



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI
FACULTAD DE CIENCIAS AGROPECUARIAS Y RECURSOS
NATURALES

CARRERA DE LICENCIATURA DE TURISMO

PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

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

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

Autor:
Remache Iza Victor Ismael

Tutor:
Sampedro Arrieta Milton Alberto

LATACUNGA – ECUADOR

Febrero 2024

DECLARACIÓN DE AUTORÍA

Remache Iza Victor Ismael, con cédula de ciudadanía No. 0504360843, declaro ser autor del presente Proyecto de Investigación: **“PERFIL DEL TURISTA DE NATURALEZA QUE VISITA LA PROVINCIA DE CHIMBORAZO”**, siendo el Ing. Milton Alberto Sampedro Arrieta, Mgs, 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, 20 de febrero del 2024



Victor Ismael Remache Iza
C.C: 0504360843
ESTUDIANTE

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 **REMACHE IZA VICTOR ISAMEL** identificado con cédula de ciudadanía **0504360843** de estado civil soltero, a quien en lo sucesivo se denominará **EL CEDENTE**; y, de otra parte, la Doctora Idalia Eleonora Pacheco Tigselema, en calidad de Rectora, y por tanto representante legal de la Universidad Técnica de Cotopaxi, con domicilio en la Av. Simón Rodríguez, Barrio El Ejido, Sector San Felipe, a quien en lo sucesivo se le denominará **LA CESIONARIA** en los términos contenidos en las cláusulas siguientes:

ANTECEDENTES: CLÁUSULA PRIMERA. - **EL CEDENTE** es una persona natural estudiante de la carrera de Agroindustria, titular de los derechos patrimoniales y morales sobre el trabajo de grado **“PERFIL DEL TURISTA DE NATURALEZA QUE VISITA LA PROVINCIA DE CHIMBORAZO”**, la cual se encuentra elaborada según los requerimientos académicos propios de la Facultad; y, las características que a continuación se detallan:

Historial Académico

Inicio de la carrera: Octubre 2019 - Marzo 2020

Finalización de la carrera: Octubre 2023 – Marzo 2024

Aprobación en Consejo Directivo: 28 de noviembre del 2023

Tutor: Ing. Milton Alberto Sampedro Arrieta Mg.

Tema: **“PERFIL DEL TURISTA DE NATURALEZA QUE VISITA LA PROVINCIA DE CHIMBORAZO”**

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

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

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

- a) La reproducción parcial del trabajo de grado por medio de su fijación en el soporte informático conocido como repositorio institucional que se ajuste a ese fin.
- b) La publicación del trabajo de grado.
- c) La traducción, adaptación, arreglo u otra transformación del trabajo de grado con fines académicos y de consulta.
- d) La importación al territorio nacional de copias del trabajo de grado hechas sin autorización del titular del derecho por cualquier medio incluyendo mediante transmisión.
- e) Cualquier otra forma de utilización del trabajo de grado que no está contemplada en la ley como excepción al derecho patrimonial.

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

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

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

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

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

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

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

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

En señal de conformidad las partes suscriben este documento en dos ejemplares de igual valor y tenor en la ciudad de Latacunga, a los 20 días del mes de febrero del 2024.



Victor Ismael Remache Iza
EL CEDENTE

Dra. Idalia Pacheco Tigselema, Ph.D.
LA CESIONARIA

AVAL DEL TUTOR DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

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

“PERFIL DEL TURISTA DE NATURALEZA QUE VISITA LA PROVINCIA DE CHIMBORAZO”, de Remache Iza Victor Ismael, 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, 20 de febrero del 2024



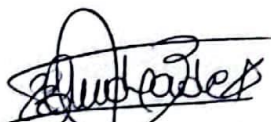
Ing Milton Alberto Sampedro Arrieta, Mgs.
C.C: 0602636987
DOCENTE TUTOR

