

UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS – ESPE
EXTENSIÓN LATACUNGA

DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y DEL COMERCIO

CARRERA DE INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA Y HOTELERA

MODALIDAD ARTÍCULO CIENTÍFICO

“Turismo Cultural y su incidencia en el comportamiento del
consumidor del sector turístico de la provincia de Cotopaxi”

Ortiz Gavilanes, Andrés Alejandro

Vivas Carrillo, Alex Sebastián

Molina Quinteros, Cristian



Introducción

- El turismo cultural se ha establecido a nivel mundial como un factor relevante dentro del desarrollo económico, social, político y ambiental de un país.
- La evaluación del turismo patrimonial dentro de la economía, supone el análisis o impacto de los productos o servicios que están inmersos dentro de un atractivo o destino local (Mallor, González-Gallarza y Fayos, 2013).

Revisión de la Literatura- Bases teóricas que sustentan la investigación.

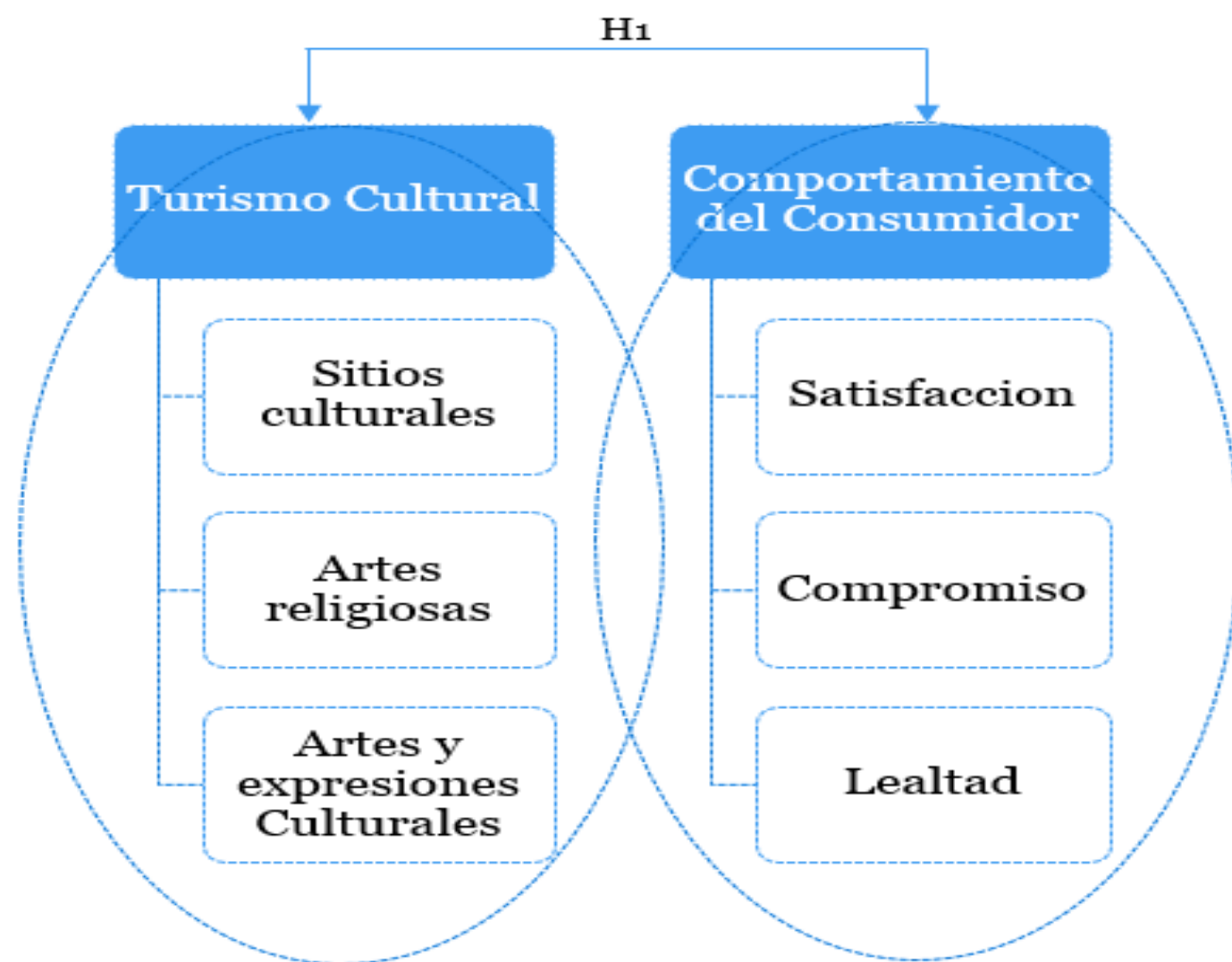
- Ecuador se ve inmerso en el crecimiento turístico, por lo que el apoyo de las instituciones estatales dedicadas a este sector de la economía es de gran prioridad, en especial por su patrimonio cultural, un ejemplo de esto es la ciudad de Quito y la ciudad de Cuenca que son los principales destinos de turismo Cultural en el país, que han logrado la atracción, tanto de turistas nacionales como internacionales (Freire, 2011)
- El cliente es la persona más importante para cualquier empresa que brinde servicios, por tal razón el trato que espera recibir influye mucho en su decisión de compra, motivo por el cual las organizaciones deben fijar estrategias para centrarse en la satisfacción del consumidor y lograr su lealtad (González, Quiroz y Espinoza, 2016).

