




# Consumer Behavior in Marketing: Sociodemographic Aspects, Satisfaction and Loyalty

Mauricio Carvache-Franco<sup>1</sup>, Wilmer Carvache-Franco<sup>2</sup>, and Ana Gabriela Viquez-Paniagua<sup>3</sup>

<sup>1</sup>Universidad Bolivariana del Ecuador, Campus Durán Km 5.5 Vía Durán Yaguachi, Durán, 092405, Ecuador. E- mail: [smcarvachef@ube.edu.ec](mailto:smcarvachef@ube.edu.ec), <https://orcid.org/0000-0003-3639-9263>

<sup>2</sup>Escuela Superior Politécnica del Litoral, ESPOL, Facultad de Ciencias Sociales y Humanísticas, Campus Gustavo Galindo Km 30.5 Vía Perimetral, Guayaquil, 090902, Ecuador. E- mail: [wcarvach@espol.edu.ec](mailto:wcarvach@espol.edu.ec), <http://orcid.org/0000-0001-5420-1092>




<sup>3</sup>Tecnológico de Costa Rica, Escuela de Administración de Empresas, Cartago, 30101, Costa Rica. E- mail: [aviquez@itcr.ac.cr](mailto:aviquez@itcr.ac.cr), <https://orcid.org/0000-0002-7070-2329>

*Abstract– The objective of this study was to determine the relationship between sociodemographic aspects and the variables of satisfaction and loyalty in marine protected areas. The research was carried out in the La Puntilla de Santa Coastal Marine Fauna Production Reserve in Ecuador. The sample was made up of 369 surveys obtained on site. The multiple regression method was used to analyze the data. The results show that the tourists who have visited the marine protected areas the most and who spent the least were the most satisfied and those who had the most intentions to return and recommend the marine protected area. These findings will serve as action guides for marine protected area managers and will contribute to the literature on consumer behavior.*

*Keywords--Ecotourism, marine protected areas, sociodemographic, satisfaction, loyalty.*

**Digital Object Identifier:** (only for full papers, inserted by LACCEI).  
**ISSN, ISBN:** (to be inserted by LACCEI).  
**DO NOT REMOVE**

# Comportamiento del Consumidor en el Marketing: Los Aspectos Sociodemográficos, la Satisfacción y la Lealtad

Mauricio Carvache-Franco<sup>1</sup>, Wilmer Carvache-Franco<sup>2</sup>, and Ana Gabriela Viquez-Paniagua<sup>3</sup>

<sup>1</sup>Universidad Bolivariana del Ecuador, Campus Durán Km 5.5 Vía Durán Yaguachi, Durán, 092405, Ecuador. E- mail: [smcarvachef@ube.edu.ec](mailto:smcarvachef@ube.edu.ec), <https://orcid.org/0000-0003-3639-9263>

<sup>2</sup>Escuela Superior Politécnica del Litoral, ESPOL, Facultad de Ciencias Sociales y Humanísticas, Campus Gustavo Galindo Km 30.5 Vía Perimetral, Guayaquil, 090902, Ecuador. E- mail: [wcarvach@espol.edu.ec](mailto:wcarvach@espol.edu.ec), <http://orcid.org/0000-0001-5420-1092>

<sup>3</sup>Tecnológico de Costa Rica, Escuela de Administración de Empresas, Cartago, 30101, Costa Rica. E- mail: [aviquez@itcr.ac.cr](mailto:aviquez@itcr.ac.cr), <https://orcid.org/0000-0002-7070-2329>

**Resumen**– El objetivo del presente estudio fue determinar la relación entre aspectos sociodemográficos y las variables de satisfacción y lealtad en las áreas marinas protegidas. La investigación se llevó a cabo en la Reserva de Producción de Fauna Marina Costera La Puntilla de Santa en Ecuador. La muestra estuvo compuesta por 369 encuestas obtenidas in situ. Para el análisis de los datos se utilizó el método de regresión múltiple. Los resultados muestran que los turistas que más han visitado las áreas marinas protegidas y que menos gastaron fueron los más satisfechos y los que tuvieron más intenciones de retornar y de recomendar el área marina protegida. Estos hallazgos servirán como guías de acción para los gestores de las áreas marinas protegidas y contribuirán a la literatura sobre el comportamiento del consumidor.

