



# **UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI**

## **FACULTAD DE CIENCIAS AGROPECUARIAS Y RECURSOS NATURALES**

### **CARRERA DE TURISMO**

#### **PROYECTO DE INVESTIGACIÓN**

**Título:**

**“PERFIL DEL TURISTA DE NATURALEZA QUE VISITA LA PROVINCIA DE  
COTOPAXI”**

Proyecto de Investigación presentado previo a la obtención del Título de  
Licenciado en Turismo.

**Autor:**

Gangotena Pazmiño Washington Patricio

**Tutora:**

Armijos Anjo Sara Alejandra, Ing. Mg.

**LATACUNGA – ECUADOR**

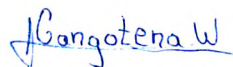
**Agosto 2023**

## DECLARACIÓN DE AUTORÍA

Washington Patricio Gangotena Pazmiño, con cédula de ciudadanía No. 1718912528, declaro ser autor del presente proyecto de investigación: “Perfil del turista de naturaleza que visita la provincia de Cotopaxi”, siendo la Ingeniera Mg. Armijos Ango Sara Alejandra, Tutora del presente trabajo; y, eximo 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, 07 de agosto del 2023



Gangotena Pazmiño Washington Patricio  
Estudiante  
CC: 1718912528



Ing. Sara Alejandra Armijos Ango, Mg.  
Docente Tutora  
CC: 1803993995

## **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 **GANGOTENA PAZMIÑO WASHINGTON PATRICIO**, identificada con cédula de ciudadanía **1718912528**, de estado civil soltera, a quien en lo sucesivo se denominará **EL CEDENTE**; y, de otra parte, la Doctora Idalia Eleonora Pacheco Tigselema, en calidad de Rectora, 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 Turismo, titular de los derechos patrimoniales y morales sobre el trabajo de grado “Perfil del turista de naturaleza que visita la provincia de Cotopaxi”, la cual se encuentra elaborada según los requerimientos académicos propios de la Facultad; y, las características que a continuación se detallan:

### **Historial Académico**

Inicio de la carrera: Octubre 2019 – Marzo 2020

Finalización de la carrera: Abril 2023 – Agosto 2023

Aprobación en Consejo Directivo: 25 de mayo del 2023

Tutora: Ingeniera Mg. Sara Alejandra Armijos Ango

Tema: “Perfil del turista de naturaleza que visita la provincia de Cotopaxi”

**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 solicite.

En señal de conformidad las partes suscriben este documento en dos ejemplares de igual valor y tenor en la ciudad de Latacunga, a los 7 días del mes de agosto del 2023.



Gangotena Pazmiño Washington Patricio  
**EL CEDENTE**

Dra. Idalia Pacheco Tigselema  
**LA CESIONARIA**

## **AVAL DE LA TUTORA DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN**

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

**“PERFIL DEL TURISTA DE NATURALEZA QUE VISITA LA PROVINCIA DE COTOPAXI”**, de Gangotena Pazmiño Washington Patricio, de la carrera de Turismo, 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, 07 de agosto del 2023



Ing. Sara Alejandra Armijos Ango, Mg.

**DOCENTE TUTORA**

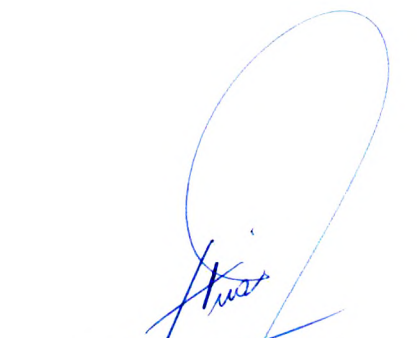
CC: 1803993995

## 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 Recurso Naturales; por cuanto, el postulante Gangotena Pazmiño Washington Patricio, con el título del Proyecto de Investigación: **“PERFIL DEL TURISTA DE NATURALEZA QUE VISITA LA PROVINCIA DE COTOPAXI”**, ha 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 los empastados correspondientes, según la normativa institucional.


Latacunga, 07 de agosto del 2023



Lector 1 (Presidente)  
Ing. Freddy Álvarez Lema, Mg.  
CC: 1712930328



Lector 2  
Lcdo. Adolfo Ricardo Guamán, Mg.  
CC: 1802830123



Lector 3  
Lcdo. Manuel Abarca Zaquinaula, Mg.  
CC: 1103989669

## **AGRADECIMIENTO**

Deseo expresar mi gratitud en primer lugar a Dios quien guía el camino de mi vida y supo otorgarme fuerza en momentos de adversidad. Agradezco a mis padres que siempre me apoyaron, cuidaron y dedicaron su tiempo en que logre cumplir con mis sueños y en especial a mi tutora Ing. Armijos Ango Sara Alejandra, Mg quien ha sido una guía en todo mi proceso formativo con sus enseñanzas y su paciencia para desarrollar este trabajo.

Gangotena Pazmiño Washington Patricio

## **DEDICATORIA**

La presente tesis está dedicada a Dios, ya que gracias a él he logrado concluir mi carrera, a mis padres Norma Pazmiño y Washington Gangotena quienes me impulsan cada día de mi vida, a superarme y alcanzar nuevas metas.

Gangotena Pazmiño Washington Patricio



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

**TITULO: “PERFIL DEL TURISTA DE NATURALEZA QUE VISITA LA PROVINCIA DE COTOPAXI”**

AUTOR: Gangotena Pazmiño Washington Patricio.

**RESUMEN**

La presente investigación tiene como finalidad caracterizar el perfil del turista de naturaleza que visita la provincia de Cotopaxi, a través de la investigación descriptiva con un enfoque cuantitativo en la cual se utilizó la estadística para la recopilación y análisis de las muestras válidas que se obtuvieron de la aplicación de las encuestas con el propósito de caracterizar al turista y conocer la oferta en los destinos de naturaleza de la provincia. Para el cumplimiento del primer objetivo, empleo la revisión bibliográfica del inventario de atractivos turísticos, libros, tesis y planes de desarrollo y ordenamiento territorial con el propósito de seleccionar 10 atractivos de naturaleza para los cuales las características que se evaluaron son la ubicación, cantidad de turistas y el nivel de jerarquía de II y III. Para caracterizar el perfil del turista se aplicó 385 encuestas de las cuales se analizó las variables demográficas, socioeconómicas, motivación y preferencia con lo cual se definió que los turistas que visitan la provincia corresponden con el 51% a turistas extranjeros y el 49% son turistas nacionales los cuales son provenientes de las provincias de Pichincha, Tungurahua y Cotopaxi quienes tienen un rango de edad de 31 a 40 años que prefieren realizar sus viajes acompañados por su familia y destinan su tiempo a realizar actividades como caminata y fotografía quienes se informaron a través de redes sociales con el fin de centrarse en gastos como alimentación y transporte destinando un promedio de \$100 en recursos naturales, áreas protegidas bosques, montañas y lagunas convirtiéndose en los principales recursos naturales que los turistas deciden visitar. Para el desarrollo del segundo objetivo se utilizó el método descriptivo con el fin de interpretar los resultados de la caracterización del perfil del turista y proporcionar una herramienta técnica la cual es el boletín turístico que se centrará en los prestadores de servicios y técnicos en turismo mediante la aplicación Adobe Indesign CS6 con el propósito de conocer su público objetivo y redireccionar sus productos o servicios. El proyecto de investigación permitirá determinar el perfil del turista de naturaleza que visita la provincia de Cotopaxi la cual se encuentra actualizada a la realidad de la provincia contribuyendo al fortalecimiento de la misma con el fin de facilitar una información actualizada de las variables del perfil del turista.

**Palabras clave:** perfil, demográfico, socioeconómico, motivación y preferencia.

**COTOPAXI TECHNICAL UNIVERSITY**

**AGRICULTURAL SCIENCES AND NATURAL RESOURCES FACULTY**

**TITLE: "PROFILE OF THE NATURE TOURIST WHO VISITS THE PROVINCE OF COTOPAXI"**

**AUTHOR:** Gangotena Pazmiño Washington Patricio.

**ABSTRACT**

The purpose of this research is to characterize the profile of the nature tourist who visits the province of Cotopaxi, through descriptive research with a quantitative approach in which statistics were provided for the collection and analysis of valid samples that will be obtained from the application of the surveys with the purpose of characterizing the tourist and knowing the offer in the nature destinations of the province. For the fulfillment of the first objective, I use the bibliographic review of the inventory of tourist attractions, books, theses and development plans and territorial ordering with the purpose of selecting 10 natural attractions for which the characteristics that were evaluated are the location, amount of tourists and the hierarchy level of II and III. To characterize the profile of the tourist, 385 surveys were applied, of which the demographic, socioeconomic, motivation and preference variables were analyzed, with which it was defined that the tourists who visit the province correspond to 51% foreign tourists and 49% are tourists. nationals which are from the provinces of Pichincha, Tungurahua and Cotopaxi who have an age range of 31 to 40 years who prefer to make their trips accompanied by their family and spend their time doing activities such as walking and photography who are informed through of social networks in order to spend on expenses such as food and transportation, allocating an average of \$100 in natural resources, protected areas, forests, mountains, and lagoons, becoming the main natural resources that tourists decide to visit. For the development of the second objective, the descriptive method was obtained in order to interpret the results of the characterization of the tourist profile and provide a technical tool which is the tourist bulletin that will focus on service providers and tourism technicians through the Adobe Indesign CS6 application with the purpose of knowing your target audience and redirecting your products or services. The research project will determine the profile of the nature tourist who visits the province of Cotopaxi, which is updated to the reality of the province, contributing to its strengthening in order to provide updated information on the variables of the tourist profile.

**Keywords:** profile, demographic, socioeconomic, motivation and preference.

## Índice

DECLARACIÓN DE AUTORÍA .....	ii
CONTRATO DE CESIÓN NO EXCLUSIVA DE DERECHOS DE AUTOR.....	iii
AVAL DEL TUTOR DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN.....	v
AVAL DE LOS LECTORES DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN.....	vi
AGRADECIMIENTO .....	vii
DEDICATORIA.....	viii
RESUMEN.....	ix
ABSTRACT .....	x
1. Información general.....	1
2. El problema de investigación .....	2
3. Justificación del proyecto .....	2
4. Beneficiarios del proyecto de investigación.....	4
5. Objetivos: .....	6
5.1. Objetivo General.....	6
5.2. Objetivos Específicos .....	6
6. Actividades y sistema de tareas.....	7
7. Fundamentación científico técnica .....	8
7.1 Marco legal .....	8
7.2 Turismo.....	10
7.3 Turista.....	10
7.4 Tipos de turismo .....	10
7.4.1 Turismo de naturaleza.....	11
7.4.2 Turismo médico o de bienestar.....	11
7.4.3 Turismo cultural.....	11
7.4.4 Turismo de negocios.....	11
7.4.5 Turismo de aventura.....	12
7.4.6 Turismo rural.....	12
7.4.7 Turismo gastronómico.....	12
7.4.8 Turismo de crucero.....	12
7.5 Demanda turística .....	13
7.5.1 La demanda interna y externa .....	13
7.5.2 La demanda estacional .....	13
7.6 Perfil del Turista .....	14

7.7	Importancia del perfil del turista.....	15
7.7.1	La segmentación del mercado:.....	15
7.7.2	Planificación y promoción efectiva:.....	15
7.7.3:	Impulsar la economía local: .....	15
7.8	Turismo post pandemia.....	15
7.9	Tendencias del Turismo.....	17
7.9.1	El turismo regenerativo .....	17
7.9.2	Turismo de vacunas:.....	17
7.9.3	El turismo virtual:.....	17
7.10	Características de las corrientes turísticas.....	18
7.11	Evolución del Turismo después de la Pandemia.....	18
7.12	Jerarquización de atractivos .....	18
8.	Validación de las preguntas científicas o hipótesis. ....	19
9.	Metodología.....	20
9.1	Descripción del área de estudio .....	20
9.1.1	División Política Administrativa.....	20
9.1.2	Límites de la provincia. ....	21
9.1.3	Distribución de la población. ....	22
9.2	Atractivos turísticos de naturaleza dentro de la provincia de Cotopaxi. ....	23
9.2.1	Selección de atractivos. ....	25
9.2.2	Descripción de los atractivos.....	26
9.3	Instrumento de recolección de datos.....	32
9.4	Cronograma de salidas de campo para la aplicación de la encuesta.....	36
9.5	Cálculo del tamaño de la muestra .....	37
10.	Boletín turístico .....	39
10.1	Aplicaciones para el diseño del boletín. ....	39
10.1.1	Adobe inside.....	39
10.1.2	Canva .....	39
10.2	Elementos del boletín turístico. ....	39
10.2.1	Portada.....	39
10.2.2	Contraportada .....	40
10.2.3	Imágenes.....	40
10.2.4	Gama de colores .....	40
10.2.5	Tipografía.....	41
10.2.6	Créditos .....	41

11. Análisis de los resultados .....	42
Variables Demográficas.....	42
Variable Socio-Económicas.....	48
Variable De Motivación.....	55
Variable De Preferencias .....	61
11.1 Resumen del perfil del turista .....	66
12. Boletín turístico. ....	67
12.2 Código QR: .....	70
13. Impactos .....	72
14. Conclusiones: .....	73
15. Recomendaciones: .....	74
16. Bibliografía.....	75
17.1 Apéndice 1: Hoja de vida del equipo de trabajo. ....	81
17.2 Apéndice 2: Aval de traducción.....	83
17.3 Apéndice 3: Instrumento de recolección de datos. ....	84
17.4 Apéndice 4.- Modelo de la Encuesta .....	88
17.5 Apéndice 5.- Evidencia del trabajo en campo durante la aplicación del instrumento de recolección de datos y visita Insitu de los atractivos. ....	92
17.6 Apéndice 6.- Evidencia del trabajo en campo, encuestas llenas.....	98
17.7 Apéndice 7.- Boletín turístico .....	100

### **Índice de tablas**

Tabla 1 Beneficiarios Indirectos .....	4
Tabla 2 Beneficiarios Directos .....	5
Tabla 3 Sistematización de tareas de Los Objetivo .....	7
Tabla 4 Corrientes turísticas. ....	18
Tabla 5 Jerarquización de atractivos.....	19
Tabla 6 División política de la provincia de Cotopaxi .....	21
Tabla 7 Distribución de la población. ....	22
Tabla 8 Atractivos turísticos de naturaleza dentro de la provincia de Cotopaxi.....	23
Tabla 9 Atractivos seleccionados.....	25
Tabla 10 Descripción de los atractivos. ....	26
Tabla 11 Instrumento de recolección de datos.....	32
Tabla 12 Cronograma de salidas de campo. ....	36
Tabla 13 Nivel de Confianza .....	38

Tabla 14 Resumen del perfil del turista .....	66
Tabla 15 Impactos.....	72

### **Índice de figuras**

Figura 1 Atractivo Turístico.....	42
Figura 2 ¿Nacionalidad?.....	43
Figura 3 ¿Edad?.....	44
Figura 4 ¿Género? .....	44
Figura 5 ¿Estado civil? .....	46
Figura 6 Situación Laboral .....	47
Figura 7 ¿Promedio mensual de ingresos? .....	48
Figura 8 ¿Nivel de estudios? .....	49
Figura 9 ¿Con quién viaja?.....	50
Figura 10 ¿Cuántos mayores de 16 años le acompañan? .....	51
Figura 11 ¿Cuántos menores de 16 años le acompañan? .....	52
Figura 12 ¿Cuánto estimó gastar durante su visita a la Provincia? .....	53
Figura 13 ¿Qué porcentaje del gasto destinó para? .....	54
Figura 14 ¿Cuál fue el motivo de su viaje? .....	55
Figura 15 ¿Qué otro atractivo turístico de la Provincia le gustaría visitar? .....	56
Figura 16 ¿Qué tiempo estimó para su visita en la Provincia?.....	57
Figura 17 ¿A través de que medio se informó sobre el atractivo turístico de la Provincia de Cotopaxi?.....	58
Figura 18 ¿Cada que tiempo realiza actividades turísticas? .....	59
Figura 19 ¿Cuántas veces ha visitado la Provincia de Cotopaxi? .....	60
Figura 20 ¿Cuál es su tipo de turismo favorito?.....	61
Figura 21 ¿Qué tipo de hospedaje prefiere? .....	62
Figura 22 ¿Qué tipo de recursos naturales prefiere visitar? .....	63
Figura 23 ¿Qué actividades prefiere realizar en su visita? .....	64
Figura 24 ¿Qué tipo de transporte prefiere usar para viajar? .....	65

### **Índice de fotografías.**

Fotografía 1: Parque Nacional Cotopaxi .....	92
Fotografía 2: Laguna Del Quilotoa.....	92

Fotografía 3: Siete Cascadas Del Zapanal.....	93
Fotografía 4: Laguna De Yambo .....	93
Fotografía 5: Área Nacional De Recreación El Boliche.....	94
Fotografía 6: Cerro Putzalahua.....	95
Fotografía 7: Cerro De Sinchahuasin .....	95
Fotografía 8: Cañón Del Toachi .....	96
Fotografía 9: Churo De Amanta .....	96
Fotografía 10: Manantial Y Termas Cunugyacu.....	97

**1. Información general.****1.1 Título.**

Perfil del turista de naturaleza que visita la provincia de Cotopaxi

**1.2 Lugar de ejecución.**

Provincia: Cotopaxi.

Zona: 3.

**1.3 Institución.**

Universidad Técnica de Cotopaxi.

**1.4 Facultad académica:**

Ciencias Agropecuarias y Recursos Naturales.

**1.5 Carrera que auspicia:**

Licenciatura en Turismo.

**1.6 Proyecto vinculado:**

Perfil de la demanda turística.

**1.7 Nombres de equipo de investigadores:**

Estudiante - Investigador: Gangotena Pazmiño Washington Patricio.

Correo electrónico institucional: washington.gangotena2528@utc.edu.ec

Número telefónico: 0962594486

Tutor: Ing. Armijos Ango Sara Alejandra, Mg.

Correo electrónico institucional: sara.armijos3995@utc.edu.ec

Número telefónico: 0992734236

**1.8 Área de conocimientos:**

Servicios.

**1.9 Línea de investigación:**

Planificación y gestión del servicio sostenible.

**1.10 Sub línea de investigación de la carrera:**

Análisis del turismo.



## **2. El problema de investigación**

El turismo ha venido posicionándose ventajosamente en la economía mundial, como una de las principales actividades económicas la cual ha sufrido una drástica modificación en varios sectores, ocasionada por el Covid-19 por lo que ninguna otra crisis había conducido a un decrecimiento progresivo del turismo mundial. (Mechero Sánchez, 2020).

A nivel mundial el turismo fue uno de los sectores que se vio afectado directamente debido a que los turistas no se desplazaban reduciendo en un 25.5% del producto interno bruto de los países modificando no solo la economía sino también a la población residente, por lo cual es necesario estudiar las variables de caracterización del turista analizando los impactos y cambios de la dinámica actual de los destinos turísticos (Naciones Unidas, 2020).

La actividad turística post pandemia se ve reflejada en el cambio del perfil del turista nacional y extranjero los cuales no solo modifican su comportamiento, sino que también se ve modificado en la población residente con lo cual es necesario estudiar las variables del perfil del turista analizando los impactos generados y condicionados por estos cambios de la dinámica actual de los destinos turísticos. (OMT, 2020)

Mediante la revisión bibliográfica el ultimo perfil del turista de la provincia de Cotopaxi se lo elaboro en tiempos de pandemia del Covid-19 la cual no se encuentran actualizada, esto ocasiona que los prestadores de servicios turísticos y técnicos en turismo no conocen cual es el perfil del turista post pandemia y cuáles de sus variables se han modificado.

## **3. Justificación del proyecto**

Como actividad económica el turismo es de los rubros de generación de divisas más significativos, al punto que ha llegado a constituirse como un sector estratégico representando

la cuarta actividad económica más importante por lo cual al caracterizar el perfil del turista reactivara la economía dentro de los destinos de naturaleza de la provincia (Pérez, 2019).

La relevancia de la investigación se centra en definir el perfil actual del turista de naturaleza que visita la provincia de Cotopaxi debido a que en los últimos análisis registrados se enfoca en el perfil del turista en pandemia, la cual actualmente se vio alterada a raíz de su finalización modificando las tendencias de viaje y motivaciones (Ognio, 2021)

Definir el perfil del turista que permita contribuir con el desarrollo de la actividad turística integrando herramientas para gestionar el turismo a través de la creación de nuevas ofertas turísticas gestionando los recursos naturales que beneficiaran a los prestadores de servicios turísticos conociendo al público objetivo al que deben ofertar sus productos.

Dentro de la Provincia de Cotopaxi existe una gran variedad de prestadores de servicios turísticos que reciben turistas nacionales e internacionales los cuales actualmente no identifican las preferencias y motivaciones de los visitantes por lo cual a nivel provincial se debe implementar el análisis del perfil del turista ya que al momento de ofertar un destino o producto turístico dentro de la provincia no existe ninguna gestión o plan de cómo enfocarse en el turista post pandemia.

## 4. Beneficiarios del proyecto de investigación

### 4.1 Indirectos

Los beneficiarios indirectos son todas las personas que viven dentro de la provincia de Cotopaxi y su economía no se basa en el turismo pero se ve reflejada en el desarrollo y dinamización de la provincia debido a que atrae inversionistas que buscan generen réditos económicos a través de los turistas nacionales y extranjeros quienes este proyecto de investigación caracterizo con el fin de mejorar la oferta y brindar productos enfocados en mejorar las experiencias de viaje del turista aumentando el nivel de satisfacción permitiendo que vuelvan a visitar la provincia.

**TABLA 1 BENEFICIARIOS INDIRECTOS**

Estudiantes Carrera de Turismo de la Universidad Técnica de Cotopaxi.	450 estudiantes.
Habitantes de la provincia de Cotopaxi.	409.205 habitantes.
Turistas nacionales y extranjeros	11.271,953

**Fuente:** (Instituto Nacional de Estadística y Censo, 2019)

### 4.2 Directos

Los beneficiarios directos del proyecto de investigación son todos los prestadores de servicios turísticos y profesionales en turismo que se encuentran dentro de la provincia de Cotopaxi debido a que contarán con una herramienta que caracterizara el perfil del turista permitiendo enfocarse en redireccionar los productos y servicios al nuevo segmento de mercado.

**TABLA 2 BENEFICIARIOS DIRECTOS**

Establecimientos registrados que se encuentran en función al turismo en los siete cantones de la provincia de Cotopaxi.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Servicios de alojamiento.</li> <li>• Servicios de alimentación.</li> <li>• Servicios de transporte.</li> <li>• Servicios turísticos.</li> </ul>
Investigador	1

## **5. Objetivos:**

### **5.1. Objetivo General**

Caracterizar el perfil del turista de naturaleza, a través de un estudio descriptivo, para contribuir al desarrollo turístico de la provincia de Cotopaxi.

### **5.2. Objetivos Específicos**

- Sistematizar los datos obtenidos mediante la aplicación de una encuesta para establecer el perfil del turista de naturaleza que visita la Provincia de Cotopaxi.
- Elaborar un boletín informativo describiendo el perfil del turista de naturaleza que visita la Provincia de Cotopaxi.

## 6. Actividades y sistema de tareas.

**TABLA 3 SISTEMATIZACIÓN DE TAREAS DE LOS OBJETIVO**

Sistematización de tareas.						
Objetivo	Actividades	Resultado esperado	Metodología			
			Tipo de investigación	Métodos	Técnicas	Instrumentos
Sistematizar los datos obtenidos mediante la aplicación de una encuesta para establecer el perfil del turista de naturaleza que visita la Provincia de Cotopaxi.	<p>Recopilar información secundaria sobre la provincia de Cotopaxi.</p> <p>Seleccionar los atractivos con mayor jerarquía de la provincia de Cotopaxi.</p> <p>Instrumento de recolección de datos</p> <p>Elaborar un cronograma de visita de los atractivos turísticos de naturaleza.</p> <p>Calcular el tamaño de la muestra.</p> <p>Aplicar las encuestas mediante las salidas de campo.</p> <p>Sistematizar y caracterizar las características del perfil del turista.</p>	Definir el perfil del turista de naturaleza que visita la provincia de Cotopaxi.	Cuantitativa.	Inductivo.	<p>Revisión bibliográfica</p> <p>Encuesta</p>	<p>Artículos científicos</p> <p>Fichas del MINTUR</p> <p>Cuestionario</p>
Elaborar un boletín informativo describiendo el perfil del turista de naturaleza que visita la Provincia de Cotopaxi.	<p>Diseñar un boletín digital turístico a través de Adobe Express.</p> <p>Diseño de tipografía, contenido, imágenes, estilo y espaciado.</p> <p>Generar un Código QR para difundir el boletín turístico.</p>	Crear un boletín turístico de los resultados de la caracterización del perfil del turista de naturaleza.	Documental	Descriptivo.	Análisis documental	<p>Adobe InDesign CS6</p> <p>Canva.</p>

## **7. Fundamentación científico técnica**

### **7.1 Marco legal**

Con el fin de impulsar la investigación se hace mención a las normas que rigen en el Ecuador de acuerdo a sus características y a la jerarquía de cumplimiento con el Desarrollo del turismo y la importancia específica del perfil del turista de naturaleza.

