



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 TUNGURAHUA, 2023”**

Proyecto de Investigación presentado previo a la obtención del Título de

Licenciada en Turismo

Autora:

Balseca Pruna Hipatia Lisbeth

Tutor:

Abarca Zaquinaula Manuel Antonio, Lcdo. Mg.

LATACUNGA – ECUADOR

Agosto 2023

DECLARACIÓN DE AUTORÍA

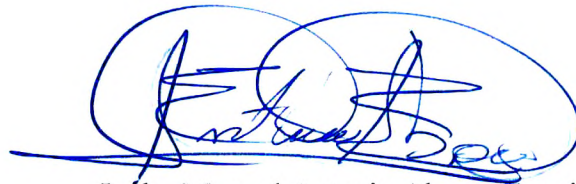
Hipatia Lisbeth Balseca Pruna, con cédula de ciudadanía No. 0503543001, declaro ser autora del presente proyecto de investigación: “Perfil del turista de naturaleza que visita la provincia de Tungurahua, 2023”, siendo el Licenciado Mg. Manuel Antonio Abarca Zaquinaula, tutor del presente trabajo; y, 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, 16 de agosto del 2023



Hipatia Lisbeth Balseca Pruna
Estudiante
CC: 0503543001



Lcdo. Manuel Antonio Abarca Zaquinaula, Mg.
Docente Tutor
CC: 1103989669

CONTRATO DE CESIÓN NO EXCLUSIVA DE DERECHOS DE AUTOR

Comparecen a la celebración del presente instrumento de cesión no exclusiva de obra, que celebran de una parte **BALSECA PRUNA HIPATIA LISBETH**, identificado con cédula de ciudadanía **0503543001** de estado civil soltera, a quien en lo sucesivo se denominará **LA CEDENTE**; y, de otra parte, la Dra. 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. - LA 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 Tungurahua, 2023”**, 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: abril 2023- agosto 2023

Aprobación en Concejo Directivo: 25 de mayo del 2023

Tutor: Licenciado. Mg. Manuel Antonio Abarca Zaquinaula

Tema: **“Perfil del turista de naturaleza que visita la provincia de Tungurahua, 2023”**.

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

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

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

- a) La reproducción parcial del trabajo de grado por medio de su fijación en el soporte informático conocido como repositorio institucional que se ajuste a ese fin.
- b) La publicación del trabajo de grado.
- c) La traducción, adaptación, arreglo u otra transformación del trabajo de grado con fines académicos y de consulta.

d) La importación al territorio nacional de copias del trabajo de grado hechas sin autorización del titular del derecho por cualquier medio incluyendo mediante transmisión.

f) 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 obligado a reconocer pago alguno en igual sentido **LA CEDENTE** declara que no existe obligación pendiente a su favor.

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

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

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

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

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

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

En señal de conformidad las partes suscriben este documento en dos ejemplares de igual valor y tenor en la ciudad de Latacunga, a los 16 días de agosto del 2023.

Hipatia Lisbeth Balseca Pruna
LA CEDENTE

Dra. Idalia Eleonora Pacheco Tigselema
LA CESIONARIA

AVAL DEL TUTOR DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

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

“PERFIL DEL TURISTA DE NATURALEZA QUE VISITA LA PROVINCIA DE TUNGURAHUA, 2023”, de Balseca Pruna Hipatia Lisbeth, 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, 16 de agosto del 2023



Lcdo. Manuel Antonio Abarca Zaquinaula, Mg.

DOCENTE TUTOR

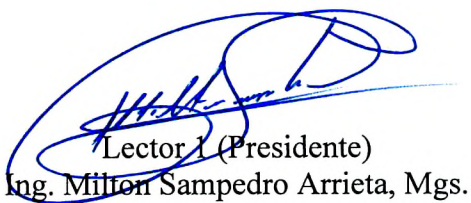
CC: 1103989669

AVAL DE LOS LECTORES DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

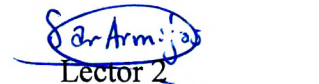
En calidad de Tribunal de Lectores, aprobamos el presente Informe de Investigación de acuerdo a las disposiciones reglamentarias emitidas por la Universidad Técnica de Cotopaxi; y, por la Facultad de Ciencias Agropecuarias y Recursos Naturales; por cuanto, la postulante: Balseca Pruna Hipatia Lisbeth, con el título de Proyecto de Investigación: **“PERFIL DEL TURISTA DE NATURALEZA QUE VISITA LA PROVINCIA DE TUNGURAHUA, 2023”**, 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.

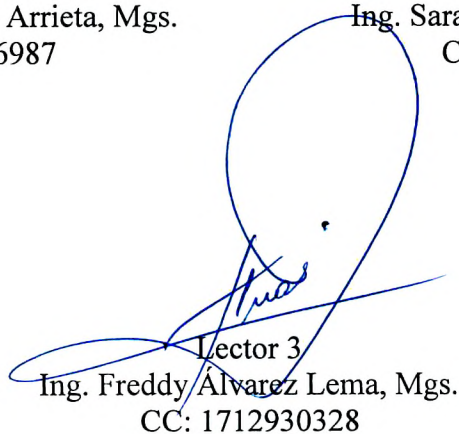
Latacunga, 16 de agosto del 2023



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



Lector 2
Ing. Sara Armijos Ango, M.Sc.
CC: 1803993995



Lector 3
Ing. Freddy Alvarez Lema, Mgs.
CC: 1712930328

AGRADECIMIENTO

A Dios quién me ha permitido nacer en un hogar unido y lleno de amor y así permitirme culminar mi meta, a mi madre por su apoyo incondicional, sobre todo por la confianza que deposito en mí, ya que, fue el pilar primordial dándome muchas fuerzas.

A la Universidad Técnica de Cotopaxi que me ha dado la oportunidad de formarme académicamente.

También quiero expresar mi fraterno agradecimiento al (Director de Proyecto) por su cariño y apoyo incondicional, durante todo este proceso, por estar conmigo en todo momento, ya que, más que un tutor fue como un padre dándome sus consejos y ánimos en los momentos más difíciles, por su contribución y confianza a lo largo del presente trabajo por su aporte y las facilidades para poder desarrollar este designio, realmente agradecido a cada uno de ellos porque han colaborado en este hermoso proyecto de vida.

Agradecida con todos, ya que, me brindaron su confianza, paciencia, motivación y el poder tener la amena amistad realmente agradecido.

Balseca Pruna Hipatia Lisbeth

DEDICATORIA

A Dios quién supo guiarme por el buen camino, dándome fuerzas para seguir adelante.

A mi madre por ser mi fortaleza e inspiración, con su gran apoyo incondicional en todos los sentidos, también a mi hermano, ya que, siempre me apoyo en cada momento y siempre estuvo ahí para brindarme su apoyo y fortaleza, porque sin ustedes este trabajo no hubiera sido posible. A mis hermanas por apoyarme incondicionalmente con su amor y cariño, gracias a cada uno de ellos porque han colaborado en este hermoso proyecto de vida. Por estar siempre presentes acompañándome en todo momento para poderme realizar como profesional.

Balseca Pruna Hipatia Lisbeth

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI
FACULTAD DE CIENCIAS AGROPECUARIAS Y RECURSOS NATURALES
TITULO: “PERFIL DEL TURISTA DE NATURALEZA QUE VISITA LA PROVINCIA DE TUNGURAHUA”

AUTORA: Balseca Pruna Hipatia Lisbeth

RESUMEN

El presente proyecto de investigación tuvo como finalidad determinar el perfil del turista de naturaleza que visita la provincia de Tungurahua, se empleó una metodología de investigación descriptiva con un enfoque cuantitativo para la recopilación de datos y el análisis de muestras validas que se obtuvieron mediante la aplicación de las encuestas. Para el cumplimiento del primer objetivo, se llevó a cabo una revisión bibliográfica, principalmente en la página del Ministerio de Turismo (MINTUR), con el objetivo de seleccionar 10 atractivos de naturaleza, para los cuales las características que se consideraron a evaluar para la selección fue el nivel de jerarquía II y III, así como las menciones de autores hacía dichos atractivos. Para caracterizar el perfil del turista se aplicó las 385 encuestas, los cuales representan que el 65% son personas ecuatorianas, con un rango de edad de 26 a 34 años, el 16% reside en Latacunga y Quito, el 59% pertenece al género masculino, el 41% al femenino, el estado civil del 46% son de personas solteras, la situación laboral del 48% son empleados públicos, el 39% de turistas prefiere viajar con su familia, el 28% gasta un aproximado total de \$301 a \$400, el motivo de viaje el 65% prefiere viajar por relajación. En relación al segundo objetivo, se diseñó el boletín informativo empleando el enfoque documental con el método descriptivo, los cuales ayudaron a recopilar y agrupar información mediante los resultados obtenidos previamente en el objetivo uno, para el diseño del boletín se tomó en cuenta una cierta estructura, la cual fue, la portada, contraportada, tabulación y el apartado para mencionar a los autores del boletín, para la creación de este se usó como instrumento la aplicación de Adobe Ilustrador, la cual es un software de diseño y maquetación que permite crear formatos complejos, trabajar con tipografías de alta calidad y mejorar la calidad de las imágenes, esta aplicación permitió de igual manera combinar textos y elementos gráficos de manera más creativa. Como resultado se logró hacer la recopilación y agrupación del análisis de los datos estadísticos para el perfil del turista de naturaleza.

Palabras clave: comportamiento, encuesta, naturaleza turismo, turista

COTOPAXI TECHNICAL UNIVERSITY
AGRICULTURAL SCIENCES AND NATURAL RESOURCES FACULTY
TOPIC: "NATURE TOURIST PROFILE VISITING THE TUNGURAHUA PROVINCE"

Author: Balseca Pruna Hipatia Lisbeth

ABSTRACT

The research project had as purpose to determine the nature tourist profile, who visits the Tungurahua province, it was used a descriptive research methodology with a quantitative approach for the data collection and the valid samples analysis, which were got, through the survey's application. For the first aim fulfillment, it was made a bibliographical review, mainly on the Tourism Ministry page (MINTUR), with the aim by selecting 10 natural attractions, for which the characteristics that were considered to assess for the selection were the level from hierarchy II and III, as well as the mentions by authors around said attractive. For characterizing the tourist profile, it was applied the 385 surveys, which represent that 65% are Ecuadorian people, with an age range 26 to 34 years, 16% reside in Latacunga and Quito, 59% belong to the male gender., 41% are female, the marital status 46% are single people, the employment situation, 48% are public employees, 39% tourists prefer to travel with their family, 28% spend a total approximately \$301 to \$400, the reason for travel 65% prefer to travel for relaxation. In relation to the second aim, it was designed the informative bulletin by using the documentary approach with the descriptive method, which helped to collect and group information, through the got results previously in the aim 1, for the bulletin design, it was taken into account a certain structure, what was the cover, back cover, tabulation and the section for mentioning the newsletter authors, for the creation this, it was used the Adobe Illustrator application as an instrument, which is a design and layout software, that allows to create formats complex, working with high-quality fonts and improving the images quality, this application also allowed to combine texts and graphic elements in a more creative way. As a result, it will reach to make the compile and group the statistical data analysis for the nature tourist profile.

Keywords: Behavior, survey, nature, tourism, tourist

ÍNDICE DE CONTENIDOS

DECLARACIÓN DE AUTORÍA	II
CONTRATO DE CESIÓN NO EXCLUSIVA DE DERECHOS DE AUTOR.....	III
AVAL DEL TUTOR DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN	V
AVAL DE LOS LECTORES DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN.....	VI
AGRADECIMIENTO	VII
DEDICATORIA.....	VIII
RESUMEN	IX
ABSTRACT	X
ÍNDICE DE CONTENIDOS.....	XI
ÍNDICE DE TABLAS.....	XIV
ÍNDICE DE FIGURAS	XV
1. INFORMACIÓN GENERAL	1
2. JUSTIFICACIÓN DEL PROYECTO.....	2
3. BENEFICIARIOS DEL PROYECTO	2
3.1 Directos.....	2
3.2 Indirectos	3
4. EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	4
5. OBJETIVOS.....	5
5.1. Objetivo General.....	5
5.2. Objetivos Específicos	5
6. ACTIVIDADES Y SISTEMA DE TAREAS EN RELACIÓN A LOS OBJETIVOS PLANTEADOS.....	5
7. FUNDAMENTACIÓN CIENTÍFICO TÉCNICA.....	8

7.1.	Marco legal.....	8
7.2.	Ley de Turismo.....	8
8.	VALIDACIÓN DE LA PREGUNTA CIENTÍFICA.....	32
9.	METODOLOGÍA.....	32
9.1.	Descripción del área de estudio.....	33
9.2.	Limites.....	34
9.3.	Clima.....	34
9.4.	Temperatura.....	34
9.5.	Población y muestra.....	34
9.6.	Instrumento y recolección de datos.....	35
9.7.	Proceso de la investigación.....	39
10.	ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS.....	50
10.1.	VARIABLE DEMOGRÁFICA.....	50
10.2.	Variable socioeconómica.....	56
10.3.	Variable de motivación.....	66
10.3.	Variable de Preferencia.....	72
10.4.	Resumen del Perfil del turista.....	77
10.5.	Diseño del Boletín Informativo.....	79
10.5.1.	Portada.....	79
5.1.1	Atractivos en Tungurahua.....	80
5.1.2	Las tabulaciones.....	80
5.1.3	Créditos.....	81
10.5.2.	Planos de fotografía.....	82
5.1.4	Tipografía.....	82
10.5.3.	Colores.....	83

11.	IMPACTOS	84
11.1.	TÉCNICOS.....	84
11.2.	AMBIENTALES	84
11.3.	ECONÓMICOS.....	84
12.	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	82
12.1.	Conclusiones.....	82
12.2.	Recomendaciones	83
13.	REFERENCIAS	84
14.	APÉNDICES	92
	APÉNDICE 1.- AVAL DEL TRADUCTOR.....	92
	APÉNDICE 2.-HOJA DE VIDA DEL EQUIPO DE INVESTIGADORES	93
	APÉNDICE 3.-MODELO DE ENCUESTA.....	95
	APÉNDICE 4.- EVIDENCIA DEL TRABAJO EN CAMPO DURANTE LA APLICACIÓN DEL INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS.....	97
	APÉNDICE 5.- EVIDENCIA DEL TRABAJO DE CAMPO, ENCUESTA LLENA.....	100

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Beneficiarios Directos	3
Tabla 2. Beneficiarios Indirectos.....	3
Tabla 3. Sistematización de tareas.....	6
Tabla 4. Sistematización de tareas.....	7
Tabla 5. Tipos de turismo según el objetivo del turista.....	14
Tabla 6. Vertientes del turismo	16
Tabla 7. Jerarquía de los atractivos	20
Tabla 8. Clasificación de los atractivos según su categoría, tipo, subtipo y sus características	23
Tabla 9. Datos utilizados a reemplazar en la formula	35
Tabla 10. Cuadro de operacionalización de las variables de caracterización.....	36
Tabla 11. Matriz de los atractivos seleccionados	40
Tabla 12. Descripción de los atractivos.....	43
Tabla 13. Cronograma de salidas de campo	48
Tabla 14. Resumen del perfil del turista según las variables de caracterización de la investigación.....	77

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. División cantonal de la provincia de Tungurahua.....	33
Figura 2. Nacionalidad.	50
Figura 3. Residencia	51
Figura 4. Edad	52
Figura 5. Género	53
Figura 6. Estado civil.....	54
Figura 7. Situación laboral.....	55
Figura 8. Promedio mensual de ingresos.....	56
Figura 9. Nivel de estudios	57
Figura 10. Con quién viaja	58
Figura 11. Cuántos mayores de 16 años le acompañan.....	59
Figura 12. Cuántos menores de 16 años le acompañan.....	60
Figura 13. Cuánto estimó gastar durante su visita a la Provincia de Tungurahua.....	61
Figura 14. Qué porcentaje del gasto destinó para alojamiento.....	62
Figura 15. Qué porcentaje del gasto destinó para alimentación.....	63
Figura 16. Qué porcentaje del gasto destinó para transporte.....	64
Figura 17. Qué porcentaje del gasto destinó para otros (actividades de ocio y recreación)....	65
Figura 18. Cuál fue el motivo de su viaje.....	66
Figura 19. Qué atracción turística le gusta más de la Provincia de Tungurahua.....	67
Figura 20. Qué tiempo estima para su visita a la Provincia de Tungurahua.	68
Figura 21. A través de que medio se informó sobre el atractivo turístico de la Provincia de Tungurahua.....	69
Figura 22. Cada que tiempo realiza actividades turísticas.....	70
Figura 23. Cuántas veces ha visitado la Provincia de Tungurahua.	71

Figura 24. Cuál es su tipo de turismo favorito	72
Figura 25. Qué tipo de hospedaje prefiere.....	73
Figura 26. Qué tipo de alimentación prefiere cuando hace turismo.....	74
Figura 27. Qué actividades prefiere realizar en su visita.....	75
Figura 28. Qué tipo de transporte prefiere usar para viajar.	76
Figura 29. Cantón Baños. Pailón Del Diablo	97
Figura 30. Cantón Mocha. Cerro Puñalica	97
Figura 31. Cantón Pillaro. Laguna de Pisayambo	97
Figura 32. Cantón Baños. Cascada Manto de la Novia.....	98
Figura 33. Cantón Quero. Cascada “Jun Juan”	98
Figura 34. Cantón Mocha. Cascada Siete Chorros	98
Figura 35. Cantón Patate. Cascada de Mundug.....	98
Figura 36. Cantón Baños. Cascada Cabellera de la Virgen.....	99
Figura 37. Cantón Baños. Termas el Salado	99
Figura 38. Cantón Baños. Cascada de la Cruz de Bellavista.....	99

1. INFORMACIÓN GENERAL

Título

Perfil del Turista de Naturaleza que visita la Provincia de Tungurahua

Lugar de ejecución.

Provincia: Tungurahua

Zona: 3

Institución

Universidad Técnica de Cotopaxi

Facultad académica

Ciencias Agropecuarias y Recursos Naturales

Carrera que auspicia

Licenciatura en Turismo

Proyecto vinculado:

Perfil de la demanda turística

Nombres de equipo de investigadores

Tutor: Lcdo. Mg. Abarca Zaquinaula Manuel Antonio

Correo electrónico institucional: manuel.abarca9669@utc.edu.ec

Número telefónico: 0991975168

Estudiante-Investigador: Balseca Pruna Hipatia Lisbeth

Correo electrónico institucional: hipatia.balseca3001@utc.edu.ec

Número telefónico: 0992705882

Área de conocimientos:

Servicios

Línea de investigación:

Planificación y gestión del servicio sostenible

Sub línea de investigación de la carrera:

Análisis del turismo.

2. JUSTIFICACIÓN DEL PROYECTO

La investigación tiene como objetivo principal comprender las características, demográficas, socioeconómicas, motivacionales y de preferencias de los turistas que eligen visitar un destino turístico, de modo que se pueda, ofrecer productos y servicios personalizados que cumplan con sus necesidades y expectativas. (Anto, 2019)

Es importante señalar que luego de los acontecimientos del COVID-19, se ha observado un cambio en el comportamiento de los turistas, ya que, sus preferencias, expectativas y lugares a visitar han cambiado en respuesta a esta nueva realidad. (Getz D. , 2008). Mirando el entorno post-Covid, los turistas han experimentado muchos cambios significativos, ya que, esto ha llevado a las personas a tener un mayor enfoque en la salud, el bienestar y la búsqueda de actividades al aire libre y a adquirir conocimientos sobre cómo estos factores afectan el comportamiento del turista de naturaleza permitirá que los destinos se adapten y ofrezcan experiencias que satisfagan las necesidades actuales.