**Palabras claves**--Ecoturismo, áreas marinas protegidas, sociodemográfica, satisfacción, lealtad

## I. INTRODUCCIÓN

Las áreas de ecoturismo se han convertido en destinos importantes debido a su eficiencia en la protección ambiental, educación, recreación y creación de empleo [1]. El ecoturismo se originó, alrededor de la década de 1960, en países de América Latina y el Caribe como Costa Rica, Ecuador y Perú [2]. El ecoturismo se considera un enfoque sostenible que brinda una solución a dos problemas principales: la pobreza y la degradación de la biodiversidad [3]. Por ello, el turismo basado en la naturaleza en áreas protegidas es un servicio ecosistémico fácil de experimentar que los humanos disfrutan, pero que actúa como presiones turísticas sobre el ecosistema [4]. Por otro lado, las expectativas específicas de las

motivaciones de viaje son cruciales para evaluar la satisfacción de los turistas en cuanto a sus experiencias en el destino y sus efectos posteriores de lealtad. De esta manera, los turistas satisfechos tienen más probabilidades de volver a visitar un destino, recomendarlo a otros o hacer comentarios favorables [5]. Sin embargo, estas relaciones causales no son uniformes después de controlar el género, el nivel educativo y el estado civil de los eco-visitantes [6].

En este marco de ideas, en la costa de Ecuador se encuentra ubicada la Reserva de Producción de Fauna Marina Costera La Puntilla de Santa, la cual pertenece a la red de áreas marinas costeras protegidas de este país. Las aguas de la reserva son la fuente de subsistencia para varias poblaciones pesqueras y juegan un papel importantísimo en la protección y recuperación de peces que han disminuido por la sobrepesca a lo largo de los años. Aparte del área marina, la reserva incluye playas, acantilados y una pequeña extensión de matorrales y bosques secos del litoral.

En la actualidad, la literatura sobre la relación entre los aspectos sociodemográficos y su relación con la satisfacción y lealtad es casi inexistente. El presente estudio tiene como objetivo determinar la relación entre aspectos sociodemográficos y las variables de satisfacción y lealtad en las áreas marinas protegidas. Esta investigación servirá para mejorar la oferta de servicios acorde a los aspectos sociodemográficos de la demanda de los turistas.

## II. REVISIÓN DE LA LITERATURA

Las áreas protegidas, en la actualidad son importantes destinos de turismo ecológico y recreativo porque poseen

**Digital Object Identifier:** (only for full papers, inserted by LACCEI).  
**ISSN, ISBN:** (to be inserted by LACCEI).  
**DO NOT REMOVE**

ambientes casi inalterados y a menudo con formas naturales únicas. La creciente conciencia ambiental aumenta el valor percibido de las áreas protegidas y la conservación ecológica, lo que a su vez contribuye significativamente al desarrollo a largo plazo del ecoturismo [7].

El ecoturismo puede conectar a los viajeros con la naturaleza y ayudarlos a desarrollar vínculos más fuertes con el mundo natural [8]. De hecho, numerosos destinos y regiones continúan desarrollando y comercializando productos ecológicos y relacionados con la naturaleza en respuesta a la creciente demanda de productos turísticos basados en nuestro entorno [7, 9].

También existe dentro de las áreas protegidas una clasificación denominada área marino-protegida (MPAs), las cuales se han implementado para conservar y restaurar especies vulnerables, pesquerías o hábitats de arrecifes de coral [10]. Además, son una herramienta basada en la naturaleza para reparar el daño ambiental y mantener una amplia gama de servicios proporcionados por los ecosistemas marinos [11]. De hecho, son la herramienta preferida para prevenir la pérdida de biodiversidad marina [12].

Por ello, cuando se gestiona bien, se protege eficazmente los hábitats naturales y las especies de múltiples factores estresantes locales, como la pesca destructiva y la contaminación [13], se cree que generan resultados beneficiosos para la naturaleza y para los humanos [14].

Los hallazgos previos sostienen que existen ciertas correlaciones entre las variables sociodemográficas y la satisfacción. [15] apoyaron el hallazgo de que las personas mayores con un alto nivel educativo tienden a estar más satisfechas con sus experiencias de viaje al estudiar la demografía y la satisfacción con los servicios turísticos en Grecia. De manera parecida, [16] estudiando los perfiles turísticos y satisfacción en Turquía identificaron que las características de ser una mujer de edad avanzada, altamente educada y de bajos ingresos se correlaciona positivamente con un mayor nivel de satisfacción.

