



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN**  
**TURISMO**



**DOCUMENTO PROBATORIO DEL EXAMEN COMPLEXIVO DE GRADO**  
**PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE LICENCIADA EN**  
**TURISMO**

**PROBLEMA:**  
**EL PERFIL DEL TURISTA DEL CANTÓN VINCES**

**AUTOR:**  
**PINCAY MINDIOLAZA ODALIS ASTRID**

**TUTOR:**  
**MSC. FILIAN RODRIGUEZ JESSICA ELIANA**

**BABAHOYO – ECUADOR**  
**2022**





**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN**  
**TURISMO**



2

**DEDICATORIA**

Todo este proceso se lo dedico principalmente a mi fiel amigo Dios, por siempre darme las fuerzas necesarias para seguir de pie ante cualquier circunstancia que la vida me presentará. La Fe puesta en mi por parte del hizo que cumpla esta meta y que me siga planteando más propósitos. Porque tengo claro que tomada de su mano jamás va a dejarme sola. Por qué contigo todo y sin ti no existe absolutamente nada. A mi padre por su trabajo, sacrificio y cariño, porque cuando debía parar no lo hizo y siguió adelante demostrándome que no existe obstáculo cuando se tiene en mente superar. Querido Freddy para mí siempre serás sinónimo de tenacidad, dureza y mucha perseverancia. A mi madre Tanyi por siempre creer en mí, por motivarme, porque gracias a sus valores inculcados hoy en día me he convertido en la mujer que soy. Tu humildad y tu sonrisa siempre serán tu mejor carta de presentación mí querida señora bonita. Ustedes son mis más grandes tesoros y esto no hubiera sido posible sin su compañía. A mi hermana Haylis por acompañarme y apoyarme durante todo este tiempo. Me siento muy orgullosa de ti y gracias por muchas veces hacer el papel de mamá y papá cuando la situación lo ameritaba. La vida te ha de reconocer el doble, te lo aseguro querida hermana. A mis hermanos Aroldo y Anahi por su amor brindado durante toda esta etapa. A mi sobrina Kaylis porque es uno de los más grandes motivos de felicidad que tengo en mi vida. Este triunfo también es suyo familia. Los amo eternamente. A mi gatito Ramses por ser una de las razones por las cuales me saca una sonrisa decir hoy regreso a casa. Esto también va dedicado a los amigos y familiares que de una u otra manera siempre me mostraron su apoyo y alegría para cumplir esta meta. Por la admiración y la manera positiva de proyectar sus comentarios hacía este proceso. Infinitas gracias.



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN**  
**TURISMO**



3

**AGRADECIMIENTO**

A mi creador. Al rey que vive por los siglos de los siglos, mi adorado Dios.

A mis padres por toda su entregada en este proceso. A mí querida hermana Haylis porque también jugó un papel fundamental en la obtención de este logro. A mis estimados hermanos Aroldo y Anahi gracias por el apoyo.

De manera especial le agradezco a mi tutora Jessica Filian por ayudarme en la realización del presente proyecto y a los demás docentes que fueron parte de esta hermosa etapa muchas gracias porque sin sus enseñanzas, experiencias y sus charlas motivacionales este proceso no hubiera sido el mismo, puedo decir que la carrera de Turismo tiene grandes profesionales, calidades de personas en todo ámbito.



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN**  
**TURISMO**



4

**RESUMEN**

El cantón Vinces es considerado un destino turístico potencial para la provincia de Los Ríos. El presente estudio de caso tiene como finalidad definir el perfil del turista para el aprovechamiento de los atractivos del cantón Vinces. Hablar del perfil del turista es centrarse en la identificación de una demanda turística específica que visita un destino la cual comparte características y cualidades similares. En la actualidad no se cuenta con un documento en donde se pueda encontrar detallada la segmentación que visita la ciudad por ello este documento sería de gran ayuda para la creación de proyectos y programas que vayan dirigidos a estos grupos. La metodología empleada en este proyecto engloba la investigación exploratoria, descriptiva y mixta en conjunto con el método deductivo. Como técnica tiene la encuesta y como instrumento un cuestionario que permitió recopilar datos precisos de 126 encuestados dando como resultado que los turistas que más acuden al cantón Vinces son grupos de jóvenes provenientes del cantón Babahoyo.

***Palabras claves:*** Perfil del turista, demanda turística, segmentación, turistas.



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN**  
**TURISMO**



5

**ABSTRACT**

The Vinces canton is considered a potential tourist destination for the province of Los Ríos. The purpose of this case study is to define the tourist profile in order to take advantage of the attractions of the canton of Vinces. To speak of the tourist profile is to focus on the identification of a specific tourist demand that visits a destination which shares similar characteristics and qualities. Currently, there is no document that details the segmentation of visitors to the city, which is why this document would be of great help for the creation of projects and programs aimed at these groups. The methodology used in this project includes exploratory, descriptive and mixed research in conjunction with the deductive method. The survey was used as a technique and a questionnaire as an instrument that allowed the collection of precise data from 126 respondents, resulting in the fact that the tourists who come to the Vinces canton the most are groups of young people from the Babahoyo canton.

***Key words:*** Tourist profile, tourism demand, segmentation, tourists.



ÍNDICE

CONTEXTUALIZACIÓN .....	8
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA .....	8
JUSTIFICACIÓN.....	10
OBJETIVOS.....	12
OBJETIVO GENERAL: .....	12
OBJETIVOS ESPECÍFICOS: .....	12
LÍNEA DE INVESTIGACIÓN .....	12
DESARROLLO .....	13
MARCO CONCEPTUAL.....	13
SISTEMA TURÍSTICO .....	13
DEMANDA TURÍSTICA.....	13
SEGMENTACIÓN DE MERCADO .....	14
MOTIVACIÓN .....	15
PERCEPCIÓN.....	16
TURISTA .....	16
VISITANTE .....	17
EXCURSIONISTA .....	17
PERFIL DEL TURISTA .....	18
AFLUENCIA TURÍSTICA.....	19
MARCO METODOLÓGICO .....	20
RESULTADOS .....	22
DISCUSIÓN DE RESULTADOS .....	24

# UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO

## FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN

### TURISMO



7

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES .....	26
CONCLUSIONES .....	26
RECOMENDACIONES .....	28
REFERENCIAS Y ANEXOS.....	29
REFERENCIAS .....	29
ANEXOS.....	31



## **CONTEXTUALIZACIÓN**

### **Planteamiento del problema**

A nivel global es complejo determinar con precisión una demanda que pueda detallar los perfiles con los que cuentan los turistas en los diferentes destinos. Las entradas y salidas a diferentes sitios por parte de sus visitantes muestran características que varían mucho con el tiempo; puesto que, este escenario siempre se mantiene en continuo cambio. Los tipos de turismo acogen una segmentación específica promoviendo el desarrollo progresivo en los destinos y en los productos turísticos ofertados en el mercado.

En el país el turismo representa la tercera fuente de ingresos económicos y aporta al crecimiento de oportunidades para diversos sectores. Esto apunta a instituir productos nuevos y productivos que brinden una actividad turística de calidad. En el contexto nacional, la comunidad receptora desconoce el tipo de turista, lo que conlleva a no determinar la calidad de servicio más idónea para ofrecerle, este desconocimiento da como resultado el escaso aprovechamiento que se le da al producto turístico ofertado y la poca inserción de servicios innovadores en el mercado.

La información de la demanda turística es una herramienta poderosa para la toma de decisiones porque al ser un bien público se benefician los agentes privados y sociales por igual quienes pueden hacer uso de la información para el desarrollo de bienes y servicios turísticos y no turísticos más acordes al perfil del turista. De esta manera, con productos más especializados que satisfacen la demanda, la oferta turística y no turística se fortalece y consolida esta actividad y se generan empleos estables y mejor remunerados para beneficio de la población local. (Robleda et al., 2017, pág. 126)

En la actualidad en el cantón Vinces no se encuentra definido el perfil del turista. Esta



# UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO

## FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN

### TURISMO



9

inexistente información impide fijar la atención a un segmento de personas en específico, de las cuales se desconoce ciertos aspectos relevantes que pueden ayudar a potencializar el desarrollo turístico de esta ciudad, lo que da como resultado no contar con una demanda determinada para proyectar una buena oferta turística al mercado.

Este problema se viene observando desde siempre y acontece por la poca importancia que se le ha dado al definir el perfil del turista que visita el cantón Vinces. El Gad Municipal es el principal involucrado debido a que su personal en el Departamento de Turismo es el encargado de levantar información en el ámbito turístico sobre el cantón, sumado a los datos que puede recabar sobre los principales actores de la planificación turística. La oferta turística necesita identificar datos cuantitativos y cualitativos sobre el perfil del turista que visita la localidad para así poder realizar predicciones sobre sus negocios.



