UNIVERSIDAD ESTATAL AMAZÓNICA

FACULTAD CIENCIAS DE LA VIDA

CARRERA EN TURISMO

TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR

TEMA:

SEGMENTACIÓN POR ESTILOS DE VIDA DEL TURISTA INTERNO DEL CANTÓN PASTAZA, ECUADOR.

AUTOR(ES):

Nancy Mariuxi Andi Shiguango

Elvia Alexandra Ashqui Morocho

DOCENTE - TUTOR:

Msc. María Germania Gamboa Ríos

Puyo - Pastaza - Ecuador

2023

UNIVERSIDAD ESTATAL AMAZÓNICA

FACULTAD CIENCIAS DE LA VIDA

CARRERA EN TURISMO

TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR

TEMA:

SEGMENTACIÓN POR ESTILOS DE VIDA DEL TURISTA INTERNO DEL CANTÓN PASTAZA, ECUADOR

AUTOR(ES):

Nancy Mariuxi Andi Shiguango

Elvia Alexandra Ashqui Morocho

DOCENTE - TUTOR:

Msc. Marìa Germania Gamboa Ríos

Puyo - Pastaza - Ecuador

2023

FORMATO 4
APROBACIÓN DE LOS TRABAJOS DE INTEGRACIÓN CURRICULAR

(Uno por cada evaluador)

En el siguiente cuadro se detalla un conjunto de criterios a evaluar con un total de cien (100) puntos.		
Criterios	**Puntaje**	**Argumentos de la calificación**
1. TÍTULO		
El título es conciso e informativo de la idea principal del escrito. Genera expectativas de lectura que se cumplen.	5/5	El título si genera expectativa e interés, informa y proyecta.
2. RESUMEN		
Entrega información necesaria que oriente al lector a identificar de qué se trata la investigación y su relevancia. Incorpora los objetivos, metodología, principales hallazgos y conclusiones.	4/5	Si incorpora en el resumen los objetivos, una metodología clara, hallazgo, no obstante, la conclusión debe reforzar con información más relevante.
3. INTRODUCCION		
Entrega información sobre la temática a tratar. Describe la relevancia del tema dentro de las temáticas de investigación, vinculación y docencia. Presentación del problema y objetivos del problema del artículo de manera clara y concisa.	17/20	Si describe la relevancia del tema de forma clara y concisa, mientras que el problema y objetivos del planteamiento del problema deben ser más claros.
4. MARCO TEÓRICO		
Marco teórico coherente y articulado con los objetivos. Entrega conceptos de términos que son empleados en el estudio. Sustenta el referente conceptual con adecuadas fuentes de autoridad.	15/15	Tiene coherencia y está articulado con los objetivos, también sustenta con adecuadas fuentes los conceptos y definiciones.
5. METODOLOGIA		
Describe el tipo de investigación a desarrollar. Expone con claridad el procesamiento de la información y obtención de los datos. Plantea los criterios de análisis con que se abordó la información.	13/15	Si describe el tipo de investigación, expone con claridad la información y plantea una metodología acorde con la investigación, los criterios de análisis son escasos.

6. ANÁLISIS DE RESULTADOS		
Entrega los resultados de manera organizada a partir del problema planteado, objetivos específicos, etc. Los cuadros y figuras son pertinentes y están claramente representados. El texto no repite información entregada en los cuadros y figuras.	23/25	Si entrega los resultados de forma organizada, con el uso de gráficos que están claramente representados, no obstante, la interpretación de los resultados requiere de la opinión del análisis aplicado por los investigadores.
7. CONCLUSIONES		
Las conclusiones deben ser claras y precisas, acorde a los objetivos trazados. Discute, reflexiona sobre los resultados obtenidos.	8/10	Son claras y están acorde con los objetivos de la investigación, sin embargo, no se consideró describir alguna conclusión que conlleve a la discusión o que invita a la reflexión.
8. REFERENCIAS		
Atiende las normas APA en las citas, fuentes y referencias. Las referencias bibliográficas tienen la fuente en el texto y viceversa.	5/5	Si atiende a las Normas APA, en cada referencia citada dentro del documento.
VALORACIÓN TOTAL	90/100	

DICTAMEN

Marque la casilla correspondiente a su criterio de evaluación respecto al documento revisado.

Recomendación	**Marque con X**
Aprobar	X
No Aprobar	
CALIFICACIÓN	90/100

Atentamente,



Tania Cristina Cevallos Punguil
Docente PAR CIEGO

Dado en la ciudad de Puyo, a los 09 días del mes de marzo de 2023.

FORMATO 4
APROBACIÓN DE LOS TRABAJOS DE INTEGRACIÓN CURRICULAR
(Uno por cada evaluador)

En el siguiente cuadro se detalla un conjunto de criterios a evaluar con un total de cien (100) puntos.		
Criterios	**Puntaje**	**Argumentos de la calificación**
1. TÍTULO Segmentación por estilos de vida del turista interno del cantón Pastaza, Ecuador		
El título es conciso e informativo de la idea principal del escrito. Genera expectativas de lectura que se cumplen.	5/5	Correcto
2. RESUMEN		
Entrega información necesaria que oriente al lector a identificar de qué se trata la investigación y su relevancia. Incorpora los objetivos, metodología, principales hallazgos y conclusiones.	4/5	Se declara en el resumen que la investigación es exploratoria y descriptiva, son dos metodologías. Hacer contar que se trata de un tipo de investigación de método mixto.
3. INTRODUCCION		
Entrega información sobre la temática a tratar. Describe la relevancia del tema dentro de las temáticas de investigación, vinculación y docencia. Presentación del problema y objetivos del problema del artículo de manera clara y concisa.	18/20	La introducción pudo haber sido mejorada aún más siguiendo los lineamientos de la estructura de una introducción en un artículo.
4. MARCO TEÓRICO		
Marco teórico coherente y articulado con los objetivos. Entrega conceptos de términos que son empleados en el estudio. Sustenta el referente conceptual con adecuadas fuentes de autoridad.	15/15	Correcto
5. METODOLOGIA		
Describe el tipo de investigación a desarrollar. Expone con claridad el procesamiento de la información y obtención de los datos. Plantea los criterios de análisis con que se abordó la información.	15/15	Correcto

6. ANÁLISIS DE RESULTADOS		
Entrega los resultados de manera organizada a partir del problema planteado, objetivos específicos, etc. Los cuadros y figuras son pertinentes y están claramente representados. El texto no repite información entregada en los cuadros y figuras.	23/25	Se mejoraría el documento si bajo las figuras se cita de manera completa título o instrumento (encuesta) utilizado para extraer información.
7. CONCLUSIONES		
Las conclusiones deben ser claras y precisas, acorde a los objetivos trazados. Discute, reflexiona sobre los resultados obtenidos.	10/10	En concordancia con la presentación de resultados.
8. REFERENCIAS		
Atiende las normas APA en las citas, fuentes y referencias. Las referencias bibliográficas tienen la fuente en el texto y viceversa.	4/5	Se sugiere poner en la lista de referencia la cita del instrumento utilizado para extraer información en la investigación. También hacer pequeños ajustes según APA.
VALORACIÓN TOTAL	100	94/100

DICTAMEN

Marque la casilla correspondiente a su criterio de evaluación respecto al documento revisado.

Recomendación	**Marque con X**
Aprobar	X
No Aprobar	
CALIFICACIÓN	94/100

Atentamente,

Firmado digitalmente porJESUS ANTONIO BONILLA DE GRACIA
Fecha:2023-03-09 18:09+19:00

JESUS ANTONIO BONILLA DE GRACIA

Dado en la ciudad de Puyo, a los 09 días del mes de marzo de 2023

UNIVERSIDAD ESTATAL AMAZÓNICA
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA VIDA
CARRERA DE TURISMO

Puyo, 01 de marzo de 2023

Por medio del presente CERTIFICO que:

El Trabajo de Integración Curricular correspondiente al estudiante: ANDI SHIGUANGO NANCY MARIUXI con C.I 1600465676 con el Tema: "**SEGMENTACIÓN POR ESTILOS DE VIDA DEL TURISTA INTERNO DEL CANTÓN PASTAZA**", de la carrera de Licenciatura en Turismo. Docente-director del Trabajo de Integración Curricular, María Germania Gamboa Ríos, ha sido revisado mediante el sistema antiplagio URKUND, reportando una similitud del 4%, Informe generado con fecha 01 de marzo de 2023, por parte del director conforme archivo adjunto.

Particular que comunico a usted para los fines pertinentes

Atentamente,

MARIA GERMANIA GAMBOA RIOS
Firmado digitalmente por MARIA GERMANIA GAMBOA RIOS
Fecha: 2023.03.01 11:12:37 -05'00'

María Germania Gamboa Rìos

Docente-director del Trabajo de Integración Curricular

Ouriginal by Turnitin

Document Information

Analyzed document	URKUND 2.0.pdf (D159800786)
Submitted	3/1/2023 4:22:00 PM
Submitted by	
Submitter email	nm.andis@uea.edu.ec
Similarity	4%
Analysis address	mgamboa.uea@analysis.urkund.com

Sources included in the report

SA **UNIVERSIDAD ESTATAL AMAZÓNICA / Cordones&Ochoa 18 07 2022 3.0.pdf**
Document Cordones&Ochoa 18 07 2022 3.0.pdf (D142199172)
Submitted by: eruiz@uea.edu.ec
Receiver: eduardo.ruiz.uea@analysis.urkund.com
3

SA **UNIVERSIDAD ESTATAL AMAZÓNICA / Proyecto Consolidado.pdf**
Document Proyecto Consolidado.pdf (D129181039)
Submitted by: tur2017056@uea.edu.ec
Receiver: ej.vivasu.uea@analysis.urkund.com
3

SA **UNIVERSIDAD ESTATAL AMAZÓNICA / TRABAJO EN GRUPO---Tarea 03 CD (1).pdf**
Document TRABAJO EN GRUPO---Tarea 03 CD (1).pdf (D140882198)
Submitted by: amb2016024@uea.edu.ec
Receiver: dj.sucoshanayv.uea@analysis.urkund.com
1

Entire Document

Segmentación por estilos de vida del turista interno del cantón Pastaza, Ecuador AUTOR 1 Ashqui Morocho Elvia Alexandra ea.ashquim@uea.edu.ec AUTOR 2 Andi Shiguango Nancy Mariuxi nm.andis@uea.edu.ec AUTOR 3 Gamboa Ríos María Germania mgamboa@

90% **MATCHING BLOCK 1/7** SA Cordones&Ochoa 18 07 2022 3.0.pdf (D142199172)

uea.edu.ec Universidad Estatal Amazónica, Facultad Ciencias de la Vida, Carrera de Licenciatura en Turismo 1.- Introducción El

MARIA GERMANIA GAMBOA RIOS

Firmado digitalmente por MARIA GERMANIA GAMBOA RIOS
Fecha: 2023.03.01 22:01:57 -05'00'

UNIVERSIDAD ESTATAL AMAZÓNICA
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA VIDA
CARRERA DE TURISMO

Puyo, 01 de marzo de 2023

Por medio del presente CERTIFICO que:

El Trabajo de Integración Curricular correspondiente al estudiante: ASHQUI MOROCHO ELVIA ALEXANDRA con C.I 1600726887 con el Tema: "**SEGMENTACIÓN POR ESTILOS DE VIDA DEL TURISTA INTERNO DEL CANTÓN PASTAZA**", de la carrera de Licenciatura en Turismo. Docente-director del Trabajo de Integración Curricular, María Germania Gamboa Ríos, ha sido revisado mediante el sistema antiplagio URKUND, reportando una similitud del 4%, Informe generado con fecha 01 de marzo de 2023, por parte del director conforme archivo adjunto.

