



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI**  
**FACULTAD DE CIENCIAS AGROPECUARIAS Y RECURSOS**  
**NATURALES**

**LICENCIATURA EN ECOTURISMO**

**PROYECTO DE INVESTIGACIÓN**

**Título:**

---

**“USO DE HERRAMIENTAS TECNOLÓGICAS DEL TURISTA QUE  
VISITA LA PROVINCIA DE PICHINCHA EN TIEMPOS DE PANDEMIA”**

---

Proyecto de Investigación presentado previo a la obtención del Título de Licenciados en  
Ecoturismo

**Autores:**

Monge Ortiz María Eugenia  
Topón Díaz Roberto Omar

**Tutor:**

Abarca Zaquinaula Manuel Antonio

**LATACUNGA – ECUADOR**

**Agosto 2022**

## **DECLARACIÓN DE AUTORÍA**

Monge Ortiz María Eugenia, con cédula de ciudadanía No. 1715190045 y Topón Díaz Roberto Omar, con cédula de ciudadanía No. 1726918657, declaramos ser autores del presente proyecto de investigación: “Uso de herramientas tecnológicas del turista que visita la provincia de Pichincha en tiempos de pandemia”, siendo el Licenciado Mg. Manuel Antonio Abarca Zaquinaula, Tutor del presente trabajo; y, eximimos expresamente a la Universidad Técnica de Cotopaxi y a sus representantes legales de posibles reclamos o acciones legales.

Además, certifico que las ideas, conceptos, procedimientos y resultados vertidos en el presente trabajo investigativo, son de mi exclusiva responsabilidad.

Latacunga, 31 de agosto del 2022

María Eugenia Monge Ortiz  
Estudiante  
CC: 1715190045

Roberto Omar Topón Díaz  
Estudiante  
CC: 1726918657

Lcdo. Manuel Antonio Abarca Zaquinaula, Mg.  
Docente Tutor  
C.C. 1103989669

## CONTRATO DE CESIÓN NO EXCLUSIVA DE DERECHOS DE AUTOR

Comparecen a la celebración del presente instrumento de cesión no exclusiva de obra, que celebran de una parte **MONGE ORTIZ MARIA EUGENIA**, identificada con cédula de ciudadanía **1715190045** de estado civil soltera a quien en lo sucesivo se denominará **LA CEDENTE**; y, de otra parte, el Ingeniero Ph.D. Cristian Fabricio Tinajero Jiménez, en calidad de Rector, y por tanto representante legal de la Universidad Técnica de Cotopaxi, con domicilio en la Av. Simón Rodríguez, Barrio El Ejido, Sector San Felipe, a quien en lo sucesivo se le denominará **LA CESIONARIA** en los términos contenidos en las cláusulas siguientes: **ANTECEDENTES: CLÁUSULA PRIMERA. - LA CEDENTE** es una persona natural estudiante de la carrera de Licenciatura en Ecoturismo, titular de los derechos patrimoniales y morales sobre el trabajo de grado “Uso de herramientas tecnológicas del turista que visita la provincia de Pichincha en tiempos de pandemia”, la cual se encuentra elaborada según los requerimientos académicos propios de la Facultad; y, las características que a continuación se detallan:

### **Historial académico:**

Fecha de inicio: abril 2017 -agosto 2017

Finalización de la carrera: abril 2022 agosto 2022

Aprobación en Consejo Directivo. – 3 de junio del 2022

Tutor. - Ingeniero Mg. Manuel Antonio Abarca Zaquinaula

Tema: “Uso de herramientas tecnológicas del turista que visita la provincia de Pichincha en tiempos de pandemia”

**CLÁUSULA SEGUNDA. - LA CESIONARIA** es una persona jurídica de derecho público creada por ley, cuya actividad principal está encaminada a la educación superior formando profesionales de tercer y cuarto nivel normada por la legislación ecuatoriana la misma que establece como requisito obligatorio para publicación de trabajos de investigación de grado en su repositorio institucional, hacerlo en formato digital de la presente investigación.

**CLÁUSULA TERCERA. -** Por el presente contrato, **LA CEDENTE** autoriza a **LA CESIONARIA** a explotar el trabajo de grado en forma exclusiva dentro del territorio de la República del Ecuador.

**CLÁUSULA CUARTA. - OBJETO DEL CONTRATO:** Por el presente contrato **LA CEDENTE**, transfiere definitivamente a **LA CESIONARIA** y en forma exclusiva los siguientes derechos patrimoniales; pudiendo a partir de la firma del contrato, realizar, autorizar o prohibir:

- a) La reproducción parcial del trabajo de grado por medio de su fijación en el soporte informático conocido como repositorio institucional que se ajuste a ese fin.
- b) La publicación del trabajo de grado.
- c) La traducción, adaptación, arreglo u otra transformación del trabajo de grado con fines académicos y de consulta.
- d) La importación al territorio nacional de copias del trabajo de grado hechas sin autorización del titular del derecho por cualquier medio incluyendo mediante transmisión.

e) Cualquier otra forma de utilización del trabajo de grado que no está contemplada en la ley como excepción al derecho patrimonial.

**CLÁUSULA QUINTA.** - El presente contrato se lo realiza a título gratuito por lo que **LA CESIONARIA** no se halla obligada a reconocer pago alguno en igual sentido **LA CEDENTE** declara que no existe obligación pendiente a su favor.

**CLÁUSULA SEXTA.** - El presente contrato tendrá una duración indefinida, contados a partir de la firma del presente instrumento por ambas partes.

**CLÁUSULA SÉPTIMA. - CLÁUSULA DE EXCLUSIVIDAD.** - Por medio del presente contrato, se cede en favor de **LA CESIONARIA** el derecho a explotar la obra en forma exclusiva, dentro del marco establecido en la cláusula cuarta, lo que implica que ninguna otra persona incluyendo **LA CEDENTE** podrá utilizarla.

**CLÁUSULA OCTAVA. - LICENCIA A FAVOR DE TERCEROS. - LA CESIONARIA** podrá licenciar la investigación a terceras personas siempre que cuente con el consentimiento de **LA CEDENTE** en forma escrita.

**CLÁUSULA NOVENA.** - El incumplimiento de la obligación asumida por las partes en la cláusula cuarta, constituirá causal de resolución del presente contrato. En consecuencia, la resolución se producirá de pleno derecho cuando una de las partes comunique, por carta notarial, a la otra que quiere valerse de esta cláusula.

**CLÁUSULA DÉCIMA.** - En todo lo no previsto por las partes en el presente contrato, ambas se someten a lo establecido por la Ley de Propiedad Intelectual, Código Civil y demás del sistema jurídico que resulten aplicables.

**CLÁUSULA UNDÉCIMA.** - Las controversias que pudieran suscitarse en torno al presente contrato, serán sometidas a mediación, mediante el Centro de Mediación del Consejo de la Judicatura en la ciudad de Latacunga. La resolución adoptada será definitiva e inapelable, así como de obligatorio cumplimiento y ejecución para las partes y, en su caso, para la sociedad. El costo de tasas judiciales por tal concepto será cubierto por parte del estudiante que lo solicitare.

En señal de conformidad las partes suscriben este documento en dos ejemplares de igual valor y tenor en la ciudad de Latacunga, a los 31 días del mes de agosto del 2022.

María Eugenia Monge Ortiz

Ing. Cristian Tinajero Jiménez, Ph.D.

**LA CEDENTE**

**LA CESIONARIA**

## CONTRATO DE CESIÓN NO EXCLUSIVA DE DERECHOS DE AUTOR

Comparecen a la celebración del presente instrumento de cesión no exclusiva de obra, que celebran de una parte **TOPON DIAZ ROBERTO OMAR**, identificado con cédula de ciudadanía 1726918657 de estado civil soltero a quien en lo sucesivo se denominará **EL CEDENTE**; y, de otra parte, el Ingeniero Ph.D., Cristian Fabricio Tinajero Jiménez, en calidad de Rector, y por tanto representante legal de la Universidad Técnica de Cotopaxi, con domicilio en la Av. Simón Rodríguez, Barrio El Ejido, Sector San Felipe, a quien en lo sucesivo se le denominará **LA CESIONARIA** en los términos contenidos en las cláusulas siguientes: **ANTECEDENTES: CLÁUSULA PRIMERA. - EL CEDENTE** es una persona natural estudiante de la carrera de Licenciatura en Ecoturismo, titular de los derechos patrimoniales y morales sobre el trabajo de grado “Uso de herramientas tecnológicas del turista que visita la provincia de Pichincha en tiempos de pandemia”, la cual se encuentra elaborada según los requerimientos académicos propios de la Facultad; y, las características que a continuación se detallan:

### **Historial académico:**

Fecha de inicio: abril 2017 - agosto 2017

Finalización de la carrera: abril 2022 - agosto 2022

Aprobación en Consejo Directivo. – 3 de junio del 2022

Tutor. – Ingeniero Mg. Manuel Antonio Abarca Zaquinaula

Tema: “Uso de herramientas tecnológicas del turista que visita la provincia de Pichincha en tiempos de pandemia”

**CLÁUSULA SEGUNDA. - LA CESIONARIA** es una persona jurídica de derecho público creada por ley, cuya actividad principal está encaminada a la educación superior formando profesionales de tercer y cuarto nivel normada por la legislación ecuatoriana la misma que establece como requisito obligatorio para publicación de trabajos de investigación de grado en su repositorio institucional, hacerlo en formato digital de la presente investigación.

**CLÁUSULA TERCERA. -** Por el presente contrato, **EL CEDENTE** autoriza a **LA CESIONARIA** a explotar el trabajo de grado en forma exclusiva dentro del territorio de la República del Ecuador.

**CLÁUSULA CUARTA. - OBJETO DEL CONTRATO:** Por el presente contrato **EL CEDENTE**, transfiere definitivamente a **LA CESIONARIA** y en forma exclusiva los siguientes derechos patrimoniales; pudiendo a partir de la firma del contrato, realizar, autorizar o prohibir:

- a) La reproducción parcial del trabajo de grado por medio de su fijación en el soporte informático conocido como repositorio institucional que se ajuste a ese fin.
- b) La publicación del trabajo de grado.
- c) La traducción, adaptación, arreglo u otra transformación del trabajo de grado con fines académicos y de consulta.
- d) La importación al territorio nacional de copias del trabajo de grado hechas sin autorización del titular del derecho por cualquier medio incluyendo mediante transmisión.

e) Cualquier otra forma de utilización del trabajo de grado que no está contemplada en la ley como excepción al derecho patrimonial.

**CLÁUSULA QUINTA.** - El presente contrato se lo realiza a título gratuito por lo que **LA CESIONARIA** no se halla obligada a reconocer pago alguno en igual sentido **EL CEDENTE** declara que no existe obligación pendiente a su favor.

**CLÁUSULA SEXTA.** - El presente contrato tendrá una duración indefinida, contados a partir de la firma del presente instrumento por ambas partes.

**CLÁUSULA SÉPTIMA. - CLÁUSULA DE EXCLUSIVIDAD.** - Por medio del presente contrato, se cede en favor de **LA CESIONARIA** el derecho a explotar la obra en forma exclusiva, dentro del marco establecido en la cláusula cuarta, lo que implica que ninguna otra persona incluyendo **EL CEDENTE** podrá utilizarla.

**CLÁUSULA OCTAVA. - LICENCIA A FAVOR DE TERCEROS. - LA CESIONARIA** podrá licenciar la investigación a terceras personas siempre que cuente con el consentimiento de **EL CEDENTE** en forma escrita.

**CLÁUSULA NOVENA.** - El incumplimiento de la obligación asumida por las partes en la cláusula cuarta, constituirá causal de resolución del presente contrato. En consecuencia, la resolución se producirá de pleno derecho cuando una de las partes comunique, por carta notarial, a la otra que quiere valerse de esta cláusula.

**CLÁUSULA DÉCIMA.** - En todo lo no previsto por las partes en el presente contrato, ambas se someten a lo establecido por la Ley de Propiedad Intelectual, Código Civil y demás del sistema jurídico que resulten aplicables.

**CLÁUSULA UNDÉCIMA.** - Las controversias que pudieran suscitarse en torno al presente contrato, serán sometidas a mediación, mediante el Centro de Mediación del Consejo de la Judicatura en la ciudad de Latacunga. La resolución adoptada será definitiva e inapelable, así como de obligatorio cumplimiento y ejecución para las partes y, en su caso, para la sociedad. El costo de tasas judiciales por tal concepto será cubierto por parte del estudiante que lo solicitare.

En señal de conformidad las partes suscriben este documento en dos ejemplares de igual valor y tenor en la ciudad de Latacunga, a los 31 días del mes de agosto del 2022.

Roberto Omar Topón Díaz

Ing. Cristian Tinajero Jiménez, Ph.D.

**EL CEDENTE**

**LA CESIONARIA**

## **AVAL DEL TUTOR DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN**

En calidad de Tutor del Proyecto de Investigación con el título:

**“USO DE HERRAMIENTAS TECNOLÓGICAS DEL TURISTA QUE VISITA LA PROVINCIA DE PICHINCHA EN TIEMPOS DE PANDEMIA”**, de Monge Ortiz María Eugenia y Topón Díaz Roberto Omar de la carrera de Licenciatura en Ecoturismo, considero que el presente trabajo investigativo es merecedor del Aval de aprobación al cumplir las normas, técnicas y formatos previstos, así como también ha incorporado las observaciones y recomendaciones propuestas en la Pre defensa.

Latacunga, 31 de agosto del 2022

Lcdo. Manuel Antonio Abarca Zaquinaula, Mg.

**DOCENTE TUTOR**

CC: 1103989669

## **AVAL DE LOS LECTORES DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN**

En calidad de Tribunal de Lectores, aprobamos el presente Informe de Investigación de acuerdo a las disposiciones reglamentarias emitidas por la Universidad Técnica de Cotopaxi; y, por la Facultad de Ciencias Agropecuarias y Recursos Naturales; por cuanto, los postulantes: Monge Ortiz María Eugenia y Topón Díaz Roberto Omar, con el título del Proyecto de Investigación: “USO DE HERRAMIENTAS TECNOLÓGICAS DEL TURISTA QUE VISITA LA PROVINCIA DE PICHINCHA EN TIEMPOS DE PANDEMIA”, han considerado las recomendaciones emitidas oportunamente y reúne los méritos suficientes para ser sometido al acto de sustentación del trabajo de titulación.

Por lo antes expuesto, se autoriza realizar los empastados correspondientes, según la normativa institucional.

Latacunga, 31 de agosto del 2022

Lector 1 (Presidente)  
Ing. Milton Sampedro Arrieta, Mg.  
CC: 0602636987

Lector 2  
Ing. Freddy Álvarez Lema, Mg.  
CC: 1712930328

Lector 3  
Ing. Matius Mendoza Poma, Mg.  
CC: 1710448521



## **AGRADECIMIENTO**

Agradecemos en primer lugar a Dios por la sabiduría que nos ha concedido a lo largo de nuestra formación académica para elegir el camino correcto y superar los obstáculos enfrentados.

Agradecemos también a cada uno de nuestros padres y hermanos por el apoyo concedido en todo ámbito, ya que gracias a sus consejos hemos logrado alcanzar esta instancia. También queremos extender nuestro agradecimiento a cada uno de los profesores que hemos tenido la oportunidad de compartir aulas y nos han impartido su conocimiento en la Universidad Técnica de Cotopaxi.

Por último, agradecemos a todas las personas que nos han brindado su amistad y consejos en esta etapa universitaria.

**Ma. Eugenia y Roberto**

## **DEDICATORIA**

Todo el esfuerzo realizado durante este tiempo lo dedicamos a Dios a nuestros padres, hermanos y familia que han sido ejemplo y apoyo para nosotros, en especial lo dedicamos a Santino Martín nuestro hijo que ha sido el motor a seguir adelante con mente en ser siempre apoyo para él como lo han sido nuestros padres, de igual manera dedicado a nosotros mismos que hemos visto que con esfuerzo y dedicación se puede lograr muchas cosas.

**Ma. Eugenia y Roberto**

**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI**  
**FACULTAD DE CIENCIAS AGROPECUARIAS Y RECURSOS NATURALES**

**TÍTULO: “USO DE HERRAMIENTAS TECNOLÓGICAS DEL TURISTA QUE VISITA LA PROVINCIA DE PICHINCHA EN TIEMPOS DE PANDEMIA”**

AUTORES: Monge Ortiz María Eugenia  
Topón Díaz Roberto Omar

**RESUMEN**

El turismo es el sector que cuenta con menos información estadística sobre el uso de las herramientas tecnológicas en tiempos de pandemia. Por lo tanto, la presente investigación tiene la finalidad de analizar el uso de las herramientas tecnológicas del turista que visita la provincia de Pichincha antes y después del confinamiento, por lo cual, se hace una investigación relacional comparativa con un enfoque cuantitativo donde se aplica una encuesta a una muestra de 386 turistas y realiza el análisis comparativo del antes y después. Para seleccionar los lugares de la encuesta se basó en el inventario de atractivos turísticos realizado por el MINTUR, seleccionando 19 sitios específicos con apoyo en la Guía metodológica para la jerarquización de atractivos turísticos siendo estos de categoría III y II. Con la encuesta realizada se obtuvo 3 variables de estudio (frecuencia, gasto y tipo) para el respectivo análisis, por medio del software estadístico SPSS 25 ayudó a extraer y analizar los datos más relevantes para una correcta toma de decisiones de eficacia, como también se aplicó la prueba de Normalidad de Kolmogorov Smirnov la cual permitió medir el grado de concordancia que se tiene entre los datos recolectados con la muestra identificada. Asimismo, la prueba de Wilcoxon permitió ordenar la información en grupos de mayor a menor para obtener los datos estadísticos de contraste. De la misma forma, con la correlación de Spearman se realizó una medida no paramétrica de los datos recolectados en la investigación que permitieron medir la fuerza y dirección de las variables seleccionadas, esta información se representó en la gráfica de dispersión e interpolación donde se identificó los sesgos existentes en la investigación de forma clara y precisa. Entre los principales resultados de la investigación se obtuvo que el tipo de herramienta más utilizada por los turistas son las redes sociales y el celular. Así mismo, en la inversión de los turistas el gasto mínimo (0-10\$) disminuyó mientras el gasto máximo (más de 60\$) aumento, debido a la emergencia sanitaria que paso el país muchas actividades se transformaron en virtuales. También la frecuencia de uso varió donde los valores mínimos (menos de 1 a 2 horas al día) disminuyó y los valores máximos (de 6 a 8 horas al día) aumentaron. Por lo que las conclusiones se determinan que producto del confinamiento los turistas se enfocaron más a las herramientas tecnológicas, y esto se vuelve positivo para el sector turístico ya que se puede utilizar como medios de promoción de servicios o atractivos turísticos, agilizando así las actividades ligadas al turismo.

**Palabras clave:** turista, MINTUR, herramientas tecnológicas, Jerarquización, atractivos turísticos.

**TECHNICAL UNIVERSITY OF COTOPAXI**  
**FACULTY OF AGRICULTURAL SCIENCE AND NATURAL RESOURCES**

**TOPIC: “TECHNOLOGICAL TOOLS USE, BY TOURIST, WHO VISITING THE PICHINCHA PROVINCE INTO PANDEMIC TIMES”.**

AUTHOR: Monge Ortiz María Eugenia  
Topón Díaz Roberto Omar

**ABSTRACT**

Tourism is the sector, what has the least statistical information about the technological tools use into pandemic times. Therefore, the current research is to analyze the technological tools use by tourists, who visit the Pichincha province, before and after confinement, which it is made comparative relational research with a quantitative approach, where it is surveyed 386 tourists' sample and it applies a comparative analysis of before and after. To select the survey places, it was based on the made tourist attractions inventory by the MINTUR, selecting 19 specific sites with the Methodological Guide support for the tourist attractions hierarchy, these being of category III and II. With the made survey, it was got 3 study variables (frequency, expense and type), for the respective analysis, through the SPSS 25 statistical software, it is helped to extract and analyze the most relevant data for an efficiency correct decision-making, as well as it was applied the Kolmogorov Smirnov Normality test, which allowed measuring the concordance degree between the collected data with the identified sample. Likewise, the Wilcoxon test allowed ordering the information in groups from highest to lowest to got the contrast statistical data. The same way, it was made with data Spearman's correlation a non-parametric measurement collected in the research, which allowed measuring the selected variables strength a direction, this information was represented in the dispersion and interpolation graph, where it was identified the biases in the research clearly and precisely. Among the research main results, it was got, what the tool type most used by tourists, it is social networks and cell phones. Likewise, it decreased in the tourist's investment, the minimum expenditure (0-10\$) while the maximum expenditure (more than 60\$) increased, due to the health emergency, which the country went, through many activities became virtual. Also, the use frequency varied where the minimum values (less than 1 to 2 hours a day) decreased and the maximum values (6 to 8 hours a day) increased. Therefore, the conclusions determine, what as a confinement result, tourists focused more on technological tools, and this becomes positive for the tourism sector since it can be used as a means for promoting services or tourist attractions, thus, speeding up the activities linked to tourism.

**Keywords:** Tourist, MINTUR, technological tools, hierarchization, tourist attractions.

## ÍNDICE DE CONTENIDOS

DECLARACIÓN DE AUTORÍA .....	ii
AVAL DEL TUTOR DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN.....	vii
AVAL DE LOS LECTORES DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN .....	viii
AGRADECIMIENTO.....	ix
DEDICATORIA .....	x
RESUMEN.....	xi
ABSTRACT .....	xii
ÍNDICE DE CONTENIDOS .....	xiii
ÍNDICE DE FIGURAS .....	xvii
1 Información general.....	1
2 Justificación .....	2
3 Beneficiarios del proyecto.....	2
4 El problema de investigación .....	3
5 Objetivos.....	4
5.1 Objetivo General .....	4
5.2 Objetivos Específicos .....	4
6 Actividades y sistema de tareas en relación a los objetivos planteados .....	5
7 Fundamentación científica técnica.....	7
7.1 Definición de turismo .....	7
7.2 Tipos de turistas .....	7
7.3 Actividades turísticas.....	8

7.4	Tipologías de la demanda turística .....	9
7.5	Formas de Turismo.....	10
7.6	Tipos de turistas .....	10
7.7	Clasificación del turismo en base a su duración .....	11
7.8	Tipos de Turismo gastronómico .....	11
7.9	Turismo de aventura .....	12
7.9.1	Ecoturismo .....	13
7.10	Turismo cultural .....	14
7.11	Turismo rural .....	14
7.12	Turismo Comunitario .....	15
7.13	Turismo Religioso.....	16
7.14	Aportaciones del turismo.....	16
7.15	Grupo etario.....	16
7.16	Variable Sociodemográficas .....	17
7.17	Motivación de viaje.....	17
7.18	Organización de viaje.....	17
7.19	Comportamiento de viaje .....	18
7.20	Gasto turístico.....	18
7.21	Herramientas tecnológicas.....	18
7.21.1	Fotos, imágenes, videos online.....	18
7.21.2	Mensajería (online - offline).....	19
7.21.3	Meta buscadores en turismo .....	19

7.21.4	Redes sociales .....	19
7.21.5	Sistemas de distribución Global .....	19
7.21.6	Sistema de posicionamiento Global .....	20
7.21.7	Wikis .....	20
7.22	Herramientas de recolección de datos .....	20
7.22.1	Software SPSS 25.....	20
7.22.2	Pruebas de Normalidad (Kolmogorov Smirnov) .....	21
7.22.3	Prueba de hipótesis de Wilcoxon.....	21
7.22.4	Correlaciones (Correlación de Spearman).....	21
7.22.5	Gráficos de dispersión e interpolación .....	21
8	Preguntas científicas de la investigación .....	22
9	Metodología .....	23
9.1	Descripción del área de estudio.....	23
9.2	Proceso metodológico de la investigación .....	24
9.3	Población .....	25
9.4	Muestra.....	25
9.5	Caracterización de los atractivos turísticos .....	28
10	Análisis de Resultados de la encuesta .....	36
10.1	Encuesta dirigida a los turistas que visitan la provincia de Pichincha .....	36
10.1.1	Preguntas de contexto .....	36
10.1.2	Preguntas de motivo de uso.....	45
10.1.3	Preguntas de variable de estudio.....	47

10.2	Análisis comparativo de las variables de estudio .....	53
10.3	Variable 1 .....	54
10.4	Variable 2.....	55
10.5	Variable 3.....	56
11	Impactos.....	61
12	Conclusiones y Recomendaciones .....	62
12.1	Conclusiones .....	62
12.2	Recomendaciones .....	63
13	Referencias.....	64
14	Apéndices .....	68
14.1	Apéndice 1 Aval de traducción.....	68
14.2	Apéndice 2 Hoja de vida del equipo de investigadores .....	69
14.3	Apéndice 3 Formatos de encuesta.....	72
14.4	Apéndice 4 Mapa Ruta de Atractivos Visitados para encuestar .....	78
14.5	Apéndice 5 Visitas in situ.....	79
14.6	Apéndice 6 Análisis del SPSS .....	83
14.7	Apéndice 7 Rango de estudio de Wilcoxon .....	83
14.8	Apéndice 8 Taxonomía de Bloom.....	84



## ÍNDICE DE TABLAS

<b>Tabla 1:</b> Número de beneficiarios directos .....	3
<b>Tabla 2:</b> Número de beneficiarios directos .....	3
<b>Tabla 3:</b> Número de beneficiarios directos .....	3
<b>Tabla 4:</b> Número de beneficiarios directos .....	3
<b>Tabla 5:</b> Sistematización de tareas.....	5
<b>Tabla 6:</b> Cronograma de salidas .....	26
<b>Tabla 7:</b> Atractivos turísticos elegidos según el MINTUR.....	29
<b>Tabla 8:</b> Variable tipo de herramienta utilizada.....	54
<b>Tabla 9:</b> Variable de frecuencia.....	55
<b>Tabla 10:</b> Variable de gasto en herramientas.....	56
<b>Tabla 11:</b> Comprobación de hipótesis.....	58
<b>Tabla 12:</b> Impactos .....	61

## ÍNDICE DE FIGURAS

<b>Figura 1.</b> Gráfica de dispersión e interpolación.....	22
<b>Figura 2:</b> Atractivos turísticos donde se aplicó las encuestas para la recolección de datos ...	24
<b>Figura 3:</b> Interpolación en la frecuencia de uso de las herramientas tecnológicas .....	60
<b>Figura 4</b> Interpolación en el gasto de las herramientas tecnológicas.....	60

## **1 Información general**

### **Título**

Uso de herramientas tecnológicas del turista que visita la provincia de Pichincha en tiempos de pandemia, año 2022

### **Lugar de ejecución.**

Provincia de Pichincha Zona 2

### **Institución, facultad, y carrera que auspicia**

Universidad Técnica de Cotopaxi, Facultad de Ciencias Agropecuarias y Recursos Naturales,

Carrera que auspicia: Licenciatura en Turismo

### **Equipo de trabajo**

**Tutor de titulación:** Ing. Mgs. Abarca Zaquinaula Manuel Antonio

**Correo electrónico institucional:** [manuel.abarca9669@utc.edu.ec](mailto:manuel.abarca9669@utc.edu.ec)

### **Estudiantes:**

María Eugenia Monge Ortiz

Roberto Omar Topón Díaz

### **Correo electrónico institucional:**

[maria.monge0045@utc.edu.ec](mailto:maria.monge0045@utc.edu.ec)

[roberto.topon8657@utc.edu.ec](mailto:roberto.topon8657@utc.edu.ec)

### **Área de Conocimiento**

Servicios

**Sub área** Servicios personales

### **Línea de investigación**

Planificación y gestión del servicio sostenible.

