑITA JUNGLE AND BEACH	OPERADORA
6	CLUB DE SURF Y BUCEO OPTURSURF S.A	OPERADORA
7	MACHALILLA TOURS S.A	OPERADORA
8	GOMONTAÑOTA	OPERADORA
9	OPERADORA TURISTICA MONTAÑITA	OPERADORA
10	MONTAÑITOURS	OPERADORA
11	DEACMERON EXPLORER	OPERADORA
12	ANDEAN PATHS	OPERADORA
13	MILLON SERVI S.A	MAYORISTA

Fuente: Catastro Turístico 2016

Tabla 4. Discotecas

No	DISCOTECAS	CATEGORIA
1	HOT BEACH	SEGUNDA
2	LOST BEACH CUEVA	SEGUNDA
3	LOST BEACH	SEGUNDA
4	ALCATRAZ	SEGUNDA
5	NATIVA BAMBU DISCOTECA	SEGUNDA
6	ABAD LOUNGE	SEGUNDA

Fuente: Catastro Turístico 2016

Tabla 5. Hostales

No	HOSTALES	CATEGORIA
1	CORONA LA	PRIMERA
2	THE HEIGHTS	PRIMERA
3	MAJAGUA MONTAÑITA SURFER HOSTAL & SPA	PRIMERA
4	Dharma Beach	PRIMERA
5	ISRAMAR	PRIMERA
6	CHARO'S HOSTAL	SEGUNDA
7	MANGLARALTO	SEGUNDA
8	MONTAÑITA INTERNACIONAL	SEGUNDA
9	PUNTA HILL	SEGUNDA
10	NATIVA BAMBU	SEGUNDA
11	PUNTA LA	SEGUNDA
12	PUERTA SOL INN	SEGUNDA
13	EL PARAISO	SEGUNDA
14	UMMAGUMMA	SEGUNDA
15	LA CASA BLANCA	SEGUNDA
16	SUSI'S BOON	SEGUNDA
17	CASA DEL SOL LA	SEGUNDA
18	ALEBRIJES	SEGUNDA
19	BALSA SURF CAMP	SEGUNDA
20	TIKI LIMBO	SEGUNDA
21	TABUBA MALECON	SEGUNDA
22	TABUBA	SEGUNDA
23	TSUMANI CABAÑA	TERCERA
24	PUERTO OLON	TERCERA
25	ECOLOGICO TU VENTURA MONTAÑITA	TERCERA
26	MONTEZUMA	TERCERA
27	MAEO BEACH	TERCERA
28	BAMBINO	TERCERA
29	ANGELES BEACH	TERCERA
30	CASA DEL SOL	TERCERA
31	LOS CROTOS	TERCERA
32	PAKALORO	TERCERA
33	SUMPA	TERCERA
34	OLAS DEL MAR	TERCERA
35	MAMA CUCHA	TERCERA
36	CENTRO DEL MUNDO EL	TERCERA
37	PARQUE DE MONTAÑITA EL	TERCERA
38	BRISA MARINA	TERCERA
39	SOUTH POINT	TERCERA
40	PALMERAS LAS	TERCERA
41	MAEO	TERCERA

Fuente: Catastro Turístico 2016

Tabla 6. Bares

No	BARES	CATEGORIA
1	TAPAS	SEGUNDA
2	HOLA OLA CAFÉ	SEGUNDA
3	TEKILA POOL BAR & DRINKS	TERCERA
4	MONTEZUMA RESTO BAR	TERCERA
5	DIVE SURF CLUB CAFÉ	TERCERA
6	CAÑA GRILL	TERCERA

Fuente: Catastro Turístico 2016

Tabla 7. Hoteles

No	HOTELES	CATEGORIA
1	MONTAÑITA	SEGUNDA
2	OLYMPUS	SEGUNDA
3	BAJA MONTAÑITA	SEGUNDA

Fuente: Catastro Turístico 2016

Tabla 8. Restaurante dentro de la comuna

No	RESTAURANTE	CATEGORIA
1	CASA VASKA	CUARTA
2	SOLOVIDA	CUARTA
3	GALEON PERLA NEGRA	CUARTA
4	NISSE	CUARTA
5	PETITA	CUARTA
6	EL BARESE	CUARTA
7	ASADERO PERLAZA	CUARTA
8	EL RINCON DE LOS PAISAS	CUARTA
9	VACAN EL	CUARTA
10	BUCANERO EL	CUARTA
11	GANJHAR	CUARTA
12	BELLAVISTA	CUARTA
13	PUNTILLA LA	CUARTA
14	WIPE OUT	CUARTA
15	PURA VIDA MONTAÑITA	CUARTA
16	LA SAZON DE QUEVEDO	CUARTA
17	CARMITA'S PANCAKE HOUSE	CUARTA

18	PLANETA TIERRA	CUARTA
19	BRISA-SABORES PERUANOS	LUJO
20	IBIZA	SEGUNDA
21	EL VELERO	SEGUNDA
22	ROCIO BOUTIQUE	SEGUNDA
23	NATIVA BAMBU	SEGUNDA
24	LA OLLA DE BARRO	SEGUNDA
25	HOLA OLA CAFÉ	SEGUNDA
26	TIKI LIMBO	SEGUNDA
27	RUTA DEL SOL	SEGUNDA
28	D VICTOR	TERCERA
29	D WILSON PIZZERIA	TERCERA
30	HIERBA BUENA	TERCERA
31	SURFISTA EL	TERCERA
32	POCO LOCO	TERCERA
33	PLANETA AZUL	TERCERA
34	THAI CONNECTION	TERCERA
35	CASA TUA	TERCERA
36	MAREA PIZZERIA BAR	TERCERA
37	LA COSTA	TERCERA
38	BRISAS DEL MAR	TERCERA
39	ESTRELLA DEL MAR	TERCERA
40	CAIDA DEL SOL	TERCERA
41	BUQUEMAR	TERCERA
42	EDDIE S TACOS	TERCERA
43	CALZONES Y MAS	TERCERA
44	SADHANA 2	TERCERA
45	PIGRO	TERCERA
46	CASA BLANCA LA	TERCERA
47	LA CAVA CARNICERIA Y CHARCOTERIA	TERCERA
48	SURF FOOD	TERCERA
49	¿POR QUE NO?	TERCERA
50	SAZON GUAYACO MONTAÑITA	TERCERA
51	SOLUNA CAFÉ	TERCERA
52	TIBURON JR.	TERCERA
53	MAR Y SELVA	TERCERA
54	MY BAR ON THE BEACH	TERCERA
55	PUNTO EL	TERCERA
56	PAPILLON	TERCERA

Fuente: Catastro Turístico 2016

3.2. MARCO METODOLÓGICO

3.2.1. ENFOQUE DE INVESTIGACIÓN

A la presente investigación se le aplicara un método mixto (incluye las características de enfoque cuantitativo y cualitativo), ya que se tomarán en cuenta datos sin medición y datos numéricos, por medio de las entrevistas y observación directa.

De acuerdo a Ruiz (2012): “Es un proceso que recolecta, analiza y vincula datos cuantitativos y cualitativos en un mismo estudio o una serie de investigaciones para responder a un planteamiento”

La finalidad de este proyecto es obtener resultados sobre las preferencias del turista que llega a Montañita, mediante encuestas que se realizaran a un grupo determinado de extranjeros que ingresen a la comuna, extranjeros que residan dentro de la misma y observación directa por parte de los investigadores, para de esa forma conseguir conclusiones positivas que puedan beneficiar a una u otra persona (extranjero o local).

3.2.2. TIPO DE INVESTIGACIÓN

El tipo de investigación que se utilizará en este proyecto, será el tipo de investigación explicativa y descriptiva ya que pretende conducir a un sentido de comprensión o entendimiento de un fenómeno. Apuntan a las causas de los eventos físicos o sociales. Pretenden responder a preguntas como: ¿por qué ocurre? ¿En qué condiciones ocurre? Son más estructurados y en la mayoría de los casos requieren del control y manipulación de las variables en un mayor o menor grado (Grajales, 2000).

3.2.3. METODOLOGÍA

Dentro de esta investigación se utilizará el método de investigación acción participativa.

De acuerdo con Murillo (2011):

La investigación acción tiene un doble propósito, de acción para cambiar una organización o institución, y de investigación para generar conocimiento y comprensión. La investigación-acción no es ni investigación ni acción, ni la intersección de las dos, sino el bucle recursivo y retroactivo de investigación y acción (p. 4).

3.2.4. TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN

Observación participante

Método de investigación de campo, donde el observador participante se acerca al objeto de estudio, ya sea este, un grupo, una organización o una comunidad integrada por sujetos o personas, toman un rol o actividad y registra datos que le pueden ser útiles para su investigación (Romero, 2008).

