



# UTMACH

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE HOTELERÍA Y TURISMO

ANÁLISIS DEL PERFIL DEL VISITANTE PARA EL  
APROVECHAMIENTO TURÍSTICO DEL CANTÓN ARENILLAS

RIVERA RIVERA DANIELA MARIUXI  
LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN DE HOTELERÍA Y TURISMO

MACHALA  
2019



# UTMACH

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE HOTELERÍA Y  
TURISMO

ANÁLISIS DEL PERFIL DEL VISITANTE PARA EL  
APROVECHAMIENTO TURÍSTICO DEL CANTÓN ARENILLAS

RIVERA RIVERA DANIELA MARIUXI  
LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN DE HOTELERÍA Y  
TURISMO

MACHALA  
2019



# UTMACH

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE HOTELERÍA Y  
TURISMO

EXAMEN COMPLEXIVO

ANÁLISIS DEL PERFIL DEL VISITANTE PARA EL APROVECHAMIENTO  
TURÍSTICO DEL CANTÓN ARENILLAS

RIVERA RIVERA DANIELA MARIUXI  
LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN DE HOTELERÍA Y TURISMO

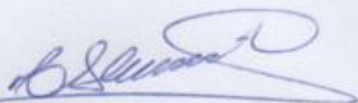
LAZO SERRANO CARMEN ARLENE

MACHALA, 28 DE AGOSTO DE 2019

MACHALA  
28 de agosto de 2019

**Nota de aceptación:**

Quienes suscriben, en nuestra condición de evaluadores del trabajo de titulación denominado ANÁLISIS DEL PERFIL DEL VISITANTE PARA EL APROVECHAMIENTO TURÍSTICO DEL CANTÓN ARENILLAS, hacemos constar que luego de haber revisado el manuscrito del precitado trabajo, consideramos que reúne las condiciones académicas para continuar con la fase de evaluación correspondiente.



---

LAZO SERRANO CARMEN ARLENE

0703017780

TUTOR - ESPECIALISTA 1

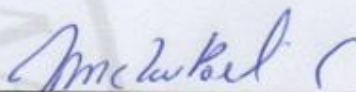


---

AMAIQUEMA ILLESCA LOURDES DOLORES

0701775512

ESPECIALISTA 2



---

CALLE INIGUEZ MELISSA PAULINA

1103882096

ESPECIALISTA 3

## Urkund Analysis Result

**Analysed Document:** RIVERA RIVERA DANIELA MARIUXI\_PT-010419.pdf (D54762015)  
**Submitted:** 8/10/2019 12:04:00 AM  
**Submitted By:** dmrivera\_est@utmachala.edu.ec  
**Significance:** 1 %

Sources included in the report:

[http://docshare.tips/canton-arenillas\\_5841d3d2b6d87f9e1d8b464d.html](http://docshare.tips/canton-arenillas_5841d3d2b6d87f9e1d8b464d.html)

Instances where selected sources appear:

1

## CLÁUSULA DE CESIÓN DE DERECHO DE PUBLICACIÓN EN EL REPOSITORIO DIGITAL INSTITUCIONAL

La que suscribe, RIVERA RIVERA DANIELA MARIUXI, en calidad de autora del siguiente trabajo escrito titulado ANÁLISIS DEL PERFIL DEL VISITANTE PARA EL APROVECHAMIENTO TURÍSTICO DEL CANTÓN ARENILLAS, otorga a la Universidad Técnica de Machala, de forma gratuita y no exclusiva, los derechos de reproducción, distribución y comunicación pública de la obra, que constituye un trabajo de autoría propia, sobre la cual tiene potestad para otorgar los derechos contenidos en esta licencia.

La autora declara que el contenido que se publicará es de carácter académico y se enmarca en las disposiciones definidas por la Universidad Técnica de Machala.

Se autoriza a transformar la obra, únicamente cuando sea necesario, y a realizar las adaptaciones pertinentes para permitir su preservación, distribución y publicación en el Repositorio Digital Institucional de la Universidad Técnica de Machala.

La autora como garante de la autoría de la obra y en relación a la misma, declara que la universidad se encuentra libre de todo tipo de responsabilidad sobre el contenido de la obra y que asume la responsabilidad frente a cualquier reclamo o demanda por parte de terceros de manera exclusiva.

Aceptando esta licencia, se cede a la Universidad Técnica de Machala el derecho exclusivo de archivar, reproducir, convertir, comunicar y/o distribuir la obra mundialmente en formato electrónico y digital a través de su Repositorio Digital Institucional, siempre y cuando no se lo haga para obtener beneficio económico.

Machala, 28 de agosto de 2019

RIVERA RIVERA DANIELA MARIUXI  
0750168387

## **RESUMEN**

El presente estudio fue aplicado al cantón Arenillas de la Provincia de El Oro, cuya finalidad principal fue analizar el perfil del visitante que llega a estas tierras y así lograr un mejor aprovechamiento de los recursos. La investigación fue de tipo metodológica cualitativa y cuantitativa apoyada en el uso de la técnica encuesta aplicada a 125 personas ubicadas en zonas céntricas y cercanas a los diferentes atractivos turísticos. Debido a esto se permitió evaluar estadísticamente aspectos sociodemográficos, motivación, nivel de satisfacción, conocimiento turístico y nivel de marketing. Los resultados arrojaron un perfil de visitantes jóvenes solteros entre los 18 a 22 años con un elevado gusto por la gastronomía como el seco de chivo y por recursos como la Reserva Ecológica Arenillas y la Represa de Tahuín. Este resultado permitió esclarecer la situación actual del cantón Arenillas presentando un alto número de recursos naturales y culturales que con la debida gestión administrativa por parte de las entidades competentes se logrará alcanzar un desarrollo turístico y un mejor aprovechamiento.

**PALABRAS CLAVES:** Aprovechamiento, Motivación, Recursos, Turismo

**ABSTRACT:**

The present study was applied to the Arenillas canton of the Province of El Oro, whose main purpose was to analyze the profile of the visitor who arrives in these lands and thus achieve a better use of the resources. The research was of a qualitative and quantitative methodological type supported in the use of the survey technique applied to 125 people located in central areas and close to the different tourist attractions. Because of this it was allowed to statistically evaluate sociodemographic aspects, motivation, level of satisfaction, tourist knowledge and level of marketing. The results yielded a profile of young single visitors between the ages of 18 and 22 with a high taste for gastronomy such as goat dry and resources such as the Arenillas Ecological Reserve and the Tahuín Dam. This result made it possible to clarify the current situation of the Arenillas canton by presenting a large number of natural and cultural resources that with the proper administrative management by the competent entities will be able to reach a tourism development and better use.