Como podemos ver son casi inexistentes los estudios relacionados con las variables sociodemográficas en relación con la satisfacción y la lealtad en las áreas marinas protegidas.

### III. METODOLOGÍA

La Reserva de Producción de Fauna marina costera La Puntilla de Santa Elena es la principal área protegida de la provincia de Santa Elena creada en 2008, y es un ejemplo de la Biodiversidad del Ecuador ya que en sus cuatro regiones han reportado 91 ecosistemas (15% de las especies endémicas del mundo) [17]. Actualmente, sus ecosistemas marinos y terrestres están influenciados por la zona de convergencia intertropical y muestran un clima predominantemente seco, con variaciones anuales de precipitación y temperatura, donde hay una estación seca y fría (de junio a noviembre) y otra estación cálida y lluviosa (de diciembre a mayo). Podemos observar al menos nueve ballenas migratorias de julio a

septiembre, como las ballenas Sei (*Balaenoptera borealis*), las ballenas de Bryde (*Balaenoptera edeni*) y las ballenas jorobadas (*Megaptera novaeangliae*), entre otras.

Otros animales son estacionarios, como el lobo marino que se encuentran en un área llamada popularmente "La Lobería". Además, existen 16 especies de mamíferos marinos, 160 especies de aves y 3 especies de que utilizan este lugar como área de alimentación. Este destino también cuenta con tres playas, la playa FAE es ideal para la práctica del surf y bodyboard, y junto con Punta Brava, ambas playas cuentan con instalaciones de madera. Los visitantes también pueden disfrutar caminando y en bicicleta por senderos, y los fotógrafos aprovechan el punto más extremo de la costa continental de América del Sur. Cabe agregar que el presente estudio se realizó in situ en La Reserva de Producción de Fauna "Puntilla de Santa Elena". La muestra poblacional se obtuvo de turistas nacionales y extranjeros que visitaron esta área protegida. Las encuestas se aplicaron de enero a marzo de 2019 mientras los turistas descansaban después de un recorrido. Los encuestadores fueron de una empresa especializada, quienes fueron previamente preparados por los autores de este estudio. Los turistas completaron la encuesta de forma independiente y los encuestadores estuvieron cerca para responder cualquier pregunta a los visitantes.

Para este estudio se diseñó un cuestionario que consta de dos apartados para lograr el objetivo de la investigación. Su primera sección obtuvo las características sociodemográficas y de visita de los encuestados mediante preguntas cerradas adaptados del estudio de [18]. La segunda sección contenía preguntas para obtener información sobre la satisfacción general del visitante, sus intenciones de regresar y si recomendar el destino ecoturístico. En lo referente a la satisfacción se utilizó una escala tipo Likert de cinco puntos, donde 1 no estaba nada satisfecho y 5 muy satisfecho. En el caso de intenciones de retorno, recomendación y decir cosas positivas sobre el destino, se utilizó una escala tipo Likert de cinco puntos, donde 1 totalmente en desacuerdo y 5 totalmente de acuerdo. Las escalas de satisfacción y lealtad fueron adaptadas del estudio de Kim y Park (2017).

Se utilizó un muestreo por conveniencia, considerando la accesibilidad para acceder a los turistas en el área protegida y su predisposición a contestar el cuestionario. La variabilidad poblacional se estimó en 50% ( $p = q = 0.5$ ). Para el tamaño de la muestra, que resultó en 369, se consideró un margen de error de +/- 5% y un nivel de confianza del 95%. Los datos recopilados se organizaron, tabularon y analizaron estadísticamente mediante el programa SPSS 22.0.

Para el análisis de los datos se implementó un análisis factorial para reducir las variables en un número menor de factores que faciliten la interpretación de los resultados. Se utilizó el método de rotación Varimax para ordenar los factores en cargas altas y bajas. Además, se utilizó el criterio de káiser para encontrar el número de factores con autovalores mayores a 1. El índice KMO (Kaiser-Meyer-Olkin) y la prueba

de esfericidad de Bartlett se utilizaron para saber si era apropiado realizar el análisis factorial. Otro de los métodos utilizados fue el de regresión múltiple, que sirvió para encontrar relaciones positivas o negativas entre variables sociodemográficas y otras variables como la satisfacción y lealtad en las áreas marinas protegidas.