Como parte de las técnicas que se utilizará dentro de esta investigación consta la observación participante, gracias a esta técnica se podrá tener contacto directo con la población y los turistas que se encuentran dentro de la comuna Montañita, logrando así tener un punto de vista diferente sobre lo que realizan los visitantes.

Encuestas

De acuerdo con Naresh K. Malhotra (2006):

Las encuestas son entrevistas con un gran número de personas utilizando un cuestionario prediseñado. Según el mencionado autor, el método de encuesta incluye un cuestionario estructurado que se da a los encuestados y que está diseñado para obtener información específica (p.1).

Se desarrollarán 8 preguntas cerradas, las cuales serán realizadas a turistas extranjeros o nacionales que estén dentro de la comunidad y en sus alrededores, para obtener así mejores resultados acerca de las preferencias de los turistas que visitan Montañita.

Se elaboró una encuesta que consta de 15 preguntas, las cuales servirán de apoyo para profundizar y construir el perfil del turista que visita la comunidad. Esta encuesta esta descrita en el apéndice 2.

Entrevista

“Entrevista es una comunicación generalmente entre el entrevistado y el entrevistador, debidamente planeada, con un objetivo determinado para tomar decisiones que la mayoría de las veces son benéficas para ambas partes” (Sánchez & Grados, p.55).

Para lograr un mayor entendimiento acerca del tema, se realizaran entrevistas a personas que tengan conocimientos amplios acerca de turismo receptivo y de perfiles de turistas, dichas entrevistas se encontraran detalladas en el apéndice 3.

Población

Se define tradicionalmente la población como “el conjunto de todos los individuos (objetos, personas, eventos, etc.) en los que se desea estudiar el fenómeno. Éstos deben reunir las características de lo que es objeto de estudio” (Latorre, Rincón y Arnal, 2003).

De acuerdo con el Ministerio de turismo (2015) en diciembre en el país se registró un ingreso de 138.954 extranjeros a la provincia de Santa Elena, se decidió tomar los datos de este mes ya que no se encuentran datos actualizados del presente año. Esta será la población que se utilizará para poder obtener resultados de cuantos extranjeros encuestar.

Muestra

Para obtener la muestra necesaria para la investigación, se analizarán los datos de una fórmula para poblaciones finitas como se detalla a continuación:

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

$$n = \frac{1,96^2 * 138954 * 0,5 * 0,5}{0,05^2 * (138954 - 1) + 1,96 * 0,5 * 0,5}$$

$$n = \frac{3,8416 * 138954 * 0,5 * 0,5}{0,0025 * (138953) + 3,8416 * 0,5 * 0,5}$$

$$n = \frac{133451,4216}{347,3825 + 0,9604}$$

$$n = \frac{133451,4216}{348,3429}$$

$$n = 383,10360 //$$

Dónde:

N: Tamaño del universo

Z: nivel de confianza (Correspondiente a 1.96 al cuadrado si la seguridad es del 95%)

P: porcentaje de la población que tiene el atributo deseado = 1 – p

N: tamaño del universo

E: error de estimación máximo aceptado

N: tamaño de la muestra.

De acuerdo con los resultados obtenidos, la muestra a analizar dentro de la investigación será de 383 personas, las mismas que serán encuestas para llevar a cabo los estudios sobre el perfil del turista.

Diseño Muestral

Ya obtenido la muestra, se concluyó que se usara el método mixto que va a ser el mismo que nos va a permitir identificar a los turísticos de la comuna montañita y nos permitirá recolectar diferentes datos y estudios de las razones, causas, motivo y actividades que realiza el turista que prefiere ir a la parroquia.

Dentro del método cuantitativo y cualitativo se detallan otros tipos de muestreo, pero el presente proyecto utilizará el muestreo por conveniencia debido a que resulta más accesible para los investigadores y los sujetos elegidos serán aquellos que deseen participar en el proceso de manera voluntaria.



Figura 6. Diseño muestral

Fuente. (Unesco, 2012)

Esta encuesta se realizó a 130 personas dentro de la comunidad Montañita y en sus alrededores, las restantes fueron llenadas de manera electrónica. Se tomó en consideración preguntas puntuales para saber las preferencias del consumidor, fueron redactadas de la forma más sencilla y clara para poder facilitar la interpretación de las personas encuestadas.

Resultados de las encuestas

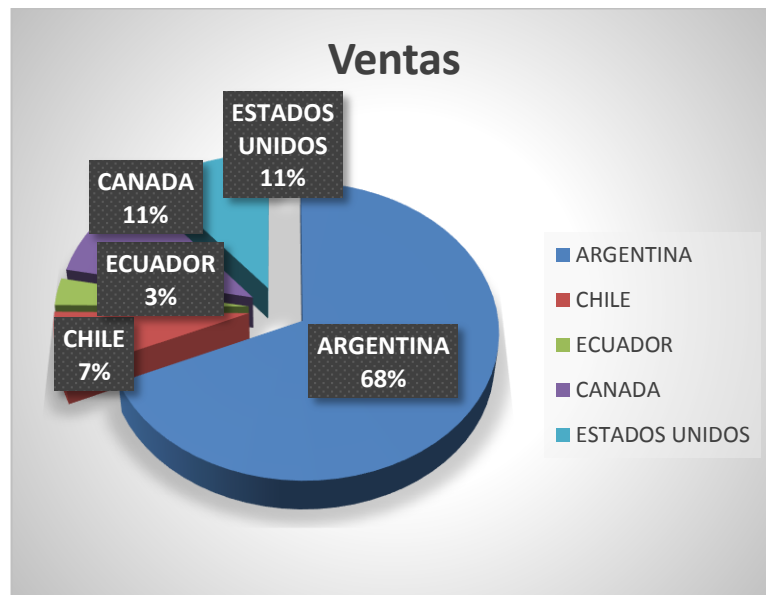


Figura 7. Lugar de procedencia

Dentro de las preguntas realizadas en la comunidad, se logró determinar que a Montañita llegan en su mayoría turistas argentinos con un 33%, seguido de chilenos un 17% y guayaquileños 14%.

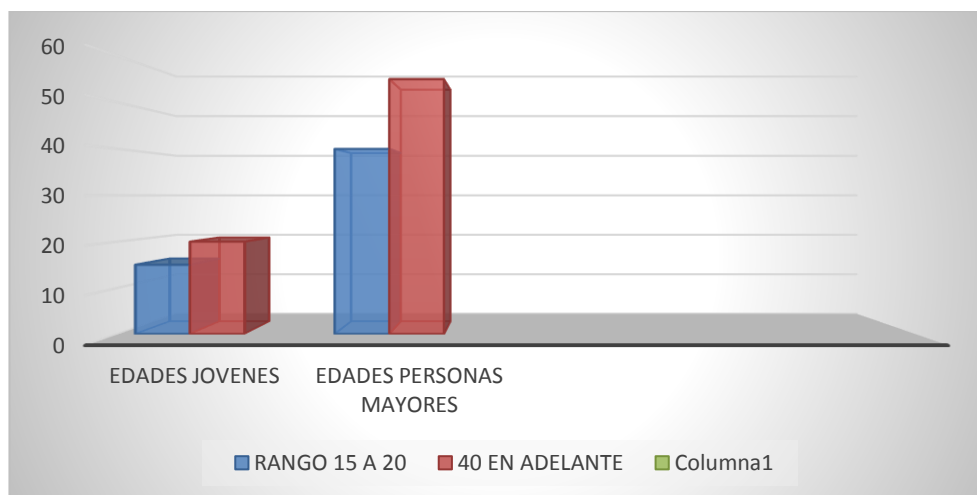


Figura 8. Rango de edad de los turistas

Se identificó claramente que las edades de turistas que llegan a la comunidad están entre 20 y 25 años. Siendo personas mayormente estudiantes en temporada de vacaciones o jóvenes que recorren países de Latinoamérica.