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN**  
**TURISMO**



10

**JUSTIFICACIÓN**

El cantón Vinces más conocido como París chiquito es una ciudad icono de la provincia de Los Ríos. En ella encontramos belleza natural, cultural y varios atractivos turísticos que motivan a muchas personas tanto nacionales como extranjeras a visitarlo. Esta inigualable localidad cuenta con un alto potencial turístico que debe ser aprovechado racionalmente por los prestadores de servicios turísticos para que puedan atraer mayor cantidad de turistas.

El presente estudio de caso es importante porque va a permitir identificar el perfil del turista que visita el cantón Vinces dando paso al levantamiento de un documento en donde estarán expuestas las características con las que cuentan estos turistas. Cabe recalcar que esta ciudad posee una considerable afluencia turística por esto es observada como uno de los principales destinos turísticos existentes en la provincia de Los Ríos; por lo tanto, esta información puede ser reconocida como pieza clave para los prestadores de servicios turísticos al momento de proyectar su oferta al mercado.

Los beneficiarios de este estudio serán los principales actores de la planificación turística que incluye a las entidades públicas, entidades privadas, la comunidad y los profesionales de turismo, debido a que la información obtenida proporcionará el reconocimiento de una demanda específica que acude al Cantón Vinces detallando sus preferencias, debilidades y gustos.

Con la realización de este proyecto se pondrá a disposición de la comunidad un afiche informativo donde se encontrará información sobre las principales características con las que cuentan los turistas que visitan el cantón Vinces, con la recopilación de estas cualidades las empresas lograran ofrecer servicios y productos acordes a las prioridades que estas personas buscan al momento de satisfacer sus necesidades.



Esta investigación es factible porque la información se obtendrá por medio de la generación de una encuesta, la cual contará con la participación de los turistas que han visitado el cantón Vinces. La identificación de las principales características con las que cuenta este segmento de personas permitirá la creación de estrategias y acciones que motiven a más personas a visitar esta localidad.



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN**  
**TURISMO**



12

**OBJETIVOS**

***Objetivo General:***

Definir el perfil del turista para el aprovechamiento de los atractivos del cantón Vinces.

***Objetivos Específicos:***

Realizar una revisión de la literatura sobre las características que deben ser identificadas para la creación del perfil del turista del cantón Vinces.

Identificar las principales características del perfil del turista que visita el cantón Vinces mediante los datos obtenidos a través de una encuesta.

Diseñar un afiche informativo sobre el perfil del turista del cantón Vinces.

**Línea de investigación**

El presente estudio de caso busca conocer el perfil del turista del cantón Vinces el cual se respalda en la línea de investigación de la Universidad Técnica de Babahoyo “Educación y desarrollo social”, línea de la Facultad de Ciencias Jurídicas, Sociales y de la Educación “Talento humano, educación y docencia”, línea de la carrera de Turismo “Planificación y gestión turística sostenible” y la sub-línea “estudio volumen de visitante a los distintos destinos turísticos”.



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN**  
**TURISMO**



13

**DESARROLLO**

**Marco conceptual**

***Sistema turístico***

La actividad turística es el resultado de un complejo proceso de interrelaciones entre conjuntos de elementos que analiza al turismo desde una visión general como un sistema.

El sistema turístico se concibe como un proceso que implica la construcción de un sistema integrado que estudia elementos como: superestructura, oferta, comunidad receptora, infraestructura y demanda. (Pineda et al., 2019, pág. 163)

El sistema turístico está constituido por una agrupación de elementos externos entre los cuales podemos mencionar la dimensión política, social, cultural, ambiental y económica; e internos como superestructura, oferta, demanda, infraestructura y comunidad receptora, relacionados entre sí como una organización sólida con bases en el crecimiento local en los diferentes factores que lo integran permitiendo la existencia del fenómeno llamado turismo.

***Demanda turística***

Se define a la demanda turística como el conjunto de atributos, valores, servicios y productos que los turistas requieren de los operadores turísticos para poder satisfacer determinadas necesidades de esparcimiento, ocio, tiempo libre o vacaciones.

Independientemente de la cultura, o paradigmas a seguir del lugar a visitar. (Maldonado Luzuriaga, 2019, pág. 32)

La demanda turística no trata de un grupo uniforme, es por ello que se debe determinar diferentes “segmentos” de mercados los cuales se establecen como subconjuntos diversos de turistas, que tienen características iguales entre sí. Cada segmento tiene un comportamiento



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN**  
**TURISMO**



14

turístico específico en función de sus necesidades, preferencias y características (Salazar et al., 2018).

Al hablar de demanda turística también se puede decir que esta se mide por la cantidad de visitantes o turistas que arriban a un lugar en un destino determinado añadido al interés y a los ingresos que se generan al hacer uso de los servicios turísticos y servirse de la oferta turística que se les ofrece (Godoy Ortiz , 2020).

En fin, se puede decir que la demanda turística la forman un grupo de personas que acuden a un lugar específico las cuales van a adquirir una cantidad de servicios para satisfacer sus necesidades. Esta puede ser determinada como estacional porque en muchos de los casos se da en periodos fijos del año lo que con lleva a que el mercado esté atento a los movimientos activos que tienen los clientes en un destino y así se pueda influir en su compra generando ingresos para quienes conforman la oferta turística.

### ***Segmentación de mercado***

“La segmentación de mercado es una estrategia que sirve para agrupar a los usuarios con base en comportamientos, características y perfiles homogéneos, para ofrecer productos o servicios que cumplan esas particularidades” (Foullon Inzunza, 2020, pág. 2). Es así como se puede decir que la segmentación da paso a ubicar al mercado en grupos que contengan características parecidas permitiendo a las empresas del sector turístico la identificación un cliente específico para que acceda a adquirir un producto moderno. Aunque para determinarla se debe tener claro las diferentes variables que aportan a conocer el perfil del turista que visita un destino.

Según Urgiles Camacho (2016) las variables que ayudan a conocer la segmentación de



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN**  
**TURISMO**



15

mercado de un sitio determinado son las siguientes:

Geográfica: Facilita conocer de donde proviene el turista.

Demográfica: Proporciona información sobre la edad, sexo, ingresos y actividades que desempeña.

Psicográfica: Permite identificar la personalidad, estilo de vida, clase social del turista y como es su comportamiento al momento de desenvolverse en el destino.

Conductual: muestra los beneficios buscados por el usuario, la ocasión de compra dando y estatus del usuario.

### ***Motivación***

Desde un punto etimológico la motivación puede ser observada como la combinación de dos palabras, motivo y acción. Se entiende que, el motivo o razón se toman para realizar ciertas acciones con el fin de llegar a un propósito. También se la señala como un impulso que todas las personas poseen por ende que es parte de la naturaleza del ser humano perdurar pensamientos íntimos, objetivos sensatos, que se realizarán al observar ciertos comportamientos que se muestran cotidianamente a los resultados que con esas se han obtenido. En la motivación participan factores afectivos los cuales en la mayoría de veces son primordiales para su influencia en una buena elección porque se sabe que las personas son sensibles y emotivas (Llanga et al., 2019).

Esto da a comprender que la motivación incentiva al turista a visitar un destino mostrando así una inclinación para el descubrimiento de cuál es el motivo porque se va a efectuar su viaje. Adquiriendo datos que muestren las razones por lo que buscan satisfacer una necesidad las mismas que se podrán enfocar en crear nuevas estrategias que capten la atención y



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN**  
**TURISMO**



16

atraigan a más personas a visitar el lugar.

### ***Percepción***

Para Vargas Melgarejo (2022), la percepción depende de la ordenación, clasificación y elaboración de sistemas de categorías con los que se comparan los estímulos que el sujeto recibe, pues conforman los referentes perceptuales a través de los cuales se identifican las nuevas experiencias sensoriales transformándolas en eventos reconocibles y comprensibles dentro de la concepción colectiva de la realidad. (pág. 47)

La percepción en el ámbito turístico juega un rol fundamental porque permite idealizar un destino por medio de lo percibido; es decir, al captar la atención del turista por medio de una imagen o una buena referencia de un lugar determinado este querrá irlo a visitar y poder constatar que todo lo antes motivado de manera visual es realidad. Aunque esta misma da pasó a que las personas determinen los impactos que se puedan generar con el turismo en un espacio específico. La manera de llegar al cliente puede ser un más factible cuando se cuenta con una buena promoción turística la cual ayudara a que sea fácil la toma de decisiones al momento de realizar un viaje.