#### IV. RESULTADOS

##### A. Aspectos sociodemográficos de la muestra

Para el presente estudio, la muestra obtenida estuvo conformada por un total de 369 encuestados. En lo referente al género, el 49.9% eran masculinos y el 51.1% femenino. Acerca de su estado civil, el 51.5% eran solteros y el 36.6% eran casados. En cuanto a la edad, el 37% tenía entre 21 a 30 años, mientras que el 30.6% tenía entre los 31 a 40 años. En lo relacionado a la educación, el 58.3% tenía estudios universitarios y el 27.1% estudios secundarios.

En cuanto a la actividad profesional, el 27.4% eran empleados privados y el 23.8% estudiantes. Como características del viaje, el 45.5% viajaba con la familia, mientras que el 30.4% viajaba con los amigos. En cuanto al número de visitas, la mayoría de encuestados estaba visitando la reserva marina protegida por primera vez, con un 41.5%, seguido de los que la habían visitado más de tres veces con un 24.1%. En cuanto al nivel de ingresos mensuales, el 32.2% tienen ingresos de \$501 a \$1,000, mientras que el 15.2% tiene ingresos de \$1,001 a \$1,500. En cuanto al gasto promedio diario por persona, el 42.8% gasta entre \$30 y \$60 al día por persona, mientras que el 32.5% gasta menos de \$30 al día por persona. Ver tabla I.

TABLA I  
VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

Variable	Categorías	N=369	%
Genero	Hombre	184	49.9
	Mujer	185	50.1
Estado Civil	Soltero	190	51.5
	Casado	135	36.6
	Otros	44	11.9
Edad	<20 años	35	9.5
	21 - 30 años	138	37.4
	31 - 40 años	113	30.6
	41 - 50 años	39	10.6
	51 - 60 años	23	6.2
	>60 años	21	5.7
Nivel de educación	Primaria	13	3.5
	Secundaria	100	27.1
	Universidad	215	58.3
	Postgraduado/Master/Ph.D.	41	11.1

Actividad profesional	Estudiante	88	23.8
	Investigador / Científico	14	3.8
	Hombre de negocios	59	16
	Empleado privado	101	27.4
	Empleado público	62	16.8
	Jubilado	9	2.4
	Desempleado	25	6.8
	Otros	11	3
Con quién visita éstas áreas marinas protegidas	Solo	50	13.6
	Con familia	168	45.5
	Con amigos	112	30.4
	Con los padres	33	8.9
	Otros	6	1.6
Número de visitas	Primera vez	153	41.5
	Segunda vez	81	22
	Tercera vez	46	12.5
	Más de 3 veces	89	24.1
Nivel de renta o ingresos mensuales	Menos de \$500	126	34.1
	De \$501 a \$1,000	119	32.2
	De \$1,001 a \$1,500	56	15.2
	De \$1,501 a \$2,000	34	9.2
	De \$2,001 a \$2,500	15	4.1
	De \$2,501 a \$3,000	6	1.6
	Más de \$3,000	13	3.5
Gasto promedio diario por persona	Menos de \$30	120	32.5
	\$30.01 - \$60.01	158	42.8
	60.01 - \$90	53	14.4
	\$90.01 - \$120	13	3.5
	\$120.01 - \$150	22	6.0
	Más de \$150	3	.8

##### B. Las motivaciones

Se realizó un análisis factorial para reducir las variables motivacionales en un número menor de factores para facilitar la interpretación de los resultados. Se utilizó al método de rotación Varimax para ordenar los factores en cargas factoriales muy altas o bajas. Se utilizó al criterio de Kaiser para encontrar los factores con eigenvalues mayores a 1.00. Seis factores fueron parte de la solución y representaron el 66.66% de la varianza total. El índice KMO (Kaiser-Meyer-Olkin) fue de 0.925, siendo éste un alto valor para el modelo. Asimismo, la prueba de esfericidad de Bartlett resultó significativa <0.05, por lo que fue apropiado aplicar el análisis factorial. Ver tabla II.