Particular que comunico a usted para los fines pertinentes

Atentamente,

MARIA GERMANIA GAMBOA RIOS

Firmado digitalmente por MARIA GERMANIA GAMBOA RIOS
Fecha: 2023.03.01 11:13:30 -05'00'

María Germania Gamboa Rìos

Docente-director del Trabajo de Integración Curricular

Ouriginal by Turnitin

Document Information

Analyzed document	URKUND 2.0.pdf (D159800786)
Submitted	3/1/2023 4:22:00 PM
Submitted by	
Submitter email	nm.andis@uea.edu.ec
Similarity	4%
Analysis address	mgamboa.uea@analysis.urkund.com

Sources included in the report

SA **UNIVERSIDAD ESTATAL AMAZÓNICA / Cordones&Ochoa 18 07 2022 3.0.pdf**
Document Cordones&Ochoa 18 07 2022 3.0.pdf (D142199172)
Submitted by: eruiz@uea.edu.ec
Receiver: eduardo.ruiz.uea@analysis.urkund.com
3

SA **UNIVERSIDAD ESTATAL AMAZÓNICA / Proyecto Consolidado.pdf**
Document Proyecto Consolidado.pdf (D129181039)
Submitted by: tur2017056@uea.edu.ec
Receiver: ej.vivasu.uea@analysis.urkund.com
3

SA **UNIVERSIDAD ESTATAL AMAZÓNICA / TRABAJO EN GRUPO---Tarea 03 CD (1).pdf**
Document TRABAJO EN GRUPO---Tarea 03 CD (1).pdf (D140882198)
Submitted by: amb2016024@uea.edu.ec
Receiver: dj.sucoshanayv.uea@analysis.urkund.com
1

Entire Document

Segmentación por estilos de vida del turista interno del cantón Pastaza, Ecuador AUTOR 1 Ashqui Morocho Elvia Alexandra ea.ashquim@uea.edu.ec AUTOR 2 Andi Shiguango Nancy Mariuxi nm.andis@uea.edu.ec AUTOR 3 Gamboa Ríos María Germania mgamboa@

90% **MATCHING BLOCK 1/7** SA Cordones&Ochoa 18 07 2022 3.0.pdf (D142199172)

uea.edu.ec Universidad Estatal Amazónica, Facultad Ciencias de la Vida, Carrera de Licenciatura en Turismo 1.- Introducción El

MARIA GERMANIA GAMBOA RIOS

Firmado digitalmente por MARIA GERMANIA GAMBOA RIOS
Fecha: 2023.03.01 22:01:57 -05'00'

Segmentación por estilos de vida del turista interno del cantón Pastaza, Ecuador

Ashqui Morocho Elvia Alexandra[1]
ea.ashquim@uea.edu.ec

Andi Shiguango Nancy Mariuxi[1]
nm.andis@uea.edu.ec

Gamboa Rios Maria Germania[2]
mgamboa@uea.edu.ec

Universidad Estatal Amazónica, Facultad Ciencias de la Vida, Carrera de Licenciatura en Turismo

Resumen

La presente investigación tiene como finalidad segmentar por estilos de vida a los turistas internos del cantón Pastaza, con el objetivo de emitir información a futuras personas interesados como generar establecimientos con estrategias y propuestas de mejora en los servidores turísticos del cantón, permitiendo entender el entorno y sus condiciones internas al momento de seleccionar un servicio o atractivo turístico; también mejorar el emprendimiento con ofertas que satisfacen al cliente y genere desarrollo turístico en el cantón Pastaza; La investigación es de tipo exploratorio con un enfoque cualitativo de investigación puesto que, en un primer momento se realiza una revisión bibliográfica de la situación turística actual del Cantón Pastaza, posteriormente se aplica una investigación de tipo descriptivo con enfoque cuantitativo ya que se hace referencia al planteamiento específico que corresponde a la segmentación del turista interno del cantón Pastaza, teniendo como conclusión lograr identificar el perfil del turista interno del cantón de Pastaza con sus características básicas para desarrollar turismo interno.

Palabras Clave: Turismo interno, perfil del turista, segmentación.

Abstract

The purpose of this research is to segment the internal tourists of the Pastaza canton by lifestyle, to issue information to future people interested in generating establishments with strategies and proposals for improvement in the tourist servers of the canton, allowing them to understand the environment and its internal conditions when selecting a service or tourist attraction; also improve entrepreneurship with offers that satisfy the client and generate tourism development in the Pastaza canton. The research is of an exploratory type with a qualitative research approach since, at first, a bibliographic review of the current tourist situation of the Pastaza Canton is carried out, later a descriptive type of research is applied with a quantitative approach since reference is made to the specific approach that corresponds to the segmentation of the internal tourist of the Pastaza canton, having as a conclusion to be able to identify the profile of the internal tourist of the Pastaza canton with its basic characteristics to develop internal tourism.

Keywords*:* Domestic tourism, tourist profile and segmentation.

1. INTRODUCCIÓN

El turismo es un sector clave en el desarrollo económico de los países puesto que es un generador de empleos, favorece al ingreso de divisas, mejora la infraestructura y equipamiento básico, atrae inversiones y, genera la imagen de un territorio, también se reconoce el efecto multiplicador ya que contribuye a la diversificación de la economía, involucrando diversas actividades económicas tales como: transportes, industria gastronómica, comercial, artesanal, construcción, telecomunicaciones y servicios de esparcimiento, entre otras (Decasper, 2015). Además, el turismo ha contribuido con el desarrollo sustentable, generando concientización de los recursos naturales y culturales (Acosta Llerena, 2014)

La pandemia por el Covid – 19 obligó suspender completamente las actividades turísticas, las estadísticas internacionales registraban una caída de un 72% hasta el mes

de octubre de 2020 (UNWTO, 2020); para la reactivación del turismo internacional se procedió a disminuir o eliminar ciertas restricciones de viaje (OMT, 2020); sin embargo, las Naciones Unidas (ONU, 2020) recomiendan promover el turismo interno o doméstico para mejorar la competitividad y aumentar la resiliencia del turismo en tiempos de COVID – 19. Ceron (2020) manifestó que el turismo doméstico tiene una alta probabilidad de ser el principal detonante de la recuperación de la actividad turística.

La recuperación del turismo ya comenzó a partir de los flujos domésticos. El turismo doméstico es considerado un factor clave en la estrategia de mejorar la competitividad, la lucha contra la estacionalidad y suavizar las fluctuaciones derivadas de los ciclos del turismo extranjero. Téngase en cuenta que el turismo interno refuerza la autoestima de las comunidades locales, mejora infraestructuras y proporciona la posibilidad de alternar destinos de turismo tradicional con destinos situados en otras partes del país (Brida, González y Lanzilotta, 2016)

El turismo interno en el Ecuador ha aumentado considerablemente ya que, los residentes de un territorio aprovechan los feriados para viajar y disfrutar los diferentes lugares turísticos junto a sus familias, amigos y de esta manera dejar un lado su rutina habitual (Chipantiza y Guangasig, 2019). Pastaza cuenta con un paisaje y belleza natural, brindando las mejores opciones a los visitantes que deseen explorar y formar parte del encanto natural y cultura, cuenta con varios proyectos turísticos y ecológicos, además el cantón cuenta con un museo, parques temáticos, paseos ecológicos, miradores, piscina de olas artificiales, diques, además de lugares para la práctica de deportes de aventura. Sin embargo, el conocimiento del turista interno por parte de los prestadores de servicios turísticos y gestores de la actividad turística es escaso, limitándose a identificar los gustos, necesidades y comportamientos de sus principales clientes, los turistas locales.

Es por esto que la presente investigación se enfoca en segmentar a los turistas internos del cantón Pastaza en base a los estilos de vida basándose en la técnica de segmentación LATIR propuesta por Arellano (2017) la cual permite medir las actitudes de los consumidores a través de un conjunto de preguntas que incluyen variables socio demográficas y de comportamiento; para lo cual se cumplió los siguientes objetivos específicos: diagnosticar la situación turística del cantón Pastaza, determinar el perfil sociodemográfico de los turistas internos y, segmentar por estilos de vida los turistas del cantón Pastaza. Los resultados que la investigación emite se convierten en información base para futuro establecimiento de estrategias y propuestas de mejora en los servidores

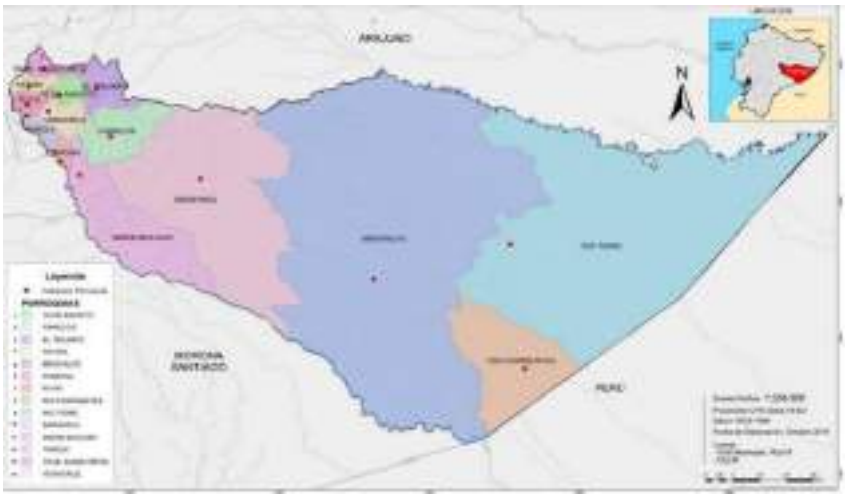
turísticos del cantón; genera el interés de aplicar esta metodología en otros tipos de turistas y espacios turísticos.

La investigación cumple con el rol de informar y analizar los segmentos del turista interno en base a los estilos de vida que estos poseen, lo que permitirá entender cómo influye el entorno y sus condiciones externas al momento de seleccionar un servicio o atractivo turístico; también mejorar el emprendimiento con ofertas que satisfacen al cliente y genere desarrollo turístico en el cantón Pastaza; favorecerá la oferta de productos turísticos calificados. Para las personas que se interesen en los resultados de la presente investigación posee una nueva fuente de información para generar un emprendimiento con características enfocadas en el turista local, estos emprendimientos podrían ser generados en vinculación con la academia.