AVAL DE APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE TITULACIÓN

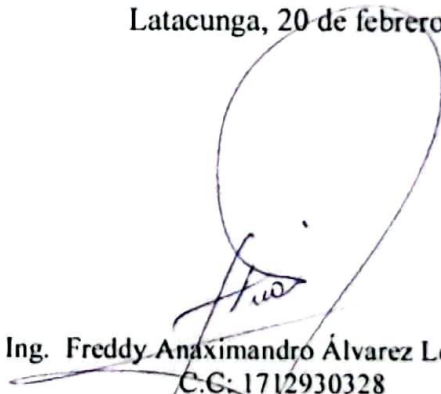
En calidad de Tribunal de Lectores, aprobamos el presente Informe de Investigación de acuerdo a las disposiciones reglamentarias emitidas por la Universidad Técnica de Cotopaxi; y, por la Facultad de Ciencias Agropecuarias y Recursos Naturales; por cuanto, el postulante: Remache Iza Víctor Ismael, con el título de Proyecto de Investigación: "PERFIL DEL TURISTA DE NATURALEZA QUE VISITA LA PROVINCIA DE CHIMBORAZO", 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 grabar los archivos correspondientes en un CD, según la normativa institucional.

Latacunga, 20 de febrero del 2024



Ing. Andrea Isabel Andrade Ayala, M.S.c.
C.C: 1719291468
LECTOR 1 (PRESIDENTE)



Ing. Freddy Anaximandro Álvarez Lema, Mgs.
C.G: 1712930328
LECTOR 2 (MIEMBRO)



Lcda. Norma Lucia Benavides Zura, Mgs.
C.C: 1002669644
LECTOR 3 (MIEMBRO)

AGRADECIMIENTO

Deseo expresar mi gratitud a mi tutor de tesis Ing. Milton Sampedro por su orientación y apoyo a lo largo de este proceso de investigación. Agradezco a cada docente de la Universidad Técnica de Cotopaxi gracias a ellos ahora cuento con la información necesaria y valiosa para mi desarrollo en el área profesional. Agradezco a mis amigos que me brindaron de su amistad y apoyo incondicional a lo largo de estos años. Agradezco a mi familia que sin ella este sueño no hubiese sido realidad, Y me parece justo el agradecerme a mí mismo por creer en mí y por no darme por vencido en toda esta trayectoria Universitaria.

Víctor Ismael Remache Iza

DEDICATORIA

*A mi padre **Víctor Hugo Remache Herrera** que me ha brindado de su sabiduría en el transcurso de mi vida siendo un pilar fundamental, por ser ejemplo de coraje y lucha, por creer en todo al escucharme, animarme y celebrar mis logros y caídas.*

*A mi madre **Miriam Patricia Iza Toapanta** cuyo amor incondicional, apoyo inquebrantable han sido mi motor más importante en cada paso de este camino. Su esfuerzo y constancia han sido la fuerza impulsadora detrás de mis logros académicos.*

*A mis hermanas **Cisne Sarahí Remache Iza y Lina Victoria Remache Iza** a mis compañeras de batalla, por estar siempre presentes a mi lado brindándome ánimo y apoyo incondicional, levantándome en los momentos más difíciles.*

*A mi amiga **Evelin Daliana Través Molina** que siempre fuiste un pilar aliciente moral en mi vida, aprecio mucho lo que has hecho por mi brindándome tu apoyo y motivación para seguir adelante. Gracias por tu dedicación, paciencia y por estar siempre ahí para mí.*

*Finalmente quiero dedicar este trabajo al ser más querido que por cuestiones de la vida no se encuentra físicamente presente, pero si acompañándome en mi corazón es a mi hermano **Danny Moisés Remache Iza** porque en lo infinito del cielo estas sonriendo y orgulloso de mi.*