### ***Turista***

El turista es un individuo que se desplaza de un sitio a otro de donde no es natal, sin embargo, el turista habitualmente le gusta realizar viajes y actividades para conocer nuevas culturas o viaja ya sea por recreación o por interés hacia algo desconocido para él. En este caso el turista no todo un siempre sale lejos de su lugar de residencia hacia otro sitio del mundo sino también puede trasladarse a alguna provincia o algún territorio, sin duda alguna, un turista al llegar a su lugar destinado este al menos pernocta una noche en





**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN**  
**TURISMO**



17

su lugar de llegada. (Quintana Junco, 2019, pág. 15)

Un turista se puede decir que es una persona que viaja de forma temporal fuera de su lugar de residencia en búsqueda de realizar actividades las cuales son variadas porque van a depender del tipo de turismo que vallan a escoger, conocer otras ciudades y poder aprender nuevas culturas. Estos consumidores deben permanecer más de 24 horas en el destino lo que con lleva a pernocten y accedan a requerir de los servicios turísticos que se dispongan en el sitio.

***Visitante***

Según la Organización Mundial del Turismo (OMT, 2018) un visitante es aquella persona que viaja a un destino que es distinto a su entorno habitual, por una duración menor a un año, con cualquier finalidad esta puede ser por ocio, negocios u otro motivo personal que no sea la de ser empleado por una entidad residente en el país o lugar visitado. Este se puede clasificar como turista, si es que él duerme en el lugar visitado es decir su viaje incluye una pernoctación, o como visitante del día o también conocido como excursionista si es que el que no pernocta o sea el no pasa la noche en el destino desplazado.

Entonces un visitante es una persona que viaja a un destino principal que es diferente a su lugar de su domicilio cotidiano por un periodo menor a un año. Los motivos de su desplazamiento no deben implicar que aquel pueda ser empleado por una organización establecida en dicho lugar o país visitado. Los visitantes se clasifican en nacionales cuando estos viajan dentro de su propio país o también pueden ser visitantes internacionales cuando lo realizan fuera de su país de origen.

***Excursionista***

La OMT lo define al excursionista como visitante del día el cual su origen puede ser a



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN**  
**TURISMO**



18

causa del turismo interno, receptor o emisor. Estas personas se desplazan de su destino a uno que no es su entorno habitual y este viaje no incluye pernoctación (Turismo, 2020).

Se puede mencionar que estas excursiones son programas locales por que cuentan con una duración no puede exceder las 24 horas e incluyen algunos servicios como: transporte, visitas guiadas, comidas, etc. Pero limita el servicio de pernocte, estos desplazamientos se realizan para conocer atractivos puntuales y ciudades las cuales se sitúan en las cercanías de los centros turísticos, así se encuentran excursiones tanto de medio día como día entero de permanencia (Pionce Plua, 2016).

Los excursionistas solo buscan quedarse en el destino por un tiempo limitado esto quiere decir que ellos ya tienen visualizado y planeado su desplazamiento con horas establecidas y no incluyen que accedan a pernoctar en un lugar. La condición de sus viajes radica que normalmente los realizan partiendo de un lugar específico y muchas de las veces se finaliza regresando al mismo que anteriormente fue el punto de encuentro.

### ***Perfil del turista***

Según Ramírez (2019), “El perfil del turista es un conjunto de características sociales, económicas y motivacionales que distinguen a los viajeros de un destino con otro. Igualmente identifica las expectativas, servicios consumidos y el grado de satisfacción” (p. 2). Determinando el beneficio que se tiene al definir esta línea de personas; de manera que, esto hace posible el desarrollo de estrategias por medio de las experiencias que han vivenciado en el destino las mismas que servirán para poder perfeccionar la oferta turística.

Cabe recalcar que cada vez los turistas son más exigentes, se encuentran más preparados y disponen de información al alcance de la mano. Es por esto que para poder atenderlos es



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN**  
**TURISMO**



19

necesario tener claro sus gustos y necesidades. Es así que, consiguiendo un buen estudio del perfil del turista, el destino lograra aproximarse más a lo que el turista busca y transformarse un referente del sector.

Entre las ventajas que puede tener una empresa turística frente al mercado es el tener un claro estudio de los perfiles de los turistas los mismos que pueden variar, pero contribuye a que estos establecimientos se preparen más para ofrecer un servicio o producto de calidad al cliente. Distinguiendo sus debilidades para que brinden confiabilidad y las personas logren un apego hacia el destino.

***Afluencia turística***

La afluencia de turistas se emplea para detallar la entrada y salida de personas en gran o menor cantidad a un lugar específico, el mismo es seleccionado por los visitantes con anticipación, donde se provee servicios turísticos de calidad; misma que posee las facilidades necesarias para disfrutar de los atractivos naturales y culturales sin causar ningún tipo de daño al medio y a la realidad donde se desarrollan la actividad (Peñañiel Leiton, 2019).

La afluencia turística permite que se identifique el número de visitas que pueda llegar a tener un destino por parte de turistas nacionales e internacionales permitiendo fijar su atención en mejorar sus servicios para que aporten al desarrollo turístico de un sitio o país. Lo que con llevar a crear estrategias que puedan atraer a más turistas y a aumentar los ingresos socio-económicos contribuyendo al aprovechamiento racional de los recursos turísticos con los que se cuenta y así proporcionar una oferta turística atractiva para que posibles consumidores.



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN**  
**TURISMO**



20

### **MARCO METODOLÓGICO**

El presente estudio de caso utiliza la investigación exploratoria debido a que existe escasa información sobre el perfil del turista del Cantón Vinces, a través del mismo se encontrarán datos que pueden ser de gran importancia para los prestadores de servicios turísticos del destino. Cabe recalcar que este tipo de investigación es aquella que se da en un tema u objeto que es poco estudiado o que pueda que sea desconocido. Por tanto, sus resultados buscan aproximarse al descubrimiento de nuevos conocimientos que puedan brindar un nivel superficial de información a dicho objeto.

Este trabajo también emplea el tipo de investigación descriptiva que tiene por objetivo caracterizar a la población estudiada permitiendo la recopilación abundante de información y consiste principalmente en describir el fenómeno o situación específica indicando sus cualidades más similares o diferenciadores. Es decir, que gracias a la aplicación de este tipo de investigación se va a poder identificar las principales características que poseen los turistas que visitan el cantón Vinces dando paso a determinar los perfiles con los que estos cuentan.

La investigación mixta también juega un rol importante en la búsqueda de información del presente trabajo; de manera que, esta va a permitir analizar y recopilar datos cuantitativos y cualitativos los cuales serán usados para la mejor comprensión del problema de investigación planteado. El método de investigación que se empelara es el deductivo porque este admite extraer información lógica y válida a partir de un grupo de premisas o proposiciones. Es decir, este método permite ir de lo más general a lo más específico para poder obtener conclusiones en base al razonamiento para luego dar paso a adquirir nuevos conocimientos.

La técnica con la que contará este trabajo es con la encuesta por que posibilitará la



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN**  
**TURISMO**



21

recopilación de información de forma rápida y sencilla la cual ayudará a la identificación del perfil con el que cuentan los turistas que acuden al Cantón Vinces determinando las motivaciones por las cuales la visitan. La utilización de esta técnica es muy común en los distintos tipos de investigación porque permite el levantamiento de datos estadísticos que se dan mediante una consulta como resultado de la difusión de la misma a diferentes personas.

La encuesta dará paso a la creación de un cuestionario el cual contará con 17 preguntas las cuales nos permitirán conocer aspectos socio económicos, demográficos y sociales que poseen los turistas que visitan el cantón Vinces. El formulario se creará en Google forms y tendrá preguntas de selección múltiple que darán como resultado datos cuantitativos y cualitativos que posibilitará el levantamiento de información veraz para poder responder a los objetivos anteriormente planteados.

En cuanto a la población esta no se encuentra determinada; de manera que, la encuesta no está direccionada a un número específico de personas. El link del cuestionario se compartirá por diferentes redes sociales que facilitará la participación voluntaria de las personas al momento de responder. La muestra seleccionada en esta investigación es no probabilística porque se ha escogido a los participantes al azar de forma subjetiva; es decir, con el enfoque aleatorio simple.



## **RESULTADOS**

La revisión de la literatura planteada acerca de las características que deben ser identificadas para la creación del perfil del turista del Cantón Vinces permitió mejorar la interpretación del tema para alcanzar el progreso favorable de la investigación. El desglose de las variables y su significado posibilitó la formulación de interrogantes, que luego fueron tomadas para llevar a cabo una encuesta dirigida a la comunidad en general.