2. MATERIALES Y MÉTODOS

El sitio donde se realizó la presente investigación corresponde al cantón Pastaza éste es uno de los cuatro cantones de la provincia de Pastaza; limita al norte con el cantón Arajuno, al sur con la provincia de Morona Santiago, al este con la República de Perú y al oeste con los cantones Mera y Santa Clara, teniendo como cabecera cantonal a la cuidad del Puyo.

Figura 1: Mapa división política del cantón Pastaza



Fuente: GADMP, 2020-2030

Elaborado por: Andi N & Ashqui E., 2023

El cantón Pastaza se encuentra a una latitud de 0° 59′ 1" S y su longitud es de 77° 49′ 0" W, mencionando la división política tenemos a las parroquias: Puyo (urbano)- Canelos –10 de agosto– Fátima- Montalvo – Pomona - Río Corriente- Río Tigre – Sarayacu- Simón Bolívar- Tarqui-Tnte. Hugo Ortiz- Veracruz- El Triunfo. Se sabe que territorialmente la provincia de Pastaza en la más grande de todo el Ecuador, por lo tanto, tenemos la suerte de contar con 6 nacionalidades: Kichwa, Shuar, Achuar, Shiwiar, Andwa y Sapara, que son únicas. La población es de 84.377 habitantes con una superficie cantonal de 19. 944,86 km. El clima del cantón es variado, pero sobre todo se caracteriza por tener un clima tropical muy húmedo. La temperatura media anual es de 24, 25 °C y la precipitación anual registra un promedio de 3600 mm. La creación cantonal de Puyo fue el 13 de noviembre de 1911 (Aparece como entidad Política Autónoma) posteriormente se crea el GAD (Gobierno Autónomo Descentralizado de Municipal del cantón Pastaza). (PDYOT, 2020-2030).

La presente investigación es de tipo exploratorio con un enfoque cualitativo de investigación puesto que, en un primer momento se realiza una revisión bibliográfica de la situación turística actual del Cantón Pastaza, posteriormente se aplica una investigación de tipo descriptivo con enfoque cuantitativo ya que se hace referencia al planteamiento específico que corresponde a la segmentación del turista interno del cantón Pastaza y, se establecieron variables socio demográficas preestablecidas que se obtuvieron y analizaron a través de datos numéricos y estadística; además posee un alcance descriptivo ya que se especifica los perfiles de los turistas y se trabaja con una muestra para la aplicación de encuestas debidamente validadas, ya que son un conjunto de 13 preguntas propuestas por el autor Arellano (2017) en su investigación denominada: "LATIR los estilo de vida Latinoamericanos según actitudes, tendencias, interés y recursos", la misma que fue aplicada en Perú. El método utilizado es el analítico sintético ya que se estudia el objeto de estudio y se comprende mejor su comportamiento. La herramienta para la recolección de datos fue una encuesta validada que permite analizar los segmentos de mercado por estilos de vida. Para la obtención de la muestra se aplicó la siguiente fórmula:

$$n = \frac{NZ^2 \text{ x } pq}{d^2 (N - 1) + Z^2 \text{ x } pq}$$

Donde:

n = tamaño de la muestra

N = tamaño de la población

Z = nivel de confianza

p = probabilidad de éxito, o proporción esperada

q = probabilidad de fracaso

d = precisión (error máximo admisible en términos de proporción)

Entonces:

N = 33 266 (población económicamente activa del cantón Pastaza según INEC, 2010)

p = 0.5

q = 0.5

d = 7%

Z = 95%

n = 196

Obteniendo un resultado de 196 encuestas que se aplicaron en el cantón Pastaza, que fue aplicada a una muestra de personas que pertenecen a la Población económicamente activa del cantón Pastaza, durante los meses de diciembre de 2022 y enero de 2023. Los datos recopilados fueron sistematizados a través de trabajo de escritorio en el paquete informático Microsoft Excel y descritos en el paquete Microsoft Office.

3. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Previo a segmentar el turista interno de Pastaza es necesario realizar una descripción del cantón el cual es uno de los cuatro cantones de la provincia de Pastaza; limita al norte con el cantón Arajuno, al sur con la provincia de Morona Santiago, al este con la República de Perú y al oeste con los cantones Mera y Santa Clara. (PDYOT, 2020-2030).

El cantón Pastaza es considerada como la puerta de ingreso a la amazonia ecuatoriana. Se encuentra a una latitud de 0° 59′ 1” S y su longitud es de 77° 49′ 0” W. Tiene un clima tropical muy húmedo durante todo el año como producto de la retención de la humedad de los bosques amazónicos. La temperatura media anual es de 24, 25 °C y la precipitación anual registra un promedio de 3600 mm. En el cantón Pastaza se ubican tres cuencas hidrográficas: la cuenca del río Pastaza, la cuenca del río Tigre. En la ciudad Puyo, al ser la cabecera cantonal cuenta con la mayor concentración poblacional, con una consolidación a penas del 58,43 % en el territorio urbano. Se encuentra dividido en 20 barrios urbanos, legalizados mediante ordenanza y desde hace ya varios años atrás. (PDYOT, 2020-2030).

La cabecera cantonal, posee la mayor cantidad y calidad de equipamientos y servicios administrativos, como el servicio del agua EMAPAST-EP que registra una extensión del servicio del 63.05% territorialmente y con alcantarillado, con una cobertura del servicio de eliminación de aguas servidas que llega a un 45.73% de los predios urbanos. La energía Eléctrica es abastecida por la Empresa Eléctrica Ambato que cubre el 98,90% del servicio en el perímetro urbano y 56,30% del territorio en la zona rural mientras que en el área de Salud del área urbana cuenta con el Hospital Puyo, Hospital del IESS y Hospital Militar que son los de mayor jerarquía, agregando a los subcentros, unidades médicas y clínicas. En el área de educación, en la zona rural hay presencia de centros educativos y en ciertos centros poblados de menor jerarquía, con respecto a la seguridad, se puede observar que los equipamientos no se hallan completamente distribuidos por toda el área urbana, se encuentra mayor dotada en la zona norte y centro. (PDYOT, 2020-2030).

La conectividad en el cantón Pastaza cuenta con flujos viales importantes que conectan la cabecera cantonal con otras ciudades, para distribuir bienes y servicios, favoreciendo a las actividades turísticas y de comercio del cantón. El eje principal de conexión es la ciudad de Ambato, por el lado oeste; los ejes de conexión secundarios son: al norte la ciudad de Tena y, al sur este Macas. Al interior del cantón, en el área rural, existen sistemas de comunicación, transporte y ejes fluviales que permiten el flujo y movimiento de personas, bienes y servicios que, si bien ocurre a menor escala que en área urbana, es fundamental para la población (mayoritariamente indígena) que vive en

esta zona. (PDYOT, 2020-2030).

Las actividades económicas del cantón son: la agricultura, ganadería, silvicultura y pesca, seguida del comercio al por mayor y menor, también existe un alto porcentaje de la población que se dedica a la administración pública. La distribución de la población ocupada por sectores económicos indica que el 67% de los habitantes se encuentran trabajando en el sector de servicios, el 26,53% en el sector primario y el 6,49% en el sector industrial. Los establecimientos comerciales existentes pertenecen en su mayoría a la categoría comercio al por mayor y menor, reparación de automotores, seguido por otras actividades de servicios que no se encuentran determinadas y, por transporte y almacenamiento; existen además vendedores ambulantes que se ubican en zonas reguladas por el GADMCP. (PDYOT, 2020-2030).

El cantón posee una gran potencialidad turística debido a la mega diversidad, plurinacionalidad e interculturalidad. Cuenta con los siguientes prestadores de servicios turísticos: 48 sitios de alojamiento (10 hoteles, 26 hostales, 10 hosterías y 2 Lodge) con un total de 913 habitaciones y 1.923 plazas; 57 sitios de alimentación (57 restaurantes, 9 cafeterías); sitios de recreación (8 discotecas, 28 bares, 1 balneario; 7 agencias turísticos y 3 agencias de transportes. (Catastro Dirección de Turismo, 2022).

La demanda turística en la provincia de Pastaza se ha convertido en una zona turística de la región Amazónica, la actividad empieza desde temprano, cuenta con un panorama exuberante rodeada de una belleza única con mil encantos, ofrecen varias opciones a los visitantes y científicos que deseen conocer la impresionante vegetación, fauna, ríos, cascadas, sus habitantes lo conocen como el “Corazón de la Amazonia”, el nombre de su cabecera cantonal proviene del vocablo kichwa “puyu” y su significado es neblina.(MINTUR, 2016)

La promoción turística en la provincia de Pastaza es un sector en desarrollo y que aún tiene muchos aspectos en los cuales trabajar. Según el presidente de la CAPTUR (Cámara de Turismo de Pastaza), Sr. Carlos Freire, se creó la marca provincial “Pastaza - aventura, selva y tradición”, en el marco de la mesa provincial de turismo, que involucro a los principales representantes del turismo en la provincia. Además, en convenio con la Prefectura de Pastaza, se creó la página web de la marca “pastaza.travel”, que contiene

información relevante de los atractivos turísticos de la provincia, al igual que de los establecimientos de alimentación y hospedaje con el fin de mejorar y facilitar la llegada y estadía al turista.

ESTABLECIMIENTOS TURÍSTICOS

Tabla 1: Establecimientos turísticos del cantón Pastaza, 2023

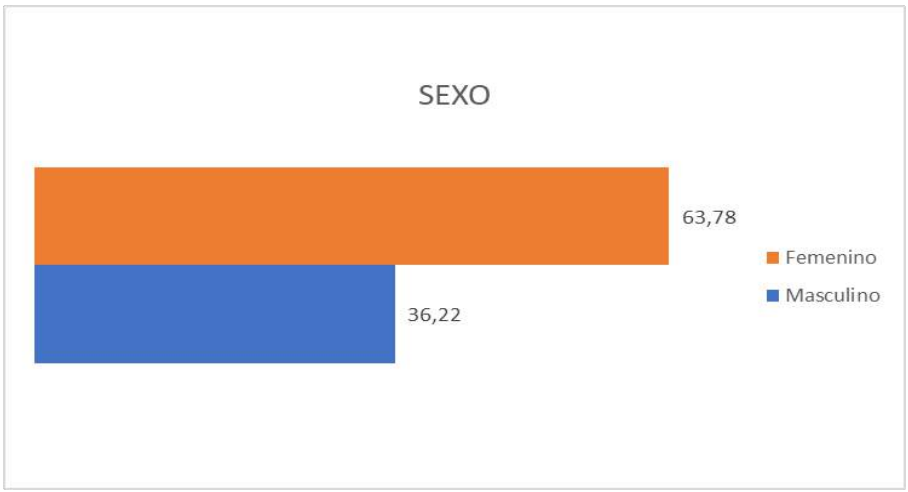
SERVICIOS TURISTICOS				
ALOJAMIENTO				
CLASIFICACIÓN	**CATEGORÍA**	**N. de ESTABLECIMIENTOS**	**HABITACIONES**	**PLAZAS**
HOTEL	3 Estrellas	2	64	139
	2 Estrellas	8	178	373
HOSTAL	3 Estrellas	1	7	18
	2 Estrellas	2	24	60
	1 Estrella	23	431	874
HOSTERIA	3 Estrellas	10	188	407
LODGE	3 Estrellas	2	21	52
	TOTAL	48	913	1.923
ALIMENTOS Y BEBIDAS				
CLASIFICACIÓN	**CATEGORÍA**	**N. de ESTABLECIMIENTOS**		**TENEDORES**
RESTAURANTE	1 Tenedor	57	657	2.62O
CAFETERÍAS	1 Taza	9	76	297
BARES	2 Copas	1	6	24
	1 Copa	27	138	610
DISCOTECAS	2 Copas	1	10	40
	1 Copa	7	52	204
	TOTAL	102	939	1.177.62
RECREACIÓN, DIVERSIÓN Y ESPARCIMIENTO				
TERMAS Y BALNEARIOS	Segunda	1	6	24
	TOTAL	1	6	24

Fuente: Catastro de servicios turísticos registrados en el año 2021.