**KEYWORDS:** Development, Motivation, Resources, Tourism



## ÍNDICE

<b>RESUMEN</b> .....	7
<b>ABSTRACT:</b> .....	8
<b>INTRODUCCIÓN</b> .....	11
<b>DESARROLLO</b> .....	12
<b>MARCO TEÓRICO</b> .....	12
APROVECHAMIENTO TURISTICO .....	12
PERFIL TURÍSTICO.....	13
MOTIVACIÓN Y TOMA DE DECISIONES .....	13
EL TURISTA QUE VISITA ECUADOR .....	14
<b>METODOLOGÍA</b> .....	15
<b>DIAGNÓSTICO</b> .....	16
DATOS GEOGRÁFICOS DEL ÁREA DE ESTUDIO .....	16
ORGANIZACIÓN SOCIAL Y ECONÓMICA.....	17
SERVICIOS TURISTICOS .....	18
ATRATIVOS TURÍSTICOS .....	19
<b>RESULTADOS Y ANÁLISIS</b> .....	21
PERFIL DEL TURISTA (ASPECTOS SOCIODEMOGRÁFICOS).....	21
MOTIVACIONES .....	22
VALORACIÓN DE SATISFACCIÓN EN LA VISITA Y LOS SERVICIOS .....	24
MARKETING O PUBLICIDAD TURÍSTICA DE ARENILLAS .....	25
<b>DISCUSIÓN DE RESULTADOS</b> .....	26
<b>CONCLUSIONES</b> .....	27
<b>BIBLIOGRAFÍA</b> .....	28
<b>ANEXOS</b> .....	32

## ÍNDICE DE TABLAS

<b>Tabla 1</b> División política del cantón Arenillas .....	16
<b>Tabla 2</b> Establecimientos de alimentos & bebidas del cantón Arenillas .....	18
<b>Tabla 3</b> Establecimientos de alojamiento y operadoras en el cantón Arenillas.....	19
<b>Tabla 5</b> Aspectos sociodemográficos .....	21
<b>Tabla 6</b> Conocimiento de Lugares Turísticos .....	23
<b>Tabla 8</b> Nivel de satisfacción durante la visita .....	24
<b>Tabla 9</b> Medios por los que se obtuvo información .....	25

## ÍNDICE DE IMÁGENES

<b>Imagen 1</b> datos de turistas procedentes del extranjero que visitaron Ecuador con Fines turísticos .....	14
<b>Imagen 3</b> superficie de uso de suelo en el Cantón Arenillas .....	17

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

<b>Gráfico 1</b> Motivaciones de visita al Cantón Arenillas.....	22
<b>Gráfico 3</b> Lugares más visitados o conocidos del cantón.....	23
<b>Gráfico 4</b> Satisfacción en los servicios .....	24

## INTRODUCCIÓN

En los últimos años se ha evidenciado un notable crecimiento que ha tenido la industria del turismo en todo el mundo, avance que ha permitido el impulso de distintos lugares dueños de potencialidad, llegando a convertirse en tendencias para el sector. No obstante, uno de los requisitos fundamentales para asegurar la rentabilidad de estos lugares es brindar un atractivo único enlazado a la experiencia del visitante que establezca un modelo competitivo en relación con otros destinos de similar encanto.

Teniendo en cuenta que un destino turístico se destaca por la capacidad de poder ofrecer servicios acompañados de bienes mobiliarios que presenten mejores condiciones logrando satisfacer a la demanda turística. Y una de las características que incide en la decisión del turista es la zona geográfica; es decir todo aquello que concierne el espacio donde el visitante consume.

Al mismo tiempo que el turismo evoluciona, las necesidades del turista lo hacen también; actualmente ya no basta simplemente con que un destino demuestre características únicas; si no que debe brindar todas las facilidades para que el turista llegue a él. El turismo en Ecuador se ha ido estimulando ascendentemente, ya que debido a su gran diversidad de flora y fauna se ha convertido en un destino muy apetecido por visitantes extranjeros, lo que ha permitido un desarrollo en beneficio al sector de servicios.

La provincia de El Oro lugar perteneciente a la zona litoral o costa ecuatoriana se destaca debido a la variación de pisos climáticos, exponiendo un exuberante paisaje costero, montañoso, vegetativo, faunístico, etc., que atrae la atención de turistas en varios rincones caracterizados por sus rasgos. Es por ello; que esta investigación es efectuada debido a la necesidad de analizar el perfil turístico de los visitantes que llegan explícitamente a uno de los cantones de la provincia; reconocidos por su bosque seco, como lo es Arenillas.

La problemática de esta investigación parte de la escasez de investigaciones referentes al conocimiento de las prioridades o necesidades del turista que visita Arenillas, lo que ha ocasionado un inapropiado aprovechamiento de los recursos y un estancamiento en el desarrollo turístico del cantón. Para el cumplimiento de esta investigación se plantea como objetivo general: examinar los gustos, preferencias, motivación, de los visitantes que llegan a Arenillas. Los objetivos específicos son: 1) Realizar un trabajo de campo

para la recolección de información. 2) Describir mediante los resultados investigativos si el cantón cumple con las necesidades del visitante.

## **DESARROLLO**

### **MARCO TEÓRICO**

El turismo se ha convertido en el motor más poderoso del mundo, Gordon (2015) manifiesta que los impulsos turísticos se han venido evidenciando desde los chimpancés, delfines, hasta humanos. Además, es concebido como el motor que impulsa la economía de un país enfocado a la generación de divisas, plazas de empleo, mejoramiento de la matriz productiva, crecimiento empresarial. Medio que ha permitido alcanzar el desarrollo en algunos sitios o destinos turísticos donde los recursos o atractivos turísticos son aprovechados de manera responsable

Un claro ejemplo es el estudio realizado por Guevara Romero, Téllez Morales, & Flores Lucero (2015) sobre el aprovechamiento sustentable en las comunidades indígenas de los recursos aplicado en Sierra Norte del Estado de Puebla, muestran que el uso del suelo es uno de los factores más importantes en temas de sustentabilidad alegando la importancia de conocer sus efectos o tipos con la finalidad de concebir tanto la conciliación, apropiación e identidad de sus transformaciones frente a la usabilidad del territorio que le dan las comunidades con dependencia a la visita de turistas.

Ratificando que el poder analizar el territorio resulta indispensable, ya que se estudian las formaciones socio espaciales, la relación que existe entre individuos o sociedades, como medios para lograr el aprovechamiento del entorno.

### **APROVECHAMIENTO TURISTICO**

Para Rodríguez & Castro (2015) el aprovechamiento turístico está relacionado con el análisis del perfil de turistas y visitantes, considerándolo un acercamiento hacia la valoración de los recursos de manera que se contribuya con la preservación de este. Por otro lado, Jasso & Abellán (2015) exteriorizan que la adaptación del comportamiento del visitante frente al uso de recursos naturales han ocasionado altos impactos ambientales negativos; debido a que los turistas aun practican hábitos contaminantes y depredadores hacia el ecosistema, causando daños severos como la erosión, deterioro del medio ambiente, contaminación de aire y agua, entre otros.

Sobre la base de las características de comportamiento espacial y temporal de los turistas y las relaciones entre las regiones escénicas, seleccionamos dos tipos de "regiones de desarrollo potencial"; estas son aquellas 'regiones de desarrollo potencial' cercanas a los puntos escénicos centrales y aquellas con características de agrupamiento.

## **PERFIL TURÍSTICO**

El poder estudiar el perfil turístico permite a destinos conocer las motivaciones o hechos que inciden en la decisión final del turista, contribuyendo a la realización de mejoras dentro de un recurso, lográndose mayores ingresos de divisas, como medio de avances económicos. Sandoval & Bastidas (2015) consideran muy necesario conocer los hábitos del viajero debido a que esto supondrá un mejor aprovechamiento, debido a que se procederá a realizar inversiones tanto públicas como privadas de una manera muy planificada. En concordancia Orgaz-Agüera & López-Guzmán (2015) reflexionan que el poder estudiar al perfil del turista permitirá que los destinos adapten sus servicios acorde a las preferencias y necesidades de la demanda ayudando a que mejore la imagen de destino y por ende alcance competitividad de manera internacional.

En un estudio realizado por Vallejo-Pousada, Vilar-Rodríguez, & Lindoso-Tato (2018) aplicado a España, analizan las razones de crecimiento de la actividad turística, concordando que los factores que admite que esto suceda son los gustos de los turistas y las características geográficas: como el paisaje, la cercanía a Francia, clima etc., determinando que la principal motivación es de tipo territorial.