Víctor Ismael Remache Iza

UNIVERSIDAD TECNICA DE COTOPAXI

FACULTAD DE CIENCIAS AGROPECUARIAS Y RECURSOS NATURALES

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

AUTOR

Remache Iza Victor Ismael

RESUMEN

El proyecto de investigación tuvo como finalidad caracterizar el perfil del turista de naturaleza que visita la provincia de Chimborazo, se llevó a cabo a través de una investigación descriptiva lo cual permitió conocer las características que tienen los turistas con respecto al lugar visitado con un enfoque cualitativo. Se trabajo con dos objetivos, el primero es el de sistematizar los datos obtenidos mediante la aplicación de una encuesta, se realizó una investigación de tipo documental lo cual permitió analizar información mediante documentos bibliográficos como tesis, PDOT, inventario de atractivos turísticos del MINTUR siendo la ultima una ayuda para visualizar la información de los atractivos naturales que pertenecen a la provincia de Chimborazo, posteriormente se seleccionó 7 atractivos turísticos tomando en cuenta el cumplimiento de las características jerárquicas II, III y IV, siendo estas: Cerro Puñay, Desierto de Palmira, Laguna de Colta, Volcán Chimborazo , Colina Lluishi, Laguna Cubillin y Cascada Panamá, posteriormente se utilizó la investigación de campo mediante la aplicación de las encuestas hacia los turistas, pero para esto se usó el muestreo no probabilístico teniendo así un total de 385 encuestas y finalmente se aplicó la tabulación de los datos previamente obtenidos, permitiendo medir los resultados de la información a través de las gráficas e interpretación que fueron divididos en cuatro variables; socioeconómico, demográfico, motivacional y preferencias las cuales se plasmaron en el cuestionario funcionando como instrumento de recolección de datos que consto de 23 preguntas de opción múltiple dando así conocer los resultados del perfil del turista de naturaleza; se definió que el 51% de los turistas son nacionales y el 49% internacionales, la edad promedio oscila entre los 31 a 40 años, con respecto al factor económico el turista consume entre 0 a 100\$ en alimentación y transporte, finalmente se estableció que con frecuencia se visita el Volcán Chimborazo, Desierto de Palmira y la Laguna de Colta. Para el desarrollo del segundo objetivo; el de elaborar un boletín informativo describiendo el perfil del turista de naturaleza, se utilizó como instrumentó la aplicación Adobe InDesign Cs6 que facilitó la elaboración del boletín, con el diseño de la portada y contraportada, sumado a esto se plasmó los resultados del primer objetivo a través de la técnica de análisis de documento, teniendo como resultado un boletín informativo describiendo el perfil del turista de naturaleza beneficiado a los prestadores de servicio. Se concluye que el conocer el perfil del turista de naturaleza en la provincia de Chimborazo permitirá diversificar la oferta turística.

Palabra clave: perfil, turista, demográfico, socioeconómico, motivación y preferencia.

TECHNICAL UNIVERSITY OF COTOPAXI

FACULTY OF AGRICULTURAL SCIENCE AND NATURAL RESOURCES

THEME: " PROFILE OF THE NATURE TOURIST VISITING THE PROVINCE OF CHIMBORAZO"

AUTHOR

Remache Iza Victor Ismael

ABSTRACT

The purpose of the research project was to characterize the profile of the nature tourists visiting the province of Chimborazo. It was carried out through descriptive research which allowed us to know the characteristics of the tourists concerning the place visited with a qualitative approach. Work was carried out with two objectives, the first was to systematize the data obtained through the application of a survey, a documentary-type research was conducted which allowed analysis of information through bibliographic documents such as thesis, PDOT, inventory of tourist attractions of MINTUR being the last one an aid to visualize the information of the natural attractions that belong to the province of Chimborazo, subsequently, seven tourist attractions were selected based on their compliance with hierarchical characteristics II, III and IV: Cerro Puñay, Palmira Desert, Colta Lagoon, Chimborazo Volcano, Lluishi Hill, Cubillin Lagoon and Panama Waterfall, after that, field research was used through the application of surveys to tourists, but for this non-probabilistic sampling was used, thus having a total of 385 surveys finally the tabulation of the data previously obtained was applied, allowing to measure the results of the information through the graphs and interpretation that were divided into four variables; socioeconomic, demographic, motivational and preferences which were reflected in the questionnaire used as a data collection instrument consisting of 23 multiple choice questions, thus revealing the results of the profile of the nature tourist; it was defined that 51% of the tourists are national and 49% international, the average age ranges from 31 to 40 years old. Concerning the economic factor, tourists spend between \$0 and \$100 on food and transportation, and it was established that they frequently visit the Chimborazo Volcano, Palmira Desert, and Colta Lagoon. For the development of the second objective; the development of an informative bulletin describing the profile of the nature tourist, the Adobe InDesign Cs6 application was used as an instrument that facilitated the elaboration of the bulletin, with the design of the front and back cover, in addition to this, the results of the first objective were captured through the document analysis technique, resulting in an informative bulletin describing the profile of the nature tourist that benefited the service providers. It is concluded that knowing the profile of the nature tourists in the province of Chimborazo will allow for diversification of the tourist offer.