Teoría del turismo cultural y del consumidor

- Teoría de Sistema
- La Teoría del consumidor
- Teoría de la personalidad
- Teoría de la psicología

Modelo de Relación del Turismo Cultural y el Comportamiento del Consumidor

El modelo de relación se ajusta a una unificación de variables entre sitios culturales conformados por museos, monumentos, arquitecturas. De la misma manera artes religiosas con la pintura y la escultura y la última agrupación de la dimensión de artes y expresiones culturales con música, teatro, danza, artesanías, fiestas populares, todas adecuadas a la necesidad de la del sector de investigación.



Materiales y Métodos

- Análisis cualitativo de carácter transversal, empírico, bibliográfico y de tipo aplicada, correlación del turismo cultural utilizó las dimensiones descritas en la investigación de Mallor, González-Gallarza y Fayos (2013); al que verificó la hipótesis de investigación planteada.
- Comportamiento del consumidor se tomó como referencia la investigación de Bravo, Matute y Pina (2011).
- Para el cálculo de la muestra se tomaron como cifras referenciales los datos establecidos por el Ministerio de Turismo, de acuerdo con el último censo de ingreso de turistas extranjeros a la provincia de Cotopaxi (MINTUR, 2012).

Resultados

TIEMPO DE ESTANCIA			
		Frecuencia	Porcentaje
Válido	1 DIA	99	25,8
	3 A 4 DIAS	206	53,6
	MAS DE 4 DIAS	79	20,6
	Total	384	100,0

Alfa de Cronbach	N de elementos
0,955	60

CORRELACIONES

Correlaciones Variables		SATISFACCION					COMPROMISO					LEALTAD							
		0	1	2	3	4	5	0	1	2	3	4	5	0	1	2	3	4	5
SITIOS CULTURALES	MONUMENTOS			13%					13.5%						13.5%				
	MUSEOS				52.1%					49.2%						48.4%			
	ARQUITECTURA					1%					1%							1%	
ARTES RELIGIOSAS	PINTURA				27.6%					27.9%						28.9%			
	ESCULTURA				28.1%					25.8%						23.7%			
ARTES Y EXPRESIONES CULTURALES	MUSICA		0.8%					0.8%						0.8%					
	TEATRO			4.4%					5.2%						5.2%				
	DANZA				21.9%					22.7%						23.2%			
	ARTESANIAS				31%					29.7%						27.9%			
	FIESTAS POPULARES					6.8%					7.8%						7.3%		

Resumen comprobación de hipótesis

Resultados

Valores calculados en SPSS 25

Estadísticos	Preguntas								
	Satisfacción Y Sitios Culturales	Satisfacción Y Artes Religiosas	Satisfacción Y Artes Y Expresiones Culturales	Compromiso Y Sitios Culturales	Compromiso y Artes Religiosas	Compromiso Y Artes Y Expresiones Culturales	Lealtad Y Sitios Culturales	Lealtad Y Artes Religiosas	Lealtad Y Artes Y Expresiones Culturales
Chi-Cuadrado	317,523	102,223	392,641	297.061	112.252	477.331	285.975	99.460	433.955
Valor-p	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000
Valor crítico	2.228	2.571	2.086	2.228	2.571	2.086	2.228	2.571	2.086
Nivel de Significancia	0,05	0,05	0,05	0,05	0,05	0,05	0,05	0,05	0,05
Grados de libertad	10	5	20	10	5	20	10	5	20
Acepta H_0 ($P > \alpha$)									
Rechaza H_0 ($P < \alpha$)	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Acepta H_0 ($X^2 < \text{Valor crítico}$)									
Rechaza H_0 ($X^2 > \text{Valor crítico}$)	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓



Discusión de resultados

- Se finaliza el análisis de los mismos a través de los datos recolectados, y en base al modelo grafico diseñado se corrobora lo expuesto, en donde la dimensión de sitios culturales con la satisfacción del consumidor, demostraron una relación positiva.

Conclusiones

- El turismo cultural ha tomado posicionamiento dentro del crecimiento del turismo, siendo un eje importante para la sociedad y empresas dedicadas al turismo específicamente y para los visitantes que llegan a percibirlo en la provincia, es así que en su correlación expresa una aceptación de lugares, actividades y tradiciones que se ofertan al turista, de esta manera, la relación fijada entre las dos variables es un complemento para la interrelación del turismo cultural y el comportamiento del consumidor, generando un bienestar para los ofertantes y demandantes.

Lista de referencias

- Referencia bibliográficas de artículos científicos
- Libros de teorías de turismo cultural y teorías del consumidor