Lew & McKercher (citado en Mckercher, Hardy, & Aryal (2019), expresan que, para conocer la gestión a emprenderse territorialmente, se debe entender primeramente los movimientos turísticos en un destino, debido a que implica una fundamental actuación para el desarrollo de ofertas o productos. Donde se analice las trayectorias, movimientos, transcurso de los turistas en una dirección orientada en un destino (Li, Xie, & Gao, 2018)

## **MOTIVACIÓN Y TOMA DE DECISIONES**

En la geografía desde el punto de vista del comportamiento existe la suposición de que éste se encuentra precedido por la toma de decisiones conscientes y deliberadas; es decir, que se actúa con impulso (Grinberger, 2019). Por ello, el número de estudios que se centran en los movimientos turísticos han ido en crecimiento, siendo la cartografía una de las herramientas precisas para conocer las trayectorias de espacio y tiempo en un

territorio (Sarmiento, 2017). Y con esto, las herramientas en apoyo a la toma de decisiones han buscado la manera de integrar la información de manera sistemática para así evaluar fácilmente las alternativas, teniendo en cuenta las incertidumbres (Lynch, Taylor, & McCright, 2016).

La experiencia del turista empieza desde el conocimiento sobre la práctica de otros turistas, donde los relatos adecuados y de mayor relevancia son susceptibles para direccionarse por un destino (Pérez-Martínez & Dolader, 2018). El turismo está destinado para personas con tiempo libre (Estrada-González, 2017). Siendo considerada una de las determinantes más importantes para visitar un lugar y una de las principales motivaciones para emprender un viaje.

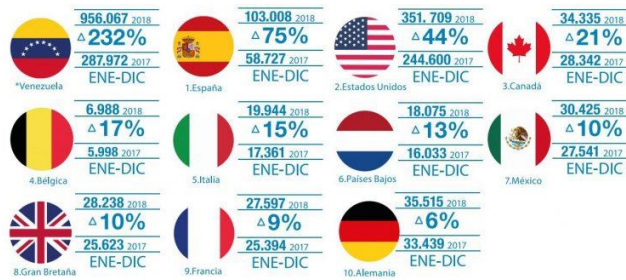
Teniendo en cuenta que la motivación tiene relación con las necesidades del turista. La necesidad por realizar algo nuevo, por salir de la rutina, por conocer nuevos lugares, practicar u obtener nuevos conocimientos etc. Para Cruz, Valle, Ruiz, & Paredes (2017) las circunstancias o entornos son factores que inciden en la motivación, y a medida que las personas ven su necesidad satisfecha, los componentes motivacionales van evolucionando o cambiando.

## **EL TURISTA QUE VISITA ECUADOR**

El tipo de turistas que visitan Ecuador responde a varios factores; algunos llegan para practicar el turismo de sol y playa centradas en el esparcimiento, descanso y disfrute en la zona costera, así con lo constatan Franco, Naranjo, & Franco Mauricio (2017) en su investigación realizada en la playa montañita de la provincia del Guayas, resultando una de las principales motivaciones; la práctica de surf, el disfrute de la playa, el descanso, la naturaleza, la diversión y la vida nocturna.

De igual manera, existen motivaciones culturales, donde turistas buscan el poder disfrutar de tradiciones, costumbres, riquezas patrimoniales de los pueblos ecuatorianos. (Monge & Perales (2016) en un trabajo investigativo enfocado al turismo cultural, identifican el tren crucero de Ecuador como una de las alternativas más aprovechables para conocer la historia de los pueblos, ya que existe una participación por parte de las comunidades con el turista.

**Imagen 1** datos de turistas procedentes del extranjero que visitaron Ecuador con Fines turísticos



**Fuente:** Ministerio de Turismo (2019)

Según la imagen 1, se puede observar que las personas que más visitaron tierra ecuatoriana responden a los países de Venezuela con un crecimiento de 232% en lo que va los meses de enero a diciembre del año 2018, los otros países con menor porcentaje como Bélgica con 17%, Alemania 6%, España 75%, EE. UU. 44%, Canadá 21%, Italia 15%, México 10%, Países Bajos 13%, Gran Bretaña 10%, Francia 9%. Obteniéndose resultados positivos según la balanza obtenida por el Banco Central del Ecuador. El ministerio de turismo de igual forma implementó una herramienta denominada geo Vit que sirve para medir el desplazamiento interno, donde destacaron el mayor número de visitas en Guayaquil, Quito y Cuenca durante el año 2018.

## METODOLOGÍA

El objeto de estudio correspondió al cantón Arenillas, ubicado en la provincia de El Oro

Para la elaboración de este trabajo investigativo se empleó el método descriptivo como medio para exponer de manera narrativa la realidad que se está estudiando, de igual forma se utilizó el método bibliográfico-documental con la finalidad de encontrar información en documentos, sitios web, páginas organizacionales, libros, revistas que sirvan como ayuda a la culminación de este trabajo

La investigación se basó en un trabajo de campo, fue de tipo cualitativa por la descripción de características y cualidades del objeto de estudio, y de tipo cuantitativa gracias al análisis e interpretación por medio de gráficos y sistemas estadísticos. Estudio efectuado con el apoyo de la técnica de la observación directa y la encuesta realizada con preguntas de opción múltiple y escala aplicada a 125 personas, donde se requería datos sobre aspectos sociodemográficos, ocupación, conocimiento, motivaciones y puntos de vista referentes al sector servicios en el cantón Arenillas para un análisis más profundo.

## DIAGNÓSTICO

### DATOS GEOGRÁFICOS DEL ÁREA DE ESTUDIO

El área por estudiarse corresponde al cantón Arenillas, perteneciente a la provincia de El Oro, Ecuador, luego de haber permanecido siendo parroquia por largos años, en 1955 se posiciona como cantón. Limita al norte con el archipiélago de Jambelí del cantón Santa Rosa, al sur con Las Lajas, al este con Piñas y Santa Rosa; mientras que al oeste limita con el País Perú. Según el instituto de estadísticas y censos INEC mencionados en el sistema de información nacional (2015) cuenta con 26.844 de habitantes con respecto al año 2014. Quien rige el sistema político es el Gobierno Autónomo descentralizado Municipal del cantón Arenillas.

Según Sandoval Carrión (citado en el plan territorial (2015), el origen del nombre del cantón se derivó por la presencia de una arenilla ploma que se podía observar a orillas del río del mismo nombre, siendo concurrido por los famosos Gambusinos; quienes lavaban el oro en este río.

**Tabla 1** División política del cantón Arenillas

PARROQUIA URBANA	AÑO DE FUNDACIÓN	COMUNIDADES
ARENILLAS	1955	El Toro, La Cuca, Los Guayacanes, Santa Lucía, San Juan, Santa Marianita, La Palma, Cañas, Batanes, Puerto la Pitaya, El triunfo, Tahuín, San Vicente, El Porvenir, Las Colembas, Cooperativa del Pacífico, La Aguada, El Blanco
PARROQUIAS RURALES	AÑO DE FUNDACIÓN	COMUNIDADES
CHACRAS	1984	Chacras es su cabecera parroquial, y presenta sitios como: el Balsalito, la Y de Chacras que conecta hacia Huaquillas, Los quemazones, Cristo Rey y el sitio La Isla
CARCABÓN	1993	Cabecera parroquial es Carcabón, sus recintos o sitios son: Guabillo, Rancho Chico y la Quebrada Seca.
PALMALES	1975	Comprende los sitios Tahuín, Las Mercedes, Voluntad de Dios, El progreso, La Florida, 9 de octubre, Santa Elena, Unión Lojana, San Pedro, La Primavera.

