



UTMACH

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE HOTELERÍA Y TURISMO

LAS PREFERENCIAS DE ESTUDIANTES DE LA UTMACH Y SU
INCIDENCIA EN LA OFERTA TURÍSTICA DE LA PROVINCIA DE EL
ORO.

SANCHEZ HERNANDEZ LAURA CAROLINA
LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN DE HOTELERÍA Y TURISMO

MACHALA
2019



UTMACH

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE HOTELERÍA Y
TURISMO

LAS PREFERENCIAS DE ESTUDIANTES DE LA UTMACH Y SU
INCIDENCIA EN LA OFERTA TURÍSTICA DE LA PROVINCIA DE
EL ORO.

SANCHEZ HERNANDEZ LAURA CAROLINA
LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN DE HOTELERÍA Y
TURISMO

MACHALA
2019



UTMACH

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE HOTELERÍA Y
TURISMO

EXAMEN COMPLEXIVO

LAS PREFERENCIAS DE ESTUDIANTES DE LA UTMACH Y SU INCIDENCIA EN
LA OFERTA TURÍSTICA DE LA PROVINCIA DE EL ORO.

SANCHEZ HERNANDEZ LAURA CAROLINA
LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN DE HOTELERÍA Y TURISMO

NOBLECILLA GRUNAUER MAURICIO SAMUEL

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 Las preferencias de estudiantes de la UTMACH y su incidencia en la oferta turística de la Provincia de El Oro., 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.



NOBLECILLA GRUNAUER MAURICIO SAMUEL

0703877233

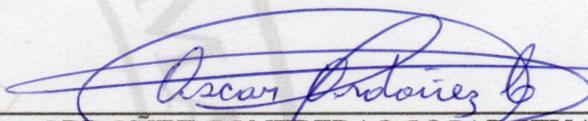
TUTOR - ESPECIALISTA 1



LAZO SERRANO CARMEN ARLENE

0703017780

ESPECIALISTA 2



ORDOÑEZ CONTRERAS OSCAR STUARDO

0702954629

ESPECIALISTA 3

Fecha de impresión: martes 27 de agosto de 2019 - 17:12

Urkund Analysis Result

Analysed Document: PROYECTO PARA URKUND.docx (D54762908)
Submitted: 8/10/2019 3:11:00 AM
Submitted By: lcsanchezh_est@utmachala.edu.ec
Significance: 0 %

Sources included in the report:

Instances where selected sources appear:

0

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

La que suscribe, SANCHEZ HERNANDEZ LAURA CAROLINA, en calidad de autora del siguiente trabajo escrito titulado Las preferencias de estudiantes de la UTMACH y su incidencia en la oferta turística de la Provincia de El Oro., 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.

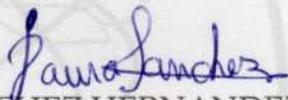
La autora declara que el contenido que se publicará es de carácter académico y se enmarca en las disposiciones definidas por la Universidad Técnica de Machala.

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



SANCHEZ HERNANDEZ LAURA CAROLINA
0927725010

RESUMEN:

El propósito del presente trabajo de titulación es analizar las preferencias de los estudiantes de la Universidad Técnica de Machala mediante una investigación de mercado que determine las características en la oferta turística de la Provincia de El Oro. La metodología de investigación es de tipo enfoque cuantitativo del método inductivo deductivo con un alcance descriptivo explicativo. Se utilizará como instrumento encuestas con preguntas cerradas y tipo escala de Likert teniendo como variables de medición las preferencias de los estudiantes y la oferta turística de las cuales se partió para determinar el grado de estudiantes que viajaban y que mostraban interés y conocimientos sobre la oferta turística y las características del servicio turístico, en la cual se obtuvo resultados positivos ya que la mayoría de los estudiantes han realizado viajes dentro de la Provincia y están interesados en varios aspectos del turismo queriendo que se realicen mejoras para un mejor desarrollo y disfrute de los recursos naturales.

PALABRAS CLAVES: Investigación de mercado, turismo, oferta turística, preferencias de los estudiantes.

ABSTRACT:

The purpose of this degree work is to analyze the preferences of the students of the Technical University of Machala through a market research that determines the characteristics in the tourist offer of the Province of El Oro. The research methodology is of the quantitative approach type inductive deductive method with an explanatory descriptive scope. Surveys with closed questions and Likert scale type will be used as an instrument having as measurement variables the preferences of the students and the tourist offer from which they departed to determine the degree of students traveling and that showed interest and knowledge about the tourist offer and the characteristics of the tourist service, in which positive results were obtained since most of the students have made trips within the Province and are interested in several aspects of tourism wanting improvements to be made for a better development and enjoyment of resources natural.

KEYWORDS: Market research, tourism, tourist offer, student preferences.

CONTENIDO

INTRODUCCIÓN.....	4
Objetivo general.....	5
Objetivo específicos.....	5
DESARROLLO.....	6
Preferencias de los estudiantes.....	6
Oferta turística.....	7
METODOLOGÍA.....	8
Objeto de estudio.....	9
Tamaño de la muestra.....	9
ANÁLISIS DE RESULTADOS.....	10
CONCLUSIONES.....	12
ANEXOS.....	16
Tabla 1.....	19
Tabla 2.....	19
Tabla 3.....	19
Tabla 4.....	20
Tabla 5.....	20
Tabla 6.....	21

Tabla 7.....	21
Tabla 8.....	22
Tabla 9.....	22
Tabla 10.....	23
Tabla 11.....	23
Tabla 12.....	24
Tabla 13.....	24
Ilustración 1.....	19
Ilustración 2.....	19
Ilustración 3.....	19
Ilustración 4.....	20
Ilustración 5.....	20
Ilustración 6.....	21
Ilustración 7.....	21
Ilustración 8.....	22
Ilustración 9.....	22
Ilustración 10.....	23
Ilustración 11.....	23
Ilustración 12.....	24
Ilustración 13.....	24

INTRODUCCIÓN

El turismo ha sido un motor económico de gran índole mundial, proporcionando desde hace tiempo grandes fuentes de trabajo, y ayudando al desarrollo de países enteros siendo así la mejor alternativa para lograr un desarrollo sostenible y una equidad social. (López & López, 2018) A pesar de esto el turismo es solo una parte de una cadena con otros elementos de la misma relevancia que debe estar bien conformada para poder alcanzar este anhelado desarrollo. (López, Tribak, Baali, & Bezzari, 2017)

Es así que se puede decir que el turismo es una actividad productiva que aunque no tiene tantos años de uso como la agricultura o la ganadería puede llegar a ser igual de importante y cumplir las funciones que estas cumplen. (Muñoz, 2017) Pero así como pueden representar la misma capacidad y relevancia no está exenta de las complicaciones como todas las demás entre ellas la competencia y los cambios constantes en materia de oferta y demanda que ponen a lugares como La Provincia de El Oro en la constante necesidad de globalización y mejora constante para estar a la par de otros lugares en temas como es la oferta.