#### **Ley de Turismo**

**Art. 2.-** Turismo es 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. (De Turismo, 2014)

**Art. 9.-** El Registro de Turismo consiste en la inscripción del prestador de servicios turísticos, sea persona natural o jurídica, previo al inicio de actividades y por una sola vez en el Ministerio de Turismo, cumpliendo con los requisitos que establece el Reglamento de esta Ley. En el registro se establecerá la clasificación y categoría que le corresponda (De Turismo, 2014)

#### **Constitución de la República del Ecuador**

Derechos de la naturaleza

**Art. 74.-** Las personas, comunidades, pueblos y nacionalidades tendrán derecho a beneficiarse del ambiente y de las riquezas naturales que les permitan el buen vivir. (Constitución de la República del Ecuador, 2008)

#### **Reglamento Especial de Turismo en Áreas Naturales Protegidas**

##### **ÁMBITO Y PRINCIPIOS**

**Art. 1.-** Régimen jurídico aplicable. -Este Reglamento establece el régimen jurídico aplicable a:

1. El ejercicio de las actividades turísticas dentro del Patrimonio de Áreas Naturales del Estado PANE, y sus modalidades de operación derivadas de dichas actividades que constan en el presente Reglamento; y,
2. El otorgamiento de Permisos Ambientales de Actividades Turísticas, dentro del Patrimonio de Áreas Naturales del Estado PANE.

**Art. 2.-** Principios Generales. - Para la aplicación del presente Reglamento y el ejercicio de las actividades pertinentes previstas en la Ley de Turismo y sus actividades turísticas en el Patrimonio de Áreas Naturales del Estado PANE, se observarán los principios de Manejo Participativo, Manejo Adaptativo y Sostenibilidad.

**Art. 3.-** Políticas Nacionales. - Se establecen como políticas nacionales de las actividades turísticas en el Patrimonio de Áreas Naturales del Estado PANE, las siguientes:

1. El desarrollo y la promoción del turismo sostenible se dará en función de la categoría de manejo y objetivos de conservación del Patrimonio de Áreas Naturales del Estado PANE;
2. La formación, educación y capacitación ambiental de la población constituyen instrumentos de gestión prioritarios dentro de la actividad turística;
3. La promoción y difusión de investigaciones que permitan establecer objetivamente los impactos de las diversas actividades y modalidades de operación turística desarrolladas en el Patrimonio de Áreas Naturales del Estado PANE, a las que se refiere este Reglamento;
4. La participación ciudadana en los beneficios culturales, sociales, educativos y económicos, generados por el ejercicio de las actividades turísticas en el Patrimonio de Áreas Naturales del Estado PANE;
5. La conservación de los ecosistemas y su resiliencia frente a los impactos del cambio climático y el uso sostenible de los recursos naturales; y,
6. La minimización de los impactos negativos que resulten del ejercicio de las actividades turísticas en el Patrimonio de Áreas Naturales del Estado PANE.



## **7.2 Turismo**

El turismo es una actividad que se centra en las personas que viajan a distintos lugares que se encuentran fuera de lugar de residencia, este viaje lo realizan por un determinado tiempo, los mismos son realizados con fines de recreación, ocio, descanso, negocios y también por motivos personales o profesionales (Martínez, 2019).

El turismo es toda aquella actividad que se relacione con el conocer y el disfrutar de regiones o espacios en los que la persona no vive de manera permanente, es decir, el turismo se lo realiza a lugares totalmente diferentes al lugar en los que residen, con el objetivo de tener nuevas experiencias (Casa, 2021).

Según la Organización Mundial del Turismo en la actualidad el desarrollo del turismo es igual o hasta mayor que el de las exportaciones de petróleo, productos alimenticios y automóviles, se puede mencionar que el turismo se ha convertido en uno de los principales generadores de comercio internacional, por lo que representa una de las mayores fuentes de ingreso para los países en vías de desarrollo (Vizcáino, 2015).

## **7.3 Turista**

Al hablar del turismo abarca un gran cúmulo de actividades, por ejemplo, el turismo de ocio y de recreación que enfatiza en viajar y visitar diferentes lugares turísticos con el objetivo de relajarse, disfrutar del tiempo libre y participar en las actividades de índole de entretenimiento (Guevara, 2012).

## **7.4 Tipos de turismo**

Según la OMT (2020), el turismo es uno de las actividades que ha sido abordada desde diversas disciplinas siendo económicas, ecológicas, psicológicas, geográficas, sociológicas e históricas de las cuales encontramos las siguientes clasificaciones:

#### **7.4.1 Turismo de naturaleza.**

El turismo de naturaleza o también conocido como Ecoturismo, enfatiza en la visita a las áreas naturales, como puede ser parques nacionales, reservas naturales, bosques, montañas y áreas protegidas. Los turistas tienen como anhelo el disfrutar de la belleza natural, participar en actividades al aire libre, observar la fauna y la flora y contribuir a la conservación y sostenibilidad de la misma (Escobedo, 2018).

#### **7.4.2 Turismo médico o de bienestar.**

Esto puede ser, visitas a spas, clínicas especializadas, cirugía, fisioterapia, logopedia, ortopedia, prótesis, psicoterapia, radioterapia, quimioterapia y centros de bienestar y los diferentes destinos que ofrecen un servicio de turismo médico. Este tipo de turismo se lo puede hacer dentro y fuera del país, el mismo comprende el mejoramiento físico, mental y espiritual de la persona (Mina, 2018).

#### **7.4.3 Turismo cultural.**

Según Rojas (2018) el turismo cultural es uno de los principales que realizan los turistas a nivel mundial, con la finalidad de conocer de manera directa el conocimiento sobre las diferentes culturas que rodea ya sea a nivel mundial como a nivel nacional, esto ayudará de sobremanera en generar diferencias entre una cultura y otra.

#### **7.4.4 Turismo de negocios.**

El término turismo de negocios abarca mucho y engloba grandes beneficios para el país que tenga negociaciones dentro y fuera del país, ya que la persona deberá trasladarse a un determinado lugar por motivos laborales, este tipo de viajes se los puede realizar de forma individual y grupal (Mar, 2021).

#### **7.4.5 Turismo de aventura.**

El turismo de aventura enfatiza directamente con aquellos turistas que buscan tener emociones fuertes y hasta desafíos físicos, en este tipo de turismo incluye de forma directa las actividades como el senderismo, montañismo, paracaidismo, rafting, espeleología y otras actividades que se las realiza al aire libre y con riesgo (Hernández, 2021).

#### **7.4.6 Turismo rural.**

El turismo rural se centra en que los turistas se desplazan a áreas rurales con la finalidad de experimentar emociones y sensaciones de la vida rural, los turistas acuden a diversas comunidades para aprender sobre sus tradiciones agrícolas y a participar en las actividades propias del lugar, por ejemplo: la cosecha, el ordeño y la producción de diversos productos alimenticios que son artesanales (Andrade, 2018).

#### **7.4.7 Turismo gastronómico.**

El turismo gastronómico o también conocido como turismo culinario se enfoca en el aprendizaje de una cultura culinaria, consta de un pequeño estudio y la degustación de diversos platillos típicos de cada país que visite, así como también del arte culinario. Este tipo de turismo va desde puestos de comida que se encuentran al aire libre como también de los vendedores callejeros y de forma general todo tipo de establecimiento de comida (Ramos, 2017).

#### **7.4.8 Turismo de crucero.**

Un tipo de turismo realmente excepcional es el turismo de crucero, en el que implica viajar en un barco de crucero y de esa forma visitar múltiples destinos turísticos, los turistas mientras dura esta travesía disfrutan de varias comodidades a bordo de un barco, además de entretenimiento y excursiones en tierra en los diferentes puertos a los que lleguen (Miño, 2019).

## **7.5 Demanda turística**

La demanda turística enfatiza al número de turistas que visitan una región, centro o atractivo turístico, además, enfatiza en los ingresos que generan para un determinado país y área receptora y su colaboración en los servicios que ofrece (Serrano, 2019).

### **7.5.1 La demanda interna y externa**

La demanda interna enfatiza en los turistas que provienen del mismo país o la misma región en el que se encuentra el lugar turístico, mientras que la demanda externa se enfoca en aquellos turistas que provienen de otros países o regiones (Velez, 2022).

### **7.5.2 La demanda estacional**

La demanda turística es de suma importancia en el contexto o el área de la industria del turismo, esto enfocado en varias razones: la planificación y el desarrollo brinda la posibilidad a las empresas turísticas de crear estrategias para satisfacer las necesidades de los turistas; las estrategias de marketing se encargará de conocer las principales características y preferencias de los turistas y con ello diseñar estrategias de marketing más efectivas que años anteriores; la economía y empleo sin duda es un factor primordial en el desarrollo de la economía local y nacional.

La sostenibilidad y la conservación relacionada con la demanda turística es importante porque permite implementar diferentes prácticas de turismo sostenible. Dicho turismo posee la implicación de generar un equilibrio en el crecimiento turístico y la conservación del medio ambiente, el patrimonio cultural y el bienestar de las comunidades locales. Una planificación y gestión adecuada puede ayudar de sobre manera a evitar la sobreexplotación y el agotamiento de los recursos turísticos. Por otra parte, la competitividad enfatiza a tomar en consideración el

mundo globalizado y la industria del turismo como elementos de alta competitividad (Rodríguez, 2022).

## **7.6 Perfil del Turista**

El perfil del turista puede variar significativamente, esto dependiendo de varios factores, por ejemplo: tipo de turismo, destino y el propósito. Sin embargo, existen varias características que poseen similitudes en los turistas, por lo que es necesario establecer un perfil general del turista, siendo una de ellas la edad, la misma posee un rango muy amplio, que empieza desde jóvenes mochileros hasta las personas de la tercera edad que pretenden disfrutar de su jubilación (Mediterrani, 2021).

Proaño (2019) manifiesta otro aspecto fundamental son los intereses por lo que las personas se deciden a viajar, es aquí en donde aparece el tipo de viaje que se desea realizar, algunos viajeros pueden estar interesados en analizar la cultura y el arte de determinado lugar, así mismo las culturas y tradiciones, mientras que otro tipo de turistas prefieren viajar por conectar con la naturaleza y realizar turismo de aventura.

La duración del viaje viene a ser un factor esencial, ya que el mismo puede variar desde unos pocos días, semanas o hasta incluso meses, esto dependiendo de la disponibilidad de tiempo y sobre todo de la disponibilidad de los recursos económicos (Muñoz, 2021).

Finalmente, el respeto cultural y ambiental juegan un papel primordial en promover que los turistas tengan el respeto por la cultura, el medio ambiente y las comunidades locales que visitan, evitando de esa manera que se produzca comportamientos inapropiados por parte de los turistas hacia la naturaleza y la cultura (Tirado, 2017).

## **7.7 Importancia del perfil del turista**

El perfil que posee el turista posee una importancia significativa en la industria del turismo por varios motivos, siendo estos los siguientes:

### **7.7.1 La segmentación del mercado:**

El perfil que posee el turista da la oportunidad a las diferentes empresas y los destinos turísticos a adaptar las ofertas que poseen y sus servicios, mismos que deben de responder a las necesidades y preferencias de los turistas (Hurtado, 2018). Al conocer los intereses y las características de los servicios que el turista desea tener se podrá personalizar las actividades para satisfacer las necesidades.

### **7.7.2 Planificación y promoción efectiva:**

Al reconocer los diversos objetivos, destinos y preferencias las empresas pueden enfocar sus estrategias de promoción y marketing de forma aún más efectiva y con mejores resultados. Al comprender las motivaciones o los deseos que los turistas poseen al visitar el lugar se puede crear campañas publicitarias, paquetes turísticos y generen el ingreso de más personas (Hurtado, 2018).

### **7.7.3: Impulsar la economía local:**

Teniendo en claro el perfil del turista, los diferentes destinos pueden variar o cambiar su oferta y con ello atraer a diferentes personas de diversas edades, con la finalidad de estimular la economía local, ya que son oportunidades de empleo hasta que se propicie el desarrollo de medianos y pequeñas empresas (Hurtado, 2018).

## **7.8 Turismo post pandemia**

Para FARO (2020) la pandemia global dejó a un sinnúmero de sectores estratégicos de la economía en una situación de preocupación por parte de las personas que se dedican a

negocios relacionados al turismo, según datos analizados el turismo en el Ecuador es uno de los países más golpeados.

Cuando apareció el COVID existieron varias restricciones y entre ellas el no salir de las casas y mucho menos realizar viajes, esto desató un gran golpe para el sector turístico porque el que las personas salgan de sus casas generaba un alto contagio y por ende subían los índices de mortalidad, sin duda esta fue una etapa de la cual poco a poco se ha venido sobrellevando, cada país debe implementar nuevas estrategias para mejorar el turismo (Ronquillo, 2017).

El COVID 19 fue un gran problema que se generó a nivel mundial y para volver a reactivarlo es necesario una serie de estrategias que es pertinente plasmarlas: la recuperación gradual por su parte se refiere a que a medida que la pandemia vaya disminuyendo y se vaya levantando las restricciones para viajar es necesario seguir implementando poco a poco nuevas estrategias que ayuden a recuperar el índice de turista visitando lugares antes de la pandemia (Nuñez, 2020).

Ecuador es reconocido a nivel mundial por su rica biodiversidad y por sus paisajes impresionantes, esto lo convierte en uno de los destinos más atractivos por los que gozan de la naturaleza el ecoturismo (Cajas, 2019). Dicho tipo de turismo es el que ha aumentado post pandemia, porque en la actualidad los turistas buscan lugares abiertos y entornos naturales para que puedan disfrutar de paz y tranquilidad.

El adaptarse a las nuevas tendencias de viaje es importante, ya que tanto las preferencias como el comportamiento de los turistas puede variar después de una pandemia. El estar atento a las nuevas tendencias y adaptarse al cambio es trabajo de quienes se dedican a ser guías turísticas, porque permitirá ofrecer un mejor servicio (Vargas, 2019).

El fortalecer el turismo del Ecuador es un trabajo que es necesario realizarlo en conjunto, tomando en consideración al turista como el eje principal, los guías turísticos, las empresas turísticas y los servicios que se brinda en cada lugar que se pretenda promover (Velasco, 2021).

## **7.9 Tendencias del Turismo**

Algunas de las nuevas tendencias con referencia al turismo que aparecieron en la actualidad son las siguientes:

### **7.9.1 El turismo regenerativo**

Se enfoca en la creación de un impacto que sea positivo en los destinos turísticos que las personas visitan, y no solo minimizando el daño tanto ambiental como social, sino también contribuyendo de manera significativa en la mejora de las comunidades locales sin dejar de lado el medio ambiente (Llugsha, 2021).

### **7.9.2 Turismo de vacunas:**

Consiste en la distribución de vacunas específicamente contra el COVID-19, algunos de los destinos turísticos han comenzado a atraer a los turistas por el motivo del ofrecimiento de los programas de turismo de vacunación, en donde los viajeros tienen la oportunidad de recibir la vacuna mientras disfrutan del viaje y su estancia (Carrión, 2022).

### **7.9.3 El turismo virtual:**

El turismo de experiencias virtuales es uno de los tipos de turismo que ha generado gran interés en las personas, con el avance de la realidad virtual y el desarrollo de la realidad aumentada, los viajeros tendrán la posibilidad de acceder a experiencias virtuales que les permitirá explorar nuevos destinos y atracciones sin tener que desaparecer físicamente (Carrión, 2021).



### 7.10 Características de las corrientes turísticas

Las personas o grupos de personas que dan lugar a este flujo, en número significativo y más o menos constante, desde un origen hacia un destino, se clasifican de la siguiente forma.

**TABLA 4 CORRIENTES TURÍSTICAS.**

	<b>Personas</b>	<b>¿Quiénes viajen individual o grupalmente en forma masiva?</b>
<b>Corrientes turísticas.</b>	Tiempo	Que cuenten con el tiempo libre para viajar.
	Ingresos	Que tengan los ingresos (dinero sobrante) para poder costear sus viajes.
	Medio	Que cuenten con los medios para desplazarse.
	Motivación	Que tengan una razón que los haga desplazarse. (Gurria, 1997, pág. 86)

### 7.11 Evolución del Turismo después de la Pandemia

La llegada de la pandemia ocasionada por COVID-19, perjudicó de sobre manera a todos los sectores, por lo que se produjo una inestabilidad económica a nivel mundial, una de las áreas más perjudicadas fue el turismo (Orozco, 2020). De acuerdo con la Organización Mundial del Turismo (OMT), en el año 2020 el impacto que tuvo generó una gran disminución en un 56% y 76% de ingresos de turistas en el último semestre, esto ocasionó grandes pérdidas que aproximadamente sobrepasan los 320 millones de dólares.

### 7.12 Jerarquización de atractivos

Las jerarquías corresponden a un proceso de cualificación con base en la revisión de la Metodología para Inventarios de Atractivos Turísticos (MINTUR, 2004) con criterios propuestos por la OEA, que se ha adoptado en el país como base para el levantamiento de atractivos turísticos:

**TABLA 5 JERARQUIZACIÓN DE ATRACTIVOS**

<b>Jerarquía</b>	<b>Descripción</b>
<b>Jerarquía IV</b>	Atractivo excepcional y de alta significación para el mercado turístico internacional, capaz por sí solo de motivar una importante corriente de visitantes (actual o potencial).
<b>Jerarquía III</b>	Atractivo con rasgos excepcionales, capaz de motivar por sí solo o en conjunto con otros atractivos contiguos, una corriente actual o potencial de visitantes nacionales o extranjeros.
<b>Jerarquía II</b>	Atractivo con algún rasgo llamativo, capaz de interesar a visitantes que hubiesen llegado a la zona por otras motivaciones turísticas, o de motivar corrientes turísticas nacionales.
<b>Jerarquía I</b>	Atractivo sin mérito suficiente para considerarlo al nivel de las jerarquías anteriores, pero que igualmente forman parte del Inventario de Atractivos Turísticos como elementos que complementen a otros de mayor jerarquía.
<b>Recurso</b>	Es un elemento natural o cultural que pueden motivar el desplazamiento, pero no se encuentran todavía incorporados en la dinámica turística, ni cuenta con ningún tipo de infraestructura de apoyo.

**Fuente:** Adaptado de la Metodología para Inventarios de Atractivos Turísticos, MINTUR, 2004 y 2014.

## **8. Validación de las preguntas científicas o hipótesis.**

¿Cuál es el perfil del turista de naturaleza que visita la provincia de Cotopaxi?

El turista de naturaleza que visita la provincia de Cotopaxi se lo caracterizo de acuerdo a las variables demográficas, socioeconómicas, motivacionales y de preferencia dando como resultado que los turistas que visitan la provincia son turistas extranjeros provenientes de Argentina, Estados Unidos, España y Colombia mientras que los turistas nacionales son provenientes de las provincias de Pichincha, Tungurahua y Chimborazo que oscilan en un rango de edad de 31 a 40 años los cuales viajan acompañados de sus familias, los turistas viajan por motivos de relajación en donde deciden realizar actividades de caminata y fotografía. Los turistas que visitan la provincia de Cotopaxi lo hacen por un día destinando su economía en alimentación y actividades que existen dentro del atractivo en la cual deciden economizar y gastar de 0 a \$100 los cuales se informan a través de redes sociales siendo los recursos naturales,

áreas protegidas bosques, montañas y lagunas convirtiéndose en los principales recursos naturales que visitan los turistas.

## **9. Metodología.**

El presente proyecto de investigación corresponde al nivel descriptivo con un enfoque cuantitativo en la cual se empleó la estadística para la recopilación y análisis de las muestras válidas que se obtuvieron de la aplicación de las encuestas, además de ello el método que se aplicó es el inductivo permitiendo partir de conceptualizaciones e investigaciones previas para el desarrollo de la fundamentación teórica científica la cual fue acompañada de salidas de campo que permitieron corroborar la información y obtener resultados positivos

Dentro del segundo objetivo se empleó el método descriptivo debido a que la información que se empleara son los datos recopilados e interpretados para el diseño del boletín con la información más relevante del perfil del turista mediante la utilización de las herramientas de Adobe Indesign CS6 y Canva que se emplearan con el propósito de crear un código QR para la difusión del boletín turístico.

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

#### **9.1.1 División Política Administrativa**

Los datos que se presentaran dentro de la división política se los tomo del Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de la provincia de Cotopaxi y del Instituto Nacional de Estadística y Censo del 2019.

**País:** República del Ecuador

**Región:** Interandina

**Provincia:** Cotopaxi

**Extensión:** Es de 6.569 km<sup>2</sup>

**Población:** 409.205 habitantes.

## Ubicación

La Provincia de Cotopaxi se encuentra ubicada en el sector centro norte del callejón interandino, ocupa la hoya central oriente de Patate la cual cuenta con una extensión territorial de 6.569 km<sup>2</sup> que a su vez se encuentra dividida en siete cantones. Su latitud es 0° 45' 50" Sur y su longitud 78° 48' 48" Oeste que a su vez posee una altura sobre el nivel del mar de 3382 m.

### 9.1.2 Límites de la provincia.

- **Norte:** Pichincha y Santo Domingo de los Tsáchilas.
- **Sur:** Tungurahua y Bolívar.
- **Este:** Napo.
- **Oeste:** Los Ríos.

**Cantones:** Latacunga, Salcedo, Pujilí, Saquisilí, Pangua, Sigchos y La Maná

**Parroquias:** Cuenta con 7 cantones los cuales se detallará por las parroquias urbanas y rurales que lo conforman para conocer el área de estudio.

**TABLA 6 DIVISIÓN POLÍTICA DE LA PROVINCIA DE COTOPAXI**

<b>Cantones</b>	<b>Parroquias Urbanas</b>	<b>Parroquias Rurales</b>
<b>Latacunga</b>	Eloy Alfaro, Ignacio Flores, Juan Montalvo, La Matriz, San Buenaventura.	Aláquez, Belisario Quevedo, Guaytacama, Joseguango Bajo, Mulaló, 11 de Noviembre, Poaló, San Juan de Pastocalle, Tanicuchi, Toacaso.
<b>Salcedo</b>	San Miguel.	Antonio José Holguín, Cusubamba, Mulalillo, Mulliquindil. Panzaleo.
<b>Pujilí</b>	Pujilí	Angamarca, Guangaje, La Victoria. Pilaló, Tingo, Zumbahua.
<b>Saquisilí</b>	Saquisilí	Canchagua, Chantilín, Cochapamba.
<b>Pangua</b>	El Corazón.	Moraspungo, Pinllopata, Ramón Campaña.
<b>Sigchos</b>	Sigchos	Chugchillán, Isinliví, Las Pampas, Palo Quemado.
<b>La Maná</b>	La Maná, El Carmen y El Triunfo	Guasaganda y Pucayacu

### 9.1.3 Distribución de la población.

Mediante la distribución poblacional por sexo la población de hombres es de 198.625 el cual representa el 48.54%; y la población de mujeres es de 210.580 el cual representa el 51.46% de la población de la provincia.