(Cabarcos, 2006), menciona que “el estudio del perfil del turista de naturaleza es fundamental para el desarrollo sostenible del turismo en la provincia, ya que, permite adaptar la oferta turística a las necesidades y preferencias de los turistas y mejorar la competitividad en el mercado turístico nacional e internacional. Quiere decir que el proyecto será de gran utilidad para los prestadores de servicios, ya que, ayudara a identificar nuevas oportunidades de negocio.

3. BENEFICIARIOS DEL PROYECTO

3.1 Directos

Los principales beneficiarios de este proyecto de investigación son los proveedores de servicios especializados en el sector turístico de la provincia de Tungurahua. En esta provincia, se hallan inscritos aquellos negocios cuyo enfoque está en el turismo. En virtud de esta circunstancia, mediante la caracterización del perfil del turista que elige la provincia de Tungurahua como destino, estos proveedores de servicios estarán en condiciones de desarrollar planes y estrategias turísticas que se alineen con las proyecciones de sus establecimientos o servicios.

Tabla 1. *Beneficiarios Directos*

Prestadores de servicios de la provincia	894 establecimientos
Investigador	1

Fuente: (Portal Servicios MINTUR, 2022.)

3.2 Indirectos

Los beneficiarios indirectos comprenden a aquellas personas cuyas actividades económicas no están directamente ligadas al turismo. En este contexto, los turistas nacionales y extranjeros desempeñan un papel fundamental al generar ingresos económicos para estos individuos, quienes se benefician de manera indirecta. Además, se incluyen los estudiantes de la Facultad de Ciencias Agropecuarias y Recursos Naturales, quienes podrían obtener beneficios al acceder a información y recursos para la ejecución de proyectos en un futuro

Tabla 2. *Beneficiarios Indirectos*

Estudiantes de la F-CAREN	2440 estudiantes
Provincia de Tungurahua	504.583 habitantes

Fuente: (Censo de Población de Vivienda, 2010)

4. EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

La Organización Mundial del Turismo -OMT- estima que probablemente se llegue a niveles pre pandémicos en el año 2023, además la crisis podría ocasionar un declive anual de entre el 60% y el 80% en cotejo con las cifras estadísticas de 2019. La situación en 2021 y 2022 ha experimentado una leve mejoría, pero la industria turística a nivel mundial todavía necesita seguir realizando estudios y actualizar documentos sobre el perfil del turista con sus respectivas tipologías para comprender las nuevas demandas y tendencias del mercado. (OMT, 2021).

El perfil del turista en Ecuador es un tema importante para el desarrollo del turismo en el país. Ecuador tiene un gran potencial turístico debido a su diversidad geográfica, cultural, natural, pero para aprovecharlo al máximo es necesario estudiar ciertas características y necesidades de los diferentes tipos de turistas que visitan el país. Cabe mencionar que se han realizado algunos estudios para identificar el perfil de los turistas que visitan Ecuador, antes y durante la pandemia, pero es necesario actualizarlos periódicamente para estar al tanto de las tendencias y cambios en el mercado turístico. (MINTUR, 2017)

A pesar de que la provincia cuenta con una amplia oferta de atractivos turísticos naturales, no se dispone de datos precisos sobre la edad, género, nacionalidad, nivel educativo, ingresos y motivaciones de los turistas naturales. Esta falta de información dificulta la elaboración de estrategias de promoción y marketing turístico efectivas, así como la adaptación de la oferta de servicios turísticos a las necesidades y preferencias de los turistas. Además, la falta de información también limita la capacidad de las autoridades y empresas turísticas de la región para medir el impacto económico y social del turismo natural en la provincia. (Arias-Aragones, 2012)

La falta de información de los turistas de naturaleza en la provincia de Tungurahua puede abordarse a través de una estrategia integral que incluye la promoción efectiva, la colaboración con actores clave, la inversión en recursos tecnológicos y la participación activa de la comunidad local. Al extender la visibilidad y accesibilidad de la oferta turística para este segmento, se puede contribuir significativamente al desarrollo sostenible del turismo. (Calderón, 2014)

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 Tungurahua.

5.2. Objetivos Específicos

- Sistematizar los datos obtenidos mediante la aplicación de la encuesta, para la caracterización del perfil del turista de naturaleza que visita la provincia de Tungurahua.
- Elaborar un boletín informativo describiendo el perfil del turista de naturaleza que visita la provincia de Tungurahua.

6. ACTIVIDADES Y SISTEMA DE TAREAS EN RELACIÓN A LOS OBJETIVOS PLANTEADOS

A continuación, se visualizará las actividades que se realizará en el estudio del perfil del turista de naturaleza a lo largo del proyecto en la provincia de Tungurahua en relación a los objetivos planteados

Tabla 3. *Sistematización de tareas*

Objetivo 1						
Objetivo	Actividades	Resultado esperado	Metodología			
			Tipo de investigación	Métodos	Técnicas	Instrumentos
Sistematizar los datos obtenidos mediante la aplicación de la encuesta para definir el perfil del turista de naturaleza que visita la provincia de Tungurahua.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Revisión bibliográfica 2. Cálculo del tamaño de la muestra 3. Aplicación de las encuestas mediante las salidas de campo. 4. Tabulación de los resultados. 	Obtención de la base de datos mediante la aplicación de la encuesta.	Cuantitativa	Descriptiva	Encuesta	<ol style="list-style-type: none"> 1. Artículos científicos 2. Fichas (Metodología para jerarquización de atractivos y generación de espacios turísticos del Ecuador, MINTUR, 2017) 3. Cuestionario

Tabla 4. *Sistematización de tareas*

Objetivo 2						
Objetivo	Actividades	Resultado esperado	Metodología			
			Tipo de investigación	Métodos	Técnicas	Instrumentos
Elaborar un boletín informativo describiendo el perfil del turista de naturaleza que visita la provincia de Tungurahua.	<p>1. Diseño del boletín digital a través de Adobe Illustrator</p> <p>2.- Diseño mediante la creación del contenido, imágenes, información de las tabulaciones, estilos, espaciados.</p>	Diseño del boletín informativo.	Documental	Descriptiva	<p>Análisis de contenido</p> <p>Diseño grafico</p>	Adobe Illustrator

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.

7.2. 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)

7.3 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)

Capítulo noveno.

Régimen de competencias

Art. 261.- El Estado central tendrá competencias exclusivas sobre:

3. El registro de personas, nacionalización de extranjeros y control migratorio.

7.4. Reglamento Especial de Turismo en Áreas Naturales Protegidas

7.5 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.

Art. 4.- Regulación.- Previo al otorgamiento de la autorización para construir o remodelar cualquier estructura, edificación, facilidad, establecimiento o embarcación destinados a fines turísticos en el Patrimonio de Áreas Naturales del Estado PANE, el interesado deberá cumplir con la normativa turística y ambiental vigente, así como también con las prescripciones contenidas en el Plan de Manejo del área protegida en la que se pretenda ejercer la actividad, atendiendo el grado de riesgo ambiental que suponga la construcción o remodelación. (PROTEGIDAS, 2016)

En la provincia de Galápagos, se prohíbe la construcción de nueva infraestructura de alojamiento turístico o la ampliación de la infraestructura existente que no cumpla con lo dispuesto en el Plan de Regulación Hotelera que establezca la Autoridad Nacional de Turismo.

7.6 PERMISOS AMBIENTALES DE ACTIVIDADES TURISTICAS EN LAS AREAS DEL PATRIMONIO DE AREAS NATURALES DEL ESTADO PANE

Sección I

Generalidades

Art. 8.- Condiciones Básicas. - Para el ejercicio de las diferentes actividades turísticas en las áreas del Patrimonio de Áreas Naturales del Estado PANE, se deberá cumplir al menos con las siguientes condiciones básicas:

1. Ejercer la actividad de acuerdo a las directrices establecidas en los Planes de Manejo;
2. Respetar la capacidad admisible de visitantes en el área protegida en la que se realizará la actividad;
3. Contar con un enfoque de educación ambiental, conservación y sostenibilidad exigibles a todas las actividades turísticas que se desarrollen en el Patrimonio de Áreas Naturales del Estado PANE;

4. Ejercer la actividad conforme a la normativa turística y ambiental vigente; en el caso de operación turística, se deberá contar con el acompañamiento de guías debidamente autorizados para prestar servicios de guianza en las áreas del Patrimonio de Áreas Naturales del Estado PANE; y,

5. Las actividades turísticas que generen impactos y riesgos ambientales, deberá regularizarse mediante el Sistema Único de Información Ambiental SUIA.

Sección I

Del cumplimiento de las directrices ambientales y el desarrollo de actividades de turismo en el Patrimonio de Áreas Naturales del Estado

Art. 20.- Directrices ambientales. - Las actividades, los servicios y las modalidades de operación turística en el Patrimonio de Áreas Naturales del Estado PANE, en cada una de sus fases, deberán desarrollarse acorde a las directrices ambientales establecidas en los respectivos Planes de Manejo.

Art. 21.- Del uso público y el turismo. - Las actividades de uso público y turismo en cada una de las áreas del Patrimonio de Áreas Naturales del Estado PANE fomentarán:

1. El turismo sostenible;
2. La planificación, ejecución y control de las modalidades de operación turística y actividades turísticas permitidas;
3. La investigación y gestión de proyectos sostenibles;
4. La recuperación de áreas ecológicamente afectadas;
5. La capacitación y educación ambiental;
6. El acceso a información veraz y oportuna;
7. La difusión respecto de la importancia de conservar los recursos naturales y culturales, la diversidad biológica y los servicios ambientales que presta el área protegida;

8. La participación y el mejoramiento de las condiciones de vida de la población local; y,
9. La calidad en el servicio.

7.8 Bases Teóricas de la Investigación

7.8.1 Definición de turismo

Según Rivera (2016) menciona que “El turismo es un fenómeno social, cultural y económico relacionado con el movimiento de las personas a lugares que se encuentran fuera de su lugar de residencia habitual por motivos personales o de negocios/profesionales” (p. 4). Estas personas se designan visitantes y el turismo tiene que ver con sus actividades, de las cuales algunas implican un gasto turístico

Para, (Padilla, 2017), El turismo es un fenómeno social que consiste en el desplazamiento voluntario y temporal de individuos o conjuntos de personas que, fundamentalmente por motivos de recreación, descanso, cultura o salud, se trasladan de su lugar de residencia usual a otro, en el que no ejercen ninguna acción lucrativa ni remunerada, generando múltiples interrelaciones de importancia social, económica y cultural.(p.10)

7.8.2 Demanda turística

La demanda turística puede ser definida, según (Martínez Roget, 2000; García M. , 2017), de un modo semejante a cualquier otro tipo de demanda, aunque tiene, no obstante, unas características que la diferencian de la demanda de aquellos otros bienes o productos no turísticos, las cuales se deben tener en cuenta para no caer en simplificaciones y para evitar posibles errores futuros de planificación que se podrían producir por el hecho de obviarlas.(p.3)

7.8.3 Oferta turística

Ésta se define como de acuerdo con Pilco (2020) “conjunto de servicios turísticos y productos puestos a disposición del usuario turístico en un destino determinado, para su disfrute y consumo” (p. 45).

En un destino turístico, la oferta puesta a disposición de la demanda constituye algo más que la simple suma de los productos turísticos que contiene representa un todo integrado por estos productos, los servicios netamente turísticos y los no turísticos, la imagen general del destino, etc. (Ibarra, 2015). Hay que tener en cuenta, además, que la oferta turística puede recibir un uso no turístico por parte de los residentes o de los visitantes no relacionados con la actividad turística, de ahí que se hable en la definición de “usuario turístico” (Sancho, 2008; Pereyra, 2021).

7.9 Clasificación del Turismo.

Según (Cabarcos, 2006; Alarcón, 2023) menciona lo siguiente “Existen tres tipos diferentes de turismo en relación a un país determinado, el turismo interno, turismo receptor y el turismo emisor” (p. 19).

7.9.1 El turismo interno:

Comprende a los residentes de la misma zona que viajan a un destino distinto al de su residencia habitual por un periodo de tiempo no superior a un año. Este tipo de turismo origina notables beneficios económicos dentro de un país, ya que es un tipo de turismo bastante frecuente (Amat, 2023).

7.9.2 El turismo receptor:

Incluye a los no residentes en un determinado país o región, que viajan a otro país que no es el suyo, por un periodo no superior a un año. Este tipo de turismo produce una entrada de riqueza procedente del exterior, por lo cual es muy importante desde el punto de vista económico (Simone, 2023).

7.9.3 El turismo emisor:

Engloba a los residentes de un país que se desplazan a otro país distinto al suyo. Este turismo provoca una pérdida de riqueza desde el punto de vista económico, ya que los turistas nacionales gastan su dinero en el extranjero y no dentro de su país de origen (Andrade, 2017).

7.10 Tipos de turismo según el objetivo del turista

Con la siguiente clasificación se pretende exclusivamente dar cuenta de la realidad turística en la que actualmente estamos inmersos. No es una clasificación definitiva ni cerrada y procura dar lugar a nuevas sistematizaciones (Ledhesma, 2018). Cada uno de estos tipos de turismo se pueden practicar de forma simultánea y conllevan a la par la búsqueda del descanso, la diversión y sobre todo el contacto con nuevas experiencias, en mayor o menor medida:

Tabla 5. *Tipos de turismo según el objetivo del turista*

Tipos de turismo según el objetivo del turista:			
1	Corporal	De salud	Médico
			De bienestar
	Sexual	De gestación	De parto
			Abortivo
	Activo		De aventura
			Deportivo
2	Religioso		Artístico/patrimonial
			Congresos y ferias
	Educativo		Idiomático
			Científico
	Gastronómico		
Virtual			

	De transferencia	De compras
		De venta
		De canje
3	Material	
	De negocios	
	Empresarial	
	De lujo	
		Responsable
	De naturaleza	Recreativo
		Negativo
		Etnográfico
4	Ambiental	
	Social	Solidario
		Rural
		De Celebraciones
		Del dolor
	De la muerte	Del Terror
		Suicida
	Del universo	Astronómico
		Espacial

Fuente: Tomado de Ledhesma (2016)

7.11 Perfil del turista

La Organización Mundial del Turismo (OMT) define a los turistas como aquellas personas que viajan a un destino principal ajeno a su lugar de residencia habitual por motivos de ocio o negocios, y que tienen una estancia mínima de una noche en dicho lugar (Moral, 2016).

7.12 Turismo de naturaleza

Son los viajes que tienen como fin realizar actividades recreativas en contacto directo con la naturaleza y las expresiones culturales que le envuelven con una actitud y compromiso de conocer, respetar, disfrutar y participar en la conservación de los recursos naturales y culturales (Antonio, 2018).

7.13 Turismo de naturaleza y sus variantes

Los viajes de turismo de naturaleza se agrupan de acuerdo con el interés del turista en tres grandes modalidades: ‘Ecoturismo’, ‘Turismo de Aventura’ y ‘Turismo Rural’» (Morillo, 2011).

Según la Vázquez (2023) el turismo de naturaleza tiene tres vertientes fundamentales:

Tabla 6. *Vertientes del turismo*

Ecoturismo	Turismo de Aventura	Turismo Rural
<ul style="list-style-type: none"> • Observación de fauna • Observación de flora • Observación de fósiles • Observación de ecosistemas • Observación de Fenómenos y Atractivos Especiales de la Naturaleza • Observación geológica • Observación sideral • Safari fotográfico • senderismo interpretativo • Talleres de Educación Ambiental 	<p>Terrestres</p> <ul style="list-style-type: none"> • Caminata • Espeleismo • Escalada en roca • Cañonismo • Ciclismo de montaña • Alta montaña • Rappel • Cabalgata <p>Acuáticas</p> <ul style="list-style-type: none"> • Buceo • Snorkel o buceo libre • Espeleobuceo 	<ul style="list-style-type: none"> • Agroturismo • Visita a pueblos indígenas • Fotografía rural • Aprendizaje de lenguas • Vivencias místicas • Preparación y uso de medicina tradicional • Talleres gastronómicos • Talleres artesanales

<ul style="list-style-type: none"> • Participación en programas de rescate de flora y/o fauna • Participación en proyectos de investigación biológica 	Aéreas	<ul style="list-style-type: none"> • Descanso en ríos • Kayakismo • Pesca recreativa • Paracaidismo • Vuelo en parapente • Vuelo en ala delta • Vuelo en globo aerostático • Vuelo en ultraligero
---	--------	---

Fuente: Tomado del Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial (Garrido, 2023)

7.14 Turismo de Aventura

Son los viajes que tienen como fin el realizar actividades recreativas, asociadas a desafíos impuestos por la naturaleza, donde se participa de la armonía con el medio ambiente, respetando el patrimonio natural, cultural, histórico etc. (Turismo O. M., 2005-2007; Fernández, 2023).

7.15 Turismo Rural

Los viajes que tienen como fin el realizar actividades de convivencia e interacción con una comunidad rural, en todas aquellas expresiones sociales, culturales y productivas cotidianas de la misma (Herrera, 2015).

7.16 Ecoturismo

El viaje medioambientalmente responsable a áreas relativamente poco alteradas, para disfrutar y apreciar la naturaleza a la vez que se promueve la conservación, tiene un bajo impacto ambiental y proporciona un beneficio socioeconómico a la población local (Azua, 2023).

7.17 Clasificación de los espacios naturales

Siguiendo orientaciones aportadas por Eurostat (Arias, 2020), se podría decir que una clasificación muy simple de los espacios naturales es la siguiente:

Áreas rurales/naturales limítrofes con espacios acuáticos.

Áreas litorales.

Próximas a lagos.

Próximas a ríos.

Montaña.

Alta Montaña.

Media montaña.

Zonas rurales/pueblos.

7.18 Perfiles de visitantes de espacios naturales

Los visitantes de espacios naturales pueden clasificarse en diferentes categorías atendiendo a distintos criterios. Estos criterios están relacionados con las actividades que desarrollan en el espacio natural, sus expectativas de visita, etc. (Malcavilla, 2022).

A continuación, Freire (2019) muestra los tipos de perfiles de visitantes de espacios naturales:

7.18.1 Visitante casual

Para este visitante conocer el espacio natural no es el principal objetivo de su visita, sino que esta se corresponde con el consumo de una actividad más entre otras ofertadas en el entorno (Silva, 2019).

7.18.2 Visitante contemplador o de paso

Su estancia en el espacio natural es muy corta. Su mayor interés consiste en contemplar un paisaje espectacular que le han contado o ha visualizado en un libro (Bassan, Turismo Científico: Conceptualización, modalidades y desafíos, 2022).

7.18.3 Campista

Suele permanecer varios días en el espacio natural. Algunas son personas que buscan una vivencia intensa con la naturaleza mientras que otras son más utilitarias, encontrando en el espacio visitado un lugar donde descansar (Picazo, 2013).