**Elaboración:** Rivera Daniela

**Fuente:** Plan de desarrollo y Ordenamiento Territorial de Arenillas (2015)

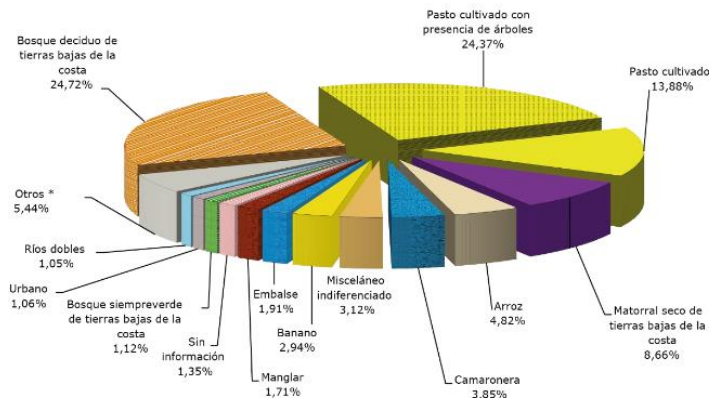
**SUPERFICIE:** el cantón Arenillas ocupa un total de 81178.52 hectáreas

**USO DEL SUELO:** presenta un suelo de cambio estacional entre húmedo a semiárido conocido como alfisol con un total del 40%, también se encuentra en gran proporción los suelos en zonas secas o áridas conocido como suelo Aridisol con un 16,6%, y un 15% del suelo lo ocupa el iceptisol conocido por la presencia de minerales con arcilla



que se desarrolla comúnmente en zonas de clima frío (GAD Arenillas, 2015). La mayoría de suelo que se presenta en el cantón es de tipo arcilloso, clase textura fina.

**Imagen 2** superficie de uso de suelo en el Cantón Arenillas



\* Otros agrupa todos los usos y coberturas menores a 1% en relación al área del cantón

**Fuente:** Plan de Ordenamiento Territorial del Cantón Arenillas (2015)

La mayor parte del suelo del cantón Arenillas es presenciado por Bosques deciduos de la parte baja de la zona costera, seguido por un alto porcentaje de árboles, pasto cultivado, matorrales, sembríos de arroz, manglares, embalse, banano, ríos y otros más; demostrándose la variada fertilidad de suelos y el aprovechamiento de cada espacio de manera productiva.

De igual forma el cantón presenta una enorme cobertura vegetal que varía de acuerdo con la ubicación, clima o temperatura donde se acentúa. Observándose plantas como el laurel, el cedro, el ceibo, guayacán, algarrobo, bototillo, guarumo, pechiche. Cultivos que han servido para la productividad de la población lo que ha originado sobreexplotación en estas especies, y que de no existir un aprovechamiento sostenible podría ocurrir la decadencia de la especie talada o usada.

## ORGANIZACIÓN SOCIAL Y ECONÓMICA

El GAD municipal del cantón Arenillas es el encargado por velar por las necesidades de la población en cada una de las parroquias, sitios o recintos. Pero debido a la falta de cohesión y la desorganización para cumplir con la escasas presente en algunos sitios; se ha originado la presencia de comités u organizaciones de tipo productivas, comunales; quienes se esfuerzan por mejorar la vida y condiciones de los pobladores a nivel rural - urbano.

Según los estudios realizados por el sistema nacional de información (2015), las principales actividades desarrolladas son de tipo agropecuarias (productoras de cacao,

de limón, cultivo de arroz, mango, piña, zapote, naranja, entre otras). De igual forma gran parte de la población se dedica a la comercialización de productos como insecticidas, pesticidas, abonos, mientras que un bajo porcentaje se dedica a la construcción

## SERVICIOS TURISTICOS

El cantón Arenillas en el aspecto turístico, representa una parte fundamental para el desarrollo de turismo de naturaleza en la provincia de El Oro, debido a la presencia de su extenso bosque seco que comparte con el cantón Huaquillas, mismo que ha servido como protección a la sequía del lado tumbesino. Piperno DR, Dillehay (citado en Escribano-Ávila, y et., (2017) consideran que estos bosques son dueños de suelos fértiles acompañados de un clima modoso, favoreciendo a que existan asentamientos y una rica productividad. Destacando la variedad de flora, fauna presentes en este tipo de espacios.

Así como Arenillas avanza en su promoción turística, también se ha originado la expansión de empresas que complementan la oferta, brindando la facilidad a los visitantes, convirtiéndose en un destino que a medida que va mejorando atrae mayores registros y por ende ingresos económicos para el lugar.

**Tabla 2** Establecimientos de alimentos & bebidas del cantón Arenillas

Tipo	Subtipo	Nombre	Categoría	Ubicación
Alimentos & bebidas	Restaurante	La huella Arenillas	Tercera	Arenillas, cabecera cantonal
Alimentos & bebidas	Restaurante	Jenyr	Tercera	Arenillas, cabecera cantonal
Alimentos & bebidas	Restaurante	Cefa	Cuarta	Arenillas, cabecera cantonal
Alimentos & bebidas	Restaurante	Loonygkrusty burger	Tercera	Arenillas, cabecera cantonal
Alimentos & bebidas	Restaurante	Alex mar	Tercera	Arenillas, cabecera cantonal
Alimentos & bebidas	Restaurante	La Choza	Segunda	Chacras
Alimentos & bebidas	Restaurante	Katty	Tercera	Arenillas, cabecera cantonal
Alimentos & bebidas	Bar	Bar terapia	Tercera	Arenillas, cabecera cantonal
Alimentos & bebidas	Bar	Bar bembé	Tercera	Arenillas, cabecera cantonal
Alimentos & bebidas	Bar	Bar club la 3	Segunda	Arenillas, cabecera cantonal

**Elaboración:** Rivera Daniela

**Fuente:** Catastro turístico (Mintur, 2015)

**Tabla 3** Establecimientos de alojamiento y operadoras en el cantón Arenillas

<b>Tipo</b>	<b>Subtipo</b>	<b>Nombre</b>	<b>Categoría</b>	<b>Ubicación</b>
Alojamiento	Hostal	Imperial	Tercera	Arenillas, cabecera cantonal
Alojamiento	Hotel	Hillary Nature Resort	Lujo	Arenillas, cabecera cantonal
<b>Tipo</b>	<b>Subtipo</b>	<b>Nombre</b>	<b>Categoría</b>	<b>Ubicación</b>
Operación e Intermediación	Operadora	Aventour & Arenillas	Operadora	Arenillas, cabecera cantonal

**Elaboración:** Rivera Daniela

**Fuente:** Catastro turístico (Mintur, 2015)

## **ATRATIVOS TURÍSTICOS**

El cantón Arenillas es dueño de un extenso territorio con riquezas naturales, lo que ha conllevado que existan variedad en ofertas de atractivos desde balnearios, recorridos o caminatas en la naturaleza, turismo de expedición, entre otros. Transformando a Arenillas en un lugar de destino muy apetecido por científicos o investigadores que ubican su atención en la diversidad de especies faunísticas y flora.