Keywords: profile, tourist, demographic, socioeconomic, motivation and preference

ÍNDICE

DECLARACIÓN DE AUTORÍA	ii
CONTRATO DE CESIÓN NO EXCLUSIVA DE DERECHOS DE AUTOR.....	iii
AVAL DE LA TUTOR DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN	v
AVAL DE APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE TITULACIÓN.....	vi
AGRADECIMIENTO.....	vii
DEDICATORIA	viii
RESUMEN.....	ix
ABSTRACT.....	x
1. Información general.....	1
2. Justificación del proyecto	2
3. Problema de investigación.....	3
4. Beneficiarios del proyecto de investigación	5
5. Objetivos.....	7
5.1. Objetivo general.....	7
5.2. Objetivos específicos.....	7
6. Actividades y sistema de tareas en relación a los objetivos planteados.....	8
7. Fundamentación científico técnica	10
7.1. Marco legal.....	10
7.2. Ley de turismo.....	10
7.3. Turismo.....	11
7.4. Turismo de naturaleza	12
7.5. Destino turístico	13
7.7. Turista.....	14
7.8. Demanda turística.....	14
7.8.1. Factores que determinan la demanda turística	14
7.8.2. Tipología de la demanda turística.....	15
7.9. Componentes del sistema turístico.....	16
7.10. Inventario de atractivos turísticos	17
7.11. Perfil turístico	17
7.11.2. Características de un perfil de un turista.....	19
7.11.2.1. Variables demográficas.....	19
7.11.3. Variables socioeconómicas.....	20

7.11.4.	Variables de motivación	20
7.12.	Jerarquización de atractivos	21
7.13.	Boletín informativo.....	22
7.14.	Códigos Qr	22
7.15.	Encuesta	23
7.16.	Población infinita	23
7.17.	Indicador estadístico.....	23
8.	Validación de la pregunta científica.....	24
9.	Metodología.....	25
9.1	Descripción del área de estudio.....	29
9.1.1	División política administrativa	29
9.1.2	Límites.....	30
9.2	Atractivos turísticos de naturaleza que existe en la provincia de Chimborazo	31
9.2.1	Atractivos seleccionados.....	34
9.2.2	Descripción de los atractivos.....	35
9.3	Instrumento de recolección de datos	39
9.4	Cálculo del tamaño de la muestra	44
9.5	Cronograma de salidas de campo para la aplicación de le encuesta.....	46
10.	Análisis de los resultados.....	48
10.1	Tabulaciones.....	49
10.1.1	VARIABLES DEMOGRÁFICAS	49
10.1.2	VARIABLE SOCIO-ECONÓMICAS	54
10.1.3	VARIABLE MOTIVACIÓN	59
10.1.4	VARIABLE PREFERENCIALES	66
11.	Perfil del turista	72
12.	Boletín turístico.....	73
12.1.	Aplicaciones para el diseño del boletín.....	73
12.2.	Elementos del boletín turísticos	74
13.	Resultado del boletín informativo	75
13.1.	Portada.....	75
13.2.	Contraportada	76
13.4.	Tipografía	77
13.5.	Gama de colores	78
13.6.	Código QR.....	78

14.	Impactos	79
15.	Conclusiones y recomendaciones.....	80
16.	Bibliografía.....	82
17.	Anexo	87
17.1	Anexo 1: Hoja de vida del equipo de trabajo	87
17.2.	Anexo 2: Aval de traducción	89
17.3	Anexo 3: Instrumento de recolección de datos.....	90
17.4	Anexo 4: Modelo de encuesta	94
17.5.	Apéndice 5: Evidencias del trabajo de campo durante la aplicación del instrumento de recolección de datos	96
17.6.	Anexo 6: Evidencias del trabajo en campo, encuestas llenadas	103
17.7.	Anexo 7: Boletín turístico	105

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1	Número de beneficiarios directos.	6
Tabla 2	Número de beneficiarios indirectos.	6
Tabla 3	Sistematización de Actividades	8
Tabla 4	Jerarquización de atractivos.....	21
Tabla 5	División política de la provincia de Chimborazo	30
Tabla 6	Atractivos de naturaleza.	31
Tabla 7	Atractivos seleccionados.	34
Tabla 8	Descripción de los atractivos.	35
Tabla 9	Instrumento de recolección de datos	40
Tabla 10	Nivel de confianza	44
Tabla 11	Fórmula y aplicación.	45
Tabla 12	Cronograma de salidas de campo	46
Tabla 13	Perfil del turista de naturaleza	72
Tabla 14	Impactos.....	79