### **Sub línea de investigación**

Análisis del turismo.

## **2 Justificación**

La presente investigación tiene como importancia proporcionar datos importantes sobre la variabilidad del gasto, frecuencia y tipo de herramientas utilizadas antes y después del confinamiento siendo estas las variables de estudio. Como se menciona en el artículo de la revista Espacio el cual fue desarrollado por (TAFUR Avilés et al., 2018) en el cual manifiesta que la falta de información en el sector turístico sobre las herramientas tecnológicas ha hecho que el turista busque otras alternativas mediante agencias de viajes las cuales no tienen convenios con todos los sitios turísticos esto ha hecho que algunos lugares no sean visitados por los turistas generando así pérdidas económicas, es por ello que la presente investigación es de gran importancia para todo aquel que oferta servicios o productos que estén ligados al turismo ya que con el análisis de los resultados los servidores turísticos podrán invertir en mejores estrategias para dirigirse a los turistas al momento de prestar un mejor servicio, así como decidir el medio para mejor publicidad de sus atractivos, incentivar a las personas que visiten la provincia reactivando así la economía del sector turístico y además tengan acceso para buscar información de manera ágil y fácil. De la misma forma con la finalización de la presente investigación culminaremos nuestros estudios de tercer nivel siendo esto de gran importancia para nuestra vida profesional.

## **3 Beneficiarios del proyecto**

En la presente investigación se tienen beneficiarios a los investigadores que por medio de su investigación difundirá a todas las personas pertenecientes de los ocho cantones de la provincia de Pichincha. Asimismo, los beneficiarios directos serán los estudiantes de la institución ya que la presente investigación les servirá como guía para futuras investigaciones para la Facultad de Ciencias Agropecuarias y Recursos Naturales de la Universidad Técnica de Cotopaxi como los prestadores de servicios turísticos pues la investigación aportará de manera positiva, ya que con la obtención de los resultados podrán adaptar a sus servicios de

acorde a las preferencias del turista y finalmente se tiene a los turistas los cuales podrán investigar por medio de las herramientas turísticas aplicadas en tiempos de pandemia.

*Tabla 1: Número de beneficiarios directos*

<b>HABITANTES DE LA PROVINCIA DE PICHINCHA</b>		
<b>HOMBRES</b>	<b>MUJERES</b>	<b>TOTAL</b>
1.255.711	1.320.576	2.576.287

**Fuente:** (Ecuador en cifras, 2010)

*Tabla 2: Número de beneficiarios directos*

<b>INVESTIGADOR</b>	2
---------------------	---

*Tabla 3: Número de beneficiarios directos*

<b>Estudiantes de la F-CAREN</b>	2440
----------------------------------	------

**Fuente:** Repositorio digital Universidad Técnica de Cotopaxi

*Tabla 4: Número de beneficiarios directos*

<b>NÚMERO DE ESTABLECIMIENTOS TURÍSTICOS</b>	
<b>SERVICIOS TURÍSTICOS</b>	6730

**Fuente:** ((MINTUR, 2020)

#### **4 El problema de investigación**

El turismo es el sector que cuenta con menos información estadística sobre el uso de las herramientas tecnológicas para dar a conocer los atractivos turísticos que tienen las provincias del Ecuador, evidencian así que algunos sectores turísticos de la provincia de Pichincha no cuentan con los suficientes turistas para reactivarse económicamente después de la emergencia sanitaria. Así también en la investigación desarrollado por Agüero García-Prieto & González Sánchez, (2015) menciona que el uso de las nuevas tecnologías dentro del sector turístico

incentivará a la población a buscar información de los lugares turísticos que desean visitar mediante las herramientas tecnológicas.

Por tal razón, es importante preguntar ¿Existe variabilidad sobre el uso, la frecuencia, el gasto y el tipo de herramienta tecnológica usadas antes y después del confinamiento?

En la investigación realizada en la ciudad de servilla por (Fernández Alles & Cuadrado Marqués, 2014) manifiesta que el impacto de las nuevas tecnologías en el sector turístico ha generado un sin número de posibilidades para empresas y destinos turísticos en su propósito de otorgar una experiencia más enriquecedora a los turistas. Así el uso de las nuevas tecnologías se ha convertido en un elemento indispensable para que el turista pueda conocer cualquier sitio o destino turístico que desee visitar por medio de redes sociales o las herramientas tecnológicas.

Además de las consecuencias económicas se presentaron también efectos de estrés por la pandemia así lo demuestra el estudio aplicado a una muestra de la población de la república del Ecuador nombrado, Relación entre la edad y el estrés durante la pandemia en el Ecuador (Abarca et al., 2021), por lo que la conducta de los turistas ha cambiado en aumento de frecuencia de uso de las herramientas tecnológicas, lo que concierne al profesional de turismo en estar al tanto de los datos estadísticos de variabilidad en el uso de las herramientas tecnológicas para elaborar planes de reactivación turística.

## **5 Objetivos**

### **5.1 Objetivo General**

Analizar el uso de las herramientas tecnológicas del turista que visita la provincia de Pichincha en tiempos de pandemia.

### **5.2 Objetivos Específicos**

- Emplear la técnica de encuesta a los turistas que visitan la provincia para la recolección de información.
- Analizar los datos obtenidos para la comparación del uso de las herramientas tecnológicas de los turistas antes y después del confinamiento.

## 6 Actividades y sistema de tareas en relación a los objetivos planteados

*Tabla 5: Sistematización de tareas*

<b>Objetivo General:</b>							
<b>Analizar el uso de herramientas tecnológicas del turista que visita la provincia de Pichincha. En tiempos de pandemia.</b>							
<b>Objetivo</b>	<b>Actividades</b>	<b>Resultado esperado</b>	<b>Metodología</b>				
			<b>Tipo de investigación</b>	<b>Métodos</b>	<b>Técnicas</b>	<b>Instrumentos</b>	
Emplear la técnica de encuesta a los turistas que visitan la provincia para la recolección de información.	Revisión documental, para la caracterización de la variable de estudio. Identificar la población de estudio Calcular el tamaño de la muestra Preparar la encuesta para aplicar a los turistas. Seleccionar los atractivos turísticos con mayor jerarquía y frecuencia turística en la provincia de Pichincha. Elaboración y cumplimiento de un cronograma de salidas de Campo para	Datos cuantificables sobre las variables para el estudio de relación del antes y el después	Longitudinal Enfoque cuantitativo Alcance relacional comparativo	Trabajo de campo	Encuesta	Cuestionario	

---

	la aplicación de la encuesta en los atractivos seleccionados.					
Analizar los datos obtenidos para la comparación del uso de las herramientas tecnológicas de los turistas antes y después del confinamiento	Ingreso de datos obtenidos a una hoja de cálculo en Excel. Resumen estadístico mediante gráficas de Excel. Ingreso de los datos de la hoja de cálculo de Excel al programa SPSS. Aplicación de la prueba de hipótesis, de (Wilcoxon) Redactar los resultados de investigación.	Obtención de la variabilidad existente antes y después del confinamiento en el uso de las herramientas tecnológicas.	Longitudinal Enfoque Cuantitativo Alcance relacional comparativo	Análisis estadístico	Análisis estadístico o	Software estadístico SPSS Excel

---

## **7 Fundamentación científica técnica**

### **7.1 Definición de turismo**

El turismo es uno de las economías productivas de diferentes países, dentro de ellas hay interacciones como se describe en la siguiente definición:

(Morillo Moreno, 2021) afirma que existen algunos puntos de vista notables para analizar el turismo desde de la perspectiva del viajero (demanda turística) y de la comunidad receptora (oferta turística). Desde la primera perspectiva, el turismo es la tendencia natural del ser humano de trasladarse a un sitio diferente de aquel donde usualmente vive, para beneficiarse de las bondades de otros lugares, descansar, esparcirse, recrearse y escapar de la monotonía de su vida diaria. Desde la perspectiva de los pueblos, regiones o naciones, emisores y receptores, el turismo es un fenómeno socioeconómico que influye en el crecimiento cultural y en la riqueza de los pueblos, gracias al intercambio de conocimientos, culturas, credos, idiomas y otros.

La interacción entre la demanda y la oferta que se da en momento de realizar turismo es una de las características primordiales que se debe presentar.

Con el pasar del tiempo varias propuestas para definir el turismo se han presentado Actualmente existe una definición más claras y acertadas, esta definición lo propone la (OMT, 2012) organización que define al turismo como todas las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un período consecutivo inferior a un año con fines de ocio, de negocios y otros.

Según (Entorno Turístico, 2017) define al turismo como “el ejercicio de todas las actividades asociadas con el desplazamiento de personas hacia lugares distintos al de su residencia habitual; sin ánimo de radicarse permanentemente en ellos”

### **7.2 Tipos de turistas**

Entre los principales tipos de turistas tenemos a los turistas visitantes los cuales pueden ser interno, receptos o emisor y pernoctan en la localidad. Así también tenemos a los turistas



viajeros que se desplazan entre dos lugares geográficos distintos por cualquier motivo y duración y finalmente los visitantes los cuales viajan a un destino principal distinto al de su entorno habitual, por una duración inferior a un año, con cualquier finalidad (propósito) principal, que no sea la de ser empleado por una entidad residente en el país o lugar visitado. Puede ser turista si pernocta o visitante de día (EXCURSIONISTA) si no pernocta

### 7.3 Actividades turísticas

Las actividades turísticas se los puede relacionar con la oferta turística, misma que se divide en las siguientes:

- **Alojamiento:** bienes destinados a brindar el servicio de hospedaje este puede contar con alimentación o no, además de ello con servicios básicos complementarios
- **Servicios de alimentos y bebidas:** servicios que brindan productos gastronómicos pueden ser direccionado a la venta de alimentos como restaurantes.
- **Transportación:** se caracteriza por brindar el servicio de la movilización de pasajeros por cualquier vía (terrestre, aérea o acuática) que se realice directamente con turistas.
- **Operación:** La operación turística comprende las diversas formas de organización de viajes mediante los diferentes tipos de modalidades Se realizará a través de agencias operadoras que se definen como las empresas comerciales, constituidas por personas naturales o jurídicas, debidamente autorizadas, que se dediquen profesionalmente a la organización de actividades turísticas y a la prestación de servicios.
- **Intermediación:** Pueden ser ejercidas por las agencias de viajes internacionales, mayoristas y duales la característica principal es la dedicación a ejercer profesionalmente de actividades referidas a la prestación de servicios, directamente o como intermediarios entre los viajeros y proveedores de los servicios(Reglamento General a La Ley de Turismo, 2004).

- **Sistema Turístico**
- Está compuesto por 4 elementos esenciales los cuales son; demanda, oferta, espacio geográfico y operadores turísticos.
- **Demanda:** Es el grupo potencial de cliente turista que hará uso de cada uno de las instalaciones creadas con el fin de ser promocionadas para el uso del turista, y a la vez genere un aporte económico por ello.
- **Oferta:** Es el conjunto de servicios, actividades que tiene un destino y están a la disposición del turista y logran satisfacer sus necesidades y expectativas
- **Espacio geográfico:** lugar físico donde se presenta la interacción entre la oferta y la demanda, sirve para localizar el destino turístico, actúa como recurso y también como factor de atracción turística
- **Operadores turísticos:** empresas y organismos cuya función principal es facilitar la conexión entre la oferta y la demanda, entran en esta consideración las agencias de viajes y aquellos organismos públicos o privados que mediante su labor profesional ayudan a la ordenación y promoción del turismo. (UNID, s.f.)

#### 7.4 Tipologías de la demanda turística

**Demanda real:** Indica la cantidad de turistas que hay en un momento dado en un lugar dado, y la suma de bienes y servicios solicitados efectivamente por los consumidores en ese lugar durante el tiempo de su estadía.

**Demanda histórica:** Es el registro estadístico de las demandas reales ocurridas en el pasado, y el análisis de sus variaciones y tendencias para deducir el ritmo de su evolución.

**Demanda futura:** Es el resultado del cálculo que habrá que realizar, tomando como base las series cronológicas de la demanda histórica de un lugar.

Demanda potencial: Es la que podría obtenerse desde una plaza de mercado emisor no conquistada, hacia otra plaza de mercado receptor (un centro o un conjunto de centros turísticos), y también los incrementos adicionales que podrían conseguirse de la demanda futura (la que se origina en las plazas de mercado emisor tradicionales) como consecuencia del mejoramiento de los servicios. (p.30)

### 7.5 Formas de Turismo

Para la (Unwto, 2020) existen tres formas de turismo; interno, receptor y emisor mismas que al combinarse se presentan el turismo interior, nacional e internacional.

- **Turismo receptor:** son los no residentes procedentes de un país determinado
- **Turismo emisor:** son los viajes que realizan los residentes de un país hacia otros países
- **Turismo interno:** son los residentes visitando su propio país y de las combinaciones de las anteriores surgen:
- **Turismo Interior:** doméstico y receptivo; es el turismo de los visitantes, tanto residentes como no residentes en el territorio económico del país de referencia.
- **Turismo Nacional:** doméstico y emisor; abarca las actividades realizadas por los visitantes residentes dentro del país de residencia, como parte de sus viajes turísticos internos.
- **Turismo Internacional:** receptivo y emisor; as actividades realizadas por los visitantes residentes fuera del país de referencia y las actividades realizadas por los visitantes no residentes en el país de referencia(García & Lavalle, 2012).

### 7.6 Tipos de turistas

(Sagrasta, 2021)menciona 3 tipos de turistas: mochileros, familiares y premium.

Mochileros: En general, tiene un perfil joven y solitario, aunque también puede viajar en grupos de diferente tamaño. Por lo general, tiene en lo general poco dinero. Suele caracterizarse por ser un explorador autónomo, normalmente siente interés por el ocio nocturno

Familiares: Pertenece en lo general a la clase media'. Puede consumir variedad de servicios turísticos buscando la comodidad en los precios suelen estar acompañados de sus hijos y esposa.

Premium: Hace referencia a los turistas con mayor poder adquisitivo demanda servicios de valor más elevado e incluso llegaría a consumir de lujo Sus intereses pueden ser muy variados, aunque las compras y la gastronomía 'gourmet' suelen estar entre ellos. Se pueden mencionar en el segmento de turistas a los de negocios.

### **7.7 Clasificación del turismo en base a su duración**

Es muy importante debido a que existe una relación directa entre la permanencia y utilización de los servicios turísticos, es decir mientras la permanencia sea mayor, mayor será el consumo turístico realizado

Excursionistas. Son aquellos visitantes que permanecen menos de 24 horas, aunque estos no sean considerados turistas, deben ser considerados ya durante ese lapso consumen servicios y productos.

Turistas. son aquellos visitantes que pernoctan en el lugar o destino, en donde a su vez se clasifican en: Permanencia breve. Aquellos cuyos viajes o visitas duren de 1 a 3 pernoctas, esta actividad es practicada principalmente los fines de semana. Permanencia corta. Son las visitas que duran más de tres días y menos de catorce días en el destino, un gran rango de los turistas internacionales se halla en este rango. Permanencia mediana y larga. Son viajes cuya duración es superior a dos semanas e inferior a seis meses, en este grupo mientras mayor es la estadía menor es la utilización de servicios turísticos(Robleda Sanchez et al., n.d.)

### **7.8 Tipos de Turismo gastronómico**

“Visita primaria o secundaria a productores de alimentos, la participación en festivales gastronómicos y la búsqueda de restaurantes o lugares específicos donde la degustación de

alimentos y toda experiencia inherente es la razón principal para viajar” (Hall & Mitchell, 2002, como se citó en Calderón, 2017)

Además, según los autores Mitchell, Charters & Albrecht, (2018) el turismo gastronómico se clasifica en los amantes de la gastronomía que son las personas que tienen un grado alto de educación en temas gastronómicos, siendo la motivación principal de su viaje catar diferentes productos o platos típicos del lugar que visita, así como comprarlos y aprender in situ. Suelen viajar continuamente a lo largo del año visitando restaurantes de prestigio. Asimismo, tenemos a los entendidos en gastronomía los cuales no tienen, aunque no tienen un grado alto de educación en temas gastronómicos, conocen relativamente bien el mundo de la gastronomía. Suelen tener una formación universitaria y la motivación principal de su viaje es llevar a la práctica lo que han leído en diferentes revistas especializadas.

De la misma forma en este turismo encontramos a los interesados en la gastronomía los cuales se identifican por no tener una formación técnica en temas gastronómicos, pero les interesa este mundo. La motivación principal de su viaje es conocer algunos platos o productos típicos del lugar, aunque no con carácter exclusivo sino como complemento de otras actividades turísticas. Finalmente, en este tipo de turismo contamos con los iniciados en la gastronomía siendo ellos personas que por diferentes razones (como la publicidad de una ruta o el querer tener nuevas experiencias) se acercan a un restaurante, bodega, almazara, sin tener ningún tipo de conocimientos en este campo. La motivación principal del viaje es otra totalmente diferente a la gastronómica, pero aceptan, de forma secundaria, pasar unas horas dedicadas a la gastronomía.

## **7.9 Turismo de aventura**

Se caracteriza por realizar actividades recreativas y deportivas asociados a los desafíos que pueden presentarse en la naturaleza con el objetivo de experimentar sensaciones emocionantes extremas, renovación y la relajación del turista, se los realiza por fuera de su

residencia normal además presentan una alta descarga de adrenalina por lo tanto se lo puedo considerar como un turismo activo que surge de la unión entre deportes, turismo y naturaleza, los turistas que prefieren este tipo de turismo provienen de un tipo de segmento de mercado quien se encuentran en el grupo de personas entre los 18 y 35 años y su capacidad adquisitiva es media alta (Beltrán y Bravo, 2012, p. 105). Asimismo, según la investigación del Reglamento de operaciones turísticas de aventura, 2014, p. 3 el turismo de aventura de clasifica por modalidad en las cuales por tierra tenemos: Cabalgata, Canyoning, Cicloturismo, Escalada, Exploración de cuevas, Montañismo, Senderismo. Por agua, Buceo, Kayak de mar/lacustre, Kayak de río, Kite Surf, Rafting, Snorkel, Surf, Tubing. Por aire, Alas Delta, Canopy, Parapente.

### **7.9.1 Ecoturismo**

La asociación internacional de ecoturismo TIES que cuenta con el mayor número de socios más antigua define el ecoturismo como “viaje responsable a áreas naturales, donde se conserva el medio ambiente y se mejora el bienestar de la gente local”. Tiene como meta unir a las comunidades para la conservación y el turismo sustentable, lo que significa que aquellos que implementan y participan en las actividades de ecoturismo deberán adherirse a los siguientes principios minimizar impactos, construir conciencia y respeto por el medio ambiente y por las culturas locales, proveer experiencias positivas para, visitantes y locales, proveer beneficios financieros directamente para la conservación, proveer beneficios financieros y capacitación para locales, incrementar la sensibilidad en las comunidades locales acerca de su política, medio ambiente y clima social, apoyar a los derechos humanos internacionales y acuerdos laborales.

### **7.10 Turismo cultural**

Viaje turístico motivado por conocer, comprender y disfrutar el conjunto de rasgos y elementos distintivos, espirituales y materiales, intelectuales y afectivos que caracterizan a una sociedad o grupo social de un destino específico. (Sergio, 20105)

Los turistas con interés especial en la cultura, corresponden al segmento del Turismo Cultural, es decir, su tamaño y valor son directamente imputables a los valores culturales del país que motivan a los turistas a realizar un viaje. Lo cultural se puede expresar de dos maneras en patrimonio tangible o material (bienes muebles, inmuebles, documentales, arqueológicos) e intangible o inmaterial (patrimonio inmaterial); y cobra sentido gracias a la apropiación asumida por las colectividades. Esta riqueza patrimonial que acuna el país es incalculable. (Instructivo para fichas de registro e inventario Patrimonio Cultural Inmaterial, 2010)

### **7.11 Turismo rural**

La OMT entiendo el turismo rural como “un tipo de actividad turística en el que la experiencia del visitante está relacionada con un amplio espectro de productos vinculados por lo general con las actividades de naturaleza, la agricultura, las formas de vida y las culturas rurales, la pesca con caña y la visita a lugares de interés”. (OMT, 2019)

Las actividades de turismo rural se desarrollan en entornos con las siguientes características:

- Baja densidad demográfica
- Paisajes y ordenación territorial donde prevalecen la agricultura y la silvicultura
- Estructuras sociales y formas de vida tradicionales

El segmento más humano del Turismo Alternativo, pues oferta al turista la gran oportunidad de experimentar el encuentro con las diferentes formas de vivir de las comunidades que cohabitan en un ambiente rural y además lo sensibiliza sobre el respeto y valor de su identidad cultural.

Cabe mencionar además que cumple con los principios del desarrollo sustentable, pues tiene como objetivo aprovechar los recursos naturales actuales sin afectar las necesidades de las generaciones futuras. (Entorno turístico, 2017)

### **7.12 Turismo Comunitario**

Es una alternativa que se presenta antes las comunidades como un aporte económico que se suma a sus actividades generales como son las agropecuarias, utilizando básicamente sus recursos culturales y naturales, permite también la formación de guías turísticos, prestar sus servicios turísticos.

En la actualidad esta modalidad de turismo sigue en constante evolución, en diversos territorios ya que en parte los turistas que visitan un territorio son atraídos por la cultura única del destino que los crean el pueblo autóctono, el turismo comunitario encierra un enfoque más participativo con los pobladores y el turista de manera directa, así mismo por dicha participación se pueden apreciar diferentes beneficios como la reducción de la pobreza y la generación de fuentes de empleo. A ello se suma que este enfoque descentraliza la industria del turismo mediante la transferencia de la toma de decisiones a las comunidades, contribuyendo así al desarrollo de productos turísticos regionales, además de conducir al fortalecimiento de las comunidades locales, al tiempo que actúa como un estímulo para la producción de productos locales, como la gastronomía, entre otros. (Horne, 2012).

Es por ello que según (Codespa, 2012) lo define como un modelo de gestión turística basado en la propiedad y la autogestión de los recursos naturales y culturales de los pueblos originarios (indígenas, mestizos, afrodescendientes,) bajo un enfoque de compromiso social, respeto al medio ambiente y distribución equitativa de beneficios.