**TABLA 7 DISTRIBUCIÓN DE LA POBLACIÓN.**

<b>Distribución Poblacional.</b>			
<b>Cantón</b>	<b>Hombres</b>	<b>Mujeres</b>	<b>Total</b>
<b>Latacunga</b>	82.301	88.188	170.489
<b>La Mana</b>	21.420	20.796	42.216
<b>Pujili</b>	32.736	36.319	69.055
<b>Salcedo</b>	27.880	30.336	58.216
<b>Sigchos</b>	10.991	10.953	21.944
<b>Saquisili</b>	11.957	13.363	25.320
<b>Total</b>	<b>198.625</b>	<b>210.580</b>	<b>409.205</b>

**Fuente:** INEC– Censo de Población y Vivienda 2010

## 9.2 Atractivos turísticos de naturaleza dentro de la provincia de Cotopaxi.

Para la selección de los atractivos turísticos se revisó el inventario de atractivos turísticos del Ministerio de Turismo en la cual se encuentran registrados 25 atractivos turísticos de naturaleza que varían su jerarquía entre el nivel II y III los cuales poseen rasgos excepcionales o llamativos que despiertan el interés del visitante.

**TABLA 8 ATRACTIVOS TURÍSTICOS DE NATURALEZA DENTRO DE LA PROVINCIA DE COTOPAXI.**

<b>Provincia: Cotopaxi.</b>			<b>Clasificación del atractivo</b>			
<b>Atractivo</b>	<b>Cantón</b>	<b>Categoría</b>	<b>Tipo</b>	<b>Subtipo</b>	<b>JR Q</b>	
<b>1</b>	Parque Nacional Cotopaxi	Latacunga	Sitios Naturales	Sistema de Áreas Protegidas	Parques Nacionales y vida silvestre	III
<b>2</b>	Volcán Cotopaxi	Latacunga	Sitios Naturales	Montañas	Volcán	III
<b>3</b>	Laguna del Quilotoa	Pujili	Sitios Naturales	Ambiente lacustre	Laguna	II
<b>4</b>	Cascadas del Zapanal	Pangua	Sitio Natural	Rio	Cascada	II
<b>5</b>	Laguna de Yambo	Salcedo	Sitios Naturales	Ambiente Lacustre	Laguna	II
<b>6</b>	Área Nacional de Recreación El Boliche.	Latacunga	Sitios Naturales	Sistema de Áreas Protegidas	Área Nacional de Recreación	II
<b>7</b>	Cerro Putzalahua	Latacunga	Sitios Naturales	Montañas	Colina	II
<b>8</b>	Reserva Ecológica los Illinizas	Sigchos	Sitios Naturales	Sistema de Áreas Protegidas	Reserva Ecológica	II
<b>9</b>	Cañón del Toachi	Pujili	Sitios Naturales	Fenómenos Geológicos	Montano Bajo Occidental	II
<b>10</b>	Churo de Amanta	Sigchos	Sitios Naturales	Bosques	Montano Nublado	II

<b>11</b>	Cerro del Callo	Latacunga	Sitios Naturales	Montañas	Colinas	II
<b>12</b>	Laguna de Limpiopungo	Latacunga	Sitios Naturales	Ambiente Lacustre	Laguna	II
<b>13</b>	Manantial y termas del Río Blanco	Latacunga	Sitios Naturales	Ríos	Cascada, cataratas o saltos	II
<b>14</b>	Piedra Chilintosa	Latacunga	Manifestaciones Culturales	Etnografía	Tradiciones Populares	II
<b>15</b>	Cerro Moruco	Latacunga	Sitios Naturales	Montañas	Altas montañas	II
<b>16</b>	Chorreras del Zapanal	La Maná	Sitios Naturales	Ríos	Cascadas	II
<b>17</b>	Cascada El Oso	La Maná	Sitios Naturales	Ríos	Cascadas	II
<b>18</b>	Minas De Marmol	La Maná	Sitios Naturales	Ríos	Cascada	II
<b>19</b>	Cueva de los Murciélagos	La Maná	Sitios Naturales	Ríos	Cascada	II
<b>20</b>	Piedra de La Cruz	Pangua	Sitios Naturales	Ambiente Lacustre	Río	II
<b>21</b>	Cerro de Sinchahuasin	Pujili	Sitios Naturales	Montañas	Colina	II
<b>22</b>	Bosque Húmedo "Toachi Pilatón"	Sigchos	Sitios Naturales	Bosques	Montano Bajo Occidental	II
<b>23</b>	Cascada de Licamancha	Sigchos	Sitios Naturales	Ríos	Saltos de Agua	II
<b>24</b>	Complejo y Balneario "Los Laureles"	Sigchos	Sitios Naturales	Aguas Subterráneas	Vertientes	II
<b>25</b>	Parque Recreacional Náutico "Laguna Ignacio Flores"	Latacunga	Sitios Naturales	Manifestaciones técnicas y científicas	Realizaciones Urbanas	II

### 9.2.1 Selección de atractivos.

Para la selección de los atractivos se tomó en consideración el nivel de jerarquía II y III, características, actividades y distribución cantonal los mismos se encuentran dentro de las tablas 9 y 10 que se presentan a continuación:

#### Atractivos seleccionados.

**TABLA 9 ATRACTIVOS SELECCIONADOS.**


<b>Provincia: Cotopaxi.</b>		<b>Clasificación del atractivo</b>		
<b>No.</b>	<b>Atractivo</b>	<b>Categoría</b>	<b>Tipo</b>	<b>JRQ</b>
1	Parque Nacional Cotopaxi	Sitios Naturales	Sistema de Áreas Protegidas	III
2	Laguna del Quilotoa	Sitios Naturales	Ambiente lacustre	III
3	Siete Cascadas del Zapanal	Sitio Natural	Rio	II
4	Laguna de Yambo	Sitios Naturales	Ambiente Lacustre	II
5	Área Nacional de Recreación El Boliche.	Sitios Naturales	Sistema de Áreas Protegidas	II
6	Cerro Putzalahua	Sitios Naturales	Montañas	II
7	Cerro de Sinchahuasin	Sitios Naturales	Montañas	II
8	Cañón del Toachi	Sitios Naturales	Fenómenos Geológicos	II
9	Churo de Amanta	Sitios Naturales	Bosques	II
10	Manantial y termas de Cunugyacu	Sitios Naturales	Ríos	II



### 9.2.2 Descripción de los atractivos.

Mediante las 14 salidas de campo se determinó elaborar la siguiente tabla con el propósito de dar una apertura de los atractivos turísticos de la provincia de Cotopaxi en los cuales se aplicaron el instrumento de, además de ello en la presente tabla se encuentra la descripción de los atractivos junto a las actividades y fotografías que se emplearan dentro del boletín turístico.

**TABLA 10 DESCRIPCIÓN DE LOS ATRACTIVOS.**

	<b>Descripción</b>	<b>Actividades</b>	<b>Fotografía</b>
<b>Parque Nacional Cotopaxi</b>	<p>El parque Nacional Cotopaxi se encuentra ubicado en la región central de Ecuador el cual se encuentra a una altura de 5,897 metros sobre el nivel del mar.</p> <p>Los visitantes del parque pueden caminar hasta el Refugio José F. Rivas, ubicado en la base del cráter de Cotopaxi, o disfrutar de las muchas otras atracciones del parque, como la laguna de Limpiopungo y la vida silvestre del parque.</p>	<p>Visitar los glaciares del Volcán Cotopaxi</p> <p>Caminata alrededor de la laguna de Limpiopungo.</p> <p>Visitar el centro de interpretación y senderos.</p> <p>Cabalgatas y paseos.</p> <p>Acampar.</p> <p>Cabalgatas.</p> <p>Fotografías.</p>	 <p><b>Latitud:</b> 00°36'50,23''S <b>Longitud:</b> 78°23'59.79''O</p>

**Área Nacional de Recreación El Boliche.**

Se encuentra ubicada en los límites de las provincias de Pichincha y Cotopaxi dentro de los Andes centrales del país, en el nudo de Tiopullo que además de ello es un área protegida de Ecuador.

Es conocida por su plantación de pinos y cipreses que cubre 200 hectáreas y ha reemplazado casi por completo al páramo debido a que son especies introducidas de Chile y California que consumen mucha agua y nutrientes

Caminatas.

Campamentos (cuenta con 11 cabañas de hospedaje)

Observación de la diversidad de flora y fauna.

Fotografía.

Zona de juegos infantiles.

Paseos en bicicleta.



**Latitud:** 00° 36' 55" S  
**Longitud:** 78° 28' 26" S

**Laguna de Yambo**

La laguna de Yambo se encuentra cerca de los límites de Cotopaxi y Tungurahua el cual es un destino popular para los turistas debido a que ofrece impresionantes historias y vistas.

Su nombre proviene de la palabra “Yamboc” que significa laguna humeante ya que en la antigüedad sufría una gran evaporación.

Paseos en bote.

Kayak.

Fotografía.

Glamping.

Tarabita “Taita Yambo”



**Latitud:** 00° 36' 55" S  
**Longitud:** 78° 28' 26" S

### Laguna del Quilotoa

La Laguna del Quilotoa fue seleccionada entre las 15 lagunas más hermosas del mundo la cual es un lago dentro del cráter que se encuentra ubicada específicamente en la Provincia de Cotopaxi.

La laguna del Quilotoa se encuentra situada a una altura de alrededor de 3.800 a 3.900 metros y es un popular destino para realizar senderismo ya que se puede recorrer el cráter observando el hermoso color turquesa, que es el resultado de los minerales disueltos en el agua.

Rafting y tubing.

Caminata por el circuito de Quilotoa.

Cabalgata.

Trekking.

Camping.

Fotografía.



**Latitud:** 00° 52' 14" S  
**Longitud:** 78° 54' 19" O

### Cañón del Toachi

El Cañón del Toachi se encuentra ubicado en la provincia de Cotopaxi en el cantón de Pujilí el cual se formó por flujos piro clásticos del volcán Quilotoa.

Es un punto de parada popular para los turistas que se dirigen hacia la laguna del Quilotoa debido a que ofrece hermosas vistas y oportunidades de observar la vegetación herbácea como son chilca, pinos, pumamaqui y pinos.

Senderismo.

Trekking.

Disfrutar de la vida silvestre existente.

Apreciar la vista del Cañón Toachi.

Climbing.



**Latitud:** 00° 42' 12" S  
**Longitud:** 78° 53' 17" W

**Cerro Putzalahua**

Cerro Putzalahua es una colina en forma de cono ubicada en la provincia de Cotopaxi de Ecuador.

Se ha convertido en un popular destino turístico debido a sus vistas panorámicas de la ciudad de Latacunga y sus alrededores.

El cerro también es conocido por ser el guardián de varias comunidades de la región. El área ha sido estudiada por su valor patrimonial e interpretativo.

Camping.

Trekking.

Ciclismo.

Parapente.

Turismo comunitario.

Fotografía.

Cabalgata.



**Latitud:** 00° 42' 28" S  
**Longitud:** 78° 35' 18" W

**Cerro de Sinchahuasin**

El Cerro de Sinchahuasin es un cerro ubicado en el Cantón Pujilí la cual es una atracción turística que cuenta con una colorida escalera con 300 escalones donde se retrata al danzante de Pujili que conducen a un mirador.

El Cerro de Sinchahuasin también es conocido por su importancia cultural y folclórica en la región. Además, ha sido un sitio de educación ambiental y esfuerzos de conservación enfocados en la especie de abeja *Apis mellifera*.

Caminata.

Vistas panorámicas.

Campamentos.



**Latitud:** 00° 50' 23" S  
**Longitud:** 78° 40' 03" W

**Siete Cascadas del Zapanal**

Las Siete Cascadas del Zapanal son siete saltos de agua cristalina y fría que se encuentran ubicados en el cantón de Pangua en la cual se encuentran conformada por La Chorrera San Martín, la Chorrera Escondida, la cascada de la Muerte, la cascada del Amor, la cascada del tobogán y por último se encuentran la tina de piedra junto a la piedra de los arrepentidos.

Senderos ecológicos.

Buceo en cascadas.

Rappel.

Fotografía.



**Latitud:** 00° 59' 00" S  
**Longitud:** 78° 57' 00" W

**Manantial y termas Cunugyacu**

Se encuentran ubicadas en la provincia de Cotopaxi dentro de la parroquia San Juan de Pastocalle siendo una parte de la Reserva ecológica de los Ilinizas la cual se encuentra a una altura de 4123 msnm donde se puede disfrutar de la cascada de Oro y de las termas de Cunugyacu las cuales se las utiliza de manera medicinal ya que son aguas provenientes de dos vertientes del Iliniza Sur donde las rocas tienen un color amarillento por el hierro y azufre.

Senderos ecológicos.

Fotografía.

Natación.

Ciclismo.



**Latitud:** 00° 59' 00" S  
**Longitud:** 78° 57' 00" W

---

**Churo de Amanta**

El churo de Amanta es una fortaleza Inca que se encuentra ubicada en la comunidad de Amanta, en el cantón de Sigchos en Cotopaxi a una altura de 3700 msnm también conocido por su otra denominación del Machu Picchu Ecuatoriano.

Está ubicado en una elevación que brinda impresionantes vistas del paisaje y los visitantes pueden caminar hasta la fortaleza para explorar sus ruinas y aprender sobre su historia.

Trekking.  
Vistas panorámicas.  
Fotografía.  
Caminata.



**Latitud:** 99° 45' 27" S  
**Longitud:** 78° 52' 13" O

---

### 9.3 Instrumento de recolección de datos

El modelo de la encuesta que se aplicó dentro de la provincia de Cotopaxi se encuentra dentro del Apéndice 2 la cual para su elaboración se empleó las variables demográficas, socioeconómicas, motivaciones y preferencias, la encuesta consta del encabezado y un banco de 24 preguntas que se plantearon por el grupo de investigación de la Universidad Técnica de Cotopaxi.

**TABLA 11 INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS**

Variable de caracterización	Indicador
<b>Demográficas</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li><b>1. Nacionalidad</b></li> <li><b>2. Residencia</b></li> <li><b>3. Edad</b></li> <li><b>4. Género:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Masculino</li> <li>• Femenino</li> <li>• Otro</li> </ul> </li> <li><b>5. Estado civil:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Soltero</li> <li>• Casado</li> <li>• Unión libre</li> <li>• Divorciado</li> <li>• Viudo</li> </ul> </li> <li><b>6. Situación laboral</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Estudiante</li> <li>• Empleado publico</li> <li>• Jubilado</li> <li>• Empleado privado</li> <li>• Desempleado</li> <li>• Otros</li> </ul> </li> </ol>
<b>Socioeconómicas</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li><b>7. ¿Promedio mensual de ingresos?</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Sin ingresos</li> <li>• Un salario básico unificado (\$450)</li> <li>• \$451 a \$1000</li> </ul> </li> </ol>

- 
- \$1001 a \$ 2000
  - Más de \$2001

**8. ¿Nivel de estudios?**

- Educación básica
- Bachillerato
- Técnico
- Tercer nivel
- Cuarto nivel

**9. ¿Con quién viaja?**

- Solo
- Amigos
- Familia
- Parejas

**10. ¿Cuántos mayores de 16 años le acompañan?**

**11. ¿Cuántos menores de 16 años le acompañan?**

**12. ¿Cuánto estimo gastar durante su visita a la provincia?**

- De 0 a 100 USD
- De 1001 a 200 USD
- De 301 a 400 USD
- Más de 400 USD

**13. ¿Qué % del gasto destino para?**

- Alojamiento
- Alimentación
- Transporte

---

**Motivación**

**14. ¿Cuál fue el motivo de su viaje?**

- Relajación
- Salud
- Estudios
- Religión
- Visita de familiares

**15. ¿Qué otro atractivo turístico de la Provincia le gustaría visitar?**

---



- 
- Parque Nacional Cotopaxi
  - Laguna del Quilotoa
  - Laguna de Yambo
  - Cañón del Toachi
  - Cerro de Sinchahuasin
  - Área Nacional de Recreación el Boliche
  - Siete cascadas del Zapanal
  - Manantial de Termas Cunugyacu
  - Cerro Putzalahua
  - Churo de Amanta.

**16. ¿Qué tiempo estimo para su visita en la Provincia?**

- De 0 a 1 día
- De 1 día a 2 días
- De 3 a 4 días
- Más de 4 días

**17. ¿A través de que medio se informó sobre el atractivo turístico de la Provincia de Cotopaxi?**

- Referencias familiares
- Redes sociales
- Televisión
- Página web
- Operadoras turísticas
- Otros (Especifique)

**18. ¿Cada que tiempo realiza actividades turísticas?**

- Cada semana
- Cada mes
- Cada feriado
- Otros (Especifique)

**19. ¿Cuántas veces ha visitado la Provincia de Cotopaxi?**

- Es la primera vez
  - Es la segunda vez
  - Frecuentemente
  - Otro (Especifique)
-

---

**Preferencias****20. ¿Cuál es su tipo de turismo favorito?**

- Sol y playa
- Balnearios en ríos.
- Turismo de naturaleza.
- Visita a centros comerciales.
- Turismo de aventura.
- Turismo gastronómico.
- Turismo cultural.
- Otros (Especifique)

**21. ¿Qué tipo de hospedaje prefiere?**

- Hotel
- Hostal
- Hostería
- Lodge
- Cabañas

**22. ¿Qué tipo de recursos naturales prefiere visitar?**

- Bosques
- Áreas protegidas
- Ambiente lacustre
- Montañas
- Ríos
- Fenómenos Geológicos
- Aguas Subterráneas

**23. ¿Qué actividades prefiere realizar en su visita?**

- Caminata
- Fotografía
- Cabalgata
- Picnic
- Deportes
- Gastronomía
- Otras actividades

**24. ¿Qué tipo de transporte prefiere usar para viajar?**

- Vehículo propio
  - Vehículo de alquiler
  - Publico
-

#### 9.4 Cronograma de salidas de campo para la aplicación de la encuesta.

Para la recolección de los datos se efectuaron 14 salidas de campo en las cuales el propósito fue encuestar a 385 personas que ayudaron a determinar el perfil del turista de naturaleza de la provincia de Cotopaxi, en varios de los destinos de naturaleza se elaboró más encuestas debido a la cantidad de turistas que visitaron el atractivo y que en varios de ellos la afluencia se redujo entre semana con lo cual para la recolección de las muestras válidas se desarrolló el siguiente cronograma.

**TABLA 12 CRONOGRAMA DE SALIDAS DE CAMPO.**

<b>Cronograma de salidas de campo.</b>			
<b>Atractivo turístico.</b>	<b>Fecha de visita</b>	<b>Actividades</b>	<b>Encuestas programadas.</b>
Parque Nacional Cotopaxi	28 de junio	Aplicación de encuestas. Fotografías.	30 encuestas.
	21 de julio	Descripción del atractivo.	20 encuestas.
Laguna del Quilotoa	2 de julio	Aplicación de encuestas. Descripción del atractivo.	50 encuestas.
Siete Cascadas del Zapanal	5 de julio	Aplicación de encuestas. Fotografías.	38 encuestas.
Laguna de Yambo	28 de junio	Aplicación de encuestas.	30 encuestas.
	14 de julio	Fotografías.	15 encuestas.
Área Nacional de Recreación El Boliche.	28 de junio	Aplicación de encuestas. Fotografías.	20 encuestas.
	21 de julio	Recopilar los datos.	19 encuestas.
Cerro Putzalahua	24 de junio	Aplicación de encuestas. Fotografías.	30 encuestas.
Cerro de Sinchahuasin	2 de julio	Aplicación de encuestas.	20 encuestas.
	4 de julio	Fotografías.	20 encuestas.
Cañón del Toachi	2 de julio	Aplicación de encuestas. Fotografías.	40 encuestas.
Churo de Amanta	20 de junio	Aplicación de encuestas. Fotografías.	15 encuestas.
Manantial y termas Cunugyacu	16 de julio	Aplicación de encuestas. Fotografías. Recopilar los datos.	38 encuestas.

Para la aplicación de las encuestas se realizó salidas de campo a los atractivos turísticos de naturaleza de la provincia de Cotopaxi en las cuales se observó que los días con una mayor afluencia de turistas son los fines de semana, ya que son los días en los que los visitantes cuentan con más disponibilidad de tiempo, además de ello los lugares que se visitó entre semana tenían un número muy bajo de turistas ocasionando que la cantidad de salidas de campo incrementaran.

La cantidad de turistas que visitan los destinos turísticos son familias quienes se las encuestó en las zonas de registro de turistas y en los puntos de mayor afluencia en la cual la mayoría de visitantes aceptaron destinar su tiempo para llenar las encuestas y tomarse una fotografía para adjuntarlas en evidencias fotográficas.

Además, de ello la cantidad de encuestas que se aplicaron en los destinos turísticos varían debido al número de turistas que visitaron el destino turístico, ya que entre semanas la mayoría de personas trabajan o estudian siendo los fines de semana en los cuales deciden viajar acompañados por familia, amigos o pareja quienes disponen de una mayor disponibilidad de tiempo para realizar actividades turísticas.

### **9.5 Cálculo del tamaño de la muestra**

Para calcular el tamaño de muestra se define la población de estudio en este caso siendo la variable de interés el perfil de la demanda turística de la provincia de Cotopaxi se aplicó la fórmula para la población infinita, ya que el último registro de turistas corresponde al Plan de Ordenamiento Territorial del 2010.

**Fórmula:**

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

TABLA 13 NIVEL DE CONFIANZA

Z alfa	Nivel de Confianza
0.674	50%
1.28	80%
1.645	90%
1.96	95%
2.05	96%
2.33	98%
2.58	99%
3	99.7%

**Parámetros a considerar.**

- **n** = Tamaño de muestra que buscamos.
- **Z** = Parámetros estadísticos que dependen del Nivel de Confianza.
- **e** = Error máximo aceptable.
- **P** = probabilidad de ocurrencia de un evento (éxito)
- **q** = Probabilidad de no ocurrencia de un evento (1-p)

**Datos empleados en la aplicación de la fórmula.**

Se trabajó con un nivel de confianza del 95% con un rango de error del 5% tomando en cuenta la probabilidad de ocurrencia de un evento y la no ocurrencia del mismo el cual tendrá un porcentaje del 50%

Cálculo de la muestra.	
<b>Z</b>	95% = 1.96
<b>P</b>	0.5
<b>Q</b>	0.5
<b>E</b>	5% = 0.05

**Aplicación:**

$$n = \frac{1.96^2 \cdot (0.5)(0.5)}{0.05^2}$$

$$n = \frac{0.9604}{0.05^2}$$

$$n = \frac{0.9604}{0.0025}$$

$$n = 384.16$$

## **10. Boletín turístico**

El diseño del boletín turístico se lo creo a partir de la selección de boletines aplicados en el Ecuador dentro de las provincias de Tungurahua y Pichincha del año 2020 y 2021 en los cuales se identificaron varios elementos que se los diseño mediante la aplicación de Adobe inside CS6 y Canva.

### **10.1 Aplicaciones para el diseño del boletín.**

#### **10.1.1 Adobe inside**

La aplicación que empleo es una herramienta de autoedición, para diseñar, editar y maquetar documentos. A través de esta aplicación se pueden crear periódicos, revistas, boletines, libros, folletos y documentos de distribución electrónica la cual permitió crear la portada y contraportada del boletín turístico.

#### **10.1.2 Canva**

Es una aplicación de edición gratuita que se permite crear diferentes tipos de arte. Es posible crear invitaciones, tarjetas, currículums, presentaciones, carteles, gráficos y, por supuesto, publicaciones para redes sociales la cual se empleó para la gama de colores e imágenes que se emplearon para contrastar con la portado y las páginas que contienen la información del perfil del turista.

### **10.2 Elementos del boletín turístico.**

#### **10.2.1 Portada.**

Lo primero que se va a ver de un boletín turístico es la portada, antes que cualquier cosa, es la primera presentación del documento, lo que atraerá al lector por lo que la portada debe llamar la atención de las personas que reciban la información con el fin de que comiencen a interesarse por el contenido.

La portada se encuentra compuesta por el título del proyecto de investigación, además incluye ilustraciones de los principales atractivos turísticos de la provincia de Cotopaxi y por último en sus extremos se encuentran frases relacionadas con el turismo.

### **10.2.2 Contraportada**

La contraportada de un boletín conforma el pequeño texto de detrás que revela algunos detalles sobre el contenido que se encontrara en las páginas internas la cual a su vez debe ser llamativa y generar un interés a los lectores por la información que se presente. Es la parte opuesta a la portada y se centra en persuadir al lector potencial, con un texto que invita a hacerse con el libro.