ÍNDICE DE FIGURA

Figura 1	¿Nacionalidad?	49
Figura 2	¿Edad?.....	50

Figura 3	¿Genero?.....	51
Figura 4	¿Estado Civil?.....	52
Figura 5	¿Situación Laborar?.....	53
Figura 6	¿Con quién viaja?.....	54
Figura 7	¿Cuántos mayores de 18 años los acompaña?.....	55
Figura 8	¿Cuántos menores de 17 años los acompaña?.....	56
Figura 9	¿Cuánto estima gastar durante su visita a la provincia?.....	57
Figura 10	¿A que va destinada sus gastos al viajar?.....	58
Figura 11	¿A través de que medio se informó sobre los atractivos turísticos de la provincia de Chimborazo?.....	59
Figura 12	¿Qué tiempo estima su visita en la provincia?.....	60
Figura 13	¿Cuál fue el motivo de su viaje?.....	61
Figura 14	¿Qué otros atractivos turísticos de la provincia le gustaría visitar?.....	62
Figura 15	¿Cómo describiría su nivel de interés en la conservación del medio ambiente durante sus viajes?.....	63
Figura 16	¿Prefiere destinos turísticos populares o lugares menos conocidos al realizar sus viajes?.....	64
Figura 17	¿Gustaría recibir información detallada sobre la flora y fauna de los destinos turísticos naturales que visita?.....	65
Figura 18	¿Cuál es su tipo de destino natural favorito?.....	66
Figura 19	¿Qué actividades realiza durante sus viajes naturales?.....	67
Figura 20	¿Cuál es su tipo de turismo favorito?.....	68
Figura 21	¿Qué tipo de hospedaje prefiere al viajar?.....	69
Figura 22	¿Qué tipo de transporte prefiere usar al viajar?.....	70
Figura 23	¿Qué tipo de alimentación prefiere al momento de viajar?.....	71

ÍNDICE DE IMAGEN

Imagen 1	División cantonal de la provincia de Chimborazo.....	29
Imagen 2	Portada de la guía.....	75
Imagen 3	Contraportada del boletín.....	76
Imagen 4	Información dentro del boletín.....	77
Imagen 5	Código QR.....	78

1. Información General.

1.1. Título.

“Perfil del turista de naturaleza que visita la Provincia de Chimborazo”

1.2. Lugar de ejecución.

Provincia de Chimborazo

1.3. Institución.

“Universidad Técnica De Cotopaxi”

1.4. Facultad académica.

Ciencias Agropecuarias y recursos Naturales.

1.5. Carrera que auspicia.

Licenciatura en Turismo

1.6. Proyecto Vinculado.

Observatorio Turístico

1.7. Nombre del Equipo de Investigación.

Tutor: Ing. Mgs. Sampedro Arrieta Milton Alberto.

Correo electrónico institucional: milton.sampedro@utc.edu.ec

Número telefónico: 098 450 9068

Estudiante-Investigador: Víctor Ismael Remache Iza

Correo electrónico institucional: victor.remache0843@utc.edu.ec

Número Telefónico: 099 907 0467

1.8. Área de Conocimiento

Servicios.

1.9. Línea de investigación.

Planificación y Gestión del Servicio Sostenible.

1.10. Sub línea de investigación de la carrera.

Análisis del turismo

2. Justificación del proyecto

El presente proyecto de investigación titulado: “El perfil del Turista de Naturaleza de la provincia de Chimborazo”, tiene como propósito abarcar las características socioeconómicas, demográficas, motivacionales y preferenciales de los turistas. Es de vital importancia conocer el perfil del turista para ofertar los productos y servicios personalizados que cumplan con las necesidades y expectativas del turista, además contribuye en el factor económico del sector (Jaitia, 2017).

Conocer el perfil del turista permite que los servidores adapten, diversifiquen, creen, o mejoren los productos turísticos que en la actualidad eligen con mayor frecuencia las personas (Proaño, 2018), el proyecto de investigación aportará la información necesaria para los prestadores de servicios, ya que después de informarse y conocer las preferencias e inclinaciones de los turistas nacionales como internacionales, permitirá generar nuevas perspectivas innovadoras y contribuir en el desarrollo turístico de la provincia.