Elaborado por: Elaborado por: Andi N & Ashqui E., 2023

El Perfil socio demográfico del turista interno de Pastaza presenta las siguientes características:

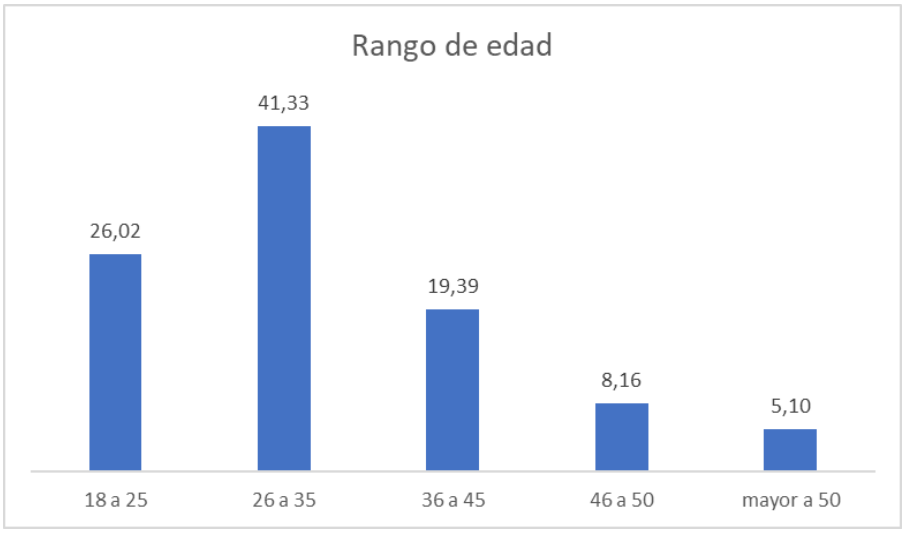
Figura 2. Género



Fuente: Encuesta de campo

Elaborado por: Andi N & Ashqui E., 2023

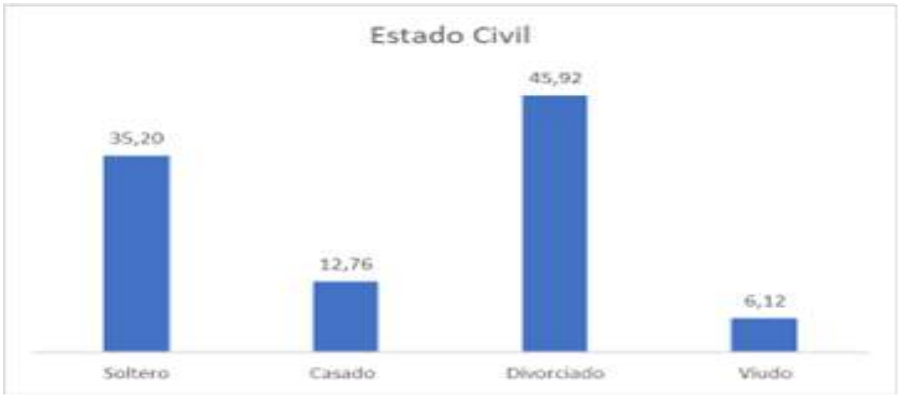
Figura 3: Rango de edad



Fuente: Encuesta de campo

Elaborado por: Andi N & Ashqui E., 2023

Figura 4. Estado Civil

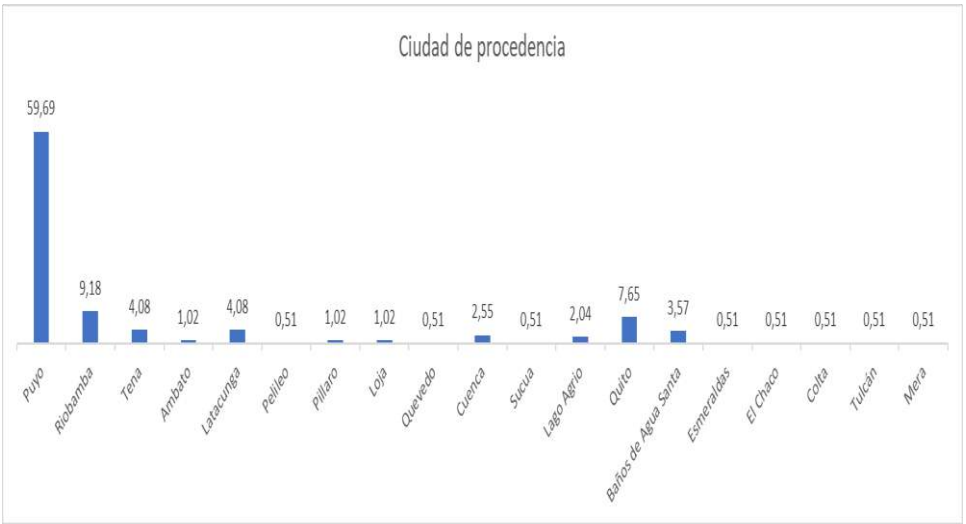


Fuente: Encuesta de campo

Elaborado por: Andi N & Ashqui E., 2023

El género femenino fueron la mayor cantidad de personas encuestadas representadas en un 63.78% mientras que los hombres un 36.22%. Dentro el rango de edades tenemos con 26.02% jóvenes de 18-25 años de edad, mientras que los jóvenes adultos con el rango de 26-35 años dominaron con un 41.33% entre las personas como grupo de interés; en el caso del estado civil el 45.92% de los encuestados está divorciado, mientras que el segundo grupo dominante es de solteros con un 35.20% posteriormente están las personas casadas con un 12.76% y con una minoría de porcentaje están las personas viudas con un 6.12%. (Encuesta aplicada para segmentar el turista local del cantón Pastaza, 2023).

Figura 5: Ciudad de procedencia

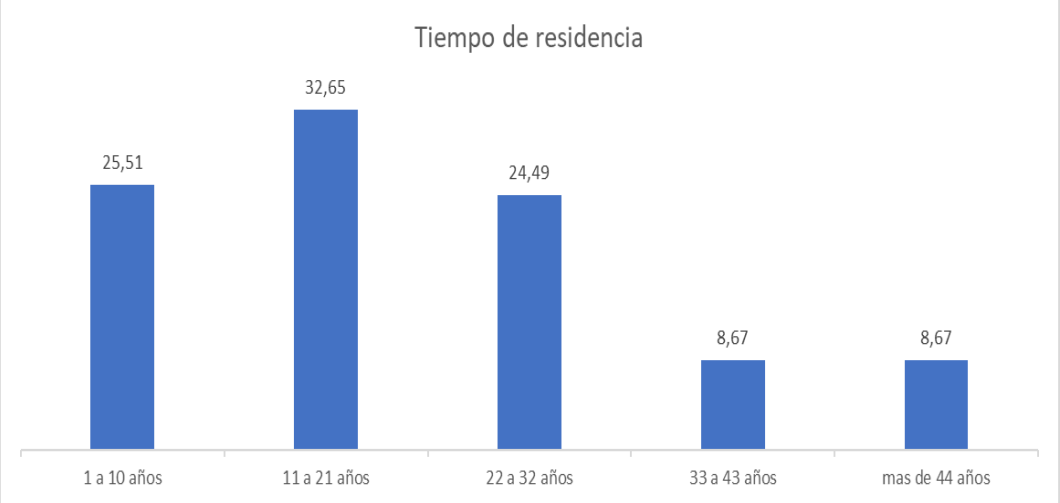


Fuente: Encuesta de campo

Elaborado por: Andi N & Ashqui E., 2023

Al momento de identificar y analizar al turista interno lidera las personas que nacieron y crecieron en el Puyo con un 59.69%, pero también están las personas que nacieron en otra provincia y migraron hacia el cantón Pastaza siendo residentes permanentes y que forman parte de la población económicamente activa del mismo; las provincias y ciudades más representativas de donde proceden son los riobambeños con el 9.18%; mientras que los Quiteños tienen un 7.65 % de representatividad, posteriormente las personas del Tena y Latacunga tienen un porcentaje de 4.08% posteriormente, también están las personas procedentes de Baños de Agua Santa con un 3.57 %, así también están de la ciudad de Cuenca con el 2.55%, continuo a ello provienen de la ciudad de Lago Agrio en una representación de un 2.04%, seguido están las ciudades de Ambato, Pillaro y Loja las mismas que tienen un porcentaje del 1.02% y finalmente con un 0.51% están las ciudades de Pelileo, Quevedo, Sucua, Esmeraldas, El Chaco, Colta, Mera y Tulcán. (Encuesta aplicada para segmentar el turista local del cantón Pastaza, 2023).

Figura 6: Tiempo de residencia



Fuente: Encuesta de campo

Elaborado por: Andi N & Ashqui E., 2023

Al analizar los resultados las personas que tienen más tiempo de residencia en el cantón Pastaza son aquellos que se encuentran en una rango de 11-21 años de residencia, seguidamente se observa al grupo de 1-10 años de residencia con un

25.51%, con un 24.49% se encuentra el grupo que tiene un tiempo de residencia de 22 a 32 años, consecutivo a ello y con un 8.67% al grupo que tiene de 33 a 43 años de residencia y por último se encuentra el grupo de más de 44 años de residencia con un 8.67%. (Encuesta aplicada para segmentar el turista local del cantón Pastaza, 2023).