Este estudio de caso utilizó como técnica la encuesta la cual viabilizó la recopilación de información de manera rápida y eficaz. El cuestionario fue creado a través de los formularios de Google Forms y contenía 17 preguntas orientadas a descubrir el perfil del turista que visita el cantón Vinces, esta obtuvo la participación de 126 personas. La recopilación de estos datos da como resultado identificar las principales características con las que cuentan estas personas especificando sus motivaciones, preferencias, gustos, etc.

El levantamiento de esta información dará paso al diseño de un afiche informativo en el cual estará detallado el perfil del turista del cantón Vinces. El mismo podrá ser difundido y utilizado como referente para mostrar cual es el segmento de mercado que arriba a la ciudad; de esta forma, se podrán realizar programas o proyectos que vayan direccionados a este grupo e influya en la motivación de su viaje.

A continuación, se muestra una tabla en donde se puede visualizar en forma resumida las variables y las principales características que poseen los turistas que visitan el cantón Vinces, identificado como resultado de la encuesta. Cabe recalcar que en la sección de anexos también se van encontrar con más detalle gráficos, porcentajes y análisis de cada una de las preguntas para su mejor comprensión.



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN**  
**TURISMO**



23

**Tabla 1.** *Análisis de la Demanda*

<b>VARIABLE</b>	<b>PERFIL DEL TURISTA</b>
Edad	Entre 15 a 25 años
Residencia	Babahoyo
Compañía	Familia
Grupo de visita	2 a 4 personas
Frecuencia	Festividades
Medio de información	Amigos y familiares / redes sociales
Motivación	Diversión y gastronomía
Preferencias	Ambiente / Gastronomía / Recurso Natural
Actividades recreativas	Turismo de aventura
Calidad de servicio	Buena
Retorno de turistas	Sí piensan volver a visitar Vices
Presupuesto	De \$10 a \$30 dólares
Permanencia	Durante el día
Festividades	Regatas Guayaquil- Vices
Alojamiento	No utilizan
Día de visita preferido	Fines de semana

**Fuente:** Elaboración propia



### **DISCUSIÓN DE RESULTADOS**

Luego de la realización de la investigación documental se asume la postura direccionada con la información expuesta por los autores Urgiles (2016), Maldonado (2019) y Ramírez (2019), la misma que fue previamente citada, se está de acuerdo con cada uno de los aportes añadidos; de manera que, se logró establecer que la demanda turística se refiere a una segmentación de mercado que acude a un lugar en específico. El perfil del turista en general es determinado por variables geográficas, demográficas, psicográficas y conductuales que permiten identificar las motivaciones, preferencias y percepciones que ellos tienen al elegir un destino. Los resultados que se obtuvieron mediante la aplicación de la encuesta se dirigen a la investigación teórica y bibliográfica realizada.

En relación a los estudios antes efectuados para determinar el tipo de turista que visita el cantón Vinces se puede mencionar que no existe ningún documento que detalle el perfil con los que cuentan estas personas. No se ha hecho ningún levantamiento de información por lo tanto se debería considerar este estudio de caso como un documento clave para poder insertar nuevos servicios y productos en el mercado, así se aportará a la planificación turística y la afluencia de visitantes.

Una vez recopilada la información que se detalla en la sección de resultados, en relación a las 126 personas encuestadas, se obtienen los siguientes resultados: el perfil del turista que visita el cantón Vinces en su gran mayoría son jóvenes que tienen un rango de edad de 15 a 25 años aproximadamente, residentes casi en su totalidad del cantón Babahoyo. Estos turistas viajan junto a su familia en grupos de 2 a 4 personas. La frecuencia con la que ellos acuden a la localidad en mayor porcentaje ocurre cuando hay festividades.





Las opiniones de amigos y familiares son el medio por el cual reciben más información sobre el cantón, aunque también obtuvo un alto resultado la información obtenida a través de redes sociales. La principal motivación para visitar el lugar es la diversión incluida en las actividades que se efectúan en la ciudad, su ambiente y poder degustar de la gastronomía local. Entre las actividades que preferirían realizar están los deportes de aventura, visitar los atractivos turísticos que posee el cantón, realizar paseos en canoa por el río Vinces, etc.

La mayoría de estas personas viajan con un presupuesto de \$10 a \$30 dólares. Su permanencia en el cantón es solo durante el día y en las festividades, entre las que se puede destacar la tradicional Regata Guayaquil-Vinces. Los visitantes no hacen uso de ningún alojamiento para pernoctar. En algunos de los casos recurren a pasar la noche en viviendas de familiares y en escasas oportunidades optan por utilizar las instalaciones de un hotel. Los fines de semanas son los días seleccionados por ellos para acudir a la localidad.

El presente estudio de caso tiene entre sus objetivos el diseño de un afiche informativo en base a los datos recopilados mediante la encuesta. Su contenido expondrá las principales características, gustos, preferencias y motivaciones que definen el perfil del turista que acude al cantón Vinces. Para su mejor comprensión este puede encontrarse en la sección de anexos.



## **CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

### **CONCLUSIONES**

Luego del análisis bibliográfico, se puede deducir que el perfil del turista aporta a identificar una segmentación de personas que visita un lugar en específico. Su viaje procede influenciado por la motivación de conocer un destino y que este cumpla todas las expectativas deseadas. Los visitantes poseen características únicas las cuales al ser detectadas oportunamente permiten la creación de una buena oferta turística que contenga productos y servicios de calidad para el aprovechamiento positivo, fomentando el desarrollo social, cultural, ambiental y económico de una localidad.

Las principales características que poseen los turistas que visitan el cantón Vinces es que su rango de edad se encuentra entre los 15 y 25 años y son provenientes en su mayoría del cantón Babahoyo. Son motivados por las festividades y más si se trata de las famosas Regatas. El presupuesto para gastar en su viaje es máximo \$30 dólares. Su permanencia es solo durante el día, lo que trae como consecuencia no utilizar ningún establecimiento para hospedarse, por tanto, deben ser identificados como excursionistas. Sus días de visita preferentes son los fines de semana.

La creación de un afiche informativo permitirá visualizar las variables que en conjunto crean un perfil para determinar cuál es la demanda turística que visita el cantón; de manera que, constituirá una herramienta de utilidad para los planificadores locales. Con el presente estudio se podrá contar con un documento confiable y con base científica, en el cual se refleja el perfil del turista que visita Vinces.

Se ha podido identificar que el cantón requiere la creación de más actividades turísticas



para el aprovechamiento de sus atractivos que permitan la práctica de turismo de aventura, ferias gastronómicas y otras de la modalidad ecoturismo. La implementación de estas acciones podrá captar la atención de un mayor número de turistas y motivarlos a volver.



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN**  
**TURISMO**



28

### **RECOMENDACIONES**

Se deberían desarrollar más estudios que involucren el perfil del turista para poder identificar nuevas características que no fueron detectadas en este trabajo para que los prestadores de servicios turísticos así mismo como la comunidad local puedan optimizar la gestión turística del cantón.

Se debe considerar todas las características detectadas en el presente estudio de caso para crear productos innovadores y mejorar la oferta turística existente.

Se recomienda que el GAD Municipal del cantón trabaje en la promoción turística de la localidad; dando paso, a la creación de un sitio web en donde se difunda información que pueda ser compartida mediante las redes sociales y que pueda llegar a influenciar a los turistas a visitar la ciudad.