### **7.13 Turismo Religioso**

Modalidad de viaje motivada por la fe, la espiritualidad, la devoción o el interés por conocer el patrimonio de arte sacro que incluye todos los creados de interés turístico. (IFEMA, 2020)

### **7.14 Aportaciones del turismo**

La actividad turística brinda a los pueblos la posibilidad de salir de la pobreza y a obtener mejores condiciones de vida. El potencial que presenta el turismo promueve el crecimiento económico y la inversión a nivel local, lo cual a su vez percibe como diferentes oportunidades de empleo, distribución de rentas y en impulso de otras actividades como la agricultura, pesca y artesanía en las localidades receptoras. De esta forma la mencionada actividad incide en la generación del producto interno bruto, y demás indicadores macroeconómicos de muchos países. A nivel internacional (Morillo, 2011)

Según la (OMT, 2008), el turismo representa el 35% de las exportaciones mundiales y más del 70% en los países menos adelantados.

Se cita también lo descrito por la (UNWTO, 2020), en la mayoría de los destinos, el turismo interno genera mayores ingresos que el turismo internacional. En los países de la OCDE, el turismo interno representa el 75% del gasto turístico total, mientras que en la Unión Europea el gasto del turismo interno es 1,8 veces superior al gasto del turismo entrante.

### **7.15 Grupo etario**

Cuando se desarrollan proyectos de investigación científica en poblaciones, muchas veces es necesario agruparlas por la edad.

Los sectores etarios están determinados por la edad y la pertenencia a una etapa específica del ciclo vital humano. La clasificación por sectores etarios es la más incluyente de todas en la medida en que todos nacemos, crecemos y envejecemos de manera similar. Del mismo modo, quienes pasan por momentos similares de la vida comparten valores, códigos,

símbolos, actividades, prácticas y procesos que determinan sus aportes a la sociedad. (secretaría de cultura, recreación y deporte, 2013).

### **7.16 Variable Sociodemográficas**

Son el conjunto de características biológicas socioeconómico culturales que están en la población sujeta a estudio tomando aquellas que puedan ser medibles (Rabines, 2017, p. 4). Esta variable posee factores asignadas a la edad, sexo, educación, ingresos, estado civil, trabajo, religión, tasa de natalidad, tasa de mortalidad, tamaño de la familia. A continuación, se hace un desarrollo de algunas que se han mencionado según Martínez, Parco, Yalli, 2018, p. 14.

El sexo y el estado civil del cuidador: Así como la convivencia son factores que también influyen en la determinación de la persona a cargo del cuidado, de la misma forma la edad joven del cuidador ha aparecido como un predictor de mayores niveles de carga, tomando en cuenta el género siendo esto la sobrecarga también se ve modulada en función del sexo del cuidador. La ocupación que es si el cuidador es un trabajador dependiente o independiente. Su grado de instrucción donde se toma como referencia el grado más elevado de estudios realizados o en curso. Y finalmente, su estado civil la cual es la condición del individuo según el registro civil, donde se identifica si tiene pareja o no.

### **7.17 Motivación de viaje**

Se debe considerar la perspectiva del turista, en la motivación para realizar el desplazamiento La OMT hace una clasificación de las motivaciones turísticas muy discutible.

- a) Motivos personales los cuales son las vacaciones, recreo u ocio, las visitas familiares o amigas, educación y formación, salud y atención medica entre otros motivos personales.
- b) Negocios y motivos profesionales.

### **7.18 Organización de viaje**

Comprende una descripción del propósito del viaje, las actividades realizadas en el destino, la duración de la estancia, ruta turística, la compañía de viaje, tipo de hospedaje, tipo

de transporte utilizado para llegar al destino y en el destino, visitas anteriores al destino, entre otros

### **7.19 Comportamiento de viaje**

El comportamiento del consumidor en el turismo se refiere al conjunto de actividades que lleva a cabo una persona desde que experimenta la necesidad de viajar hasta el momento en que efectúa la compra y utiliza los distintos servicios turísticos.

Se analiza su conducta frente a un producto o servicio turístico en base a factores que, según Andrade, (2016, p. 22) menciona en los cuales tenemos el tipo de alojamiento en el cual el turista tiene diversas opciones a la hora de escoger el tipo de alojamiento entre: alojamiento hotelero y extra hotelero. De la misma forma tenemos el tipo de transporte el mismo que es el principal medio que utiliza el turista para desplazarse dentro del destino. Así también se cuenta con los medios de información los cuales dan a conocer la existencia del destino por medio de las herramientas tecnológicas o periódicos de la localidad y Finalmente contamos con la recurrencia, misma que determina el número de visitas que realiza el turista al mismo destino.

### **7.20 Gasto turístico**

Definido por la OMT El gasto turístico hace referencia a la suma pagada por la adquisición de bienes y servicios y de objetos valiosos, para uso propio o para regalar, antes y durante los viajes turísticos. Hace referencia al dinero que el turista deja a los propietarios de los servicios consumidos en los días de estadía en el destino.

### **7.21 Herramientas tecnológicas**

#### **7.21.1 Fotos, imágenes, videos online**

Según el artículo desarrollado por Haz López, (2016) menciona que estas herramientas son sitios web que permiten almacenar, buscar, compartir fotografías, videos y material de multimedia por medio de comunidades de usuarios presentes en la red. Aun cuando no son exclusivas para el turismo a través de estos medios son compartidos millones de contenidos

todos los días relacionados con viajes, destinos, alimentos, etc. Entre las principales herramientas tecnológicas tenemos YouTube, Flickr, Instagram, Pinterest, Snapchat.

#### **7.21.2 Mensajería (online - offline)**

Como lo hace notar (Haz López, 2016) mencionando que las herramientas tecnológicas de mensajería son plataformas que permiten interactuar de forma sincrónica y asincrónica con usuarios de distintas partes del mundo. Las más importantes son Facebook, Messenger Business, Google, Hangouts y Email.

#### **7.21.3 Meta buscadores en turismo**

Según el artículo científico desarrollado por Suarez Pinzón, (2020) en el cual menciona que los meta buscadores en turismo con son motores de búsquedas de información de lugares turísticos para obtener información inmediata. Las mismas que permiten el acceso a hoteles, restaurantes y aerolíneas ahorrándole al consumidor tiempo y dinero. Entre ella tenemos el Kayak, Expedia, Trivago, Priceline, Tripadvisor, Despegar y Lastminute.

#### **7.21.4 Redes sociales**

Como se menciona en el blog realizado por Euroinnova las redes sociales son plataformas digitales que permiten compartir el contenido y la información con todos los usuarios suscritos a ella. Asimismo, permite conocer sus opiniones y recomendación de sitios turísticos. Mencionando las más utilizadas a nivel nacional son Facebook, Google, Instagram, WhatsApp, Pinterest y Twitter.

#### **7.21.5 Sistemas de distribución Global**

Citando la investigación realizada por (Berné Manero et al., 2011) donde menciona que los sistemas de distribución global son bases de datos que almacenan gran cantidad de información actualizada acerca de los hoteles, agencias de viajes y consorcios en todo el mundo, la misma que permite tener acceso a la información de forma inmediata. A continuación, se

menciona las más importantes como son Galileo, Trip, Worldspan, Sabre, Travelocity y Amadeus.

#### **7.21.6 Sistema de posicionamiento Global**

Teniendo en cuenta a (Pozo-Ruz et al., 2000) los sistemas de posicionamiento global son aplicaciones que permiten obtener la ubicación de un vehículo, persona en cualquier parte del mundo por medio de la geolocalización las mismas que permite a los turistas encontrar hoteles, restaurantes o lugares para realizar turismo dependiendo de su ubicación. Entre ellas tenemos Google Maps, Waze, Foursquare, Sistema Satelital.

#### **7.21.7 Wikis**

De acuerdo con (Martínez Fierro et al., n.d.) las wikis son sitios web colaborativos que pueden ser actualizados por varios usuarios; en los cuales se puede crear, editar o borrar el contenido de una página. Las mismas que ofrecen información variada sobre el turismo. Estas son Wikipedia, Wikitravel, Wiki HostelTur y WikiEOI.

### **7.22 Herramientas de recolección de datos**

#### **7.22.1 Software SPSS 25**

Según IBM, SPSS es un software estadístico que permite analizar y extraer los datos más relevantes de una investigación aprovechando al máximo la información recolectada, garantizando al investigador una alta precisión y una toma de decisiones de cálida. El software cuenta con todas las fases del análisis de la información desde la preparación y gestión de los datos hasta el análisis y presentación de informes, así también proporciona métodos automatizados que ayuda identificar anomalías y transformaciones estadísticas para abordar los valores atípicos, muestra los resultados en tablas para una mejor comprensión de la investigación.

### **7.22.2 Pruebas de Normalidad (Kolmogorov Smirnov)**

Según García Bellido et al., (2010) en su artículo menciona que la prueba de Kolmogorov-Smirnov es un procedimiento de bondad de ajuste que ayuda a medir el grado de concordancia existente entre los datos de la investigación y la distribución teórica, donde su objetivo principal es identificar si la información obtenida proviene de una población escogida para la investigación. Asimismo, IBM, (2021) menciona que la Z de Kolmogorov-Smirnov se calcula partiendo del valor mayor obtenido en la investigación entre las funciones de distribución acumuladas teóricas y observada.

### **7.22.3 Prueba de hipótesis de Wilcoxon**

La prueba de Wilcoxon se realiza mediante el ordenamiento de los valores en grupos de mayor a menor, asignando un rango a cada uno de ellos, seguido de ello se suma los rangos de cada grupo obteniendo los datos estadísticos de contraste. Esta forma es contrastada de manera bilateral, donde la probabilidad del resultado de la primera muestra sea mayor al según o viceversa, como también lo valores no sean mayores a los valores de la otra muestra, cuando esto ocurre el contraste se realiza entre las medianas, caso contrario es realizado por la totalidad de las probabilidades de cada grupo (Ortega Páez E et al., 2021)

### **7.22.4 Correlaciones (Correlación de Spearman)**

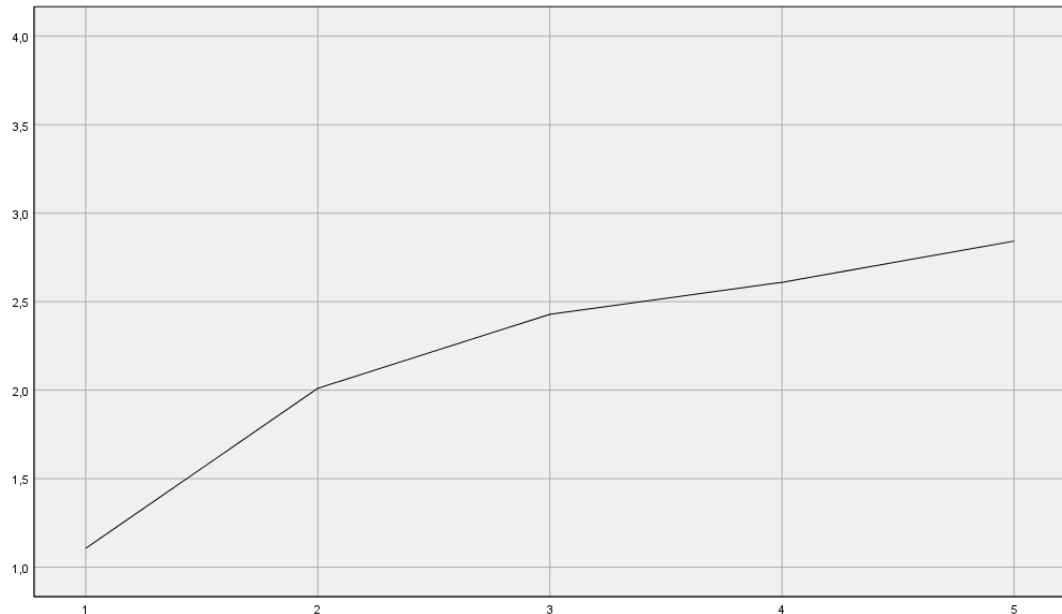
Como lo hace notar Barreto R, (2011) en su investigación donde menciona que la Correlación de Spearman es una medida no paramétrica de correlación de rango la cual es utilizada con el objetivo de analizar los datos obtenidos de una investigación, esta correlación mide la fuerza y la dirección de la asociación entre las dos variables seleccionadas.

### **7.22.5 Gráficos de dispersión e interpolación**

La grafica de dispersión e interpolación permite describir el comportamiento de las variables que se utilizan en el análisis de la recolección de los datos, estos resultados son representados en este diagrama por medio de una nube de puntos y líneas de interpolación que

conectan los valores de los datos entre sí, mostrando así los resultados obtenidos de las variables de estudio de manera grafica.

**Figura 1.** Gráfica de dispersión e interpolación



## 8 Preguntas científicas de la investigación

**¿Existe diferencia significativa entre la misma variable antes y después del confinamiento?**

Si existe diferencia significativa ya que producto de la pandemia la conducta de los turista en el tema del uso de las herramientas tecnológicas para buscar servicios o lugares turísticos a donde dirigirse han cambiado, ya que basado en los resultado antes del confinamiento los turistas acudían a las redes sociales solo con motivo de interacción con otras personas o por ocio, después del confinamiento, esto ha cambiado significativamente y en la actualidad buscan información sobre qué productos oferta el atractivo, ya que por medio de las herramientas es más fácil y ágil.

## **9 Metodología**

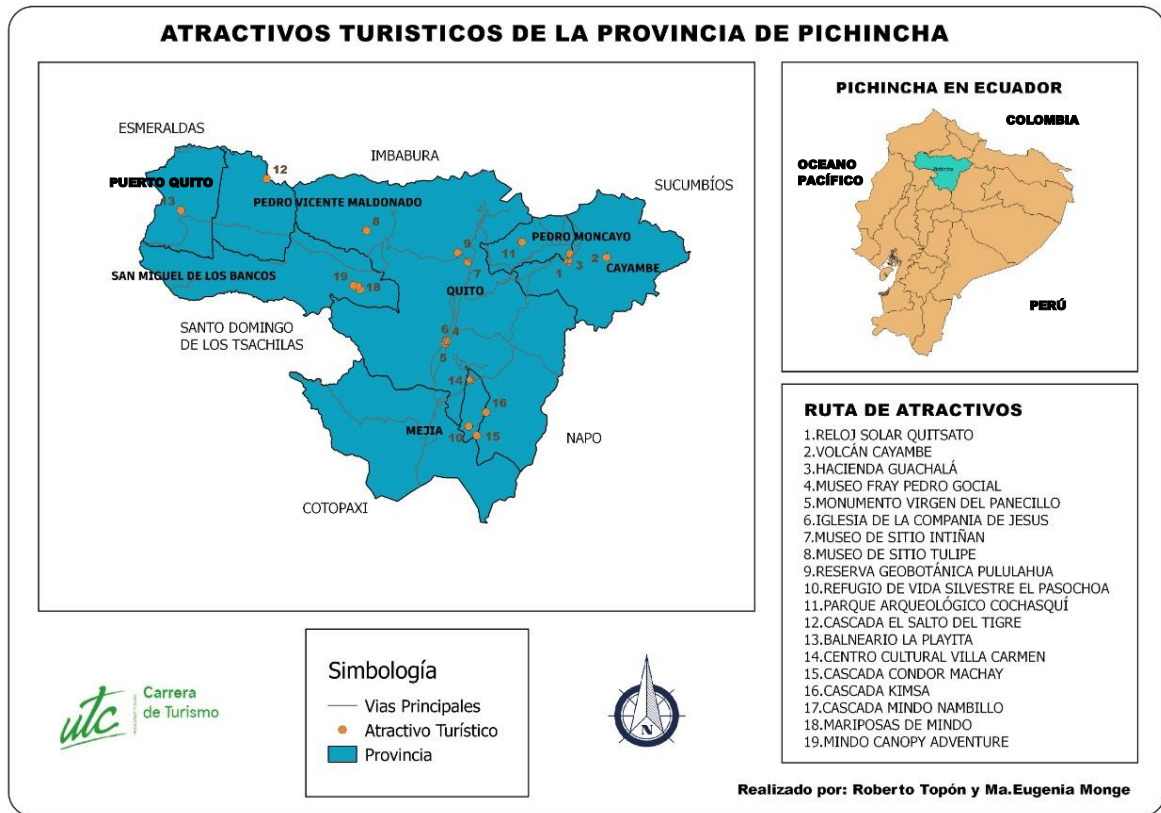
### **9.1 Descripción del área de estudio**

Tomando en cuenta la información de la enciclopedia del Ecuador desarrollada por Avilés Pino en la cual manifestó que la provincia de Pichincha es una de las 24 provincias del Ecuador la misma que se encuentra ubicada en la región sierra, fue creada el 25 de junio de 1824 por el Gral. Francisco de Paula Santander, la misma que tiene 8 cantones como son Cayambe, Mejía (Machachi), Pedro Moncayo (Tabacundo), Pedro Vicente Maldonado, Puerto Quito, Rumiñahui (Sangolquí), San Miguel de los Bancos y Quito siendo este cantón su capital, sus límites territoriales son al norte las provincias de Imbabura y Sucumbíos; al sur la provincia de Cotopaxi; al este la provincia de Napo y al oeste la provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas y al noroeste la provincia de Esmeraldas.

A continuación, se muestra un mapa político de la provincia de Pichincha, en el cual se identifica la ruta de los atractivos turísticos donde se aplicó las encuestas para la investigación de campo, estos sitios se eligieron del inventario de atractivos turísticos del MINTUR el cual está basado en la metodología por jerarquización de atractivos turísticos en los cuales se aplicó la encuesta para recolectar la información la misma que permitió realizar el análisis de las variables de interés para la presente investigación.



**Figura 2:** Atractivos turísticos donde se aplicó las encuestas para la recolección de datos



## 9.2 Proceso metodológico de la investigación

La investigación que se realizó fue longitudinal con un enfoque cuantitativo de alcance relacional comparativo, que tuvo como objetivo general comparar el uso de herramientas tecnológicas antes y después de la COVID-19, a través de la estadística inferencial para la observación del comportamiento de los turistas, el cual permitió obtener datos reales del impacto que se generó en el uso de las herramientas tecnológicas del turista que visitó cada cantón de la provincia de Pichincha.

A continuación, se explica la metodología empleada en la investigación por objetivos para una mejor comprensión

## **Objetivo 1: Aplicar la técnica de encuesta a los turistas que visitan la provincia de Pichincha.**

Para cumplir el objetivo se realizaron las siguientes actividades:

Se trabajó con la técnica de revisión bibliográfica a través de la internet, páginas web, bibliotecas virtuales, plan de desarrollo y ordenamiento territorial de la provincia de Pichincha, pdfs, repositorios de tesis, informes, artículos de revistas, obteniendo así una base de datos teóricos para la investigación.

### **9.3 Población**

Para identificar la muestra que se aplicó a la investigación se identificó la población para el estudio siendo en este caso una población infinita debido a que no se tiene un registro actualizado de los turistas que visitan la provincia.

### **9.4 Muestra**

La muestra que se utilizó para aplicar las encuestas a los turistas que visitan para provincia de Pichincha fue de 385 turistas, donde se recolecto toda la información necesaria para sustentar la presente investigación.

En el siguiente cálculo matemático y con la formula encontrada en el artículo de revista académica titulada; Fórmulas para el cálculo de la muestra en investigaciones de salud de (Aguilar-Barojas, 2005):

$$n = \frac{Z^2 * Pq}{e^2}$$

n =Tamaño de muestra buscado

Z =Parámetro estadístico que depende el NC

e = Error de estimación máximo aceptado

p=Probabilidad de que ocurra el evento que se está estudiando (éxito)

q = (1-p) = probabilidad de que no ocurra el evento (fracaso)

$$n = \frac{Z^2 * Pq}{e^2} = \frac{(1.96)^2 \times 0.5 \times 0.5}{(0.05)^2} = \frac{3.8416 \times 0.25}{0.0025} = \frac{0.9604}{0.0025} = 384.16 = 385 \text{ personas}$$

Se aplicó la técnica de la encuesta a 386 turistas a través del instrumento de recolección de datos otorgado por el Lic. Manuel Abarca, instrumento perteneciente al proyecto de investigación formativa de la carrera de turismo titulado “Incidencia de los tics en el turismo como consecuencia de la pandemia”, además la aplicación de la misma fue a través de las visitas in situ a los sitios turísticos seleccionados del inventario de atractivos turísticos del MINTUR, con la finalidad de encuestar a los visitantes que se encontraban realizando sus actividades en aquellos atractivos turísticos.

Se seleccionó 19 atractivos turísticos de 8 cantones de la provincia de Pichincha, la selección se realizó con base en la guía metodológica de jerarquización de atractivos turísticos del MINTUR y frecuencia de visita en los atractivos turísticos utilizando los atractivos de categoría III y II.

Para la aplicación de las encuestas in situ, se trabajó con base en un cronograma de salidas de campo que a continuación se presenta en la siguiente tabla:

**Tabla 6:** Cronograma de salidas

<b>Cronograma de salidas al atractivo</b>				
<b>Atractivos turísticos</b>	<b>Tiempo de visita</b>	<b>Fecha de visita</b>	<b>Estrategias</b>	<b>Observaciones # Encuestas</b>
Reloj Solar Quitsato Volcán Cayambe Hacienda Guachalá	Todo el día	4 de junio	Encuestas físicas	Peticiones de certificados avalados por la universidad 25 encuestas realizadas

Museo Fray Pedro Gocial Monumento a la Virgen del Panecillo Iglesia de la Compañía de Jesús	Dos días	11 y 12 de junio	Encuestas físicas	35 encuestas realizadas
Refugio de vida silvestre Pasochoa Centro cultural Villa Carmen Cascada Condor Machay Cascada Kimsa	Dos días	2 y 3 de julio	Realización de encuesta mediante código QR	60 encuestas realizadas
Museo de sitio Intiñan Reserva geobotánica de Pululahua Parque arqueológico Cochasqui	Todo el día	7 de julio	Realización de encuesta mediante código QR	60 encuestas realizadas
Cascada Mindo Nambillo Mariposario de Mindo Mindo Canopy Adventure	Todo el día	14 de julio	Realización de encuesta mediante código QR	60 encuestas realizadas
Museo de sitio Tulipe	Todo el día	21 de julio	Realización de encuesta mediante código QR	50 encuestas realizadas
Cascada salto del Tigre	Todo el día	30 de julio	Realización de encuesta mediante código QR	50 encuestas realizadas
Balneario La Playita	Todo el día	4 de agosto	Realización de encuesta mediante código QR	46 encuestas realizadas

Las visitas que se realizó para la realización de las encuestas se las dividió en grupos para así tener 8 salidas de la cuales se hizo encuestas tanto físicas y otras por medio del código QR a los turistas que se encontraron visitando los atractivos turísticos de la provincia de Pichincha, los cuales fueron nacionales con diferentes ocupaciones, edades y la mayoría asistía en grupos familiares.

Los días que se realizó las salidas fueron los fines de semana donde existe mayor afluencia de turistas y en otras ocasiones se hizo los días jueves para optimizar el tiempo y así finalizar la recolección de información.

No fue factible realizar las encuestas en algunos sitios que visitó por razón de no contar con un certificado de la universidad donde especifique la actividad que se estuvo realizando y también la falta de una credencial de apoyo, en otras ocasiones la falta de interés por parte de los visitantes dificultaba el darles la encuesta para que lo llenen físicamente por lo cual, se optó que desde sus teléfonos móviles copien un código QR donde ellos puedan llenar la encuesta sin interrumpir su visita.



En pocas ocasiones los turistas ayudaron a llenar las encuestas físicas las cuales luego se las subió al sistema forms para realizar la tabulación de resultados.