### **10.2.3 Imágenes**

Las imágenes son esenciales para comunicar ya que una foto relacionada con nuestro mensaje ayuda a las mentes de nuestra audiencia a entender lo que decimos y recordarlo después con lo cual las imágenes que se seleccionaran son correspondientes a los atractivos turísticos de naturaleza principales de la provincia.

### **10.2.4 Gama de colores**

La elección de colores es determinante ya que transmite conceptos de fuerza o debilidad dentro del contenido, por esto es de suma importancia que al momento de elegirlos se seleccionen aquellos que perduren en el tiempo y que se adecúen con las imágenes y la portada los cuales tienen que contrastar entre ellos con el fin de no tener colores invasivos a la vista y no opaque a las imágenes.

Los colores que se seleccionaron son el azul y el verde, el primero de ellos se asocia a sensaciones a la paz y da la sensación de confianza al lector lo cual se busca al momento de promocionar el destino. Por último, el color verde se lo seleccionó debido a que en las encuestas

la opción que mayor jerarquía poseía era la naturaleza y contrasta con las fotografías que se seleccionaron además de ello este color se lo asocia a sensaciones de estabilidad, y confianza.

### **10.2.5 Tipografía**

La tipografía establece el tono y el estado de ánimo que transmite nuestro contenido. Cuando el texto está muy amontonado y es difícil de leer, la experiencia produce un sentimiento negativo de inmediato por lo cual se decidió tomar los datos más importantes con el fin de sintetizar el contenido que se presentara.

La tipografía que se seleccionó fue de acuerdo a transmitir la información de una manera concreta o elegante con lo cual se empleó el diseño CON SERIF la cual es un tipo de letra clásica y elegante con lo cual a continuación se especifica el tipo de letra empleada dentro del boletín turístico.

### **10.2.6 Créditos**

Los créditos son importantes porque mantiene la cercanía de quien elaboro el boletín y tomo las fotografías dando un reconocimiento de su esfuerzo y a su vez presentar los contactos para posteriores proyectos de investigación. Los datos que se agregaron dentro de los créditos son redes sociales en las cuales se encuentra la información del proyecto de investigación.



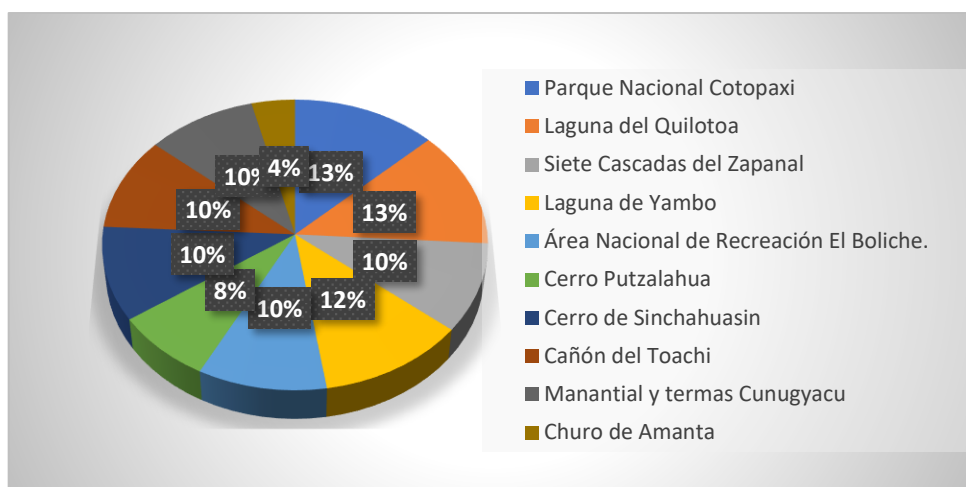
## 11. Análisis de los resultados

Para la caracterización del perfil del turista se las segmento en las cuatro variables del instrumentó de recolección de datos las cuales a través de diagramas se describirá e interpretará los resultados para posterior de ello definir el perfil del turista.

### VARIABLES DEMOGRÁFICAS

**Pregunta N° 1:** Atractivo Turístico.

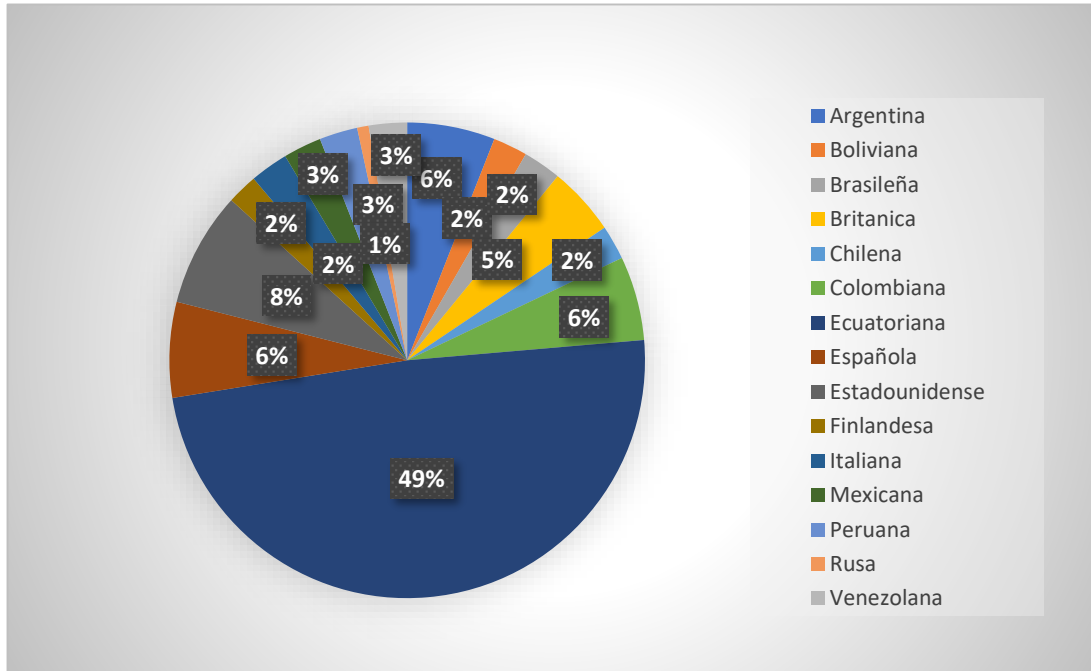
**FIGURA 1 ATRACTIVO TURÍSTICO**



Las encuestas se las aplico en 10 atractivos turísticos de naturaleza de los cuales dentro del Parque Nacional Cotopaxi y la Laguna del Quilotoa se aplicó 50 encuestas las cuales comparten el mismo porcentaje del 13% seguido de ello encontramos la Laguna de Yambo en la cual se aplicaron 45 encuestas representando el 12%, dentro del Cañón del Toachi, el Cerro de Sinchahuasin, el Área Nacional de Recreación el Boliche, las Siete cascadas del Zapanal y el Manantial de Termas Cunugyacu que cuentan con un 10% que representan las 38 y 40 encuestas que se aplicaron en dichos destinos, el 8% corresponde la Cerro Putzalahua donde se aplicaron 30 encuestas y por último encontramos el Churo de Amanta con un 4% que representa 15 encuestas.

## Pregunta N° 2: ¿Nacionalidad?

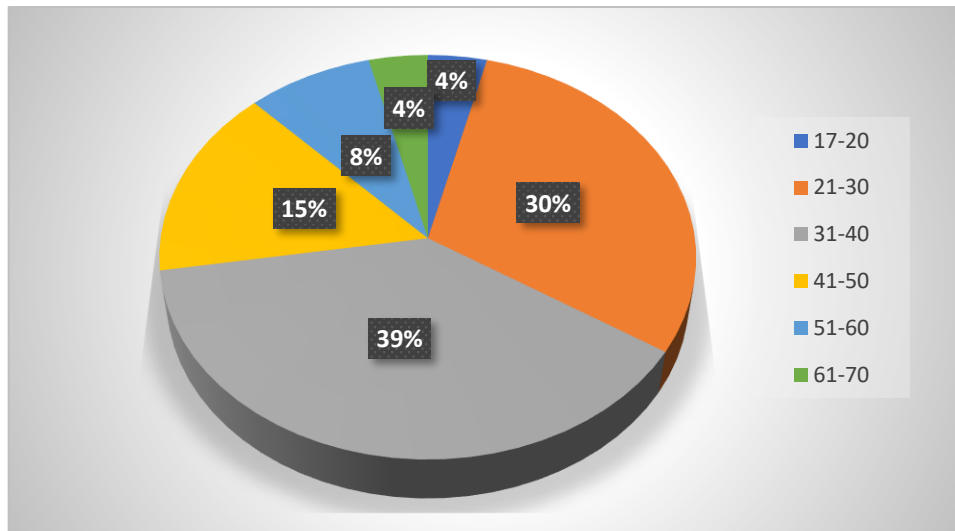
FIGURA 2 ¿NACIONALIDAD?



### Interpretación:

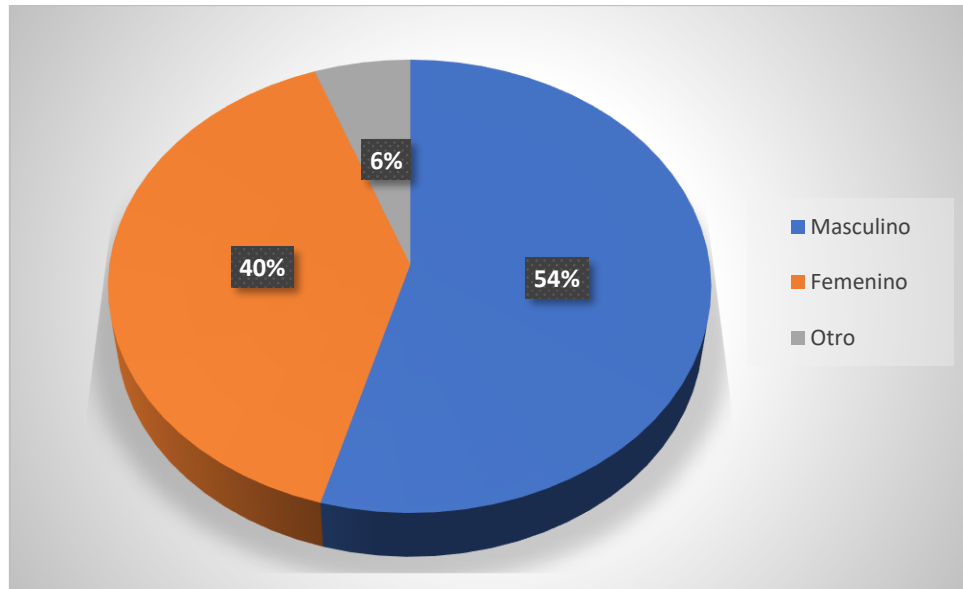
Tomando en cuenta el tamaño de muestra de 385 encuestas aplicadas en los diferentes atractivos turísticos de naturaleza de la provincia de Cotopaxi los turistas nacionales y extranjeros se encuentran a un nivel equitativo; el 49% representa a los turistas nacionales quienes son provenientes de las provincias de Pichincha, Tungurahua y Chimborazo quienes prefieren la provincia debido a su cercanía, el 51% a turistas extranjeros se encuentran divididos en el 8% a turistas estadounidenses, el 6% a turistas españoles, colombianos y argentinos, el 5% corresponde a turistas británicos, el 3% corresponde a turistas venezolanos, peruanos y mexicanos, el 2% corresponde a turistas chilenos, brasileños, bolivianos, italianos y finlandeses de los cuales muchos de ellos visitan el país y la provincia debido a la influencia latinoamericana y el idioma.

### Pregunta N° 3: ¿Edad?

**FIGURA 3 ¿EDAD?****Interpretación:**

Tomando en cuenta la recolección de los datos se determinó que la edad promedio de las personas que visitan la provincia de Cotopaxi en la cual el 39% de las personas que visitan los atractivos tienen un rango de edad de 31 a 40 años siendo el rango de edad que más visita la provincia los cuales tienen una solvencia económica para financiarse los viajes, el 30% corresponde a las edades de entre 21 a 30 años en el cual existe una pequeña diferencia del 9% debido a que son el grupo que estudia y tienen sus primeros empleos, seguido de ello encontramos a las personas de 41 a 50 años que representan el 15% seguido de ello encontramos el rango de edad de 51 a 60 años quien en su mayoría son personas jubiladas que representan el 8% los cuales deciden disfrutar de los destinos y por último encontramos en la misma posición dos rangos de edades que son de 17 a 20 y de 61 a 70 años quienes tienen 4% cada uno en los cuales viajan acompañados por familiares y su motivo de viaje es la relajación.

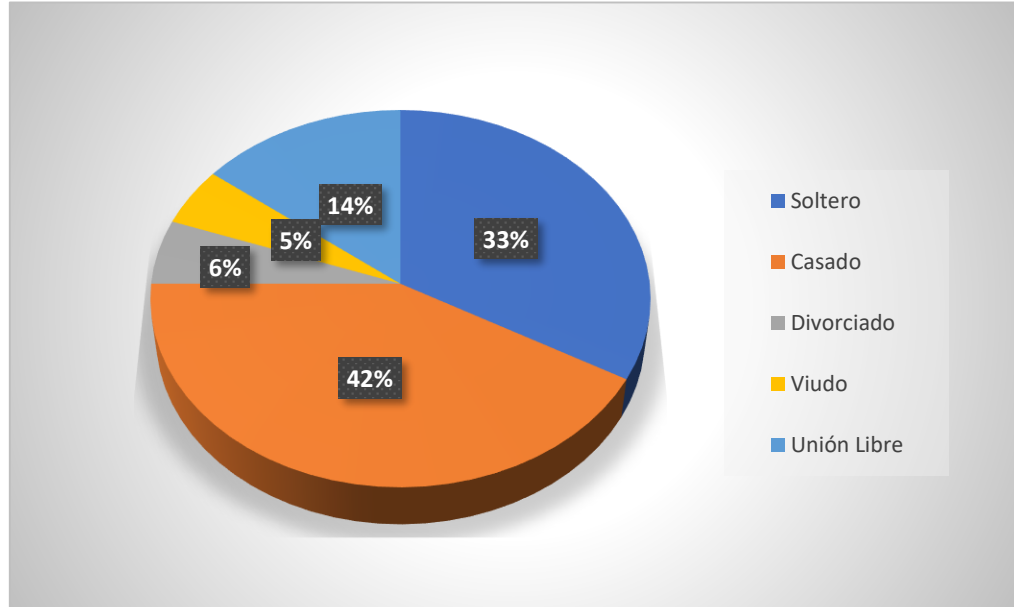
**Pregunta N° 4: ¿Género?****FIGURA 4 ¿GÉNERO?**

**Interpretación:**

Los datos tomados de las encuestas aplicadas a los diferentes atractivos de la provincia de Cotopaxi indican que el género masculino y femenino se encuentran en la misma escala debido a que varios de los grupos están conformados de manera heterogénea, dando como resultado el 54% de muestras aplicadas corresponden al género masculino el cual es quien en su mayoría decide establecerse como la primera persona en interactuar y tomar la iniciativa de viajar a destinos de naturaleza, mientras que el 40% que corresponde al género femenino buscan centrarse en las actividades que planificaron con antelación y por último encontramos un 6% que no se identifica con estos dos géneros.

### Pregunta N° 5: ¿Estado civil?

FIGURA 5 ¿ESTADO CIVIL?

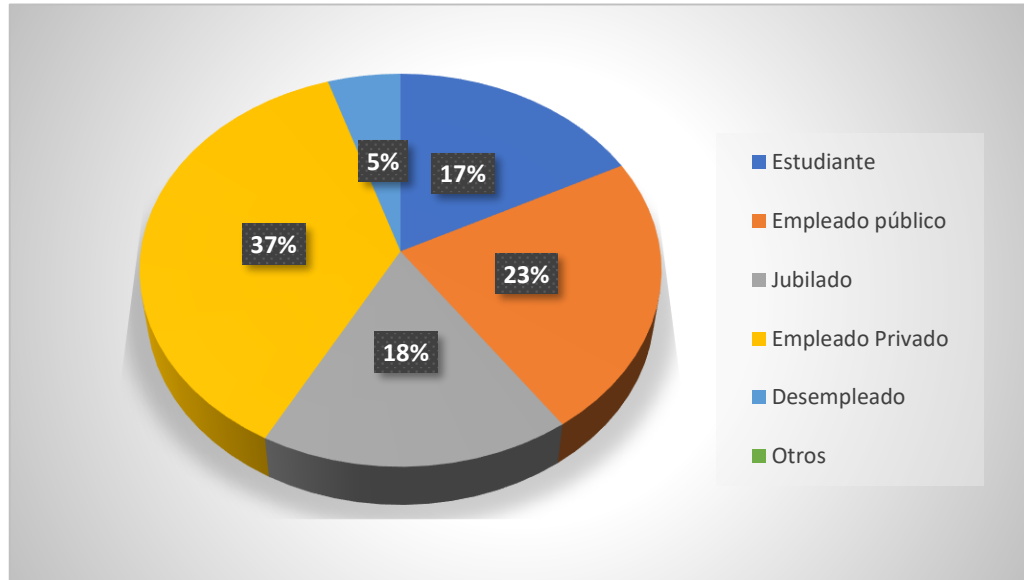


#### Interpretación:

De acuerdo a los datos recopilados de los turistas que visitan la provincia de Cotopaxi el 42% de turistas son casados quienes en su mayoría disponen de una solvencia económica al realizar el viaje, el 33% son solteros representando a los dos porcentajes más altos porque buscan la manera de distraerse de la rutina y visitar nuevos destinos acompañados de amigos, seguido de ello encontramos el 14% que viven en unión libre, el 6% son divorciados y por último encontramos el 5% que representa a la categoría de viudos quienes son personas de la tercera edad que visitan la provincia acompañada de sus hijos o nietos buscando la forma de disfrutar y distraerse de su entorno habitual.

## Pregunta N° 6: Situación Laboral

FIGURA 6 SITUACIÓN LABORAL



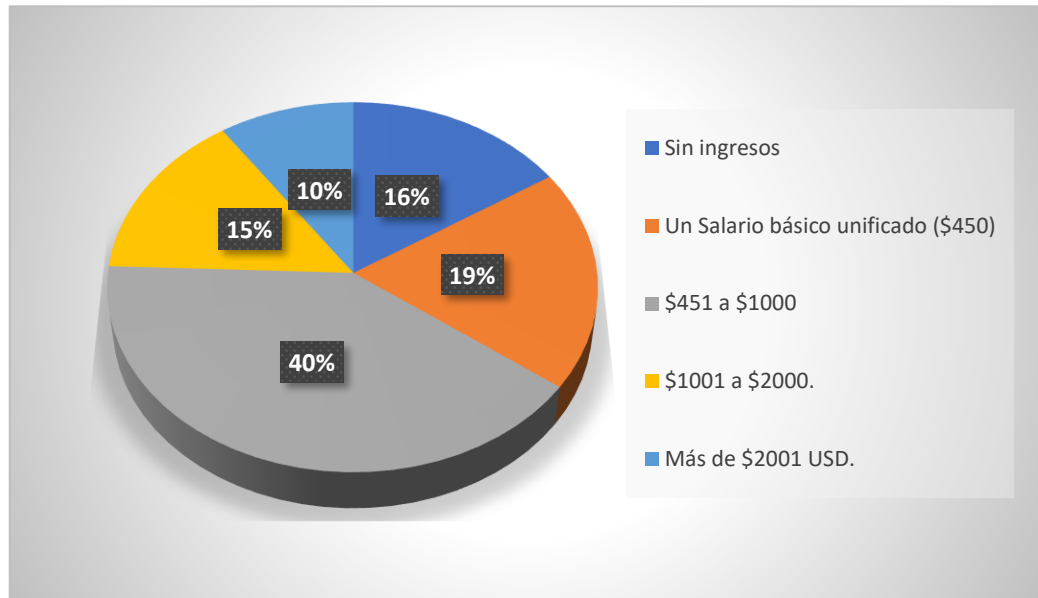
### Interpretación:

Tomando en consideración los datos recopilados al aplicar las encuestas se determinó que el 37% de los turistas son empleados privados quienes trabajan en empresas o emprenden mientras que su contraparte de empleados públicos representa el 23% además de ello se encuentra el 17% son estudiantes los cuales viajan de diversas provincias y deciden aventurarse a conocer la provincia, el 18% son personas jubiladas que en su mayoría son extranjeras y por último encontramos el 5% de personas desempleadas quienes han terminado sus estudios y están buscando empleo.

## VARIABLE SOCIO-ECONÓMICAS

### Pregunta N° 7: ¿Promedio mensual de ingresos?

FIGURA 7 ¿PROMEDIO MENSUAL DE INGRESOS?

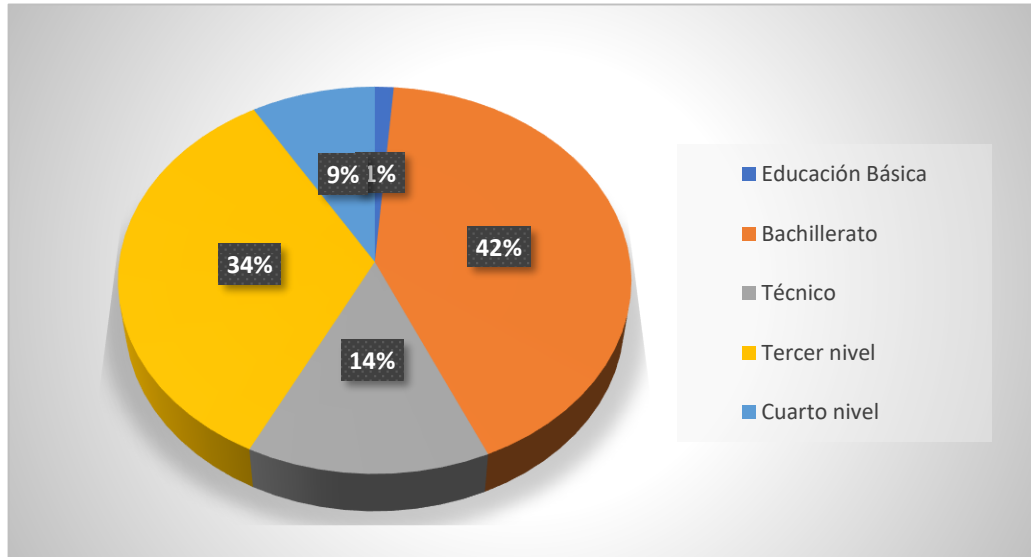


#### Interpretación:

La investigación de campo dio como resultado que el promedio mensual de ingresos más alto de las personas que visitan la provincia de Cotopaxi va desde los \$451 a \$1000 que corresponde al 40% de las encuestas los cuales tienen un empleo solvente y llevan varios años trabajando en ellos, el 19% corresponde a las personas que sus ingresos van desde los \$450 el cual representa un salario básico unificado hacia no generar ingresos donde se encuentran amas de casa quienes dependen económicamente de otra persona, el 16% de personas no cuentan con ingresos debido a que son estudiantes o viajan acompañados de sus familias que cubren los gastos, además de ello tenemos el 15% que va desde los \$1001 a \$2000 correspondiendo a extranjeros y por último la opción de más de \$2001 USD quienes son personas jubiladas o que su nivel de estudios se encuentra en el cuarto nivel.