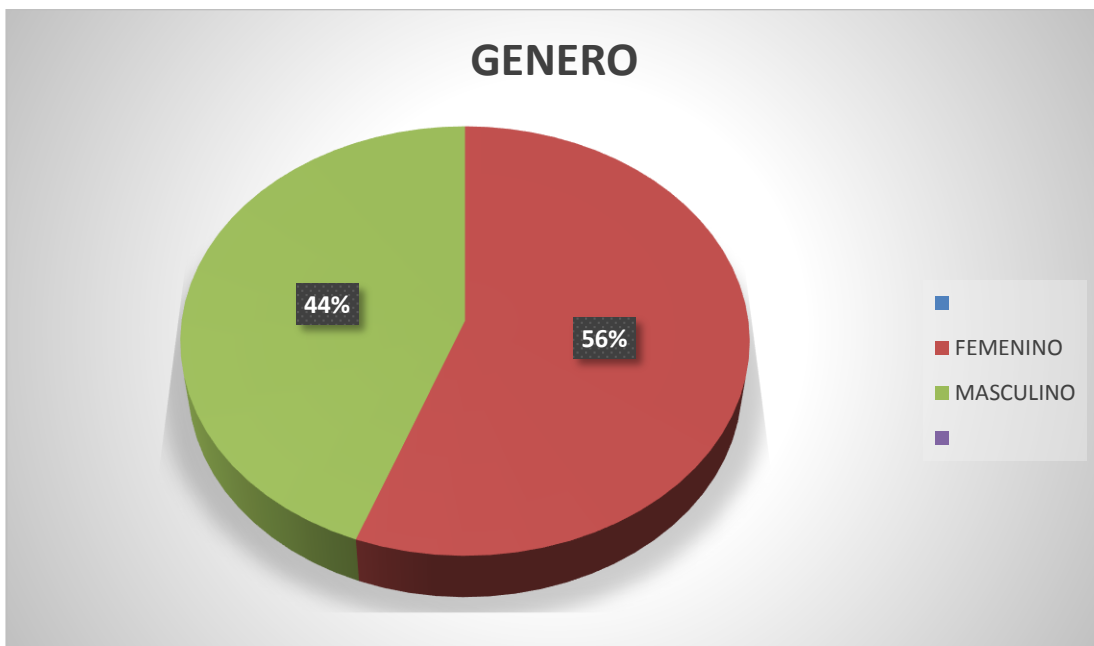


Figura 9. Genero de los encuestados.

Principalmente los turistas son de género femenino, grupos que deciden pasar sus vacaciones en Montañita.

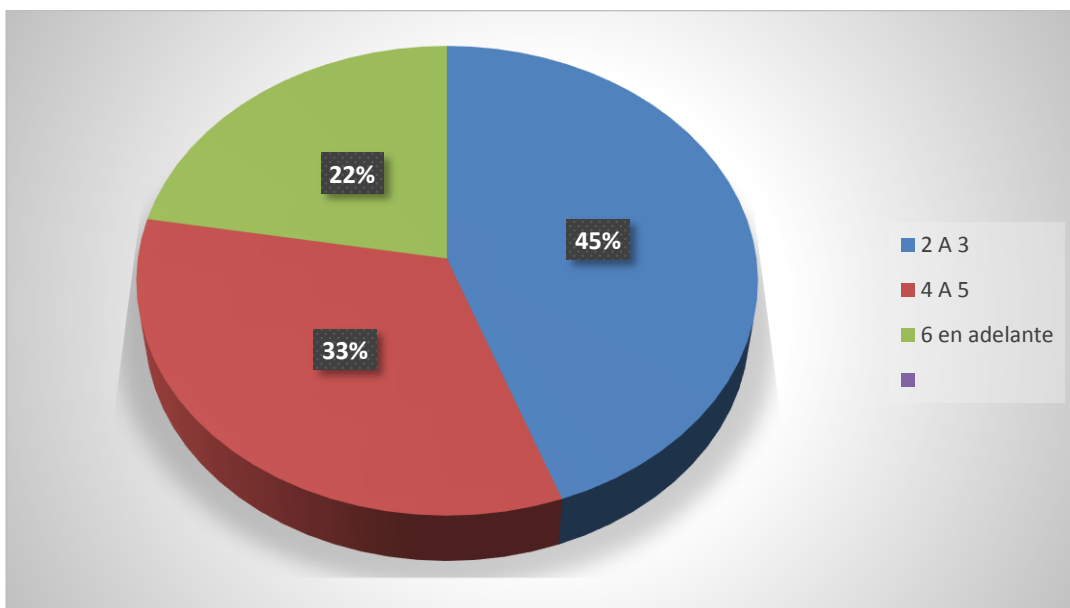


Figura 10. ¿Con cuántas personas viajo a la comunidad?

Se logró asegurar que en gran parte de los turistas que llegan a Montañita lo hacen en grupos (mayores a 4 personas), verificado con las encuestas realizadas y por observación directa.

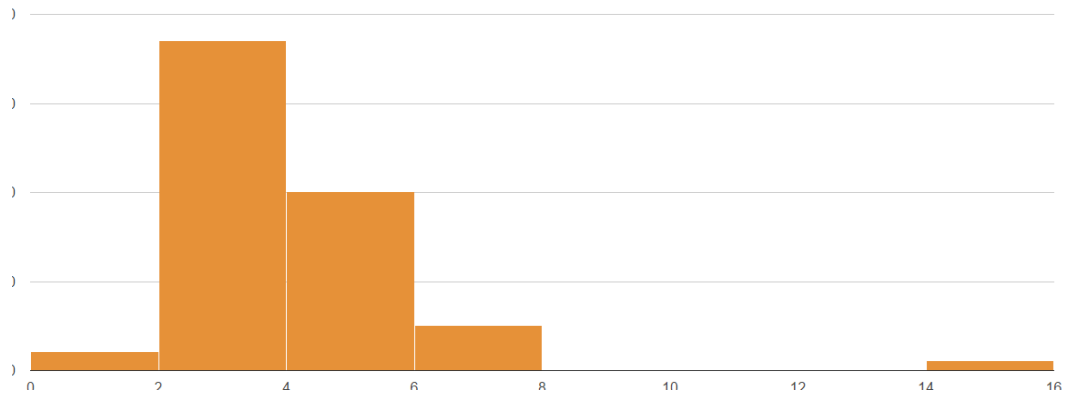


Figura 11. ¿Por cuántos días visito la comuna?

La estadía de los turistas dentro de la comuna, oscila de 2 a 4 días, generalmente fines de semana.

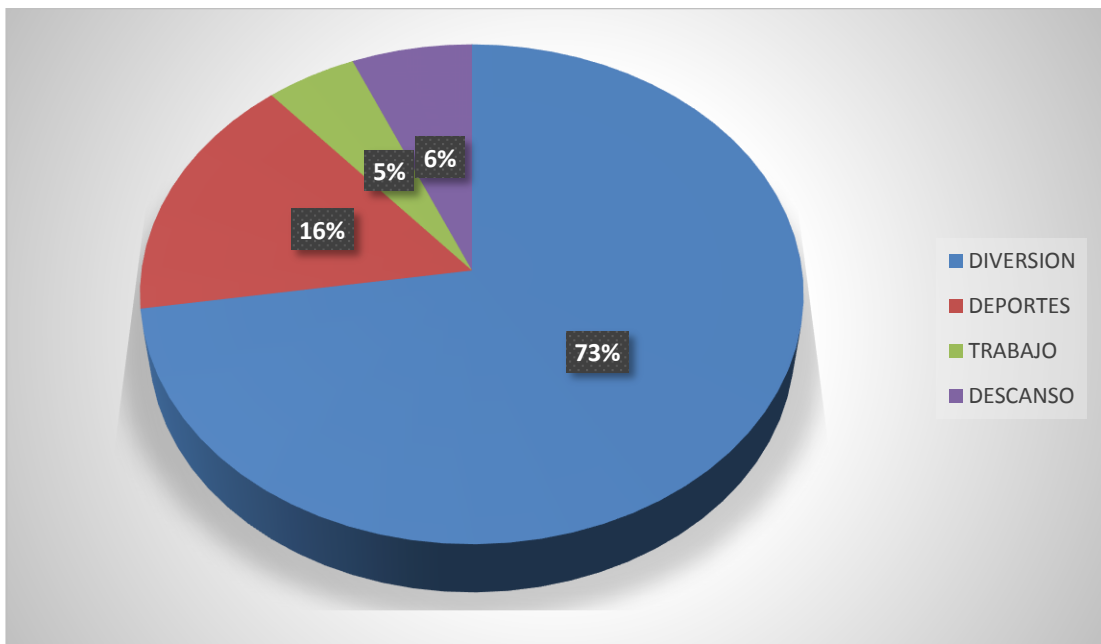


Figura 12. ¿Cuáles fueron los principales motivos de su visita?

De acuerdo con las encuestas realizadas, se determinó que aproximadamente un 63% de los turistas llegan a la comuna Montañita por descanso refiriéndose a tomarse un tiempo libre de trabajo o estudios. Ya que llegar a la comuna es desconectarse de problemas.