Por otro lado tenemos las preferencias de los estudiantes o de cualquier consumidor las cuales se pueden resumir como el conjunto de actitudes, su sensibilidad ante las cuestiones propuestas y su valoración acerca de los productos ofertados. (Vargas, López, & Martínez, 2014) En los jóvenes los aspectos pueden variar dependiendo de algunos aspectos como las TIC su sexo, época y formación educativa lo cual es un punto a analizar si se desea entender las preferencias de los estudiantes. (García, Melendro, & Blaya, 2018)

Es por esto que el presente trabajo se dirigirá a los estudiantes de la Universidad Técnica de Machala, ya que nichos como estos a pesar de que brindan nuevas oportunidades de innovación y desarrollo, son materia de desconocimiento así como la oferta turística de la que muy pocos autores han aportado a comparación de lo que se debería siendo esta una base primordial no solo en el turismo si no en todos los ámbitos relacionados con el mercado global ya que de esta parte el resultado que obtengan confirmando esto se tiene como

pregunta de investigación ¿Cuáles son las características del turismo de acuerdo a los estudiantes de la Universidad Técnica de Machala?

Lo que se pretende lograr es que cada vez más los estudiantes, viajen y conozcan nuevos lugares para que desarrollen nuevas ideas y muestren más interés por los recursos naturales y turísticos que tiene su provincia además de generar un aumento en la oferta turística lo cual beneficiaría a todos suscitando nuevas propuestas para la mejora y desarrollo de estos lugares teniendo así como objetivo: analizar las preferencias de los estudiantes de la Universidad Técnica de Machala mediante una investigación de mercado que determine las características en la oferta turística de la Provincia de El Oro.

El presente estudio de trabajo práctico de complejo tiene como estructura la introducción, desarrollo y conclusiones. En la introducción va la definición de las variables de estudio, las problemáticas, objetivo y metodología del caso. Así mismo, el desarrollo es donde se corroboraron los resultados mediante un análisis estadístico descriptivo. Y, en las conclusiones se especificará la información obtenida basada en una opinión crítica constructiva sobre los resultados obtenidos.

La metodología de investigación es de tipo enfoque cuantitativo del método inductivo deductivo con un alcance descriptivo explicativo. Se utilizará como instrumento encuestas con preguntas cerradas y tipo escala de Likert teniendo como variables de medición las preferencias de los estudiantes y la oferta turística.

Objetivo general: Analizar las preferencias de los estudiantes de la Universidad Técnica de Machala mediante una investigación de mercado que determine las características en la oferta turística de la Provincia de El Oro.

Objetivo específicos:

- Analizar las preferencias de los estudiantes de la Universidad Técnica de Machala.

- Realizar una investigación de mercado.
- Determinar las características de la oferta turística de la Provincia de El Oro.

DESARROLLO

Preferencias de los estudiantes

En la actualidad en el mundo entero se presentan diferentes cambios en las facilidades que brindan los gobiernos de distintos países mediante leyes y decretos que se ponen en práctica en distintas instituciones educativas y empresas con lo que respecta a tiempo para ocio o recreación ya que han visto al turismo como una fuente motora de desarrollo económico y quieren aprovecharlo de todas las formas posibles para por este medio obtener ventajas en materia de desarrollo para las personas y el territorio en el que se ejecute.

Por otro lado las instituciones han implementado el aprendizaje por medio de la práctica para crear personas más productivas y que generen un resultado positivo en la sociedad dirigiéndose principalmente hacia los jóvenes ya que como lo toma Lama (2018) de World Tourism Organization, 2016 “el impacto de los jóvenes en el turismo ha estado en total crecimiento dando resultados de 190 hasta 286 billones de dólares (2009-2014). Esto quiere decir que representan una gran parte del mercado mundial.”

Este sector al que se le hace énfasis por tener gran relevancia a nivel mundial tiene diferentes características a tal punto se les ha descrito como una nueva generación “Los millenials” un nuevo término que se refiere a un nuevo enfoque experimental en que la tecnología hace parte del día a día de esta nueva descendencia en la sociedad entera es de allí donde provienen los jóvenes aventureros, con grandes expectativas, con ganas de conocer y aprender viviendo

grandes experiencias lo que brinda una oportunidad para la oferta turística de la Provincia de El Oro.

A su vez según Ordaz y Osorio (2018) las preferencias que tengan los jóvenes hablan mucho sobre su personalidad o viceversa lo cual sería un punto que acotar al momento de realizar las encuestas. También se puede sacar provecho de los viajes o del turismo de diferentes formas una de ellas es la manera educativa en la cual Sellarés, Azpelicueta y Sánchez (2019) explican que para lograr esto solo se debe disfrutar las nuevas experiencias tratando de observar, captar y escuchar todo el panorama que lo rodea aprovechando cada momento del viaje.

Es por eso que la mayoría de las Universidades han aprovechado para crear alrededor de los años vínculos importantes entre los estudiantes y la sociedad, teniendo en cuenta en su misión que estos lazos pueden ser los principales motores de desarrollo hacia la comunidad en donde estos se encuentren lo cual se realiza por medio de las enseñanzas y docencia impartida y los programas y proyectos de vinculación con la sociedad con las que deben contar. Esto se logra poniendo énfasis a este segmento y prestándoles la atención que merecen.

Llegando así a que las preferencias de los estudiantes deberían formar parte importante del desarrollo y también sus perspectivas y puntos de vistas acerca de todos los temas sociales, y también turísticos. Siendo la oferta turística la encargada de inmiscuir a los estudiantes con la sociedad y crear más interés de las dos partes, obteniendo información de las nuevas tendencias, los nuevos nichos y las nuevas preferencias de los turistas.

Oferta turística

La Provincia de El Oro es una de las mayores fuentes de riqueza naturales, culturales y turísticas que tiene el Ecuador, posee en una pequeña extensa área de tierra una parte importante y significativa de las 4 regiones del Ecuador es inclusive considerada como “El Ecuador chiquito” ha tenido grandes avances, en los últimos años y aportes de otros países

los cuales se ven sumamente interesados en la riqueza que posee y lo hacen notar por medio de no solo su apoyo monetario sino por contribuciones en tema de educación y proyectos.