El balneario Santa Marianita y la cascada el Blanco son recursos en los cuales la comunidad se ha unido para mejorar la imagen, conformando directivas que en conjunto con el trabajo organizado han logrado ubicar señaléticas dentro del atractivo, además la misma comunidad se encarga de brindar el servicio de alimentos y bebidas. Por su parte, la cascada el Blanco cercana a las comunidades de Voluntad de Dios, Las Mercedes y Tahuín Chico, destaca precaria actuación en las vías de acceso. Las personas que visiten este atractivo pueden llegar en carro hasta la entrada donde existe un local de comidas. De ahí emprenderán una caminata de 10 a 15 minutos teniendo que realizar bajadas peligrosas para llegar al río.

La Reserva Ecológica Arenillas es una de las áreas más importantes del país, debido a la presencia de vegetación y ecosistemas que ayudan al manejo sustentable de los recursos naturales y que además sirve como beneficio para las comunidades. Caracterizada por su flora diversa donde se puede presenciar ceibos, bototillo, algarrobo, palo santo, la pitahaya; en fauna se presencia al venado cola blanca, ardillas, el perro de monte que es muy común observarlo en una caminata. Una de las principales desventajas de este lugar es la llegada al centro de interpretación, si es por caminata dura alrededor de 1

hora, pero si se va en carro propio unos 15 a 20 minutos. De igual forma no existe el servicio de alimentación dentro del recurso.

La Represa Tahuín fue construida con la finalidad de apoyar en el servicio de riego, control de inundación, proveer agua potable y como atractivo turístico en la provincia. A pesar de que no ha sido aprovechada para estos fines específicos, se encuentra actualmente con proyectos para lograr la recuperación del entorno. este sitio es muy apetecido para el desarrollo de turismo acuático como el kayak.

El parque alhajuela es caracterizado por su edificación arquitectónica, su nombre fue dado debido a los repartos militares asentados en este lugar y que eran denominados alhajuela. Este lugar es muy apetecido por las familias del cantón debido a la facilidad para llegar y los servicios que ofrecen en sus alrededores. Siendo un atractivo de recreación

La casa de manuela Sáenz se encuentra a 5 km desde la entrada o Y hacia la comunidad Chacras, en los actuales momentos es utilizada como tenencia política y no se le da el adecuado uso que merece. Su estructura se encuentra en estado conservado dado que ha sido reconstruida, en la parte delantera de su fachada se encuentra un monumento a Manuela Sáenz. Y actualmente cuenta con un área de museo donde se exponen algunos artículos históricos. La única actividad que puede realizarse es un recorrido por el museo y tomarse fotografías.

## RESULTADOS Y ANÁLISIS

De acuerdo con el censo realizado por el INEC 2014 plasmado en el ordenamiento territorial (2015); la población total del cantón Arenillas corresponde a 26.844 de los cuales el 53% son de sexo masculino y 47% del femenino. De acuerdo con estos datos se establecieron un número de encuestas a aplicarse siendo un total de 125. Para un mejor entendimiento, los resultados han sido clasificados según datos sociodemográficos, motivaciones, conocimiento, satisfacción.

### PERFIL DEL TURISTA (ASPECTOS SOCIODEMOGRÁFICOS)

**Tabla 4** Aspectos sociodemográficos

<b>SEXO</b>	
Masculino	54%
Femenino	46%
<b>Total</b>	<b>100%</b>
<b>EDAD</b>	
18-22	22%
23-27	18%
28-32	14%
33-37	13%
38-42	17%
43-47	9%
47 a más	7%
<b>Total</b>	<b>100%</b>

**Elaboración:** Rivera Daniela

**Fuente:** Trabajo de campo 2019

<b>ESTADO CIVIL</b>	
Soltero (a)	50%
Casado (a)	33%
Divorciado (a)	6%
Unión libre	10%
Viudo	1%
<b>Total</b>	<b>100%</b>
<b>OCUPACIÓN</b>	
Estudiante	36%
Comerciante	25%
Empresario	18%
Desempleado	15%
Jubilado	6%
<b>Total</b>	<b>100%</b>

**Elaboración:** Rivera Daniela

**Fuente:** Catastro turístico

Del total de 125 encuestas aplicadas en las distintas zonas pobladas de Arenillas, el 54% estuvo representado por hombres; mientras que mujeres un 46%. De acuerdo con el rango etario calificado en un intervalo de cinco; resaltaron personas entre 18-22 años con un 22%, seguido de un 18% con 23-27 años, de 38-42 años con 17%, y el menor porcentaje de 7% que correspondió a personas entre los 47 años a más. En cuanto al estado civil de las personas encuestadas la mayoría son solteros con un 50%, mientras que el 33% correspondió a casados, un 10% en unión libre, divorciados el 6%, y 1% en viudo.

De estas derivaciones, el mayor nivel de ocupación presente corresponde a estudiantes universitarios, continuado por los comerciantes con un 25%, un 18% de empresarios, el 15% desempleado y un 6% de jubilados. En un estudio similar realizado por Ullauri, Rincón, & Martínez (2017) sobre el turismo idiomático aplicado en la ciudad de

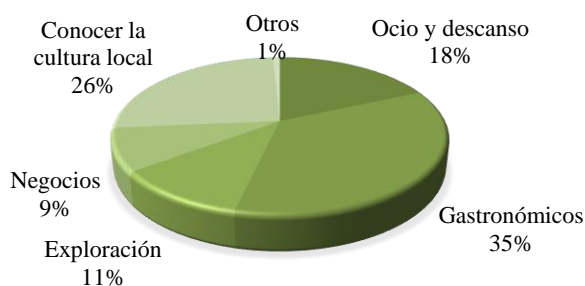
Cuenca, fueron utilizadas variables similares que sirvieron para identificar el perfil del visitante, alegando que estos resultados ayudan a la promoción turística, permitiéndoles a destinos y empresarios crear productos acorde a los rasgos de los visitantes.

## MOTIVACIONES

En un estudio realizado por Correa & Leiva (2016) con propósito a identificar las tipologías del turista potencial, mencionan al factor motivación como la variable que influye en la decisión de visita a un destino. Por lo cual esta variable fue analizada obteniendo los resultados plasmados en el **gráfico 1**, donde los turistas calificaron con un mayor porcentaje la gastronomía del cantón con un 35% destacando a platos de seco de chivo, seco de pato, seco de gallina como los más apetecidos debido a que la crianza es campera. En un estudio similar aplicado por Gálvez, Fernández, & Guzmán (2015), sobre la degustación de vino en España, dedujeron entre los resultados a la gastronomía como el segundo elemento más importante de motivación para el turista

Seguido de un 26% que dice visitar el cantón por conocer la cultura; refiriéndose a las costumbres e identidades innatas entre ellas se nombraron la crianza de aves de corral, el cultivo de banano y limón, además mencionaron la presencia de vestigios y riqueza histórica cultural por ciertos sitios donde ocurrió la guerra del año 41. Un 18% respondió al ítem ocio y descanso aludiendo la existencia de lugares como la Choza, Chozón, Tomas Adventure donde pueden distraerse, desestresarse y alejarse de lo cotidiano.

**Gráfico 1** Motivaciones de visita al Cantón Arenillas



**Elaboración:** Rivera Daniela  
**Fuente:** Trabajo de campo 2019

Un 11% respondió a la variable exploración mencionando que visitan el cantón para realizar estudios investigativos de especies dirigidos por la Universidad particular de Loja y la Universidad Metropolitana de Quito, siendo aplicados en la Reserva Ecológica Arenillas y la Represa Tahuín. Por negocios un 9% resaltando la venta de limón,

mangos, plátanos, gallinas, patos. Por último, el ítem otros con el 1% donde se resaltó el turismo de naturaleza.