## **9.5 Caracterización de los atractivos turísticos**

Para la identificación de los atractivos turísticos de la provincia de Pichincha y su posterior selección se aplicó el inventario del Ministerio de turismo, donde se escogió por medio de la metodología de jerarquización de atractivos y generación de espacios turísticos en Ecuador. Donde los principales atractivos con mayor afluencia de turistas que sirvieron para aplicar la técnica de recolección de datos fueron:




**Tabla 7.** Atractivos turísticos elegidos según el MINTUR



Lugar	Ubicaciones	Descripción	Categoría y fotografía
Reloj Solar Quitsato	Cayambe	Es un sitio cultural – turístico ubicado en la mitad del mundo a 47km al Norte de Quito, fue construido en el año 2006 e inaugurado en el año 2007 como un proyecto para la localidad sin fines de lucro con un área de 2300 metros.	Categoría III 
	Cayambe	Es un volcán en la Cordillera Central del norte de Ecuador. Es la tercera elevación más importante del país solo por detrás del Cotopaxi y el Chimborazo. Es la cumbre más alta en los Andes al norte de la línea ecuatorial	Categoría II 
Hacienda Guachalá	Cayambe	Es conocida como la hacienda más antigua de Ecuador, al igual que la más importante del país hasta mediados del S. XX. Sus construcciones más antiguas datan de 1580 y en su apogeo llegó a tener más de 12000 hectáreas.	Categoría III 
	Distrito Metropolitano de Quito	Es un museo ubicado en el Distrito Metropolitano de Quito en el cual se exhibe una de las colecciones más bellas y complejas del arte Quiteño de los siglos XVI, XVII y XVIII.	Categoría III 

<b>Monumento Virgen del Panecillo</b>	Distrito Metropolitano de Quito	Es una elevación natural de 3000 metros sobre el nivel del mar, su nombre fue dado por el parecido de un pequeño pan el mismo que se encuentra ubicado en el corazón de Quito, siendo uno de los más visitados de la zona urbana.	Categoría III 
<b>Iglesia de la Compañía de Jesús</b>	Distrito Metropolitano de Quito	Es un complejo clerical católico que está ubicado en la esquina formada por las calles García Moreno y Sucre, tiene una arquitectura barroca en España y fue fundada en el año de 1765	Categoría III 
<b>Museo de Sitio Intiñan</b>	Distrito Metropolitano de Quito	El museo solar Intiñan se encuentra ubicado en la ciudad de Quito a 200 metros de la ciudad mitad del mundo, el cual fue construido en el año de 1989 alrededor de chozas centenarias con la finalidad de rescatar la cultura de los pueblos indígenas.	Categoría III 
<b>Museo de Sitio Tulipe</b>	Distrito Metropolitano de Quito	Es un museo ubicado en la parroquia de Nanegalito, Km 60 de la vía Calacalí en el cual existe evidencia de la cultura Inca como estructuras hundidas con muros de piedra donde se realizaba ritos de purificación como también son exhibidos objetos	Categoría III 

		arqueológicos de las culturas que habitaban la localidad.	
<b>Reserva Geobotánica Pululahua</b>	Distrito Metropolitano de Quito	Es un volcán apagado, pero activo ubicada en la parroquia de Calacalí a 25 km de Quito, fue declarada Parque Nacional el 8 de enero de 1966, con una extensión de 3.383 hectáreas conformadas por zonas de bosque húmedo y bosque seco, teniendo zonas frías, templadas y subtropicales	Categoría III 
	Mejía	Es un área natural ubicado en el canto Mejía en las falsas interandinas del volcán del mismo nombre a 45 km al sudeste de Quito fue creado en el año de 1986, el cual protege una parte del bosque único del callejón interandino el mismo que gracias a su difícil acceso no ha sido explotado, se puede realizar actividades de escalar el rocoso volcán o caminar por los senderos y pasar la noche en la zona de acampada.	Categoría III 
<b>Parque Arqueológico Cochasquí</b>	Pedro Moncayo	Es un parque arqueológico que contiene las evidencias más importantes de la civilización pre-inca de la provincia de Pichincha con una extensión de 83,9 hectáreas, el cual cuenta con	Categoría III 



		15 pirámides, 21 montículos funerarios y cuatro museos	
<b>Cascada el Salto del Tigre</b>	Pedro Vicente Maldonado	Es una cascada ubicada en la parroquia de Calacali ubicada a 26 km de la ciudad Pedro Vicente Maldonado de Quito, se puede visualizar desde el río de Guayllabamba su flora y fauna es el atractivo principal por el cual es visitada por turistas extranjeros y nacionales.	Categoría II 
<b>Balneario la Playita</b>	Puerto Quito	Es el principal balneario ubicado en Puerto Quito en el barrio 13 de julio, donde se recibe turistas nacionales e internacionales el mismo que es visitado por su extensa flora y fauna como también por su tranquilidad y la seguridad que brindan en la localidad.	Categoría II 
<b>Centro Cultural Villa Carmen</b>	Rumiñahui	Es un centro cultural ubicado en Sangolquí, cantón Rumiñahui a 50m del parque central Juan de Salina, fue elaborada a inicios del siglo XX, teniendo una arquitectura colonia que es el atractivo principal.	Categoría III 
<b>Cascada Cóndor Machay</b>	Rumiñahui	Está ubicada a 15,5km Sangolquí, en la ruta de acceso se puede observar los volcanes cercanos de la zona, cascadas pequeñas, cóndores, nace en el	Categoría II

	<p>Parque Nacional Cotopaxi tiene una altura de 80 metros a la cascada se puede acceder únicamente caminado por los senderos que son mantenidos por la comunidad cercana al lugar.</p>	
<p style="writing-mode: vertical-rl; transform: rotate(180deg);"><b>Cascada Kimsa</b></p>	<p>Rumiñahui Son 3 cascadas en 1 está ubicada a 15 km de Sangolquí en el Reserva Ecológica Molinuco con una altura aproximada de 60 metros, en la cual se puede realizar cabalgatas, senderismo, pesca deportiva, 4x4, canoping y recreación en el río, asimismo en la localidad se ofrece una gran cantidad gastronómica para ofrecer a los visitantes.</p>	<p style="text-align: center;">Categoría II</p> 
	<p>San Miguel de los Bancos</p>	<p>Es una cascada ubicada en Mindo cerca de la Cascada Ondinas y de la Cascada Guarumos, es un balneario natural que es utilizado practicar deportes como rafting, nado, excursión y picnic donde el turista puede distraerse y divertirse como también se puede aves exóticas de la localidad como puma, osos, gallos de la peña, aves sol, yumbo tucán choco entre otros.</p>
<p style="writing-mode: vertical-rl; transform: rotate(180deg);"><b>Mariposas de Mindo</b></p>	<p>San Miguel de los Bancos Es un Mariposario ubicado a 2km de Mindo en el sector la Yaguira Baja, en el cual se puede observar más de 1000 mariposas de varios</p>	<p style="text-align: center;">Categoría III</p>

colores, cuenta con torres de bambú y pambil los mismo que son utilizados para observar la naturaleza desde las alturas, tiene un restaurante que ofrece comida típica de la región y se cuenta con una variedad de artesanías que pueden ser adquiridas por los visitantes.



San Miguel de los Bancos

Es un lugar turístico ubicado a 1 hora y media de Quito con una extensión de 3500 metros el cual está compuesto por vuelos en cables entre 80 y 400 m que puede ser disfrutado por niños y adultos como también caminatas entre los puntos de llegada y partida, asimismo en sus trayectos se puede observar la más diversa flora y fauna de la sierra ecuatoriana.

Categoría III



## **Objetivo 2: Analizar los datos obtenidos para la comparación del uso de las herramientas tecnológicas de los turistas antes y después de la Covid-19 en la provincia de Pichincha.**

Una vez que se aplicó la técnica de la encuesta, para cumplir el objetivo 2 se ingresó los datos recolectados en las encuestas realizada a los 386 turistas al programa Excel con apoyo en línea para que las encuestas realizada con el código QR sean tabuladas de forma más fácil, todas las preguntas se exportaron del archivo en línea al programa convencional, en el cual se realizó el resumen estadístico mediante gráficas como se lo puede observar en el apartado 10 análisis

de resultados, donde se realizó las gráficas con la información obtenida, además se analizó cada gráfica y se redactó la interpretación respectiva.

También se ingresó al programa SPSS y se realizó el análisis cada tabla comparativa de variables mediante el análisis estadístico de rango de Wilcoxon, y como resultado de significancia dio un valor de 0.00 que es menor con respecto a 0.05 que es el valor máximo de error permitido por lo tanto se dio por aprobada la hipótesis alterna, existiendo una diferencia significativa entre el antes y el después de la variable

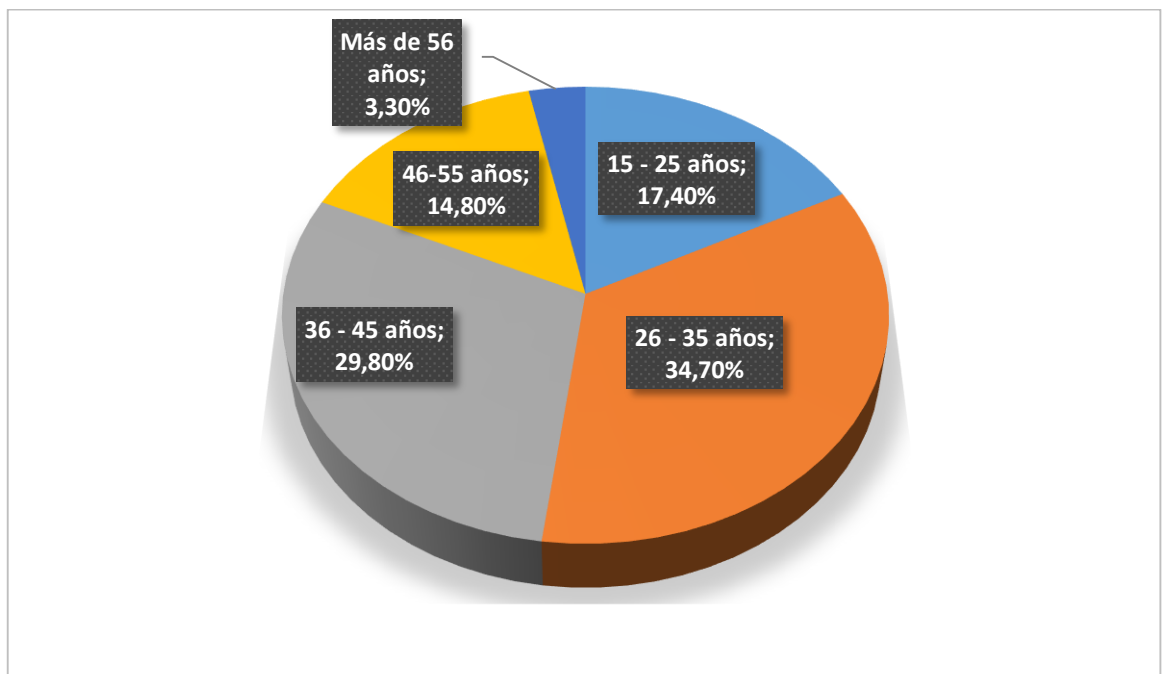
## 10 Análisis de Resultados de la encuesta

A continuación, se presenta los resultados de las encuestas realizadas a los 386 turistas siendo el 100%. En primer lugar, se explica las preguntas de contexto las cuales son datos generales de los turistas como; la edad, género, nacionalidad, datos demográficos y socioeconómicos, posteriormente se explica las preguntas las cuales tienen como fin conocer el motivo que tiene el turista para usar las herramientas, después se presenta los resultados por variable de estudio el cual se muestra los porcentajes y la interpretación que se obtuvo por la aplicación de la encuesta inclinado a saber con qué frecuencia, el gasto y el tipo de herramienta que utilizó el turista. Al final el análisis comparativo entre la misma variable para interpretar la diferencia significativa.

### 10.1 Encuesta dirigida a los turistas que visitan la provincia de Pichincha

#### 10.1.1 Preguntas de contexto

##### 1. Edad

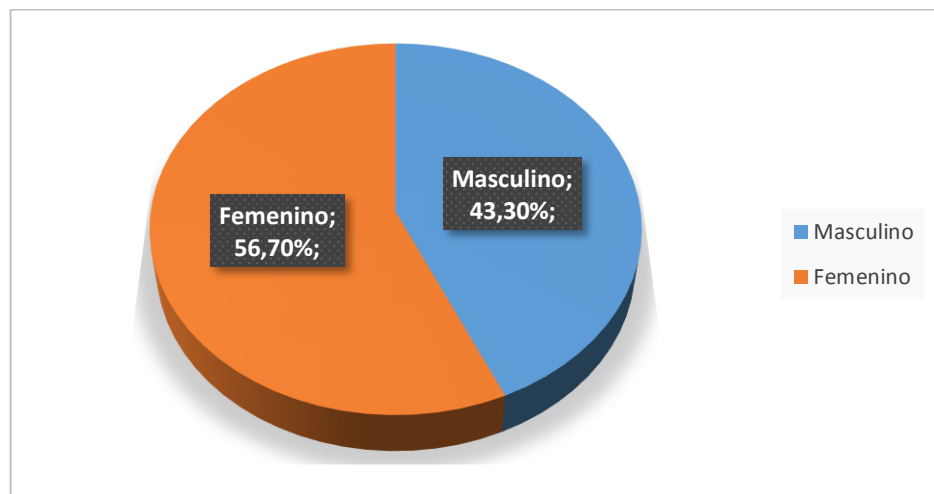


#### Interpretación de resultados

Según los datos obtenidos mediante la encuesta aplicada a los turistas que visitan la localidad se evidencio que el 34.70% de turistas tiene entre 26 a 35 años siendo este la cantidad

más alta observando que la mayoría de turistas son jóvenes los cuales llegan en grupos de amigos o en parejas, mientras que el 29.8% tienen entre 36 a 45 años, a diferencia de los turistas de entre 15 a 25 años los cuales representan el 17.4% lo cual se puede concluir que ellos son los grupos que vienen acompañados de sus familias y amigos, además el 14.8% representa a las personas que se encuentran entre 46-55 años los cuales visitan la localidad por relajación o visitar los atractivos turísticos en familia, así también se evidencio que 3.3% representan a las personas jubiladas que superan los 56 años los cuales viajan por relajación, salud o distracción.

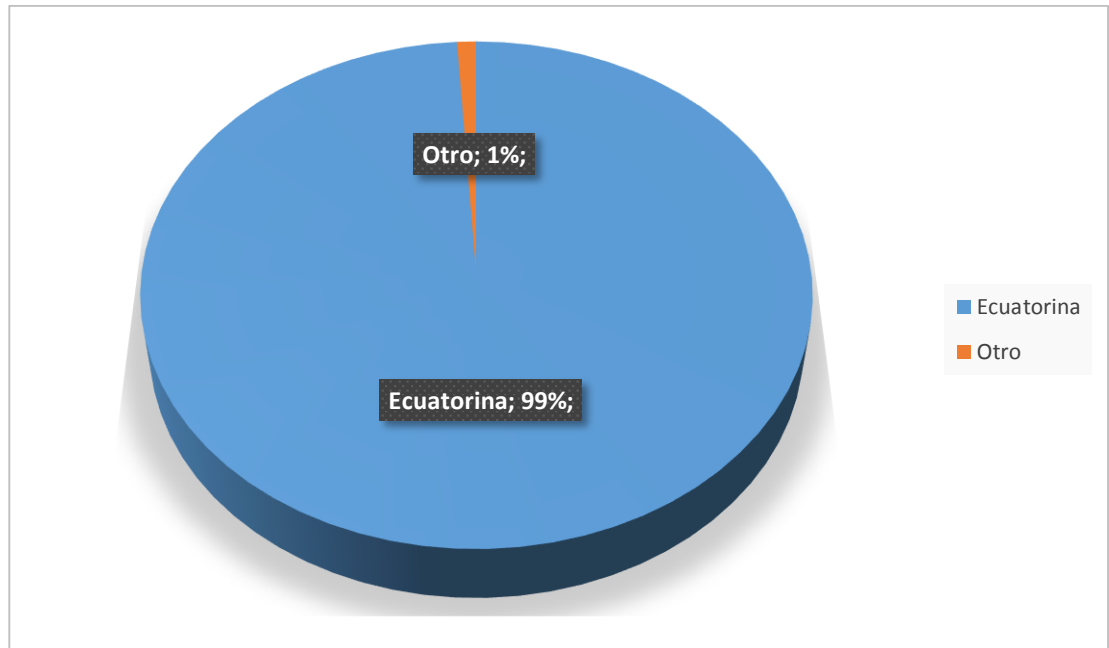
## 2. Genero



### **Interpretación de resultados**

Según los datos recolectado de la encuesta aplicada a los turistas locales y extranjeros de localidad de Pichincha se observó que la mayoría de turistas son de género femenino representado por el 56.7% mientras tanto el 43.3% representan al género masculino los mismo que vistan los atractivos turísticos por salud, relajación o bienestar

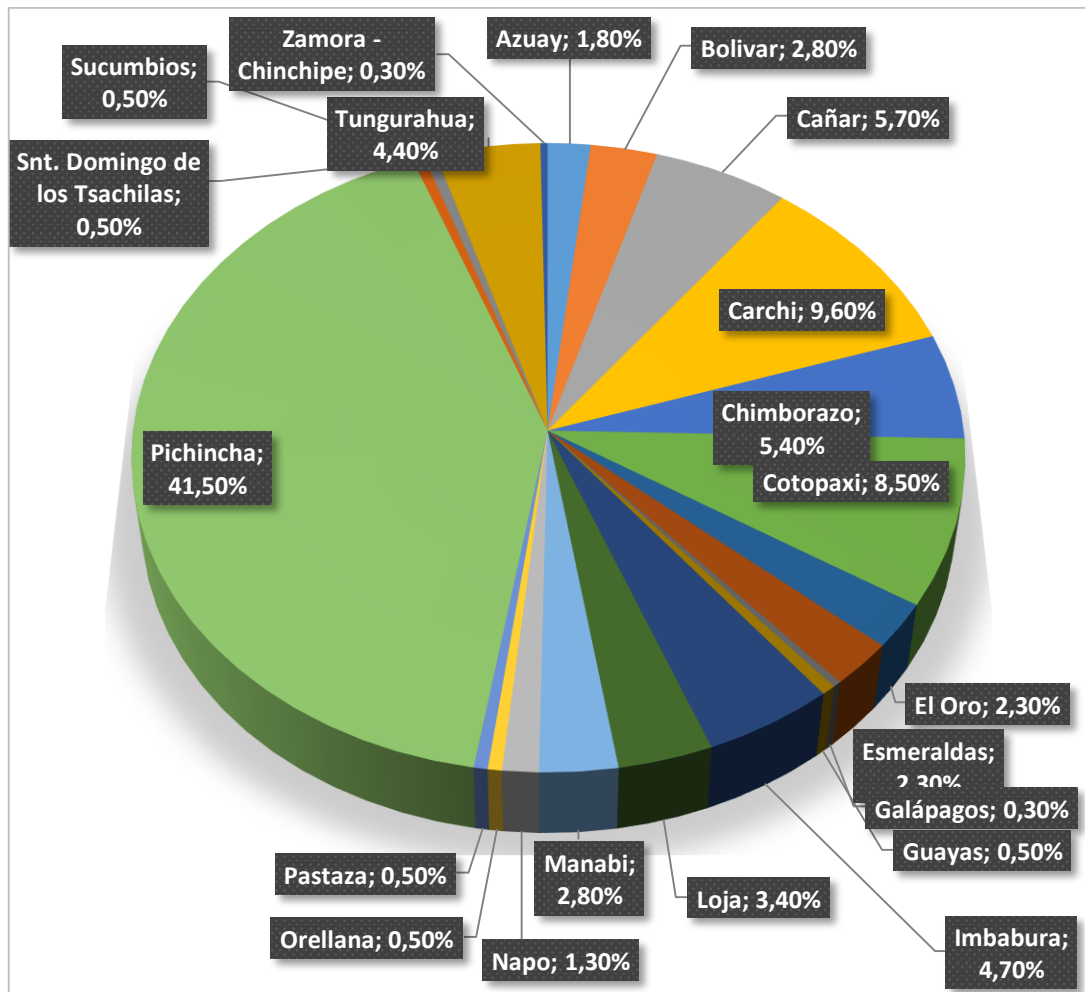
### 3. Nacionalidad



#### **Interpretación de resultados**

Tomando en cuenta los datos obtenidos con la aplicación de la encuesta a los 386 turistas que visitan la provincia de Pichincha se identificó que los turistas que más visitan la localidad son de nacionalidad ecuatoriana representado el 99% mientras que el 1% representa a otras nacionalidades como peruanos, venezolanos, colombianos los mismo que manifestaron que son residentes en el país.

#### 4. ¿Cuál es la provincia de residencia?

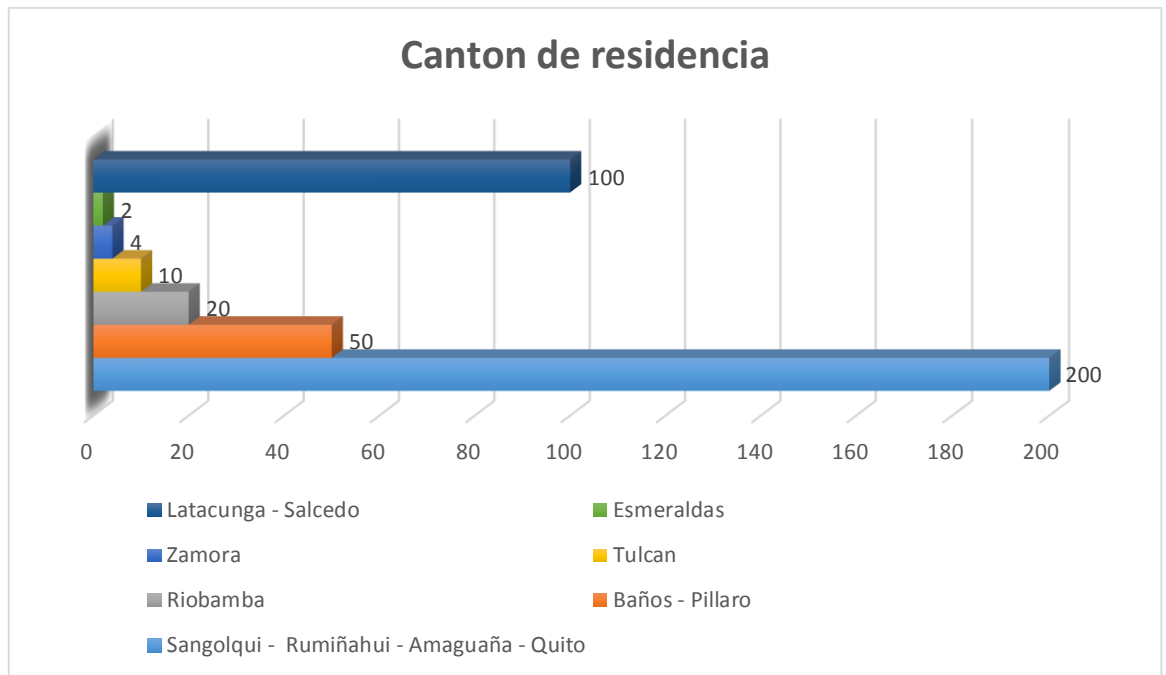


#### Interpretación de resultados

Según la encuesta aplicada a los turistas que visitan la provincia de Pichincha se identificó que la mayoría de los turistas son residentes de Pichincha representados con el 41.5%, mientras que el 9.6% son residentes de la provincia de Carchi, a diferencia de los turistas de Cotopaxi que representan el 8.6% siendo estos los porcentajes más altos que se obtuvo de la recolección de la información mientras tanto los turistas de las provincias restantes que visitan los atractivos turísticos de Pichincha se encuentran por debajo del 6%.



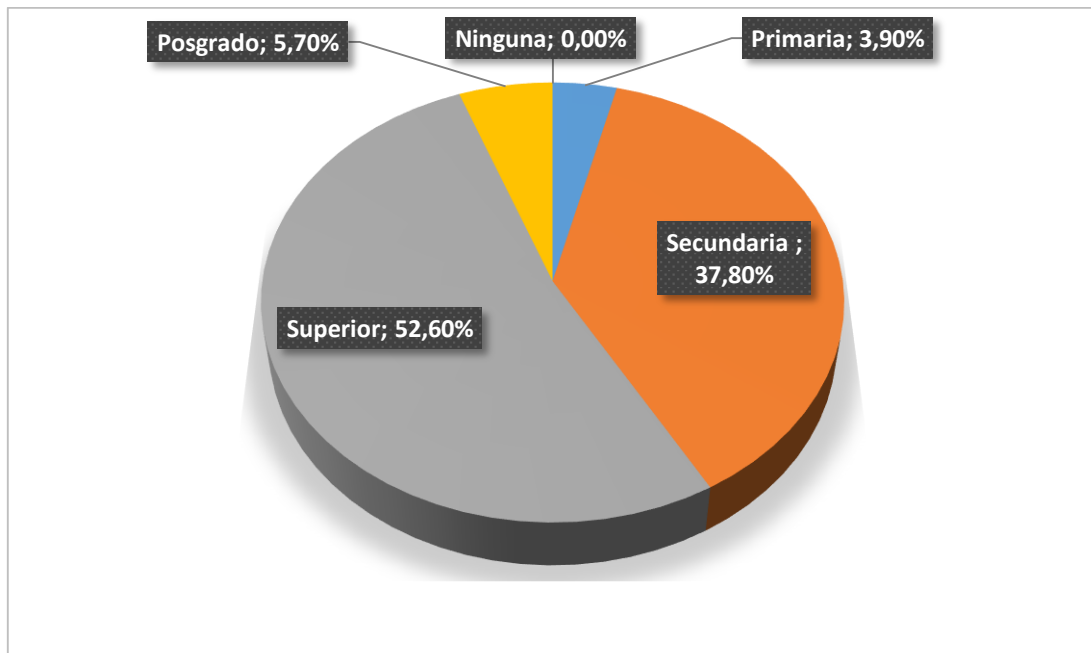
## 5. ¿Cuál es su cantón de residencia?



### Interpretación de resultados

Tomando en cuenta la investigación realizada se pudo identificar que la mayoría de los turistas que visitan la localidad son de los cantones de Sangolquí, Rumiñahui, Amaguaña y Quito representado los cuales fueron 200 turistas que se encontraban en los lugares turísticos de Pichinchas mientras tanto 100 turistas eran de los cantones de Salcedo y Latacunga, asimismo 50 turistas que estuvieron de visitar la localidad fueron de Baños y Píllaro, 20 turistas eran de Riobamba y sus alrededores, de la misma forma 10 turistas fueron de Tulcán 4 de Zamora y 2 de Esmeraldas identificando de esta forma que a los centros turísticos llegan turistas de todo el país por lo tanto es de gran importancia realizar la publicidad adecuada por medio de la tecnología debido a que es el medio que los turistas utilizan para buscar información de las provincias que desean visitar.