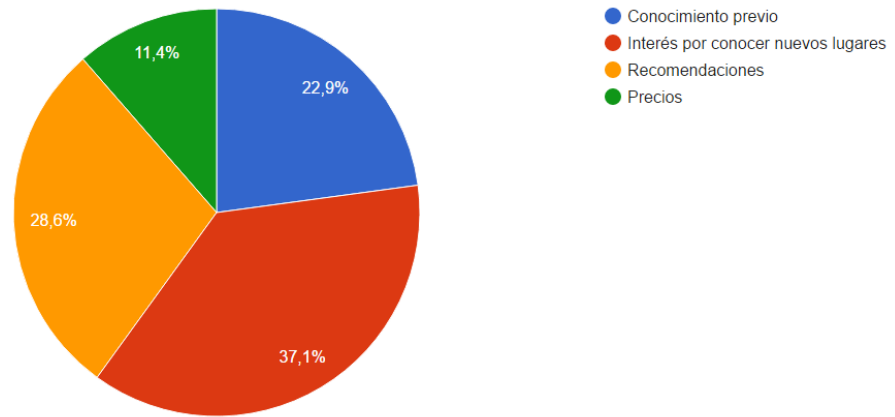


Figura 13. ¿Cuáles fueron los factores que influyeron para su visita a la comunidad?

Los encuestados dieron como respuesta que visitan la comuna interesados en conocer nuevos lugares, seguido de recomendaciones, conocimiento previo y precios en último lugar.

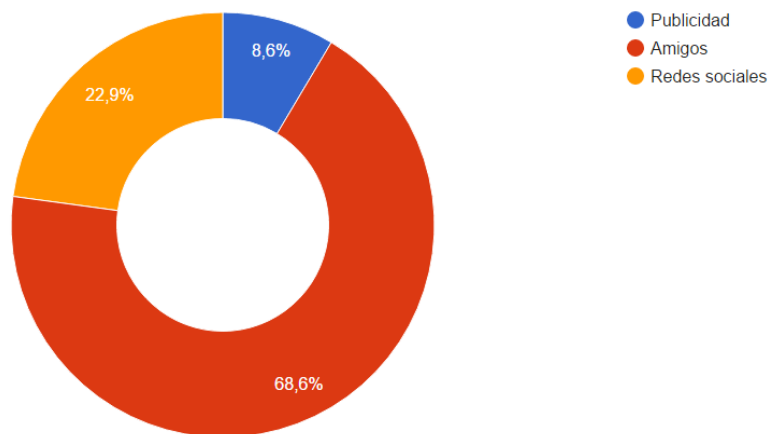


Figura 14. ¿Cómo supo de la comuna?

Un 68% de las personas encuestadas dijeron que tuvieron conocimiento de la comuna por amigos que visitaron con anterioridad la comuna y redes sociales que promocionan el destino.

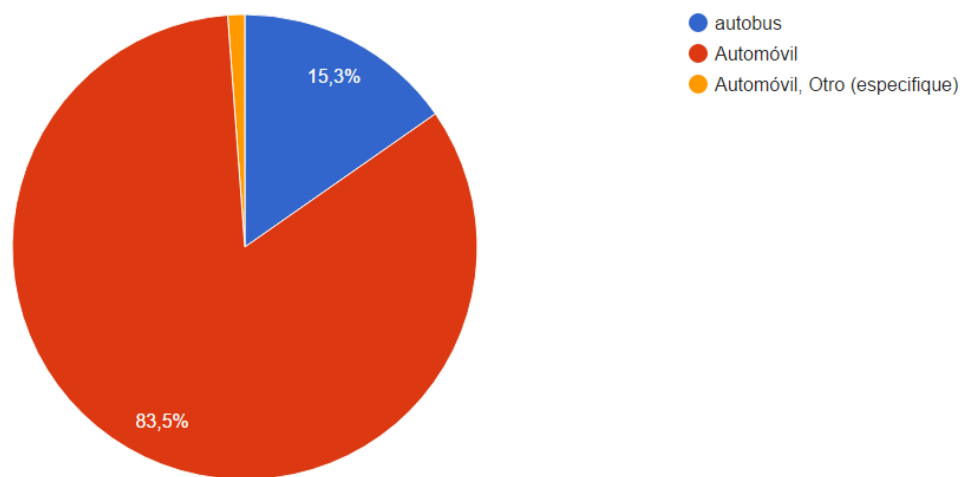


Figura 15. ¿Cuál fue el medio de transporte que utilizo para llegar a la comuna?

Las personas encuestadas respondieron que viajan en automóvil siendo su mayoría un 83% y en autobuses un 15%.

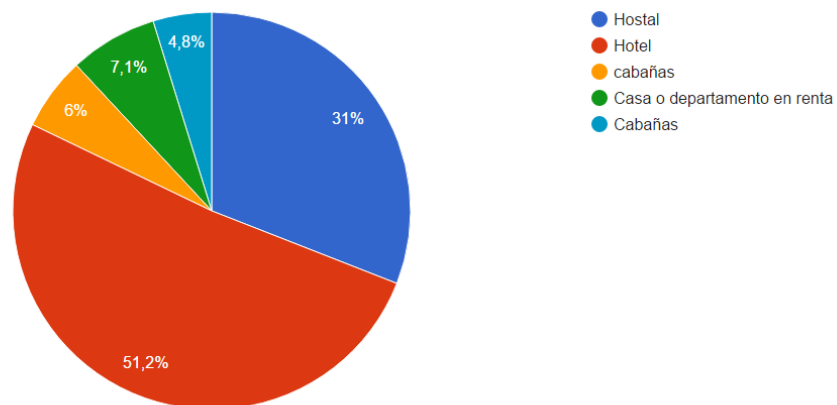


Figura 16. ¿Qué tipo de alojamiento ha estado haciendo uso durante su estadía?

Los turistas se hospedan principalmente en hoteles, que brindan alimentación en sus paquetes. Los estadounidenses toman esta opción de alojamientos.

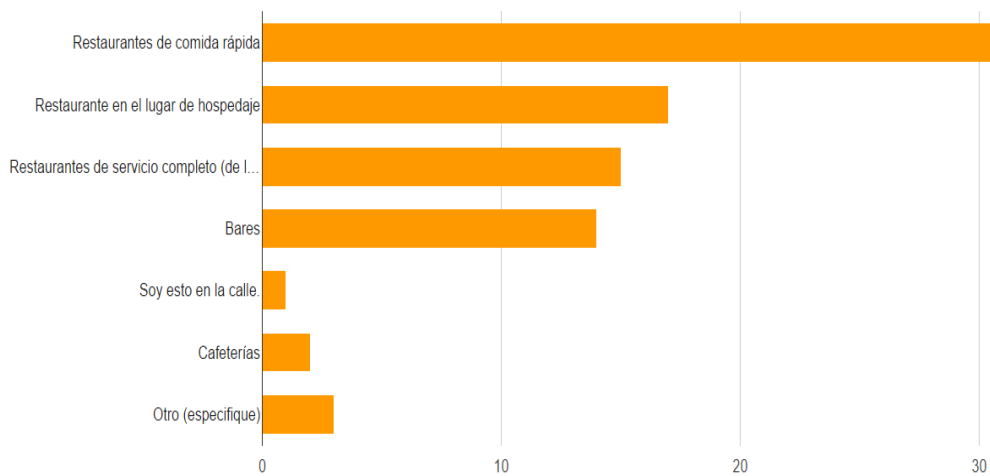


Figura 17. ¿Qué tipo o tipos de servicios ha elegido dentro de Montañita?

Los turistas tienen como preferencia hacer uso de restaurantes de comida rápida, seguido de los que están dentro de los establecimientos de hospedaje.

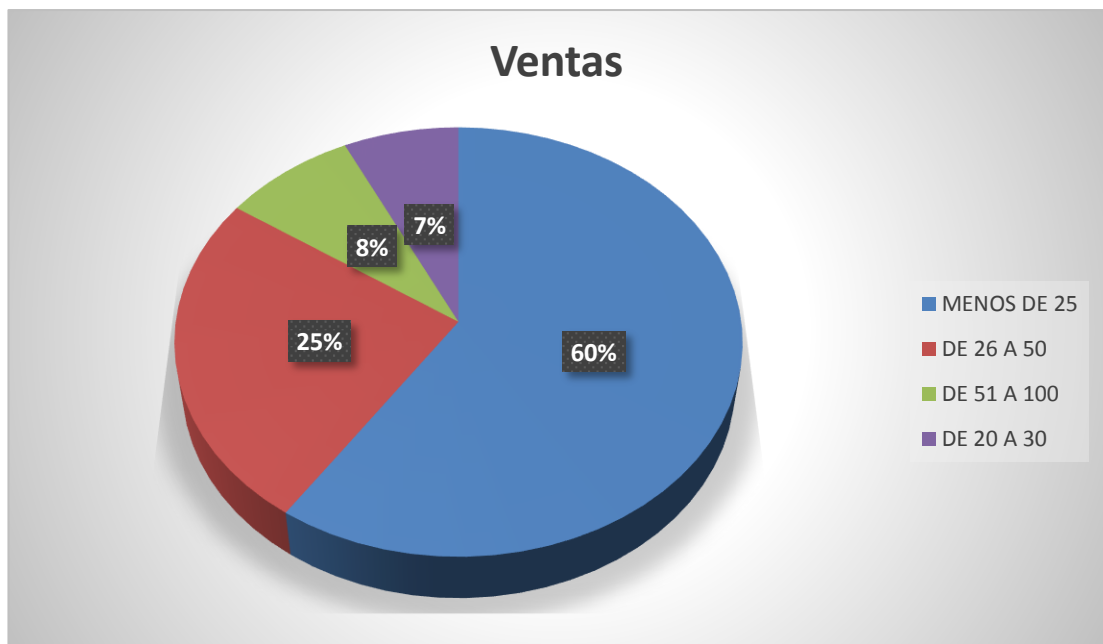


Figura 18. ¿Cuánto ha gastado en promedio durante su estadía en la comuna Montañita? (Hospedaje)

En cuanto a gastos dentro de establecimientos de hospedaje, los turistas gastan en promedio menos de \$25 dólares, estos precios los manejan los hostales.