**Tabla 5** Conocimiento de Lugares Turísticos

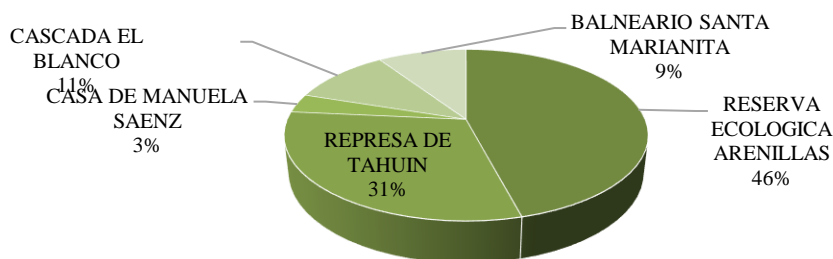
<b>Porcentaje de quienes conocen y no conocen lugares turísticos de Arenillas</b>	
SI	68%
NO	32%
Total	100%

**Elaboración:** Rivera Daniela

**Fuente:** Trabajo de campo 2019

Según la **Tabla 6** un 68% señaló conocer lugares turísticos del cantón, mientras que un 32% dijo no conocer indicando que si han escuchado pero que no los han visitado.

**Gráfico 2** Lugares más visitados o conocidos del cantón



**Elaboración:** Rivera Daniela

**Fuente:** Trabajo de campo 2019

De las personas que han visitado y conocen los atractivos del cantón Arenillas, un 46% destacó la visita hacia la Reserva Ecológica Arenillas mencionando que los más atrayente de este lugar es la diversidad de flora y las diversas especies de animales que pueden ser vistas durante el recorrido por los senderos. Un 31% se direccionó en cambio por la represa de Tahuín destacando la práctica de deportes acuáticos como el Kayak y la bella vegetación que la rodea. Un 11% dijo conocer la cascada el blanco indicando que la accesibilidad es una desventaja ya que el camino en épocas lluviosas es muy fangoso pero que, en sí este lugar es uno de los más hermosos para disfrutar en familia.

El 9% mencionó al Balneario Santa Marianita, concordando a que este lugar es de mucha ayuda para distraerse debido a la presencia de pistas de baile, locales de comida rápida que ayudan a complementar el servicio para los visitantes. Por último, un 3% señaló conocer la casa de Manuela Sáenz ubicada en la parroquia Chacras, destacando

que no se le da el aprovechamiento, y que actualmente es utilizado por la tenencia política.

## VALORACIÓN DE SATISFACCIÓN EN LA VISITA Y LOS SERVICIOS

**Tabla 6** Nivel de satisfacción durante la visita

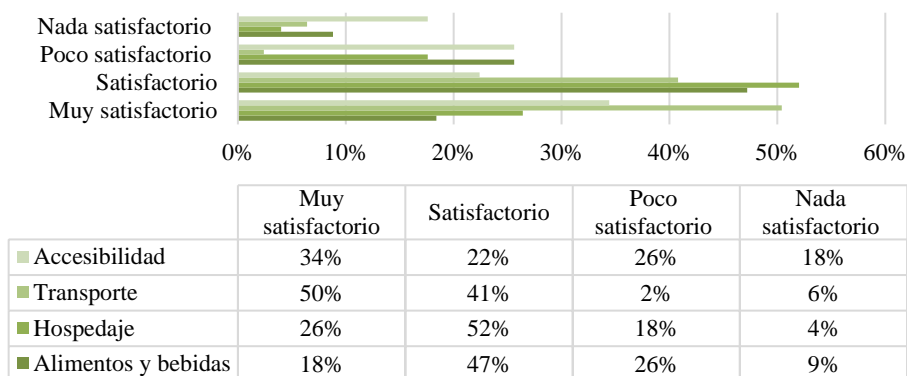
ASPECTOS	PORCENTAJE
Excelente	42%
Bueno	21%
Regular	30%
Malo	5%
Pésimo	2%
Total	100%

**Elaboración:** Rivera Daniela

**Fuente:** Trabajo de campo 2019

Según los encuestados, un 42% indicó un nivel de satisfacción excelente recalando el cumplimiento de su actividad y que no presenciaron ningún obstáculo, mientras que un 30% lo calificó como regular señalando que la visita se desarrolló con normalidad, un 21% estimó como buena la satisfacción correspondiendo a personas que visitan casi todos los días el cantón ya sea por negocio, estudios, entre otros. Un 5% y 2% lo apreciaron de manera mala y pésima respectivamente debido al servicio de transporte que era imposible obtenerlo o salía a un alto precio para dirigirse a sitios lejanos de la cabecera cantonal como Chacras, la Reserva ecológica, etc.

**Gráfico 3** Satisfacción en los servicios



**Elaboración:** Rivera Daniela

**Fuente:** Trabajo de campo 2019

En una la investigación titulada Análisis del perfil y satisfacción del turista que visita montaña-Ecuador realizada por W. Carvache Franco; Torres-Naranjo & Carvache Franco (2017) deducen que los servicios ofrecidos sean de alimentación, alojamiento,



transporte, información turística influye demasiado en la satisfacción del turista, tornándose una fuente para fidelizar un retorno. Partiendo de este resultado se consideraron las mismas variables para este estudio de los cuales se obtuvieron los siguiente resultados plasmados en el **Grafico 4**, en servicios de alimentos y bebidas un 47% lo ubicó como satisfactorio, un 26% poco satisfactorio debido a que lugares como la Reserva Ecológica no cuentan con esta facilidad resultando incomoda la vista, mientras un 18% lo considera muy satisfactorio y un 9% nada satisfactorio. El servicio de hospedaje en cambio obtuvo un 52% en satisfactorio resaltando el servicio del Hillary Resort, un 26% lo consideró muy satisfactorio por la misma razón, poco satisfactorio un 18% y nada satisfactorio un 4% recalándose la escasas de este tipo de servicio en lugares cercanos a los atractivos.

El transporte para un 50% de encuestados fue muy satisfactorio, satisfactorio un 41% mencionando que existen unidades de movilidad que les permitieron llegar a su destino. Mientras un 2% lo consideró poco satisfactorio y un 6% nada satisfactorio debido a los precios que debían pagar. En el tema accesibilidad un 34% la indicaron como muy satisfactoria debido a las excelentes calles de primer y segundo orden, por otro lado, un 26% opina que este servicio fue poco satisfactorio debido al difícil acceso hacia algunos atractivos, un 22% discurre que fue satisfactorio. Un 18% en cambio lo distinguió como nada satisfactorio. En la investigación realizada por Carrillo & Boujrouf (2017), que trata sobre un turismo accesible para todos en Marrakech, enfatizan que la infraestructura, señalética, transporte como medios para lograr un servicio de accesibilidad integrado, facilitando el acceso, visualización y recepción de información por parte del turista

## MARKETING O PUBLICIDAD TURÍSTICA DE ARENILLAS

**Tabla 7** Medios por los que se obtuvo información

Ha visualizado publicidad sobre Arenillas	19%
Recomendación de amigos o familiares	25%
Por medio de promociones de Agencias de Viajes	22%
Por internet (redes sociales)	34%
Total	100%

**Elaboración:** Rivera Daniela

**Fuente:** Trabajo de campo 2019

De acuerdo con los resultados expuestos se puede observar que las redes sociales o uso de internet ha beneficiado enormemente el índice de visita del cantón Arenillas con un

34%. También se puede visualizar que el marketing referencial o de boca a boca no se queda a un lado con un total del 25% quienes han visitado el cantón debido a recomendaciones o comentarios de amigos y familiares. Las agencias de viaje también han ayudado con la promoción siendo un 22% de visitantes que han conocido Arenillas debido a la operación de estas empresas. Mientras un 19% comenta haber visualizado publicidad de Arenillas por medio de stands, trípticos o folletos que han encontrado en el ministerio de turismo. Concordando con los resultados expuestos donde el primer lugar lo ocupan las redes sociales; el autor Yejas (2016), cuestiona en su trabajo investigativo que la variable promoción o uso de redes sociales es uno de los mecanismos más utilizados en estos años, debido a que el turista antes de tomar la decisión, primeramente, busca información o comentarios acerca del lugar a visitarse..