7.18.4 Aventurero/Montañero

Este es un caso típico en el que el espacio natural visitado representa un reto para la exploración, se pretende afrontar situaciones de riesgo y esfuerzo físico como principal objetivo de relación con la naturaleza (Nuria, 2020).

7.18.5 Visitante cultural

Estos visitantes suelen acudir al espacio natural elegido con documentación o afirmación previa. El espacio es una visita más dentro de un recorrido amplio que incluye tanto enclaves naturales como culturales (Escobedo, 2019).

7.18.6 Visitante conservacionista

Es un grupo ambientalmente muy sensibilizado que busca un contacto íntimo con los valores naturales del espacio visitado, siendo este el principal motivo de la visita (Bem, 2021).

7.19 Necesidades del turista

Las necesidades del turista es un gran cuestionamiento a nivel mundial debido a que es un aspecto cambiante constantemente y que lo determina el turista según las actividades que este va a realizar (Bassan, 2022). El turista busca satisfacer sus necesidades y expectativas con el atractivo que elige para disfrutar del destino, el estudio de las necesidades del turista ha provocado que otras comunidades se desarrollen favorablemente en este ámbito siendo así que es necesario diseñar servicios y productos según estas necesidades percibida (Caiza, 2022).

7.20 Atractivos Turísticos Naturales

“Son todos los elementos de la naturaleza con determinada atracción que motiva al sujeto a dejar su lugar de origen por un determinado tiempo con la finalidad de satisfacer necesidades

de recreación y esparcimiento como lo son: bosques, playas, lagos, lagunas, aguas termales entre otros” (Solis Acosta, J.P.(2016)

Es el conjunto de elementos creados por la naturaleza sin que haya intervenido la mano del hombre es decir comprende los elementos que se encuentran en la naturaleza los cuales se clasifican en de acuerdo con Bórquez (2019):

Geomorfológicos: Formados por la naturaleza durante la evolución del planeta.

1. **Litorales:** Rocas e islas, Playas, Acantilados, Desembocaduras de ríos
2. **Lagunas y depósitos de agua**
3. **Corrientes de agua:** Superficiales (cañones y cascadas), Subterráneas (manantiales, grutas y cenotes)
4. **Vulcanismo:** Cráteres, Aguas termales y minerales, Geisers
5. **Relieves:** Montañas, Barrancas y cañones, Planicies, Dunas

Biogeográficos.: Son aquellos con manifestaciones de vida animal o vegetal.

1. **Agrupaciones vegetales:** Selvas, Bosques
2. **Agrupaciones animales:** Fauna Silvestre, Zonas de caza

7.21 Jerarquización de atractivos

Las jerarquías corresponden a un proceso de cualificación con base en la revisión de la Metodología para Inventarios de Atractivos Turísticos (Cabanilla, 2021) con criterios propuestos por la OEA, que se ha adoptado en el país como base para el levantamiento de atractivos turísticos, conforme se resume a continuación:

Tabla 7. *Jerarquía de los atractivos*

Jerarquía	Descripción
Jerarquía IV	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).

Jerarquía III	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.
Jerarquía II	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.
Jerarquía I	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.
Recurso	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: Tomado de la Metodología para Inventarios de Atractivos Turísticos, MINTUR, 2004 y 2014

Tabla 8. Clasificación de los atractivos según su categoría, tipo, subtipo y sus características

Categoría	Tipo	Subtipo	Características
Sitios Naturales	Montañas	Altas montañas	Altura y morfología
		Cordilleras	Flora y fauna
		Nudos	Descripción del paisaje
		Volcanes	Nieves perpetúas
		Colinas	Dimensión de cráteres
		Desfiladeros	Formación geológica
		Glaciares	
	Planicies	Llanuras	Área y morfología
		Salitrales	Flora y fauna (biodiversidad)
		Valles	Descripción del paisaje
		Mesetas	

	Desiertos	Costeros	Área y morfología
		Del interior	Ubicación
		Dunas	Flora y Fauna
			Endemismos
			Paisajes

Sitios Naturales	Ambientes	Lagos	Origen
	Lacustres	Lagunas	Dimensiones
		Ciénegas	Descripción del agua, color, temperatura
		Pozas	Flora y Fauna
		Cochas Pantanos	Descripción del paisaje
		Chacras Estacionales	Descripción de riberas
			Islas existentes

Ríos	Manantial o fuente	Tamaño (ancho en el lugar de interés)
	Riachuelo o arroyo	Calidad del agua (color, temperatura, y transparencia) Flora y fauna (biodiversidad)
	Rápidos o raudales	Descripción del paisaje
	Cascadas, cataratas o saltos	Descripción de sus riberas
	Riberas Deltas	Islas existentes
	Meandros	Actividades varias
	Vados	Puentes y puertos
	Remansos	Navegabilidad, Rápidos
		Cañones

Sitios Naturales	Bosques	Páramo	Ubicación
		Ceja de selva Oriental	Extensión
		Ceja de selva Occidental	Densidad
		Nublado Oriental	Estructura
		Nublado Occidental	Altura
		Montano bajo	Diversidad de especies
		Montano bajo Occidental Húmedo tropical Amazónico. Húmedo tropical occidental Manglar	Diversidad de fauna asociada
		Seco tropical	Diversidad de epífitas
		Seco Interandino	Cuerpos de agua asociados
		Petrificado	
	Agua Subterráneas	Aguas Minerales	Origen
		Aguas Termales	
		Aguas Sulfurosas	

			Calidad de agua (color, temperatura y transparencia, minerales en disolución) Propiedad de las aguas
			Descripción del paisaje.
	Fenómenos	Cuevas	Dimensiones y conformación
	Espeleológicos	Cavernas	geológica
		Ríos Subterráneos	Minerales predominantes Longitudes recorribles sin peligro.
			Facilidades de visita: (equipos, luz, guía, etc.)
Sitios Naturales	Fenómenos Geológicos	Cráteres	Dimensiones y conformación geológica.
		Calderas	Descripción del
		Flujos de lava	fenómeno
		Tubos de lava	Facilidades de visita
		Géiseres	Características sobresalientes
		Escarpas de falla	

Solfataras

Fumarolas

Costas O Litorales

Playas

Dimensiones

Acantilados

Calidad del agua

Golfos

Flora y fauna (biodiversidad)

Bahías

Descripción del paisaje

Cabos

Islas existentes

Ensenadas

Actividades agropecuarias

Fondeaderos

Ancho de sus playas

Penínsulas

Islas existentes

Promontorios

Calidad de la arena

Puntas

Presencia de dunas

Istmos

Estrechos

Canales

Dunas

Línea de costa

Estuarios

Esteros

Palmeras

Ambientes Marinos

Arrecifes de coral

Cuevas

Cráteres

Acantilados

Fosas

Puntos calientes

Descripción del fenómeno Dimensiones y
conformación geológica

Características sobresalientes.

Trincheras

Cordilleras

Bentos y Bentónicos

Sitios Naturales	Sistema De Protegidas	Áreas	Parque Nacional	Extensión
			Reserva Ecológica	Biodiversidad
			Refugio de Vida	Descripción general del tipo de paisaje
			Silvestre	Atractivos individuales que lo conforman.
			Reserva Biológica	Permisos y restricciones
			Área Nacional de	Estaciones científicas existentes.
			Recreación	Centros de interpretación.
			Reserva de Producción	
			Faunística	
			Área de Caza y Pesca	

Bosque protector

Reserva Geobotánica

Fuente: (Martínez, 2017)

8. VALIDACIÓN DE LA PREGUNTA CIENTÍFICA

¿Cuál es el Perfil del Turista de Naturaleza que visita la Provincia de Tungurahua?

El perfil del turista de naturaleza es aquel viajante que busca enlazar con la belleza y el patrimonio natural de un destino. Este tipo de turista suele preferir lugares con paisajes naturales impresionantes, biodiversidad, áreas protegidas y actividades al aire libre.

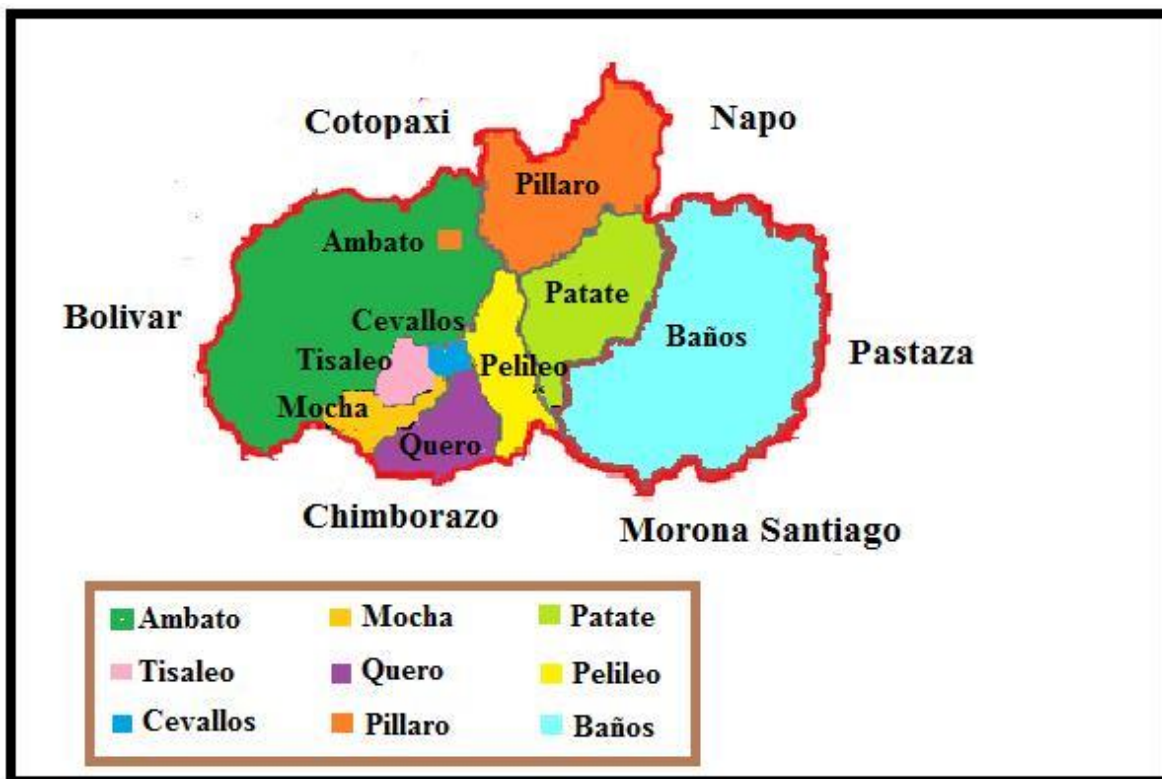
Como resultado se obtuvo que el 65% de turistas que visitan la provincia son ecuatorianos masculinos locales, nacionales y en mínimo número internacionales en un rango de edad entre los 26 y 34 años, se nota una menor presencia de jóvenes. La mayoría de los turistas son empleados públicos, se destaca que la mayoría de los turistas tienen ingresos medios, ya que el mayor porcentaje es de 301 y 400 en promedio mensual, en su gran pluralidad tienen un título de tercer nivel, siempre que viajan van acompañados de mayores de 16 años en su totalidad no prefieren que sean menores, los turistas extranjeros son los que más pernoctan en los diferentes alojamientos de la provincia por lo menos 2 o 3 días para poder disfrutar de su comida típica, las actividades de ocio y recreación, por otro lado los turistas nacionales invierten en la alimentación, transporte y suvenires, al momento de viajar el turista prefiere usar su propio vehículo.

9. METODOLOGÍA

Para el presente proyecto de investigación se utilizó una metodología de investigación descriptiva con un enfoque cuantitativo, ya que, se utilizó una encuesta validada para obtener resultados cuantificables. Para la recolección de datos se empleó la técnica de la encuesta que se realizó a 385 turistas, que visitaban los 10 atractivos turísticos seleccionados de la provincia de Tungurahua. Mediante revisión bibliográfica, los cuales corresponden a categorías II, III. Para seleccionar a los turistas para los atractivos, se utilizó un muestreo accidental de personas mayores de 18 años. Esta fue la edad mínima de los encuestados. Después del trabajo de campo, se describieron las características de los turistas, se determinó el perfil del turista y se elaboró el boletín informativo.

9.1. Descripción del área de estudio

Figura 1. División cantonal de la provincia de Tungurahua



Fuente: Google map (2022)

Se le llama la tierra de los tres Juanes por el aporte cultural que ellos dejaron sembrado, pero es la calidez de la gente de Tungurahua lo que hace recordar al visitante que allí recibe mucho más que lo que todo turista espera. Se considera uno de los parajes mágicos de la cordillera ecuatoriana, por su atractivo y fascinación perdurables. El volcán Tungurahua, el cual da nombre a esta provincia y es su mayor atractivo, es igualmente conocido como el “Gigante Negro”, que de acuerdo al imaginario aborigen es citado como “Mama Tungurahua”. La provincia de Tungurahua está situada en el centro de la región interandina y presenta panoramas muy desiguales en su topografía pues tiene volcanes, montes, planicies y valles, estos últimos especialmente dotados para la agricultura y la ganadería (Cardenas, 2021).

9.2.Limites

- **Norte:** Provincias de Cotopaxi y Napo
- **Sur:** Provincias de Chimborazo y de Morona Santiago
- **Este:** Provincias de Napo y de Pastaza
- **Oeste:** Provincias de Cotopaxi y de Bolívar

9.3.Clima

Predomina el clima templado y seco. Tiene influencia estacional a través del cañón del Pastaza cuyos vientos modifican el clima de la región. Existen zonas de clima abrigado y zonas frías propias de la serranía .

9.4.Temperatura

La temperatura media diaria es de 14,17 grados C, humedad relativa baja y precipitación pluviométrica que oscila entre 470 mm. y 10 mm.

9.5.Población y muestra

Para lo cual se utilizó un muestreo accidental, en donde se tomó una muestra de la población, que está disponible y al alcance, en este caso fue a personas mayores de 18 años que es la edad mínima de los encuestados que han frecuentado los nueve cantones de la provincia de Tungurahua, inició la búsqueda de información primaria ingresando a la página web del MAE y del mismo modo un resumen de fuentes bibliográficas de los planes de evolución de las normas territoriales de cada cantón de la provincia, al término de la revisión.

Sin embargo, no se obtuvo la información necesaria en las herramientas bibliográficas mencionadas, luego de ingresar al visor geo portal de Viajes Turísticos Internos del Ecuador (MINTUR) se determinaron datos estadísticos sobre el ingreso de turistas a la provincia

Entonces, dado que no hay datos actualizados al respecto de ingreso de turistas nacionales e internacionales a la provincia, se usó la siguiente fórmula para poder calcular la población infinita.

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

Que corresponde a:

Tabla 9. Datos utilizados a reemplazar en la formula

Cálculo de la muestra		
Z	Parámetros estadísticos que dependen del nivel de confianza	1,96
P	Probabilidad de ocurrencia de un evento	0,5
Q	Probabilidad de no ocurrencia de un evento	0,5
E	Error máximo aceptable 5%	0,05

Fuente: Investigadora

Se trabajó con un nivel de confianza del 95% con un rango de error del 5% adquiriendo un resultado de 385 personas.

Solución:

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

9.6. Instrumento y recolección de datos

Una vez determinado el tamaño de la muestra de estudio, se llevó a cabo el proceso de recolección de datos mediante encuestas, la cual posee 24 preguntas según su variable demográficas, socioeconómicas, motivación y preferencias como se indica en el siguiente cuadro:

Tabla 10. Cuadro de operacionalización de las variables de caracterización

Variable de caracterización	Indicador – Instrumento
Demográficas	¿Nacionalidad?
	¿Residencia?
	¿Edad?
	¿Género?
	<ul style="list-style-type: none"> • Masculino • Femenino • Otros
	¿Estado civil?
	<ul style="list-style-type: none"> • Soltero • Casado • Divorciado • Viudo • Unión Libre
	¿Situación Laboral?
	<ul style="list-style-type: none"> • Estudiante • Empleado público • Jubilado • Empleado privado • Desempleado • Otros
Socioeconómicas	¿Promedio mensual de ingresos?
	<ul style="list-style-type: none"> • Sin ingresos • Un Salario básico \$425 • \$425 a \$1000 • \$1001 a \$2000 • Más de \$2001
	¿Nivel de estudio?

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

¿Con quién viaja?

- Solo
- Amigos
- Familia
- Pareja

¿Cuántos menores de 16 años le acompañan?

¿Cuántos mayores de 16 años le acompañan?

¿Cuánto estimó gastar durante su visita a la provincia?

- De \$1 a \$ 100 USD
- De \$101 a \$200 USD
- De \$201 a \$300 USD
- De \$301 a \$400 USD
- Más de \$400

¿Qué porcentaje del gasto destino para?

- Alojamiento
- Alimentación
- Transporte
- Otros (actividades de ocio y recreación)

Motivación

¿Cuál fue el motivo de su viaje?

- Relajación
 - Salud
 - Estudios
 - Religión
 - Visitas familiares/amigos
 - Otros
-

¿Qué atracción turística le gusta más de la provincia?

¿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

¿A través de que medio se informó sobre el atractivo turístico de la provincia?

- Referencias familiares
- Redes sociales
- Televisión
- Páginas web
- Operadoras turísticas
- Otros

¿Cada que tiempo realiza actividades turísticas?

- Cada semana
- Cada mes
- Cada feriado
- Otros

¿Cuántas veces ha visitado la provincia?

- Es la primera vez
- Es la segunda vez
- Frecuentemente
- Otros

Preferencias

¿Qué tipo de hospedaje prefiere?

- Hotel
- Hostal
- Hostería
- Logde
- Cabañas
- Otros

¿Qué tipo de alimentación prefiere cuando hace turismo?

-
- Comida típica
 - Comida gourmet
 - Comida rápida
 - Otros

¿Qué actividades prefiere realizar en su visita?

- Caminata
- Pesca
- Natación
- Picnic
- Deportes
- Gastronomía
- Otras actividades

¿Qué tipo de transporte utiliza para viajar por la provincia?

- Vehículo propio
 - Vehículo de alquiler (taxi)
 - Público
 - Otros
-

Fuente: Investigadora

El conjunto de preguntas corresponde a cerradas y abiertas como: nacionalidad, edad, residencia, ¿Cuántos menores de 16 años le acompañan?, ¿Cuántos mayores de 16 años le acompañan?, ¿Qué atracción turística le gusta más de la provincia?, además, es necesario mencionar que en algunas preguntas hay la opción “Otros (especificar)”, ya que, permitió averiguar alguna otra respuesta que no fue considerada en el cuestionario y consumidos por el turista.

9.7. Proceso de la investigación

Se realizó una revisión bibliográfica en diferentes fuentes, una de ellas fue el Ministerio de Turismo, resultó muy factible, dado que, dentro de este se encontró un registro de 113 atractivos naturales ubicados en los cantones de la provincia, donde se seleccionó únicamente diez atractivos para su posterior análisis y la aplicación de la encuesta.