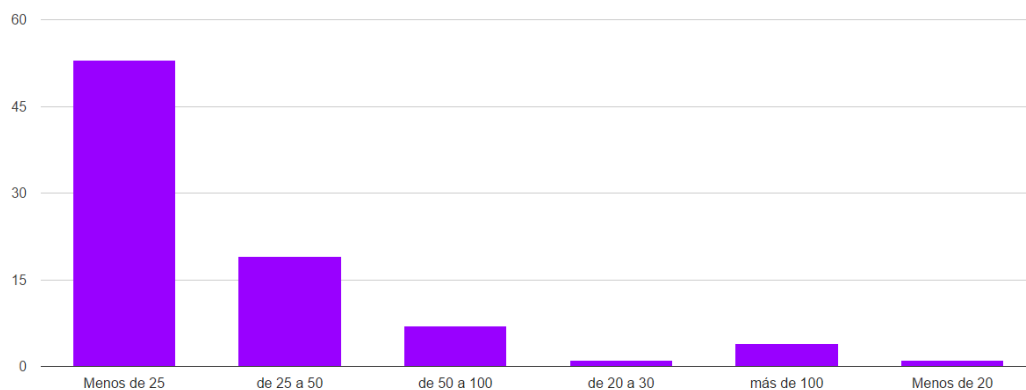


Figura 19. ¿Cuánto ha gastado en promedio durante su estadía en la comuna montañita? (Restaurante)

En lo que se refiere a gastos por alimentación, los turistas consumen menos de \$25 dólares.

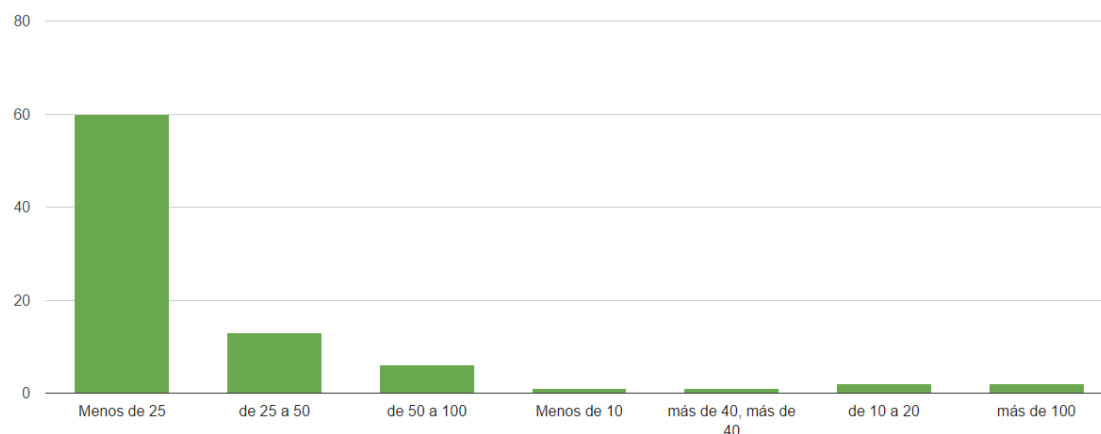


Figura 20. ¿Cuánto ha gastado en promedio diario durante su estadía en la comuna Montaña? (Transporte)

Los turistas para su transportación gastan menos de \$25 dólares por persona. Ya que todo queda cerca a la comunidad.

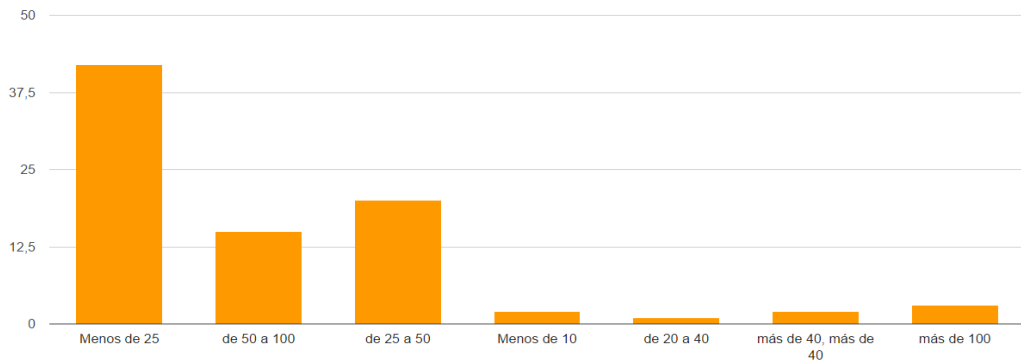


Figura 21. ¿Cuánto ha gastado en promedio diario durante su estadía en la comuna Montañita? (Entretenimiento)

Cuando se refiere a entretenimiento, los gastos de los turistas en este rubro son de menos de \$25 dólares, ya que los establecimientos de diversión nocturna no tienen valores elevados.



Figura 22. ¿Volvería usted a visitar en otra ocasión Montañita?

Un 97,6% de los turistas dieron como respuesta que si volverían a la comunidad. Su experiencia logro que escojan Montañita como destino nuevamente.

CAPÍTULO IV

Perfil del Turista

Identificación de potencialidades turísticas en regiones y municipios (2011) señala que:

El perfil del turista lo definen sus gustos y preferencias, que dependen de las condiciones, sociales, económicas, culturales, de salud y la edad de cada individuo en particular; todas estas condiciones establecen el patrón de comportamiento de los turistas en la localidad visitada.

Con el claro concepto de lo que abarca el perfil del turista, se puede iniciar analizando las encuestas realizadas, tabulados los datos recogidos y analizados los resultados se puede determinar el siguiente perfil de turista de la comunidad Montañita:

Es importante conocer el origen de los visitantes que llegan a la comunidad, ya que permite tener una idea de su cultura, tradiciones y conocer sus preferencias al visitar un destino. Conociendo ya, que son procedentes de Argentina, Chile, Colombia y otras ciudades dentro del país. También se considera relevante determinar el género, tomando en consideración que cada persona piensa diferente. Principalmente las personas que visitan la comunidad son en su mayoría género femenino, con un rango de edad entre los 20 a 25 años, buscan playa, alcohol, fiestas, deportes, socializar con personas de otros países solo o entre amigo, a diferencia de las personas de 40 años en adelante, estos de preferencia se hospedan en el sector conocido como la Punta, debido a que es una área más tranquila. Cuando deciden ingresar a la comuna lo hacen acompañados en grupos de 4 o más personas generalmente amigos. Dentro de la comuna Montañita existen variedades de alojamiento de los más lujosos a los más sencillos, estos ofrecen diferentes precios que incluyen hasta desayunos y otros a elección del cliente.

Además de esto cuentan con un presupuesto para hospedaje de menos de \$25 dólares y los adultos mayores suelen gastar el doble, en cuanto a alimentación y

entretenimiento no sobrepasan los \$30 dólares, ya que por lo general consumen en restaurantes que ofrecen comida rápida como hamburguesas, pizzas, tacos, entre otros.

La estadía de los turistas esta entre 2 días en adelante, en muchas ocasiones dependiendo a la estacionalidad de cada país, ya que no todos los países del mundo cuentan con un mismo calendario de vacaciones. Un 64% de las personas encuestas dieron como respuesta que su principal motivo de viaje es por ocio, entretenimiento, libertad, como es de conocimiento público es uno de los pocos lugares donde no se tiene restricciones y tiene vida las 24 horas del día. Por medio de observación directa se pudo constatar que la mayoría de los turistas provienen de Guayaquil, Quito y Cuenca y en relación a los turistas extranjeros que en primer lugar esta Argentina, ya que muchos de ellos llegarían a convertirse en residentes, por motivos laborales, seguidos de Chile y Colombia.