Figura 7: Último grado de estudio

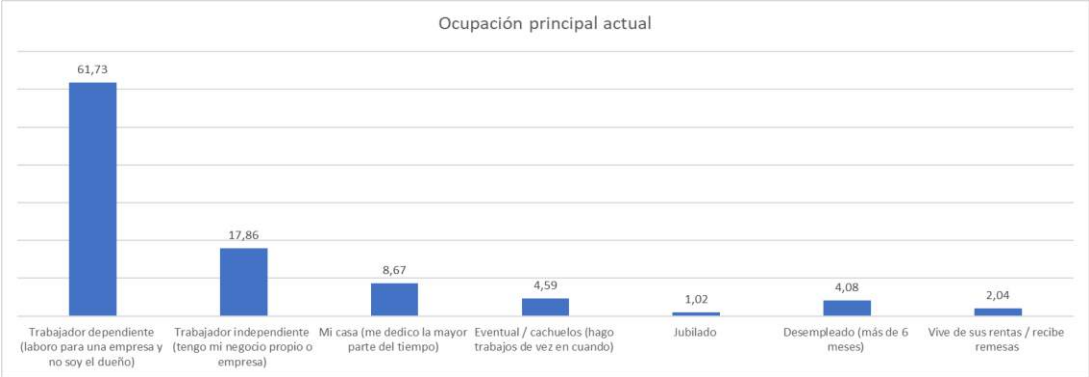


Fuente: Encuesta de campo

Elaborado por: Andi N & Ashqui E., 2023

Los resultados obtenidos en cuanto al nivel de estudio arrojaron que con un 37.24% están las personas que alcanzaron un nivel de estudio correspondiente a superior universitaria completa, seguido está el grupo de la secundaria completa con un 25.51%, continuo se encuentra el grupo de carrera corta (menos de 2 años) con un porcentaje de 9.38%, seguidamente se encuentran 2 grupos: la primaria completa y el superior universitario incompleta con un mismo porcentaje del 6.12%, consecutivo a ello se encuentra con un 5.10% el grupo de la superior técnica incompleta, con un porcentaje del 4. 59% se encuentra el grupo de la superior técnica completa (3 años o más), con un 2.04% está el grupo de la Maestría, sucesivo a ello están 2 grupos; la Secundaria incompleta y el Doctorado con un porcentaje del 1.53% y por último se encuentra el curso de post grado (diplomados, cursos de especialización) con un 1.02%. (Encuesta aplicada para segmentar el turista local del cantón Pastaza, 2023).

Figura 8: Ocupación principal actual

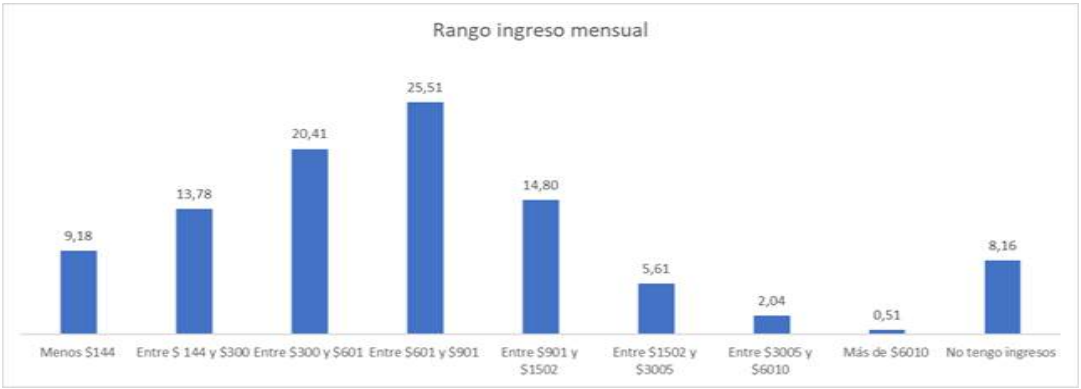


Fuente: Encuesta de campo

Elaborado por: Andi N & Ashqui E., 2023

Los encuestados arrojaron las siguientes respuestas, referente a la ocupación principal donde con un 61.73% se encuentran las personas que son trabajadores dependientes (laborar para una empresa), seguidamente está el grupo de los trabajadores independientes (tienen su negocio propio) con un porcentaje del 17. 86%, de la misma manera con un 8.67% está el grupo que se encuentra mayor parte del tiempo en la casa, continuo de ello esta las personas que se dedican a lo eventual/cachuelos (trabajos que se realizan de vez en cuando) con un 4.59%, sucesivo se encuentran el grupo de desempleados (más de 6 meses) con un 4.08%, así también con un 2.04% está el grupo que vive de sus rentas o recibe remesas y por último se encuentran los jubilados con un porcentaje del 1.62%.(Encuesta aplicada para segmentar el turista local del cantón Pastaza, 2023).

Figura 9: Rango ingreso mensual

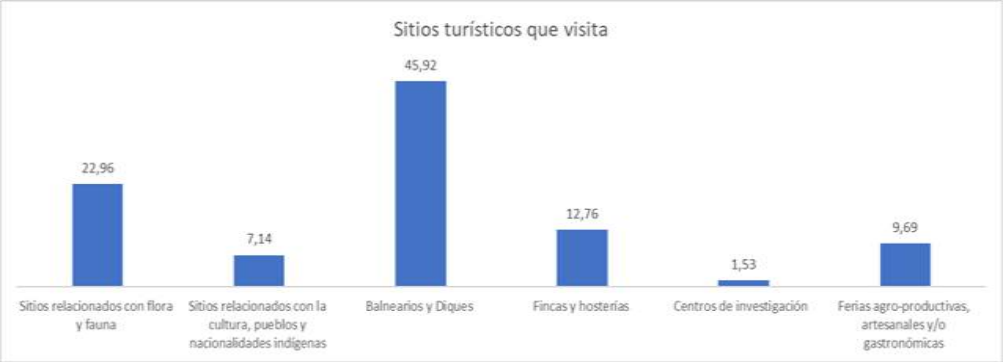


Fuente: Encuesta de campo

Elaborado por: Andi N & Ashqui E., 2023

Las respuestas referentes al ingreso mensual de los encuestados está en primer lugar con un salario de $601 y $901 el cual tiene 25.51%, continuo esta con un 20.41% el salario de $300 y $601, seguidamente está el salario $901 y $1502 con un porcentaje del 14.80%, sucesivo de ello está un salario de entre $144 y $300 el mismo que tiene un porcentaje del 13.78%, consecutivo se encuentra el salario menos de $144 con el porcentaje de 9.18%, siguiente esta con un 8.16% las personas que no cuentan con un ingreso mensual eso es consecuencia a la falta de empleo, luego de ello con un 5.61% está el salario de $1502 y $3005 , como penúltimo lugar se encuentra el salario $3005 y $6010 el mismo que tiene un porcentaje de 2.04% y finalmente se encuentra con un 0.51% el salario que va más de $6010. (Encuesta aplicada para segmentar el turista local del cantón Pastaza, 2023).

Figura 10: Sitios turísticos que visita

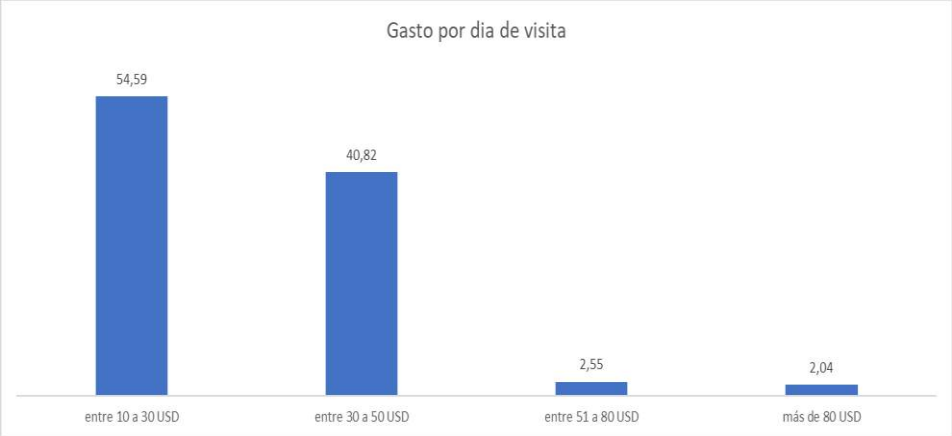


Fuente: Encuesta de campo

Elaborado por: Andi N & Ashqui E., 2023

Referente a los sitios turísticos que visitan y que más prefieren son los balnearios y diques los mismos que presentan un porcentaje de 45.92%, seguidamente con un 22.96% están los turistas que prefieren los sitios relacionados con flora y fauna, consecutivo de ello prefieren visitar fincas y hosterías las mismas que presentan un porcentaje de 12.76%, continuo tenemos quienes prefieren visitar ferias agro-productivas, artesanales y gastronómicas quienes presentan un porcentaje del 9.69%, siguiente lugar que prefieren visitar son los sitios relacionados con la cultura, pueblos y nacionalidades indígenas que presentan un porcentaje del 7.34% y por último con 1.53% deciden visitar los centros de investigación.(Encuesta aplicada para segmentar el turista local del cantón Pastaza, 2023).

Figura 11: Gastos por día de visita

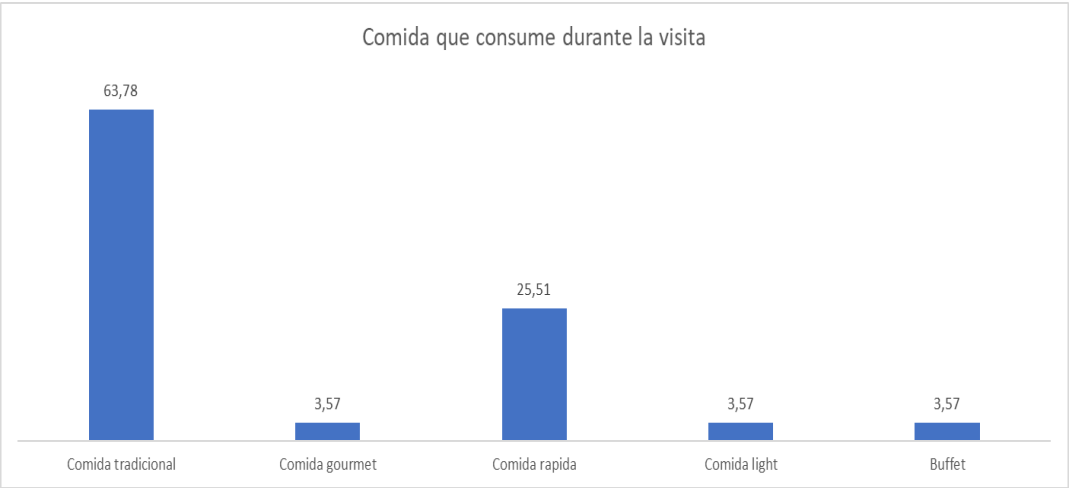


Fuente: Encuesta de campo

Elaborado por: Andi N & Ashqui E., 2023

Dentro de las respuestas con referencia a los gastos que se realiza por el día de la visita en el atractivo turístico, afirmaron que gastan entre $10 y $30 los mismos que presentan un porcentaje del 54.59%, siguiente con un 40.82% están las personas que gastan entre $31 y $50, por consiguiente, están quienes gastan entre $51 y $80 los mismo que presentan un porcentaje del 2.55% y por último con un 2.04% están las personas quienes gastan más de $80 durante su visita. (Encuesta aplicada para segmentar el turista local del cantón Pastaza, 2023).