Para la selección de estos diez atractivos, se tomó en cuenta el nivel de jerarquía II y III, la elección de estos atractivos se fundamentó en la descripción de cada uno, donde se destaca su capacidad para cautivar a los turistas y sus características que lo vuelven particularmente




Tabla 11. Matriz de los atractivos seleccionados




Atractivos Naturales						
N.º	Cantón	Nombre del atractivo	Categoría	Tipo	Subtipo	Jerarquía
1	Baños	Pailón del Diablo	Sitio Natural	Ríos	Cascada	III
2	Baños	Cascada Manto de la Novia	Sitio Natural	Ríos	Cascada	III
3	Baños	Termas el Salado	Sitio Natural	Aguas Subterráneas	Aguas Termales	II
4	Pillaro	Laguna Pisayambo	Sitio Natural	Ambiente Lacustre	Laguna	II
5	Baños	Cascada de Mundug	Atractivo Natural	Ríos	Rápidos o raudales	II
6	Tisaleo y Mocha	Cerro Puñalica	Sitio Natural	Montañas	Colina	II
7	Baños	Mirador de la Cruz de Bellavista	Sitio Natural	Montañas	Mirador	II
8	Baños	Cascada Cabellera de la Virgen	Sitio Natural	Ríos	Cascada	III
9	Quero	Cascada "Jun Jun"	Sitio Natural	Ríos	Cascada	II
10	Patate	Cascada Siete Chorros	Sitio Natural	Ríos	Cascada	II



Fuente: (Guambo, 2019)

Tabla 12. Descripción de los atractivos

Cantón	Atractivo	Jerarquía	Descripción	Actividades	Fotografía
Baños	Pailón del Diablo	III	Es una espectacular cascada que se forma en el río Pastaza, donde el agua cae con gran fuerza y crea un escenario impresionante. La cascada tiene aproximadamente 80 metros de altura y está enmarcada por un estrecho cañón cubierto de exuberante vegetación tropical. El nombre "Pailón del Diablo" proviene de la forma del cañón, que se asemeja a un caldero gigante que parece haber sido tallado por la fuerza del agua	<ul style="list-style-type: none"> • Caminata • Fotografía • Observación de aves y flora • Disfrutar del entorno 	
Baños	Cascada Manto de la Novia	III	Con una altura de aproximadamente 100 metros, la cascada crea una cortina de agua que se asemeja a un "manto" que cae desde lo alto hacia un profundo cañón.	<ul style="list-style-type: none"> • Paseo en teleférico • Caminata en sendero • Fotografía • Comida y descanso 	

Baños	Termas el Salado	II	Se encuentra conformado por piscinas de aguas termales sulfatadas, las cuales se encuentran en diferentes temperaturas. Es decir piscinas con agua bien caliente y piscina polar, las cuales van bajando por el Volcán Tungurahua.	<ul style="list-style-type: none"> • Fotografía • Relajación • Caminata 	
Pillaro	Laguna Pisayambo	II	Tiene aproximadamente 2,5 Km de ancho y 4 Km de largo. Es una de las más conocidas dentro del Parque Nacional Llanganates. Sus aguas son limpias, cristalinas, y de buena calidad.	<ul style="list-style-type: none"> • Observación de flora y fauna • Fotografía • Caminata 	
Patate	Cascada de Mundug	II	Es un atractivo natural rodeado de montañas y zonas agrícolas	<ul style="list-style-type: none"> • Caminata • Aviturismo • Pesca deportiva • Observación de flora y fauna 	

Tisaleo y Mocha	Cerro Puñalica	II	Es un cerro con 3.996 metros de altura, formado por basalto feldespático olivínico, producto de la última fase eruptiva del Carihuayrazo. Sin duda los páramos cercanos al volcán Puñalica poseen pequeñas lagunas y cochas, que son producto de las aguas lluvia y vertientes existentes en esta zona.	<ul style="list-style-type: none"> ● Trekking ● Vista panorámica ● Observación de flora y fauna ● Camping ● Parapente 	
Baños	Mirador de la Cruz de Bellavista	II	El Mirador de la Cruz de Bellavista es un atractivo turístico ubicado en la provincia de Tungurahua, Ecuador. Este mirador ofrece una vista panorámica impresionante de la ciudad de Baños de Agua Santa y su entorno natural	<ul style="list-style-type: none"> ● Fotografía ● Senderismo ● Relajación ● Observación de atardeceres 	
Baños	Cascada Cabellera de la Virgen	II	La Cascada Cabellera de la Virgen es un atractivo turístico ubicado en la provincia de Tungurahua, Ecuador. Esta cascada se encuentra en el hermoso entorno natural de la ciudad de Baños de Agua Santa.	<ul style="list-style-type: none"> ● Senderismo ● Fotografía ● Refrescarse ● Disfrutar de la naturaleza 	

Quero	Cascada de "Jun Jun"	II	Rodeado de un bosque natural de eucaliptos gigantes, plantas nativas y la humedad de la zona, permiten contar con una aroma fresco que envuelve rápidamente a los visitantes haciéndoles olvidar de la ruidosa ciudad.	<ul style="list-style-type: none"> • Caminata • Camping • Observación de flora y fauna • Avistamiento de aves 	
Mocha	Cascada Siete Chorros	II	Se encuentra ubicada en el límite de las parroquias San Miguelito y Emilio María Terán, es un conjunto de siete semi cascadas, que vierte el agua de forma milagrosa directo de la roca.	<ul style="list-style-type: none"> • Caminata • Fotografía • Picnic • Avistamiento de aves y vida silvestre 	

Fuente: (Monge, 2014)

Tabla 13. *Cronograma de salidas de campo*

Numero de encuestas	Atractivos Turísticos	Fecha de visita	Hora de visita	Evidencia
Baños de Agua Santa				
40	Pailón del diablo	13/06/2023	11:00 -16:00	Fotografías
40	Cascada Manto de la Novia	20/06/2023	11:00 - 16:00	Fotografías
40	Mirador de la Cruz de Bellavista	21/06/2023	10:00 - 16:00	Fotografías
40	Cascada Cabellera de la Virgen	23/06/2023	11:00 - 16:00	Fotografías
40	Termas el Salado	25/06/2023	10:00 - 15:30	Fotografías
Patate				
35	Cascada de Mundug	5/07/2023	10:00 - 16:00	Fotografías
Tisaleo y Mocha				
35	Cerro Puñalica	6/07/2023	11:00 -16:00	Fotografías
Pillaro				
39	Laguna Pisayambo	7/07/2023	10:00 - 16:00	Fotografías
Mocha				
38	Cascada siete chorros	8/07/2023	11:00 -16:00	Fotografías
Quero				
38	Cascada de "Jun Juan!	9/07/2023	10:00 - 15:00	Fotografías
385				

Fuente: Investigadora

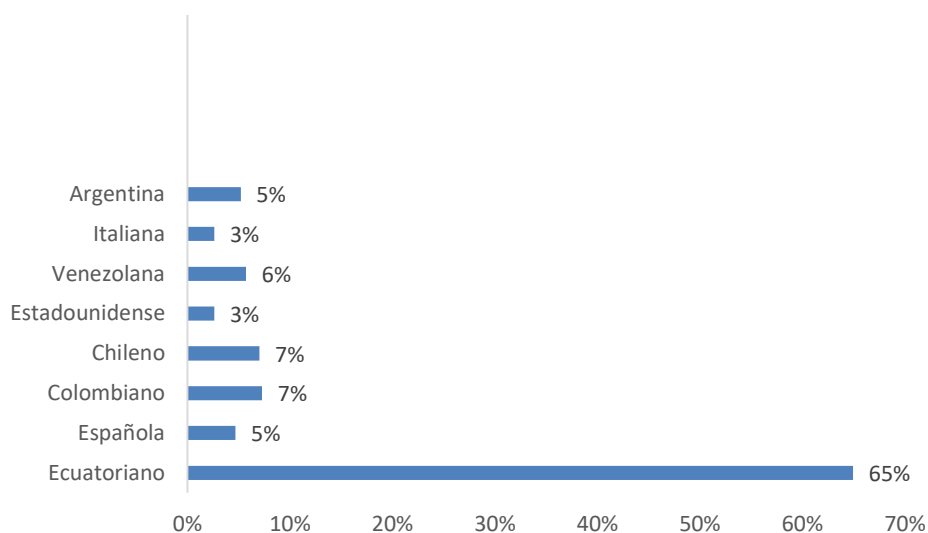
Se presenta el cronograma de salidas de campo donde se muestran los resultados después de haber aplicado la técnica de recolección de datos, el mayor número de encuestas se realizó en los atractivos del cantón Baños, los cuales fueron: Pailón del Diablo, Cascada Manto de la Novia, Cascada Cabellera de la Virgen, Mirador de la Cruz de Bellavista, Termas el Salado. Donde se pudo observar que los turistas extranjeros viajan entre semana y los turistas nacionales el fin de semana, ya que, cuentan con tiempo libre para poder disfrutar en familia y cada uno de los atractivos que se encuentran dentro del lugar, pero más se logró encuestar a turistas nacionales, locales.

Los turistas pensaron que era con fines políticos o lucrativos, por lo cual no accedían a realizar la encuesta. A pesar de ello, si había personas que querían colaborar y se logró el objetivo. Los atractivos como la Cascada de Mundug, Cerro Puñalica, Cascada Siete Chorros, Laguna Pisayambo son los atractivos que se encuentran alejados de la zona, por lo que no, era tan factible llegar, se tenía que caminar máximo 45 minutos por los senderos y en ese tramo se podía apreciar algunos turistas.

10. ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS

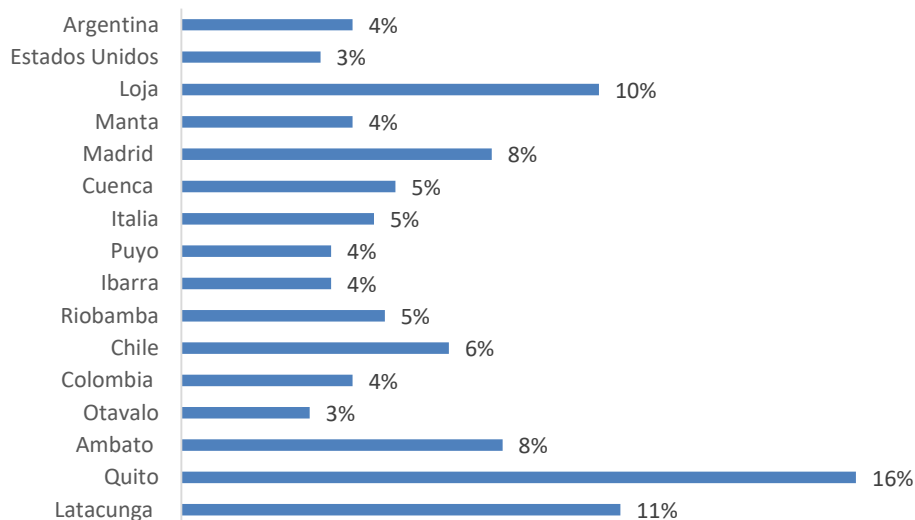
10.1. Variable demográfica

Figura 2. Nacionalidad.

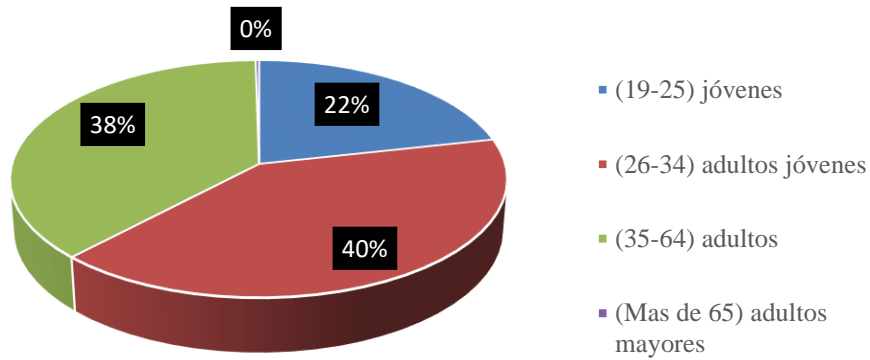


Interpretación

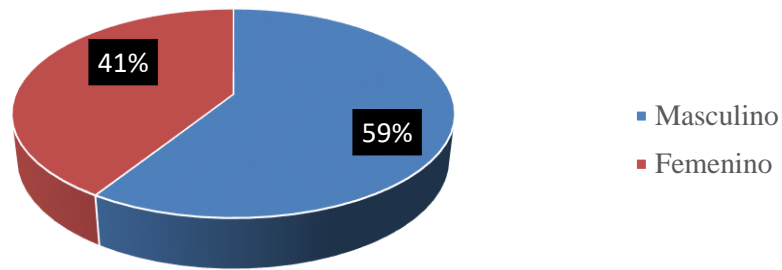
El 65% de la población en la provincia de Tungurahua es de nacionalidad ecuatoriana, lo que indica que la mayoría de los habitantes son ciudadanos locales. Un 5% de la población es de nacionalidad española, lo que sugiere la presencia de una pequeña cantidad de origen español. Tanto colombianos como chilenos representan un 7% cada uno de la población, mostrando que ambos grupos tienen una presencia similar y significativa en la provincia. Los ciudadanos estadounidenses representan el 3% de la población, lo que indica la presencia de un pequeño grupo de estadounidense. Los venezolanos y los argentinos representan el 6% y el 5% respectivamente, lo que sugiere que también hay una presencia notable de estas dos nacionalidades. Por último, los italianos representan el 3% de la población, indicando que no hay gran afluencia de turistas de origen italiano.

Figura 3. Residencia**Interpretación**

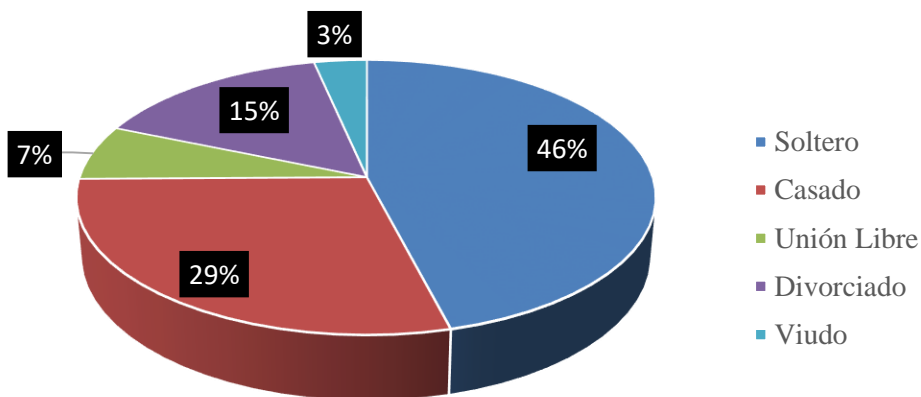
El grupo predominante de turistas procede de Quito, constituyendo el 16% del total. Le siguen en orden Latacunga y Loja, contribuyendo con el 11% y 10%, respectivamente. Madrid y Ambato se equiparán, aportando un 8% de turistas cada una. Las procedencias de Chile, Italia, Cuenca, Riobamba, Otavalo, Colombia y Argentina se traducen en un 6%, 5%, 5%, 5%, 4%, 4% y 4%, respectivamente. Mientras tanto, los turistas provenientes de Manta, Ibarra, Puyo y Estados Unidos tienen una cuota del 4% cada uno, y los visitantes de otras localidades representan el 3% restante.

Figura 4. Edad**Interpretación**

Según las encuestas aplicadas, se evidencia que, el mayor grupo de turistas se encuentra en el rango de edad de (26-34) adultos jóvenes, representando el 41% del total. Le siguen los turistas adultos en el rango de edad de (35-64), con el 38% del total. Los turistas jóvenes en el rango de edad de (19-25) conforman el 22% de los visitantes. Finalmente, no se registra la presencia de turistas mayores de 65 años en la muestra proporcionada, por lo que representa el 0%.

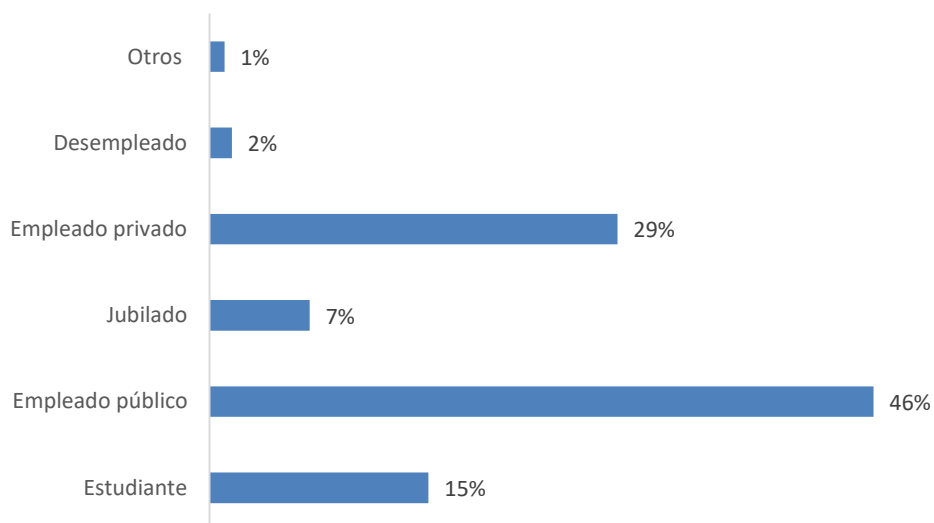
Figura 5. Género**Interpretación**

La provincia de Tungurahua recibe una mayor proporción de turistas masculinos con un 59% en comparación al género femenino, esto significa que el género masculino toma la iniciativa de visitar los atractivos turísticos garantizando la responsabilidad y seguridad familiar.

Figura 6. Estado civil

Interpretación

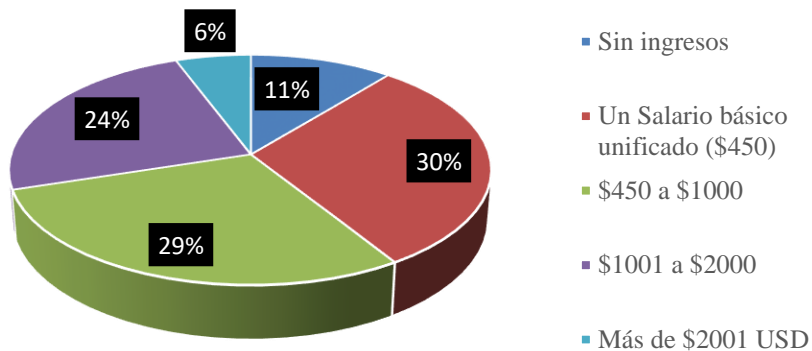
El estado civil predominante entre los turistas que visitan Tungurahua es el soltero, representando el 46% del total. Los turistas casados constituyen el segundo grupo más numeroso, con un 29% del total. Un porcentaje más pequeño de turistas se encuentra en unión libre (6%), lo que indica una presencia menor de parejas no casadas en la muestra. Los turistas divorciados representan el 15% de la muestra, lo que sugiere una presencia significativa de personas que han pasado por un divorcio. Finalmente, el menor porcentaje corresponde a turistas viudos (3%), lo que indica una presencia limitada de personas que han perdido a su cónyuge.