TABLA III  
VARIABLES SOCIODEMOGRÀFICAS Y NIVEL DE  
SATISFACCIÒN

Variable	Beta	t	Sig,	Tolerancia
(constante)		24.909	0.000	
Edad	0.081	1.457	0.146	0.819
Actividad profesional	0.069	1.268	0.206	0.862
Número de veces que ha visitado el destino	0.115	2.253	0.025	0.980
Nivel de renta o ingreso mensual	-0.104	-1.941	0.053	0.899
Gasto promedio diario por persona	-0.176	-3.338	0.001	0.916

De acuerdo con la Tabla III, el número de veces que ha visitado el destino fue un predictor significativo positivo en la satisfacción. Por lo tanto, los turistas que más han visitado las áreas marinas protegidas fueron los más satisfechos. Mientras que el promedio de gasto diario por persona fue un predictor significativo negativo en la satisfacción. Esto significa que los turistas que menos gastaron fueron los que tuvieron mayores niveles de satisfacción en el área marina protegida.

#### D. Las variables sociodemográficas y las intenciones de volver

Los predictores sociodemográficos significativos de las intenciones de volver al destino se analizaron a través de una regresión múltiple. Ver tabla IV.

TABLA IV  
VARIABLES SOCIODEMOGRÀFICAS Y LAS INTENCIONES DE  
VOLVER

Variable	Beta	t	Sig,	Tolerancia
(Constante)		32.84	0	
Edad	0.01	0.17	0.865	0.819
Actividad profesional	0.017	0.314	0.754	0.863
Número de veces que ha visitado el destino	0.12	2.345	0.02	0.980
Nivel de renta o ingreso mensual	-0.075	-1.398	0.163	0.899
Gasto promedio diario por persona	-0.196	-3.694	0.000	0.916

De acuerdo con la Tabla IV, el número de veces que ha visitado el área marina protegida fue un predictor significativo positivo en las intenciones de volver al destino. Por lo tanto, los turistas que más han visitado el área marina protegida fueron los que más van a retornar al destino. Mientras que el promedio de gasto diario por persona fue un predictor significativo negativo en las intenciones de volver al área

marina protegida. Esto significa que los turistas que menos gastaron fueron los que tuvieron más intenciones de retornar.

#### E. Las variables sociodemográficas y las intenciones de recomendar

Los predictores sociodemográficos significativos de las intenciones de recomendar al destino se analizaron a través de una regresión múltiple. Ver tabla V.

TABLA V  
VARIABLES SOCIODEMOGRÀFICAS Y LAS INTENCIONES DE  
RECOMENDAR

Variable	Beta	t	Sig,	Tolerancia
(Constante)		30.744	0.000	
Edad	-0.018	-0.315	0.753	0.819
Actividad profesional	0.047	0.849	0.397	0.863
Número de veces que ha visitado el destino	0.135	2.605	0.01	0.98
Nivel de renta o ingreso mensual	-0.06	-1.107	0.269	0.899
Gasto promedio diario por persona	-0.131	-2.45	0.015	0.916

De acuerdo con la tabla V, el número de veces que ha visitado el destino fue un predictor significativo positivo en las intenciones de recomendar el destino. Por lo tanto, los turistas que más han visitado el área marina protegida fueron los que tuvieron mayores intenciones de recomendar el destino. Por otro lado, el promedio de gasto diario por persona fue un predictor significativo negativo en las intenciones de recomendar el área marina protegida. Esto significa que los turistas que menos gastaron fueron los que tuvieron más intenciones de recomendar el área marina protegida.

#### F. Las variables sociodemográficas y el decir cosas positivas del destino

Se utilizó a la regresión múltiple para analizar los predictores sociodemográficos significativos en el decir cosas positivas del área marina protegida. Ver tabla VI.

TABLA VI  
VARIABLES SOCIODEMOGRÀFICAS Y EL DECIR COSAS  
POSITIVAS DEL DESTINO

Variable	Beta	t	Sig,	Tolerancia
(Constante)		29.631	0.000	
Edad	0.063	1.106	0.269	0.819
Actividad profesional	0.036	0.652	0.515	0.863
Número de veces que ha visitado el destino	0.098	1.887	0.060	0.980
Nivel de renta o ingreso mensual	-0.094	-1.728	0.085	0.899

Gasto promedio diario por persona	-0.119	-2.222	0.027	0.916
-----------------------------------	--------	--------	-------	-------

De acuerdo con la Tabla VI, el gasto diario por persona fue un predictor significativo negativo en el decir cosas positivas del área marina protegida, Por lo tanto, los turistas que más han visitado el destino fueron los que más dirán cosas positivas del destino.