Figura 12: Comida que consume durante la visita

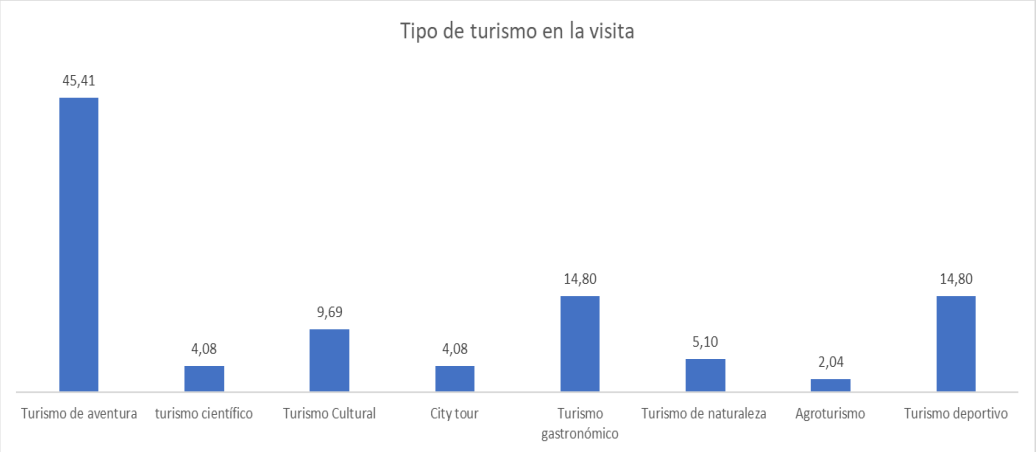


Fuente: Encuesta de campo

Elaborado por: Andi N & Ashqui E., 2023

Las respuestas que se obtuvo con preferencia a la comida que consumen durante la visita fue la comida tradicional que presenta un porcentaje del 63.78%, seguido de ello los turistas prefieren la comida rápida que presenta un 25.51%, finalmente se encuentran la comida gourmet, comida light y buffet que presentan un porcentaje del 3.57%. (Encuesta aplicada para segmentar el turista local del cantón Pastaza, 2023).

Figura 13: Tipo de turismo en la visita

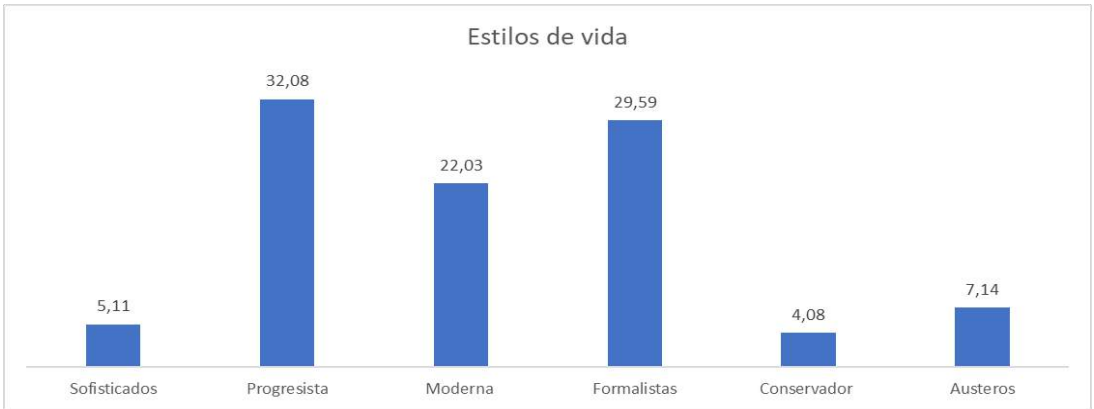


Fuente: Encuesta de campo

Elaborado por: Andi N & Ashqui E., 2023

Las respuestas obtenidas en cuanto al tipo de diversión que le gusta durante su visita, con un 45.43% prefieren realizar un turismo de aventura, por consiguiente, con un 14.80% los turistas realizan un turismo gastronómico y turismo deportivo los mismos que presentan un porcentaje del 14.80%, siguiente de ello está el turismo cultural que presenta un 9.59%, seguidamente se encuentra el turismo de montaña el mismo que representa un porcentaje del 5.10%, continuo a ello esta con un 4.08% el turismo científico y el city tour que tiene un mismo porcentaje y finalmente se encuentra el agroturismo que presenta un porcentaje del 2.04%. (Encuesta aplicada para segmentar el turista local del cantón Pastaza, 2023).

Figura 14: Estilo de vida



Fuente: Encuesta de campo

Elaborado por: Andi N & Ashqui E., 2023

Haciendo referencia a los estilos de vida identificados son las siguientes: con un 32.08% están progresistas quienes son hombres que buscan el progreso de la familia durante la adquisición de productos y servicios busca productos de buena calidad pero cuida mucho del precio; seguidamente están los hombres formalistas que presentan un porcentaje del 29.59% quienes se enfocan en la familia que les gusta mantenerse informados y al momento de comprar lo hacen en lugares intermedios y generalmente evade los productos con altos precios; continuo a ello están con un 22.03% las modernistas que son mujeres dedicadas a buscar su realización personal que les gusta salir de compras, adquirir productos de marca y útiles para su uso diario, consecutivo se encuentra los austeros que presentan un 7.14% que esta integrado por hombres y mujeres que llevan una vida simple sin complicaciones y adquieren productos de menor precio; siguiente están con un porcentaje de 5.11% los sofisticados integrado por hombres y mujeres que valoran mucho la imagen personal y les preocupa su estatus al momento de adquirir productos o servicios valoran mucho la calidad y; finalmente se encuentran las conservadoras con un 4.08%, que corresponde a la mujeres dedicadas a las tareas del hogar y crianza de sus hijos, son responsables de los gastos del hogar y al momento de adquirir productos aprovechan de las liquidaciones sin descuidar la marca y precio. (Encuesta aplicada para segmentar el turista local del cantón Pastaza, 2023).

4. CONCLUSIONES

El cantón Pastaza presenta características básicas para desarrollar turismo interno, posee todos los servicios básicos, tiene infraestructura vial asfaltada en buen estado y con señalización; para la actividad turística concentra un número de plazas tanto en servicios de alojamiento, alimentación, diversión y operación turística, así también cuenta con atractivos turísticos que se asocian con actividades al aire libre, disfrute de la naturaleza y cultura, gastronomía típica y espacios para realización de deportes y actividades que conllevan aventura.

El turista interno corresponde a mujeres jóvenes dentro de un rango de edad de entre 18 a 25 años, con un estado civil divorciada o solteras, que residen en Pastaza alrededor de 11 a 21 años, han alcanzado un nivel de estudio correspondiente a superior universitaria completa y son trabajadoras dependientes que laboran para una empresa sea esta pública o privada, poseen un ingreso mensual entre $601 y $901. Prefieren visitar balnearios y diques, consumen comida tradicional y gastan alrededor de 10 a 30 USD en cada visita

La segmentación del turista interno conforme los estilos de vida se encuentra en que el 32.08% corresponde a los progresistas, el 29.59% está representado por los formalistas, mientras que el 22.03% está integrado por las mujeres modernistas, el grupo de personas representadas por el 7.14% integran a lo quienes tiene un estilo de vida referente a los austeros; el 5.11% está representado por los hombres y mujeres que tienen un estilo de vida sofisticado y finalmente el 4.08% corresponde a las mujeres conservadoras.

REFERENCIAS

Acerenza, M. (2006). “Conceptualización, origen y evolución del turismo”.

Alvarado, L. (2018). Estudio de las motivaciones de los visitantes de Puerto al Morro para la construcción de la imagen turística. Trabajo de titulación previo a la obtención del título de Licenciada en Turismo y Hotelería. Recuperado de TESIS TERMINADA LISSETTE ALVARADO.pdf

Andrade,T. (2017). Perfil del turista que visita la ciudad de Cuenca, influido por su reconocimiento como ciudad patrimonio de la humanidad. (Tesis de Ingeniería, Universidad de Cuenca).

Arrellano, R. (2017). Estilos de Vida LATIR. *Mucho más que tener LATIR, los estilos de vida Latinoamericanos, según actitudes, tendencias, intereses y recursos.* (págs. pags 20-21). Lima: Planeta Perú. S. A.

Arellano, R. (2017). LATIR es una forma de segmentación psicográfica. En R. Arellano, Mucho más que tener: LATIR, *Los estilos de vida Latinoamericanos según Actitudes,*
Tendencias, Interes y Recursos. (págs. pags 27-30). Lima: Planeta S.A.

Bautista, A. (2021). Perfil de la demanda turística del cantón Pangua, provincia de Cotopaxi, año 2021, (Tesis de ingeniería, Universidad Técnica de Cotopaxi)

Brida, J. G., González, M. N., & Lanzilotta, B. (2017). Análisis de los Determinantes del Turismo Interno en Uruguay. *Revista de Estudios Regionales*, (108), 43-78.

Calle, J & Vera, D. (2021). Propuesta de mejora del modelo operativo y administrativo del hotel san Luis de la ciudad de cuenca-ecuador. (Tesis de ingeniería, Universidad del Azuay)

Ceron Monroy, H. (2020). El turismo doméstico como base de la recuperación post Covid-19 de la actividad turística en México. *Revista Latinoamericana de Investigación Social, 3* (3), 72 – 79.

Chipantiza, M., Guangasig, J. (2019). *Propuesta de un plan de desarrollo de eventos culturales para la dinamización del turismo interno en la ciudad de Ambato provincia de Tungurahua.* Trabajo de titulación. Universidad Estatal Amazónica, Puyo – Ecuador.

Da Silva, D. (2020). ¿Cuáles son los tipos de segmentación de mercados y cuál es su importancia para tu empresa?. Zendesk. Disponible en: https://www.zendesk.com.mx/blog/tipos-segmentacion-mercados/

Decasper, S. (2015). Competitividad y Desarrollo Sostenible en el sector turístico. 48.

Flores Nadia & Cueva K. (2019). Análisis del perfil y las motivaciones del turista chino para el diseño de un producto turístico en la provincia de Santa Elena. (Tesis de licenciatura, Universidad de Guayaquil).

Gobierno Autónomo Descentralizado Provincial de Pastaza (2019b). Actualización del Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial 2020-2030.