Figura 7. Situación laboral**Interpretación**

Se puede evidenciar que el grupo más numeroso de turistas que visitan Tungurahua son empleados públicos, representando el 46% del total. Los empleados privados constituyen el segundo grupo más grande, con un 29% del total. Un porcentaje menor de turistas se encuentran en situación de estudiante (15%), lo que indica la presencia de personas que están estudiando durante su viaje. Los jubilados representan el 7% de la muestra, lo que sugiere la presencia de personas retiradas que viajan a la provincia. Un porcentaje aún menor de turistas se encuentra desempleado (2%), lo que indica una presencia limitada de personas sin empleo en la muestra. Finalmente, un pequeño porcentaje pertenece a otras situaciones laborales (1%).

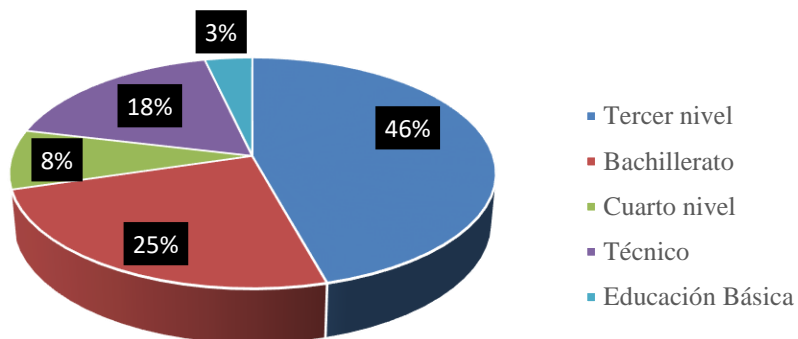
10.2. Variable socioeconómica

Figura 8. Promedio mensual de ingresos



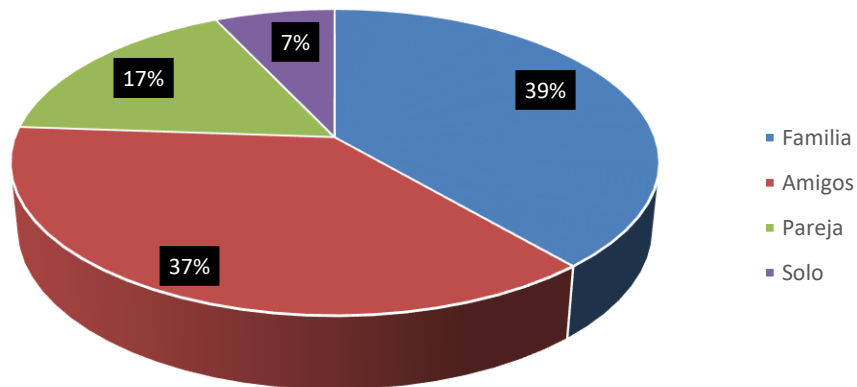
Interpretación

El mayor grupo de turistas que llegan a la provincia tiene un salario en el rango de \$450 a \$1000, representando el 30% del total. Cerca de un 29% de los turistas tienen ingresos en el rango de \$450 a \$1000 mensuales. Un porcentaje menor de turistas (24%) tiene ingresos en el rango de \$1001 a \$2000. El 11% de los turistas se encuentra en la categoría de "Sin ingresos". Finalmente, un pequeño porcentaje de turistas (6%) tiene ingresos superiores a \$2001 USD mensuales.

Figura 9. Nivel de estudios

Interpretación

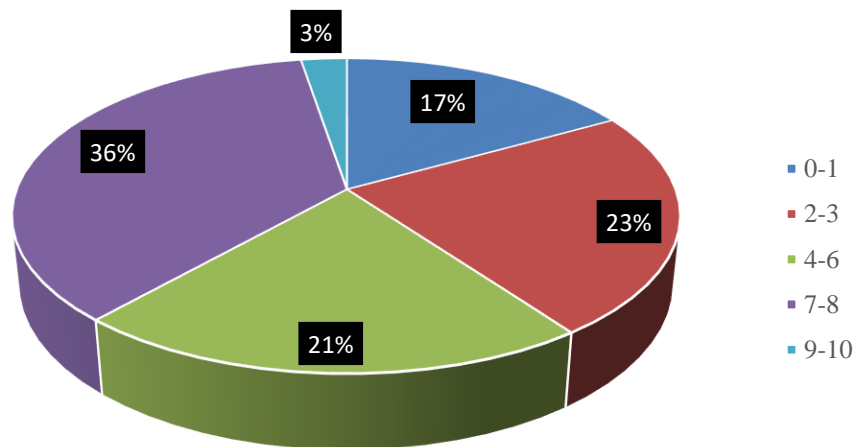
Según los datos recopilados al aplicar las encuestas se determinó que los turistas que llegan a la provincia tienen un nivel de estudios de tercer nivel, representando el 46% del total. Un 25% de los turistas tienen estudios de bachillerato. Un porcentaje menor de turistas (18%) tiene un nivel técnico de educación. El 8% de los turistas tiene un nivel de estudios de cuarto nivel, que generalmente indica estudios de posgrado. Finalmente, un pequeño porcentaje de turistas (3%) tiene estudios de educación básica siendo el nivel más bajo.

Figura 10. Con quién viaja

Interpretación

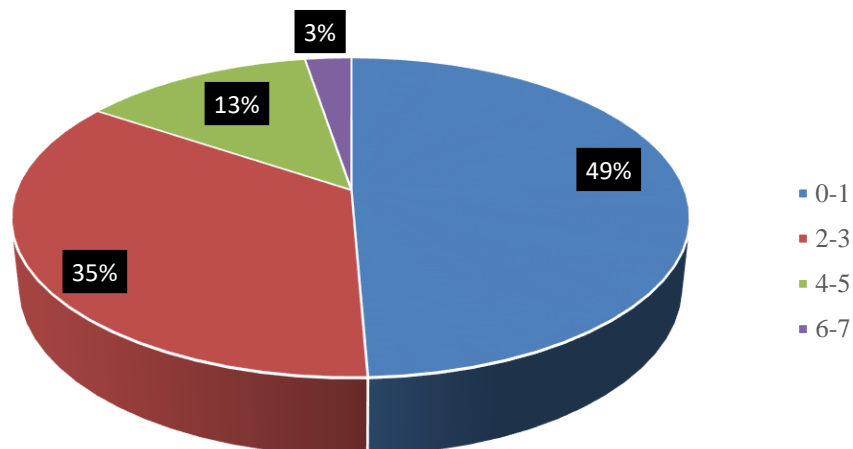
El mayor grupo de turistas decide viajar con su familia, representando el 39% del total. Cerca del 37% de los turistas que viajan con amigos, lo que indica que este es el segundo grupo más numeroso de compañía durante el viaje. Un porcentaje menor de turistas (17%) viaja con su pareja, indicando que un número significativo de turistas elige viajar en compañía de su pareja. El 7% de los turistas viaja solo, lo que sugiere que un pequeño porcentaje de turistas prefiere realizar su viaje sin compañía.

Figura 11. Cuántos mayores de 16 años le acompañan



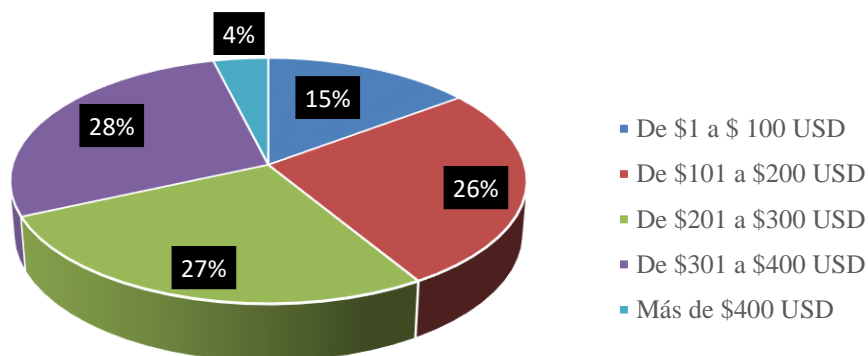
Interpretación

De acuerdo a los datos obtenidos los turistas viajan en compañía de 7 a 8 personas mayores de 16 años, representando el 36% del total. Un 23% de los turistas que viajan con 2 a 3 mayores de 16 años. Un porcentaje similar de turistas (22%) tiene 4 a 6 personas mayores de 16 años acompañándolos. El 17% de los turistas está acompañado máximo de 1 persona mayor de 16 años. Finalmente, un pequeño porcentaje de turistas (3%) viaja con 9 a 10 personas mayores de 16 años.

Figura 12. Cuántos menores de 16 años le acompañan**Interpretación**

El mayor grupo de turistas que llegan a la provincia de Tungurahua está acompañado por 1 persona menor de 16 años, representando el 49% del total. Un 35% de los turistas que viajan con 2 a 3 personas menores de 16 años. Un porcentaje menor de turistas (13%) tiene 4 a 5 personas menores de 16 años acompañándolos. El 3% de los turistas está acompañado por 6 a 7 personas menores de 16 años

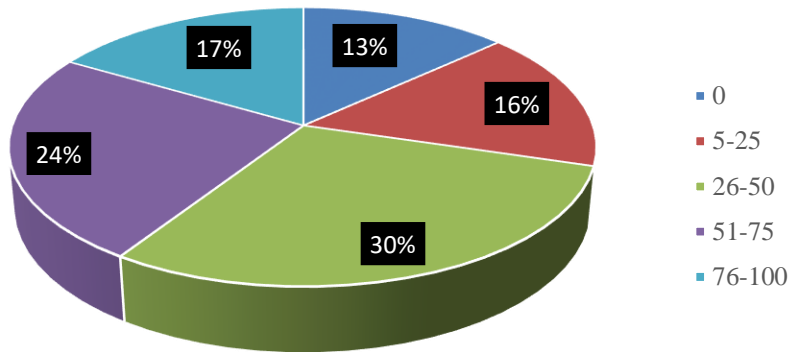
Figura 13. Cuánto estimó gastar durante su visita a la Provincia de Tungurahua



Interpretación

El 28% del gasto el turista ha invertido durante el viaje es de \$301 a \$400 USD. Cerca del 27% de los turistas estiman gastar en el rango de \$201 a \$300 USD. Un porcentaje similar de turistas (26%) estima gastar en el rango de \$101 a \$200 USD. El 15% de los turistas estiman gastar en el rango de \$1 a \$100 USD. Finalmente, un pequeño porcentaje de turistas (4%) estima gastar más de \$400 USD durante su visita a la provincia.

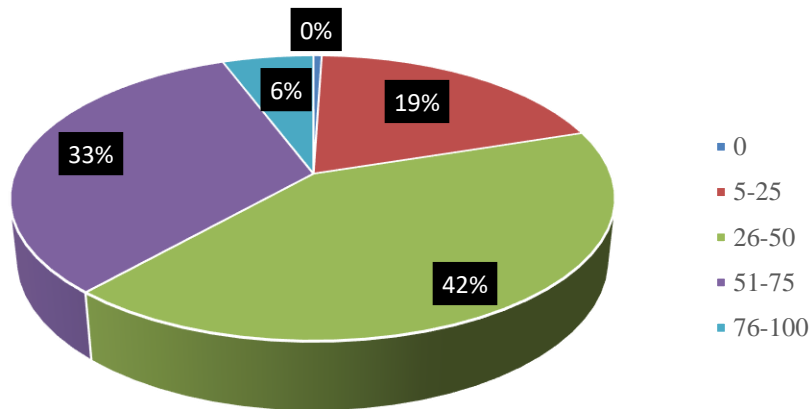
Figura 14. Qué porcentaje del gasto destinó para alojamiento



Interpretación

El mayor grupo de turistas que llegan a la provincia destinó entre el 26% y el 50% de su gasto para alojamiento, representando el 30% del total. Un 24% de los turistas destinó entre el 51% y el 75% de su gasto para alojamiento. Un porcentaje similar de turistas (17%) destinó entre el 76% y el 100% de su gasto para alojamiento. El 16% de los turistas destinó entre el 5% y el 25% de su gasto para alojamiento. Finalmente, un pequeño porcentaje de turistas (13%) no destinó ningún gasto para alojamiento (0%).

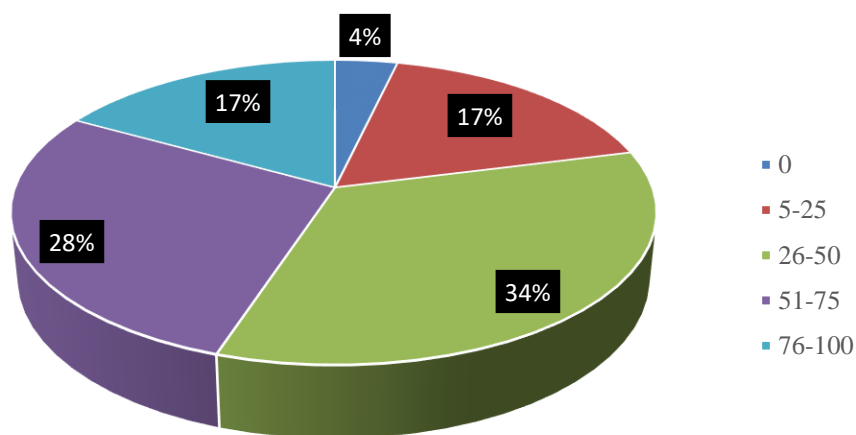
Figura 15. Qué porcentaje del gasto destinó para alimentación



Interpretación

El 26% y el 50% destinó su gasto para alimentación, representando el 42% del total. Un 33% de los turistas destinó entre el 51% y el 75% de su gasto para alimentación. Un porcentaje menor de turistas (19%) se destinó entre el 5% y el 25% de su gasto para alimentación. El 6% de los turistas destinó entre el 76% y el 100% de su gasto para alimentación. Y, por último, un pequeño porcentaje de turistas (1%) no destinó ningún gasto para alimentación (0%)

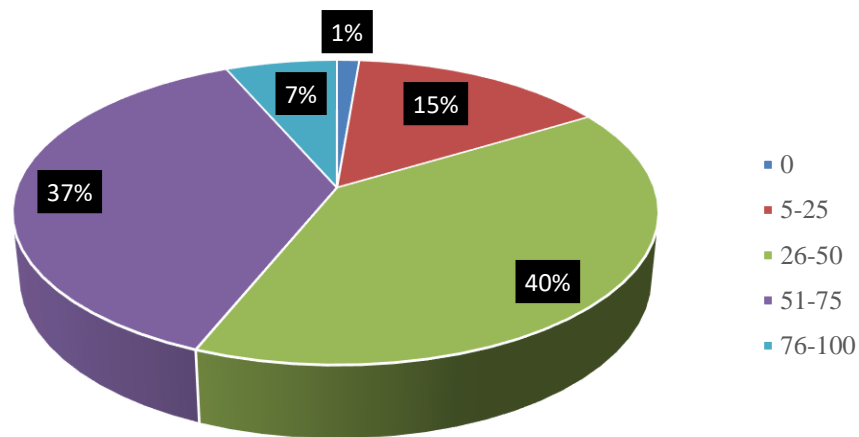
Figura 16. Qué porcentaje del gasto destinó para transporte



Interpretación

Los turistas que llegan a la Provincia de Tungurahua destinan diferentes porcentajes de su gasto para el transporte, siendo el rango de entre el 26% y el 50% el más común. Un porcentaje igual (17%) de turistas destinó tanto entre el 5% y el 25% como entre el 76% y el 100% de su gasto para transporte. Y, por último, un pequeño porcentaje de turistas (4%) no destinó ningún gasto para transporte (0%). Finalmente, un pequeño porcentaje de turistas (4%) no destinó ningún gasto para transporte, esto quiere decir que no realiza gasto alguno en transporte, esto puede ser a la cercanía a los atractivos o a utilización de otros transportes.

Figura 17. Qué porcentaje del gasto destinó para otros (actividades de ocio y recreación)

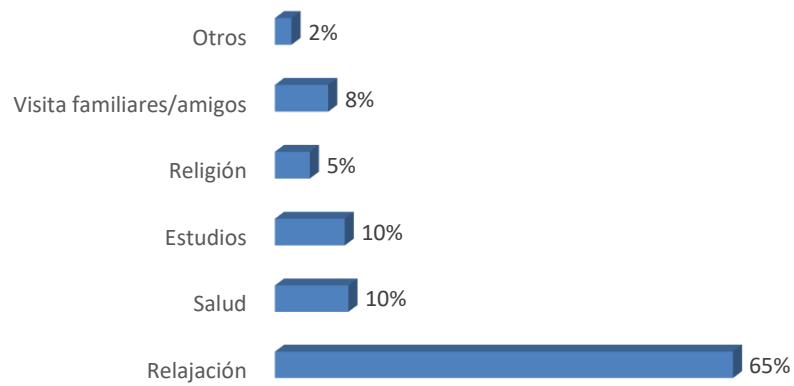


Interpretación

La mayor cantidad de personas invierte entre el 26% y el 50% que representa el 40% del total. Mientras que los que tienen menor porcentaje invierten en compras de artesanías. Finalmente, un pequeño porcentaje de turistas (1%) no destinó ningún gasto para otras actividades (0%), ya que, deciden invertir en otras cosas.

14.3. Variable de motivación

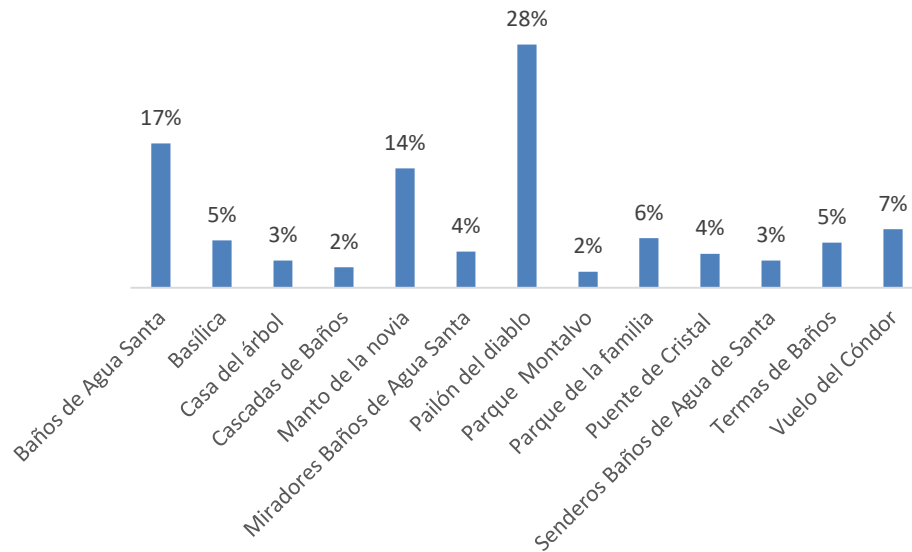
Figura 18. Cuál fue el motivo de su viaje



Interpretación

El 65% de los turistas viajaron a la provincia de Tungurahua por el motivo de Relajación, siendo el motivo más común entre los visitantes. Un 10% de los turistas viajaron por motivos de Salud y Estudios, respectivamente. La categoría otros corresponden a cultura, trabajo, recuerdos, descanso con una mínima representación.