Las encuestas dieron a conocer que especialmente los turistas tienen conocimientos de la comuna por experiencias vividas de sus amigos, además de la publicidad que genera las redes sociales. Los factores que influyen para visitar Montañita son por interés en conocer nuevos lugares y en otros casos por recomendaciones de familiares, amigos o redes sociales. El medio de transporte utilizado para llegar a la parroquia es automóvil en un 83% y luego en autobuses. Por último, se preguntó si visitarían nuevamente la comuna, para lo cual respondieron un 97% sí.

De acuerdo a la observación directa dentro de la zona, se pudo constatar que algunos turistas antes de entrar a la universidad buscan un lugar apropiado para distraerse, mientras que personas que tienen un título superior ven a este destino como un lugar de relajación aunque este no lo sea, ya que no es precisamente un espacio reservado.

Tabla 10. Calendario por fechas

CALENDARIO POR TEMPORADAS			
MESES	DESCRIPCIÓN	EDAD	NACIONALIDAD
DICIEMBRE	Grupos Juveniles	18 - 30	EEUU -ECUADOR(Guayaquil)
ENERO		18 - 30	EEUU -ECUADOR(Guayaquil)
FEBRERO		18 - 30	EEUU -ECUADOR(Guayaquil)
MARZO		18 - 30	EEUU -ECUADOR(Guayaquil)
ABRIL		18 - 30	EEUU -ECUADOR(Guayaquil)
MAYO		18 - 30	Temporada baja
JUNIO		18 - 30	Temporada baja
JULIO	Familias y	18 en adelante	Europa -ECUADOR(Sierra)-EE.UU
AGOSTO	Grupos	18 en adelante	Europa -ECUADOR(Sierra)-EE.UU
SEPTIEMBRE	Juveniles	18 en adelante	Europa -ECUADOR(Sierra)-EE.UU
OCTUBRE		18 - 30	Temporada baja
NOVIEMBRE		18 - 30	Temporada baja

Conclusiones

Se ha concluido que Montañita posee un gran potencial turístico que puede lograr una mejor administración y organización por parte de las entidades locales. Existe una capacidad de carga física elevada en temporadas altas, esto a causa de no llevar un control adecuado desde sus inicios.

Debido a la alta afluencia de turistas, los comuneros han puesto su mayor esfuerzo en trabajar únicamente para beneficio de los visitantes y que esto genere ingresos.

Otro punto importante es el hecho de que la mayoría de turistas que ingresan a la comunidad son de nacionalidad argentina y son aquellos que deciden radicar en la misma. De acuerdo a las encuestas que se realizó se pudo constatar que existe aculturización, debido a los turistas que se quedan y ello causa el olvido de costumbres y creencias en los comuneros.

Durante la observación directa realizada en Montañita se pudo corroborar que en gran parte los argentinos son propietarios de los establecimientos turísticos, mientras que los comuneros trabajan en pequeños negocios.

Se pudo observar que otra causa de que el turismo haya disminuido es la inseguridad que sienten los turistas con los acontecimientos sucedidos en los últimos meses.

La actividad que provoca que más turistas ingresen a la comunidad es el surf, ya que se realizan campeonatos para personas de todo el mundo cada año, principalmente llegan argentinos y chilenos que son quienes disfrutan de las olas que posee la playa.

Recomendaciones

Se recomienda a la comunidad exigir mayor control policial durante la gran afluencia de turistas para que esto no ocasione la mala imagen de la comunidad. Se sugiere realizar promoción turística que ayude a activar el turismo en las temporadas bajas ya que la comuna montañita depende netamente de ello.

Es importante entender que la comunidad debido a los ingresos masivos de turistas debería contar con mejor infraestructura en áreas de parqueos para buses y vehículos y así brindar un servicio de calidad que los turistas consideren propio del destino que se encuentran.

También fomentar el desarrollo cultural a los pobladores para conservar las tradiciones y los recursos naturales que identifican a los comuneros.

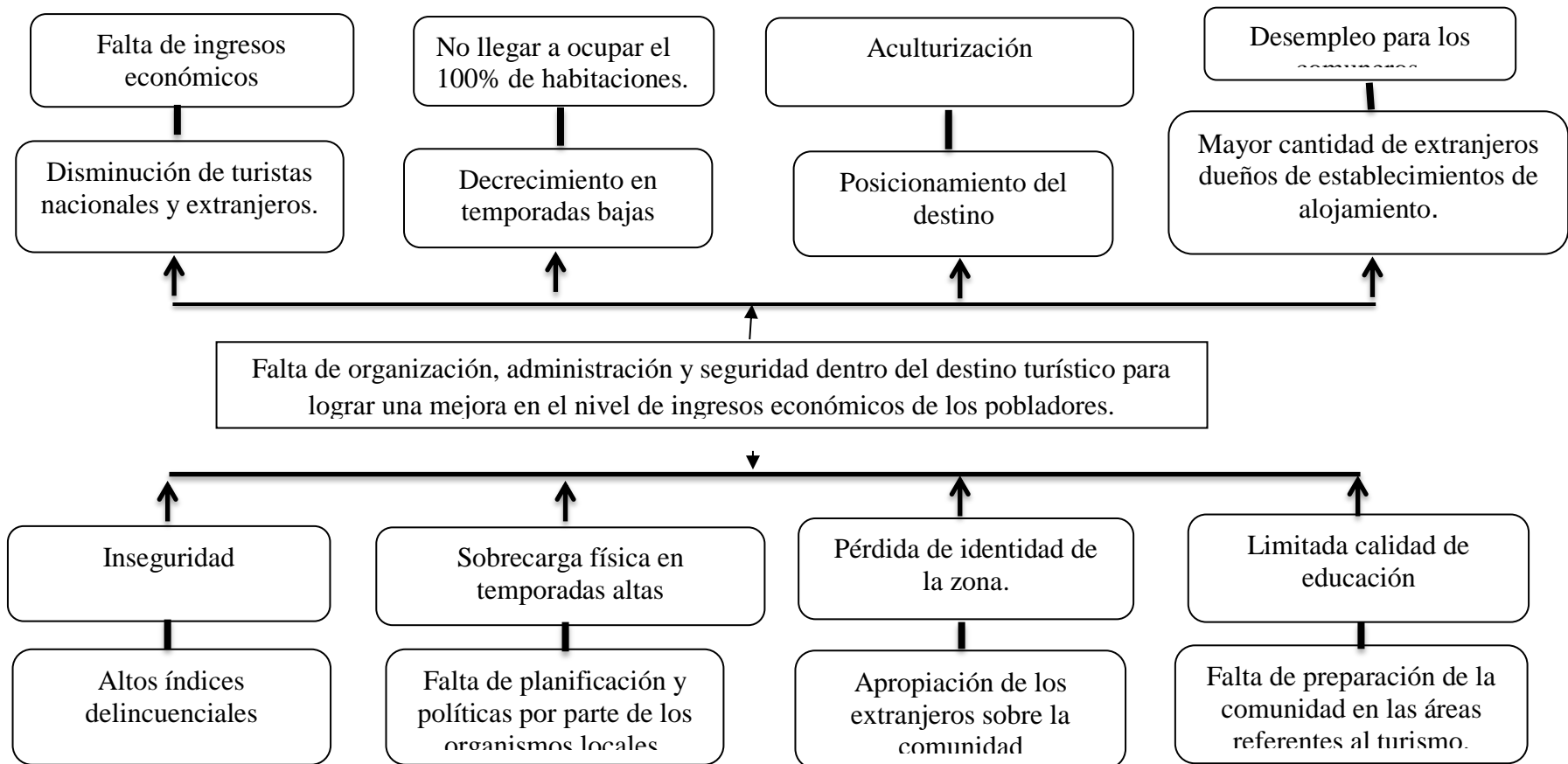
Además, anualmente ofrecer planes ambientales con el fin de dar una imagen positiva a los visitantes nacionales y extranjeros, evitando los desgastes de vías y logrando disminuir los desperdicios en las calles.

Ofrecer a los vendedores ambulantes un lugar adecuado donde puedan exponer sus artesanías, sin obstaculizar el paso a los turistas.

Brindarles a los comuneros capacitaciones que mejoren su calidad de atención que le ofrecen a los turistas y de esa manera se beneficié el destino, ya que de esto dependerá que el turismo incremente.

APENDICE 1

ARBOL DEL PROBLEMA



APENDICE 2

Encuesta

Encuesta para conocer los motivos de visita y perfil de los turistas que visitan Montañita.

Lugar de procedencia: _____

Género: (F) (M)

¿Con cuántas personas viaja? _____

¿Por cuántos días visita la comuna? _____

Edad: ____

1.- ¿Cuáles fueron los principales motivos de su visita? Siendo (5) el más importante y (1) el menos importante.

() Descanso

() Deportes

() Cultura

() Otros, especifique _____

2.- Factores que influyeron para visitar Montañita. Siendo (5) el más importante y (1) el menos importante.