El estudio se enfoca en comprender las preferencias y motivaciones del turista, permitiendo ser conscientes de los factores que guíen a la elección de los destinos turísticos naturales. Los datos recopilados del estudio son de carácter informativo y la información es actualizada, mismos que serán de utilidad para los prestadores de servicio de la provincia, que obtengan información actualizada y puedan diseñar estrategias para mejorar sus productos turísticos a ofrecer.

El estudio cuenta con atractivos y recursos necesarios para la ejecución del trabajo, a su vez se recopiló información del Ministerio de Turismo (MINTUR); también se accedió a la información mediante encuestas en el sitio las mismas que permitieron conocer datos reales del lugar turístico y desarrollar un perfil que contribuya a los prestadores de servicios; de igual modo se emplearon documentos bibliográficos para el desarrollo de un trabajo.

3. Problema de Investigación.

Desconocer las características del individuo que se desplaza a un lugar turístico, puede causar falta de innovación del lugar y la disminución del turismo (Jácome, 2016) es necesario comprender de manera más amplia los hábitos de consumo, el comportamiento, las preferencias de destino para una modificación de los lugares de acuerdo al gusto del turista y así poseer un incremento de turismo.

Según la Organización Mundial del Turismo (2023) declaro que en el transcurso del año en América Latina se ha recobrado en un 8% de actividad turística y prevé que para el año 2024 será un año de recuperación manifestado que los jóvenes tendrán una relación positiva con la naturaleza y el medio ambiente. Pero la industria turística a nivel mundial requiere una continua investigación y actualización referente al perfil del turista con el fin de comprender las nuevas tendencias y demandas de mercado (García Reinoso, 2021)

Previo a pandemia en América Latina han nacido turistas más responsables y preparados para satisfacer sus necesidades ya que buscan probar experiencias auténticas y significativas (OMT, 2023). En el cual la actividad turística se ve reflejada en el cambio del perfil del turista nacional e internacional los cuales no modificaran solo su comportamiento si no también el de la población residente.

Las cifras indicadas reflejan que el turismo es viable para el desarrollo y mantenimiento económico de los países, es por ello que su realce se ha visto reflejada en el último año pese al miedo de contagios de las nuevas variantes del virus.

Las investigaciones del perfil del turista son muy escasas a nivel de Latino América, esto provoca que se creen altos prejuicios, connotaciones negativas al ocio y el turismo sea percibido

solo como un generador de lucro que presta un bien o servicio para los clientes (Elizalde, 2010). Al generar una perspectiva netamente económica se pierde la motivación, el interés por las preferencias, el contexto demográfico del turista e incluso las condiciones que velen la seguridad y salud de la persona.

El perfil del turista en el Ecuador es una cuestión importante para el desarrollo del turismo en el país. Ya que tiene una variedad de características que permiten entender el comportamiento, la preferencia de los destinos, los ámbitos de consumo que tiene el turista, ya que al tomar en cuenta todas estas acciones incrementara el turismo en el país, puesto que el país posee una gran diversidad geográfica, cultural y natural; no obstante para acrecentar la demanda en ciertos atractivos es necesario estudiar las necesidades y las características de los diferentes tipos de turistas que visitan el país (Velázquez, 2022). Es importante destacar que se han realizado varios estudios para identificar el perfil de los turistas que visitan el Ecuador, tanto antes como durante la pandemia, siendo necesario actualizar dichos estudios de forma periódica para mantener al tanto de los cambios y tendencias del mercado turístico.

El Ministerio de Turismo (2017) refiere que los datos relevantes sobre el perfil del visitante es el número de salidas y entradas de turistas al Ecuador, el gasto promedio del viaje, la determinación de preferencias y demás características definidas en cada uno de los turistas que visitan Ecuador, pero al no estar actualizado con las tipologías de estos visitantes pueden traer malas reseñas por parte de los que visitan y puede existir una decadencia del turismo.

Con respecto a la provincia de Chimborazo, los estudios acerca del perfil del turista son escasos, al igual que los datos relevantes sobre el ingreso de personas a los sectores turísticos de la provincia; cabe mencionar que existe un alta oferta natural, cultural y tradicional que se arraiga

con la comunidad indígena, convirtiéndole a la provincia en un lugar popular por las actividades al aire libre como excursiones.