### Pregunta N° 8: ¿Nivel de estudios?

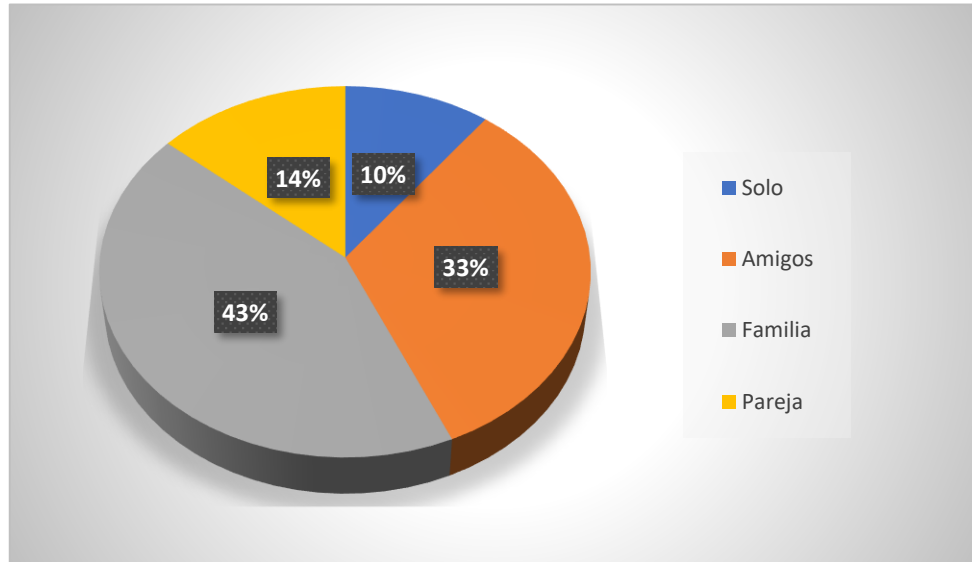
FIGURA 8 ¿NIVEL DE ESTUDIOS?



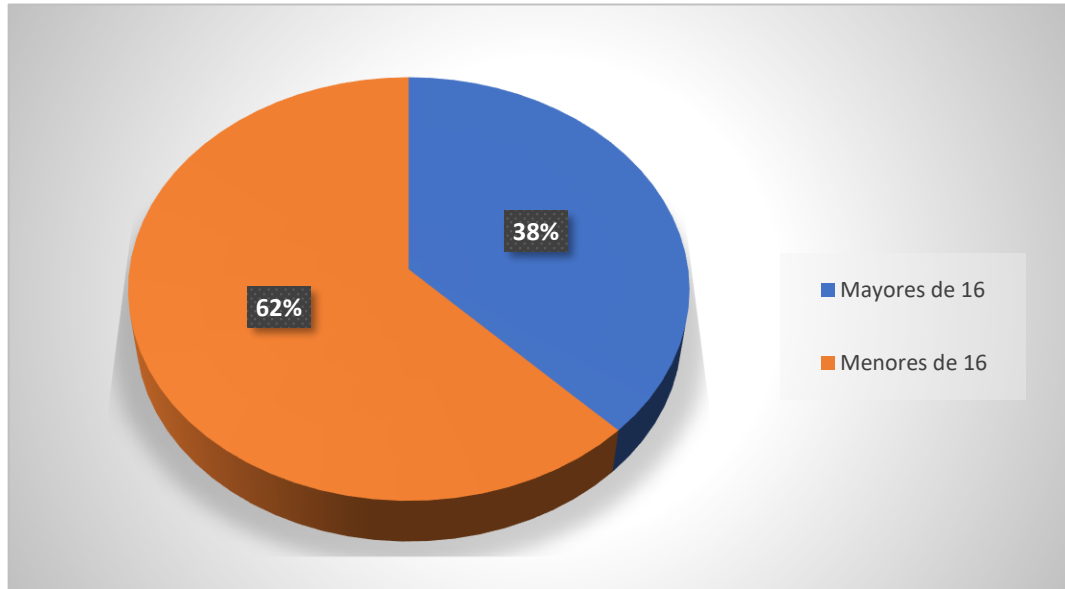
#### Interpretación:

La investigación de campo dio como resultado que los turistas que visitan la provincia de Cotopaxi cuentan con un nivel de estudio del 42% que corresponde a bachillerato quienes lo están terminando o tuvieron que detener sus estudios para conseguir empleo con el fin de que a futuro lograr retomar sus estudios y obtener un título de tercer nivel, seguido de una educación del tercer nivel con un 34% los cuales se encuentran estudiándolo, el 14% corresponde a las personas que optaron por estudiar una carrera técnica, el 9% de los turistas tienen un cuarto nivel y el 1% representa a la categoría educación básica de acuerdo a los datos recopilados de la aplicación de la encuesta.

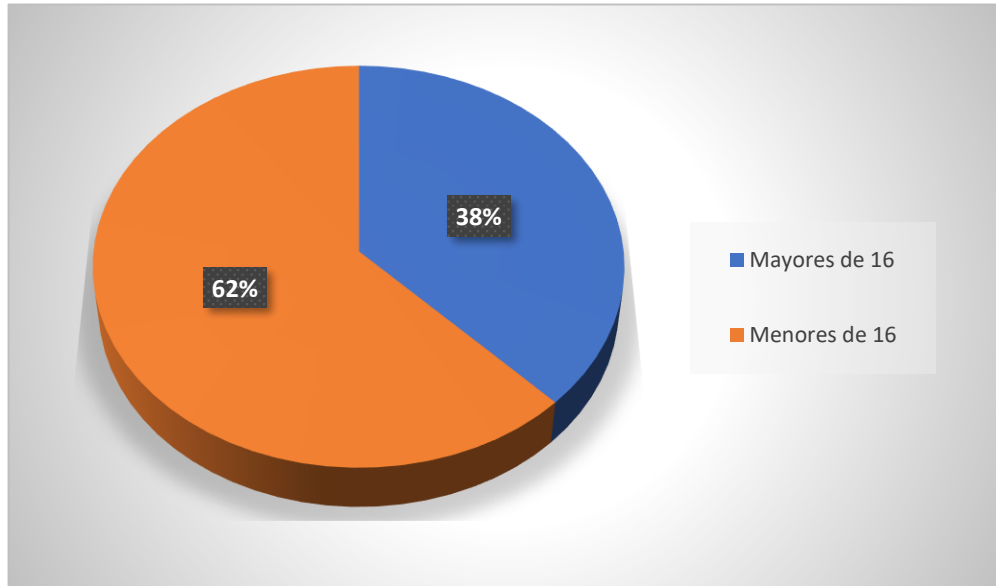


**Pregunta N° 9: ¿Con quién viaja?****FIGURA 9 ¿CON QUIÉN VIAJA?****Interpretación:**

La investigación de campo arrojó como resultado que el 43% de los turistas viajan en familia, los cuales generan una mayor cantidad de ingresos al sector turístico debido al estar conformados por varios integrantes, el 33% de turistas viajan con amigos siendo el segundo grupo más representativo porque buscan realizar nuevas actividades y generar experiencias positivas al realizar su viaje, por otra parte encontramos el 14% de los turistas quienes prefieren viajar en pareja quienes son los que más ahorran en transporte y alimentación para centrarse en las actividades que se desarrollan en los atractivos y por último encontramos el 10% de los visitantes prefieren viajar solos debido a que buscan encontrar tranquilidad en los destinos de naturaleza.

**Pregunta N° 10: ¿Cuántos mayores de 16 años le acompañan?****FIGURA 10 ¿CUÁNTOS MAYORES DE 16 AÑOS LE ACOMPAÑAN?****Interpretación:**

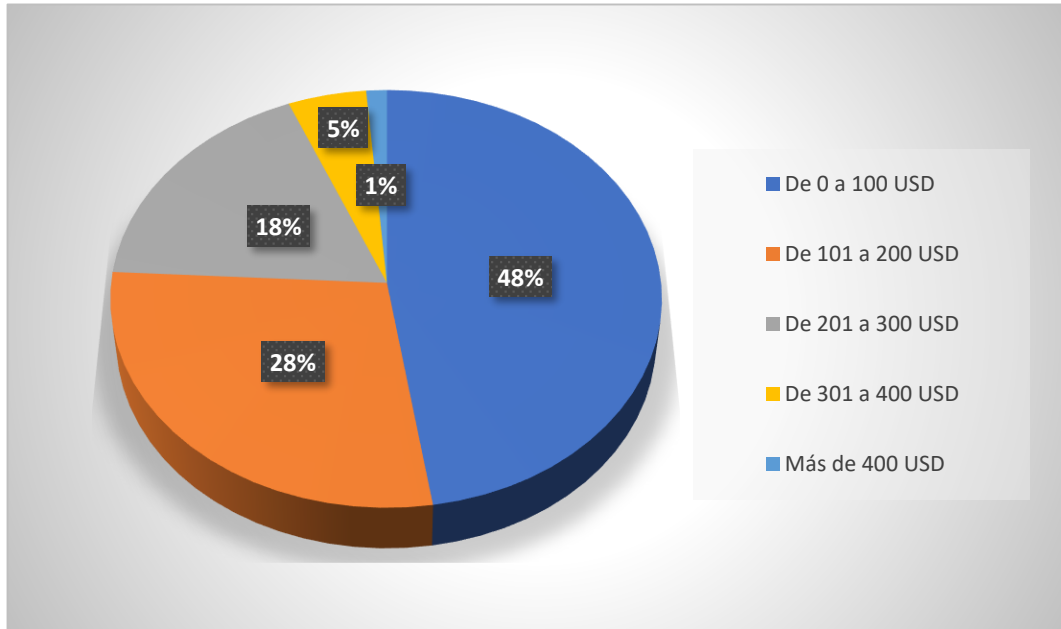
La investigación dio como resultado que el 38% de las personas son mayores de 16 años y viajan conjuntamente entre grupos de amigos los cuales pueden solventar sus gastos y a su vez pueden cuidarse solos mientras que su contraparte con un 62% son menores de 16 años quienes viajan acompañados de su familia debido a que no tienen una solvencia económica y a su vez los padres quienes son los pilares principales deciden tomar vacaciones para disfrutar de la compañía de toda su familia dentro de los destinos de naturaleza de la provincia de Cotopaxi.

**Pregunta N° 11: ¿Cuántos menores de 16 años le acompañan?****FIGURA 11 ¿CUÁNTOS MENORES DE 16 AÑOS LE ACOMPAÑAN?****Interpretación:**

El resultado de esta investigación fue que el 62% de las personas son menores de 16 años los cuales viajan con su familia los cuales dependen económicamente de ellos o si realizan viajes entre amigos sus padres lo autorizan si son espacios de fácil acceso y no representan ningún riesgo para sus hijos, el 38% de los turistas que visitan la provincia de Cotopaxi lo hacen acompañados de mayores de 16 años que viajan en grupos de amigos, pareja o incluso familia el cual varía según la cantidad de integrantes del grupo de visita.

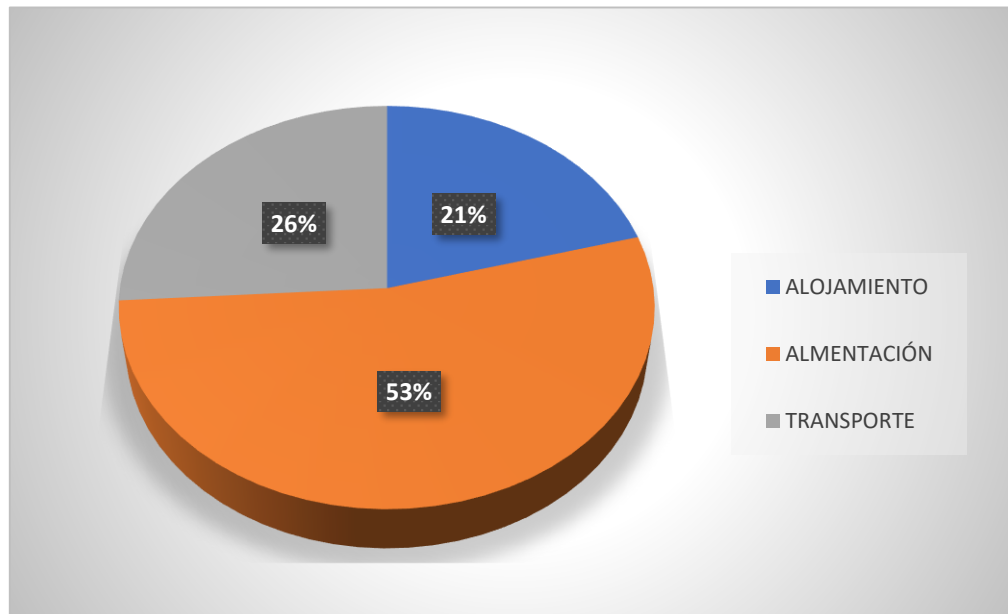
**Pregunta N° 12: ¿Cuánto estimó gastar durante su visita a la Provincia?**

**FIGURA 12 ¿CUÁNTO ESTIMÓ GASTAR DURANTE SU VISITA A LA PROVINCIA?**



**Interpretación:**

La investigación dio como resultado que el 48% de las personas estiman gastar entre 0 a \$100 debido a que la mayoría de ellos son provenientes de las provincias de Pichincha, Tungurahua y Chimborazo los cuales destinan su dinero a la alimentación y transporte debido a que retornan el mismo día para reducir costos en alojamiento y otras actividades, el 28% está representada por los turistas que gastan entre los \$101 a \$200 los cuales tienden a quedarse 2 días o están acompañados de un numeroso grupo, de \$2001 a \$300 corresponde al 5% quienes gastan en equipo especializado para realizar actividades en la provincia y por último el 1% representa a las personas que gastan más de \$400 quienes contrataron un tour que incluye alojamiento, alimentación y transporte no solo en la provincia.

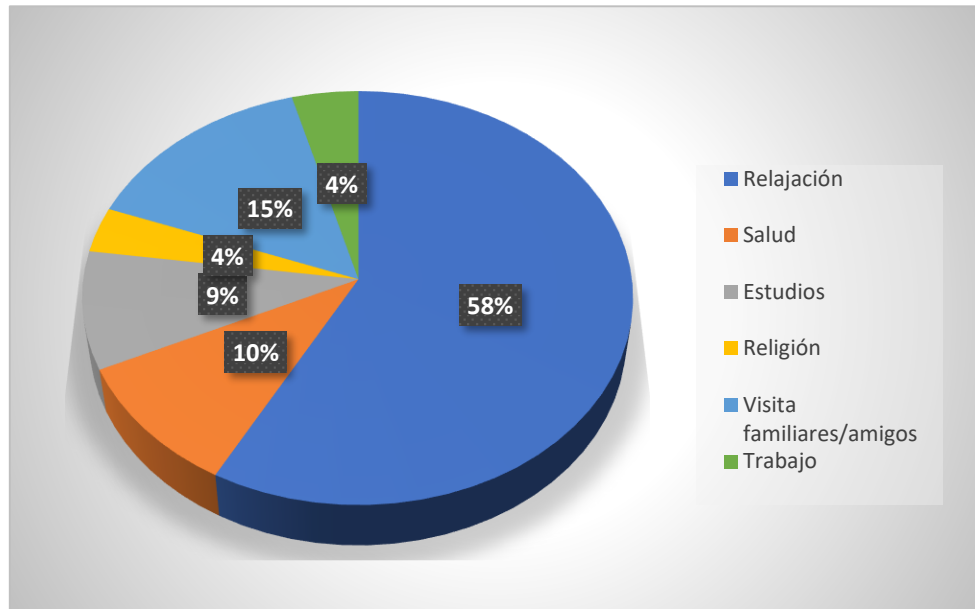
**Pregunta N° 13: ¿Qué porcentaje del gasto destinó para?****FIGURA 13 ¿QUÉ PORCENTAJE DEL GASTO DESTINÓ PARA?****Interpretación:**

La investigación dio como resultado que el 53% de los turistas destina su dinero en alimentación debido al tiempo en el cual se encuentran fuera de sus hogares y que al realizar actividades de naturaleza gastan energía y deben recompensarla, el transporte que representa el 26% esto debido a que los turistas destinan su dinero al combustible o el pago acordado por servicios de transporte ofertado por otra persona como lo son los vehículos de alquiler o el transporte público y por último el 21% representa alojamiento debido a que los visitantes prefieren viajar por un día completo durante su tiempo en la provincia y quienes se extienden por más tiempo destinan su economía a estas tres actividades de manera equitativa.

## VARIABLE DE MOTIVACIÓN

**Pregunta N° 14: ¿Cuál fue el motivo de su viaje?**

**FIGURA 14 ¿CUÁL FUE EL MOTIVO DE SU VIAJE?**

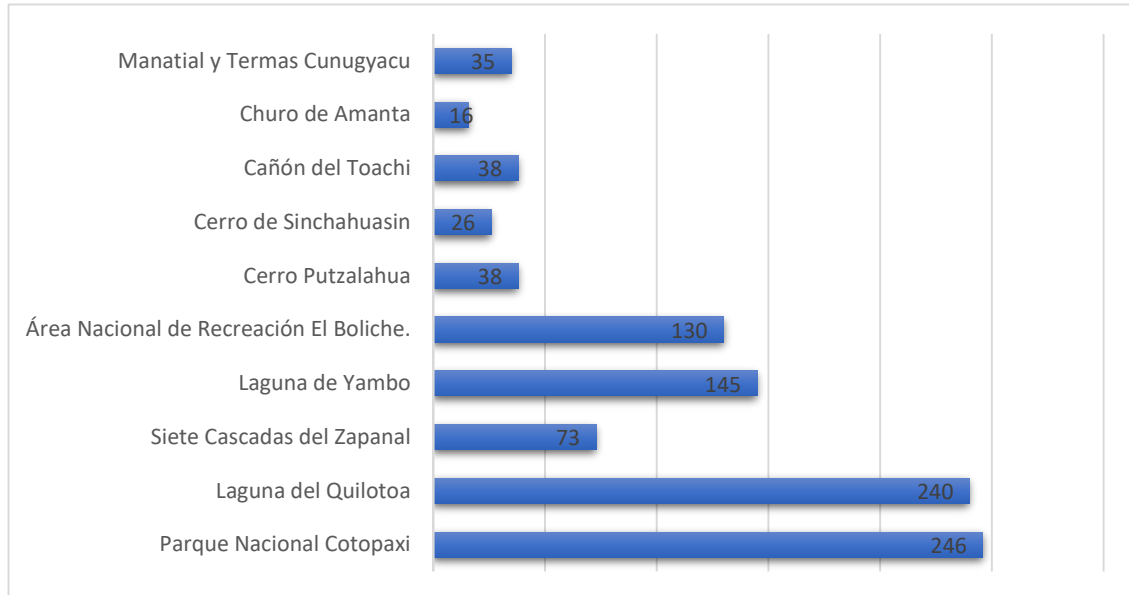


### Interpretación:

De acuerdo con la recopilación de las encuestas el 58% de los turistas su mayor motivación es realizar viajes por motivos de relajación debido al estrés del trabajo o la gran afluencia de personas de su lugar de origen con lo cual prefieren alejarse de todo ello convirtiéndose en el porcentaje más alto en comparación al resto el cual se encuentra dividido en el 15% en visita de familiares o amigos, el 10% viajan por motivos de salud al visitar termas o destinos que tengan aire puro y no esté contaminado, el 9% lo realizan por estudios al ser estudiantes de otras provincias que se aventuran a conocer la provincia en la cual pasaran una gran parte de su tiempo y los dos últimos porcentajes se ven igualados teniendo un 4% los cuales son trabajo y religión por lo cual la mayoría de las personas viajan por motivos de relajación.

**Pregunta N° 15: ¿Qué otro atractivo turístico de la Provincia le gustaría visitar?**

**FIGURA 15 ¿QUÉ OTRO ATRACTIVO TURÍSTICO DE LA PROVINCIA LE GUSTARÍA VISITAR?**

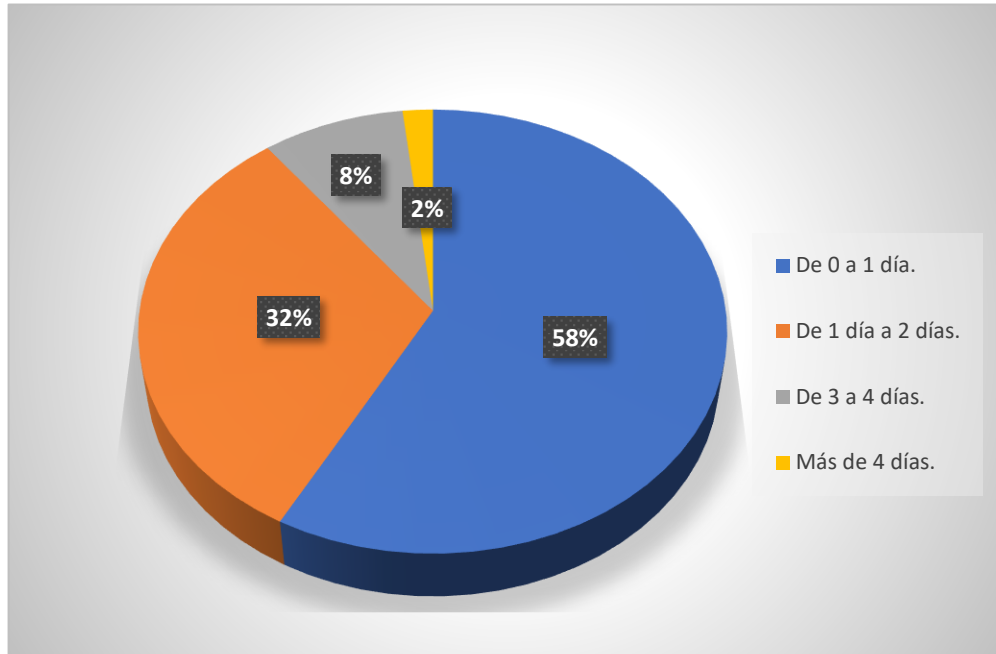


**Interpretación:**

De acuerdo con los datos obtenidos en las encuestas se estableció de mayor a menor nivel de preferencia los atractivos por lo que al ser 10 atractivos se los agrupo por lo cual en el nivel 1 de preferencia entre los turistas encontramos el Parque Nacional Cotopaxi, la Laguna del Quilotoa y la Laguna de Yambo los cuales son quienes reciben una mayor cantidad de promoción turística y son de fácil acceso, en el nivel 2 encontramos el Área Nacional de Recreación el Boliche, las Siete Cascadas del Zapanal y el Cañón del Toachi los cuales son destinos en los cuales las actividades son específicas y lo realizan los turistas que planifican sus actividades, por último encontramos el nivel 3 está conformado por el Cerro Putzalahua, Manantial y Termas Cunugyacu, el Cerro Sinchaguasin y el Churo de Amanta los cuales son destinos que no han tenido una gran promoción como los de nivel 1 y 2.

**Pregunta N° 16: ¿Qué tiempo estimó para su visita en la Provincia?**

**FIGURA 16 ¿QUÉ TIEMPO ESTIMÓ PARA SU VISITA EN LA PROVINCIA?**



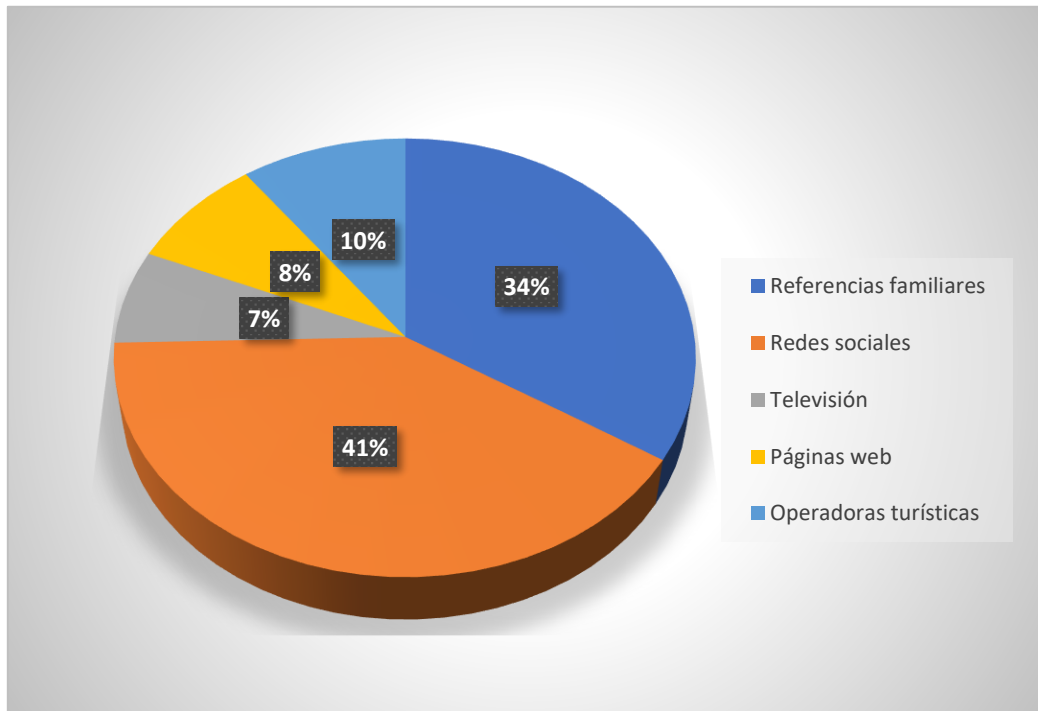
**Interpretación:**

De acuerdo con la recolección de información el porcentaje más alto es de 0 a 1 días el cual representa el 58% debido a que las personas deciden recorrer los atractivos principales y que tienen una mayor difusión en un solo día para lograr retornar a sus hogares mientras que los visitantes extranjeros prefieren recorrer el resto de las provincias en su estancia dentro del país lo cual reduce las posibilidades de permanecer más días, el 32% corresponde a la estancia de 1 a 2 días los cuales son quienes deciden conocer de una manera paciente la provincia, el 8% son las personas que deciden quedarse de 3 a 4 días y por último el 2% representa a las personas que pretenden quedarse 4 o más días que por lo general son personas que tienen familiares en la provincia.