() Recomendaciones

() Precios

() Interés por conocer nuevos lugares

() Conocimiento previo

() Otro, especifique _____

3.- ¿Cómo supo de la comuna? (puede escoger varias opciones).

- a) Publicidad
- b) Amigos
- c) Redes sociales
- d) Agencias de viaje.

4.- ¿Cuál fue el medio de transporte que utilizo para llegar a la comuna? (marque solo una opción)

- a) Automóvil
- b) Autobús
- c) Otro, especifique _____

5.- ¿De qué tipo de alojamiento ha estado haciendo uso durante su estadía? (puede marcar más de una opción)

- I. Hotel
- II. Hostal
- III. Casa o departamento en renta
- IV. Departamento propio
- V. Cabañas

6.- ¿Qué tipo o tipos de servicios alimentarios ha elegido dentro de Montañita? (puede marcar más de una opción)

- a) Restaurantes de servicio completo
- b) Restaurantes de comida rápida
- c) Cafeterías
- d) Restaurante en el lugar de hospedaje
- e) Bares
- f) Otro, especifique _____

7.- ¿Cuánto ha gastado en promedio diariamente durante su estadía en la comuna Montañita?

	a) Hospedaje			
Menos de 25	de 26 a 50	de 51 a 100	más de 101	
	b) Restaurantes			
Menos de 10	de 11 a 20	de 21 a 40	más de 41	
	c) Transporte			
Menos de 10	de 11 a 20	de 21 a 40	más de 41	
	d) Entretenimiento			
Menos de 20	de 21 a 30	de 31 a 40	más de 41	

8.- ¿Visitaría usted nuevamente Montañita?

Sí No

APENDICE 3

Entrevistas

Nombre: Lenny Neira

Cargo: Vocal principal del GAD parroquial de Manglaralto

Empresa: Gobierno Autónomo Descentralizado

Preguntas:

1. ¿Cuáles son los principales problemas que han afectado a Montañita?

La comunidad de Montañita ha sido afectada por la baja del turismo y por el acontecimiento el terremoto y se vive la crisis económica ya que Montañita que es un potencial turístico, en este caso el movimiento telúrico, dejó sin empleo para muchas personas, ya que el turista nunca llegó eso da como resultado que disminuya la economía cuando hay temporada alta, aunque Montañita nunca ha padecido del turismo siempre ha estado lleno, otro acontecimiento en el caso de las argentinas.

2. ¿Cuál es el primer ingreso económico para Montañita?

En este caso toda la parte principal es el turismo, sino hay turismo no hay otra fuente ingreso para Montañita en este momento, porque ya no existe otra actividad económica a las que se dediquen, todo es turismo por otra parte el 100% de la población un 5% realizan otra actividad que no corresponda al turismo.

3. ¿Cuáles son las inversiones que ha tenido actualmente la comuna Montañita?

Se han hecho algunas actividades, pero como son parte del GAD se involucran en cualquier actividad que se realicen como ferias que llenen al turista, que se mejore la calidad para brindar al turista, ahora se ha vuelto un espacio de tranquilidad y mejorar algunas falencias que se vine en cualquier comunidad.

4. ¿Qué problemas ambientales existe en Montaña?

Si habido problemas con las lagunas de oxidación, a veces hay lluvias y la demanda que también tenían antes de los servicios que se prestaban, de ahí se acudió al GAD y les ayudo a solucionar el problema.

5. ¿Cuáles son las mejores temporadas en la Comuna?

Siempre Montañita ha tenido turismo, pero la temporada alta es de diciembre hasta abril.

6. ¿Algún plan que tenga el GAD para mejorar la actividad turística?

Se ha coordinado las ferias y actividades que promuevan el desarrollo y la difusión de medios de comunicación de lo que puede ofrecer la comuna Montañita.

7. Datos adicionales

El GAD cuenta con 18 comunidades en la cuales se está aportando con el poco presupuesto asignado por el gobierno, pero con eso se ha mejorado la estructura en este caso el desarrollo turístico en cada una de las comunidades se está realizando actividades para que el turista extranjero no solo visite la comuna Montañita sino también otras comunidades como lo es Barcelona, Olón, Manglaralto etc.

8. ¿Cuáles son los planes de seguridad que tiene actualmente?

Se ha coordinado con la secretaria antidrogas y la de tránsito todos lo que hacen parte para mejorar esta actividad en el mes de febrero se realizó una feria con respecto al tema de seguridad planes de contingencia en las comunidades que más se presentan

Nombre: Diane Sánchez

Cargo: Administradora

Empresa: Hostal “Tiki Limbo”

1. ¿Cuáles son las temporadas altas y bajas en Montañita?

Temporada alta diciembre–abril y julio-septiembre

Vacaciones EE. UU, ECUADOR (Guayaquil y Sierra) y EUROPA

Temporada baja mayo-junio y octubre-noviembre

2. ¿Cuáles son los clientes que consumen más nacionales o extranjeros?

Nacionales: consumen menos si es en grupos de amigos, pero cuando van en familia su consumo es alto.

Extranjeros: consumen más estando en grupos de amigos o en familia.

3. Edades promedio de los turistas que visitan Montañita

Los días jueves, viernes y sábado edad promedio de 18 a 30 años grupos de amigos y en familia edades de 20 a 40 años.

4. ¿Cuáles son las actividades que realizan los jóvenes y los adultos?

Jóvenes: buscan playa, alcohol, fiestas, deportes, socializar con personas de otros países.

Adultos: buscan playa, lugar donde puedan descansar.

APENDICE 4



Listado de Referencias

ABC. (2007). *Definición ABC*. Recuperado de:

<http://www.definicionabc.com/general/turista.php>

Albaladejo, I. & Díaz, M. (2003). *Un modelo de elección discreta en la determinación del perfil del turista rural: una aplicación a Murcia*. [Pdf].

Recuperado de:

<https://digitum.um.es/xmlui/bitstream/10201/13006/1/753840.pdf>

AMÓN MORTE, A. (1997): “Sistemas de Información Geográfica en la actividad turística”, en *Nuevas tecnologías aplicadas al turismo*, Universidad Internacional Menéndez y Pelayo Escuela Oficial de Turismo de Alicante.

Amorós, E. (2007). *Comportamiento del consumidor una visión del norte del Perú*.

Recuperado de: <http://www.eumed.net/libros-gratis/2008c/419/EL%20CAMPO%20DEL%20COMPORTAMIENTO%20EL%20CONSUMIDOR.htm>

Águla, G, Chalen, T & García, B. (2012). *Evaluación del uso turístico de montaña, cantón Santa Elena - provincia de Santa Elena*. [Tesis pregrado].

Recuperado de: [file:///C:/Users/PERSONAL/Downloads/turismo%201%20\(2\).pdf](file:///C:/Users/PERSONAL/Downloads/turismo%201%20(2).pdf)

Caiza, R. & Molina, E. (2012). *Análisis histórico de la evolución del turismo en el territorio ecuatoriano*. [Pdf]. Recuperado de:

file:///C:/Users/Lenovo/Downloads/Dialnet-
AnálisisHistoricoDeLaEvolucionDelTurismoEnTerritor-4180961.pdf

Cantú, H. (2007). *Desarrollo de una cultura de calidad*. México: MCGRAW-HILL / Interamericana

Díaz, A. (2009). *La gestión compartida universidad - empresa en la formación del capital humano. Su relación con la competitividad y el desarrollo sostenible*. [Tesis doctoral] Recuperado de: <http://www.eumed.net/tesis-doctorales/2009/amdi/Teoria%20del%20Desarrollo%20Sostenible.htm>

Elizalde, A. « María Novo, *El desarrollo sostenible. Su dimensión ambiental y educativa*, UNESCO - Pearson Educación S.A., Madrid, 2006, 431 p. », *Polis* [En línea], 16 | 2007, Publicado el 01 agosto 2012, consultado el 29 julio 2016. URL: <http://polis.revues.org/4788>

El Universo. (2014, Enero 14). *Aeropuerto de Salinas está listo*. Recuperado de: <http://www.eluniverso.com/noticias/2014/01/14/nota/2029906/aeropuerto-salinas-esta-listo>

Escalona, R. & Batista, C. (2011). *Perfil de los turistas nacionales del mercado interno en la Agencia de viajes Cubanacán Holguín*. Turismo y Desarrollo, Vol. 4. Recuperado de: <http://www.eumed.net/rev/turydes/11/ebbm.html>

Evrard, Y. (1993). *La teoría de los dos factores en la satisfacción del cliente*. [pdf]. Recuperado de: <file:///C:/Users/PERSONAL/Downloads/Dialnet-LaTeoriaDeLosDosFactoresEnLaSatisfaccionDelCliente-187754.pdf>

Felipe IV. (1992). *Real Academia Española*. Recuperado de <http://www.rae.es/publicaciones/obras-academicas/diccionarios-de-la-real-academia-espanola>

Felipe IV. (2016). *Real Academia Española*. Recuperado de:
<http://dle.rae.es/?id=RsASgzt>

Grajales, T. (2000, Marzo 27). *Tipos de investigación*. [Pdf]. Recuperado de:
<http://tgrajales.net/investipos.pdf>

Infomontañita (2016). *Buceo*. Recuperado de:
<http://www.infomontanita.com/es/turismo/buceo/>

Infomontañita (2016). *Parasailing*. Recuperado de:
<http://www.infomontanita.com/es/turismo/parasailing/>

Kotler, P. (2007). *Marketing Internacional* S.C. Johnson & Son. USA: Marketing Internacional S.C. Johnson & Son.