Sin embargo aún está muy atrasada en materia de oferta turística esto no solo surge en esta provincia sino en otros lugares teniendo como ejemplo la ciudad de Valencia en donde usan la promoción turística para fomentar el turismo y a consecuencia cubrir las incipientes necesidades. (Cordovez, 2016) Para realizar esto también es necesario lidiar con los cambios en la demanda ya que su población está en constante globalización. (Zarate & García, 2017)

A pesar de las dificultades que se le han presentado a la oferta turística esta ha logrado resurgir y desenvolverse (Martín, Gómez, Plumed, & Fernández, 2017) Todo esto gracias a todos los componentes que le aportan el valor agregado. Sin embargo en una comparación de los increíbles cambios que se pueden lograr con la oferta turística no se le ha dado la importancia que se debería (Hidalgo, Palacios, & Fernández, 2018) y mucho menos considerando que la oferta es el motor del turismo y este a su vez un punto de desarrollo que por medio de estrategias competitivas puede lograr el desarrollo a nivel local y global por medio de estrategias competitivas y a consecuencia proporcionar grandes beneficios para la sociedad.

Además los diferentes tipos de ofertas turísticas buscan revitalizar un destino cualquiera que tenga potencial y recursos realizando una investigación exhaustiva del lugar, para poder obtener información de que elementos tienes y para qué tipo de turismo se podría prestar y si se podría contar con el apoyo de las entidades y los municipios para de ser así ir implementando a su vez acciones apropiadas para mejorar la forma en que las personas ven a la provincia, país o ciudad donde se implemente la oferta turística. (Azpelicueta, Ramón, & Abril, 2018)

Es decir la oferta turística se puede describir como un conjunto de servicios y recursos tanto naturales como culturales que tienen las propiedades necesarias y que junto al apoyo de la comodidad y de todas las partes involucradas junto a otros servicios y cientos de elementos secundarios puede constituir un cambio significativo para todos los beneficiados y lo más apropiado es constituir todo las actividades productivas con personas del sector así se destacan las habilidades e identidades propias de la zona siendo una fuente económica para

los participantes siempre y cuando se logre llegar a la mente del consumidor que en este caso serían los turistas. (Pérez, Ramírez, & Ávalos, 2014)

Por último punto la oferta se encuentra regularizada por distintos puntos que se ejecutan entorno al recorrido realizado, al servicio y por ende también entorno del guía y los valores que refleja de la empresa. (González, 2015) Todo esto se puede ver como una oportunidad de mejora constante e innovación, para ello es necesario que se abarquen otros puntos a los cuales no se les ha hecho mucho énfasis como lo son los estudiantes los cuales pueden brindar un segmento de demanda, de gran número y de gran beneficio.

METODOLOGÍA

La metodología de investigación es de tipo enfoque cuantitativo del método inductivo deductivo con un alcance descriptivo explicativo. Se utilizará como instrumento encuestas con preguntas cerradas y tipo escala de Likert teniendo como variables de medición las preferencias de los estudiantes y la oferta turística.

Objeto de estudio

La presente investigación tiene como objeto de estudio a los Estudiantes de la Universidad Técnica de Machala en la que se realizara las encuestas pertinentes.

Tamaño de la muestra

La Universidad Técnica de Machala cuenta con 5 unidades académicas conformadas por: Ciencias Agropecuarias, Ciencias Empresariales, Ciencias Químicas y de la salud, Ciencias Sociales e Ingeniería Civil contando cada una con sus respectivas carreras dándonos un total de 10094 resultado que usaremos para hacer las respectivas encuestas.

Se implementará la siguiente fórmula para sacar el tamaño de la muestra:

Donde:

n: es el tamaño de la muestra.

N: es el tamaño de la población

σ : es la desviación estándar de la población 0,5

Z: es el valor correspondiente a la distribución de gauss, $Z_{\alpha=0.05} = 1.96$

e: es error de la muestra 5%

Respuesta n=371

Se determinó por medio de la fórmula aplicada que el total de estudiantes a los que se va a encuestar en la Universidad Técnica de Machala son 371 escogidos aleatoriamente considerando un 5% como margen de error.

ANÁLISIS DE RESULTADOS

Por efecto de los resultados obtenidos de la investigación, que se realizó mediante encuestas online, ha permitido conocer aspectos desde la perspectiva de los estudiantes sobre las características del servicio turístico entre otros datos de gran relevancia para la investigación entre los cuales se encuentran los análisis de cada una de las preguntas de la encuesta realizada a los estudiantes de la Universidad Técnica de Machala.

Pregunta 1. Género: En la pregunta uno de carácter informativo se obtuvo un resultado en el que la mayoría de estudiantes eran de género femenino con un total del 64,7% sobre los varones en el cual se obtuvo 35,30% dándonos como resultado un total del 100 % equivalente al 371 de personas encuestadas.

Pregunta 2. Edad: En la pregunta 2 sobre la edad se obtuvo un 85,70% para mayores de 18 años y un 14,30% para menores de 17 años dando un promedio total de 100% equivalente al 371 de personas encuestadas.

Pregunta 3. Con relación a la pregunta 3 ¿Vive en la provincia de El Oro? De ser así seleccione el cantón en la siguiente pregunta de no ser así pase a la pregunta 5: se obtuvo un 84,60% para resultados positivos y un 15,40% para resultados negativos.

Pregunta 4. ¿En qué cantón de la Provincia de El Oro reside?: se obtuvo un 5,30% para el cantón Arenillas, un 1,90% para el cantón Atahualpa, un 3,10% para el cantón Balsas, un 1,90 para el cantón Chilla, un 5,60% para el cantón El Guabo, un 4,70% para el cantón Huaquillas, un 2,50% para el cantón las Lajas, un 57,80 para personas que residen en la ciudad de Machala, un 57,80% para personas que residen en el cantón Marcabelí, un 5,60% para el cantón Pasaje, un 3,10% para el cantón Piñas, un 1,90% para el cantón Portovelo, un 3,70% para el cantón Santa Rosa y por ultimo un 0,90% para el cantón Zaruma, teniendo como resultado un mayor porcentaje para residentes del cantón Machala.

Pregunta 5. ¿Ha realizado algún viaje dentro de la provincia de El Oro? En caso de que su respuesta sea positiva pase a la siguiente pregunta, si no es así pase a la pregunta 9: En la pregunta 5 se obtuvo un 77,40% para respuestas positivas y un 22,60% para respuestas negativas lo que quiere decir que la mayoría de los estudiantes han realizado alguna vez un viaje dentro de la Provincia lo cual da un buen resultado de estudiantes a los que les podría interesar la oferta turística del lugar.