## V. DISCUSIÓN

El objetivo de esta investigación fue el determinar la relación entre aspectos sociodemográficos y las variables de satisfacción y lealtad en las áreas marinas protegidas. En la literatura se ha encontrado varios hallazgos, como el que encontró que las personas mayores con un alto nivel educativo tienden a estar más satisfechas con sus experiencias [15]. De manera parecida, otros autores identificaron que las características de ser una mujer de edad avanzada, altamente educada y de bajos ingresos se correlaciona positivamente con un mayor nivel de satisfacción [16].

Este estudio encontró que el número de veces que ha visitado el destino fue un predictor significativo positivo en la satisfacción. Estos resultados no se han encontrado en la literatura, siendo ésta una contribución a la literatura científica. Por lo que los turistas que más han visitado el destino fueron los más satisfechos. Por otro lado, el número de veces que ha visitado el área marina protegida fue un predictor significativo positivo en las intenciones de volver y de recomendar el destino. Mientras que el promedio de gasto diario por persona fue un predictor significativo negativo en la satisfacción y en las intenciones de volver y recomendar el área marina protegida. Resultados no encontrados en la literatura, siendo ésta una contribución de este estudio a la literatura científica, el haber encontrado que los turistas que más han visitado el área marina protegida y que menos gastaron fueron los más satisfechos y los que mayores intenciones de volver y recomendar el destino tuvieron. Mientras que los turistas que menos gastaron fueron los que más dirán cosas positivas del destino. Siendo ésta otra contribución a la literatura, el haber encontrado que los turistas que buscan gastar menos en estos destinos dirán más cosas positivas de éste.

En cuanto a las implicaciones prácticas, este estudio sirve para que las empresas relacionadas al turismo puedan conocer las características sociodemográficas de los turistas, para diseñar actividades y servicios de acuerdo con satisfacción y lealtad. Para los turistas que menos gastaron, se les debería de ofrecer actividades a precios más bajos, para que retornen, recomienden y puedan decir cosas positivas del área marina protegida.

## VI. CONCLUSIONES

Las variables sociodemográficas presentan una relación con otras variables como la satisfacción y la lealtad. Estas

relaciones permiten encontrar diferencias sociodemográficas entre los turistas, que son importantes a la hora de planificar las actividades y la oferta de servicios que permitan a los turistas aumentar su nivel de satisfacción y lealtad, retornando nuevamente al destino y recomendarlo con otros.

Este estudio identificó que los turistas que más han visitado las áreas marinas protegidas y que menos gastaron fueron los más satisfechos. En cuanto a la lealtad, los turistas que más han visitado el área marina protegida y que menos gastaron fueron los que tuvieron más intenciones de retornar y de recomendar el área marina protegida. Mientras que los turistas que menos gastaron fueron los que más dirán cosas positivas del área marina protegida. Además, este trabajo sirve para que las empresas puedan diseñar actividades y servicios de acuerdo con la satisfacción y lealtad de los turistas. Esto significa que los servicios que se ofrecen deben ser novedosos y estar relacionados con los precios bajos, para alcanzar un alto nivel de satisfacción y lealtad de los turistas, especialmente en los que ya han visitado varias veces el destino y que buscan gastar menos en estas áreas protegidas.

Para los turistas que menos gastaron, se les debería de ofrecer servicios y actividades a precios más bajos, para que aumenten la lealtad al destino.

El presente estudio estuvo limitado al periodo de recogida de la muestra. Entre las futuras líneas de investigación se deben realizar estudios que aborden la segmentación en áreas marinas protegidas.