Ley de Organización y Régimen de las Comunas. (2004). Recuperado de:
<https://www.google.com.ec/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=3&cad=rja&uact=8&ved=0ahUKEwii0ILRvPvOAhVCXR4KHYi-BeYQFggqMAI&url=http%3A%2F%2Fwww.iadb.org%2Fresearch%2Flegislacionindigena%2Fleyn%2Fdocs%2FECU-LeyOrganizacion-RegimendeComunas-04.doc&usg=AFQjCNF-uR9KDRZMBB7ERHrLSsmNQ0soyw>

Malhotra, N. (2006, Julio). *Estudio de encuestas*. [pdf]. Recuperado de:
https://www.uam.es/personal_pdi/stmaria/jmurillo/InvestigacionEE/Presentaciones/Curso_10/ENCUESTA_Trabajo.pdf

Martin, R. & Cabrera, A. (2015). *Análisis del turista británico que visita las Islas Canarias*. Turismo y Desarrollo, Vol, 19. Recuperado de: <http://www.eumed.net/rev/turydes/19/turista-britanico.html>

Ministerio de turismo (2015). *Ecuador Potencia turística*. Recuperado de: <http://servicios.turismo.gob.ec/index.php/ingresos-de-extranjeros/diciembre-2015/269>

Ministerio de turismo (2014). *Operación Turística de Aventura en Ecuador cuenta con reglamento*. Recuperado de: <http://www.turismo.gob.ec/operacion-turistica-de-aventura-en-ecuador-cuenta-con-reglamento/>

Mosquera, M. (2011). *Proyecto de factibilidad para la creación de un hotel ubicado en el sector del nuevo terminal interprovincial Quitumbe, al sur de la ciudad de Quito*. (Tesis de grado, Universidad Politécnica Salesiana, Quito). Recuperado de: <http://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/4739/1/UPS-QT02255.pdf>

Murillo, F. (2011). *Investigación acción*. [pdf]. Recuperado de: https://www.uam.es/personal_pdi/stmaria/jmurillo/InvestigacionEE/Presentaciones/Curso_10/Inv_accion_trabajo.pdf

OEA. Secretaría General. República de Panamá. *República de Panamá: Proyecto de Desarrollo Integrado de la Región Oriental de Panamá-Darién*. Washington, D.C., OEA, 1978.

OMT. (2015) *Panorama OMT del turismo internacional*. [Pdf]. Recuperado de: <http://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284416875>

Ramírez, Blanco. Manuel. (2007). *Teoría General de Turismo*. México: Diana

Realpe, F. & Benítez, N. (2015). *Perfil del turista que ocupa la planta hotelera del cantón Otavalo y difusión a través de un boletín estadístico informativo, Ecuador*. Vol, 11. Recuperado de: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5400457>

Ruiz, M. (2012). *Políticas públicas en salud y su impacto en el Seguro popular de enfoques de investigación*. [Tesis doctoral, Universidad Autónoma de Sinaloa]. Recuperado de: http://www.eumed.net/tesis-doctorales/2012/mirm/cualitativo_cuantitativo_mixto.html

Romero, F. (2008). *El proceso comunicativa en la observación participativa*. [Tesis de pregrado, Instituto Politécnico Nacional] Recuperado de: <http://itzamna.bnct.ipn.mx:8080/dspace/bitstream/123456789/3548/1/ELPROCESOCOMUNICA.pdf>

Sánchez, E & Grados, J. (2007). *La entrevista en las organizaciones*. México: manual moderno.

Serie de documentos técnicos en competitividad. (2011, Noviembre). *Identificación de potencialidades turísticas en regiones y municipios*. Recuperado de: <https://gestiondedestinos.files.wordpress.com/2011/11/fasciculo81.pdf>



Presidencia
de la República
del Ecuador



Plan Nacional
de Ciencia, Tecnología,
Innovación y Saberes



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

DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN

Yo, Alvarado Ramírez Diana Paola, con C.C: # 0704316074 autor/a del trabajo de titulación: **Análisis del perfil del turista que visita la comuna Montañita, provincia Santa Elena** previo a la obtención del título de **INGENIERO/A EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y HOTELERAS** en la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.

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

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

Guayaquil, 31 de agosto del 2016

Alvarado Ramírez Diana Paola

C.C: 0704316074



Presidencia
de la República
del Ecuador



Plan Nacional
de Ciencia, Tecnología,
Innovación y Saberes



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

DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN

Yo, Astudillo Cedeño Keyla Ivonne, con C.C: # 0922315627 autor/a del trabajo de titulación: **Análisis del perfil del turista que visita la comuna Montañita, provincia Santa Elena** previo a la obtención del título de **INGENIERO/A EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y HOTELERAS** en la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.

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

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

Guayaquil, 31 de agosto del 2016

Astudillo Cedeño Keyla Ivonne

C.C: 0922315627



Presidencia
de la República
del Ecuador



Plan Nacional
de Ciencia, Tecnología,
Innovación y Saberes



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

REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA		
FICHA DE REGISTRO DE TESIS/TRABAJO DE TITULACIÓN		
TÍTULO Y SUBTÍTULO:	Análisis del perfil del turista que visita la comuna Montañita, provincia Santa Elena	
AUTOR(ES) (apellidos/nombres):	Alvarado Ramírez Diana Paola. Astudillo Cedeño Keyla Ivonne	
REVISOR(ES)/TUTOR(ES) (apellidos/nombres):	Guzmán Barquet Eduardo Andrés	
INSTITUCIÓN:	Universidad Católica de Santiago de Guayaquil	
FACULTAD:	Facultad de Especialidades Empresariales	
CARRERA:	Escuela de Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras	
TÍTULO OBTENIDO:	Ingeniero en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras	
FECHA DE PUBLICACIÓN:	No. DE PÁGINAS:	76
ÁREAS TEMÁTICAS:	Caracterización del perfil del turista Tendencias actuales del mercado turístico	
PALABRAS CLAVES/ KEYWORDS:	turismo receptivo, actividad turística, facilidades turísticas, perfil turístico y herramientas	
RESUMEN/ABSTRACT (150-250 palabras): La comunidad Montañita ubicada en la provincia de Santa Elena, a 5 minutos de la parroquia Manglaralto, por donde pasa la carretera de la <u>Ruta del Sol</u> o "Ruta del Spondylus. El objetivo de este análisis es evaluar el comportamiento del turista nacional y extranjero, así como también las actividades que realiza en su viaje. En el primer capítulo se describirá el marco conceptual, las teorías relacionadas al tema principal. Los casos que tiene similitud al que se trata en este estudio y los artículos legales que se vinculan al turismo receptivo. En el segundo capítulo se dará una breve descripción de la ubicación geográfica, medios de acceso, distancias que existen entre las comunas a su alrededor, las facilidades turísticas con las que cuenta, así como también las actividades recreativas que se pueden realizar. Contiene además las herramientas con las que se va a medir tanto a la población como la muestra que se utilizara para realizar las entrevistas dentro y fuera de la comunidad, además de trabajar con una metodología que permite a las Tesistas tener un contacto directo con el turista. También las entrevistas realizadas a personas que tienen amplios conocimientos del turismo dentro de Montañita. Para finalizar el tercer capítulo estará compuesto por el perfil que se obtuvo por medio de las encuestas realizadas a los turistas y un calendario de temporadas altas y bajas para la comunidad.		
ADJUNTO PDF:	<input checked="" type="checkbox"/> SI	<input type="checkbox"/> NO
CONTACTO CON AUTOR/ES:	Teléfono: 0983686128 / 0959262830	E-mail: xina_pao@hotmail.com E-mail: Keyla_astudillo@hotmail.com
CONTACTO CON LA INSTITUCIÓN:	Nombre: Guzmán Barquet Eduardo Andrés	
	Teléfono: +593-4-2206950 ext 5027; 0997202912	
	E-MAIL: Eduardo.guzman01@cu.ucsg.edu.ec	