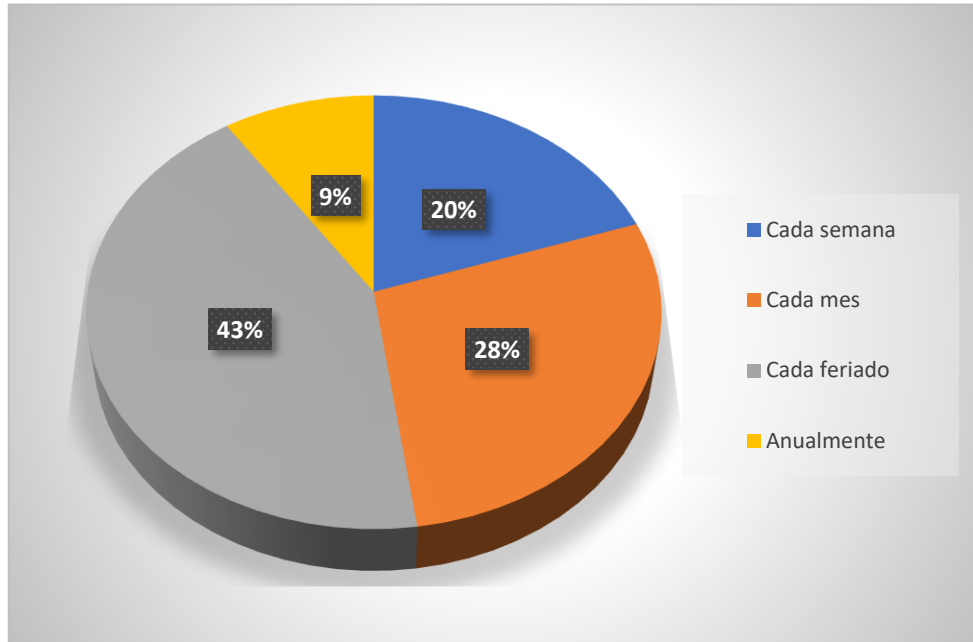
**Pregunta N° 17: ¿A través de que medio se informó sobre el atractivo turístico de la Provincia de Cotopaxi?**

**FIGURA 17 ¿A TRAVÉS DE QUE MEDIO SE INFORMÓ SOBRE EL ATRACTIVO TURÍSTICO DE LA PROVINCIA DE COTOPAXI?**



**Interpretación:**

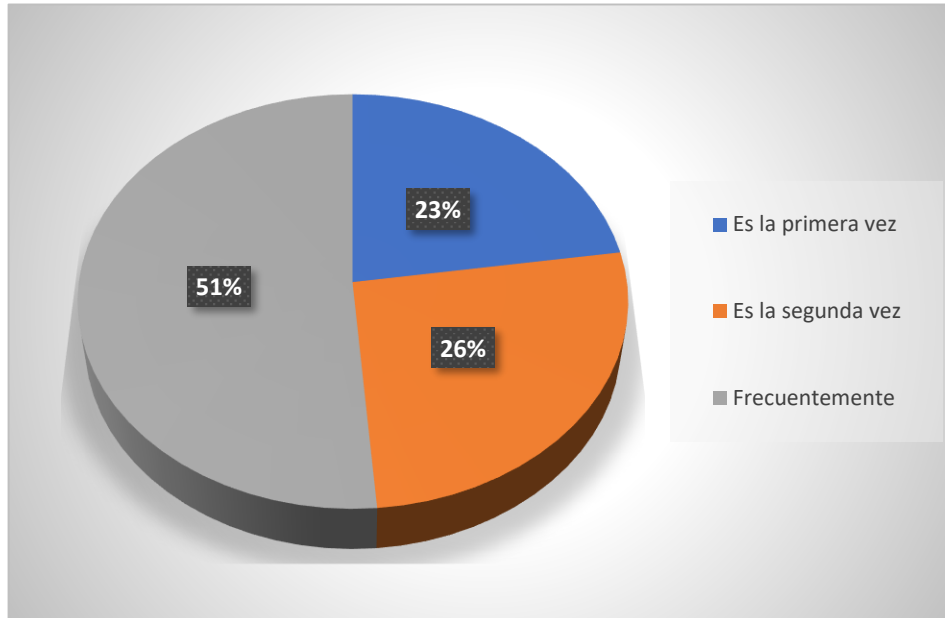
De acuerdo a la recopilación de datos el 41% de los turistas se informan a través de las redes sociales como lo son Facebook, Instagram y Tik Tok los cuales los algoritmos recomiendan estos destinos, mientras que el 34% se informa a través de las referencias familiares y experiencias de otras personas las cuales recomiendan el destino a través de sus experiencias positivas, el 10% a través de operadoras turísticas quienes son quienes ofertan los destinos con las actividades y servicios que prestaran, el 8% se informan a través de páginas webs y el 7% se informa a través de la televisión o radio.

**Pregunta N° 18: ¿Cada que tiempo realiza actividades turísticas?****FIGURA 18 ¿CADA QUE TIEMPO REALIZA ACTIVIDADES TURÍSTICAS?****Interpretación:**

La información recolectada dio como resultado que el 43% de los turistas deciden viajar cada feriado debido a que es el momento en el que se reúne toda la familia y pueden planificar sus salidas, el 28% viaja cada mes para relajarse y distraerse de las actividades cotidianas, el 20% viaja cada semana los cuales son jóvenes y personas que tienen una estabilidad económica o sus padres los motivan a viajar y conocer más del país mientras que el 9% realiza sus viajes anualmente debido a que al salir no solo viajan a un destino sino a varios y no pueden descuidar sus trabajos o estudios en sus países de residencia.

**Pregunta N° 19: ¿Cuántas veces ha visitado la Provincia de Cotopaxi?**

**FIGURA 19 ¿CUÁNTAS VECES HA VISITADO LA PROVINCIA DE COTOPAXI?**



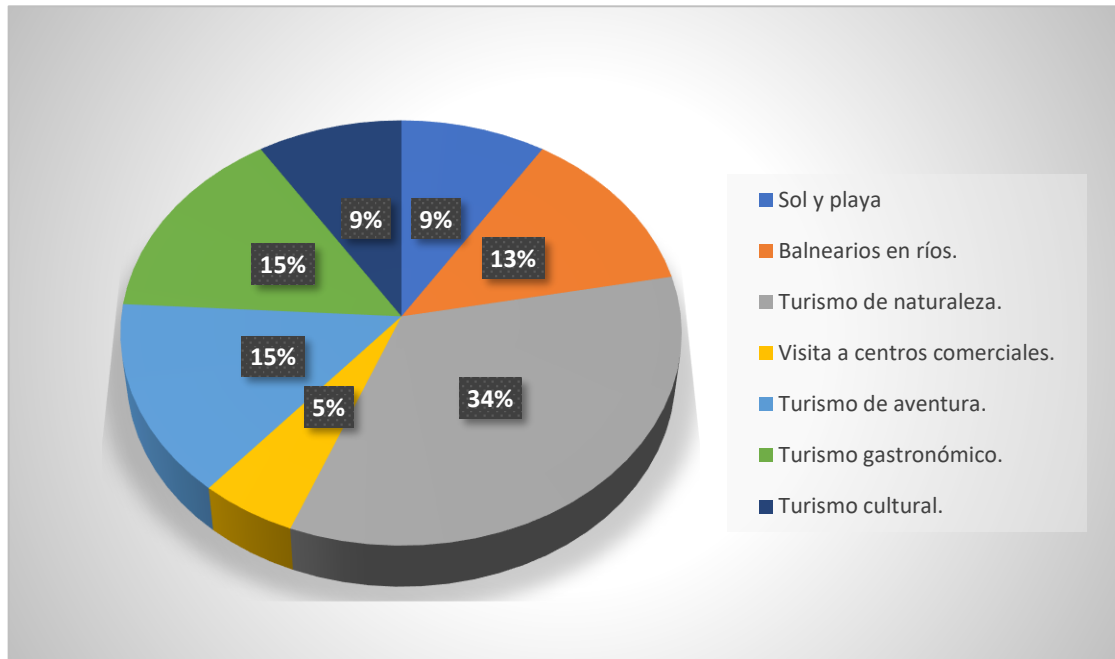
**Interpretación:**

La recopilación de datos dio como resultado que el 51% de las personas visita frecuentemente los atractivos que se encuentran dentro de la provincia de Cotopaxi debido a que son destinos cercanos y en los cuales han tenido experiencias positivas mientras que el 26% de las personas visitan la provincia por segunda vez lo realizan en compañía de un grupo aun mayor para disfrutar de la compañía en el lugar, por último tenemos el 23% de los turistas que visitan la provincia por primera los cuales tienden ser extranjeros y personas a las cuales las redes sociales y experiencias de otras personas generaron su interés por visitarlos.

## VARIABLE DE PREFERENCIAS

**Pregunta N° 20: ¿Cuál es su tipo de turismo favorito?**

**FIGURA 20 ¿CUÁL ES SU TIPO DE TURISMO FAVORITO?**

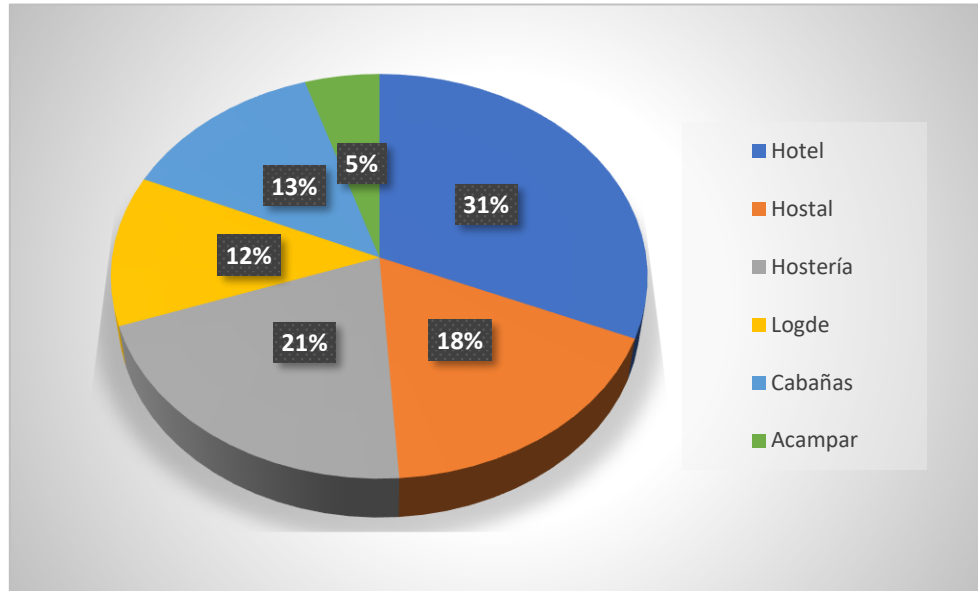


### **Interpretación:**

La recopilación de datos dio como resultado que el 34 % de los turistas que visitan la provincia de Cotopaxi prefieren el turismo de naturaleza el cual se convierte en el porcentaje más alto en comparación a las otras variables, el 15% lo comparten el turismo de aventura y gastronómico seguido del 13% de las personas que prefieren los balnearios en ríos, el 9% corresponde a turismo cultural y de sol y playa mientras que el 5% el cual es el valor más bajo corresponde a visita de centros comerciales.

**Pregunta N° 21: ¿Qué tipo de hospedaje prefiere?**

**FIGURA 21 ¿QUÉ TIPO DE HOSPEDAJE PREFERE?**

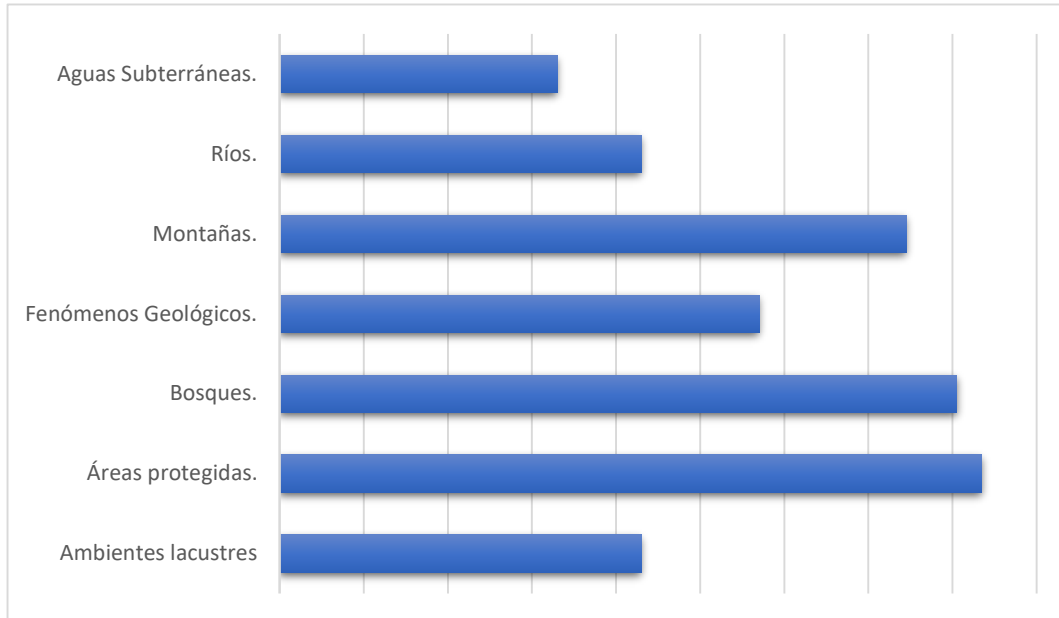


**Interpretación:**

La recopilación de datos dio como resultado el 31% de turistas prefieren hospedarse en un Hotel al conocer los servicios que generalmente ofertan y al ser los que más se encuentran a nivel de la provincia, el 21% representa a las personas que prefieren Hosterías, el 18% prefieren Hostales al ser una manera de economizar su porqué emplean para descansar y asearse, el 13% las personas que prefieren las cabañas lo hacen debido a que se encuentran en sintonía con la naturaleza, el 12% prefiere los Lodge para que su visita no genere tantos efectos negativos y por último tenemos el 5% de personas que prefieren acampar quienes lo hacen dentro de las zonas establecidas quienes mayormente son grupos de amigos.

**Pregunta N° 22: ¿Qué tipo de recursos naturales prefiere visitar?**

**FIGURA 22 ¿QUÉ TIPO DE RECURSOS NATURALES PREFERE VISITAR?**

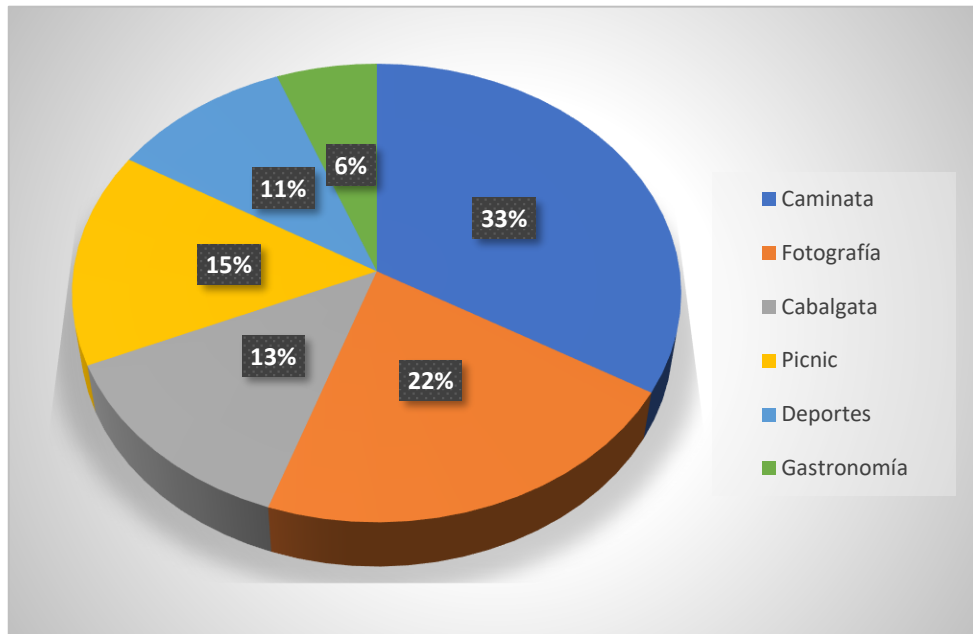


**Interpretación:**

De acuerdo con los datos obtenidos en las encuestas se estableció de mayor a menor nivel de preferencia los recursos naturales que los turistas prefieren visitar dentro de la provincia de Cotopaxi por lo cual en primera posición encontramos áreas protegidas seguido de bosques que se encuentra casi al mismo nivel, después de ello en tercer lugar encontramos montañas, en cuarto lugar se posicionan fenómenos geológicos, en quinto lugar existe la misma cantidad de preferencias las cuales la comparten ríos y ambientes lacustres, en última posición encontramos aguas subterráneas.

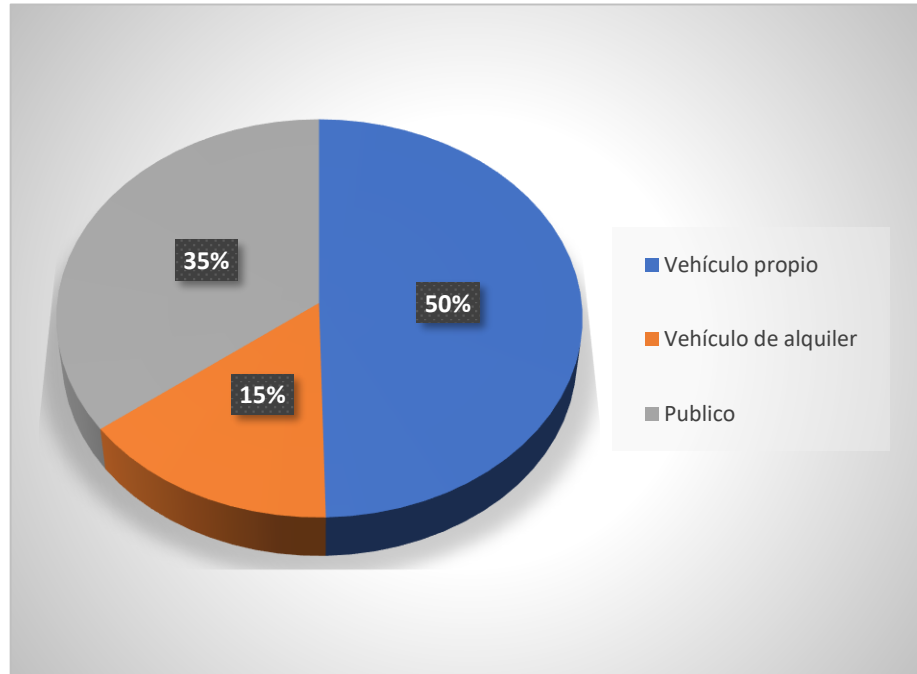
**Pregunta N° 23: ¿Qué actividades prefiere realizar en su visita?**

**FIGURA 23 ¿QUÉ ACTIVIDADES PREFIERE REALIZAR EN SU VISITA?**



**Interpretación:**

De acuerdo con los datos obtenidos en las encuestas el 33% de los turistas prefieren realizar caminatas dentro de los destinos turísticos, ya que al ser destinos de naturaleza poseen una gran variedad de flora y fauna que los turistas admiran, el 22% turistas prefiere realizar fotografía el cual va de la mano con la camita al estar rodeado de hermosas vistas y elementos naturales, el 15% prefiere realizar picnics con la familia o amigos los cuales planifican sus actividades y se informan de que servicios se prestan en los destinos, mientras que el 13% prefiere realizar cabalgata al no poder desplazarse con facilidad y que prefieren estar en contacto de animales, el 11% corresponde a deportes los cuales se los oferta dentro de los destinos turísticos y por último el 6% corresponde a gastronomía debido a que los turistas deciden experimentar nuevos sabores y conocer más sobre la cultura.

**Pregunta N° 24: ¿Qué tipo de transporte prefiere usar para viajar?****FIGURA 24 ¿QUÉ TIPO DE TRANSPORTE PREFERE USAR PARA VIAJAR?****Interpretación:**

Los turistas con un 49% prefieren emplear como medio de transporte un vehículo propio debido a que es mucho más cómodo y que de igual manera viajan con su familia para lo cual les gusta sentir el control del tiempo y la seguridad, seguido de ello se encuentran los vehículos públicos que cuenta con un 35% los cuales lo utilizan personas que van acompañadas de amigos que muchas veces este tipo de transporte los dejan a pocos minutos del destino y es una manera de reducir los costos y por último encontramos el 15% de turistas los cuales deciden alquilar vehículos en agencias de viaje debido a que no disponen de una manera de desplazarse a los destinos turísticos.



## 11.1 Resumen del perfil del turista

**TABLA 14 RESUMEN DEL PERFIL DEL TURISTA**

<b>Perfil del turista.</b>			
<b>Características Demográficas</b>	<b>Características Socioeconómicas</b>	<b>Características Motivacionales</b>	<b>Características de Preferencia</b>
<p>1. El 51% de turistas son extranjeros en su mayoría provenientes de Argentina, Estados Unidos, España y Colombia mientras que los turistas de nacionalidad ecuatoriana representan el 49% los cuales son provenientes de las provincias de Pichincha, Tungurahua y Chimborazo.</p> <p>2. La edad promedio de los turistas de naturaleza que visitan la provincia de Cotopaxi es de 31 y 40 años el cual está representado por el 39%.</p> <p>3. El 54% corresponde al género masculino</p> <p>4. El estado civil que predomina son turistas casados con un 42% y el 33% son solteros.</p> <p>5. El 37% de los turistas son empleados privados y el 23% son empleados públicos.</p>	<p>1. Los turistas nacionales ganan entre un salario básico hasta los \$1000 dólares a diferencia de los turistas extranjeros que ganan un promedio de \$1001 a \$2000.</p> <p>2. El 42% de los turistas tienen un nivel de estudios de bachillerato y el 34% de tercer nivel</p> <p>3. Los turistas por lo general prefieren viajar en grupos familiares el cual representa el 43% y el 33% prefiere viajar con amigos para reducir costos y disfrutar de la compañía.</p> <p>4. La mayoría de los turistas son menores de 16 años quienes viajan con su familia y la otra parte son mayores de 16 años quienes viajan con amigos y parejas.</p> <p>5. Los turistas gastan entre 0 a \$100 debido a que sus viajes son cortos en los cuales buscan gastar en alimentación y transporte.</p>	<p>1. El 58% de los turistas viajan por motivos de relajación y el 15% por motivos de visitar familiares.</p> <p>2. Los dos principales atractivos que las personas desean visitar en su estadía o futuros viajes son el Parque Nacional Cotopaxi y la Laguna del Quilotoa.</p> <p>3. El 58% de los turistas que visitan la provincia de Cotopaxi lo hacen en su mayoría de 0 a 1 día y los turistas que lo hacen por dos días está representado por el 32%</p> <p>4. El 41% de turistas que visitan la provincia se informan mediante redes sociales y el 34% mediante referencias familiares.</p> <p>5. El 43% de los turistas que viajan lo realizan cada feriado y el 28% cada mes.</p> <p>6. El 51% de los turistas que visitan la provincia lo hacen frecuentemente.</p>	<p>1. El 34% de los turistas prefieren el turismo de naturaleza.</p> <p>2. El 31% de los turistas prefieren hospedarse en un hotel mientras que el 21% prefiere hosterías.</p> <p>3. Prefieren visitar recursos naturales como áreas protegidas, bosques y montañas.</p> <p>4. El 33% prefieren realizar caminatas y el 22% optan por realizar fotografía.</p> <p>5. El 50% de turistas prefieren emplear vehículos propios.</p>

**12. Boletín turístico.**

La elaboración del boletín turístico tuvo como propósito proporcionar información actualizada de datos estadísticos del perfil del turista la cual será empleada como una herramienta para los gestores turísticos quienes atraerán nuevos clientes mediante la creación de estrategias publicitarias, diseño e innovación de productos turísticos que permitan mejorar la toma de decisiones y saber redireccionar sus productos a un público específico.