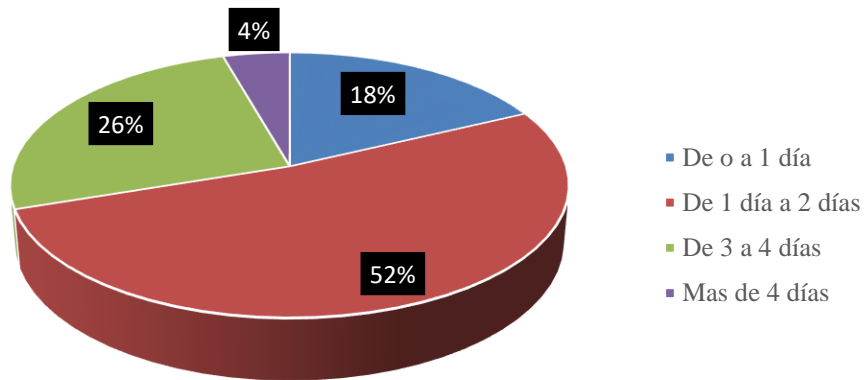
Figura 19. Qué atracción turística le gusta más de la Provincia de Tungurahua



Interpretación

La atracción turística más popular entre los visitantes de la provincia de Tungurahua es el Pailón del Diablo, con un 28% de preferencia. En segundo lugar, se encuentra Baños de Agua Santa con un 17% de preferencia. Por último, Termas de Baños y Senderos Baños de Agua de Santa comparten un 3% de preferencia. Parque Montalvo y Cascadas de Baños son las menos preferidas, con un 2% de preferencia cada una.

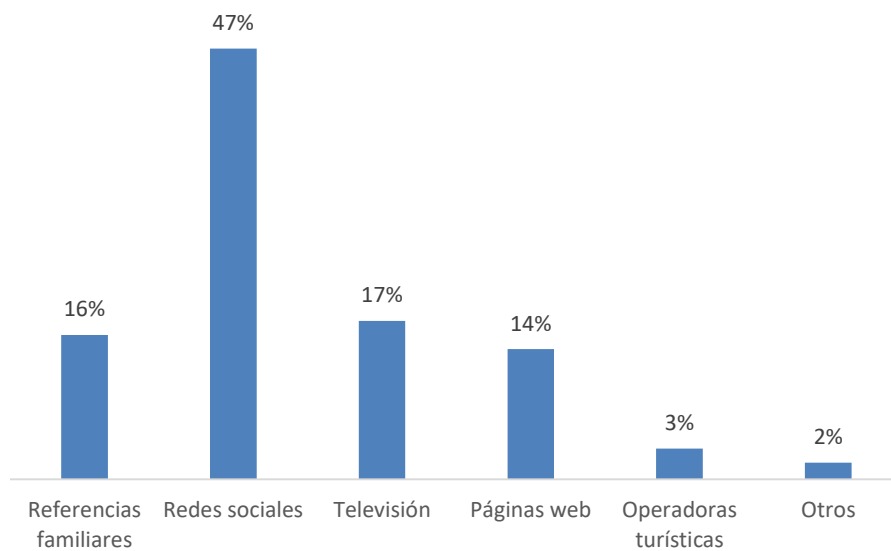
Figura 20. Qué tiempo estima para su visita a la Provincia de Tungurahua.



Interpretación

El mayor grupo de turistas que llega a la provincia de Tungurahua estima pasar entre 1 día y 2 días, lo que representa el 52% del total. Un 18% de los turistas realiza un viaje de 0 a 1 día en la provincia, ya que, son residentes de la zona y tienen transporte propio por ende regresan el mismo día. Solo un 4% de los turistas estima pasar más de 4 días.

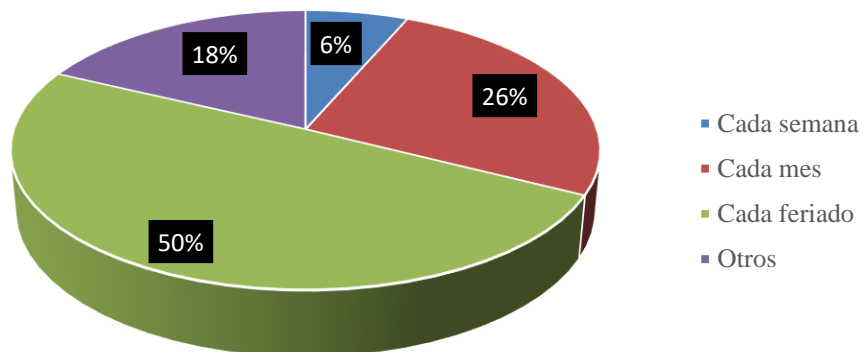
Figura 21. A través de que medio se informó sobre el atractivo turístico de la Provincia de Tungurahua



Interpretación

La fuente de información más utilizada por los turistas es redes sociales, con un 47% de preferencia. En segundo lugar, se encuentra televisión, con un 17% de preferencia. Las referencias familiares son la tercera fuente más utilizada, con un 16% de preferencia. Y por último tenemos la categoría otros que corresponde a periódicos, amistades, casualidad, radio, son los menos solicitados.

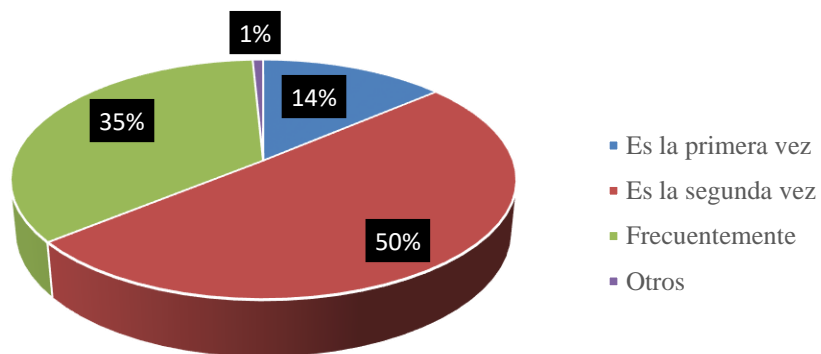
Figura 22. Cada que tiempo realiza actividades turísticas



Interpretación

La mayoría de los turistas que visitan la Provincia de Tungurahua aprovecha los feriados para realizar actividades turísticas. Un 18% de los turistas corresponde a otros, quiere decir que viajan en vacaciones, 1 o 2 veces al año, cada año. Un porcentaje mínimo realiza actividades cada semana.

Figura 23. Cuántas veces ha visitado la Provincia de Tungurahua.

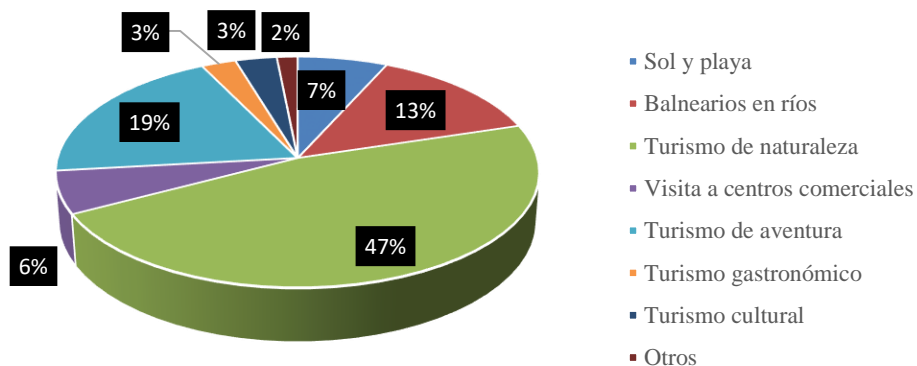


Interpretación

La mayoría de los turistas han visitado Tungurahua al menos una vez anteriormente, y un porcentaje significativo lo hace de manera frecuente. En la categoría otros representan a tercera vez, cuarta vez, diariamente con una mínima representación.

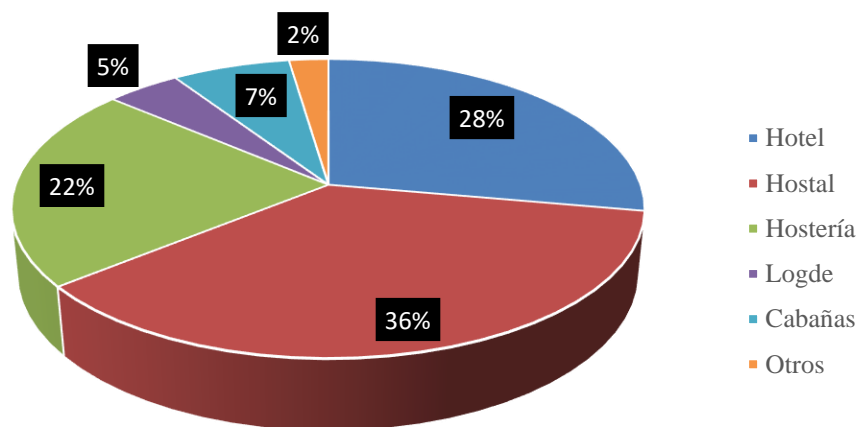
10.3. Variable de Preferencia

Figura 24. Cuál es su tipo de turismo favorito



Interpretación

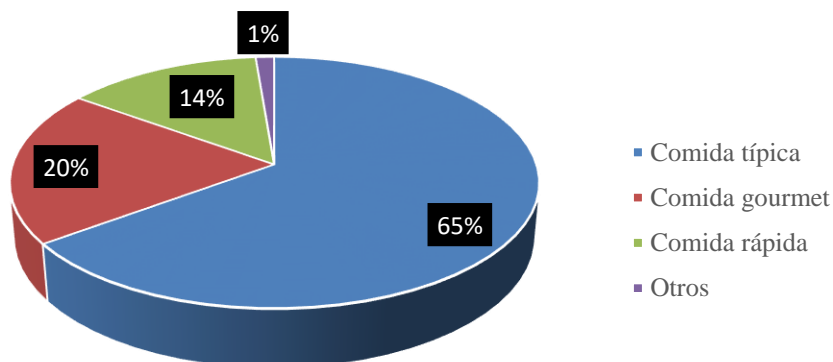
El 47% de los turistas prefiere el turismo de naturaleza en Tungurahua, lo que indica que la belleza natural de la región es una atracción principal para los visitantes, seguido por el Turismo de aventura y los Balnearios en ríos. Finalmente, un 2% de los turistas tiene otras preferencias como el turismo de salud, turismo de negocios, turismo familiar.

Figura 25. Qué tipo de hospedaje prefiere

Interpretación

El 36% de los turistas prefiere hospedarse en Hostales en Tungurahua, lo que sugiere que esta opción de alojamiento es bastante popular entre los visitantes. El 7% de los turistas opta por Cabañas para su alojamiento, lo que sugiere que algunos visitantes prefieren un ambiente más cercano a la naturaleza. Finalmente, un 2% de los turistas opta por la opción otros que corresponde a Airbnb, glamping las cuales son menos solicitadas por los turistas.

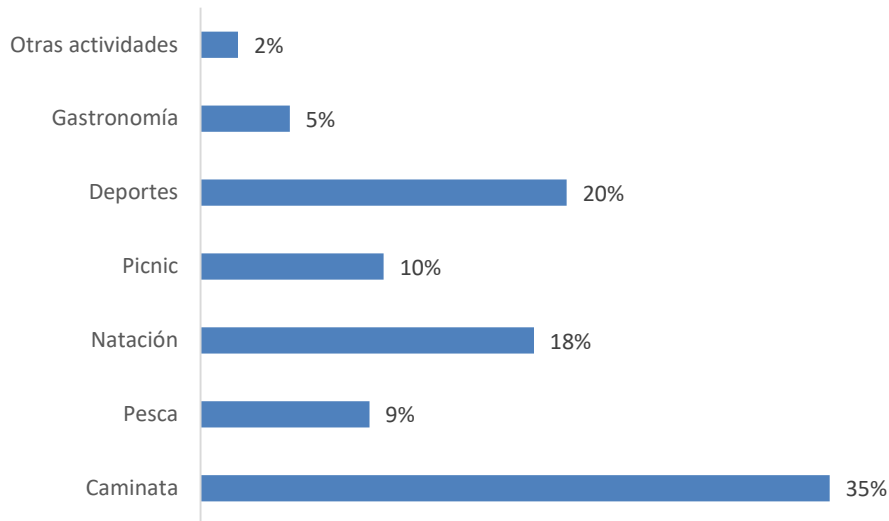
Figura 26. Qué tipo de alimentación prefiere cuando hace turismo



Interpretación

El 65% de los turistas prefiere disfrutar de la comida típica durante su estadía en Tungurahua, lo que indica que la gastronomía local es altamente valorada y atractiva para los visitantes, seguida de la comida gourmet y la comida rápida. La categoría otros corresponden a vegana, vegetarianos, variedad con una mínima representación.

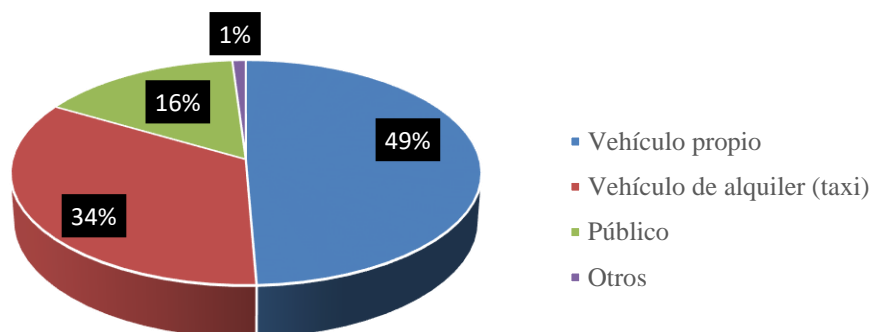
Figura 27. Qué actividades prefiere realizar en su visita



Interpretación

Este gráfico permite visualizar claramente las preferencias de actividades de los turistas en Tungurahua y proporciona información valiosa para entender sus intereses y necesidades durante su visita. Otras actividades menos específicas son cabalgata, deportes extremos, camping.

Figura 28. Qué tipo de transporte prefiere usar para viajar.



Interpretación

El vehículo propio es el medio de transporte más preferido, con un 49% de turistas que eligen utilizar su propio vehículo para viajar. Y finalmente la categoría otros pertenecen a vehículo turístico, carros de alquiler con una mínima representación.

10.4. Resumen del Perfil del turista

Tabla 14. *Resumen del perfil del turista según las variables de caracterización de la investigación*

Variable demográfica	Variable socioeconómica	Variable de motivación	Variable de preferencia
<ul style="list-style-type: none"> ➤ El 65% de turistas que visitan la provincia son turistas nacionales 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ El 30% gana un salario en el rango de \$450 hasta \$1000 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ El 65% viaja por relajación 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ El 47% de los turistas prefiere el turismo de naturaleza
<ul style="list-style-type: none"> ➤ El 16% son turistas que provienen de Quito 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ El 46% dispone de un nivel de educación superior 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ El 28% visita a menudo, los atractivos de la provincia, ya que, la mayoría de los turistas viven dentro de la región y el 50% lo hace en época de feriados 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ El 36% elige hospedarse en hostales

<ul style="list-style-type: none"> ➤ El 41% de los turistas se encuentra en el rango de 26 a 34 años 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Generalmente el 39% realiza viajes en compañía de su familia, habiendo un 36% personas mayores de 16 años y el 49% personas menores de 16 años. 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ El 52% de los turistas invierte una duración de 1 a 2 días como mínimo 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ El 65% opta por el tipo de alimentación típica
<ul style="list-style-type: none"> ➤ El 59% es el género masculino 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ El 28% de turistas nacionales gasta en el viaje \$301 a \$400, determinando de 26% al 50% a gastos de alimentación, y la otra mitad a transporte y actividades de ocio y recreación, sosteniendo lo que son la compra de artesanías y recuerdos. 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ El 47% maneja las redes sociales como principal fuente de información de los atractivos 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ El transporte favorito, con un 49% de turistas es propio
<ul style="list-style-type: none"> ➤ El estado civil predominante con el 46% son solteros 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Pese a que el porcentaje en inversión de alojamiento es menor el 30% han decidido dormir 2 noches 		
<ul style="list-style-type: none"> ➤ El 48% labora con empleados públicos 			

10.5. Diseño del Boletín Informativo

El boletín informativo tiene como objetivo principal proporcionar información valiosa sobre el perfil del turista de naturaleza que visita la provincia de Tungurahua, con el propósito de promover un turismo sostenible, mejorar la oferta turística y sensibilizar tanto a los turistas como a la comunidad local sobre la importancia de conservar y proteger los recursos naturales.

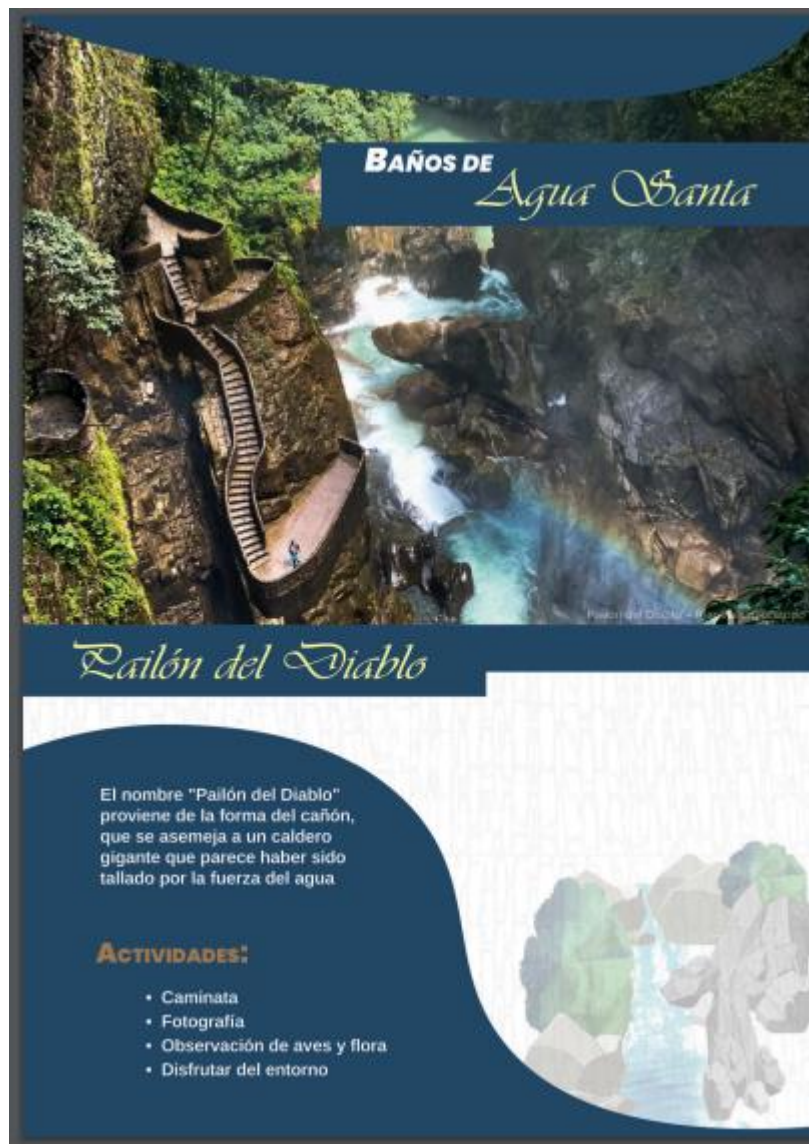
10.5.1. Portada

Para la portada se utilizó una imagen de los deportes extremos en el cantón Baños, misma que deberá llamar la atención del público.