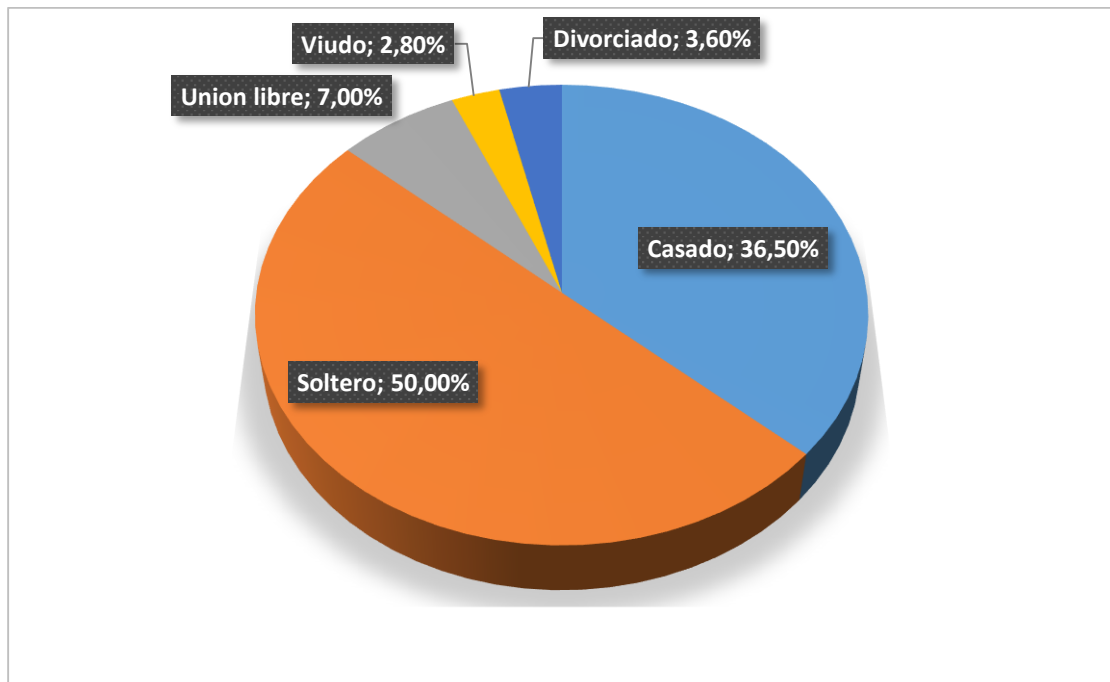
## 6. Nivel de instrucción



### Interpretación y análisis de resultados

Según los datos obtenidos de la encuesta aplicada a los turistas de la provincia de Pichincha se evidenció que la mayoría de turistas que representan al 52.6% tiene un grado superior de estudios identificando así que la mayoría de personas son profesionales que visitan la provincia por distracción o relajación, a diferencia del 37.8% que representa a la población solo culminaron el bachillerato y no continuaron con la universidad, mientras tanto el 3.9% de los tiene únicamente primaria a diferencia del 3.7% encuestados continuaron sus estudios después de haber culminado su carrera universitaria.

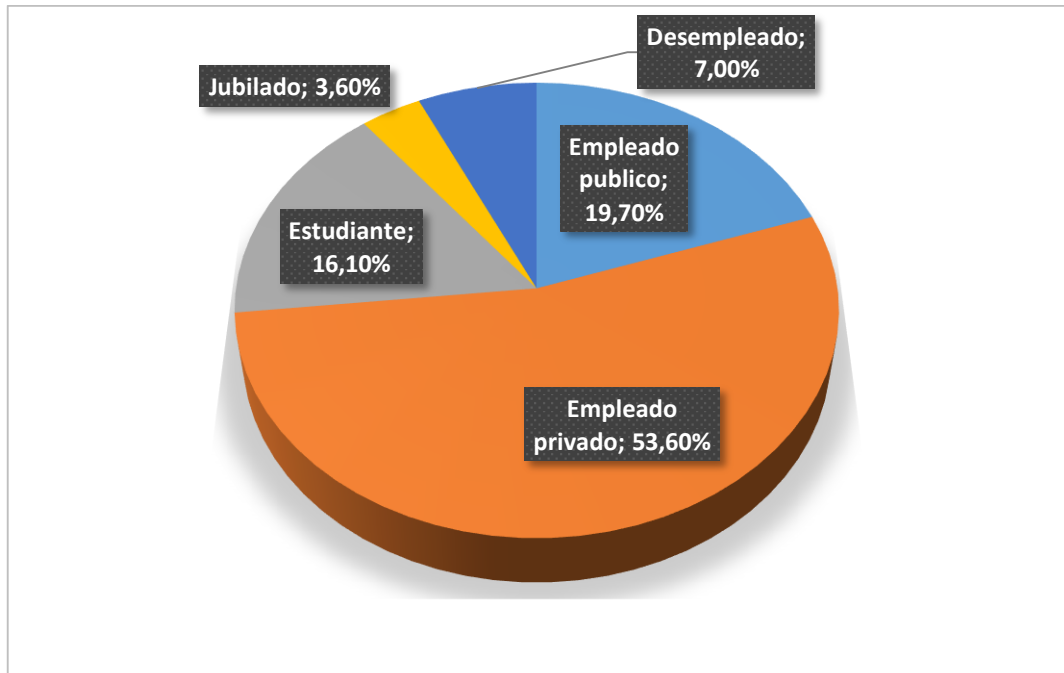
## 7. Estado Civil



### Interpretación y análisis de resultados

Tomando en cuenta la información recolectado con la entrevista se identificó que el 50% de los turistas que visitan la provincia de Pichincha son solteros los cuales viajan acompañados de amigos o parejas, mientras que el 36.5% pertenecen a la población de casados los cuales viajan con su familia así también el 7% están en unión libre, el 3.6% son personas diversidad y finalmente el 2.8% son personas viudas por lo general se encuentran entro los 60 a 80 años de edad los mismos que visitan la provincia con sus familiares o amigos para disfrutar de los atractivos turísticos que ofrece la provincia.

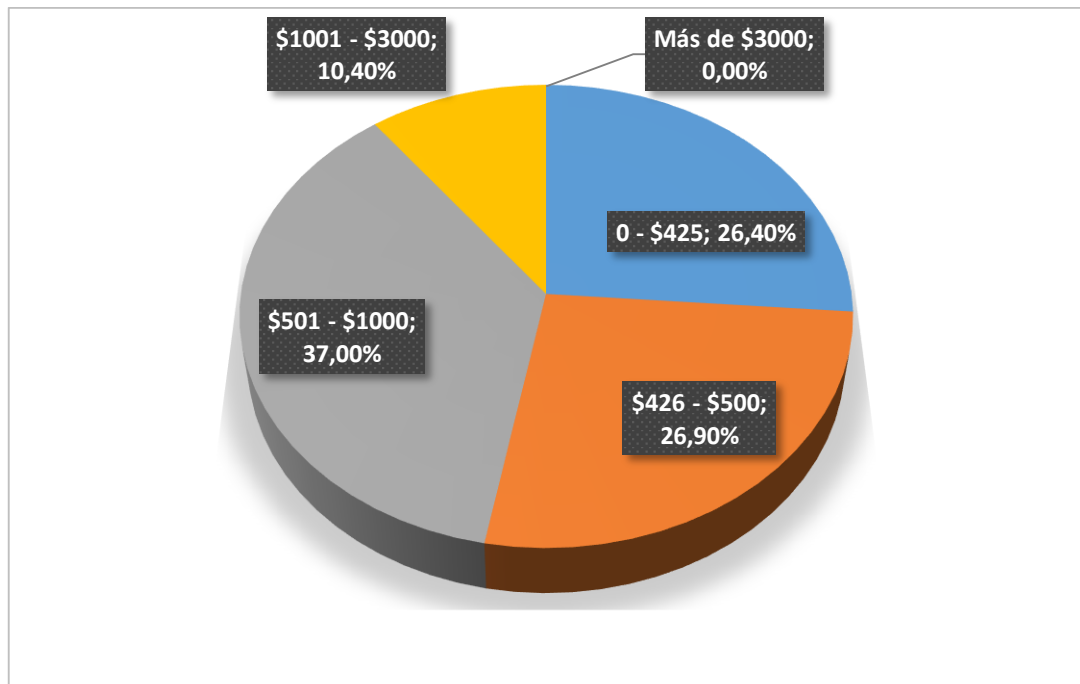
## 8. Situación laboral



### Interpretación de resultados

Tomando en cuenta los resultados obtenidos de la encuesta aplicada a los turistas que visitan la provincia de Pichincha se evidencia que el 53.6% son personas que se encuentran empleadas en empresas privadas o cuentan con sus negocios propios, mientras tanto el 19.7% de los turistas que visitan estos atractivos turísticos son empleados públicos, a diferencia del 16.1% que son estudiantes que vienen a la localidad por estudios o distracción, mientras tanto el 7% son personas desempleadas que perdieron sus trabajos a causa de la pandemia que golpeó al país y el 3.6% pertenecen a la población de jubilados.

### 9. Nivel de ingresos mensuales (Promedio)

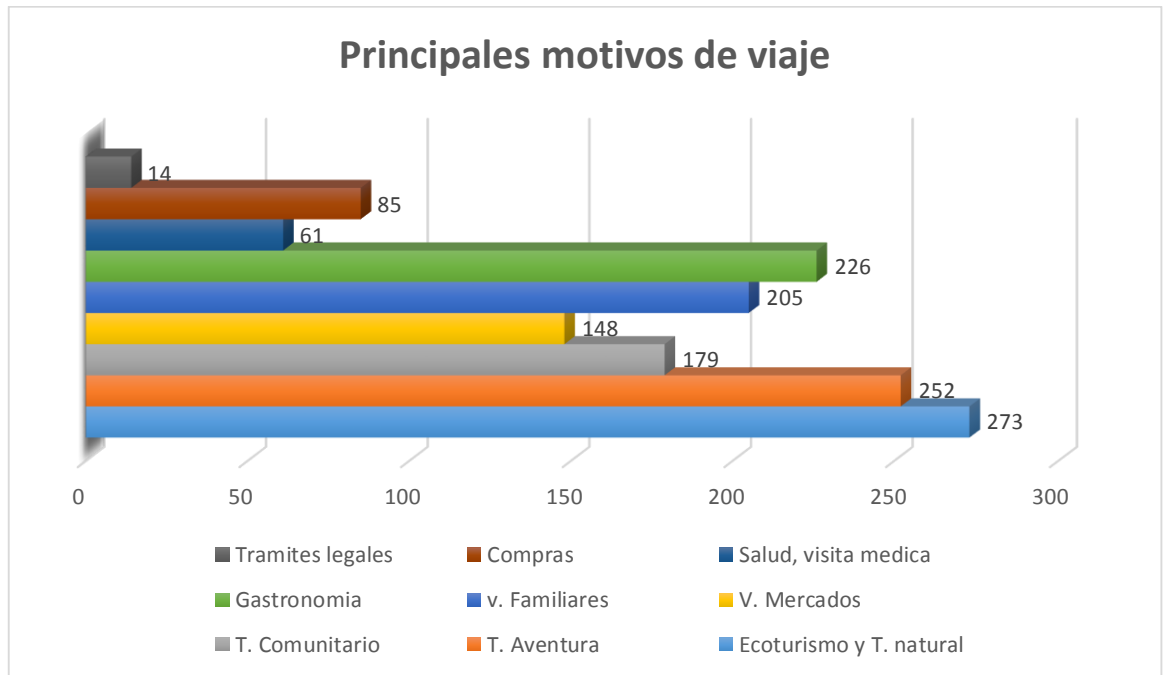


#### Interpretación de resultados

Según la encuesta aplicada a los turistas de la provincia de Pichincha se evidencia que el promedio mensual esta entre \$501 a \$1000 representando el 37%, mientras que el 26.9% representan a la población que tiene un sueldo estimado de \$426 a \$500, a diferencia del 26.4% que sus ingresos estimados son menores al sueldo básico del país y solamente el 10.4% tienen ingresos mensuales de \$1000 a \$3000, esta población por lo general son profesionales con títulos de cuarto nivel.

### 10.1.2 Preguntas de motivo de uso

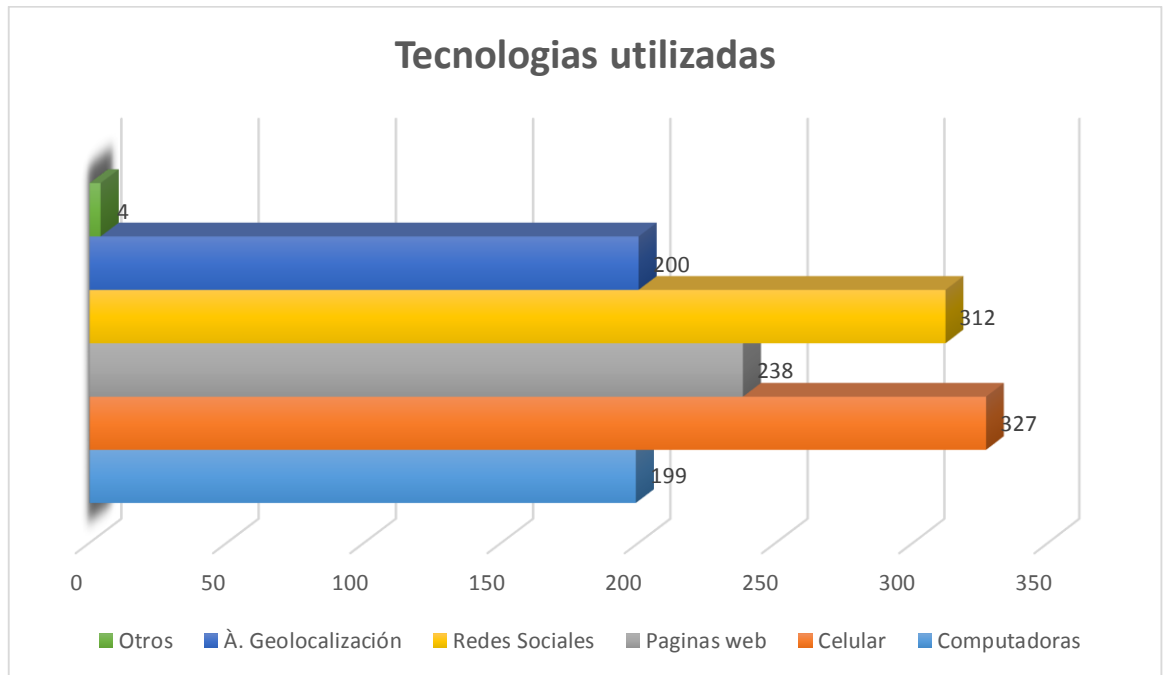
10. ¿Cuál es su principal objetivo de viaje? Marque 3 de sus opciones.



#### Interpretación de resultados

De acuerdo con la investigación de campo se evidencio que 273 personas viaja a la provincia de Pichincha para visitar los diferentes atractivos turístico que tiene el sector mientras que 252 personas llega a los centros turísticos para realizar turismo de aventura por los senderos y centros ecológicos de la localidad, a diferencia de las 179 personas que llegan a la localidad para realizar turismo comunitario visitando las distintas comunidades y sectores de la provincia de igual forma 148 personas llega de visita a los mercados, mientras tanto 226 personas visita los centros turísticos por degustar la gastronomía que se ofrece en las localidades siendo estas muy exquisitas u buscadas por turistas de otras provincias, de la misma forma 61 personas llegan a la provincia por visita médica, saludo o disfrutar de la provincia, mientras que 205 personas tiene como objetivo visitar a sus familiares que viven en la provincia y a su vez ir a los lugar turísticos junto a ellos, 85 personas llega a la provincia por personas y solo 14 personas llega por asuntos legales que se tiene que solucionar en la provincia.

11. Antes de la emergencia sanitaria, ¿Que herramientas tecnológicas utilizaba para buscar lugares turísticos?



### Interpretación de resultados

Tomando en cuenta los datos obtenidos por medio de la encuesta aplicada a los turistas que visitan la provincia de Pichincha se evidenció que 327 personas utilizaban el celular como una herramienta tecnológica para localizar centros turísticos que puedan visitar donde buscaban centros de diversión, lugares de visita, restaurantes o lugares de hospedaje siendo esta la herramienta más utilizada por los turistas antes del confinamiento, asimismo 312 personas hacían uso de las redes sociales como herramienta turística para buscar los lugares turísticos es por ello que es de gran importancia tener actualizadas las páginas de los centros de turismo, asimismo 238 personas buscaron estos lugares mediante páginas web a diferencia de las 200 personas que hicieron uso de aplicaciones de geolocalización y 199 personas hicieron uso de sus ordenadores y solo 4 personas utilizan otras herramientas tecnológicas.

11.1 ¿Si escogió otros, favor escribir cuáles?

Tik Tok

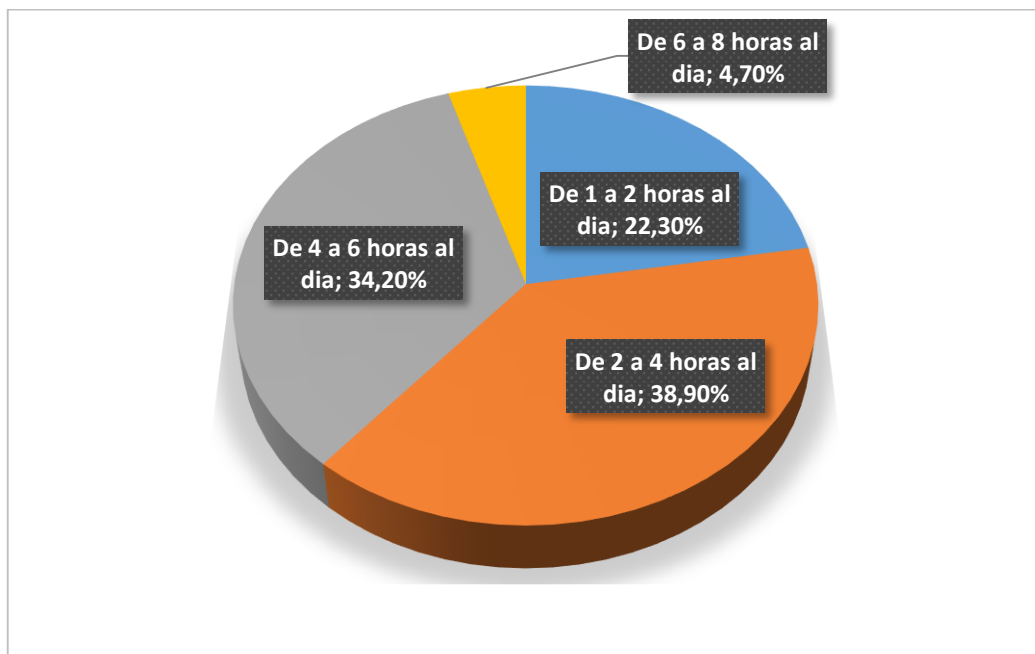
Agencias de viaje

### Interpretación de resultados

Según la pregunta anterior de las 4 personas que contestaron que utilizaban otro tiempo de herramientas tecnológicas para buscar los lugares turísticos antes del confinamiento manifestaron que hacen uso de TikTok y agencias de viajes como medida para buscar centros turísticos en la provincia.

#### 10.1.3 Preguntas de variable de estudio

12. ¿Qué tiempo dedicaba al uso de las herramientas tecnológicas utilizadas antes de la emergencia sanitaria?



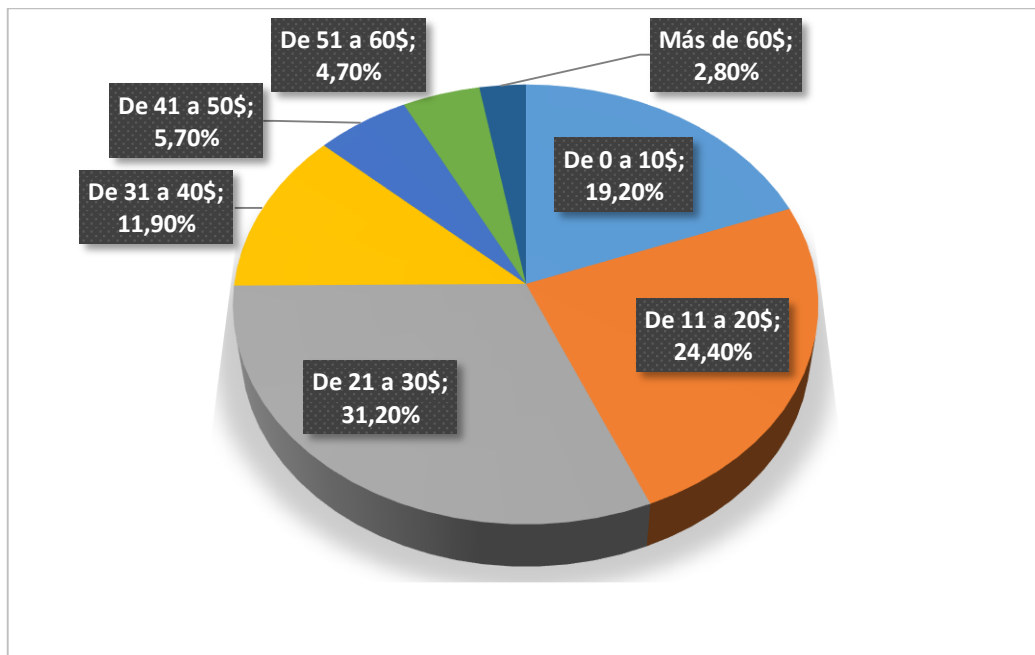
### Interpretación y análisis de resultados

Según la investigación de campo realizada en la provincia de Pichincha se identificó que antes del confinamiento el 38.9% de turistas dedicaba de 2 a 4 horas de tiempo a utilizar las herramientas tecnológicas, mientras que el 34.2% utilizaba de 4 a 6 horas la herramientas tecnológicas esto sea para buscar información de trabajo o de los lugares turísticos que desean visitar como también hacían uso de estas herramientas como una medida de distracción, a diferencia del 22.3% que utilizaba estas herramientas de 1 a 2 horas y solamente el 4.7%



utilizaba de 6 a 8 horas las herramientas tecnológicas siendo en la mayoría adolescentes que utilizan para navegar en las redes sociales o en aplicaciones en general.

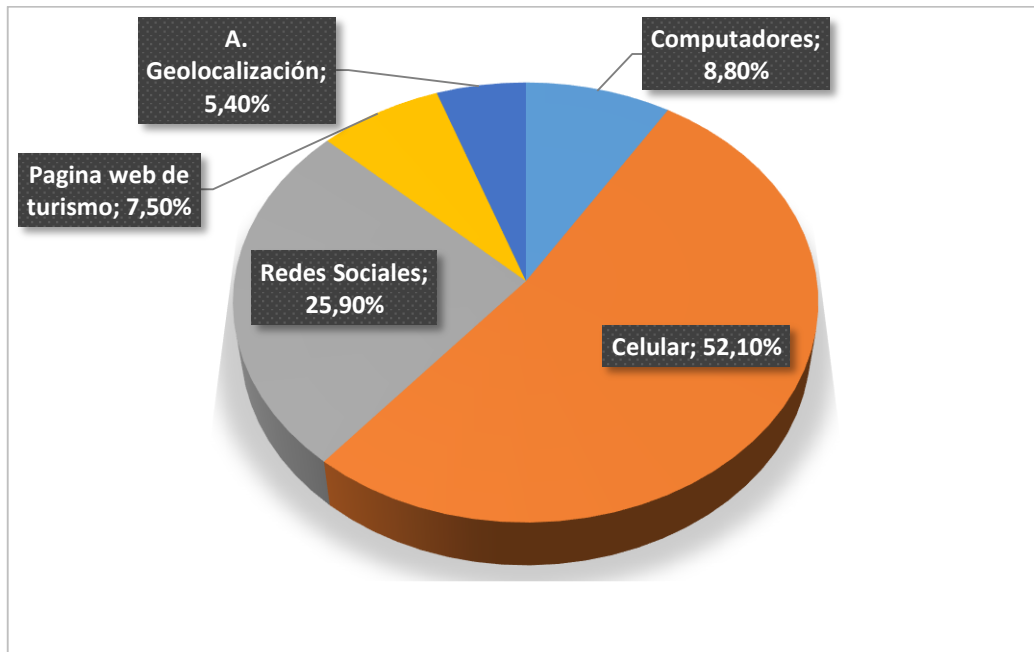
13. ¿Cuánto estima usted que gastaba al mes, en el uso de las herramientas tecnológicas utilizadas antes de la emergencia sanitaria?