Se diseñó dos boletines turísticos de diferentes dimensiones a través de la aplicación de Adobe Express CS6 con el fin de crear diseños que permitirán atraer la atención de los prestadores de servicios turísticos, la cual consta de imágenes que se obtuvieron mediante las salidas de campo las mismas que sirvieron para seleccionar la gama de colores que se emplearon en las páginas que caracterizan el perfil del turista mediante los datos estadísticos y variables.

El motivo por el cual se diseñó dos boletines turísticos es debido a que se pretende que los prestadores de servicios turísticos y técnicos en turismo logren manipular de una manera ágil la información que contiene el boletín, además de ello se pensó en la forma en que lo transportaran para lo cual no debe emplear mucho espacio.

El presente boletín se encuentra dividido en las cuatro variables de caracterización del perfil del turista en la cual se presenta la información recopilada mediante el instrumento de recopilación de datos que funcionara como una herramienta para los prestadores de servicios turísticos, Gads y emprendimientos enfocados en el turismo.





## 12.1 Tipografía.

La tipografía que se seleccionó fue de acuerdo a transmitir la información de una manera concreta o elegante con lo cual se empleó el diseño CON SERIF la cual es un tipo de letra clásica y elegante con lo cual a continuación se especifica el tipo de letra empleada dentro del boletín turístico.

**Letra para la portada:**

- **Tipo de letra:** Montserrat
- **Tamaño para título principal:** 38.9
- **Tamaño para subtítulos:** 30
- **Tamaño de texto:** 12.2
- **Tamaño variable de caracterización:** 27.4

**Letra para los resultados:**

- **Tipo de letra:** Chewy
- **Tamaño para título principal:** 39
- **Tamaño para subtítulos:** 30
- **Tamaño de texto:** 18

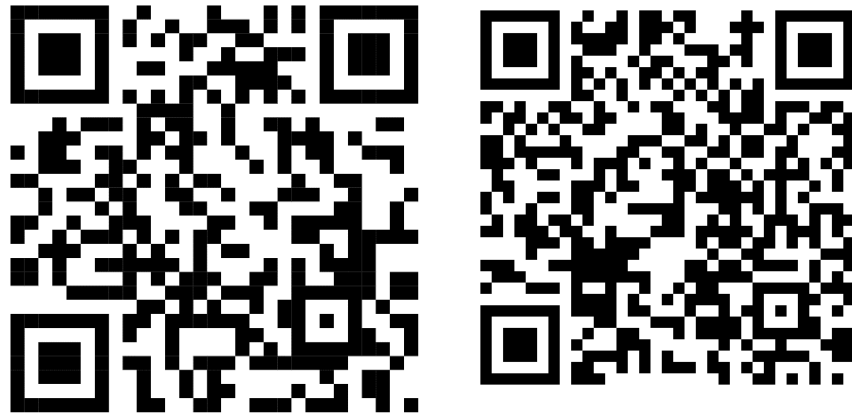
**Gama de colores**

Los colores fueron seleccionados en función de las imágenes en las cuales los principales colores que destacan son el verde y azul que tienden a ser colores llamativos y poco invasivos al momento de que el turista los lea.

<b>Colores</b>	<b>Representación</b>
<b>Azul:</b>	Se eligió el color azul ya que se asocia a sensaciones a la paz y da la sensación de confianza al lector lo cual se busca al momento de promocionar el destino.
<b>Verde:</b>	Se seleccionó el color verde debido a que en las encuestas la opción que mayor jerarquía poseía era la naturaleza y contrasta con las fotografías que se seleccionaron además de ello este color se lo asocia a sensaciones de estabilidad, y confianza.

**12.2 Código QR:**

El código QR se lo genero a través de la aplicación ME QR que permite generar códigos a través de formatos en pdf o imágenes las cuales se suben dentro de una plataforma y la información se almacena dentro del sistema convirtiéndose en una manera fácil de difundir e intercambiar información rápidamente entre el código y el escáner permitiendo a los prestadores de servicios turísticos acceder de una manera más rápida y eficiente a la información.



El motivo por el cual se creó códigos QR es el de permitir el acceso ágil y rápido de la información a los prestadores de servicios, técnicos en turismo, emprendedores y Gads tanto parroquiales como cantonales con el fin de no generar contaminación por la polución y la degradación de los recursos.

El primer código QR despliega la información de la caracterización del perfil del turista en un formato cuaderno que se lo diseño pensado en los establecimientos turísticos que tengan oficinas y la información tenga que ser estática ya que prefieren tenerlo de esta manera debido que desde ella pueden gestionar nuevos productos y no tendrán que utilizar la otra versión debido a que no necesitan desplazarla.

Por último, el segundo código QR está diseñado con el propósito de que los técnicos de turismo o personas que se desplacen por la provincia lo hagan de una manera ágil esto debido a que es un boletín turístico más pequeño que contiene la misma información más sintetizada y el diseño de sus páginas varia debido a que se adecuo las medidas de la letra e imágenes.

### 13. Impactos

**TABLA 15 IMPACTOS**

<b>Indicadores</b>	<b>Impactos</b>
<b>Técnico</b>	A través del boletín turístico se proporcionará una herramienta la cual permitirá a los profesionales en turismo tener información actualizada del perfil del turista el cual permitirá planificar y tomar decisiones acerca de la asignación de presupuestos dentro de los servicios que ofertan hacia el público al cual deben direccionarse.
<b>Ambientales</b>	Debido a que el boletín turístico se lo encontrara de manera digital se pretende reducir la cantidad de residuos de papel debido a que de esta manera se reduce la polución y la desaparición de recursos naturales. Además de ello se pretende comprometer a los turistas y prestadores de servicios al turismo sostenible, ya que las personas tienden a desechar los boletines turísticos contaminando los recursos de naturaleza.
<b>Económicos</b>	Los impactos positivos que se generarán son el desarrollo de nuevas ofertas turísticas basadas en el perfil del turista mediante la asignación del presupuesto que fomentara la calidad de los productos y servicios para que de esta manera los establecimientos turísticos estén listos para ofertar sus productos a su público objetivo y a su vez logrará despertar el interés de los turistas por visitar la provincia de Cotopaxi permitiendo dinamizar la economía mediante la innovación y personalización de sus servicios.

#### 14. Conclusiones:

- Mediante la sistematización de los datos obtenidos con la aplicación del método cuantitativo se definió el perfil del turista de naturaleza que visita la provincia de Cotopaxi se caracterizó mediante la aplicación de las 385 encuestas de las cuales se obtuvieron los siguientes resultados: Los turistas que visitan la provincia corresponden a turistas extranjeros y nacionales que son provenientes de las provincias de Pichincha, Tungurahua y Chimborazo, los cuales poseen un rango de edad de 31 a 40 años, quienes para desplazarse dentro de la provincia emplean vehículos propios quienes a su vez lo hacen acompañados de su familia quienes destinan su tiempo a realizar actividades como caminata y fotografía debido a que destinan su dinero para alimentación y transporte los cuales no gastan más de \$100 en los destinos turísticos.
- Para la creación del boletín turístico se empleó los resultados de la caracterización del perfil del turista de naturaleza a través del método descriptivo con el cual se plasmó los resultados obtenidos mediante la aplicación Adobe InDesign CS6 que funcionara como una herramienta para los prestadores turísticos y los profesionales los cuales gestionaran los productos turísticos o servicios hacia un público objetivo.



## 15. Recomendaciones:

- Es importante actualizar el perfil del turista de manera periódica con el fin de que los prestadores de servicios y técnicos en turismo se mantengan informados de las características del turista que recibirán dentro de la provincia debido a que a partir de ello se pueden diseñar estrategias de mejoramiento y personalización de un producto enfocándose en las variables de caracterización las cuales son demográficas, socioeconómicas, motivación y preferencia.
- Mediante la información que se presenta en el boletín turístico se lo puede emplear como herramienta para redireccionar la promoción de los atractivos turísticos de naturaleza de la provincia de Cotopaxi centrándose en los aspectos socioeconómicos que permitan generar precios accesibles ya que según los análisis de las variables la economía influye mucho a la hora de visitar un destino turístico debido a que viajan acompañados y buscan reducir costos con lo cual los prestadores de servicios deben crear paquetes promocionales.

## 16. Bibliografía

- Andrade, A. (2018). Turismo Rural. UNWTO, 1. Obtenido de <https://www.unwto.org/es/turismo-rural>
- Cajas, B. (2019). Reactivación del turismo. Deloitte, 3. Obtenido de <https://www2.deloitte.com/ec/es/pages/consumer-business/articles/reactivacion-del-turismo.html>
- Candelejo, M. (2022). Los lugares turísticos del Ecuador que debes visitar en tus vacaciones. Diners Club, 1. Obtenido de [https://www.dinersclub.com.ec/experiencias/diners-club/lugares-turisticos-de-ecuador?gclid=Cj0KCQjw2eilBhCCARIsAG0Pf8tpnRR07OwhnrDAY-voVIcQelkvB\\_ljLeg9HxKv6DI31uOLlYt\\_StcaAqq2EALw\\_wcB](https://www.dinersclub.com.ec/experiencias/diners-club/lugares-turisticos-de-ecuador?gclid=Cj0KCQjw2eilBhCCARIsAG0Pf8tpnRR07OwhnrDAY-voVIcQelkvB_ljLeg9HxKv6DI31uOLlYt_StcaAqq2EALw_wcB)
- Carrión, F. (2022). Ciudades. Turistas, 11. Obtenido de <chrome-extension://efaidnbmnmnibpajpcgleclefindmkaj/https://biblio.flacsoandes.edu.ec/libros/digital/58361.pdf>
- Carrión, P. (2021). Tendencias en turismo para el 2022. 1. Obtenido de <https://www.ostelea.com/actualidad/blog-turismo/tendencias-en-turismo/tendencias-en-turismo>
- Casa, C. (2019). 50 Lugares turísticos de Ecuador. Ecuador turistico, 1. Obtenido de <https://www.ecuador-turistico.com/2014/01/lugares-turisticos-de-ecuador.html>
- Casa, M. (2021). Importancia del turismo. Una guía de ayuda, 1. Obtenido de <https://www.importancia.org/turismo.php#:~:text=Entendemos%20por%20turismo%20a%20todas,%2C%20de%20entretenimiento%2C%20de%20relajaci%C3%B3n.>
- Contreras, M. (2022). 11 Tendencias del turismo para los próximos cinco años. UNITED, 1. Obtenido de <https://blogs.unitec.mx/vida-universitaria/tendencias-del-turismo-para-los-proximos-anos/>
- Escobedo, A. (2018). Turismo de naturaleza: ¿En qué consiste y cuál es su origen? Turismo, 1. Obtenido de <https://www.entornoturistico.com/turismo-de-naturaleza-en-que-consiste-y-cual-es-su-origen/>

- FARO. (2020). Sector Turismo en Ecuador Retos Después del COVID-19. FARO, 1. Obtenido de <https://grupofaro.org/sector-turismo-en-ecuador-retos-despues-del-covid-19/>
- Guevara, A. (2012). Teoría del turismo. Universidad del Azuay, 15. Obtenido de <https://biblioteca.uazuay.edu.ec/buscar/item/76848>
- Hernández, F. (2021). Los 10 Mejores Lugares Turísticos de Ecuador. Turismos mundial, 1. Obtenido de <https://enviajes.cl/ecuador/lugares-turisticos-de-ecuador/>
- Herrera, R. (2021). La reactivación turística post covid-19 de las áreas naturales protegidas y su incidencia en la mejora de la experiencia de los turistas en el Ecuador. Scielo, 8(2), 10. Obtenido de [http://scielo.senescyt.gob.ec/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S2477-88502021000200008](http://scielo.senescyt.gob.ec/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2477-88502021000200008)
- Hurtado, R. (2018). Analizando el perfil del turista con Tourism Intelligence. ATRIBUS, 1. Obtenido de <https://atribus.com/analizar-el-perfil-del-turista/>
- Ledhesma, M. (2021). Tipos de turismo. Nueva clasificación, 189. Obtenido de [chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://frrq.cvg.utn.edu.ar/pluginfile.php/15091/mod\\_resource/content/0/Tipos%20de%20turismo%2C%20nueva%20clasificaci%C3%B3n%20-%20Manuel%20Ledhesma.pdf](chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://frrq.cvg.utn.edu.ar/pluginfile.php/15091/mod_resource/content/0/Tipos%20de%20turismo%2C%20nueva%20clasificaci%C3%B3n%20-%20Manuel%20Ledhesma.pdf)
- Llugsha, V. (2021). Turismo y desarrollo desde un enfoque territorial y el covid-19. Territorios de debate, 38. Obtenido de <chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://biblio.flacsoandes.edu.ec/libros/digital/59323.pdf>
- López, C. (2021). Cuáles son las claves de la recuperación y tendencias del sector turismo en 2022. 1. Obtenido de <https://marketinginsiderreview.com/tendencias-sector-turismo-2022/>
- Mar, A. (2021). Conoce qué es el turismo de negocios y por qué es tan importante en México. topadventure, 1. Obtenido de <https://topadventure.com/negocios/Que-es-el-turismo-de-negocios-20210121-0001.html>

- Martínez, V. (2019). El turismo de naturaleza: un producto turístico sostenible. ARBOL, 193(785), 14. Obtenido de <https://arbor.revistas.csic.es/index.php/arbor/article/view/2204/3026>
- Mayorga, C. (2022). Turismo - nuevas tendencias. REVFINE, 1. Obtenido de <https://www.revfine.com/es/tendencias-del-turismo/>
- Mediterrani. (2021). ¿Qué tipo de turistas existen? 3 perfiles para tu estrategia. EUM, 1. Obtenido de <https://mediterrani.com/tipos-viajeros-turistas-existen/#:~:text=En%20general%2C%20tiene%20un%20perfil,inter%C3%A9s%20por%20el%20ocio%20nocturno.>
- Mello, C. (2020). El souvenir artesanal y la promoción de la imagen del lugar turístico. Scielo, 24(2), 5. Obtenido de [http://www.scielo.org.ar/scielo.php?pid=S1851-17322015000200001&script=sci\\_arttext&tlng=en](http://www.scielo.org.ar/scielo.php?pid=S1851-17322015000200001&script=sci_arttext&tlng=en)
- Mina, A. (2018). Turismo. CEUPF, 1. Obtenido de <https://www.ceupe.com/blog/turismo-de-salud.html>
- Miño, M. (2019). Turismo. CEUPF, 1. Obtenido de <https://www.ceupe.com/blog/turismo-de-sol-y-playa.html>
- Muñoz, M. (2021). PERFIL DEL TURISTA: ORIGEN, CARACTERÍSTICAS Y PERCEPCIONES DE LOS VISITANTES EN PEDERNALES, ECUADOR. Suplemento CICA, 1. Obtenido de <https://suplementocica.uleam.edu.ec/index.php/SuplementoCICA/article/view/16/264>
- Núñez, J. (2020). Perfil del turista nacional. Gestion digital, 1. Obtenido de <https://revistagestion.ec/cifras/perfil-del-turista-nacional/>
- Orozco, I. (2020). Tendencias del turismo. Plantur, 1. Obtenido de [http://apps.mintur.gub.uy/Plantur/index.php?option=com\\_content&view=article&id=10&Itemid=35](http://apps.mintur.gub.uy/Plantur/index.php?option=com_content&view=article&id=10&Itemid=35)
- Proaño, P. (2019). Perfil del turista en función de las motivaciones para productos turísticos patrimoniales – caso Ruta del Hielo II. Siembra, 5. Obtenido de <https://revistadigital.uce.edu.ec/index.php/SIEMBRA/article/view/1431/4045>

- Ramos, M. (2016). Análisis de las políticas para el turismo en Ecuador con énfasis en el turismo rural comunitario. *Dilinet*, 7(9), 5. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5772016>
- Ramos, M. (2017). Turismo. CEUPF, 1. Obtenido de <https://www.ceupe.com/blog/turismo-gastronomico.html>
- Rodas, M. (2018). El Turismo Comunitario en el Ecuador. *Dialnet*, 1(1), 10. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5309454>
- Rodríguez, E. (Agosto de 2021). Clases y tipos de turismo según actividades desarrolladas. *Turismo*, 5(1), 5. Obtenido de chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://vinculando.org/wp-content/uploads/kalins-pdf/singles/clases\_de\_turismo\_sostenible\_desarrollo\_hotelero.pdf
- Rodriguez, P. (2022). Las 9 tendencias del turismo post-covid. *Ideas*, 1. Obtenido de <https://www.ideasforchange.com/es/archivo-blog/9-tendencias-turismo-post-covid>
- Rojas, J. (2018). Turismo. CEUPF, 1. Obtenido de <https://www.ceupe.com/blog/turismo-cultural.html>
- Ronquillo, B. (2017). Identificación del perfil del turista como aporte al desarrollo de la comuna San Pedro. *Dspace*, 23. Obtenido de <https://repositorio.upse.edu.ec/xmlui/handle/46000/4124>
- Santana, A. (2019). Patrimonio cultural y turismo: reflexiones y dudas de un anfitrión. *Revista Ciencia*, 7(21), 3. Obtenido de chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://www.uco.es/~gt1tomam/master/gestion/santana.pdf
- Serrano, A. (2019). Estudio y aplicación de indicadores turísticos en la oferta y demanda turística por periodos de tiempo en la ciudad de Cuenca - Ecuador. *Siembra*, 6(2), 10. Obtenido de <http://portal.amelica.org/ameli/jatsRepo/246/2461283011/html/index.html#:~:text=Mi+entras%20que%20la%20demanda%20tur%C3%ADstica,32%2D33>
- Suarez, K. (2021). 10 LUGARES TURÍSTICOS DEL ECUADOR. *Ecuador Hop*, 3. Obtenido de <https://www.ecuadorhop.com/es/10-lugares-turisticos-del-ecuador/>

- Tirado, M. (2017). Perfil del turista. 47. Obtenido de chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://www.promperu.gob.pe/Turismo IN/Uploads/temp/Uploads\_perfiles\_extranjeros\_39\_PTE16\_publicacion.pdf
- Organización Mundial del Turismo. (2019). Definiciones de Turismo de la OMT. Recuperado el 24 de Enero de 2021, de <https://www.eunwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284420858>
- Torres, E. (2019). EL TURISMO RESIDENCIADO Y SUS EFECTOS EN LOS DESTINOS TURÍSTICOS. *Estudios turísticos*, 155(1), 26. Obtenido de chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://turismo.janium.net/janium/Objetos/REVISTAS\_ESTUDIOS\_TURISTICOS/90150.pdf
- Unidas, N. (4 de Junio de 2022). Informe de políticas: La COVID-19 y la transformación del turismo. *Barómetro del turismo mundial*, 18(4), 30. Obtenido de chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://www.un.org/sites/un2.un.org/files/2020/10/policy\_brief\_covid-19\_and\_transforming\_tourism\_spanish.pdf
- Vaca, R. (2021). El turismo y su transformación tras la pandemia. *UTPL*, 1. Obtenido de <https://noticias.utpl.edu.ec/el-turismo-y-su-transformacion-tras-la-pandemia-0>
- Vargas, S. (2019). La reactivación turística post covid-19 de las áreas naturales protegidas y su incidencia en la mejora de la experiencia de los turistas en el Ecuador. *Siembra*, 1. Obtenido de <https://revistadigital.uce.edu.ec/index.php/SIEMBRA/article/view/3071>
- Velasco, A. (2021). SITUACIÓN DEL TURISMO EN EL CONTEXTO COVID-19 Y PERSPECTIVAS PARA SU REACTIVACIÓN ALGUNAS ESTRATEGIAS PROPOSITIVAS. *CICA*, 1. Obtenido de <https://suplementocica.uleam.edu.ec/index.php/SuplementoCICA/article/view/91/249>
- Velez, C. (2022). Cuáles son las tendencias que marcarán el rumbo del turismo en el 2022. *EKOS*, 1. Obtenido de <https://ekosnegocios.com/articulo/cuales-son-las-tendencias-que-marcaran-el-rumbo-del-turismo-en-el-2022>
- Vizcáino, L. (2015). Evolución del turismo en España. *Dailnet*, 1(4), 7. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5665969>
- Ecuador HOP. (2019, mayo 10). El Cañón del Toachi y la Laguna de Quilotoa. *Ecuador Hop*. <https://www.ecuadorhop.com/es/canon-toachi-y-laguna-quilotoa/>

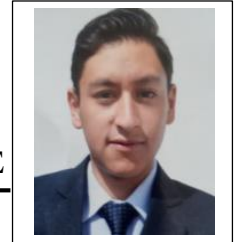
- Ministerio de Turismo. (2017). Guía metodológica para la jerarquización de atractivos y generación de espacios turísticos del Ecuador.  
[https://servicios.turismo.gob.ec/descargas/InventarioAtractivosTuristicos/Parte1\\_GuiaMetodologicaInventarioGeneracionEspacioTuristico2017\\_2da](https://servicios.turismo.gob.ec/descargas/InventarioAtractivosTuristicos/Parte1_GuiaMetodologicaInventarioGeneracionEspacioTuristico2017_2da)
- Canto, E. D., & Silva, A. S. (2013). Metodología cuantitativa: abordaje desde la complementariedad en ciencias sociales. *Revista de Ciencias Sociales*, 141, Article 141. <https://doi.org/10.15517/rsc.v0i141.12479>
- Bacaria, J. (2020). El impacto mundial del covid-19. *Foreign Affairs Latinoamérica*.
- Grupo FARO. (17 de Agosto de 2020). Sector Turismo en Ecuador Retos Después del COVID-19. Obtenido de <https://grupofaro.org/sector-turismo-en-ecuador-retosdespues-del-covid-19/>

## 17. Apéndices.

### 17.1 Apéndice 1: Hoja de vida del equipo de trabajo.



**Hoja de vida del Autor**  
**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI**  
**DATOS INFORMATIVOS PERSONAL DOCENTE**



#### DATOS PERSONALES

**APELLIDOS:** Gangotena Pazmiño

**NOMBRES:** Washington Patricio

**ESTADO CIVIL:** Soltero

**CEDULA DE CIUDADANÍA:** 1718912528

**NÚMERO DE CARGAS FAMILIARES:** 0

**LUGAR Y FECHA DE NACIMIENTO:** 15/11/2000

**DIRECCIÓN DOMICILIARIA:** Alóag Barrio el Cortijo

**TELÉFONO CONVENCIONAL:** 022389406

**TELÉFONO CELULAR:** 0962594486

**EMAIL INSTITUCIONAL:** washington.gangotena2528@utc.edu.ec

**TIPO DE DISCAPACIDAD:** N/A

#### ESTUDIOS REALIZADOS Y TÍTULOS OBTENIDOS

NIVEL	INSTITUCIÓN
PRIMARIA	Escuela Fiscal Selfina Castro
SECUNDARIA	Unidad Educativa Mariano Negrete
TERCER NIVEL	Universidad Técnica de Cotopaxi

#### CURSOS

Idioma Inglés B1





**Hoja de vida del Tutor**  
**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI**  
**DATOS INFORMATIVOS PERSONAL DOCENTE**



**DATOS PERSONALES**

**APELLIDOS:** Armijos Ango

**NOMBRES:** Sara Alejandra

**ESTADO CIVIL:** Soltera

**CEDULA DE CIUDADANÍA:** 1803993995

**NÚMERO DE CARGAS FAMILIARES:** 0

**LUGAR Y FECHA DE NACIMIENTO:** 31/10/1987

**DIRECCIÓN DOMICILIARIA:** Pasaje Velastegui y Av. Manuelita Sáenz

**TELÉFONO CONVENCIONAL:** 032587277

**TELÉFONO CELULAR:** 0992734236

**EMAIL INSTITUCIONAL:** sara.armijos3995@utc.edu.ec

**TIPO DE DISCAPACIDAD:** N/A

**# DE CARNET CONADIS:** N/A

**ESTUDIOS REALIZADOS Y TÍTULOS OBTENIDOS**

NIVEL	TITULO OBTENIDO	FECHA DE REGISTRO	CÓDIGO DEL REGISTRO CONESUP O SENESCYT
TECNICO	Técnica Ejecutiva Guía Nacional de Turismo	2009-08-21	1042-09-942055
TECNOLÓGICO SUPERIOR	Tecnóloga en Administración Turística y Hotelera	2011-06-24	1042-11-1062692
TECNOLÓGICO SUPERIOR	Músico mención Violoncelo Nivel Tecnológico	2010-10-06	2276-10-127423
TERCER	Ingeniera en Administración y Dirección de Empresas Turísticas y Hoteleras	2011-08-25	1042-11-1082092
CUARTO	Master Universitario en Dirección y Planificación del Turismo	2017-02-07	724195638

**HISTORIAL PROFESIONAL**

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

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

**PERÍODO ACADÉMICO DE INGRESO A LA UTC:** abril – agosto 2019

## 17.2 Apéndice 2: Aval de traducción.



**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 proyecto de investigación cuyo título versa: “**PERFIL DEL TURISTA DE NATURALEZA QUE VISITA LA PROVINCIA DE COTOPAXI**” presentado por: **Gangotena Pazmiño Washington Patricio**, egresado de la Carrera de: **Turismo**, perteneciente a la **Facultad de Ciencias Agropecuarias Y Recursos Naturales**, lo realizó bajo mi supervisión y cumple con una correcta estructura gramatical del Idioma.