5.1.1 Atractivos en Tungurahua

En este apartado se puede evidenciar los 10 atractivos visitados con su respectiva descripción, una imagen del cantón al que pertenece, imagen del atractivo y las actividades que se puede realizar en el lugar.



5.1.2 Las tabulaciones

Es muy importante, ya que, permite presentar toda la información de manera clara y concisa

Variables demográficas y de preferencia



Variables demográficas y de motivación

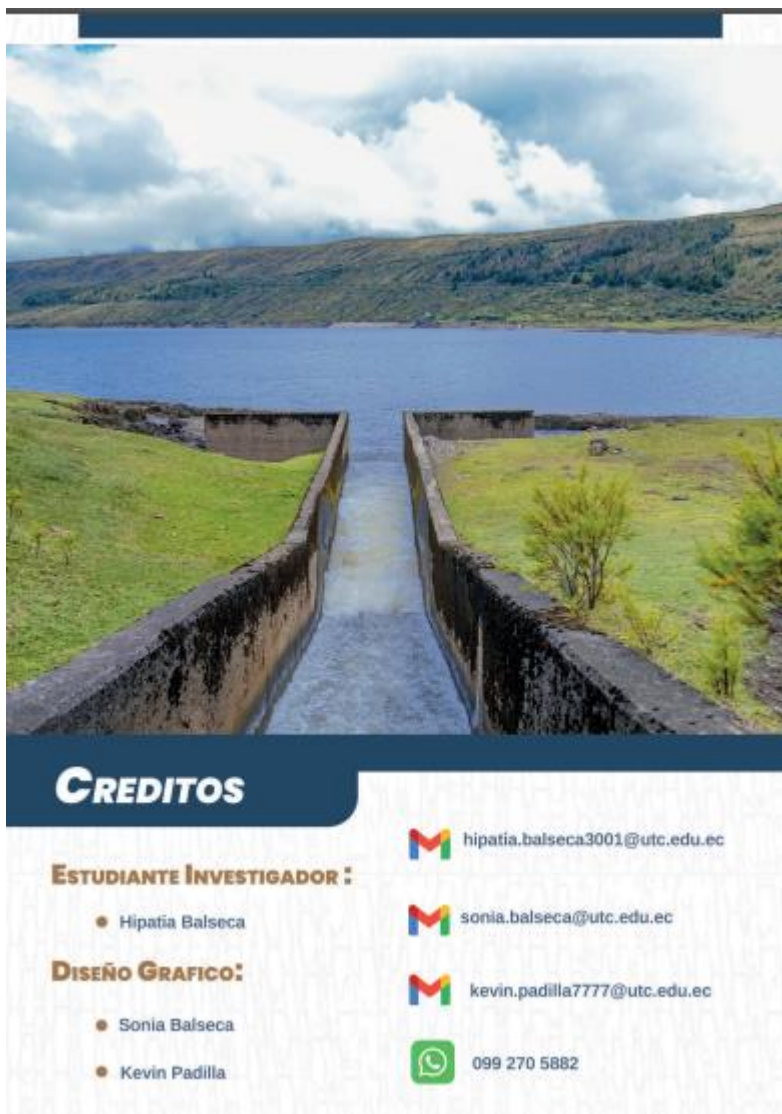


Variable socioeconómica



5.1.3 Créditos

En el apartado se describen todos los colaboradores que contribuyeron con diferentes elementos para a la creación del boletín



10.5.2. Planos de fotografía

Gran plano general (Baños)

5.1.4 Tipografía

Letra para la portada:

- **Tipo de letra:** Poppins
- **Tamaño para título principal:** 27
- **Tamaño para subtítulos:** 32
- **Tamaño de texto:** 29,5

Letra para los títulos de los resultados:

- **Tipo de letra:** Vivaldi Italic

- **Tamaño para título principal:** 39,8
- **Tamaño para subtítulos:** 29,5
- **Tamaño variable de caracterización:** 21

Letra para los resultados:

- **Tipo de letra:** SemiBold
- **Tamaño para título principal:** 39,8
- **Tamaño para subtítulos:** 29,5
- **Tamaño de texto:** 13

10.5.3. Colores



Azul: simboliza las aguas de las hermosas cascadas y el radiante cielo azul que resplandece en la ciudad de Baños de Agua santa

Blanco: está considerado el color de la pureza y la perfección y, en psicología, inspira limpieza, inocencia, reflexión, creatividad, apertura, crecimiento, imparcialidad y paz. La pureza de su gente

Negro: el negro tiene una gran cantidad de representaciones que van desde la elegancia y el poder, al misterio, la tristeza o la muerte. En el ámbito artístico y de marketing, es imprescindible conocer el significado del color negro para transmitir mensajes impactantes y causar el efecto deseado en las personas

Plomo: Es un color asociado a la ciencia y la objetividad. También se enlaza con la modestia, el autocontrol, la comunicación y a la búsqueda de equidad.

11. IMPACTOS

A continuación, se detallan los siguientes impactos (técnicos, ambientales y económicos)

11.1. TÉCNICOS

La creación del boletín informativo sirve como una herramienta que ayudara a difundir la información acerca del perfil del turista de naturaleza, en el cual se añaden los resultados que se recopiló en las encuestas, logrando definir el perfil con base a las variables de caracterización dirigidos para los prestadores de servicios turísticos, ya que, aquellas personas involucradas dentro de este podrán crear y realizar una toma de decisiones sobre la creación de productos.

11.2. AMBIENTALES

Dado que, el boletín turístico se lo encontrará de manera digital, se pretende reducir la cantidad de residuos de papel debido a que, de esta manera se reduce 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 papeles contaminando los recursos de naturaleza

11.3. ECONÓMICOS

Se generó un impacto positivo, ya que, se crearán 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 y así generar ingresos económicos. y a su vez, despertar el interés de los turistas por visitar la provincia de Tungurahua, mediante la innovación y personalización de sus servicios

12. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

12.1. Conclusiones

- En el primer objetivo se realizó una revisión bibliográfica en el Ministerio de Turismo, lo cual dio como resultado que existen 113 atractivos registrados. Para poder seleccionar los 10 atractivos, se tomó en cuenta a los atractivos con mayor jerarquía en este caso fueron de II, III. Se realizó la revisión de la encuesta para lo cual se trabajó con una fórmula infinita, con un nivel del 95%, con un rango de error del 5% adquiriendo un resultado de 385 personas, se llevó a cabo el proceso de recolección de datos mediante la encuesta. Y finalmente, se obtuvo los resultados estableciendo así las variables demográficas con un porcentaje mayor del 65% de turistas que visitan la provincia son nacionales residentes de Quito con un 16%, definiendo así su rango de edad de 26 a 34 años, por otro lado, la variable socioeconómica se visualizó que los turistas ganan un salario básico lo cual lo dividen para su alimentación, hospedaje, transporte y actividades de ocio y recreación. En cuanto a la variable de motivación los turistas viajan por relajación, el 52% viajan por lo menos 2 días y se informan mediante las redes sociales. Y, por último, está la variable de preferencia lo cual prefieren el turismo de naturaleza, optan por la comida típica del lugar y el 49% decide viajar en su propio carro.
- Para la elaboración del boletín informativo se utilizó la aplicación (Adobe Illustrator), la cual permitió dar un mejor diseño, representó un recurso importante para comprender las preferencias, comportamientos y necesidades de los turistas, en donde los datos cuantitativos brindaron una visión integral de este tipo de turismo, el boletín no solo sirvió como herramienta de información para las autoridades, sino que, también promoverá la toma de decisiones informadas, para generar así más estrategias y experiencias turísticas.

12.2. Recomendaciones

- Se recomienda a la población en especial a los prestadores de servicios de la provincia de Tungurahua que mediante esta investigación se tome en cuenta las necesidades del turista para mejorar algunos aspectos económicos, ambientales, sociales y las características en los servicios de alojamiento, alimentación, transporte que ayuda a generar mayor ingreso.
- Se presenta la información resumida en el boletín informativo el mismo que se hace la entrega a cada uno de los lectores y tutor de investigación, con el objetivo de poner a disposición de los estudiantes con el fin de concientizar acerca de la importancia de conocer los productos y servicios que ofrece la provincia, por lo cual se recomienda se haga buen uso de la información.
- Se recomienda a la autoridad competente, es decir el MINTUR, dé seguimiento a cada atractivo turístico con el objetivo de jerarquizarlos y así completar la información que está incompleta, además facilita y ofrece información de mayor confiabilidad en la investigación de trabajo, que requieren el uso de esta información. Además, y en base a los resultados obtenidos a través de la aplicación de las encuestas, se recomienda a los proveedores de turismo crear una mayor variedad de ofertas turísticas para este tipo de segmento. Esto podría incluir descuentos u ofrecer paquetes de viajes familiares que pueden disfrutar desde adultos hasta niños.

13. REFERENCIAS

Aguilar, P. (2015). *Mejoramiento del Tawri*. Pastos Colombia.

Alarcón, Á. R. (2023). EL MARKETING OLFATIVO EN EL NUEVO HOTEL EXPERIENCIAL: UN ESTUDIO A TRAVÉS DE LAS OPINIONES DEL SECTOR HOTELERO Y SU CLIENTELA. *Revista Cuadernos de Turismo*, 51(5), 19-49.

Amat, J. A. (2023). APROXIMACIÓN CONCEPTUAL A LAS TIPOLOGÍAS TURÍSTICAS. PROPUESTA DE CLASIFICACIÓN. *Revista Cuadernos de Turismo*, 51(4), 51-77.

Andrade, F. O. (2017). EL TURISMO CIENTÍFICO Y SU CONTRIBUCIÓN AL DESARROLLO LOCAL SOSTENIBLE EN ECUADOR. CASO DE ESTUDIO. *Revista: de los desarrollos de Local Sostenible*, 23(4), 14-25.

Anthony. (9 de febrero de 1994). *hoy.tawsa.com*. Obtenido de hoy.tawsa.com: <https://hoy.tawsa.com/noticias-ecuador/conozca-el-ecuador-provincia-de-tungurahua-31750.html>

Anto, J. (6 de marzo de 2019). *www.elconfidencialdigital.com*. Obtenido de www.elconfidencialdigital.com: https://www.elconfidencialdigital.com/articulo/te_lo_aclaro/ha-cambiado-turismo-pandemia/20220708125707423995.html

Antonio, J. (3 de enero de 2018). *www.unwto.org*. Obtenido de www.unwto.org: <https://www.unwto.org/es/desarrollo-sostenible/ecoturismo-areas-protegidas>

Arias, E. (2020). ANÁLISIS DEL CARÁCTER CIENTÍFICO DEL TURISMO. *Revista Estudios y perspectivas en turismo*, 7(14), 12-25.

Arias-Aragones, F. J.-P.-N. (2012). El turismo de salud: Conceptualización, historia, desarrollo y estado actual del mercado global. *Clío América*, 6(11), 72-98.

Azuara, A. (2023). EL APROVECHAMIENTO TURÍSTICO DEL FERROCARRIL CONVENCIONAL COMO VÍA DE IMPULSO TERRITORIAL: EL CASO DE LA LÍNEA DEL DUERO (PORTUGAL) COMO MODELO PARA EL FFCC ARANJUEZ-CUENCA-UTIEL. *Revista Cuadernos de Turismo*, 8(11), 14-26.

- Bassan, E. (2022). Turismo Científico: Conceptualización, modalidades y desafíos. *Revista Realidad, Tendencias y Desafíos en Turismo*, 7(10), 33-48.
- Bassan, E. (2022). TURISMO CIENTÍFICO: CONCEPTUALIZACIÓN, MODALIDADES Y DESAFÍOS. *Revista Realidad, Tendencias y Desafíos en Turismo*, 22(2), 33-48.
- Bayas, E. S. (2018). EFECTO ECONÓMICO DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA EN LA PROVINCIA DE TUNGURAHUA, ECUADOR. *Revista Ciencias administrativas*, 4(11), 147-168.
- Bem, J. C. (2021). TURISMO CULTURAL Y SOSTENIBILIDAD TURÍSTICA: MAPEO DEL DESEMPEÑO CIENTÍFICO DESDE WEB OF SCIENCE. *Revista Turismo y Sociedad*, 8(14), 14-36.
- Bórquez, R. (2019). EL TURISMO CIENTÍFICO Y SU INFLUENCIA EN LA COMUNIDAD LOCAL: EL ESTUDIO DE CASO DE LA RED DE TURISMO CIENTÍFICO EN AYSÉN, CHILE. *Revista Turydes: Turismo y Desarrollo*, 8(12), 2-6.
- Cabanilla, E. (2021). Turismo comunitario en América Latina, un concepto en construcción. *Revista in Siembra*, 25(11), 4-18.
- Cabarcos, N. (. (2006). *Promoción y venta de servicios turísticos: comercialización de servicios*. Obtenido de Promoción y venta de servicios turísticos: comercialización de servicios: <https://dspace.uniandes.edu.ec/bitstream/123456789/2373/1/TUAITYH030-2015.pdf>
- Caiza, Á. (2022). El turismo slow como alternativa para el desarrollo sostenible en la comunidad del milenio A I Cofan Dureno al 2030. *Trabajo de titulación Modalidad de titulación artículo científico LA UNIVERSIDAD DE POSGRADO DEL ESTADO*, 6-25.
- Calderón, F. B. (2014). EL Ordenamiento territorial y desarrollo turístico en la provincia Tungurahua. *Revista UNIANDES Episteme*, 1(1), 40-53.
- Cardenas, D. (2021). Tungurahua: Significado, Capital, Cantones y más. *Hablemos de culturas.com*, https://hablemosdeculturas.com/tungurahua/#google_vignette.
- Choi, H. y. (2010). Actitudes de los residentes hacia el turismo comunitario sostenible. *Revista de Turismo Sostenible*, 18 (4), 575-594.

- Eagles, P. F. (2003). *Turismo sostenible en áreas protegidas*. Organización Mundial del Turismo.
- Elizabeth, A. P. (2 de agosto de 2021). <http://repositorio.utc.edu.ec/>. Obtenido de <http://repositorio.utc.edu.ec/>: <http://repositorio.utc.edu.ec/bitstream/27000/7814/1/PC-002021.pdf>
- Escobedo, A. (20 de noviembre de 2018). www.entornoturistico.com/turismo-de-naturaleza-en-que-consiste-y-cual-es-su-origen. Obtenido de www.entornoturistico.com/turismo-de-naturaleza-en-que-consiste-y-cual-es-su-origen: <https://www.entornoturistico.com/turismo-de-naturaleza-en-que-consiste-y-cual-es-su-origen/#:~:text=Son%20los%20viajes%20que%20tienen%20como%20fin%20el%20realizar%20actividades,natural%2C%20cultural%2C%20hist%C3%B3rico%20etc>.
- Escobedo, B. R. (2019). EL TURISMO CIENTÍFICO Y SU INFLUENCIA EN LA COMUNIDAD LOCAL: EL ESTUDIO DE CASO DE LA RED DE TURISMO CIENTÍFICO EN AYSÉN, CHILE. *Revista Turyues: Turismo Sostenible*, 7(8), 14-26.
- Fernández, M. M. (2023). LA RECUPERACIÓN DEL PATRIMONIO INDUSTRIAL Y NATURAL COMO RECURSO PARA EL DESARROLLO TURÍSTICO EN EL ENTORNO INMEDIATO AL CANAL DE CASTILLA. *Revista Cuadernos de Turismo*, 14(7), 255–279.
- Freire, P. P. (2019). El turismo como objeto de estudio y campo de actuación profesional: Un tema de identidad. *Revista Ciencias Pedagógicas e Innovación*, 7(1), 11-20.
- G, V. L. (6 de abril de 2021). biblio.flacsoandes.edu.ec. Obtenido de biblio.flacsoandes.edu.ec: <https://biblio.flacsoandes.edu.ec/libros/digital/59322.pdf>
- García, M. (2017). TURISMO CIENTÍFICO Y CIUDADES DEL FUTURO. *International Journal of Scientific Management and Tourism*, 3(1), 123-130.
- García, M. O. (7 de junio de 2017). www.redalyc.org. Obtenido de www.redalyc.org: <https://www.redalyc.org/pdf/881/88151417013.pdf>
- Garrido, O. B. (2023). APROXIMACIÓN AL TURISMO DE SALUD DESDE LA GEOGRAFÍA. DEFINICIÓN Y CAMPO DE ESTUDIO. *Revista Cuadernos de Turismo*, 8(10), 14-8.

- Getz, D. (2008). Turismo de eventos: definición, evolución e investigación. *ELSEVIER*, 29(3), 403-428.
- Getz, D. C. (2004). *Atracciones turísticas y bodegas familiares. En La empresa familiar en el turismo y la hostelería (págs. 153-160)*. Wallingford Reino Unido: CABI Publishing.
- Gomez, A. (10 de Agosto de 2017). *evaluacion de bioinsecticidas para el control de plagas en el cultivo de chocho*. Obtenido de evaluacion de bioinsecticidas para el control de plagas en el cultivo de chocho.: <http://repositorio.utc.edu.ec/handle/27000/5709>
- Gómez, L. (Diciembre de 2013). <http://repositorio.uaaan.mx>. Obtenido de <http://repositorio.uaaan.mx:8080/xmlui/bitstream/handle/123456789/7072/G%C3%93MEZ%20P%C3%89REZ.%20LUCINA%20TESIS.pdf?sequence=1>
- Guambo, V. (2019). POTENCIAL TURÍSTICO Y OFERTA EN EL CANTÓN QUERO PROVINCIA DE TUNGURAHUA. *Proyecto de investigación previo a la obtención del título de Ingeniera en Gestión Turística y Hotelera*, 16-54.
- Heraldo, E. (14 de junio de 2020). Obtenido de <https://www.elheraldo.com.ec/sector-turistico-analizo-situacion-actual/>
- Herrera, M. (2015). <http://dspace.casagrande.edu.ec/>. Obtenido de <http://dspace.casagrande.edu.ec/>: <http://dspace.casagrande.edu.ec:8080/bitstream/ucasagrande/742/1/Tesis996ARRp.pdf>
- Ibarra, J. (2015). Artículos científicos sobre turismo para personas con discapacidad en revistas Iberoamericanas. Una propuesta de categorización. *PASOS Revista De Turismo Y Patrimonio Cultural*, 14(7), 41-58.
- INEC. (2010). www.ecuadorencifras.gob.ec/. Obtenido de www.ecuadorencifras.gob.ec/: <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/descargas/Manu-lateral/Resultados-provinciales/tungurahua.pdf>
- Jaiti, J. A. (file:///C:/Users/userx/Downloads/JUAN%20ALEJANDRO%20GUANO%20JAITIA%201804787883.pdf de abril de 2017). *Users/userx/Downloads/Barrera%20Rodríguez%20Alexandra%20Patricia*. Obtenido de Users/userx/Downloads/Barrera%20Rodríguez%20Alexandra%20Patricia:

file:///C:/Users/userx/Downloads/JUAN%20ALEJANDRO%20GUANO%20JAITIA%201804787883.pdf

Ledhesma, M. (2018). *Tipos de turismo: nueva clasificación*. Buenos Aires : 1, 66-86. Obtenido de Tipos de turismo: nueva clasificación.