### Interpretación de resultados

Tomando en cuenta la investigación realizada en los turistas de la provincia de pichincha se identificó que el 31.2% de turistas gastaban de 21\$ a 31\$ mensuales en las herramientas tecnológicas antes de la emergencia sanitaria, mientras que el 24.4% gasta de 11\$ a 20\$ a diferencia del 19.2% que gasta menos de 10\$ en aplicaciones o herramientas de tecnología, de la misma forma el 11.9% invierte de 31\$ a 40\$ mensuales en herramientas tecnológicas, mientras que el 5.7% gasta de 41 a 50\$ y finalmente el 4.7% gasta de 51\$ a 60\$ esto puede ser para pagar planes de celular, suscripciones a aplicaciones o internet para sus ordenadores.

14. ¿Cuál considera usted que fue la herramienta tecnológica que más usó para la búsqueda de lugares turísticos antes de la emergencia sanitaria?



### Interpretación y análisis de resultados

Según los datos obtenidos en la investigación se identificó que el 52.1% de turistas utilizaban el celular como la principal herramienta tecnológica antes de la emergencia sanitaria para buscar lugares turísticos que pueden visitar, investigando su lugar, distancia, gastos entre otros servicios, mientras que el 25.9% hacía uso de las redes sociales siendo la mayoría de esta población jóvenes y adolescentes que pasan más tiempo en estas herramientas, a diferencia del 8.8% utilizaba ordenadores como herramientas tecnológicas ya sea para su trabajo o buscar información de los lugares turísticos, por otra parte el 7.5% menciona que hacía uso de las páginas web como herramientas tecnológicas que más utilizadas, mientras que el 5.4% hacía uso de las herramientas de geolocalización para buscar los lugares turísticos.

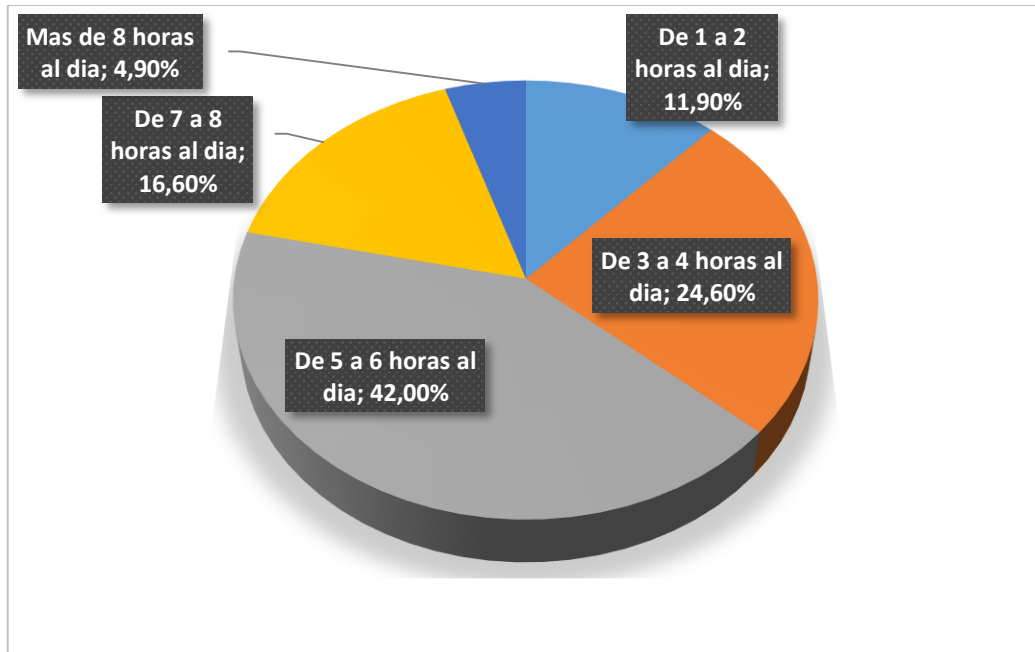
14.1 En relación a la pregunta 14 ¿Si escogió otros, favor escribir cuáles?

**Ninguna**

### Interpretación y análisis de resultados

Según los datos obtenidos de las respuestas anteriores se evidencio que no hacen uso de ninguna otra herramienta tecnológica.

15. ¿Qué tiempo dedica al uso de las herramientas tecnológicas durante la presente emergencia sanitaria?

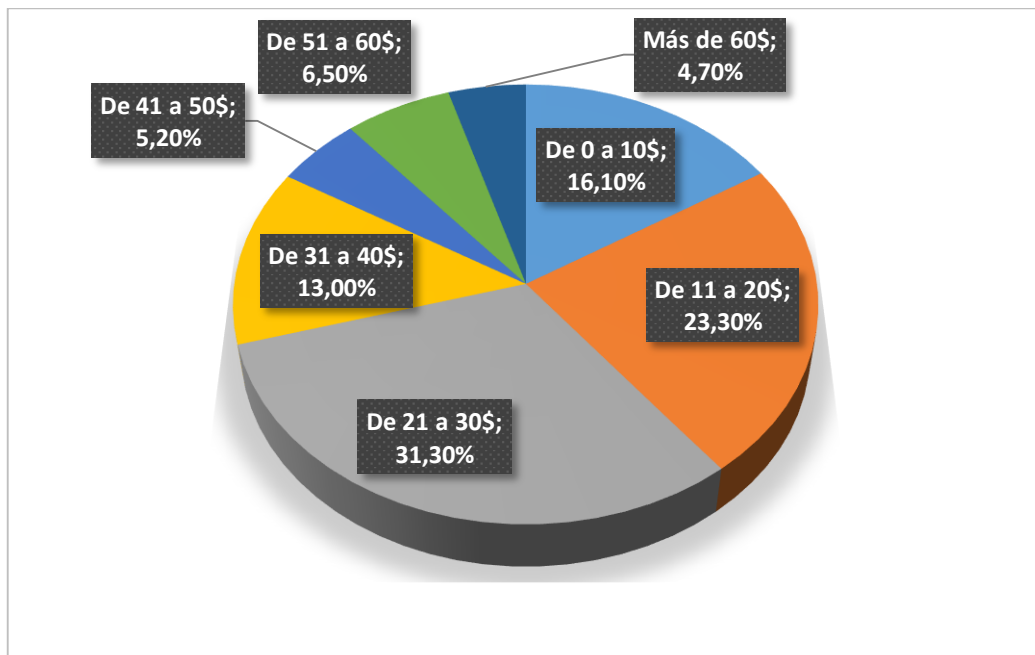


### Interpretación y análisis de resultados

Tomando en cuenta la investigación de campo realizada para el presente trabajo se identificó que el 42% de personas utiliza de 5 a 6 horas las herramientas tecnológicas debido a la pandemia y no tiene otra cosa más que realizar puesto que estas herramientas se utilizaron para realizar teletrabajo, clases virtuales como también se utilizaba para pasar mirando contenido para distraerse durante la emergencia sanitaria, mientras que el 24.6% hace uso de las herramientas tecnológicas de 3 a 4 horas, así también el 16.6% utilizaba las herramientas tecnológicas de 7 a 8 horas al día mientras que el 11.9% hacia uso de 1 a 2 horas en la mayoría médicos y personal de emergencia y solo el 4.9% utilizaba más de 8 horas al día esta población en su mayoría eran adolescentes que pasaban en clases o realizando tareas debido que la

pandemia obligo a las instituciones educativas a dictar clases virtuales obligando a los estudiantes hacer uso de estas herramientas por más tiempo.

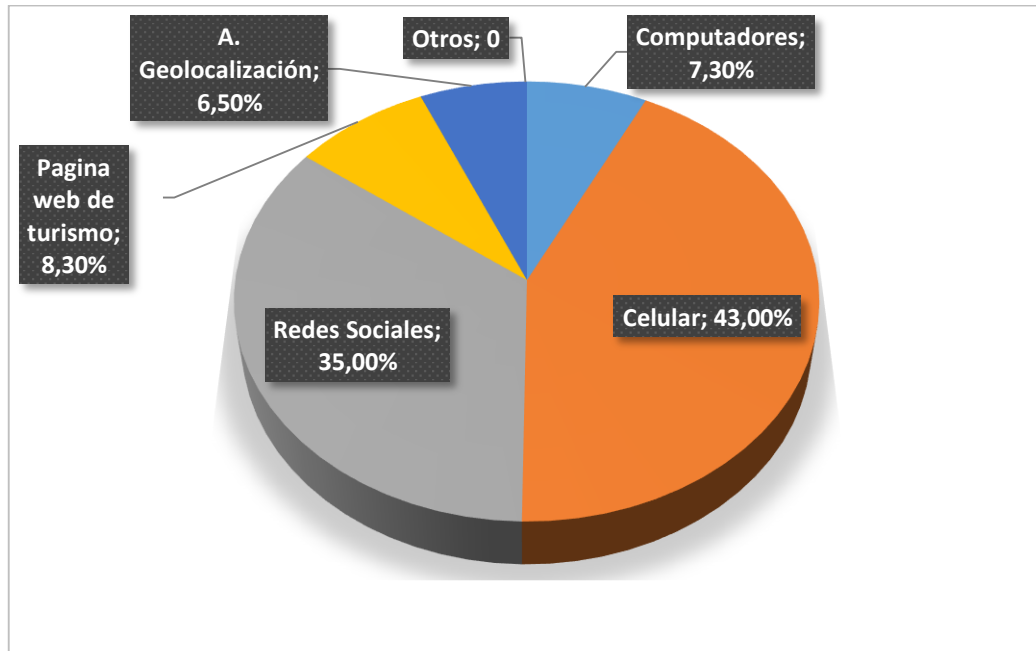
16. ¿Cuánto estima usted que gasta al mes, en el uso de las herramientas tecnológicas utilizadas durante la emergencia sanitaria?



### Interpretación y análisis de resultados

Según los datos obtenidos con la aplicación de la encuesta a los turistas de la localidad de Pichincha de evidencia que los gastos que se hacían antes del confinamiento y en comparación de los gastos que se realizan durante la pandemia en herramientas tecnológicas aumento en gran escala evidenciado que el 31.3% invierte de 21 a 3\$ mensuales mientras que el 23.3% invierte de 11 a 20\$, asimismo el 13\$ invierte de 31 a 40\$ a diferencia del 16.1% gasta menos de 10\$ mensuales de la misma forma el 6.5% invierte de 51 a 60\$ mensuales durante la emergencia sanitaria y el 5.2% tiene gastos de 41 a 50\$ estos gastos estos gastos son la contratación de planes telefónicos, suscripción a herramientas tecnológicas, pagos de internet para sus hogares entre otras.

17. ¿Cuál considera usted que es la herramienta tecnológica que más utiliza para la búsqueda de lugares turísticos durante la emergencia sanitaria?



### Interpretación de resultados

Según las encuestas realizadas a los turistas de la provincia de Pichincha se evidenció que el 42% de los encuestados considera el celular como una herramienta tecnológica que más uso le da debido a que con el dispositivo móvil puede buscar información de los lugares turísticos, realizar teletrabajo, como también navegar por la red, de la misma forma el 35% de los encuestados menciona que las redes sociales son las herramientas tecnológicas que más utilizan ya que estas permiten buscar información de los atractivos turísticos como también les mantiene informados sobre la situación actual de la emergencia sanitaria por otra parte el 8.3% utiliza páginas web de turismo para averiguar información sobre los servicios que se prestan en la provincia de Pichincha, como los lugares que pueden visitar los turistas, la gastronomía que encontrarán en las localidades, los mercados o actividades que pueden realizar en los centros turísticos. Finalmente, el 7.3% y el 6.5% respectivamente hacen uso de ordenadores y

herramientas de geolocalización para buscar lugares turísticos que pueden visitar dentro de la provincia.

17.1 En relación a la pregunta 17 ¿Si escogió otros, favor escribir cuáles?

### **Instagram**

#### **Interpretación de resultados**

Según la recolección de los datos se identificó que no hacen uso de otras herramientas para la búsqueda de lugares turísticos dentro de la provincia de Pichincha.

## **10.2 Análisis comparativo de las variables de estudio**

En este apartado se realizó el análisis comparativo de las variables las cuales fueron; la variable tipo de herramienta que utilizó el turista con la que se analizó que herramientas tecnológicas variaron su elección al momento de utilizarlas para buscar atractivos turísticos, además de interactuar para buscar información de servicio turísticos.

Así mismo, fue la variable de frecuencia de uso de herramientas tecnológicas con la que pudimos determinar el tiempo que empleó el turista en las herramientas tecnológicas antes y después del confinamiento.

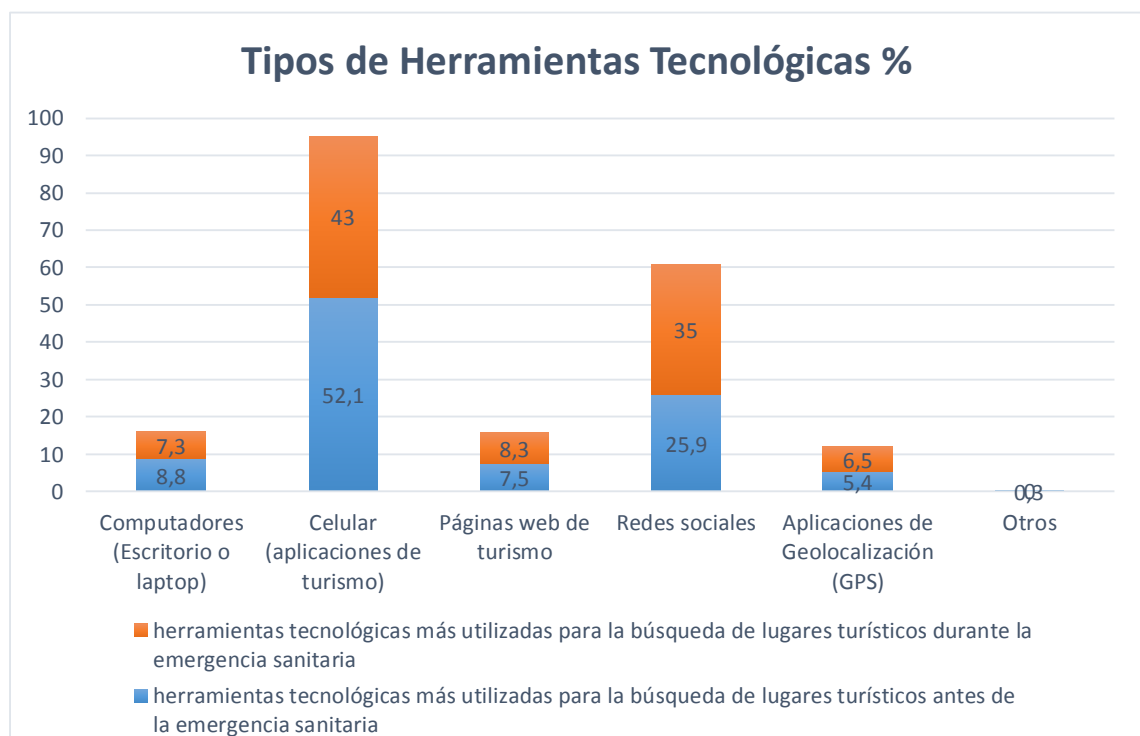
Otra de las variables a comparar fue el gasto con el que se analizó si los turistas decidieron invertir en las herramientas tecnológica con el fin de realizar actividades virtuales y en la búsqueda de fines turísticos, o a su vez si dejaron de invertir en las mismas ya sea por efectos en la economía producto de la pandemia.

Además, en cada tabla comparativa de las variables se realizó la prueba estadística de Wilcoxon ya que las tres variables estudiadas son categóricas o cualitativas ordinales, ya que tiene un orden y un límite de selección de respuesta.

### 10.3 Variable 1

**Tabla 8:** Variable tipo de herramienta utilizada

Categorías	Herramientas tecnológicas más utilizadas para la búsqueda de lugares turísticos antes de la emergencia sanitaria		¿Herramientas tecnológicas más utilizadas para la búsqueda de lugares turísticos durante la emergencia sanitaria?	
	Frecuencia (N= 386)	Porcentaje (%)	Frecuencia (N= 386)	Porcentaje (%)
Computadores (Escritorio o laptop)	34	8,8	28	7,3
Celular (aplicaciones de turismo)	201	52,1	166	43,0
Páginas web de turismo	29	7,5	32	8,3
Redes sociales	100	25,9	135	35,0
Aplicaciones de Geolocalización (GPS)	21	5,4	25	6,5
Otros	1	0,3	0	0,0



### Interpretación

Como resultados de la tabla de comparación de la variable tipo de herramientas más utilizada antes y después del confinamiento se obtuvo como resultado un decrecimiento en el uso de los computadores disminuyendo un 7.3% y en la opción celular una disminución del 43%. En el tema del aumento de porcentaje de la herramienta más utilizada son las opciones; Páginas web de turismo, Redes sociales, Aplicaciones de Geolocalización (GPS) con un crecimiento porcentual del 8.3%, 35%, 6.5% correspondientemente. Por lo tanto, se concluye que la gran parte de turistas opto por un cambio de herramientas para la búsqueda de atractivos turísticos como lo es la búsqueda en páginas web, redes sociales y app de geolocalización.

#### 10.4 Variable 2

**Tabla 9:** Variable de frecuencia

Categorías	Frecuencia del uso de herramientas tecnológicas utilizadas antes de la emergencia sanitaria		Categorías	Frecuencia del uso de herramientas tecnológicas durante la emergencia sanitaria	
	Frecuencia (N= 386)	Porcentaje (%)		Frecuencia (N= 386)	Porcentaje (%)
De 1 a 2 horas al día	85	22,0	De 1 a 2 horas al día	47	12,2
De 2 a 4 horas al día	151	39,1	De 2 a 4 horas al día	95	24,6
De 4 a 6 horas al día	132	34,2	De 4 a 6 horas al día	161	41,7
De 6 a 8 horas al día	18	4,7	De 6 a 8 horas al día	64	16,6

#### Interpretación

Como resultados de la tabla de comparación de la variable frecuencia se obtuvo que en el intervalo de 1 a 2 horas de tiempo de uso de las herramientas tecnológicas disminuyo un 47 %, del mismo modo la segunda opción de intervalo de 3 a 4 horas al día también tuvo un decrecimiento del 37%. Por otro lado, los intervalos de 5 a 6 horas al día obtuvieron un crecimiento escaso ya que solo aumentó un 23%, en el intervalo de 7 a 8 horas al día se ve un gran aumento ya que es notorio que de las 18 personas que antes del confinamiento ocupaban de 7 a 8 horas al día se incrementó a 65 personas después del confinamiento, por lo que se



concluye que la pandemia tuvo un gran impacto en la frecuencia del uso de las herramientas ya que aumento el tiempo de uso de las herramientas tecnológicas de parte de los turistas.

### 10.5 Variable 3

**Tabla 10:** Variable de gasto en herramientas

Categorías	Gastos al mes, en el uso de las herramientas tecnológicas antes de la emergencia sanitaria		Gastos al mes, en el uso de las herramientas tecnológicas utilizadas durante la emergencia sanitaria	
	Frecuencia (N= 386)	Porcentaje (%)	Frecuencia (N= 386)	Porcentaje (%)
De 0 a 10\$	73	18,9	62	16,1
De 11 a 20\$	94	24,4	90	23,3
De 21 a 30\$	121	31,3	120	31,1
De 31 a 40\$	46	11,9	51	13,2
De 41 a 50\$	23	6,0	20	5,2
De 51 a 60\$	18	4,7	25	6,5
Más de 60\$	11	2,8	18	4,7

### Interpretación

Como resultados de la tabla de comparación de la variable Gasto se obtuvo que la diferencia de inversión en las herramientas tecnológicas es muy relevante, debido que el gasto en las herramientas tecnológicas de 0 a 10\$ hubo una disminución del 16,1%, asimismo el rango de gasto de 11 a 20\$ que tuvo un decrecimiento del 23.3%. a diferencia de la comparación de gasto de 21 a 30\$ tuvo una disminución del 31.1% y de 31 a 40\$ tuvo un aumento de 13.2%. De la misma forma el gasto de 41 a 50\$ existió una disminución del 5,2%, pero se identificó que los gastos de 51 a 60\$ existió un crecimiento del 6.5% y los gastos más de 60\$ 1aumento también en 4.7% por lo cual se evidencio que en algunos casos el gasto del uso de las herramientas tecnológicas tuvo unos cambios mínimos debido que en algunas ocasiones se utilizó herramientas pagas para buscar las herramientas tecnológicas de turismo.

## **Comparación del uso de las herramientas tecnológicas de los turistas antes y durante la emergencia sanitaria**

El estudio se planteó identificar las diferencias existentes entre el uso de las herramientas tecnológicas del turista que visita la provincia de Pichincha, antes y después del confinamiento, para lo cual se plantearon las siguientes hipótesis.

Se desea observar la relación entre la frecuencia de uso de herramientas tecnológicas, el gasto en herramientas tecnológicas y el tipo de herramientas tecnológicas utilizadas por los turistas que visita la provincia de Pichincha, esto con un error admisible del 5% y con un 95% de confianza

### **Frecuencia.**

**Ho:** No existe una diferencia estadísticamente significativa en la frecuencia de uso de herramientas tecnológicas utilizadas por los turistas que visita la provincia de Pichincha.

**Ha:** Existe una diferencia estadísticamente significativa en la frecuencia de uso de herramientas tecnológicas utilizadas por los turistas que visita la provincia de Pichincha.

### **Gastos**

**Ho:** No existe una diferencia estadísticamente significativa en el gasto en herramientas tecnológicas utilizadas por los turistas que visita la provincia de Pichincha.

**Ha:** Existe una diferencia estadísticamente significativa en el gasto en herramientas tecnológicas utilizadas por los turistas que visita la provincia de Pichincha.

### **Tipo**

**Ho:** No existe una diferencia estadísticamente significativa en el tipo de herramientas tecnológicas utilizadas por los turistas que visita la provincia de Pichincha.

**Ha:** Existe una diferencia estadísticamente significativa en el tipo de herramientas tecnológicas utilizadas por los turistas que visita la provincia de Pichincha.

Ahora se procede a realizar una prueba de normalidad para identificar el tipo de prueba de hipótesis que se debe aplicar a los datos, para ello se observa que la muestra es de 386 turistas, por lo tanto, se aplicó la prueba de Kolmogorov Smirnov, esta prueba muestra que cuando el nivel de significancia es menor que 0,05 los datos no cumplen con el supuesto de normalidad como se observa en la Tabla 11, por lo tanto, se procede a trabajar con estadística no paramétrica.

Como los datos corresponden a estadística no paramétrica, y hay variables de tipo ordinal, con datos dependientes apareados, y dos muestras (antes y durante la emergencia sanitaria) se procedió a aplicar la prueba de Wilcoxon. Además, se procede a evaluar la fuerza en la cual se relacionan los datos para ello se aplicó la prueba de correlación de Spearman, porque se trata de estadística no paramétrica.

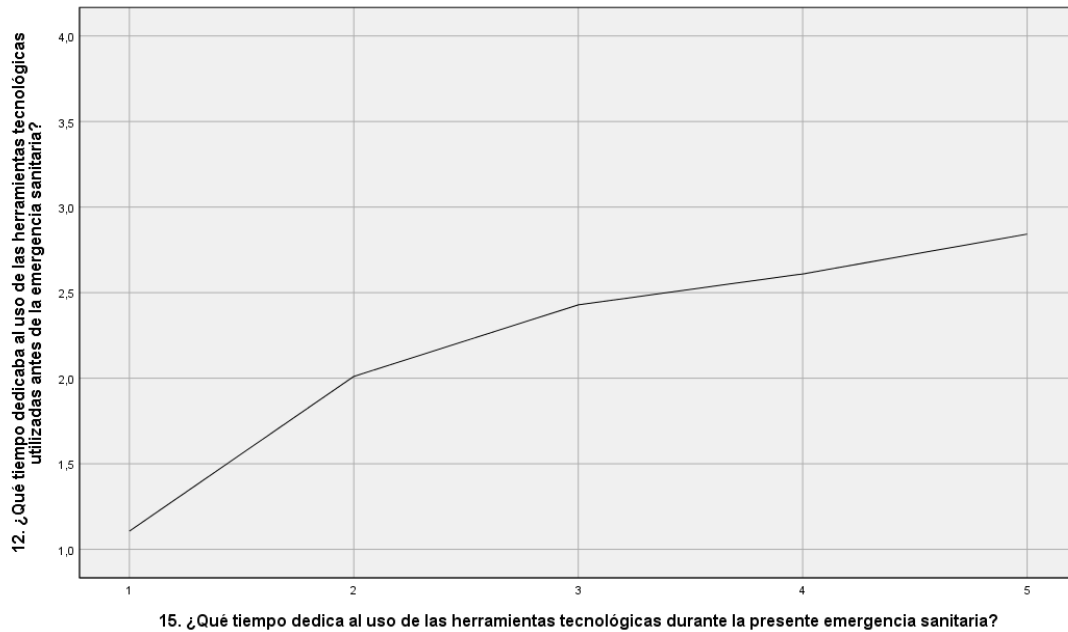
**Tabla 11:** Comprobación de hipótesis

		Kolmogorov- Smirnov	Wilcoxon Sig. asintótica(bilateral)	Correlación	
		Sig.	Sig.	Sig. (bilateral)	Rho de Spearman
<b>FRECUENCIA</b>	P12	0,000	0,000	0,00	0,50472
	P15	0,000			
<b>GASTO</b>	P13	0,000	0,000	0,00	0,809
	P16	0,000			
<b>TIPO</b>	P14	0,000	0,000	0,00	0,411
	P17	0,000			

En la Tabla 11, se observa que, para la frecuencia del uso de herramientas tecnológicas, el nivel de significancia es menor que el estadístico de prueba ( $0,000 < 0,05$ ) por lo tanto se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alternativa, entonces. Existe una diferencia estadísticamente significativa en la frecuencia de uso de herramientas tecnológicas utilizadas por los turistas que visita la provincia de Pichincha. Además, existe una correlación estadísticamente significativa en la frecuencia de uso de las herramientas tecnológicas antes y durante la emergencia sanitaria ( $0,00 < 0,05$ ) y se tiene un Rho de Spearman de 0,5047 por lo tanto la correlación es moderada.