Pregunta 6. ¿Con que frecuencia ha realizado estos viajes?: Con relación a la pregunta 6 la mayoría de personas respondió que a veces dando un nivel frecuente a los viajes con un 37,80% para esta categoría, en segundo lugar un 29,20% para casi siempre, en tercer lugar un 26,70% para casi nunca, un 5,90% para siempre y un 0,30% para nunca.

Pregunta 7. ¿Qué tipo de turismo ha realizado usted en la Provincia de El Oro?: En la pregunta 7 se obtuvo un 33,20% para turismo cultural, un 37,30% para turismo de aventura, un 22,90% para ecoturismo, un 19,20% para Cicloturismo, un 15,40% para turismo hidrográfico, un 21,90% para turismo gastronómico, un 0,30 para turismo de estudios, un

0,30% para turismo religioso y por ultimo un 0,30% para ninguno dando un total de 150,80% lo que da como resultado un mayor porcentaje para turismo cultural.

Pregunta 8. ¿Cuál es en su mayoría el motivo de su viaje?: En la pregunta 8 se obtuvo en su mayoría un 37,20% para viajes personales con la familia, un 36,10% para viajes de ocio y recreación con amigos o pareja, y en último lugar un 26,30% para viajes propiciados por la Universidad.

Pregunta 9. ¿Le gustaría que se implementaran nuevas ofertas turísticas especialmente dirigidas a los estudiantes, con temática educativa y recreativa?: La pregunta 9 con un total de 92,20% para la respuesta positiva y un 7,80% para respuestas negativas con un total de 100% de resultado total.

Pregunta 10 escala de Likert:

Pregunta 10 escala de Likert donde 1 es totalmente en desacuerdo, 2 es en desacuerdo, 3 es ni en acuerdo ni en desacuerdo, 4 es de acuerdo y 5 es totalmente de acuerdo, la pregunta está compuesta por 4 características principales del servicio turística puestas a consideración de los 371 estudiantes que respondieron las preguntas entre las cuales estaban las siguientes: Intangibilidad: los servicios turísticos no se pueden ver, sentir, oír o probar antes de su compra. En la que se obtuvo 0,50 para totalmente en desacuerdo, 7,50 para el nivel 2 de la escala de Likert, 22,40% para el nivel (3) 31,50% y 38% para el nivel 5.

Carácter perecedero: La segunda característica es carácter perecedero (los productos turísticos no pueden ser almacenados, simultaneidad de producción y consumo) donde se obtuvo 2,70% para el nivel 1, 4,90% para el nivel 2 de en desacuerdo, 21,60% para el nivel 3, 37,70% para el nivel 4 de acuerdo y un 33% para totalmente de acuerdo.

Variabilidad: Por otro lado tenemos la variabilidad que se refiere a la calidad del servicio turístico depende de quien lo provea, donde y como en esta característica se obtuvo un 2,40% para totalmente en desacuerdo, 4,60% para en desacuerdo, 23,50% ni en acuerdo ni en desacuerdo, 31,30% para de acuerdo y por ultimo un 38% para totalmente de acuerdo.

Indisociable: Como última característica tenemos indisociable (los servicios turísticos no se pueden separar de sus proveedores) en donde se obtuvo un 2,70% para totalmente en desacuerdo, un 4,00% para en desacuerdo, un 28,30% para ni en acuerdo ni en desacuerdo, un 27,80% para de acuerdo y un 37% para totalmente de acuerdo lo que da como resultado un mayor porcentaje para en desacuerdo.

CONCLUSIONES

En relación a los resultados obtenidos en las encuestas realizadas a los estudiantes de la Universidad Técnica de Machala los resultados fueron satisfactorios en relación con las postulaciones realizadas con anticipación en la investigación.

Con respecto a la pregunta 1: Género se puede concluir que la mayoría de los estudiantes de la Universidad Técnica de Machala que contestaron la encuesta fueron mujeres.

Con lo que respecta a la pregunta 2: Edad se puede concluir que la mayoría de los estudiantes de la Universidad Técnica de Machala que contestaron la encuesta son mayores de 18 años lo que respecta a jóvenes acertando con las hipótesis planteadas en el desarrollo sobre que el interés de este sector hacia el turismo está en constante crecimiento ya sea por el medio en el que se encuentran, la globalización o las nuevas tecnologías.

En la pregunta 3 sobre ¿Vive en la Provincia de El Oro? se puede concluir que la mayoría de los estudiantes son de la Provincia de El Oro una de las Provincias que se encuentran en constante desarrollo en materia de turismo debido a su gran riqueza cultural y natural que abarca igual o mayor cantidad de recursos que algunos países a nivel Internacional.

En la pregunta 4 sobre ¿En qué cantón de la provincia de El Oro reside? se puede concluir que la mayoría de las personas residen en el Cantón Machala donde se encuentra la Universidad que abarca a estudiantes de todas las provincias, cantones y sectores aledaños.

En la pregunta 5 sobre si ¿Ha realizado algún viaje dentro de la provincia de El Oro? se obtuvo un mayor porcentaje para respuestas positivas lo cual da una buena oportunidad para la oferta turística en este lugar.

En la pregunta 6 sobre ¿Con que frecuencia ha realizado estos viajes? se puede concluir que la mayor frecuencia fue casi siempre lo cual es un resultado positivo para la investigación.

En la pregunta 7 sobre ¿Qué tipo de turismo ha realizado usted en la Provincia de El Oro? los resultados arrojaron que la mayoría de los estudiantes practican es el turismo de aventura y el turismo cultural.

En la pregunta 8 sobre ¿Cuál es en su mayoría el motivo de su viaje? se puede concluir que los motivos que destacan para realizar viajes entre los estudiantes de la Universidad Técnica de Machala son los viajes con la familia o viajes de ocio y recreación cuando también sería apropiado que sean en su mayoría propiciados por la Universidad con carácter educativo ya que es una forma de aprendizaje innovadora y con grandes ventajas para todas las partes involucradas.

En la pregunta 9 sobre ¿Le gustaría que se implementaran nuevas ofertas turísticas especialmente dirigidas a los estudiantes, con temática educativa y recreativa? se puede llegar a la conclusión de que la mayoría de los estudiantes están de acuerdo en implementar nuevas ofertas turísticas especialmente dirigidas a los estudiantes, con temática educativa y recreativa debido a que como se postula en la investigación hace falta mucha atención para este aspecto ya que se encuentra en un momento de cambios constantes y globalización.