## REFERENCIAS Y ANEXOS

### REFERENCIAS

- (OMT), O. M. (junio de 2018). Fundamentos del Turismo - Conceptualización básica. *Fundamentos del Turismo - Conceptualización básica*. UNWTO Barómetro 2018.
- Foullon Inzunza, J. J. (abril de 2020). Segmentación de mercado. Guadalajara, Jalisco, México: Universidad de Guadalajara, Sistema de Universidad Virtual.
- Godoy Ortiz, R. V. (Septiembre de 2020). “*Situación turística del recinto los lojas del cantón daule para el rediseño de estrategias de gestión turística*”. Guayaquil, Ecuador: Facultad de Comunicación Social.
- Llanga Vargas, E. F., Murillo Pardo, J. J., Panchi Moreno, K. P., Paucar Paucar, M. M., & Quintanilla Orna, D. T. (2019). La motivación como factor en el aprendizaje. *Atlante Cuadernos de Educación y Desarrollo*.
- Maldonado Luzuriaga, J. L. (2019). *Diagnostico de la situación turística de la Reserva Marina El Pelado para el diseño de una promoción turística*. Guayaquil: Facultad de Comunicación Social.
- Peñañiel Leiton, J. G. (2019). *Afluencia de visitantes y los atractivos turísticos de la Parroquia Febres Cordero del cantón Babahoyo*. Babahoyo: Universidad Técnica de Babahoyo.
- Pineda Reasco, A. P., Sojos López, G. L., & Calle Iñiguez, M. P. (2019). Análisis del Sistema Turístico de la Parroquia Casacay, Pasaje, Ecuador. *RIAT- Revista Interamericana de Ambiente y Turismo*, 162-169.
- Pionce Plua, Y. (2016). *Análisis del perfil del excursionista que visita Cerro Blanco para el diseño de paquetes turísticos educativos*. Guayaquil, Ecuador:  
<http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/18389/1/TESIS%20COMPLETA%20YESE%20NIA%20PIONCE%20EMP.pdf>.
- Quintana Junco, D. J. (2019). *Educación ambiental de los turistas que visitan el puerto Misahuallí, provincia de Napo*. Babahoyo, Babahoyo: Universidad Técnica de Babahoyo.
- Ramírez Orrala, D. J. (2019). *El perfil del turista que visita la comuna Dos Mangas, cantón Santa Elena, provincia de Santa Elena, año 2017*. Libertad, Ecuador: Repositorio Dspace - Facultad de Ciencias Administrativas.
- Robleda Sanchez, M. G., Pérez Conde, E., Kantún Ramírez, M. A., & Jonapá Cauich, J. A. (2017). Metodología propuesta para identificar el perfil y grado de satisfacción del turista en los principales destinos de Yucatán. *ECORFAN*, 126-139.



Salazar, D., Guerrero, M., Núñez, J., Zambrano, N., & Tixilema, E. (2018). Perfil del turista en función de sus motivaciones, gustos y preferencias. *Revista Ciencia Digital*, 50-61.

Turismo, O. M. (2020). *GLOSARIO DE TÉRMINOS DE TURISMO*.  
<https://www.unwto.org/es/glosario-terminos-turisticos>.

Urgiles Camacho, J. G. (2016). *Diagnóstico del perfil del turista que visita el cantón Nobol para el diseño de un producto turístico vivencial*. Guayaquil: Repositorio Universidad de Guayaquil.

Vargas Melgarejo, L. M. (2022). Sobre el concepto de percepción. *ALTERIDADES*, 47-53.



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN**  
**TURISMO**

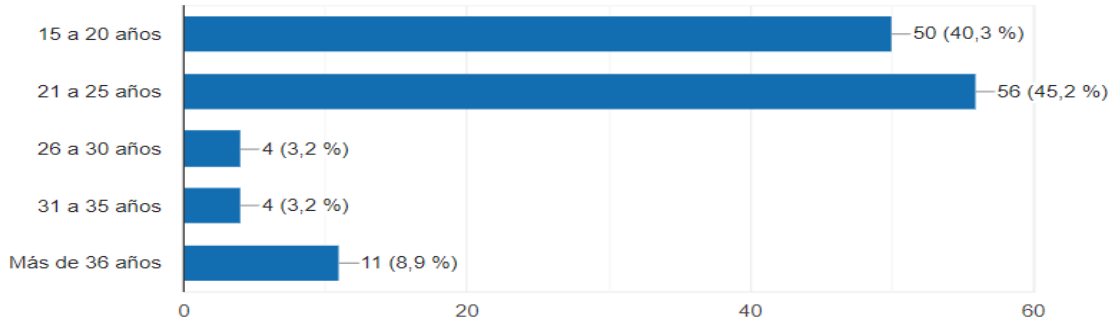


31

**ANEXOS**  
**Anexo 1. Encuesta**

**1. ¿Cuál es su edad?**

**Figura 1:** *Edad de los turistas*



**Fuente:** Elaboración propia

Análisis: Respecto al rango de edad de las personas que más acuden a esta localidad en mayor proporción encontramos a los que tienen 15 a 25 años sumando juntos un porcentaje de casi 85%.

**2. ¿Cuál es su lugar de residencia?**

**Figura 2:** *Residencia*



**Fuente:** Elaboración propia

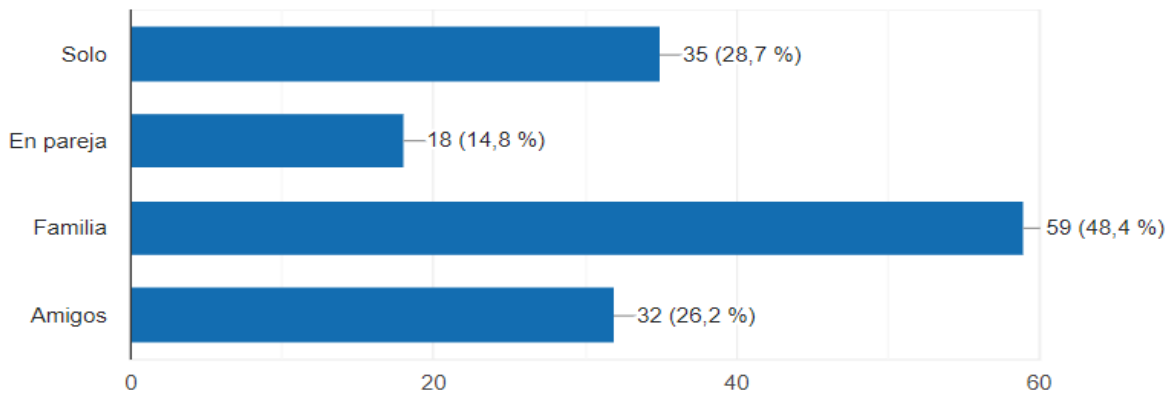
Análisis: Referente al lugar de residencia de los turistas se evidencia que el mayor



porcentaje viene del cantón Babahoyo seguido de los recintos que pertenecen al cantón Vinces; así mismo del cantón Guayaquil y el cantón Ventanas.

**3. ¿Cuándo viaja al cantón Vinces en compañía de quién Ud. realiza su visita?**

**Figura 3:** *Compañía*

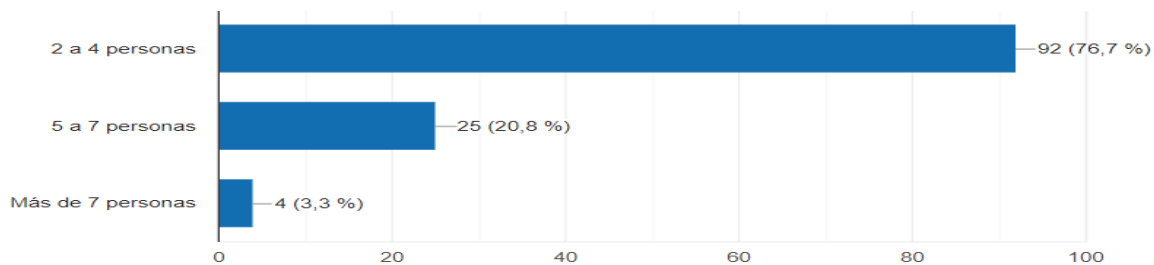


**Fuente:** Elaboración propia

Análisis: Los turistas que visitan el cantón Vinces lo hacen más en familia dando como resultado un 48,4%, el 28,7% lo realiza solo no necesita de acompañantes y el 26,2% acude junto a sus amigos.

**4. ¿Cuántas personas integran su grupo de visita?**

**Figura 4:** *Grupo de visita*



**Fuente:** Elaboración propia

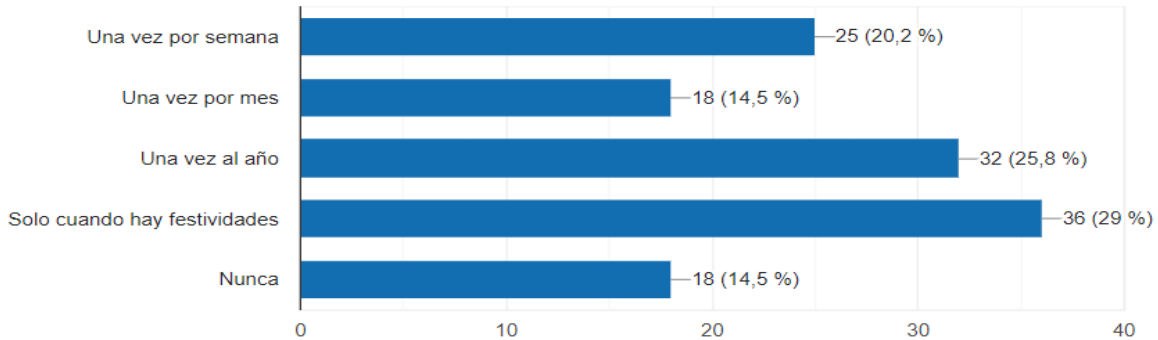
Análisis: En cuestión al número de personas que integra el grupo de visita el 76,7% lo



conforman 2 a 4 personas, el 20,8% es de 5 a 7 personas y 3,3% lo integra más de 7 personas.