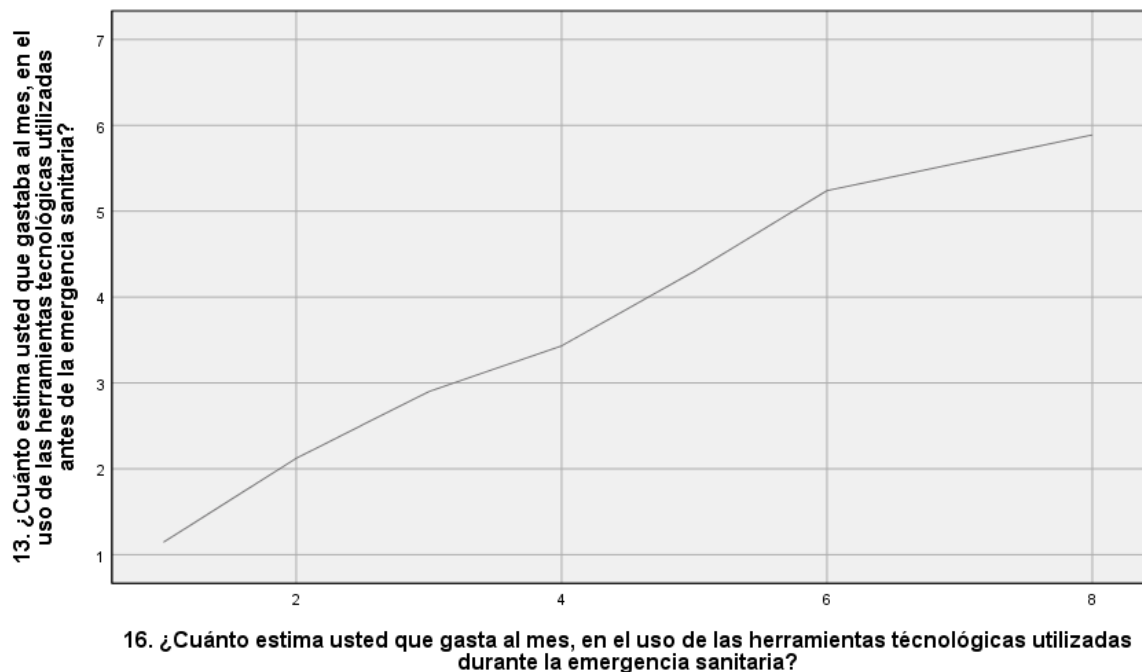
Para el gasto que incurren los sujetos de estudio en herramientas tecnológicas se evidencia que el nivel de significancia es menor que el estadístico de prueba ( $0,000 < 0,05$ ) de tal forma que se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alternativa con lo cual. Existe una diferencia estadísticamente significativa en el gasto en herramientas tecnológicas utilizadas por los turistas que visita la provincia de Pichincha. Luego se procedió a evaluar la fuerza de la correlación en el gasto en herramientas tecnológicas antes y durante la emergencia sanitaria para lo cual se evidencia que la correlación es significativa ( $0,000 < 0,05$ ) y se presenta un Rho de Spearman de 0,809 muy fuerte.

En la **¡Error! No se encuentra el origen de la referencia.¡Error! No se encuentra el origen de la referencia.**, se evidencia que para el tipo de herramienta tecnológica que utilizan los sujetos de estudio en el nivel de significancia es menor que el estadístico de prueba ( $0,000 < 0,05$ ) por lo tanto, se acepta la hipótesis alternativa y se rechaza la hipótesis nula, por lo tanto. Existe una diferencia estadísticamente significativa en el tipo de herramientas tecnológicas utilizadas por los turistas que visita la provincia de Pichincha. De igual forma se procedió a evaluar la fuerza de correlación entre el tipo de herramientas tecnológicas utilizadas antes y durante la pandemia, observando la existencia de una correlación estadísticamente significativa ( $0,000 < 0,05$ ) con un Rho de Spearman de 0,411 moderado.



**Figura 3:** Interpolación en la frecuencia de uso de las herramientas tecnológicas

En la **Figura 3**, se observa que el uso de herramientas tecnológicas aumenta tanto antes como durante la emergencia, pero se evidencia un incremento significativo a raíz de la emergencia sanitaria según los demás análisis estadísticos.



**Figura 4** Interpolación en el gasto de las herramientas tecnológicas.

Se evidencio **Figura 4**, que el gasto en herramientas tecnológicas ha aumentado tanto antes como durante la emergencia, pero el incremento es significativo a raíz de la emergencia sanitaria la fuerza de correlación es muy alta **Tabla 11**.

## 11 Impactos

**Tabla 12:** Impactos

INDICADORES	IMPACTOS
<b>SOCIOCULTURAL</b>	La investigación arrojo como resultado que los turistas antes del confinamiento usaban las herramientas tecnológicas en menos tiempo y gasto, después del confinamiento esto ha incrementado con la finalidad de desplazarse a los diferentes lugares turísticos que cuenta la provincia de Pichincha agilizando el tiempo de búsqueda y disminuyendo el estrés que conlleva la contratación de un servicio turístico.
<b>SOCIOECONÓMICO</b>	La investigación arrojo como resultado que gracias al uso frecuente de las herramientas tecnológica ha sido evidente la difusión de los lugares turísticos, promoviendo así la economía del sistema turístico y el apoyo a los emprendimientos que vieron en las herramientas tecnológicas y plataformas virtuales la oportunidad de llegar a más turistas y volver a reactivación.

## **12 Conclusiones y Recomendaciones**

### **12.1 Conclusiones**

Para seleccionar la población a la cual se aplicó las encuestas para realizar el presente trabajo de investigación se utilizó la metodología de jerarquización del MINTUR, debido que identificar y elegir de una manera más apropiada los atractivos del inventario del Ministerio de turismo, de esta forma se seleccionó los sitios turísticos a los cuales se les aplicó la encuesta para la recolección de la información.

Con la finalización del trabajo de investigación se concluyó que la aplicación del código QR para realizar las encuestas en los centros turísticos facilitó y ahorró tiempo, debido que al utilizar esta herramienta tecnológica los turistas solo tenían que escanear el código y se les habría en sus dispositivos móviles la encuesta, la misma que era contestada y se guardaba automáticamente para su posterior análisis de los resultados, ahorrando tiempo al turista y al investigador, además de motivar al turista al uso de las herramientas tecnológicas. Así mismo, disminuir el impacto medioambiental por el ahorro de papel en la aplicación de encuestas físicas.

Con el análisis de los resultados obtenidos de la recolección de los datos mediante la encuesta a los turistas que visitan la provincia de Pichincha se identificó cual es la herramienta tecnológica más utilizada por parte de los visitantes para buscar información, de esta forma la población de los lugares turísticos podrá realizar publicidad de los servicios que ofrecen mediante estas herramientas tecnológicas las cuales fueron redes sociales y el celular enfocado en aplicaciones turísticas.

Con el análisis de comparación de variables fue notorio, que los turistas antes del confinamiento usaban las herramientas tecnológicas en menos tiempo y gasto, después del confinamiento esto ha incrementado debido que muchas de las actividades que se realizaba de forma manual antes de la emergencia sanitaria se convirtieron en actividades digitales como la

búsqueda de información que se realizaba en agencias de viajes o revistas físicas, hoy en día la mayor parte de turistas hacen uso de aplicaciones tecnológicas con la finalidad de desplazarse a los diferentes lugares turísticos que cuenta la provincia de Pichincha agilitando el tiempo de búsqueda y disminuyendo el estrés que conlleva la contratación de un servicio turístico.

## **12.2 Recomendaciones**

- Se recomienda a la universidad facilitar a los estudiantes que realizan este tipo de investigaciones credenciales que den fe y credibilidad que son estudiantes de la universidad y la información recolectada es con fines investigativos, debido a que algunos turistas no creían que es una investigación universitaria previo a la obtención del título de tercer nivel.
- Asimismo, se recomienda a los diferentes GAD de las parroquias de la provincia de pichincha incentivar a sus habitantes el uso de las herramientas tecnológicas para promocionar los lugares turísticos y los servicios que prestan así motivar al turista a visitar y ser partícipes de estas actividades.
- Se recomienda a las autoridades de los sectores públicos privados crear talleres o cursos sobre atención al cliente y promoción de los lugares turísticos por medio de las herramientas tecnologías y así generar más visitas de turistas durante el año y no solo en feriados. Poniendo a la provincia de Pichincha como principal centro de llegada de turistas nacionales y extranjeros.
- Se recomienda a la población de los centros turísticos crear planes de servicios y mejorar la atención prestada a los turistas, ofreciendo al turista un servicio más apropiado incentivando al turista a identificas la provincia de Pichincha como principal punto turístico en sus próximos viajes.



### 13 Referencias

- Agüero García-Prieto, A. M., & González Sánchez, R. (2015). Análisis de la aplicación de la realidad aumentada en el sector turístico: una propuesta de mejora. *Gran Tour: Revista de Investigaciones Turísticas*, 1(10), 52–72. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4994684>
- Avilés Pino, E. (n.d.). *Provincia del Pichincha - Historia del Ecuador*. Enciclopedia Del Ecuador. Retrieved August 12, 2022, from <http://www.encyclopediadelecuador.com/historia-del-ecuador/provincia-del-pichincha/>
- Barreto R, C. (2011). Introducción a la estadística no paramétrica (Parte II), Prueba de correlación de Spearman. *ULADECH Católica*, 2, 1–7.
- Berné Manero, C., García González, M., García Uceda, M. E., & Múgica Grijalba, J. M. (2011). La influencia de las TIC en la estructura del sistema de distribución turístico. *Cuadernos de Turismo*, 28(28), 9–22. <https://revistas.um.es/turismo/article/view/147141>
- Entorno Turístico. (2017, March 12). *Qué es el Turismo Rural y actividades que se practican*. Obtenido de Entorno Turístico. Entorno Turístico. <https://www.entornoturistico.com/que-es-el-turismorural-y-actividades-que-se-practican/>
- Euroinnova. (n.d.). *HERRAMIENTAS TECNOLOGICAS EN INTERNET*. Euroinnova. Retrieved August 18, 2022, from <https://www.euroinnova.ec/blog/herramientas-tecnologicas-en-internet>
- Fernández Alles, M. T., & Cuadrado Marqués, R. (2014). El impacto de las nuevas tecnologías en el sector turístico: aplicación de la realidad aumentada al turismo cultural. *International Journal of World of Tourism*, 1(2), 10–18.

- García Bellido, R., González Such, J., & LastNameLastNameJornet Meliá, J. M. (2010). SPSS: Pruebas no paramétricas. *InnovaMIDE*, 1–5.
- García, A. v, & Lavallo, N. (2012). Algunas consideraciones sobre la actividad turística. Conceptos y definiciones de turismo. *Universidad Nacional de La Plata*.
- Reglamento general a la ley de turismo, Pub. L. No. 733, Lexis 11 (2004).
- Haz López, L. V. (2016). La realidad virtual como herramienta tecnológica para fomentar el turismo en la península de Santa Elena. *Dialnet*, 5(3), 53–67. <https://doi.org/10.17993/3ctecno.2016.v5n3e19.53-67>
- IBM. (n.d.). *SPSS Statistics*. IBM. Retrieved August 31, 2022, from <https://www.ibm.com/mx-es/products/spss-statistics>
- IBM. (2021, June 10). *Prueba Kolmogorov-Smirnov para una muestra La Z de Kolmogorov-Smirnov*. IBM. <https://www.ibm.com/docs/es/spss-statistics/saas?topic=tests-one-sample-kolmogorov-smirnov-test>
- Martínez Fierro, S., Ruiz RodríguezMargarita, & de Teijeiro, J. M. (n.d.). Implantación de wikis como herramienta tic en las asignaturas de organización de empresas en el primer curso del grado de turismo. *Proyectos de Innovación y Mejor Docente*. Retrieved August 18, 2022, from [https://indoc.uca.es/articulos/PI\\_14\\_111.pdf](https://indoc.uca.es/articulos/PI_14_111.pdf)
- Ministerio de turismo. (n.d.). *Ministerio de Turismo – Institución que ejerce la rectoría, regulación, control, planificación, gestión, promoción y difusión, a fin de posicionar al Ecuador como un destino turístico preferente en el mundo*. Retrieved August 13, 2022, from <https://www.turismo.gob.ec/>
- MINTUR. (2020). *Institución que ejerce la rectoría, regulación, control, planificación, gestión, promoción y difusión, a fin de posicionar al Ecuador como un destino turístico preferente en el mundo*. Ministerio de Turismo. <https://www.turismo.gob.ec/>

- Morillo Moreno, M. C. (2021). Turismo y producto turístico. Evolución, conceptos, componentes y clasificación. *Vision Gerencial*, 135–158.
- OMT. (2012, December 6). *Entender el turismo: Glosario basico*. [https://webunwto.s3-eu-west-1.amazonaws.com/imported\\_images/39099/glossarysprev.pdf](https://webunwto.s3-eu-west-1.amazonaws.com/imported_images/39099/glossarysprev.pdf)
- Ortega Páez E, Ochoa Sangrador C, & Molina Arias M. (2021). Pruebas no paramétricas. *Toma de Decisiones Clínicas Basadas En Pruebas Científicas*, 17(3), 1–5. <https://evidenciasenpediatria.es/articulo.php?lang=es&id=7892&tab=>
- Pozo-Ruz, A., Ribeiro, A., García-Alegre, M. C., García, L., Guinea, D., & Sandoval, F. (2000). Sistema de posicionamiento global (GPS): descripción, análisis de errores, aplicaciones y futuro. *ETS Ingenieros de Telecomunicaciones. Universidad de Malaga*, .
- Robleda Sanchez, M. G., Pérez Conde, E. de J., Kantún Ramírez, M. A., & Jonapá Cauich, J. A. (n.d.). *Metodología propuesta para identificar el perfil y grado de satisfaccion del turista en los principales destinos de Yucatan*. Retrieved June 7, 2022, from [https://www.ecorfan.org/actas/A%20T%20III/A%20TIII\\_10.pdf](https://www.ecorfan.org/actas/A%20T%20III/A%20TIII_10.pdf)
- Sagrista. (2021, June 1). *¿Qué tipo de turistas existen? 3 perfiles para tu estrategia*. EU Mediterrani. <https://mediterrani.com/tipos-viajeros-turistas-existen/>
- Suarez Pinzón, T. S. (2020). ANÁLISIS DE LAS HABILIDADES BLANDAS ENCONTRADAS EN RESEÑAS DE HOTELERÍA A TRAVÉS DE METABUSCADORES. *Encuentros Con Semilleros*, 2(2). <https://doi.org/10.15765/ES.V2I2.2648>
- TAFUR Avilés, G., VÉLEZ Barros, C., ALEJO Machado, O. J., ZUMBA Córdova, M., & JACOME Tapia, J. (2018). Desarrollo tecnológico del sector turístico en la ciudad de Guayaquil (Ecuador) Technological development of the tourist sector in the city of Guayaquil. *Espacio*, 39(44), 3.

Unwto. (2020, September 11). *La OMT destaca el potencial del turismo interno para ayudar a impulsar la recuperación económica de los destinos en todo el mundo.*

UNWTO Briefing Note; World Tourism Organization (UNWTO).

<https://doi.org/10.18111/9789284422111>

## 14 Apéndices

### 14.1 Apéndice 1 Aval de traducción



UNIVERSIDAD  
TÉCNICA DE  
COTOPAXI



CENTRO  
DE IDIOMAS

### *AVAL DE TRADUCCIÓN*

En calidad de Docente del Idioma Inglés del Centro de Idiomas de la Universidad Técnica de Cotopaxi; en forma legal **CERTIFICO** que:

La traducción del resumen al idioma Inglés del trabajo de titulación cuyo título versa: **“USO DE HERRAMIENTAS TECNOLÓGICAS DEL TURISTA QUE VISITA LA PROVINCIA DE PICHINCHA EN TIEMPOS DE PANDEMIA”**, presentado por: **Monge Ortiz María Eugenia y Topón Díaz Roberto Omar**, estudiantes de la Carrera de: **Ecoturismo**, perteneciente a la **Facultad de Ciencias Agropecuarias y Recursos Naturales**, lo realizaron bajo mi supervisión y cumple con una correcta estructura gramatical del Idioma.

Es todo cuanto puedo certificar en honor a la verdad y autorizo a los peticionarios hacer uso del presente aval para los fines académicos legales.

Latacunga, septiembre del 2022

Atentamente,

Mg. Marco Beltrán



CENTRO  
DE IDIOMAS

**DOCENTE CENTRO DE IDIOMAS-UTC**  
**CI: 0502666514**



## 14.2 Apéndice 2 Hoja de vida del equipo de investigadores

### UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI

#### DATOS INFORMATIVOS PERSONAL DOCENTE

##### DATOS PERSONALES

**APELLIDOS:** Abarca Zaquinaula

**NOMBRES:** Manuel Antonio

**CEDULA DE CIUDADANÍA:** 1103989669

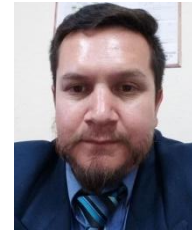
**LUGAR Y FECHA DE NACIMIENTO:** 04/01/1982

**DIRECCIÓN DOMICILIARIA:** Latacunga; Quito y Rumiñahui

**TELÉFONO CONVENCIONAL:** 072578867

**TELÉFONO CELULAR:** 0991975168

**EMAIL INSTITUCIONAL:** manuel.abarca9669@utc.edu.ec



##### ESTUDIOS REALIZADOS Y TÍTULOS OBTENIDOS

NIVEL	TITULO OBTENIDO	FECHA DE REGISTRO	CÓDIGO DEL REGISTRO CONESUP O SENESCYT
TERCER	Licenciado En Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras	23-11-2010	1031-10-1027804
CUARTO	Magister En Ecoturismo y Manejo de Áreas Naturales	28-04-2015	032-15-8606927

##### PUBLICACIONES RECIENTES

Autor/ Coautor de artículo indexado	Nombre del Artículo	Nombre de la revista	Lugar (País-ciudad)	Fecha de la publicación
Autor	Alternativas de turismo sostenible en sectores priorizados de la Provincia de Cotopaxi, Ecuador	European Scientific Journal	Macedonia	2021-06-30
Autor	Propuesta de rutas turísticas alternativas en el Ecuador Continental	RECUS	Ecuador	Diciembre 2020
Autor	Test Psicofísico Para Clasificar Turistas de Alta, Media y Baja Montaña: Una Propuesta Metodológica	European Scientific Journal	Macedonia	2020-04-30
Autor	Diagnóstico Situacional para identificar Problemas Turísticos de la Provincia de Cotopaxi, Ecuador	European Scientific Journal	Macedonia	2020-02-30

##### HISTORIAL PROFESIONAL

**FACULTAD Y CARRERA EN LA QUE LABORA:** Facultad de Ciencias Agropecuarias y Recursos Naturales – Turismo

**ÁREA DEL CONOCIMIENTO EN LA CUAL SE DESEMPEÑA:** Servicios: 81 Servicios personales

**PERÍODO ACADÉMICO DE INGRESO A LA UTC:** enero 2019

-----  
FIRMA

**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI****DATOS INFORMATIVOS PERSONAL ESTUDIANTE**

---

**DATOS PERSONALES****APELLIDOS:** Topón Díaz**NOMBRES:** Roberto Omar**ESTADO CIVIL:** Soltero**CEDULA DE CIUDADANÍA:** 1726918657**NÚMERO DE CARGAS FAMILIARES:** 1**LUGAR Y FECHA DE NACIMIENTO:** San Pedro de Taboada, 22 de julio de 1995**DIRECCIÓN DOMICILIARIA:** Cantón Rumiñahui, Sangolquí**TELÉFONO CONVENCIONAL:** (02) 2866188**TELÉFONO CELULAR:** 0998918080**EMAIL INSTITUCIONAL:** [roberto.topon8657@utc.edu.ec](mailto:roberto.topon8657@utc.edu.ec)**ESTUDIOS REALIZADOS Y TÍTULOS OBTENIDOS****Primaria y secundaria:** Unidad Educativa Franciscana “La Inmaculada”**Título obtenido:** Bachillerato en Ciencias General**CURSOS**

Full-time English program B1

**SEMINARIOS**

Ier. Seminario de Guianza y Ecoturismo, enero 2018

II Seminario de Guianza y Excursionismo – Aprender, Viajar y Coexistir, enero 2019

I Conversatorio Turismo para el Fomento Productivo, septiembre 2019

-----  
**FIRMA**

## UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI

### DATOS INFORMATIVOS PERSONAL ESTUDIANTE

#### DATOS PERSONALES

**APELLIDOS:** Monge Ortiz

**NOMBRES:** María Eugenia

**ESTADO CIVIL:** Soltera

**CEDULA DE CIUDADANÍA:** 1715190045

**NÚMERO DE CARGAS FAMILIARES:** 1

**LUGAR Y FECHA DE NACIMIENTO:** Quito, 24 de junio del 1991

**DIRECCIÓN DOMICILIARIA:** Solanda sector 2

**TELÉFONO CONVENCIONAL:** N/A

**TELÉFONO CELULAR:** 0983233617

**EMAIL INSTITUCIONAL:** [maria.monge0045@utc.edu.ec](mailto:maria.monge0045@utc.edu.ec)



#### ESTUDIOS REALIZADOS Y TÍTULOS OBTENIDOS

**Primaria:** Unidad Educativa Fe y alegría Eduardo Carrión

**Secundaria:** Unidad Educativa “La Providencia”

**Título obtenido:** Bachillerato Químico - Biólogo

NIVEL	TITULO OBTENIDO	FECHA DE REGISTRO	CÓDIGO DEL REGISTRO CONESUP O SENESCYT
TERCER	Tecnólogo en Gestión Gastronómica y Hotelera	01-09-2014	2150-14-165622

#### CURSOS

Universal English Center

Full-time English program B1

#### SEMINARIOS

Ier. Seminario de Guianza y Ecoturismo, enero 2018

II Seminario de Guianza y Excursionismo, enero 2019

I Conversatorio Turismo para el Fomento Productivo, septiembre 2019

-----  
**FIRMA**



### 14.3 Apéndice 3 Formatos de encuesta

#### Link de la encuesta aplicada a los turistas de la provincia de Pichincha

[https://docs.google.com/forms/d/1L4kB0p9hZNTAuElwhHRcHIT-Ymh5JZ6KUzAbTumOwTU/viewform?edit\\_requested=true](https://docs.google.com/forms/d/1L4kB0p9hZNTAuElwhHRcHIT-Ymh5JZ6KUzAbTumOwTU/viewform?edit_requested=true)

#### Código QR



Encuesta dirigida a los turistas que visitan la provincia de Pichincha, para determinar las herramientas tecnológicas que usa el turista en tiempos de pandemia.

#### OBJETIVO:

Analizar el uso de herramientas tecnológicas del turista de la provincia de Pichincha. En tiempos de pandemia.

#### Instrucciones

- Al ser anónima la encuesta responda con toda libertad y sinceridad.
- Antes de responder las preguntas, lea atentamente, reflexione y luego de su opinión.
- Seleccione la respuesta que considere correcta.

#### ESCANEE EL CODIGO CON SU DISPOSITIVO MOVIL



## Formato de encuesta física

### UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI

**Encuesta dirigida a los turistas que visitan la provincia de Pichincha, para determinar las herramientas tecnológicas que usa el turista en tiempos de pandemia.**

#### OBJETIVO:

Analizar el uso de herramientas tecnológicas del turista de la provincia de Pichincha. En tiempos de pandemia.

#### Instrucciones

- Al ser anónima la encuesta responda con toda libertad y sinceridad.
- Antes de responder las preguntas, lea atentamente, reflexione y luego de su opinión.
- Seleccione la respuesta que considere correcta.