Con respecto a la pregunta 10 de escala de Likert donde se trató de indagar sobre las características del turismo de acuerdo a los estudiantes de la Universidad Técnica de Machala se pudo concluir que existen cuatro características principales con respecto al servicio turístico entre las cuales están: intangibilidad, carácter perecedero, variabilidad e indisociable de las cuales la mayoría de los estudiantes consideran importantes para determinar el turismo.

En general se puede decir que los resultados fueron favorecedores para la investigación concordando con todo lo planteado en la parte del desarrollo el cual estuvo bien estructurado en investigaciones de gran relevancia para el turismo. Además se presentaron varias ventajas a nivel competitivo presentando muchas oportunidades para la oferta turística en la Provincia de El Oro.

BIBLIOGRAFÍA

1. Azpelicueta, Ramón, & Abril. (2018). La Oferta Turística de la Ciudad de Ibiza en el siglo XXI: Patrimonio de la humanidad y establecimientos de lujo. HOLOS, 413-428. Obtenido de <http://web.b.ebscohost.com/ehost/detail/detail?vid=0&sid=2b68b3a5-fb6d-4bb2-9e88-6934655eb324%40pdc-v-sessmgr05&bdata=Jmxhbmc9ZXMmc210ZT1laG9zdC1saXZl#AN=132139218&db=a9h>
2. Cordovez. (2016). RECUPERACIÓN DEL PASADO OBRERO E INDUSTRIAL DEL BARRIO DE PATRAIX COMO OFERTA AL TURISMO URBANO DE LA CIUDAD DE VALENCIA. Cuadernos de Turismo, 403-420. Obtenido de <https://revistas.um.es/turismo/article/view/256301/194261>
3. García, Melendro, & Blaya. (2018). PREFERENCIAS, RENUNCIAS Y OPORTUNIDADES EN LA PRÁCTICA DE OCIO DE LOS JÓVENES VULNERABLES. Pedagogía Social, 21-32. doi:10.7179/PSRI_2013.31.02
4. Gonzáles. (2015). CARACTERIZACIÓN DE LA OFERTA COMERCIALIZADA BAJO LA ETIQUETA DE TURISMO RESPONSABLE EN ESPAÑA. Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles, 189-212.
5. Hidalgo, Palacios, & Fernández. (2018). LA OPERATIVIDAD TURÍSTICA DE LOS ESPACIOS CULTURALES DE ORIGEN INDUSTRIAL EN MADRID.UN ANÁLISIS DE LA OFERTA TURÍSTICA POTENCIAL MEDIANTE

INDICADORES. Cuadernos de Turismo, 295-321.
doi:<http://dx.doi.org/10.6018/turismo.41.327041>

6. Lama. (2018). OCIO Y TURISMO MILLENNIAL: EL FENÓMENO DE LAS SALAS DE ESCAPE. Cuadernos de Turismo, 615-636.
doi:<http://dx.doi.org/10.6018/turismo.41.327181>
7. López, & López. (2018). IMPACTO DE LAS TIC EN EL TURISMO: CASO COLOMBIANO. Cuadernos de Turismo, 399-418.
8. López, Tribak, Baali, & Bezzari. (2017). TURISMO, PATRIMONIO TERRITORIAL Y DESARROLLO EN EL MEDIO ATLAS NORORIENTAL (MARRUECOS). Cuadernos de Turismo, 389-404. doi:
<http://dx.doi.org/10.6018/turismo.40.31003>
9. Martín, Gómez, Plumed, & Fernández. (2017). Análisis de la formación en turismo en España: perspectiva del sector público y privado desde una aproximación cualitativa. Lusófona de Educação, 163-180.
10. Muñoz. (2017). Percepciones de la gestión del turismo en dos reservas de biosfera ecuatorianas: Galápagos y Sumaco. Investigaciones Geográficas, 110-125.
doi:10.14350 / rig.47805
11. Ordaz, & Osorio. (2018). Significados del viaje turístico en jóvenes millenials. Caso de estudio: Texcoco, México. Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales, Niñez y Juventud., 897-912. Obtenido de <http://www.scielo.org.co/pdf/rlcs/v16n2/2027-7679-rlcs-16-02-00897.pdf>
12. Pérez, Ramírez, & Ávalos. (2014). Valoración de la oferta turística del destino turístico Manzanillo, México. TURyDES, 1-22. Obtenido de <http://web.b.ebscohost.com/ehost/detail/detail?vid=0&sid=7b164b24-fdc5-44d2-88b4-e874d97e1a82%40pdc-v-sessmgr05&bdata=Jmxhbmc9ZXMmc2l0ZT1laG9zdC1saXZl#AN=100294528&db=hjh>

13. Sellarés, Azpelicueta, & Sánchez. (2019). Análisis del viaje como uno de los ejes transformadores del proceso educativo. REVISTA DE CIENCIAS SOCIALES Y HUMANES DE LA UNIVERSIDAD POLITECNICA SALESIANA, 63-78. doi:<https://doi.org/10.17163/uni.n30.2019.03>
14. Vargas, López, & Martínez. (2014). LA DIMENSIÓN AMBIENTAL EN LAS PREFERENCIAS DE CONSUMO DEL TURISTA. CASO CANCÚN. Administração da UNIMEP, 42-58. Obtenido de <http://web.a.ebscohost.com/ehost/pdfviewer/pdfviewer?vid=4&sid=9b56e8ed-ed26-4ceb-8ea1-e0dac5352d33%40sdc-v-sessmgr01>
15. Zarate, & García. (2017). MUSEOS, OFERTA CONSOLIDADA PARA EL TURISMO SOSTENIBLE Y LA CALIDAD DEL PAISAJE. Arbor, 193(785).

ANEXOS

ENCUESTA SOBRE LAS PREFERENCIAS DE LOS ESTUDIANTES DE LA UTMACH Y SU INCIDENCIA EN LA OFERTA TURÍSTICA DE LA PROVINCIA DE EL ORO.

La siguiente encuesta está dirigida a los estudiantes de la Universidad Técnica de Machala con el fin de analizar las preferencias de los estudiantes en relación con la oferta turística de la Provincia de El Oro

1. Genero

Femenino

Masculino

2. Edad

Menor de 17 años

Mayor de 18 años

3. ¿Vive en la provincia de El Oro? De ser así seleccione el cantón en la siguiente pregunta de no ser así pase a la pregunta 5.

Si

No

4. ¿En qué cantón de la provincia de El Oro reside?