### 5. ¿Con qué frecuencia acude Ud. al cantón Vinces?

**Figura 5:** Frecuencia

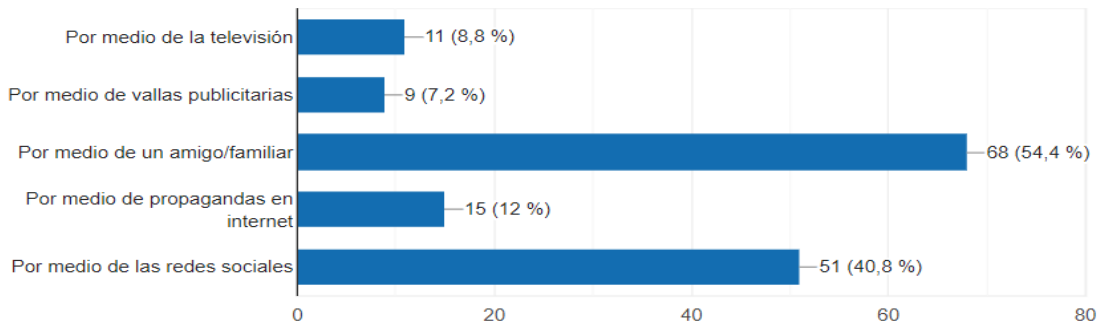


**Fuente:** Elaboración propia

**Análisis:** La frecuencia con la que acuden los turistas al cantón Vinces es cuando hay festividades en un 29%; así mismo, con un 25,8% lo hacen solo una vez por año.

### 6. ¿Por qué medio obtuvo la información del cantón Vinces?

**Figura 6:** Medio de Información



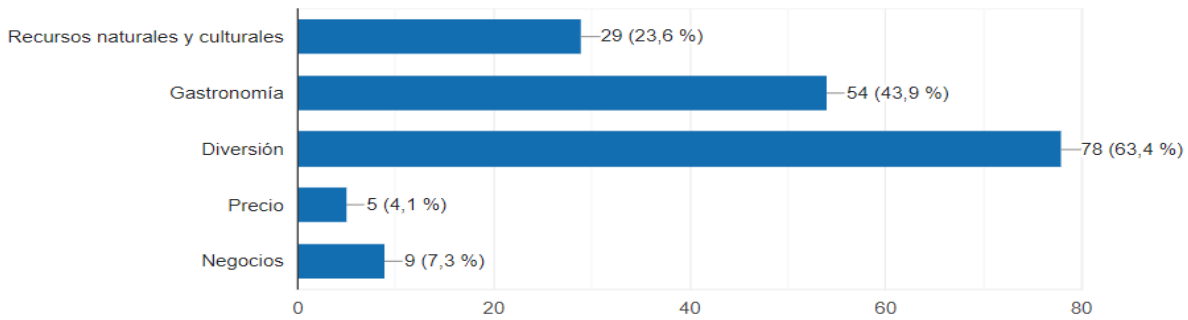
**Fuente:** Elaboración propia

**Análisis:** El medio por la cual los turistas reciben más información sobre esta localidad es por los comentarios vertidos por amigos y familiares en un 54,4%. También uno de los canales de difusión son las redes sociales con un 40,8%, así mismo las propagandas de internet fomentan

la promoción turística con un 12%. Las transmisiones por televisión muestran un 8,8% dejando a las vallas publicitarias en un 7,2%.

**7. ¿Cuál es su motivación para asistir al cantón Vinces?**

**Figura 7: Motivación**



**Fuente:** Elaboración propia

Análisis: La encuesta mostró que los turistas son motivados por la diversión que encuentran en el cantón indicando un 63,4%. La gastronomía también incentiva a las personas a acudir a la localidad con un 43,9%, la visita a los recursos naturales y culturales señala que un 23,6% de personas lo realiza. Ir a Vinces por motivo de negocios da un 7,3% y la cuestión de asistir por los precios que muestra la oferta está en un 4,1%.

**8. ¿Qué es lo que más le gustó del cantón Vinces?**

**Figura 8: Preferencias**



**Fuente:** Elaboración propia



Análisis: Lo que más les gusta a los turistas al visitar el cantón Vinces es su ambiente con un porcentaje de 46,7, aunque también se inclinan por la comida, el río y los complejos turísticos con los que cuenta.

### 9. ¿Qué otra actividad le gustaría realizar en el cantón Vinces?

Figura 9: Actividades recreativas



Fuente: Elaboración propia

Análisis: Entre las actividades que a estas personas les gustaría realizar tenemos los deportes de aventura, visitar los atractivos turísticos que posee el cantón, realizar paseos en canoa por el río Vinces, etc.

### 10. ¿Cómo califica su estancia y el servicio del destino?

Figura 10: Calidad de servicio

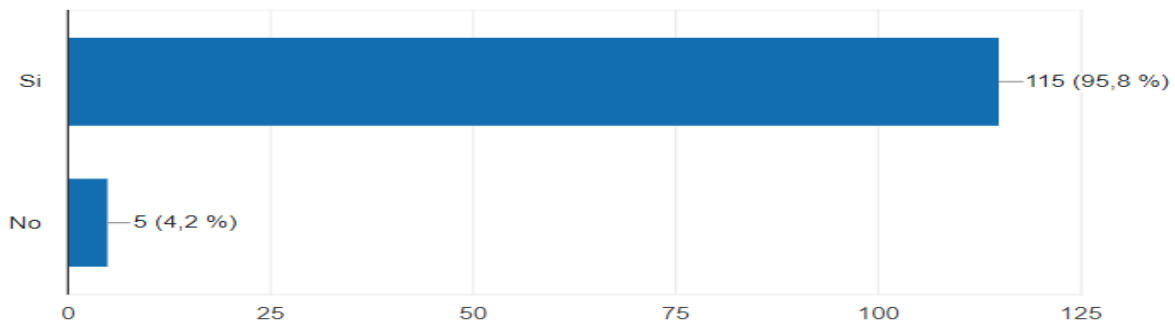


Fuente: Elaboración propia

Análisis: La estancia en el cantón Vinces se la calificó como bueno en su gran mayoría con 38,7%.

### 11. ¿Volvería a visitar el cantón Vinces?

**Figura 11:** Retorno de turistas

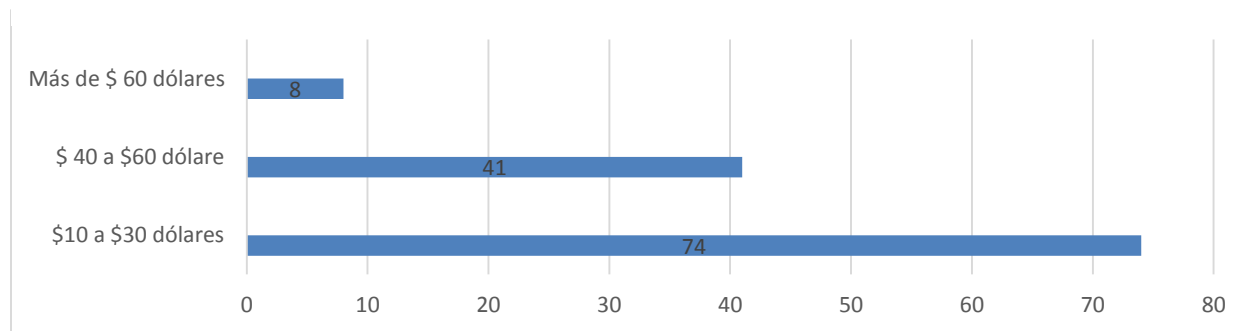


**Fuente:** Elaboración propia

Análisis: Los turistas muestran que si van a volver a visitar la localidad con un recuento de 115 personas con un 95,8%.