### CUESTIONARIO

#### Datos Demográficos

##### 1. Edad

- 15 – 25 años
- 26 – 35 años
- 36 – 45 años
- 46 – 55 años
- Más de 56 años

##### 2. Genero

- Masculino
- Femenino

##### 3. Nacionalidad

---

#### 4. ¿Cuál es la provincia de residencia?

- |                                     |   |
|-------------------------------------|---|
| <input type="checkbox"/> Azuay      | <input type="checkbox"/> Manabí                         |
| <input type="checkbox"/> Bolívar    | <input type="checkbox"/> Morona Santiago                |
| <input type="checkbox"/> Cañar      | <input type="checkbox"/> Napo                           |
| <input type="checkbox"/> Carchi     | <input type="checkbox"/> Orellana                       |
| <input type="checkbox"/> Chimborazo | <input type="checkbox"/> Pastaza                        |
| <input type="checkbox"/> Cotopaxi   | <input type="checkbox"/> Pichincha                      |
| <input type="checkbox"/> El Oro     | <input type="checkbox"/> Santa Elena                    |
| <input type="checkbox"/> Esmeraldas | <input type="checkbox"/> Santo Domingo de los Tsáchilas |

- |                                    |   |
|------------------------------------|---|
| <input type="checkbox"/> Galápagos | <input type="checkbox"/> Sucumbíos        |
| <input type="checkbox"/> Guayas    | <input type="checkbox"/> Tungurahua       |
| <input type="checkbox"/> Imbabura  | <input type="checkbox"/> Zamora Chinchipe |
| <input type="checkbox"/> Loja      |   |

**5. ¿Cuál es su cantón de residencia?**

---

**6. Nivel de Instrucción**

- Primaria
- Secundaria
- Superior
- Posgrado
- Ninguna

**7. Estado Civil**

- Casado
- Soltero
- Unión libre
- Viudo
- Divorciado

**8. Situación laboral**

- Empleado publico
- Empleado privado
- Estudiante
- Jubilado
- Desempleado

**9. Nivel de ingresos mensuales**

- 0\$ - 425\$
- 425\$ - 500\$
- 501\$ - 1000\$
- 1001\$ - 3000\$
- Más de 3000\$

**Motivos de Viaje**

**10.Cuál es el principal objetivo de viaje**

- Ecoturismo y turismo de naturaleza

- Turismo de aventura
- Turismo comunitario
- Visitas a mercados y centros de artesanías
- Visita a familiares
- Gastronomía
- Salud, visita medica
- Compras/negocios
- Trámites legales

**11. Antes de la emergencia sanitaria, ¿Que herramientas tecnológicas utilizaba para buscar lugares turísticos?**

- Computadores (Escritorio o laptop)
- Celular (aplicaciones de turismo)
- Páginas Web de turismo
- Redes Sociales
- Aplicaciones de Geolocalización
- Otros

**11.1 ¿Si escogió otros, favor escribir cuáles?**

---

**12. ¿Qué tiempo dedicaba al uso de las herramientas tecnológicas utilizadas antes de la emergencia sanitaria?**

- De 1 a 2 horas al día
- De 2 a 4 horas al día
- De 4 a 6 horas al día
- De 6 a 8 horas al día

**13. ¿Cuánto estima usted que gastaba al mes, en el uso de las herramientas tecnológicas utilizadas antes de la emergencia sanitaria?**

- De 0 a 10\$
- De 11 a 20\$
- De 21 a 30\$
- De 31 a 40\$
- De 41 a 50\$
- De 51 a 60\$
- Más de 60\$

**14. ¿Cuál considera usted que fue la herramienta tecnológica que más usó para la búsqueda de lugares turísticos antes de la emergencia sanitaria?**

- Computadores (Escritorio o laptop)
- Celular (aplicaciones de turismo)
- Páginas Web de turismo
- Redes Sociales
- Aplicaciones de Geolocalización

**14.1 En relación a la pregunta 14 ¿Si escogió otros, favor escribir cuáles?**

---

**15. ¿Qué tiempo dedicaba al uso de las herramientas tecnológicas durante la presente emergencia sanitaria?**

- De 1 a 2 horas al día
- De 3 a 4 horas al día
- De 5 a 6 horas al día
- De 7 a 8 horas al día
- Más de 8 horas al día

**16. ¿Cuánto estima usted que gasta al mes, en el uso de las herramientas tecnológicas utilizadas durante la emergencia sanitaria?**

- De 0 a 10\$
- De 11 a 20\$
- De 21 a 30\$
- De 31 a 40\$
- De 41 a 50\$
- De 51 a 60\$
- Más de 60\$

**17. ¿Cuál considera usted que es la herramienta tecnológica que más utiliza para la búsqueda de lugares turísticos durante la emergencia sanitaria?**

- Computadores (Escritorio o laptop)
- Celular (aplicaciones de turismo)
- Páginas Web de turismo
- Redes Sociales
- Aplicaciones de Geolocalización
- Otros

## 17.1 En relación a la pregunta 17 ¿Si escogió otros, favor escribir cuáles?

### GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI



Encuesta dirigida a los turistas que visitan la provincia de Pichincha, para determinar las herramientas tecnológicas que usa el turista en tiempos de pandemia.

**OBJETIVO:**  
Analizar el uso de herramientas tecnológicas del turista de la provincia de Pichincha. En tiempos de pandemia.

**Instrucciones**

- > Al ser anónima la encuesta responda con toda libertad y sinceridad.
- > Antes de responder las preguntas, lea atentamente, reflexione y luego de su opinión.
- > Seleccione la respuesta que considere correcta.

**CUESTIONARIO**

**Datos Demográficos**

**1. Edad**

- 15 – 25 años  
 26 – 35 años  
 36 – 45 años  
 46 – 55 años  
 Más de 56 años

**2. Genero**

- Masculino  
 Femenino

**3. Nacionalidad**

4. ¿Cuál es la provincia de residencia?



- |                                     |   |
|-------------------------------------|---|
| <input type="checkbox"/> Azuay      | <input type="checkbox"/> Manabí                         |
| <input type="checkbox"/> Bolívar    | <input type="checkbox"/> Morona Santiago                |
| <input type="checkbox"/> Cañar      | <input type="checkbox"/> Napo                           |
| <input type="checkbox"/> Carchi     | <input type="checkbox"/> Orellana                       |
| <input type="checkbox"/> Chimborazo | <input type="checkbox"/> Pastaza                        |
| <input type="checkbox"/> Cotopaxi   | <input type="checkbox"/> Pichincha                      |
| <input type="checkbox"/> El Oro     | <input type="checkbox"/> Santa Elena                    |
| <input type="checkbox"/> Esmeraldas | <input type="checkbox"/> Santo Domingo de los Tsáchilas |
| <input type="checkbox"/> Galápagos  | <input type="checkbox"/> Sucumbios                      |
| <input type="checkbox"/> Guayas     | <input type="checkbox"/> Tungurahua                     |
| <input type="checkbox"/> Imbabura   | <input type="checkbox"/> Zamora Chinchipe               |

5. ¿Cuál es su cantón de residencia?

**6. Nivel de Instrucción**

- Primaria  
 Secundaria  
 Superior  
 Posgrado  
 Ninguna

**7. Estado Civil**

- Casado  
 Soltero  
 Unión libre  
 Viudo  
 Divorciado

**8. Situación laboral**

- Empleado publico  
 Empleado privado  
 Estudiante  
 Jubilado  
 Desempleado

**9. Nivel de ingresos mensuales**

- 0\$ - 425\$  
 425\$ - 500\$  
 501\$ - 1000\$  
 1001\$ - 3000\$  
 Más de 3000\$

**Motivos de Viaje**

**10.Cuál es el principal objetivo de viaje**

- Ecoturismo y turismo de naturaleza  
 Turismo de aventura  
 Turismo comunitario  
 Visitas a mercados y centros de artesanías  
 Visita a familiares  
 Gastronomía  
 Salud, visita medica

11. Antes de la emergencia sanitaria, ¿Que herramientas tecnológicas utilizaba para buscar lugares turísticos?

- Computadores (Escritorio o laptop)  
 Celular (aplicaciones de turismo)  
 Páginas Web de turismo  
 Redes Sociales  
 Aplicaciones de Geolocalización  
 Otros

11.1. ¿Si escogió otros, favor escribir cuáles?

12. ¿Qué tiempo dedicaba al uso de las herramientas tecnológicas utilizadas antes de la emergencia sanitaria?

- De 1 a 2 horas al día  
 De 2 a 4 horas al día  
 De 4 a 6 horas al día  
 De 6 a 8 horas al día

13. ¿Cuánto estima usted que gastaba al mes, en el uso de las herramientas tecnológicas utilizadas antes de la emergencia sanitaria?

- De 0 a 10\$  
 De 11 a 20\$  
 De 21 a 30\$  
 De 31 a 40\$  
 De 41 a 50\$  
 De 51 a 60\$  
 Más de 60\$

14. ¿Cuál considera usted que fue la herramienta tecnológica que más usó para la búsqueda de lugares turísticos antes de la emergencia sanitaria?

- Computadores (Escritorio o laptop)  
 Celular (aplicaciones de turismo)  
 Páginas Web de turismo  
 Redes Sociales  
 Aplicaciones de Geolocalización

14.1 En relación a la pregunta 14 ¿Si escogió otros, favor escribir cuáles?

15. ¿Qué tiempo dedicaba al uso de las herramientas tecnológicas durante la presente emergencia sanitaria?

- De 1 a 2 horas al día  
 De 3 a 4 horas al día  
 De 5 a 6 horas al día  
 De 7 a 8 horas al día  
 Más de 8 horas al día

16. ¿Cuánto estima usted que gasta al mes, en el uso de las herramientas tecnológicas utilizadas durante la emergencia sanitaria?

- De 0 a 10\$  
 De 11 a 20\$  
 De 21 a 30\$  
 De 31 a 40\$  
 De 41 a 50\$  
 De 51 a 60\$  
 Más de 60\$

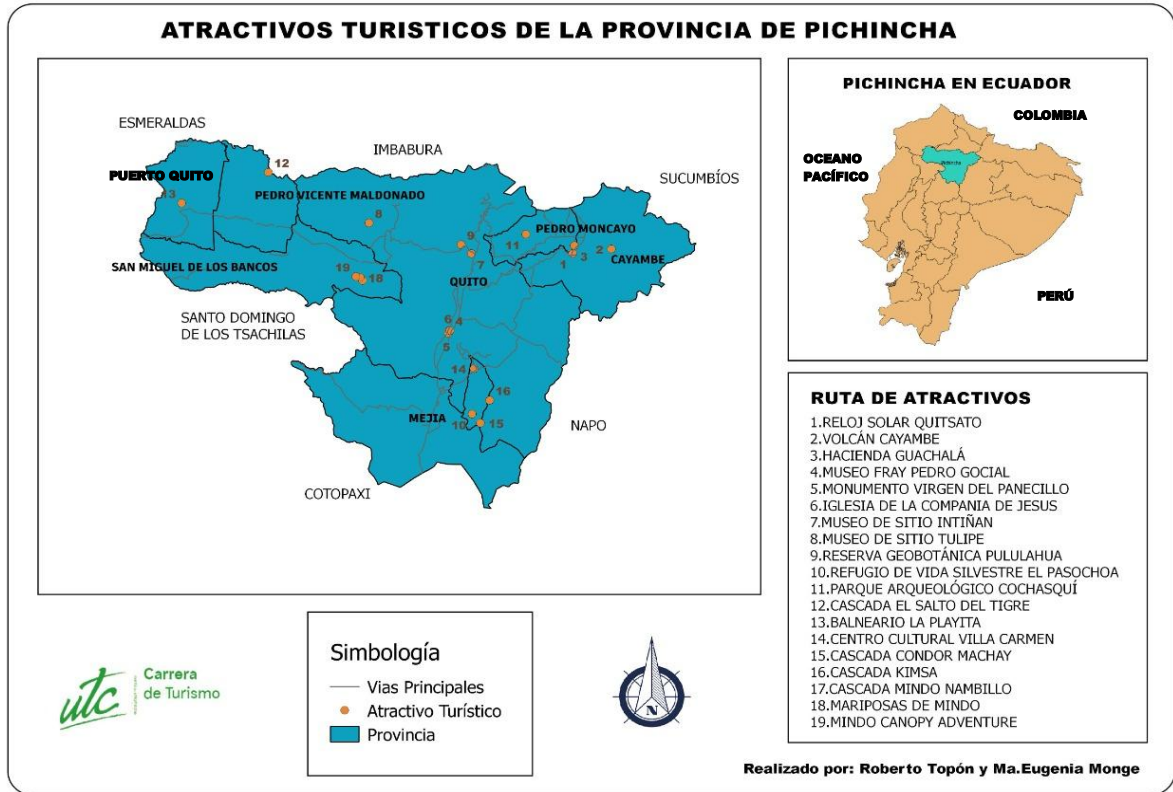
17. ¿Cuál considera usted que es la herramienta tecnológica que más utiliza para la búsqueda de lugares turísticos durante la emergencia sanitaria?

- Computadores (Escritorio o laptop)  
 Celular (aplicaciones de turismo)  
 Páginas Web de turismo  
 Redes Sociales  
 Aplicaciones de Geolocalización  
 Otros

17.1 En relación a la pregunta 17 ¿Si escogió otros, favor escribir cuáles?

GRACIAS POR SU COLABORACION

14.4 Apéndice 4 Mapa Ruta de Atractivos Visitados para encuestar



## 14.5 Apéndice 5 Visitas in situ

### Refugio de vida silvestre Pasochoa



### Villa el Carmen







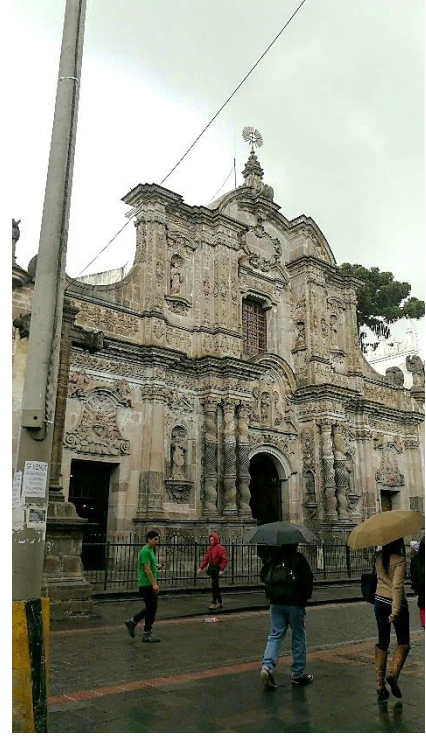
Museo de sitio Intiñan



Mindo



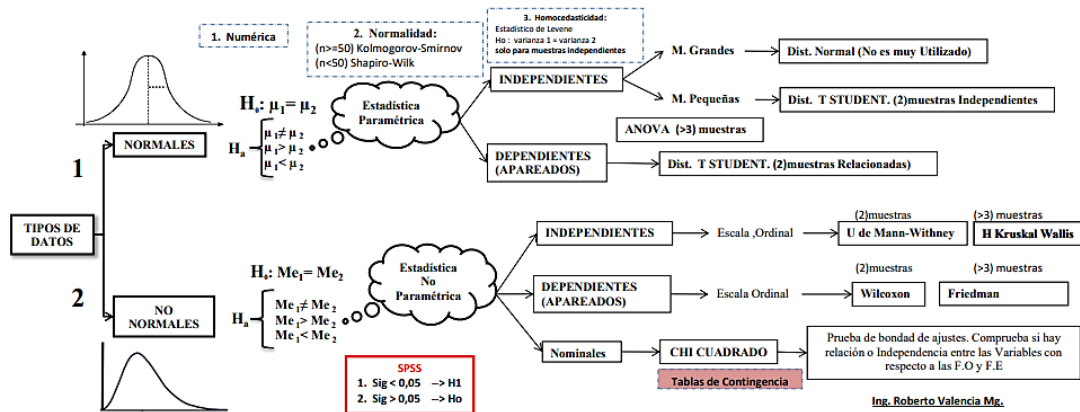
Centro historico de Quito



### 14.6 Apéndice 6 Análisis del SPSS

Coefficiente de Correlación	Grado de Correlación
1	Perfecta
0.8 – 1	Muy Fuerte
0.6 – 0.8	Fuerte
0.4 – 0.6	Moderada
0.2 – 0.4	Débil
0 – 0.2	Muy Débil
0	Nula

R de Pearson	Sentido de Correlación
+	Directa
-	Inversa



### 14.7 Apéndice 7 Rango de estudio de Wilcoxon

Variable tipo de herramienta

	Rangos	N	Rango promedio	Suma de rangos
¿Cuál considera usted que es la herramienta tecnológica que más utiliza para la búsqueda de lugares turísticos durante la emergencia sanitaria? - ¿Cuál considera usted que fue la herramienta tecnológica que más usó para la búsqueda de lugares turísticos antes de la emergencia sanitaria?	Rangos negativos	62 <sup>a</sup>	80.03	4962.00
	Rangos positivos	106 <sup>b</sup>	87.11	9234.00
	Empates	218 <sup>c</sup>		
Total		386		

Variable de frecuencia

		Rangos		
		N	Rango promedio	Suma de rangos
¿Qué tiempo dedica al uso de las herramientas tecnológicas durante la presente emergencia sanitaria? - Qué tiempo dedicaba al uso de las herramientas tecnológicas utilizadas antes de la emergencia sanitaria?	Rangos negativos	28 <sup>a</sup>	92.61	2593.00
	Rangos positivos	184 <sup>b</sup>	108.61	19985.00
	Empates	174 <sup>c</sup>		
	Total	386		

Variable de gasto

		Rangos		
		N	Rango promedio	Suma de rangos
¿Cuánto estima usted que gasta al mes, en el uso de las herramientas tecnológicas utilizadas durante la emergencia sanitaria? - ¿Cuánto estima usted que gastaba al mes, en el uso de las herramientas tecnológicas utilizadas antes de la emergencia sanitaria?	Rangos negativos	51 <sup>a</sup>	68.90	3514.00
	Rangos positivos	104 <sup>b</sup>	82.46	8576.00
	Empates	231 <sup>c</sup>		
	Total	386		

14.8 Apéndice 8 Taxonomía de Bloom

Procesos cognitivos de orden inferior		Procesos cognitivos de orden superior					
<b>RECORDAR</b>	<b>COMPRENDER</b>	<b>APLICAR</b>	<b>ANALIZAR</b>	<b>EVALUAR</b>	<b>CREAR</b>		
Recordar hechos/datos sin necesidad de entender. Se muestra material aprendido previamente mediante el recuerdo de términos, conceptos básicos y respuestas.	Mostrar entendimiento a la hora de encontrar información del texto. Se demuestra comprensión básica de hechos e ideas.	Usar en una nueva situación. Resolver problemas mediante la aplicación de conocimiento, hechos o técnicas previamente adquiridos en una manera diferente.	Examinar en detalle. Examinar y descomponer la información en partes identificando los motivos o causas; realizar inferencias y encontrar evidencias que apoyen las generalizaciones.	Justificar. Presentar y defender opiniones realizando juicios sobre la información, la validez de ideas o la calidad de un trabajo basándose en una serie de criterios.	Cambiar o crear algo nuevo. Recopilar información de una manera diferente combinando sus elementos en un nuevo modelo o proponer soluciones alternativas.		
<b>PALABRAS CLAVE:</b> Elegir observar mostrar Copiar omitir deletrear Definir rastrear afirmar Decir cuándo duplicar Citar repetir qué leer relacionar nombrar Quién listar repetir Rectar escribir localizar Cómo dónde Memorizar Por qué reconocer	<b>PALABRAS CLAVE:</b> Preguntar esquematizar Generalizar predecir Clasificar dar ejemplos Comparar relacionar Contrastar ilustrar Parafrasear demostrar Informar discutir Inferir revisar Interpretar mostrar Explicar resumir Expresar observar Traducir	<b>PALABRAS CLAVE:</b> Actuar emplear practicar Identificar seleccionar agrupar Calcular elegir resumir Entrevistar planear desarrollar Enseñar transferir interpretar Usar demostrar categorizar Conectar dramatizar construir Planear manipular resolver Simular seleccionar unir Hacer uso organizar	<b>PALABRAS CLAVE:</b> Examinar priorizar encontrar Razonar destacar causa-efecto Inferencia separar aislar Comparar distinguir reorganizar Dividir motivar diferenciar Buscar similitudes descomponer Inspeccionar investigar Simplificar categorizar Preguntar ordenar Elegir poner a prueba Establecer observar Encuestar	<b>PALABRAS CLAVE:</b> Medir opinar argumentar Evaluar premiar testar Decidir debatir convencer Apoyar explicar seleccionar Defender comparar deducir Justificar percibir recomendar Criticar probar estimar Juzgar influir persuadir Valorar demostrar	<b>PALABRAS CLAVE:</b> Adaptar estimar planear Añadir experimentar testar Construir extender sustituir Cambiar formular reescribir Combinar hipotetizar suponer Componer innovar teorizar Compilar mejorar pensar Componer maximizar simplificar Crear minimizar proponer Descubrir modelar visualizar Diseñar modificar Desarrollar originar Elaborar transformar		
<b>ACCIONES</b> <b>RESULTADO</b>	<b>ACCIONES</b> <b>RESULTADO</b>	<b>ACCIONES</b> <b>RESULTADO</b>	<b>ACCIONES</b> <b>RESULTADO</b>	<b>ACCIONES</b> <b>RESULTADO</b>	<b>ACCIONES</b> <b>RESULTADO</b>		
Describir    Definición Encontrar    Hechos Identificar    Etiquetado Listar    Listado Localizar    Cuestionario Nombrar    Reproducción Reconocer    Test Recuperar    Cuaderno Fotocopia	Clasificar    Colección Comparar    Ejemplos Ejemplificar    Explicación Explicar    Etiquetado Inferir    Listado Interpretar    Esquema Parafrasear    Cuestionario Resumir    Resumen Muestra y cuenta	Desempeñar    Demostración Ejecutar    Diario Implementar    Ilustraciones Usar    Entrevista Emplear    Interpretación Realizar    Simulación Presentación Dibujo	Atribuir    Reseña Deconstruir    Gráfica Integrar    Lista de control Organizar    Base de datos Esquematizar    Gráfico Estructurar    Informe Encuesta Hoja de cálculo	Atribuir    reseña Comprobar    gráfica Deconstruir    base de datos Integrar    informe Organizar    hoja de cálculo Esquematizar    encuesta Estructurar    Encuesta	Construir    anuncio Diseñar    película Trazar    juego Idear    dibujar Planificar    plan Producir    proyecto Hacer    canción Historia Producto audiovisual		
<b>PREGUNTAS</b>	<b>PREGUNTAS</b>	<b>PREGUNTAS</b>	<b>PREGUNTAS</b>	<b>PREGUNTAS</b>	<b>PREGUNTAS</b>		
¿Puedes enumerar...? ¿Puedes recordar...? ¿Puedes seleccionar...? ¿Cómo ocurrió...? ¿Cómo es...? ¿Cómo describirías...? ¿Podrías explicar...? ¿Cómo mostrarías...? ¿Qué es...? ¿Cuál...? ¿Quién fue...? ¿Quiénes fueron los principales...? ¿Por qué...?	¿Puedes explicar que está ocurriendo...? ¿Cómo clasificarías...? ¿Cómo organizarías... para presentar...? ¿Cómo compararías/contrastarías...? ¿Cómo podrías parafrasear el significado de...? ¿Cómo resumirías...? ¿Qué puedes decir sobre...? ¿Cuál es la mejor respuesta...? ¿Qué afirmaciones apoyan...? ¿Podrías afirmar o interpretar en tus propias palabras...?	¿Cómo usarías...? ¿Qué ejemplos sobre... puedes encontrar? ¿Cómo organizarías... para presentar...? ¿Cómo aplicarías lo que has aprendido para desarrollar...? ¿Qué enfoque usarías para...? ¿Qué aspectos seleccionarías para mostrar...? ¿Qué preguntas harías en una entrevista a...?	¿Cuáles son las partes o rasgos de...? ¿En qué aspectos está...? ¿Relacionado/a con...? ¿Por qué opinas que...? ¿Qué motivo hay para...? ¿Puedes hacer un listado de las partes...? ¿Qué ideas justifican...? ¿Qué conclusiones extraes de...? ¿Puedes evidencias de... encuentras? ¿Puedes distinguir entre...? ¿Cuál es la relación entre...? ¿Cuál es la función de...?	¿Estás de acuerdo con...? ¿Cuál es tu opinión sobre...? ¿Cómo comprobarías...? ¿Sería mejor si...? ¿Por qué ese personaje...? ¿Cómo valorarías...? ¿Cómo determinarías...? ¿Cómo priorizarías...? ¿Qué información podrías para apoyar tu punto de vista? ¿Cómo justificarías...? ¿Qué datos te llevaron a esa conclusión? ¿Qué seleccionarías para...? ¿Qué elección hubieras tomado si...?	¿Qué cambios harías para...? ¿Cómo mejorarías...? ¿Qué pasaría si...? ¿Podrías proponer una alternativa? ¿Puedes elaborar... basándote en...? ¿De qué forma evaluarías...? ¿Podrías formular una teoría alternativa? ¿Qué harías para maximizar/minimizar...? ¿Cómo pondrías a prueba...? ¿Podrías construir un modelo que cambie...? ¿Se te ocurre un modo original para...? ¿Cómo cambiarías el guión/plan? ¿Cómo adaptarías... para...?		