Arenillas

Machala

Atahualpa

Marcabelí

- Balsas
- Pasaje
- Chilla
- Piñas
- El Guabo
- Portovelo
- Huaquillas
- Santa Rosa
- Las Lajas
- Zaruma

5. ¿Ha realizado algún viaje dentro de la provincia de El Oro? En caso de que su respuesta sea positiva pase a la siguiente pregunta, si no es así pase a la pregunta 9.

Si

No

6. ¿Con qué frecuencia ha realizado estos viajes?

Nunca

Casi nunca

Ocasionalmente

Casi todos los días

Todos los días

7. ¿Qué tipo de turismo ha realizado usted en la Provincia de El Oro?

Turismo cultural

Turismo de aventura

Ecoturismo (conocer la biodiversidad y fomentar el bienestar de la comunidad)

Cicloturismo

Turismo hidrográfico (Se refiere a los ríos, playas, humedales)

Turismo gastronómico

Otros:.....

8. ¿Cuál es en su mayoría el motivo de su viaje?

Viajes propiciados por la Universidad con motivo de investigación

Viajes personales con su familia.

Viajes recreativos con motivo de ocio y recreación en compañía de amigos o pareja.

Otros:

9. Le gustaría que se implementaran nuevas ofertas turísticas especialmente dirigidas a los estudiantes, con temática educativa y recreativa.

Si

No

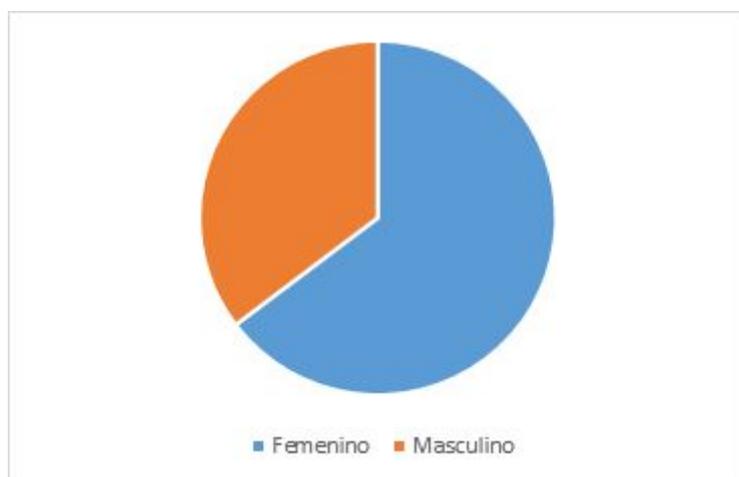
10. Califique del 1 al 5 donde 1 es totalmente en desacuerdo, 2 es en desacuerdo,3 es ni en acuerdo, ni en desacuerdo,4 es de acuerdo y 5 es totalmente de acuerdo con respecto a las características del turismo (servicio turístico).

Características	1 Totalmente en desacuerdo	2 En desacuerdo	3 Ni en acuerdo ni en desacuerdo	4 De acuerdo	5 Totalmente de acuerdo
Intangibilidad: los servicios turísticos no se pueden ver, sentir, oír o probar antes de su compra.					
Carácter perecedero: los productos turísticos no pueden ser almacenados (simultaneidad de producción y consumo).					
Variabilidad: La calidad del servicio turístico depende de quien lo provea, donde y como.					

Indisociables: Los servicios turísticos no se pueden separar de sus proveedores.					
--	--	--	--	--	--

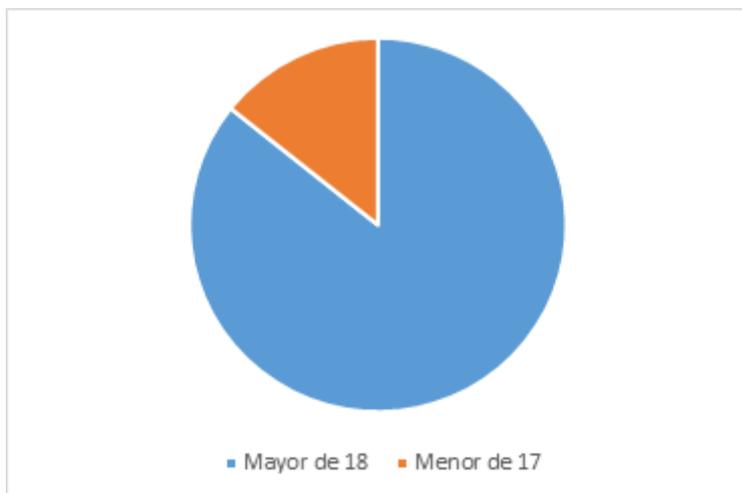
RESULTADOS DE LAS ENCUESTAS

1. Género



Pregunta 1	Cantidad	Porcentaje
Femenino	240	64,70%
Masculino	131	35,30%
Total:	371	100,00%

2. Edad



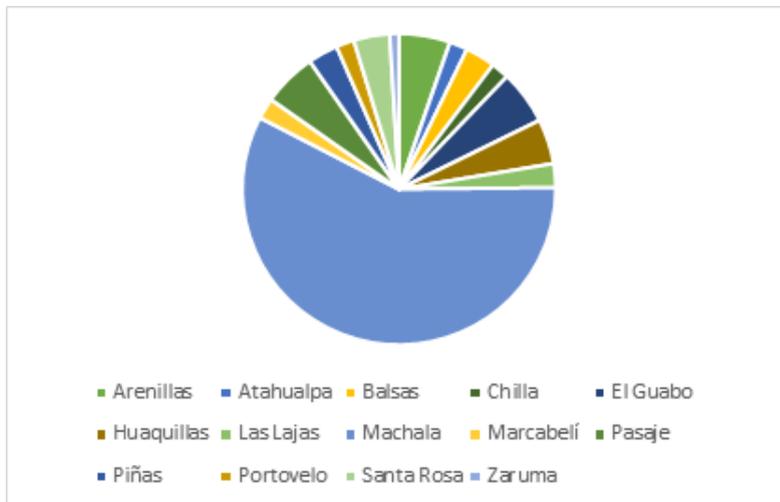
Pregunta 2	Cantidad	Porcentaje
Mayor de 18	318	85,70%
Menor de 17	53	14,30%
Total:	371	100,00%

3. ¿Vive en la provincia de El Oro? De ser así seleccione el cantón en la siguiente pregunta de no ser así pase a la pregunta 5.



Pregunta 2	Cantidad	Porcentaje
Si	314	84,60%
No	57	15,40%
Total:	371	100,00%

4. ¿En qué cantón de la provincia de El Oro reside?