### 12. ¿Cuánto es su presupuesto para viajar al cantón Vinces?

**Figura 12:** Presupuesto

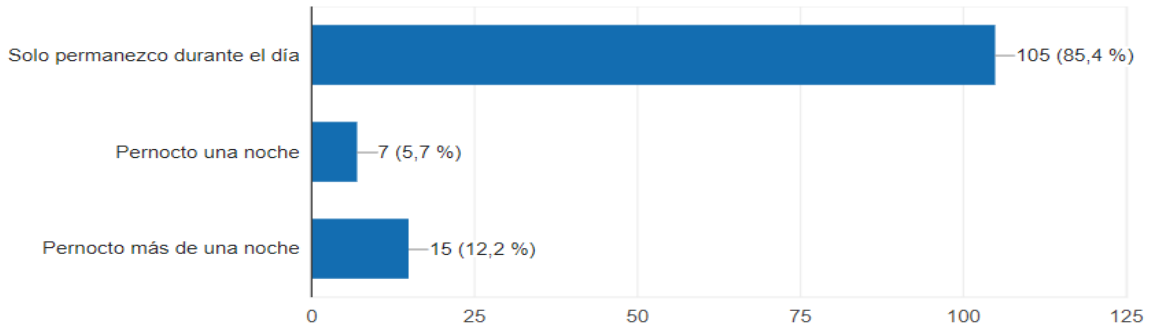


**Fuente:** Elaboración propia

Análisis: La mayoría de los turistas viajan con un presupuesto de \$10 a \$30 dólares señalando un 60,2%, con \$ 40 a \$60 dólares visitan la localidad un 33,3% y con más de \$60 dólares estas personas acuden con un 6,5%.

**13. ¿Cuál es el tiempo de permanencia de usted en el cantón Vinces?**

**Figura 13:** *Permanencia*

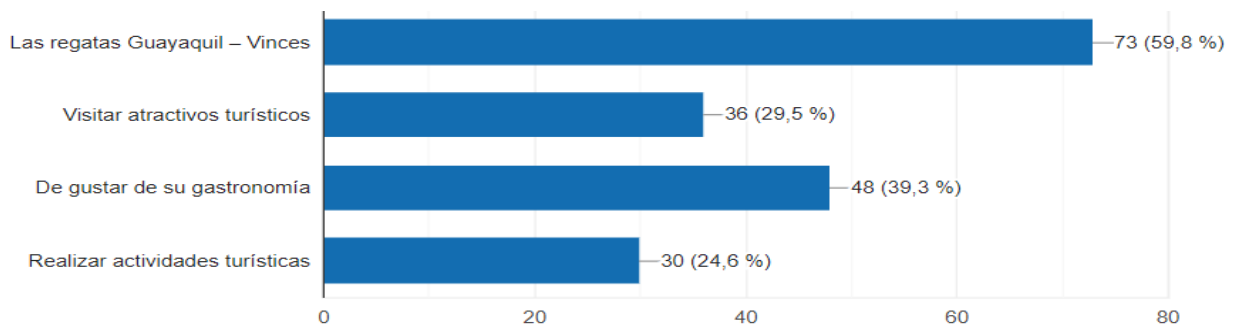


**Fuente:** Elaboración propia

Análisis: La permanencia de los turistas en el cantón solo es en el día con un 85,4%, aunque un 12,2% si pernocta más de una noche en Vinces, mientras que solo un 5,7% se queda por una sola noche en la localidad.

**14. ¿Cuál de las siguientes actividades considera Ud. para visitar el cantón Vinces?**

**Figura 14:** *Causa de la visita*

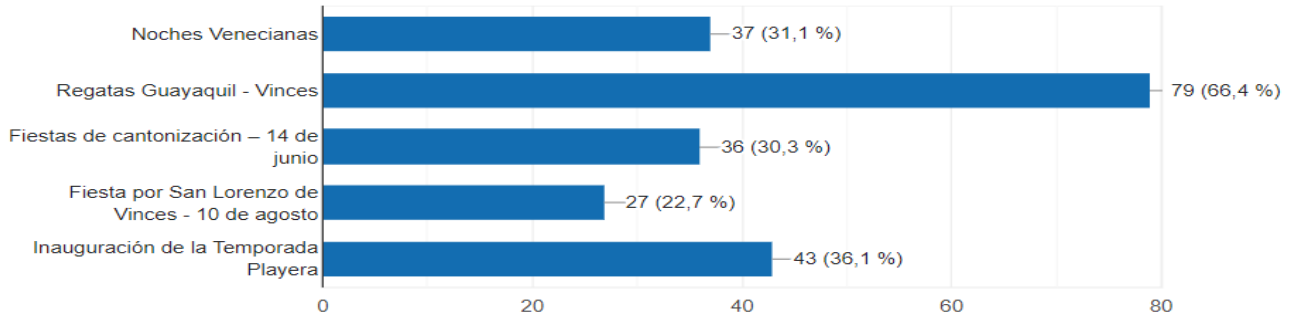


**Fuente:** Elaboración propia

Análisis: Las actividades por las cuales existe más número de visitas es por las famosas regatas en un 59,8% y también por degustar su gastronomía con un 39,3%.

**15. ¿Por cuál festividad usted visita el cantón Vinces?**

**Figura 15:** *Festividades*

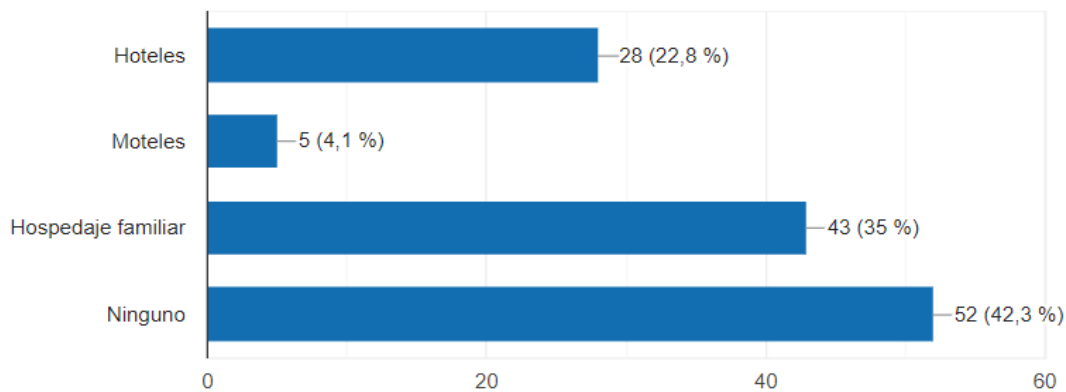


**Fuente:** Elaboración propia

**Análisis:** Las festividades por las cuales hay afluencia de turistas en el cantón son por las regatas Guayaquil-Vinces en un 66,4%, la inauguración de la temporada playera con un 36,1% y las Noches Venecianas 31,1%.

**16. ¿Qué tipo de alojamiento usted utiliza para hospedarse en el cantón Vinces?**

**Figura 16:** *Alojamiento*



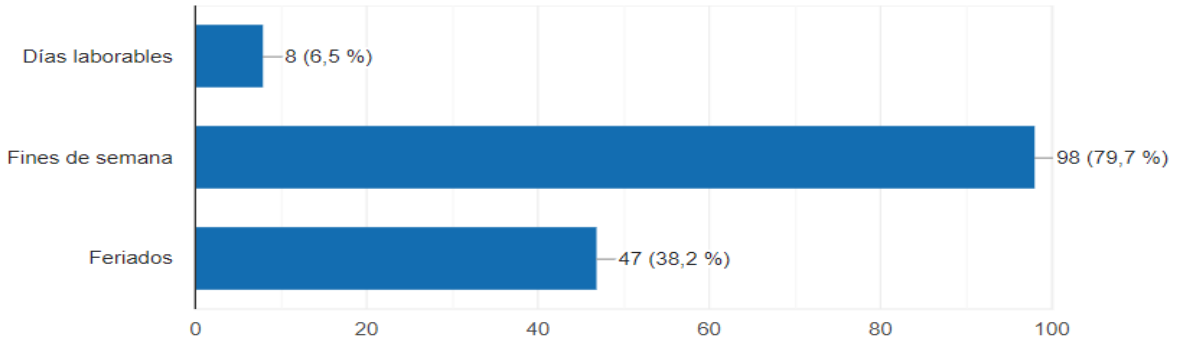
**Fuente:** Elaboración propia

**Análisis:** Los turistas en un 42,3% no utilizan ningún alojamiento para hospedarse en el cantón Vinces, un 35% recurre a pasar la noche en donde un familiar, el 22,8% si se aloja en un hotel y un 4,1 se queda en un motel.



17. ¿En qué día Ud. prefiere viajar al cantón Vinces?