Guapi, J. (2020). Producto y Demanda turística en el núcleo histórico de la ciudad de Riobamba. (Proyecto de Investigación previo a la obtención del título de Ingeniería en Gestión Turística y Hotelera), Trabajo de Titulación Joselyn Gabriela Guapi Auquilla-GEST-TUR. Disponible pdf http://dspace.unach.edu.ec/handle/51000/7436

Guilabert, M. (2021). Técnicas de Investigación cualitativa en los ámbitos sanitarios y sociosanitario. Recuperado de: 03 TECNICAS-INVESTIGACION-WEB-3.pdf

Jaramillo, Jirón y Regalado. (2017). Marketing aplicado en el sector empresarial. Recuperado de: Cap.2-Segmentación del mercado(1).pdf

Junco, D. (2021). Determinación de la demanda turística de la parroquia Crucita, del cantón Portoviejo, (Tesis de Ingeniería, Universidad Estatal del Sur de Manabí). Disponible en: http://repositorio.unesum.edu.ec/bitstream/53000/2777/1/PROYECTO%20DE%20INVESTIGACI%C3%93N%20-%20DOMENICA%20JUNCO%201.pdf

Lavín, J. M., Martínez-Bonilla, C., Medina-Guerra, F. N., & Viteri-Torres, W. F. (2017). Diferencias entre el perfil del turista cultural y el turista religioso. La festividad del Señor del Terremoto en Patate (Ecuador).

Montesdeoca, J. (2018). Análisis de la segmentación del mercado del hostal "la terraza" ubicado en Quito-Ecuador y propuesta de un plan estratégico de marketing en base al resultado durante el año 2018. (Tesis de Ingeniería, Universidad Católica de Ecuador).

Organización de las Naciones Unidas. (2020). *Informe de políticas: La COVID – 19 y la transformación del turismo.* Recuperado de: https://www.un.org/sites/un2.un.org/files/policy_brief_covid-19_and_transforming_tourism_spanish.pdf

Organización Mundial del turismo. (2020). *El turismo se reactiva: el 40% de los destinos han flexibilizado ya las restricciones de viaje.*

OMT. (s.f). Glosario de términos de turismo. Recuperado de: https://www.unwto.org/es/glosario-terminos-turisticos

Reglamento de Alojamiento Turístico. (2016). Disponible en: *https://www.turismo.gob.ec*

Segovia, C. (2021). ¿Qué es el turismo local? Incentivar el turismo local con la realidad aumentada. Recuperado de: https://2ixr.com/blog/incentivar-el-turismo-local-con-la-realidad-aumentada/

Shirley, C., Segura, C., Denisse, A., Santos, T., Yanina, E., & Patiño-Cabezas. (2018).
Análisis de la percepción de los visitantes de la ciudad de Quito en relación al alojamiento temático basado en la música ecuatoriana (Artículo de revista empresarial, Universidad Católica de Santiago de Guayaquil).

Veintimilla, E. (2018). Descripción de las motivaciones de los excursionistas que visitan Puerto el Morro. Trabajo de Investigación formativa previo a la obtención del Título de Ingeniera en Administración y Marketing estratégico.

Velásquez y Vicente. (2018). Perfil del turista para la diversificación de la oferta turística en el santuario histórico Bosque de Pómac, Pítipo-Ferreñafe. (Tesis para optar el título profesional de Licenciado en Turismo y Negocios). Recuperado de Velásquez Cruz - Vicente Paredes.pdf

ANEXOS

MARCO TEÓRICO

La investigación titulada: "Perfil del turista que visita la ciudad de Cuenca, influido por su reconocimiento como ciudad de Patrimonio de la Humanidad" presentado por Andrade,T.(2016) tuvo como objetivo el conocer el perfil del turista que visita la ciudad de Cuenca influido por su reconocimiento como ciudad patrimonio de la humanidad, analizando las características psicográficas, socioeconómicas y demográficas, así como y las principales diferencias entre el turista nacional y extranjero; se basó en un estudio de campo y la técnica que se utilizó fue la encuesta aplicada a turistas nacionales y extranjeros que se encontraban visitando la ciudad de Cuenca en el mes de mayo del 2015, el tratamiento de datos se realizó con el programa estadístico SPSS (Statistical Package for the Social Sciences). Teniendo como conclusión que a pesar de que Cuenca es reconocida como Patrimonio Cultural de la Humanidad, aún hay falta de interés por parte de los turistas a realizar turismo cultural en la ciudad, dejándolo como un añadido a otras actividades turísticas primordiales y que solamente 3 de cada 10 turistas que visitan la ciudad vienen influenciados por este reconocimiento, además de que hay una baja afluencia de familias con niños que visitan la ciudad teniendo así una baja calidad productos y servicios enfocado en el turismo familiar.

El análisis del perfil y motivaciones del turista chino, elaborado por Flores Nadia & Cueva K. (2019) se realizó con el fin de identificar los gustos, necesidades, preferencias, etc., con la finalidad de captar a este mercado turístico. La metodología que se realizó fue el estudio de campo (encuestas) con el fin de poder diseñar o mejorar el producto turístico, mediante en estudio de perfil del turista chino. Esta tesis menciona que el mercado emisor chino es el futuro segmento de mercado turístico emergente para el desarrollo del turismo local en la provincia de Santa Elena. Como resultado se ha obtenido que los turistas chinos que visitan el país vienen de Pekín, Hong Kong y Cantón. Los turistas masculinos tienen mayor interés de visitar el país, rondan desde los 18 a 32 años, además, en su mayoría están solteros con un 57%. El motivo de viaje es por vacaciones, visitar a sus familias o realizar negocios. El tiempo de permanencia en Ecuador es de 11 a 20 días y se hospedan en hotel, hostal, hostería; también ocupan casas de familiares y amigos.

El proyecto de investigación titulado "perfil de la demanda turística del cantón Pangua", a través de la investigación descriptiva con un enfoque cualitativo mediante la aplicación de encuestas se logró interpretar la información y estimar el perfil demanda turística del cantón Pangua, teniendo como resultado que el 100% de los turistas son ecuatorianos, el 35% provienen del cantón en estudio, el 27% corresponden al resto de la región sierra; el 19% son de la región costa; el 9,5% de la región amazónica; un 5,25% de la región Insular o Galápagos y el 3,75% son provinciales. La edad de los turistas ronda desde los 17 a 45 años de edad, un 55% pertenece al género masculino mientras que un 45% pertenece al género femenino. El 51% de turistas nacionales son casados, el 39% son solteros, el 5% son unión libre, el 4% son divorciados y el 2% de los turistas son viudos. La situación laboral refleja que 47% de las personas trabajan en empresas públicas, el 29% son estudiantes, 23% empleados privados y tan solo el 1% son jubilados. Los resultados reflejaron que 46% viajan con amigos, el 44% acompañado de su familia, el 8% con sus parejas y tan solo el 3% viajan solos.

La investigación realizada por Mondesdeoca, J. (2018) Se enfocó en investigar el segmento de mercado del Hostal "La Terraza", con el fin de conocer los puntos problemáticos de sus estrategias y promociones, a su vez permitiendo analizar el perfil del cliente mediante un levantamiento y procesamiento por medio de encuestas, teniendo

como resultado que los jóvenes de alrededor de 20- 36 años de edad, son los mayores clientes, demostrado que el género femenino era el de menor ingreso a diferencia que el género masculino ya que eran la mayor fuente de consumidores.

El hotel San Luis de la ciudad de Cuenca-Ecuador es un establecimiento hotelero con gran afluencia de turistas que visitan la ciudad por motivos de negocios, por ello, resulta indispensable conocer las estadísticas de este tipo de visitantes, por lo tanto, Tiene como propósito analizar la realidad de Hotel San Luis, para mejorar las falencias y fortalecer las potencialidades existentes internamente y en su entorno, mediante una propuesta innovadora. Por lo tanto, se tiene como meta plantear la creación de un organigrama empresarial jerárquico con sus respectivas áreas, departamentos, funciones y herramientas, a fin de economizar los tiempos y mejorar el rendimiento de los trabajadores y el establecimiento.

Conceptos sobre el perfil del turista

Según Pat y Calderón (2012: 50) El perfil turístico alude a la caracterización de un destino turístico, del cual se basa principalmente en variables socioeconómicas y demográficas de los turistas. Estos autores afirman que el estudio de ciertas variables se puede conocer los gustos, preferencias, expectativas y necesidades de los turistas, mejorando la oferta de productos especializados a turistas cada vez más exigentes.

Se determina que el perfil es una característica esencial en el análisis de los turistas que va relacionado con el estudio de las motivaciones, las cuales permiten entender mejor las expectativas, las necesidades y los objetivos de los turistas teniendo un elemento fundamental para diseñar estrategias de marketing con el fin de ayudar al posicionamiento y competitividad de los agentes implicados en la actividad turística (Beltrán, 2014).

El perfil del turista se adquiere mediante una investigación y sirve para definir al público objetivo. Como aporte personal se puede mencionar que el tipo de turistas que se trasladan a diversos lugares son muy variados, esto ayuda a clasificar el tipo de personas que viajan o realizan actividades turísticas, lo cual se puede detallar el aspecto económico y social que mediante una investigación ayuda a clarificar el tipo de gusto y de

preferencias de un individuo que visita el sector. También es recomendable este tipo de investigación para mejorar la calidad de un atractivo turístico o de un servicio (Airton, 2014).

La definición de perfil turístico, la establece (kotler, 2007) quien afirma que los mercados turísticos se componen de consumidores, los mismos que presentan algunas diferencias entre sí, como por ejemplo: sus deseos, los recursos que utilizan en su viaje, actitudes, necesidades y deseos únicos, debido a esto se puede determinar que cada uno presenta perfiles distintos, de este modo, un perfil constituye un aspecto peculiar sobre la base de una característica dominante, en términos de actitudes distintivas, conductas o comportamientos y variables demográficas.

Método Latir

Son siglas "Estilos de Vida Latinoamericanos según sus Actitudes, Tendencias, Interés y Recursos", son los estilos de vida latinoamericanos obtenidos con los sustentos teóricos y la metodología especifica que se ha desarrollado en América Latina. (Arellano, 2017).

Antes que nada, debemos identificar y saber para qué sirve o cuál es la función del método latir, en pocas palabras, da conocer el perfil u estilo de vida del turista facilitando un nuevo método de publicidad y mercadeo a los segmentos detallados, para mantener la competitividad en el sector turístico actual se debe estar al día con las nuevas tendencias que el visitante busca de acuerdo a sus necesidades.

Los estilos de vida identificados en el año 2017 en Perú y en América son 6, para poder identificar los estilos de vida se realiza 12 preguntas sencillas y fácil de responder, esto se analiza con una formula algoritmo que ubica a las personas en su estilo de vida. (Arellano, 2017).

Los segmentos identificados por el método LATIR según Rolando Arellano en el año 2017 son las siguientes:

- ***Sofisticados:*** es un segmento de genero entre hombres y mujeres que tienen un ingreso económico alto, además son modernos, educados, liberales

y valoran su imagen 18 personal, están pendientes de las ultimas tendencia de la moda, son innovadores al momento de consumir.