Pregunta 4	Cantidad	Porcentaje
Arenillas	17	5,30%
Atahualpa	6	1,90%
Balsas	10	3,10%
Chilla	6	1,90%

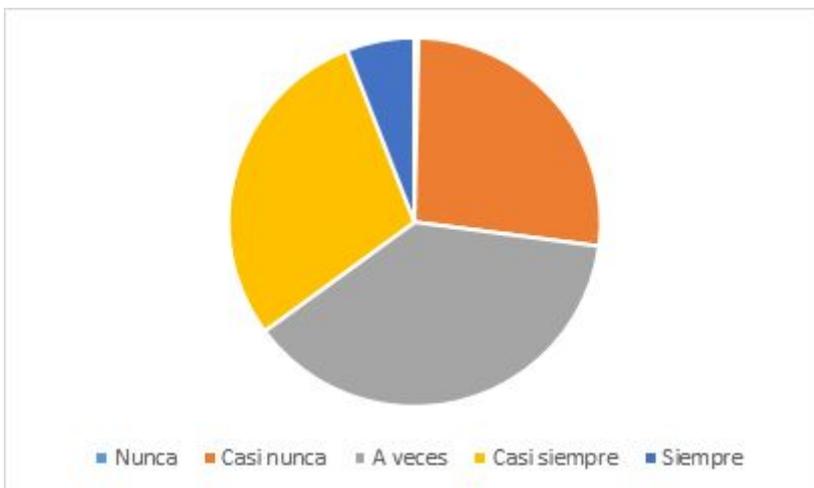
El Guabo	18	5,60%
Huaquillas	15	4,70%
Las Lajas	8	2,50%
Machala	186	57,80%
Marcabelí	7	2,20%
Pasaje	18	5,60%
Piñas	10	3,10%
Portovelo	6	1,90%
Santa Rosa	12	3,70%
Zaruma	3	0,90%
Total:	322	100,20%

5. ¿Ha realizado algún viaje dentro de la provincia de El Oro? En caso de que su respuesta sea positiva pase a la siguiente pregunta, si no es así pase a la pregunta 9.



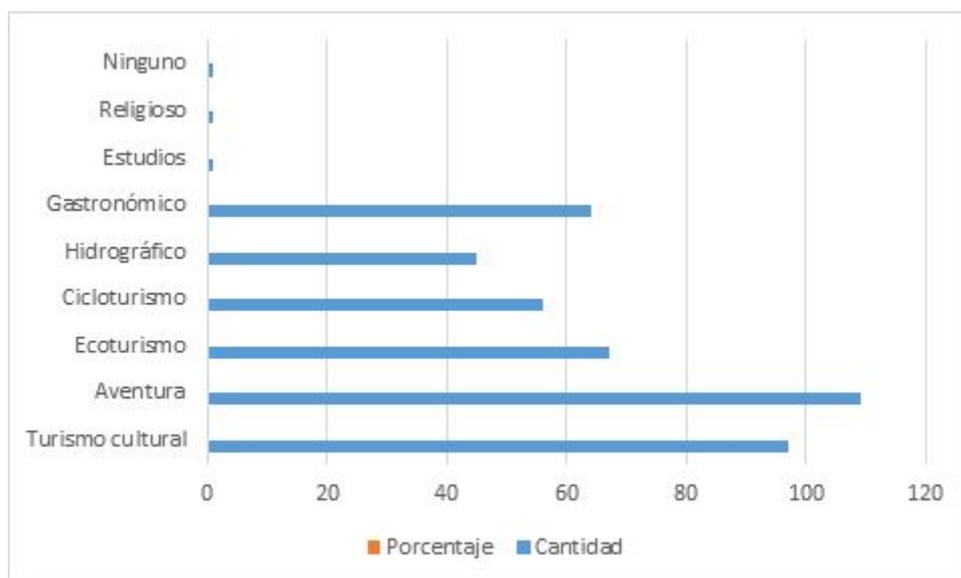
Pregunta 2	Cantidad	Porcentaje
Si	287	77,40%
No	84	22,60%
Total:	371	100,00%

6. ¿Con qué frecuencia ha realizado estos viajes?



Pregunta	Cantidad	Porcentaje
Nunca	1	0,30%
Casi nunca	77	26,70%
A veces	109	37,80%
Casi siempre	84	29,20%
Siempre	17	5,90%
Total:	288	99,90%

7. ¿Qué tipo de turismo ha realizado usted en la Provincia de El Oro?



Pregunta	Cantidad	Porcentaje
Turismo cultural	97	33,20%
Aventura	109	37,30%
Ecoturismo	67	22,90%
Cicloturismo	56	19,20%
Hidrográfico	45	15,40%
Gastronómico	64	21,90%
Estudios	1	0,30%
Religioso	1	0,30%
Ninguno	1	0,30%
Total:	441	150,80%

8. ¿Cuál es en su mayoría el motivo de su viaje?



Pregunta	Cantidad	Porcentaje
Viajes propiciados por la Universidad	75	26,30%
Viajes personales con la familia	106	37,20%
Viajes de ocio y recreación con amigos o pareja	103	36,10%
Ninguno	0	0%
Total:	284	99,60%

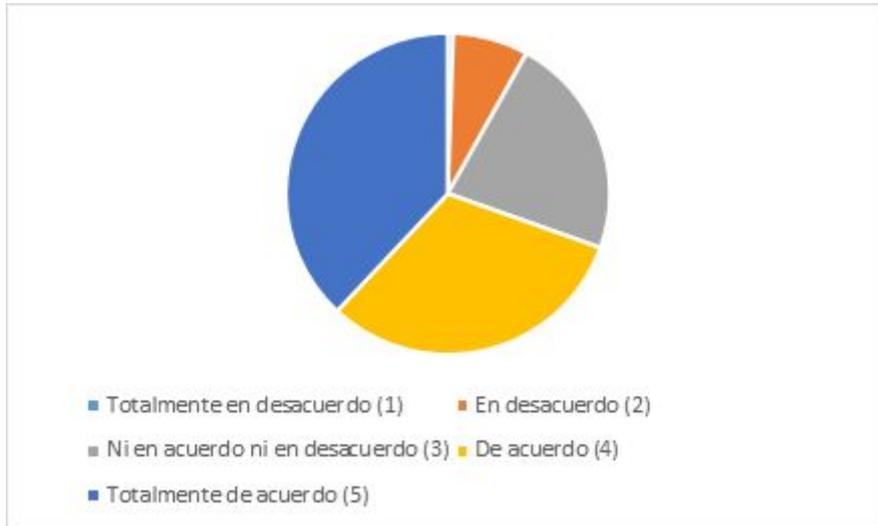
9. Le gustaría que se implementaran nuevas ofertas turísticas especialmente dirigidas a los estudiantes, con temática educativa y recreativa.