## REFERENCIAS

- [1] Tao, T. C., & Wall, G. (2009). Tourism as a sustainable livelihood strategy. *Tourism management*, 30(1), 90-98. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2008.03.009>
- [2] Sundstrom, S. (2003). El Ecoturismo como instrumento para desarrollo sostenible. Un estudio comparativo de campo entre Suecia y Ecuador.
- [3] Cabral, C., & Dhar, R. L. (2020). Ecotourism research in India: From an integrative literature review to a future research framework. *Journal of Ecotourism*, 19(1), 23-49. <https://doi.org/10.1080/14724049.2019.1625359>
- [4] Chun, J., Kim, C. K., Kim, G. S., Jeong, J., & Lee, W. K. (2020). Social big data informs spatially explicit management options for national parks with high tourism pressures. *Tourism Management*, 81, 104136. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2020.104136>
- [5] Shakoobi, A., & Hosseini, M. (2019). An examination of the effects of motivation on visitors' loyalty: case study of the Golestan Palace, Tehran. *Tourism Management Perspectives*, 32, 100554. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2019.100554>.
- [6] Adam, I., Adongo, C. A., & Amuquandoh, F. E. (2019). A structural decomposition analysis of eco-visitors' motivations, satisfaction and post-purchase behaviour. *Journal of Ecotourism*, 18(1), 60-81. <https://doi.org/10.1080/14724049.2017.1380657>
- [7] Castellanos-Verdugo, M., Vega-Vázquez, M., Oviedo-García, M. Á., & Orgaz-Agüera, F. (2016). The relevance of psychological factors in the ecotourist experience satisfaction through ecotourist site perceived value. *Journal of Cleaner Production*, 124, 226-235. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2016.02.126>
- [8] Olmsted, P., Honey-Rosés, J., Satterfield, T., & Chan, K.M. (2020). Leveraging support for conservation from ecotourists: can relational values play a role?. *Journal of Sustainable Tourism*, 28(3), 497-514. <https://doi.org/10.1080/09669582.2019.1683184>

- [9] Walter, P. G. (2013). Theorising visitor learning in ecotourism. *Journal of ecotourism*, 12(1), 15-32. <https://doi.org/10.1080/14724049.2012.742093>
- [10] Cinner, J. E., Huchery, C., MacNeil, M. A., Graham, N. A., McClanahan, T. R., Maina, J., ... & Mouillot, D. (2016). Bright spots among the world's coral reefs. *Nature*, 535(7612), 416-419. <https://doi.org/10.1038/nature18607>
- [11] MedPAN & UNEP-MAP-SPA/RAC (2016). The 2016 status of Marine Protected Areas in the Mediterranean: Main findings. Brochure MedPAN & UN Environment/MAP—SPA/RAC. [http://d2ouvy59p0dg6k.cloudfront.net/downloads/medpan\\_forum\\_mpa\\_2016\\_\\_brochure\\_a4\\_en\\_web\\_1\\_.pdf](http://d2ouvy59p0dg6k.cloudfront.net/downloads/medpan_forum_mpa_2016__brochure_a4_en_web_1_.pdf)
- [12] Stevenson, S. L., Woolley, S. N., Barnett, J., & Dunstan, P. (2020). Testing the presence of marine protected areas against their ability to reduce pressures on biodiversity. *Conservation Biology*, 34(3), 622-631. <https://doi.org/10.1111/cobi.13429>
- [13] Sala, E., & Giakoumi, S. (2018). No-take marine reserves are the most effective protected areas in the ocean. *ICES Journal of Marine Science*, 75(3), 1166-1168. <https://doi.org/10.1093/icesjms/fsx059>
- M. Young, *The Technical Writer's Handbook*, Mill Valley, CA: University Science, 1989.
- [14] Villasante, S., Lopes, P. F., & Coll, M. (2016). The role of marine ecosystem services for human well-being: Disentangling synergies and trade-offs at multiple scales. *Ecosystem services*, 17, 1-4. <https://doi.org/10.1016/j.ecoser.2015.10.022>
- [15] Tsiotsou, R., & Vasioti, E. (2006). Using demographics and leisure activities to predict satisfaction with tourism services in Greece. *Journal of Hospitality & Leisure Marketing*, 14(2), 69-82. [https://doi.org/10.1300/J150v14n02\\_05](https://doi.org/10.1300/J150v14n02_05)
- [16] Ozdemir, B., Aksu, A., Ehtiyar, R., Çizel, B., Çizel, R. B., & İçigen, E. T. (2012). Relationships among tourist profile, satisfaction and destination loyalty: Examining empirical evidences in Antalya region of Turkey. *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 21(5), 506-540. <https://doi.org/10.1080/19368623.2012.626749>
- [17] Ministry of environment (2009), Puntilla De Santa Elena Fauna Production Reserve, Management Plan 2009-2013. Viewed 03 April 2020
- [18] Lee, A.K.Y., & Abrahams, R.A. (2018). Naturalizing people, ethnicizing landscape: Promoting tourism in China's rural periphery. *Asian Geographer*, 35(2), 177-196. <https://doi.org/10.1080/10225706.2018.1505646>