- ***Progresistas**:* son hombres que buscan siempre el progreso personal y familiar, aunque están en todos los niveles de ingreso, en su mayoría son trabajadores y empresarios independiente entre ellas puede ser formales e informales, los motiva el deseo de cambiar su situación y avanzar, suelen estar atrás de las oportunidades, tienen que estudiar carreras cortas para progresar.
- ***Modernas:*** son aquellas mujeres que trabajan o estudian, donde la característica principal no es el hogar, buscan su realización personal como mujer y mamá, se mantienen bien arregladas y buscan el reconocimiento de la sociedad por las actividades que realizan, son abiertas a nuevas ideas, reniega del machismo y su mayor entretenimiento es salir de compras a supermercados comprando productos de marca para ellas y productos que facilite las tareas en el hogar.
- ***Formalistas:*** hombres trabajadores orientados a la familia, valoran su estatus social, en su mayoría buscan la mejora de la sociedad y aceptan con dificultad los cambios drásticos, les gusta estar bien informados y esperan el reconocimiento de sus parejas, siempre llegan un poco tarde a las nuevas tendencias en la moda, pues no se arriesgan a ser los primeros en usarlos, eventualmente trabajan en oficinas, profesores, obreros.
- ***Conservadoras:*** conformado por mujeres de todos los estratos de ingreso, son bastante religiosas y tradicional, son conocidas como las típicas "mamá gallina", siempre están al pendiente de sus hijos y su familia buscando su bienestar, y son responsables de casi todos los gastos relacionados con el hogar, su forma de vestir es simple, además utilizan maquillaje ocasionalmente dependiendo de la ocasión, les encanta ver telenovelas y su hobbies es pasar con sus hijos ya sea ayudado hacer deberes o jugando.
- ***Austeros:*** este es un segmento mixto entre hombre y mujeres con bajos recursos económicos y resignados a su suerte, generalmente son personas que son mayores de edad que prefieren la vida simple y sin complicaciones, si fuese posible le gustaría vivir en el campo, no se acostumbran a los cambios, no les gusta tomar riegos, en su mayoría no les agrada probar o tener cosas nuevas. (Arellano, 2017).

Turista

"Pasajero que permanece una noche por lo menos en un medio de alojamiento colectivo o privado del país visitado".

Visitante

Un visitante es una persona que viaja a un destino principal distinto al de su entorno habitual, por una duración inferior a un año, con cualquier finalidad principal (ocio, negocios u otro motivo personal) que no sea la de ser empleado por una entidad residente en el país o lugar visitado (RIET 2008, párr. 2.9).

Excursionista

Son viajeros cuyo lapso de visita no supera las 24 horas (Organización Mundial del Turismo, 2018).

Turista nacional

El turismo nacional abarca el turismo interno y el turismo emisor, a saber, las actividades realizadas por los visitantes residentes dentro y fuera del país de referencia, como parte de sus viajes turísticos internos o emisores. (OMT, 2007).

Gonzáles (2010), define al lugar de procedencia como aquella zona en donde el turista es el residente natural. Para el caso de los turistas extranjeros, se debe de conocer el país de origen; mientras que, para el turista nacional, se debe de conocer su región o provincia.

Turista local

Turismo local o turismo de cercanía aquel modelo de turístico que busca atraer a viajeros de un entorno cercano o a los propios habitantes del lugar. (Segovia, C. 2021).

Turismo interno

El de los residentes del país dado que viajan dentro de este mismo país. (Acerenza, M. 2006).

Demanda turística

La demanda turística está conformada por el conjunto de turistas que están motivados por una serie de servicios turísticos con el objetivo de cubrir sus necesidades. (OMT, 2007).

Puede expresarse además como el conjunto de usuarios reales o potenciales que están dispuestos a adquirir bienes y servicios turísticos, los cuales impulsan al consumidor que se desplace de su lugar de residencia, motivado por diferentes intereses como: aspectos históricos, ocio, culturales, etc., (García, 2016).

La demanda turística se ve reflejada en los gastos y consumo que realizan las personas, de la misma manera depende de factores psicológicos, físicos y éticos. Los turistas al momento de salir de su zona de confort adquieren de alguna u otra forma servicios complementarios, durante su viaje o estadía en el destino turístico, las misma que son para satisfacer sus necesidades.

Perfil del turista

"Un perfil constituye un aspecto peculiar que se construye sobre la base de una característica dominante, en términos de actitudes distintivas, conductas o comportamientos y variables demográficas" (Kotler, 1998).

Segmentación del mercado

La segmentación de mercados se refiere a la división del mercado en sus partes homogéneas que permite identificar en donde y a quien se dirigió el estudio, es decir, saber identificar los gustos y necesidades de forma general en base de llevar una estrategia general. El mercado fue dividido bajo las variables de geografía, demografía, psicográfica y conductual. A continuación, serán explicadas cada una de las variables anteriormente mencionadas que se aplicaron únicamente en el estudio de mercado de los turistas extranjeros potenciales y actuales

Según Philip Kotler, economista y especialista en marketing, "la segmentación de mercados es un proceso que consiste en dividir el mercado total de un bien o servicio en varios grupos más pequeños e internamente homogéneos. La esencia de la segmentación es conocer realmente a los consumidores".

En la actualidad, hay una tendencia cada vez mayor hacia marketing más selectivo, en el cual la empresa identifica los segmentos de mercado, escoge uno o varios de ellos y desarrolla productos y estrategias a medida de cada segmento seleccionado, con una orientación más a largo plazo. (Valdivia, 2015).

Clasificación de la Segmentación de Mercados

En la actualidad muchas empresas utilizan la segmentación de mercados para saber a qué segmento se van a dirigir, por tal motivo es necesario conocer su clasificación:

- ***Segmentación Demográfica.*** **-** La segmentación en los mercados se puede realizar considerandos variables como edad, tamaño de la familia, ciclo de vida de la familia, género, ingresos, ocupación, nivel educativo, religión, raza, generación, nacionalidad y clase social. (Kotler & Keller, 2012).
- ***Segmentación Psicográfica.*** **-** Ciribelli & Samuel, (2013) hacen referencia a las variables de la segmentación psicográfica del mercado, tales como: la personalidad, actitud y estilo de vida como un conjunto de características psicológicas que influyen directamente en el camino de la vida
- ***Segmentación Geográfica.*** **-** Es uno de los más básicos y comunes porque se refiere al espacio físico y al entorno al que pertenece el público objetivo. Para establecerlo existen diversas variables como el continente, país, región, estado, ciudad, barrio o clima, entre otras. (da Silva, D. 2020).
- ***Segmentación Conductual.*** **-** Muestra la conducta del cliente y sus patrones de consumo en el mercado. En este tipo se estudian variables como intenciones de búsqueda, frecuencia de uso, momentos de compra, recompras, nivel de fidelidad, gasto promedio por compra, sensibilidad al precio, entre otras. (da Silva, D. 2020).

Encuesta / Entrevista

La encuesta, definida como una técnica primaria de obtención de información sobre la base de un conjunto objetivo, coherente y articulado de preguntas, según Grande y Abascal (2005).

La entrevista, donde según Kerlinger (1998), es una confrontación interpersonal, en la cual una persona formula unas preguntas con el fin de obtener respuestas relacionadas al tema de investigación.

Población y Muestra

Lepkowski, citado por Hernández, Fernández y Baptista (2014) precisó a la población como el conjunto de todos los casos que concuerdan con una serie de especificaciones. A su vez, la muestra es un subconjunto de elementos que pertenecen a ese conjunto definido en sus características.

ANEXO 2

ENCUESTA - Técnica de estilos de vida de Rolando Arellano

Datos Demográficos				
Género				
Masculino		Femenino		

Edad				
18 – 25 años		46 – 50 años		
26 – 35 años		mayor a 50 años		
36 – 45 años				

Estado civil				
Soltero		Divorciado		
Casado		Viudo		

Nacionalidad				
Ecuatoriana		Extranjero		
Ciudad				

¿Usted reside / vive en Pastaza?				
Si		No		
Tiempo de residencia (años)				

¿Usted visita sitios turísticos en Pastaza?				
Si		No		

¿Qué sitios turísticos visita frecuentemente?	
	Sitios relacionados con flora y fauna
	Sitios relacionados con la cultura, pueblos y nacionalidades indígenas
	Balnearios y Diques
	Fincas y hosterías
	Centros de investigación

	Ferias agro-productivas, artesanales y/o gastronómicas

¿Cuánto gasta en la visita por día?				
entre 10 a 30 USD		entre 51 – 80 USD		
entre 31 a 50 USD		más de 80 USD		

¿Qué le gusta comer durante su visita?				
Comida tradicional		Comida light		
Comida gourmet		Buffet		
Comida rápida				

¿Qué tipo de diversión le gusta tener durante su visita?				
Turismo de Aventura		Turismo gastronómico		
Turismo Científico		Turismo de montaña / naturaleza		
Turismo Cultural		Agroturismo		
City tour		Turismo deportivo		

¿Cuál es su ocupación principal actual?	
	Trabajador dependiente (laboro para una empresa y no soy el dueño)
	Trabajador independiente (tengo mi negocio propio o empresa)
	Mi casa (me dedico la mayor parte del tiempo)
	Eventual / cachuelos (hago trabajos de vez en cuando)
	Jubilado
	Desempleado (más de 6 meses)
	Vive de sus rentas / recibe remesas

¿Cuál es el último grado de estudio que alcanzó usted?	
	Inicial
	Primaria incompleta
	Primaria completa
	Secundaria incompleta

	Secundaria completa
	Carrera corta (menos de 2 años)
	Superior técnica incompleta
	Superior técnica completa (3 años o más)
	Superior universitaria incompleta
	Superior universitaria completa
	Maestría (1-2 años)
	Doctorado (PhD)
	Cursos de post grado (diplomados, cursos de especialización)
	Ninguno / no estudió

¿En qué rango está su ingreso personal mensual?	
	Menos $144
	Entre $ 144 y $ 300
	Entre $ 300 y $ 601
	Entre $ 601 y $ 901
	Entre $ 901 y $ 1502
	Entre $ 1502 y $ 3005
	Entre $ 3005 y $ 6010
	Más de $ 6010
	No tengo ingresos

Actualmente ¿cómo percibe usted…?	
Su situación laboral personal	
	1 Muy mala
	2
	3
	4
	5
	6
	7 Muy buena

Su situación económica personal	
	1 Muy mala

	2
	3
	4
	5
	6
	7 Muy buena

¿Qué tan de acuerdo o en desacuerdo está con las siguientes frases?	
Me gusta comprar productos de última tecnología	
	Absolutamente en desacuerdo
	Muy en desacuerdo
	Algo en desacuerdo
	Algo de acuerdo
	Muy de acuerdo
	Absolutamente de acuerdo

Generalmente compro productos de menor precio	
	Absolutamente en desacuerdo
	Muy en desacuerdo
	Algo en desacuerdo
	Algo de acuerdo
	Muy de acuerdo
	Absolutamente de acuerdo

Según las siguientes frases: ¿Qué tan frecuente usted…?	
Está con lo último de la moda	
	Nunca
	Muy pocas veces
	A veces si, a veces no
	Casi siempre
	Siempre

Culpa de su situación personal al gobierno que tenemos	
	Nunca
	Muy pocas veces

	A veces si, a veces no
	Casi siempre
	Siempre
Participa en promociones y/u ofertas	
	Nunca
	Muy pocas veces
	A veces si, a veces no
	Casi siempre
	Siempre