Pregunta 2	Cantidad	Porcentaje
Si	342	92,20%
No	29	7,80%
Total:	371	100,00%

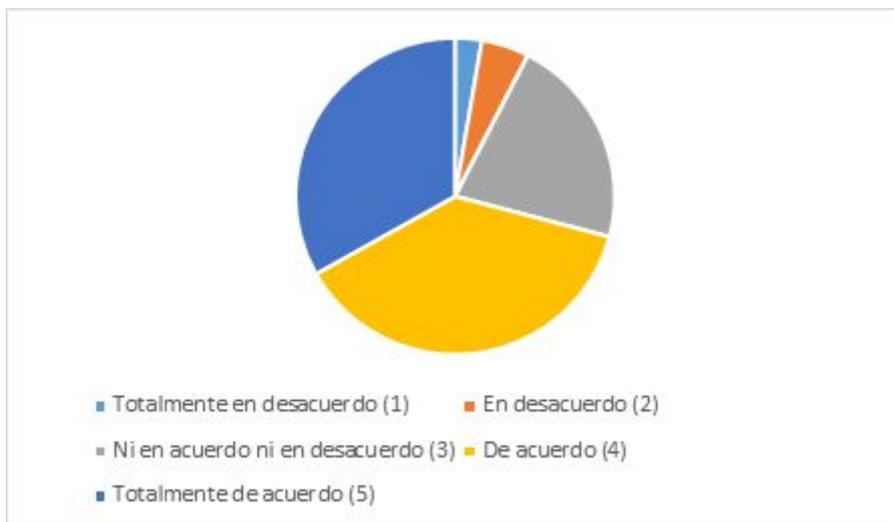
10. Escala de Likert

Intangibilidad: los servicios turísticos no se pueden ver, sentir, oír o probar antes de su compra.



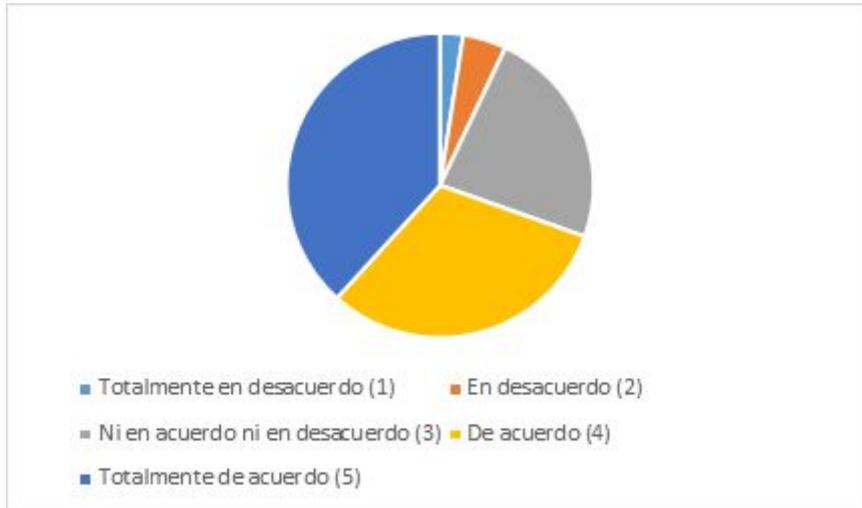
Pregunta	Cantidad	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo (1)	2	0,50%
En desacuerdo (2)	28	7,50%
Ni en acuerdo ni en desacuerdo (3)	83	22,40%
De acuerdo (4)	117	31,50%
Totalmente de acuerdo (5)	141	38%
Total:	371	99,90%

Carácter perecedero: los productos turísticos no pueden ser almacenados (simultaneidad de producción y consumo).



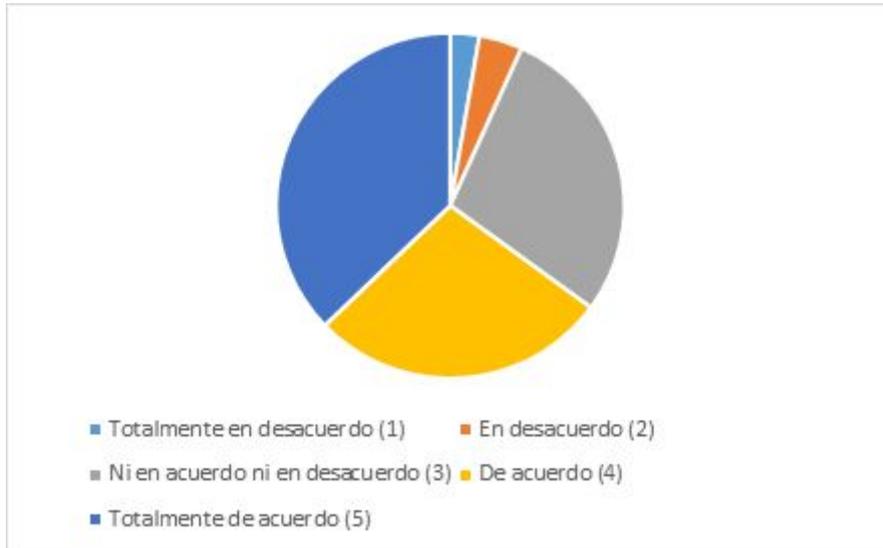
Pregunta	Cantidad	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo (1)	10	2,70%
En desacuerdo (2)	18	4,90%
Ni en acuerdo ni en desacuerdo (3)	80	21,60%
De acuerdo (4)	140	37,70%
Totalmente de acuerdo (5)	123	33%
Total:	371	100,10%

Variabilidad: La calidad del servicio turístico depende de quien lo provea, donde y como.



Pregunta	Cantidad	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo (1)	9	2,40%
En desacuerdo (2)	17	4,60%
Ni en acuerdo ni en desacuerdo (3)	87	23,50%
De acuerdo (4)	116	31,30%
Totalmente de acuerdo (5)	142	38%
Total:	371	100,10%

Indisociable: Los servicios turísticos no se pueden separar de sus proveedores.



Pregunta	Cantidad	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo (1)	10	2,70%
En desacuerdo (2)	15	4,00%
Ni en acuerdo ni en desacuerdo (3)	105	28,30%
De acuerdo (4)	103	27,80%
Totalmente de acuerdo (5)	138	37%
Total:	371	100,00%