Malcavilla, C. (2022). PROPUESTA DE DEFINICIÓN ACADÉMICA DEL TURISMO CIENTÍFICO EDUCATIVO A PARTIR DE UNA REVISIÓN SISTEMÁTICA DE LA LITERATURA. *Tesis para optar el Título Profesional de Licenciado en Administración en Turismo*, 25-56.

Mansfeld, Y. y. (2006). *Turismo, seguridad y protección*. Routledge.

Marcelo, B. A. (02 de Agosto de 2021). <http://repositorio.utc.edu.ec/bitstream>. Obtenido de <http://repositorio.utc.edu.ec/bitstream>: <http://repositorio.utc.edu.ec/bitstream/27000/7815/1/PC-002022.pdf>

Martínez Roget, F. &. (2000). *A demanda turística en Galicia: o problema da concentración*. Obtenido de A demanda turística en Galicia: o problema da concentración: <https://www.redalyc.org/pdf/1815/181517987002.pdf>

Martínez, V. (2017). EL TURISMO DE NATURALEZA: UN PRODUCTO TURÍSTICO SOSTENIBLE. *Revista ARBOR Ciencia, Pensamiento y Cultura*, 18(145), 11-19.

Monge, J. (2014). LOS ATRACTIVOS TURÍSTICOS Y SU INCIDENCIA EN EL DESARROLLO TURÍSTICO DE LA PARROQUIA LA MATRIZ DEL CANTÓN PATATE, PROVINCIA DE TUNGURAHUA”. *Proyecto de titulación previo a la obtención del título en Turismo y Hotelería*, 25-58.

Moral, F. O. (2016). El turismo como motor potencial para el desarrollo económico de zonas fronterizas en vías de desarrollo. Un estudio de casoR. *Revista El periplo sustentable*, 25(12), 47-58.

Morillo, M. (2011). Turismo y producto turístico. Evolución, conceptos, componentes y clasificación. *Revista Visión Gerencial*, 14(8), 135-158.

Nuria, M. (2020). Turismo, agua y género: resumen de artículo científico. *Revista Alba Sub*, 5(9), 14-26.

- Padilla, O. d. (2017). Obras de sociología Sección de obras de sociología. En O. d. Padilla, *El turismo: fenómeno social* (pág. 134). Texas: Fondo de Cultura Económica, 1980.
- Pereyra, T. (2021). Desarrollo turístico promotor socioeconómico. *Revista Científica ECOCIENCIA*, 3, 8-13.
- Picazo, P. (2013). Difusión de la investigación científica en turismo. El caso de México. *Revista El Periplo Sustentable*, 4(8), 7-40.
- Pilco, E. H. (2020). Acercamiento conceptual acerca de las modalidades del turismo y sus nuevos enfoques. *Revista Universidad y Sociedad*, 12(2), 14-25.
- PROTEGIDAS, R. E. (19 de enero de 2016). *www.ambiente.gob.ec*. Obtenido de [www.ambiente.gob.ec](https://www.ambiente.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2018/05/Reglamento-Especial-de-Turismo-en-Areas-Naturales-Protegidas.pdf): <https://www.ambiente.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2018/05/Reglamento-Especial-de-Turismo-en-Areas-Naturales-Protegidas.pdf>
- Quintana, V. M. (2017). El turismo de naturaleza: un producto turístico sostenible. *Arbor*.
- Rivera, A. L. (2016). Propuesta de promoción, comercialización y elaboración de un paquete turístico para la comunidad Icalupe. *Revista FAREM-Estelí. Turismo Sostenible*, 7(11), 3-4.
- Saco, E. B. (23 de julio de 2006). *media.peru.info*. Obtenido de [media.peru.info](https://media.peru.info/catalogo/Attach/publicacion_perfil_del_turista_de_naturaleza_9155.pdf): https://media.peru.info/catalogo/Attach/publicacion_perfil_del_turista_de_naturaleza_9155.pdf
- Sancho, A. (2008). *Organización Mundial del Turismo*. Obtenido de Organización Mundial del Turismo.: https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/62796902/Introduccion_al_Turismo_OMT_primera_parte20200403-8256-4upj7n-libre.pdf?1586000160=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DIntroduccion_al_Turismo_OMT_Organizacion.pdf&Expires=1689219830&Signature=
- Santamaría Freire, E. &. (2018). Efecto económico de la actividad turística en la provincia de Tungurahua, Ecuador. *Ciencias administrativas*, (11), 15-25.

- Silva, P. (2019). Turismo científico una alternativa para conservar el Patrimonio Del CIPCA, Amazonia - Ecuador. *Revista Ciencias Ambientales/Environment Sciences*, 4(12), 11-15.
- Simone, G. (2023). HISTORIA DE ALGUNAS DENOMINACIONES DE TURISMO EN ESPAÑA: TURISMO DEPORTIVO, TURISMO CULTURAL. *Revista Cuadernos de Turismo*, 14(5), 79-100.
- Solis Acosta, J. P. (2016). *Categorización de los atractivos turísticos y su incidencia en el posicionamiento turístico de la parroquia Salasaca, del cantón Pelileo, provincia Tungurahua*. Obtenido de Categorización de los atractivos turísticos y su incidencia en el posicionamiento turístico de la parroquia Salasaca, del cantón Pelileo, provincia Tungurahua:
<https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/20638/1/CATEGARIZACION%20DE%20ATRACTIVOS.pdf>
- Sylvia Herrera, E. M. (14 de diciembre de 2020). *Dialnet-ElTuristaDeNaturalezaEstudioSobreElPerfilDelTurist*. Obtenido de Dialnet-ElTuristaDeNaturalezaEstudioSobreElPerfilDelTurist:
<file:///C:/Users/userx/Downloads/Dialnet-ElTuristaDeNaturalezaEstudioSobreElPerfilDelTurist-7678378.pdf>
- TURISMO. (29 de diciembre de 2008). *www.turismo.gob.ec*. Obtenido de *www.turismo.gob.ec*: <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2016/03/LEY-DE-TURISMO.pdf>
- TURISMO, E. D. (23 de noviembre de 2018). *ventanillaverde.cvc.gov.co*. Obtenido de *ventanillaverde.cvc.gov.co*:
<https://ventanillaverde.cvc.gov.co/archivos/1555971336.pdf>
- Turismo, M. d. (22 de enero de 2004). *vivecuador.com*. Obtenido de *vivecuador.com*:
https://vivecuador.com/html2/esp/tungurahua_es.htm
- Turismo, O. M. (2005-2007). *www.entornoturistico.com*. Obtenido de *www.entornoturistico.com*: <https://www.entornoturistico.com/que-es-el-turismo/>

Universo, E. (5 de junio de 2020). Obtenido de <https://www.eluniverso.com/noticias/ecuador/quito-semana-santa-gasto-turistico-49-millones-2023-nota/>

Valarezo, O. (10 de febrero de 2011). *insecticidas de uso agricola en el ecuador*. Obtenido de *insecticidas de uso agricola en el ecuador*.: <https://repositorio.iniap.gob.ec/bitstream/41000/1253/1/INIAP%20bolet%C3%ADn%20divulgativo%20401.pdf>

Vázquez, V. (2023). IMPACTO ESPACIAL DE LAS INUNDACIONES SÚBITAS EN LA RESILIENCIA TURÍSTICA DE MATEHUALA, SAN LUIS POTOSÍ, MÉXICO. *Revista Cuadernos de Turismo*, 14-51, 163–187.

14. APÉNDICES

Apéndice 1.- Aval del Traductor



UNIVERSIDAD
TÉCNICA DE
COTOPAXI



CENTRO
DE IDIOMAS

AVAL DE TRADUCCIÓN

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

La traducción del resumen al idioma inglés del proyecto de investigación cuyo título versa: **“PERFIL DEL TURISTA DE NATURALEZA QUE VISITA LA PROVINCIA DE TUNGURAHUA”** presentado por: **Balseca Pruna Hipatia Lisbeth** egresada 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 a la peticionaria hacer uso del presente aval para los fines académicos legales.

Latacunga, 29 de Agosto del 2023

Atentamente,



CENTRO
DE IDIOMAS

Mg. Marco Paul Beltrán Semblantes
DOCENTE CENTRO DE IDIOMAS-UTC
CC: 0502666514

Apéndice 2.-Hoja de vida del equipo de investigadores

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAX

DATOS INFORMATIVOS PERSONAL DOCENTE

DATOS PERSONALES

APELLIDOS: Abarca Zaquinaula

NOMBRES: Manuel Antonio

CEDULA DE CIUDADANÍA: 1103989669

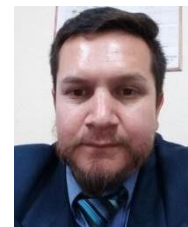
LUGAR Y FECHA DE NACIMIENTO: 04/01/1982

DIRECCIÓN DOMICILIARIA: Latacunga; Quito y Rumiñahui

TELÉFONO CONVENCIONAL: 072578867

TELÉFONO CELULAR: 0991975168

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



ESTUDIOS REALIZADOS Y TÍTULOS OBTENIDOS

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

PUBLICACIONES RECIENTES

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

HISTORIAL PROFESIONAL

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

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

PERÍODO ACADÉMICO DE INGRESO A LA UTC: enero 2019

FIRMA

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI
DATOS INFORMATIVOS DEL ESTUDIANTE

DATOS PERSONALES

APELLIDOS: Balseca Pruna

NOMBRES: Hipatia Lisbeth

ESTADO CIVIL: Soltera

CEDULA DE CIUDADANÍA: 0503543001

NÚMERO DE CARGAS FAMILIARES: 0

LUGAR Y FECHA DE NACIMIENTO: Sigchos, 8 de septiembre del 1999

DIRECCIÓN DOMICILIARIA: Ciudadela del chofer

TELÉFONO CONVENCIONAL: 2660-606

TELÉFONO CELULAR: 0992705882

EMAIL INSTITUCIONAL: hipatia.balseca3001@utc.edu.ec

TIPO DE DISCAPACIDAD: N/A



ESTUDIOS REALIZADOS Y TÍTULOS OBTENIDOS

Primaria y secundaria: “Dr. José María Velasco Ibarra”

Tercer nivel: Universidad Técnica de Cotopaxi

CURSOS

Idioma Ingles B1

SEMINARIOS

I Seminario Internacional de Turismo y Patrimonio: fortaleciendo capacidades durante la pandemia.

Seminario Internacional Intercambio Científico.

FIRMA

Apéndice 3.-Modelo de 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 Tungurahua, con la finalidad de aportar a la reactivación turística del Ecuador.

Encuesta N°: _____

Atractivo Turístico: _____

DEMOGRÁFICA

- | | |
|---------------------------------------|--|
| 1. ¿Nacionalidad? | a) Soltero <input type="checkbox"/> |
| _____ | b) Casado <input type="checkbox"/> |
| 2. ¿Residencia? | c) Divorciado <input type="checkbox"/> |
| _____ | d) Viudo <input type="checkbox"/> |
| 3. ¿Edad? | e) Unión Libre <input type="checkbox"/> |
| _____ | |
| 4. ¿Género? | 6. Situación Laboral: |
| a) Masculino <input type="checkbox"/> | a) Estudiante <input type="checkbox"/> |
| b) Femenino <input type="checkbox"/> | b) Empleado público <input type="checkbox"/> |
| c) Otro <input type="checkbox"/> | c) Jubilado <input type="checkbox"/> |
| 5. ¿Estado civil? | d) Empleado privado <input type="checkbox"/> |
| | e) Desempleado <input type="checkbox"/> |
| | f) Otros <input type="checkbox"/> |

SOCIOECONÓMICAS

- | | |
|---|---|
| 7. ¿Promedio mensual de ingresos? | 10. ¿Cuántos mayores de 16 años la acompañan? |
| a) Sin ingresos <input type="checkbox"/> | _____ |
| b) Un salario básico \$450 <input type="checkbox"/> | 11. ¿Cuántos menores de 16 años la acompañan? |
| c) \$401 a \$1000. <input type="checkbox"/> | _____ |
| d) \$1001 a \$2000. <input type="checkbox"/> | 12. ¿Cuánto estimó gastar durante su visita a la |
| e) Más de \$2001 <input type="checkbox"/> | Provincia? |
| 8. ¿Nivel de estudio? | a) De 1 a 100 USD. <input type="checkbox"/> |
| a) Educación básica <input type="checkbox"/> | b) De 101 a 200 USD. <input type="checkbox"/> |
| b) Bachillerato <input type="checkbox"/> | c) De 201 a 300 USD. <input type="checkbox"/> |
| c) Técnico <input type="checkbox"/> | d) De 301 a 400 USD. <input type="checkbox"/> |
| d) Tercer nivel <input type="checkbox"/> | e) Más de 400 USD. <input type="checkbox"/> |
| e) Cuarto nivel <input type="checkbox"/> | 13. ¿Qué porcentaje del gasto destino para? |
| 9. ¿Con quién viaja? | a) Alojamiento _____ |
| a) Solo <input type="checkbox"/> | b) Alimentación _____ |
| b) Amigo <input type="checkbox"/> | c) Transporte _____ |
| c) Familia <input type="checkbox"/> | d) Otras (actividades de ocio y recreación) _____ |
| d) Pareja <input type="checkbox"/> | |

MOTIVACION

14. ¿Cuál fue el motivo de su viaje?
- a) Religión
- b) Salud
- c) Estudios
- d) Religión
- e) Visitas familiares/amigos
- f) Otros (Especifique).....
15. ¿Qué atracción turística le gusta más de la Provincia de Tungurahua?
- _____
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 Tungurahua
- 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 Tungurahua?
- a) Es la primera vez
- b) Es la segunda vez
- c) Frecuentemente
- d) Otro (Especifique)

PREFERENCIAS

- 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) Logje
- e) Cabañas
- f) Otros. (Especifique)
22. ¿Qué tipo de alimentación prefiere cuando hace turismo?
- a) Comida gourmet
- b) Comida rápida
- c) Comida típica
- d) Otros (Especifique)
23. ¿Qué actividades prefiere realizar en su visita?
- a) Caminata
- b) Pesca
- c) Natación
- d) Pínic
- e) Deportes
- f) Gastronomía.
- g) Otras actividades
24. ¿Qué tipo de transporte prefiere usar para viajar?
- a) Vehículo propio
- b) Vehículo de alquiler (taxi)
- c) Público
- d) Otros (Especifique)

¡Muchas gracias, por su valiosa colaboración!

Apéndice 4.- Evidencia del trabajo en campo durante la aplicación del instrumento de recolección de datos

Figura 29. Cantón Baños. Pailón Del Diablo



Figura 30. Cantón Mocha. Cerro Puñalica



Figura 31. Cantón Pillaro. Laguna de Pisayambo



Figura 32. Cantón Baños. Cascada Manto de la Novia



Figura 33. Cantón Quero. Cascada "Jun Juan"



Figura 34. Cantón Mocha. Cascada Siete Chorros



Figura 35. Cantón Patate. Cascada de Mundug



Figura 36. Cantón Baños. Cascada Cabellera de la Virgen




Figura 37. Cantón Baños. Termas el Salado



Figura 38. Cantón Baños. Cascada de la Cruz de Bellavista




Apéndice 5.- Evidencia del trabajo de campo, encuesta llena



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 Tungurahua, con la finalidad de aportar a la reactivación turística del Ecuador.

Encuesta N°: 4 Atractivo Turístico: Paríón del Diablo

DEMOGRÁFICA

<p>1. ¿Nacionalidad? <u>Ecuatoriana</u></p> <p>2. ¿Residencia? <u>Daño</u></p> <p>3. ¿Edad? <u>27 años</u></p> <p>4. ¿Género? a) Masculino <input type="checkbox"/> b) Femenino <input checked="" type="checkbox"/> c) Otros <input type="checkbox"/></p> <p>5. ¿Estado civil?</p>	<p>a) Soltero <input checked="" type="checkbox"/> b) Casado <input type="checkbox"/> c) Divorciado <input type="checkbox"/> d) Viudo <input type="checkbox"/> e) Unión Libre <input type="checkbox"/></p> <p>6. Situación Laboral: a) Estudiante <input type="checkbox"/> b) Empleado público <input type="checkbox"/> c) Jubilado <input type="checkbox"/> d) Empleado privado <input checked="" type="checkbox"/> e) Desempleado <input type="checkbox"/> f) Otros <input type="checkbox"/></p>
---	---

SOCIOECONÓMICAS

<p>7. ¿Promedio mensual de ingresos? a) Sin ingresos <input type="checkbox"/> b) Un salario básico \$425 <input checked="" type="checkbox"/> c) \$425 a \$1000. <input type="checkbox"/> d) \$1001 a \$2000. <input type="checkbox"/> e) Más de \$2001 <input type="checkbox"/></p> <p>8. ¿Nivel de estudio? a) Educación básica <input type="checkbox"/> b) Bachillerato <input checked="" type="checkbox"/> c) Técnico <input type="checkbox"/> d) Tercer nivel <input type="checkbox"/> e) Cuarto nivel <input type="checkbox"/></p> <p>9. ¿Con quién viaja? a) Solo <input type="checkbox"/> b) Amigos <input type="checkbox"/> c) Familia <input checked="" type="checkbox"/></p>	<p>d) Pareja <input type="checkbox"/></p> <p>10. ¿Cuántos mayores de 16 años le acompañan? <u>Ninguno (2)</u></p> <p>11. ¿Cuántos menores de 16 años le acompañan? <u>ninguno</u></p> <p>12. ¿Cuánto estimó gastar durante su visita a la Provincia? a) De 1 a 100 USD. <input checked="" type="checkbox"/> b) De 101 a 200 USD. <input type="checkbox"/> c) De 201 a 300 USD. <input type="checkbox"/> d) De 301 a 400 USD <input type="checkbox"/> e) Más de 400 USD. <input type="checkbox"/></p> <p>13. ¿Qué porcentaje del gasto destino para? a) Alojamiento <u>20</u> b) Alimentación <u>30</u> c) Transporte <u>10</u> d) Otros (actividades de ocio y recreación) <u>10</u></p>
---	---

MOTIVACIÓN

14. ¿Cuál fue el motivo de su viaje?
- a) Relajación
- b) Salud
- c) Estudios
- d) Religión
- e) Visitas familiares/amigos
- f) Otros (Especifique).....
15. ¿Qué atracción turística le gusta más de la Provincia de Tungurahua?
- Parícut del Diablo
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 Tungurahua?
- 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 Tungurahua?
- 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) Logde
- e) Cabañas
- f) Otros. (Especifique)
22. ¿Qué tipo de alimentación prefiere cuando hace turismo?
- a) Comida típica
- b) Comida gourmet
- c) Comida rápida
- d) Otros (Especifique)
23. ¿Qué actividades prefiere realizar en su visita?
- a) Caminata
- b) Pesca
- c) Natación
- 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 (taxi)
- c) Público
- d) Otros (Especifique)

¡Muchas gracias, por su valiosa colaboración!