## **DISCUSIÓN DE RESULTADOS**

Con los resultados obtenidos mediante las encuestas aplicadas, se deduce que el perfil de turista o visitante que llega a Arenillas corresponde a un similar porcentaje entre hombres y mujeres de estado civil solteros comprendidos en un rango de edad entre los 18 y 22 años, quienes en mayor porcentaje son estudiantes. Permittedose identificar un segmento para el cual se podría crear una oferta llamativa que cumpla con los gustos de las personas de esta edad. La motivación de visita en el cantón viene dada por la exuberante gastronomía y los aspectos culturales e históricos que arraiga esta zona. Donde los visitantes destacan la costumbre de criar aves de corral y utilizarlas a éstas para la elaboración de platos.

Por consiguiente, una parte de la estimulación también está relacionada con los lugares turísticos repercutiendo sobre la Reserva Ecológica Arenillas y la Represa de Tahuín como las principales opciones a visitarse debido a las especies y la importancia que representan no solo a nivel local, sino también provincial y nacional. Otro de los factores que influyen en la estratificación de visitantes se encuentran el nivel de satisfacción tanto en la visita como en los servicios ofrecidos en el destino, asegurándose que debe existir una sinergia entre el recurso con los servicios complementarios.

Entre los servicios que más compensaron la expectativa del turista se destaca el transporte debido a la fácil obtención, mientras que la accesibilidad en cuanto a cada atractivo obtuvo un resultado negativo calificado como nada satisfactorio. Por último, la promoción y publicidad realizada para impulsar turísticamente al cantón ha reflejado

una enorme aceptación, siendo las redes sociales el principal medio y una segunda opción muy cerca a esta que es la recomendación de amigos o familiares con un. Destacándose mediante estos resultados que el internet es una de las mayores herramientas si se desea lograr potencializar un destino.

## **CONCLUSIONES**

Se determina que el cantón Arenillas se encuentra con un desarrollo turístico que ha ido en crecimiento, lo cual es evidenciado por el aumento de empresas de restauración, bebidas, recreación y esparcimiento dotados de oferta idónea para atender al turista. Uno de los recursos más utilizados por la población local es el suelo debido a su enorme fertilidad para el cultivo y cosecha de naranjas, mangos, plátanos, piñas; lo que ha conllevado una sobreexplotación o alto uso desmedido que con el pasar del tiempo se ha ido deteriorando.

De igual forma, se logra constatar que existe un número considerable de atractivos naturales y culturales listos a aprovecharse, aunque cabe recalcar que de acuerdo con los resultados investigativos la mayor parte de turistas visitan el cantón Arenillas debido a la variada gastronomía; buscando degustar un seco de chivo, seco de pato, seco de gallina; vistos como lo más atrayente, y que sin duda ha ayudado que el cantón se posicione como un destino gastronómico para algunos visitantes.

El estudio revela la carencia en participación de los organismos pertinentes debido a la mala administración o apoyo en el avance de infraestructura del cantón, donde la accesibilidad hacia algunos atractivos se encuentra en mal estado. Además, no existe señalización de información, el desecho de aguas servidas es realizado en un alto porcentaje por pozos sépticos profundos denotándose una debilidad y desventaja que requiere de una rápida actuación para mejorar la oferta.

Con ello, se ratifica que el poder analizar el territorio resulta indispensable, ya que se estudian las formaciones socio espaciales, la relación que existe entre individuos o sociedades como medios para lograr el aprovechamiento del entorno, sin confundirlo con explotación. Teniendo claro que para que el cantón alcance el desarrollo se debe lograr la sinergia en la actuación de todos los factores y actores generando un equilibrio con miras a mejorar la calidad de vida para todos.

Es importante terminar indicando que el cantón no cuenta con un registro de turistas que visitan Arenillas, por lo cual se deduce de acuerdo con la investigación planteada que el turista que mayormente visita Arenillas corresponde a un rango etario entre los 18 a 22 años en su mayoría estudiantes motivados por la gastronomía, con un nivel alto de satisfacción por el servicio facilitado y atraídos por recomendaciones de amigos o familiares o por la publicidad de redes sociales.

## **BIBLIOGRAFÍA**

- Carrillo, M., & Boujrouf, S. (2017). Turismo accesible para todos. Análisis del grado de accesibilidad de las infraestructuras turísticas de transporte de Marrakech. *Revista Turydes: Turismo y Desarrollo*, 10(23), 1-17.
- Correa, A. D., & Leiva, F. M. (2016). Análisis de los determinantes de la predisposición a visitar un destino de turismo de bienestar: Tipologías del turista potencial. *Tourism & Management Studies*, 12(2), 84-95. Obtenido de <http://dx.doi.org/10.18089/tms.2016.12210>
- Cruz, M. E., Valle, A. T., Ruiz, M. E., & Paredes, M. D. (2017). Las competencias y la motivación del recurso humano en el sector turístico. *Augusto Guzzo Revista Acadêmica*, 1(19), 55-71. Obtenido de <http://www.fics.edu.br/>
- Escribano-Ávila, G., Cervera, L., Ordóñez-Delgado, L., Jara-Guerrero, A., Amador, L., Paladines, B., . . . Espinosa, C. I. (2017). Patrones de Biodiversidad y procesos ecológicos en los bosques secos neotropicales: la necesidad de conectar la investigación y la gestión para la conservación a largo plazo. *Biodiversidad neotropical*, 3(1), 107-116. Obtenido de DOI: 10.1080 / 23766808.2017.1298495
- Estrada-González, A. E. (2017). Turismo social, adultos mayores y educación. *World Leisure Journal*, 22-29. Obtenido de DOI: 10.1080 / 16078055.2017.1393872
- Franco, W. C., Naranjo, M. T., & Franco Mauricio, C. (2017). Análisis del perfil y satisfacción del turista que visita montaña-Ecuador. *Cuadernos de Turismo*(39), 113-129. Obtenido de <http://dx.doi.org/10.6018/turismo.39.290461>
- GAD Arenillas. (enero de 2015). *Plan de Desarrollo y ordenamiento territorial del canton Arenillas*. Obtenido de <http://app.sni.gob.ec/sni->

link/sni/PORTAL\_SNI/data\_sigad\_plus/sigadplusdocumentofinal/0760000420001\_PROPUESTA%20PDyOT%20CANT%20C3%293N%20ARENILLAS%20EI%20Oro\_19-04-2015\_21-31-49.pdf