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

Latacunga, 24 de Agosto del 2023

Atentamente,

TANIA  
ELIZABETH  
ALVEAR  
JIMENEZ

Firmado  
digitalmente por  
TANIA ELIZABETH  
ALVEAR JIMENEZ  
Fecha: 2023.08.25  
12:45:25 -05'00'



**CENTRO  
DE IDIOMAS**

**Mg. Tania Alvear Jiménez**  
**DOCENTE CENTRO DE IDIOMAS-UTC**  
**CI: 0503231763**

### 17.3 Apéndice 3: Instrumento de recolección de datos.

Variable de caracterización	Indicador
<b>Demográficas</b>	<p><b>7. Nacionalidad</b></p> <p><b>8. Residencia</b></p> <p><b>9. Edad</b></p> <p><b>10. Género:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Masculino</li> <li>• Femenino</li> <li>• Otro</li> </ul> <p><b>11. Estado civil:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Soltero</li> <li>• Casado</li> <li>• Unión libre</li> <li>• Divorciado</li> <li>• Viudo</li> </ul> <p><b>12. Situación laboral</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Estudiante</li> <li>• Empleado publico</li> <li>• Jubilado</li> <li>• Empleado privado</li> <li>• Desempleado</li> <li>• Otros</li> </ul>
<b>Socioeconómicas</b>	<p><b>7. ¿Promedio mensual de ingresos?</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Sin ingresos</li> <li>• Un salario básico unificado (\$450)</li> <li>• \$451 a \$1000</li> <li>• \$1001 a \$ 2000</li> <li>• Más de \$2001</li> </ul> <p><b>8. ¿Nivel de estudios?</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Educación básica</li> <li>• Bachillerato</li> <li>• Técnico</li> <li>• Tercer nivel</li> <li>• Cuarto nivel</li> </ul> <p><b>9. ¿Con quién viaja?</b></p>

- 
- Solo
  - Amigos
  - Familia
  - Parejas

**10. ¿Cuántos mayores de 16 años le acompañan?**

**11. ¿Cuántos menores de 16 años le acompañan?**

**12. ¿Cuánto estimo gastar durante su visita a la provincia?**

- De 0 a 100 USD
- De 1001 a 200 USD
- De 301 a 400 USD
- Más de 400 USD

**13. ¿Qué porcentaje del gasto destino para?**

- Alojamiento
- Alimentación
- Transporte
- Otros (Especifique otro)

---

**Motivación**

**14. ¿Cuál fue el motivo de su viaje?**

- Relajación
- Salud
- Estudios
- Religión
- Visita de familiares

**15. ¿Qué otro atractivo turístico de la Provincia le gustaría visitar?**

**16. ¿Qué tiempo estimo para su visita en la Provincia?**

- De 0 a 1 día
- De 1 día a 2 días
- De 3 a 4 días
- Más de 4 días

**17. ¿A través de que medio se informó sobre el atractivo turístico de la Provincia de Cotopaxi?**

---

- 
- Referencias familiares
  - Redes sociales
  - Televisión
  - Página web
  - Operadoras turísticas
  - Otros (Especifique)

**18. ¿Cada que tiempo realiza actividades turísticas?**

- Cada semana
- Cada mes
- Cada feriado
- Otros (Especifique)

**19. ¿Cuántas veces ha visitado la Provincia de Cotopaxi?**

- Es la primera vez
- Es la segunda vez
- Frecuentemente
- Otro (Especifique)

---

**Preferencias**

**20. ¿Cuál es su tipo de turismo favorito?**

- Sol y playa
- Balnearios en ríos.
- Turismo de naturaleza.
- Visita a centros comerciales.
- Turismo de aventura.
- Turismo gastronómico.
- Turismo cultural.
- Otros (Especifique)

**21. ¿Qué tipo de hospedaje prefiere?**

- Hotel
- Hostal
- Hostería
- Lodge
- Cabañas
- Otros (Especifique)

**23. ¿Qué tipo de recursos naturales prefiere visitar?**

---

- 
- Bosques
  - Áreas protegidas
  - Ambiente lacustre
  - Montañas
  - Ríos
  - Fenómenos Geológicos
  - Aguas Subterráneas

**23. ¿Qué actividades prefiere realizar en su visita?**

- Caminata
- Fotografía
- Cabalgata
- Picnic
- Deportes
- Gastronomía
- Otras actividades

**24. ¿Qué tipo de transporte prefiere usar para viajar?**

- Vehículo propio
  - Vehículo de alquiler
  - Público
-

## 17.4 Apéndice 4.- Modelo de la Encuesta

**Universidad Técnica de Cotopaxi**  
**Facultad de Ciencias Agropecuarias y Recursos Naturales**  
**Licenciatura en Turismo**

### Estimado (a) Participante:

El siguiente cuestionario tiene como propósito obtener información sobre el Perfil del Turista de Naturaleza que visita la Provincia de Cotopaxi, con la finalidad de aportar a la reactivación turística del Ecuador.

Encuesta N°: \_\_\_\_\_

Atractivo Turístico: \_\_\_\_\_

#### DEMOGRÁFICA

**1. ¿Nacionalidad?**

\_\_\_\_\_

a) Soltero

**2. ¿Residencia?**

\_\_\_\_\_

b) Casado

c) Divorciado

d) Viudo

**3. ¿Edad?**

\_\_\_\_\_

e) Unión Libre

**4. ¿Género?**

a) Masculino

b) Femenino

c) Otros

**6. Situación Laboral:**

a) Estudiante

b) Empleado publico

c) Jubilado

d) Empleado Privado

e) Desempleado

f) Otros

**5. ¿Estado civil?**

#### SOCIOECONÓMICAS

**7. ¿Promedio mensual de ingresos?**

a) Sin ingresos

b) Un Salario básico unificado (\$450)

c) \$451 a \$1000.

d) \$1001 a \$2000.

e) Más de \$2001 USD.

c) Familia

d) Pareja

**10. ¿Cuántos mayores de 16 años le acompañan?**

**11. ¿Cuántos menores de 16 años le acompañan?**

**8. ¿Nivel de estudios?**

a) Educación Básica

b) Bachillerato

c) Técnico

d) Tercer nivel

e) Cuarto nivel

**12. ¿Cuánto estimó gastar durante su visita a la Provincia?**

a) De 0 a 100 USD.

b) De 101 a 200 USD.

c) De 201 a 300 USD.

d) De 301 a 400 USD

e) Más de 400 USD.

**9. ¿Con quién viaja?**

a) Solo

b) Amigos

**13. ¿Qué porcentaje del gasto destinó para?**

a) Alojamiento

b) Alimentación

c) Transporte

## MOTIVACIÓN

**14. ¿Cuál fue el motivo de su viaje?**

- a) Relajación
- b) Salud
- c) Estudios
- d) Religión
- e) Visita familiares/amigos
- f) Otros (Especifique).....

**15. ¿Qué otro atractivo turístico de la Provincia le gustaría visitar?**

\_\_\_\_\_

**16. ¿Qué tiempo estimó para su visita en la Provincia?**

- a) De 0 a 1 día.
- b) De 1 día a 2 días.
- c) De 3 a 4 días.
- d) Más de 4 días.

**17. ¿A través de que medio se informó sobre el atractivo turístico de la Provincia de Cotopaxi?**

- a) Referencias familiares
- b) Redes sociales
- c) Televisión
- d) Páginas web
- e) Operadoras turísticas
- f) Otros (Especifique) .....

**18. ¿Cada que tiempo realiza actividades turísticas?**

- a) Cada semana
- b) Cada mes
- c) Cada feriado
- d) Otros (Especifique) .....

**19. ¿Cuántas veces ha visitado la Provincia de Cotopaxi?**

- a) Es la primera vez
- b) Es la segunda vez
- c) Frecuentemente
- d) Otro (Especifique) .....

## PREFERENCIAS

**20. ¿Cuál es su tipo de turismo favorito?**

- a) Sol y playa
- b) Balnearios en ríos.
- c) Turismo de naturaleza.
- d) Visita a centros comerciales.
- e) Turismo de aventura.
- f) Turismo gastronómico.
- g) Turismo cultural.
- h) Otros (Especifique) .....

**21. ¿Qué tipo de hospedaje prefiere?**

- a) Hotel
- b) Hostal
- c) Hostería
- d) Lodge
- e) Cabañas
- f) Otros. (Especifique) .....

**22. ¿Qué tipo de recursos naturales prefiere visitar?**

- a) Ambientes lacustres
- b) Áreas protegidas.
- c) Bosques.
- d) Fenómenos Geológicos.

- e) Montañas.
- f) Ríos.
- g) Aguas Subterráneas.
- h) Otros (Especifique) .....

**23. ¿Qué actividades prefiere realizar en su visita?**

- a) Caminata
- b) Fotografía
- c) Cabalgata
- d) Picnic
- e) Deportes
- f) Gastronomía.
- g) Otras actividades

**24. ¿Qué tipo de transporte prefiere usar para viajar?**

- a) Vehículo propio
- b) Vehículo de alquiler
- c) Publico



**Technical University of Cotopaxi**  
**Faculty of Agricultural Sciences and Natural Resources**  
**Mayor of Tourism**

**Dear Participant:**

The purpose of the following questionnaire is to obtain information on the Profile of the Nature Tourist who visits the Province of Cotopaxi, in order to contribute to the tourist reactivation of Ecuador.

**DEMOGRAPHIC**

- |  |   |
|--|---|
| <p><b>1. Nationality?</b><br/>_____</p> <p><b>2. Residence?</b><br/>_____</p> <p><b>3. Age?</b><br/>_____</p> <p><b>4. Gender?</b></p> <p>a) Male <input type="checkbox"/></p> <p>b) Female <input type="checkbox"/></p> <p>c) Others <input type="checkbox"/></p> | <p>a) Single <input type="checkbox"/></p> <p>b) Married <input type="checkbox"/></p> <p>c) Divorced <input type="checkbox"/></p> <p>d) Widower <input type="checkbox"/></p> <p>e) Free union <input type="checkbox"/></p> <p><b>5. Employment Situation:</b></p> <p>a) Student <input type="checkbox"/></p> <p>b) Public employee <input type="checkbox"/></p> <p>c) Retired <input type="checkbox"/></p> <p>d) Private employee <input type="checkbox"/></p> <p>e) Unemployed <input type="checkbox"/></p> <p>f) Others <input type="checkbox"/></p> |
|--|---|

**SOCIOECONOMIC**

- |   |   |
|---|---|
| <p><b>6. Average monthly income?</b></p> <p>a) No income <input type="checkbox"/></p> <p>b) A Unified Base Salary (\$450) <input type="checkbox"/></p> <p>c) \$451 to \$1000. <input type="checkbox"/></p> <p>d) \$1001 to \$2000. <input type="checkbox"/></p> <p>e) More than \$2001 USD. <input type="checkbox"/></p> <p><b>7. Level of studies?</b></p> <p>a) Basic education <input type="checkbox"/></p> <p>b) Baccalaureate <input type="checkbox"/></p> <p>c) Technical <input type="checkbox"/></p> <p>d) Third level <input type="checkbox"/></p> <p>e) Fourth level <input type="checkbox"/></p> <p><b>8. Who are you traveling with?</b></p> <p>a) Only <input type="checkbox"/></p> <p>b) Friends <input type="checkbox"/></p> <p>c) Family <input type="checkbox"/></p> <p>d) Couple <input type="checkbox"/></p> | <p><b>9. How many people over the age of 16 accompany you?</b><br/>_____</p> <p><b>10. How many minors under 16 are accompanying you?</b><br/>_____</p> <p><b>11. How much did you estimate to spend during your visit to the Province?</b></p> <p>a) From 0 to 100 USD. <input type="checkbox"/></p> <p>b) From 101 to 200 USD. <input type="checkbox"/></p> <p>c) From 201 to 300 USD. <input type="checkbox"/></p> <p>d) From 301 to 400 USD <input type="checkbox"/></p> <p>e) More than 400 USD. <input type="checkbox"/></p> <p><b>12. What percentage of the spending did you earmark for?</b></p> <p>a) Accommodation <input type="checkbox"/></p> <p>b) Feeding <input type="checkbox"/></p> |
|---|---|

## MOTIVATION

### 13. What was the purpose of your trip?

- a) Relaxation
- b) Health
- c) Studies
- d) Religion
- e) Visit family/friends
- f) Others (Specify) .....

### 14. What other tourist attraction in the Province would you like to visit?

---

### 15. What time did you estimate for your visit in the Province?

- a) From 0 to 1 days.
- b) From 1 day a 2 days.
- c) From 3 to 4 days.
- d) More than 4 days.

### 16. Through what means was informed about the tourist attraction of the Province of Cotopaxi?

- a) Family references
- b) Social networks
- c) Television
- d) Websites
- e) Tour operators
- f) Others (Specify) .....

### 17. How often do you carry out tourist activities?

- a) Weekly
- b) Each month every
- c) Holiday
- d) Others (Specify) .....

### 18. How many times have you visited the Province of Cotopaxi?

- a) Is the first time
- b) It is the second time
- c) Frequently
- d) Others (Specify)

## PREFERENCES

### 19. What is your favorite type of tourism?

- a) Sun and beach
- b) Spas in rivers
- c) Nature tourism
- d) Visit shopping centers.
- e) Adventure trip
- f) Gastronomic tourism
- g) Cultural tourism

### 20. What type of lodging do you prefer?

- a) Hotel
- b) Lodging house
- c) Inn
- d) Lodge
- e) Cabins

### 21. What kind of natural resources do you prefer to visit?

- a) Lake environments
- b) Protected areas.

- c)
- d) Geological phenomena
- e) Mountains
- f) Rivers.
- g) Groundwater.
- h) Others (Specify) .....

### 22. What activities do you prefer to do during your visit?

- a) Hike
- b) Photography
- c) Picnic
- d) Picnic

### 23. What type of transportation do you prefer to use to travel?

- a) Own vehicle
- b) Rental Vehicle
- c) Public

**Thank you so much for your valuable collaboration**

**17.5 Apéndice 5.-** Evidencia del trabajo en campo durante la aplicación del instrumento de recolección de datos y visita Insitu de los atractivos.

**FOTOGRAFÍA 1: PARQUE NACIONAL COTOPAXI**

**Fecha:** 28 de junio 2023

**Fotografiado por:** Pablo Pesantez.

**Descripción:** Aplicación de encuestas.



**Fecha:** 21 de julio 2023

**Fotografías de:** Washington Gangotena.

**Descripción:** Fotografías para el boletín turístico.



**FOTOGRAFÍA 2: LAGUNA DEL QUILOTOA**

**Fecha:** 2 de julio 2023

**Fotografías de:** Washington Gangotena.

**Descripción:** Aplicación de encuestas y fotografías para el boletín turístico.

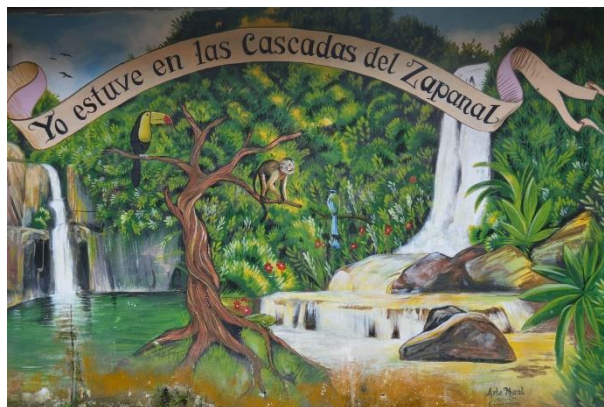


### **FOTOGRAFÍA 3: SIETE CASCADAS DEL ZAPANAL**

**Fecha:** 5 de julio 2023

**Fotografías de:** Washington Gangotena.

**Descripción:** Aplicación de encuestas y fotografías para el boletín turístico.



### **FOTOGRAFÍA 4: LAGUNA DE YAMBO**

**Fecha:** 28 de junio 2023

**Fotografías de:** Mikaela Villagrán.

**Descripción:** Aplicación de encuestas.



**FOTOGRAFÍA 5: ÁREA NACIONAL DE RECREACIÓN EL BOLICHE.**

**Fecha:** 28 de julio 2023

**Fotografías de:** Washington Gangotena.

**Descripción:** Aplicación de encuestas y fotografías para el boletín turístico.



### **FOTOGRAFÍA 6: CERRO PUTZALAHUA**

**Fecha:** 24 de julio 2023

**Fotografías de:** Washington Gangotena.

**Descripción:** Fotografías para el boletín turístico.



### **FOTOGRAFÍA 7: CERRO DE SINCHAHUASIN**

**Fecha:** 2 de julio 2023

**Fotografías de:** Washington Gangotena.

**Descripción:** Fotografías para el boletín turístico.



### **FOTOGRAFÍA 8: CAÑÓN DEL TOACHI**

**Fecha:** 2 de julio 2023

**Fotografías de:** Washington Gangotena.

**Descripción:** Aplicación de encuestas y fotografías para el boletín turístico.



### **FOTOGRAFÍA 9: CHURO DE AMANTA**

**Fecha:** 20 de julio 2023

**Fotografías de:** Washington Gangotena.

**Descripción:** Fotografías para el boletín turístico.



## FOTOGRAFÍA 10: MANANTIAL Y TERMAS CUNUGYACU

**Fecha:** 16 de julio 2023

**Fotografías de:** Washington Gangotena.

**Descripción:** Aplicación de encuestas y fotografías para el boletín turístico.





### 17.6 Apéndice 6.- Evidencia del trabajo en campo, encuestas llenas.

**Universidad Técnica de Cotopaxi**  
**Facultad de Ciencias Agropecuarias y Recursos Naturales**  
**Licenciatura en Turismo**

**Estimado (a) Participante:**

El siguiente cuestionario tiene como propósito obtener información sobre el Perfil del Turista de Naturaleza que visita la Provincia de Cotopaxi, con la finalidad de aportar a la reactivación turística del Ecuador.

Encuesta N°: 40 Atractivo Turístico: Volcán Cotopaxi.

**DEMOGRÁFICA**

1. ¿Nacionalidad?  
EE.UU

2. ¿Residencia?  
Alojada

3. ¿Edad?  
43

4. ¿Género?

a) Masculino

b) Femenino

c) Otros

5. ¿Estado civil?

a) Soltero

b) Casado

c) Divorciado

d) Viudo

e) Unión Libre

6. Situación Laboral:

a) Estudiante

b) Empleado público

c) Jubilado

d) Empleado Privado

e) Desempleado

f) Otros

**SOCIOECONÓMICAS**

7. ¿Promedio mensual de ingresos?

a) Sin ingresos

b) Un Salario básico unificado (\$450)

c) \$451 a \$1000.

d) \$1001 a \$2000.

e) Más de \$2001 USD.

8. ¿Nivel de estudios?

a) Educación Básica

b) Bachillerato

c) Técnico

d) Tercer nivel

e) Cuarto nivel

9. ¿Con quién viaja?

a) Solo

b) Amigos

c) Familia

d) Pareja

10. ¿Cuántos mayores de 16 años le acompañan?  
2

11. ¿Cuántos menores de 16 años le acompañan?  
3

12. ¿Cuánto estimó gastar durante su visita a la Provincia?

a) De 0 a 100 USD.

b) De 101 a 200 USD.

c) De 201 a 300 USD.

d) De 301 a 400 USD.

e) Más de 400 USD.

13. ¿Qué porcentaje del gasto destinó para?

a) Alojamiento  50%

b) Alimentación  50%

c) Transporte

d) Otros (Especifique otro) -----

## MOTIVACIÓN

14. ¿Cuál fue el motivo de su viaje?

- a) Relajación
- b) Salud
- c) Estudios
- d) Religión
- e) Visita familiares/amigos
- f) Otros (Especifique).....

15. ¿Qué otro atractivo turístico de la Provincia le gustaría visitar?

Quilotoa

16. ¿Qué tiempo estimó para su visita en la Provincia?

- a) De 0 a 1 día.
- b) De 1 día a 2 días.
- c) De 3 a 4 días.
- d) Más de 4 días.

17. ¿A través de que medio se informó sobre el atractivo turístico de la Provincia de Cotopaxi?

- a) Referencias familiares
- b) Redes sociales
- c) Televisión
- d) Páginas web
- e) Operadoras turísticas
- f) Otros (Especifique) educación

18. ¿Cada que tiempo realiza actividades turísticas?

- a) Cada semana
- b) Cada mes
- c) Cada feriado
- d) Otros (Especifique) 1.5 veces

19. ¿Cuántas veces ha visitado la Provincia de Cotopaxi?

- a) Es la primera vez
- b) Es la segunda vez
- c) Frecuentemente
- d) Otro (Especifique) 5

## PREFERENCIAS

20. ¿Cuál es su tipo de turismo favorito?

- a) Sol y playa
- b) Balnearios en ríos.
- c) Turismo de naturaleza.
- d) Visita a centros comerciales.
- e) Turismo de aventura.
- f) Turismo gastronómico.
- g) Turismo cultural.
- h) Otros (Especifique) .....

21. ¿Qué tipo de hospedaje prefiere?

- a) Hotel
- b) Hostal
- c) Hostería
- d) Lodge
- e) Cabañas
- f) Otros. (Especifique) .....

22. ¿Qué tipo de recursos naturales prefiere visitar?

- a) Ambientes lacustres
- b) Áreas protegidas.
- c) Bosques.

- d) Fenómenos Geológicos.
- e) Montañas.
- f) Ríos.
- g) Aguas Subterráneas.
- h) Otros (Especifique) .....

23. ¿Qué actividades prefiere realizar en su visita?

- a) Caminata
- b) Fotografía
- c) Cabalgata
- d) Picnic
- e) Deportes
- f) Gastronomía.
- g) Otras actividades

24. ¿Qué tipo de transporte prefiere usar para viajar?

- a) Vehículo propio
- b) Vehículo de alquiler
- c) Público

¡Muchas gracias, por su valiosa colaboración!

17.7 Apéndice 7.- Boletín turístico