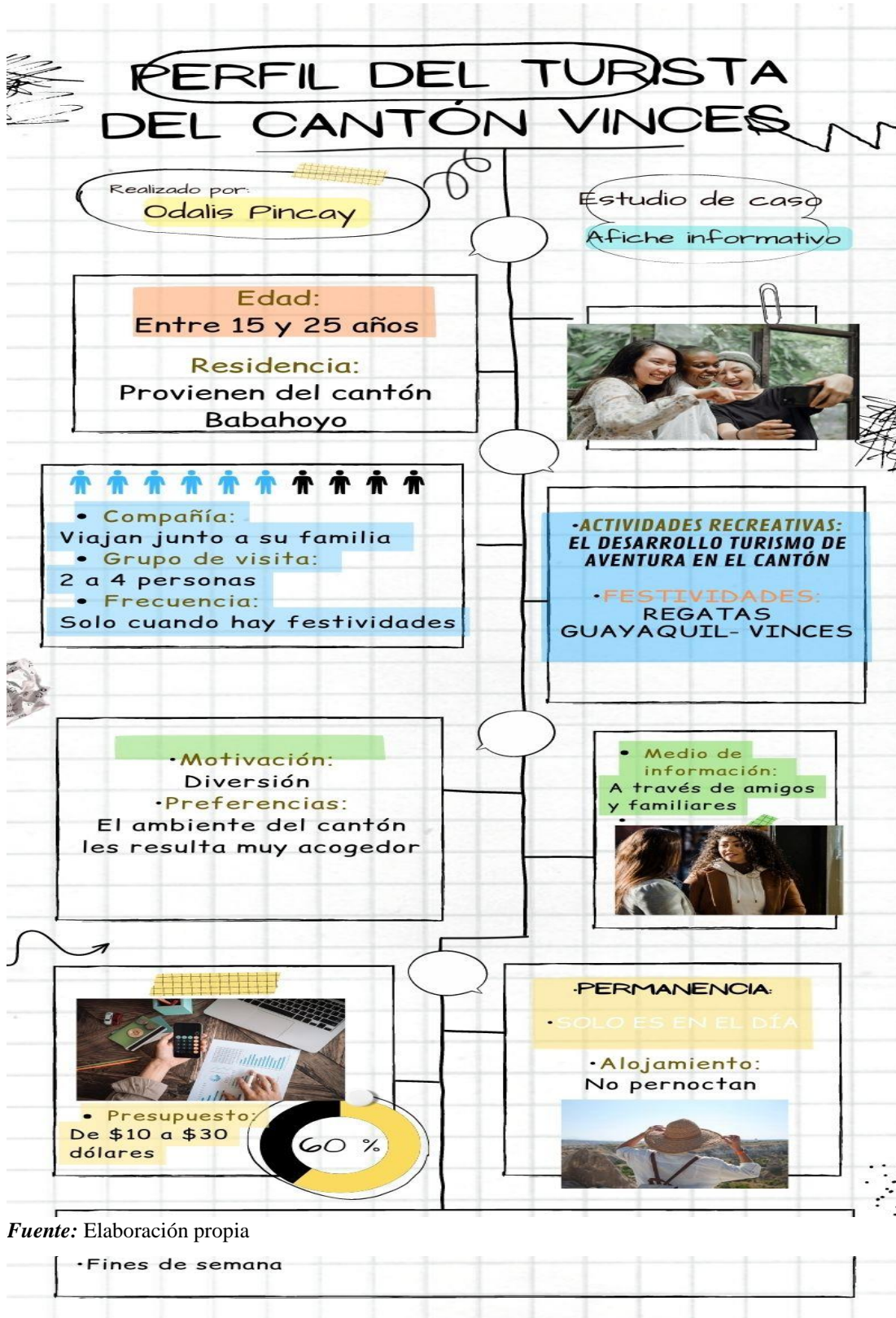
Figura 17: Día de visita



Fuente: Elaboración propia

Análisis: Referente a los días en las personas viajan a la localidad lo hacen los fines de semana señalando un 79,7%, con un 38,2 acuden feriados y un 6,5% lo realiza los días laborables.

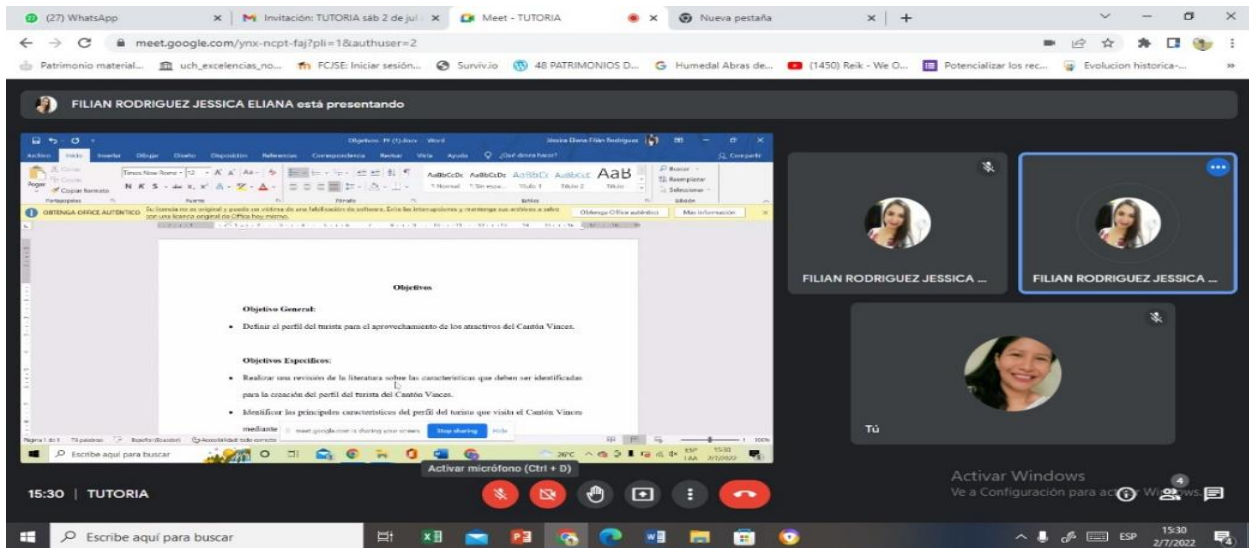
**Anexo 2. Afiche informativo**





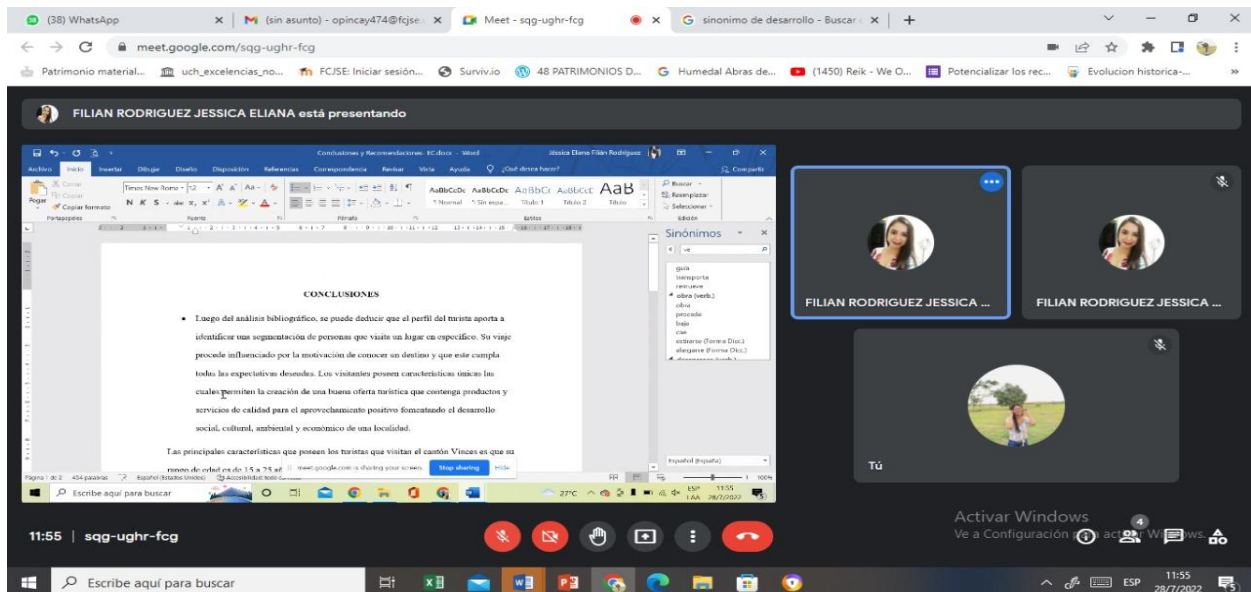
### Anexo 3. Tutorías

Ilustración 1



Fuente: Elaboración propia

Ilustración 2



Fuente: Elaboración propia