- Gálvez, J. C., Fernández, G. A., & Guzmán, T. L. (2015). Motivación y satisfacción turística en los festivales del vino: XXXI ed. cata del vino Montilla-Moriles, España. *Tourism & Management Studies*, 11(2), 7-13. Obtenido de <http://dx.doi.org/10.18089/tms.2015.11201>
- Gordon, B. M. (2015). Recorriendo el campo: beca de infraestructura de historia del turismo. *Journal of Tourism History*, 7(1-2), 135-156. Obtenido de DOI: 10.1080 / 1755182X.2015.1059493
- Grinberger, A. Y. (2019). Ponderación de los efectos de la cognición espacial y los anclajes de actividad en la actividad tiempo-espacio. *The Professional Geographer*, 71(1), 52-64. Obtenido de DOI: 10.1080 / 00330124.2018.1455523
- Guevara Romero, M. L., Téllez Morales, M. B., & Flores Lucero, M. d. (2015). Aprovechamiento sustentable de los recursos naturales desde la visión de las comunidades indígenas: Sierra Norte del Estado de Puebla. *Revista Nova scientia*, 7(14), 511-537. Obtenido de <http://www.scielo.org.mx/scielo>
- Jasso, J. M., & Abellán, F. C. (2015). Turismo de naturaleza en áreas protegidas de México. Una propuesta de conservación, aprovechamiento y desarrollo local en el Nevado de Toluca. *Cuadernos de turismo*(36), 339-365. Obtenido de <http://dx.doi.org/10.6018/turismo.36.231041>
- Li, Y., Xie, J., & Gao, X. L. (2018). Un método para seleccionar posibles regiones de desarrollo basadas en GPS y modelos de redes sociales: desde la perspectiva del comportamiento turístico. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 1-12. Obtenido de DOI: 10.1080 / 10941665.2018.1515092
- Lynch, A. J., Taylor, W. W., & McCright, A. M. (2016). Puntos de vista de las partes interesadas sobre la gestión y las herramientas de apoyo a la toma de decisiones para integrar el cambio climático en la gestión del pescado blanco del lago Great Lakes. *American Fisheries Society*, 644-652. Obtenido de DOI: 10.1080 / 03632415.2016.1232960

- Mckercher, B., Hardy, A., & Aryal, J. (2019). Uso de la tecnología de rastreo para mejorar el marketing: perspectivas de una ciudad histórica en Tasmania, Australia. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 1-12. Obtenido de DOI: 10.1080/10548408.2019.1580243
- Mintur. (2015). *Catastro Hoteles, Alojamiento y Operadoras del Canton Arenillas*. Obtenido de <http://servicios.turismo.gob.ec/index.php/30-servicios-mintur/104-catastro-turistico>
- Mintur. (4 de febrero de 2019). *cifras turísticas para Ecuador en 2018* . Obtenido de El turismo ecuatoriano creció un 11% en 2018: <https://www.turismo.gob.ec/el-turismo-ecuatoriano-crecio-un-11-en-2018/>
- Monge, J. G., & Perales, R. M. (2016). El desarrollo turístico sostenible. Tren Crucero del Ecuador. *Estudios y perspectivas en turismo*, 25(1), 57-72. Obtenido de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=180743275>
- Orgaz-Agüera, F., & López-Guzmán, T. (2015). Análisis del perfil, motivaciones, y valoraciones de los turistas gastronómicos. El caso de la República Dominicana. *ARA: Revista de Investigación en Turismo*, 5(1), 43-52. Obtenido de <http://revistes.ub.edu/>
- Pérez-Martínez, V., & Dolader, M. Á. (2018). Narrativa transmedia y turismo experiencial: relatos sobre el patrimonio y la herencia judía en Aragón Sefarad , Iglesia. *Comunicación y Cultura*, 3(3), 389-407. Obtenido de DOI: 10.1080 / 23753234.2018.15352424
- Rodríguez, P. L., & Castro, K. (2015). Evaluación del potencial interpretativo para el aprovechamiento turístico de los sitios destinados a la pesca vivencial de las áreas protegidas de Galápagos. *European Scientific Journal*, 11(20), 56-78. Obtenido de <http://citeseerx.ist.psu.edu/>
- Sandoval, F. M., & Bastidas, N. M. (2015). Perfil del turista que ocupa la planta hotelera de Otavalo, provincia de Imbabura, Ecuador. *Revista Interamericana de Ambiente y Turismo-RIAT*, 11(2), 105-135. Obtenido de <http://dx.doi.org/10.4067/315>

- Sarmiento, J. (2017). Ritmos de caminata de los turistas: 'haciendo' Túnez Medina, Túnez. *Geografía Social y Cultural*, 18(3), 295-314. Obtenido de DOI: 10.1080 / 14649365.2016.1174283
- Ullauri, N., Rincón, N., & Martínez, M. (2017). El turismo idiomático: una alternativa de desarrollo sostenible. *Revista Publicando*, 4(13), 45-61. Obtenido de <https://www.researchgate.net>
- Vallejo-Pousada, R., Vilar-Rodríguez, M., & Lindoso-Tato, E. (2018). La economía del turismo en España, 1900–1939: nuevas fuentes, nuevas metodologías y nuevos resultados. *Journal of Tourism History*, 10(2), 105-129. Obtenido de DOI : 10.1080 / 1755182X.2018.1468495
- Yejas, D. A. (2016). Estrategias de marketing digital en la promoción de Marca Ciudad. *Revista Escuela de Administración de Negocios*, 59-72. Obtenido de <http://www.scielo.org.co/>

## ANEXOS



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE MACHALA**  
**UNIDAD ACADÉMICA CIENCIAS EMPRESARIALES**  
**ADMINISTRACIÓN DE HOTELERÍA Y TURISMO**



El presente instrumento forma parte del trabajo de investigación titulado: **ANÁLISIS DEL PERFIL DE VISITANTE PARA EL APROVECHAMIENTO TURÍSTICO DEL CANTÓN ARENILLAS**, por lo que solicito su participación desarrollando cada pregunta para poder conocer su experiencia, motivaciones de su visita entre otros aspectos.

La información es de carácter confidencial y reservado, ya que los resultados solo serán utilizados para fines investigativos

Agradezco anticipadamente su valiosa colaboración.

**ENCUESTA PARA ANALIZAR EL PERFIL DEL TURISTA EN EL CANTÓN ARENILLAS**

**Sexo:**

F

M

**Lugar de Procedencia:**

**Ocupación:**

**Edad:**

18-22

23-27

28-32

33-37

38-42

43-47

47 a más



**Motivación de la visita al cantón**

Ocio y descanso	<input type="checkbox"/>
Gastronómicos	<input type="checkbox"/>
Exploración	<input type="checkbox"/>
Negocios	<input type="checkbox"/>
Conocer la cultura local	<input type="checkbox"/>

**CÓMO CONOCE EL CANTON**

Ha visualizado publicidad sobre Arenillas	<input type="checkbox"/>
Recomendación de amigos o familiares	<input type="checkbox"/>
Por medio de promociones de Agencias de Viajes	<input type="checkbox"/>
Por internet (redes sociales)	<input type="checkbox"/>

**¿Cuál fue el nivel de satisfacción durante la visita en el cantón Arenillas?**

Excelente	<input type="checkbox"/>
Bueno	<input type="checkbox"/>
Regular	<input type="checkbox"/>
Malo	<input type="checkbox"/>
Pésimo	<input type="checkbox"/>

Especifique.....  
.....  
.....

**Conoce algún atractivo turístico del Cantón**

Si	<input type="checkbox"/>
No	<input type="checkbox"/>

Mencione  
cual.....  
.....  
.....

**En el siguiente rango del 1 a 5 (donde 1 es muy poco probable y 5 muy probable) califique el nivel de posibilidad de recomendación sobre la visita hacia el cantón Arenillas**

1	2	3	4	5

**Si ha adquirido uno de los siguientes servicios, califique el nivel de satisfacción de este.**

	Alimentos y bebidas	Hospedaje	Transporte	Accesibilidad
Muy satisfactorio				
Satisfactorio				
Poco satisfactorio				
Nada satisfactorio				