Una limitación para el estudio es la falta de información a nivel local sobre el perfil del turista de naturaleza que permita identificar de manera integral quienes son los turistas, sus motivaciones, la conducta en su estadía, sus expectativas y experiencia de haber visitado la provincia de Chimborazo.

Por ello en la presente investigación tuvo como objetivo determinar el perfil del turista de naturaleza, de manera que, a partir de las evidencias se pueda mejorar la oferta turística de manera más organizada, fomentando a potenciar el desarrollo del turismo dentro de la provincia.

4. Beneficiarios del proyecto de investigación

4.1. Beneficiarios directos.

Los beneficiarios directos del proyecto de investigación son los proveedores de servicios especializados en el sector turístico y profesionales en turismo de la provincia de Chimborazo.

Este estudio de investigación beneficiará directamente a los investigadores específicamente a los estudiantes de la carrera de Turismo de la Universidad Técnica de Cotopaxi y a la población que tenga acceso a este documento, ya que provee información relevante para solventar dudas y trabajar en estrategias encaminadas al mejoramiento de los sectores turísticos de Chimborazo

Tabla 1*Número de beneficiarios directos.*

Establecimientos registrados que se encuentran en función al turismo en la provincia de Chimborazo	- Servicios de alimentación - Servicios de alojamiento - Servicios de transporte - Servicios Turísticos	432 establecimiento
Estudiantes de la Carrera de turismo de la Universidad Técnica de Cotopaxi	-	400 estudiantes

Fuente: Total, de empresas turísticas registradas que brindan servicios en la provincia de Chimborazo. Tomado de (Catastro nacional de Establecimiento Turísticos y Guías de turismo Continente, 2022) y número de estudiantes de la carrera de TURISMO.

4.2. Beneficiario Indirecto.

Los beneficiarios indirectos son las personas residentes de la provincia de Chimborazo que no depende específicamente del turismo para sustentar su economía, sin embargo, poseen bienes como locales, etc. (por ejemplo, tiendas de víveres) al cual el turista puede acceder sin limitaciones y se genera un bien económico.

Tabla 2*Número de beneficiarios indirectos.*

Habitantes de la provincia De Chimborazo	458.581 habitantes
Número de visitas a la provincia de Chimborazo 2018	4.473,542

Fuente: Total, de personas que habitan en la provincia. Tomado de (Instituto Nacional de Estadística y Censos, 2019), y Turista que han visitado los diferentes cantones de la provincia. Tomado de (GeoVitPernoctaciones, 2018)

5. Objetivos.

5.1. Objetivo General.

Caracterizar el perfil de naturaleza a través de un estudio descriptivo para contribuir al desarrollo turístico de la provincia de Chimborazo.

5.2. Objetivos Específicos.

- Sistematizar los datos obtenidos mediante la aplicación de una encuesta para establecer el perfil del turista de acuerdo con las variables definidas.
- Elaborar un boletín informativo describiendo el perfil del turista de naturaleza que sirva para los prestadores de servicio.

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

En la siguiente tabla, se visualizará todas las actividades que se realizaron a lo largo del semestre para el estudio del perfil de turista de naturaleza que visita la Provincia de Chimborazo conforme a los objetivos planteados.

Tabla 3

Sistematización de Actividades

Objetivos	Actividades	Metodología	Resultados obtenidos
<p>Objetivo 1</p> <p>Sistematizar los datos obtenidos mediante la aplicación de una encuesta para establecer el perfil del turista de acuerdo con las variables definidas.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Recopilar información secundaria sobre la provincia de Chimborazo • Seleccionar los atractivos con mayor jerarquía de la provincia de Chimborazo • Mejorar el instrumento de recolección de datos <ul style="list-style-type: none"> • Calcular el tamaño de la muestra • Elaborar un cronograma de visita de los atractivos turísticos de naturaleza • Aplicar las encuestas mediante las salidas de campo • Sistematizar las características del perfil del turista en EXCEL. 	<p>Tipo de investigación</p> <ul style="list-style-type: none"> • Enfoque Cualitativo • investigación descriptiva • Investigación de campo <p>Métodos</p> <ul style="list-style-type: none"> • Método cuantitativo • Observación directa • Revisión bibliográfica <p>Técnicas</p> <ul style="list-style-type: none"> • Recolección de datos • Muestreo no probabilístico <p>Instrumentos</p> <ul style="list-style-type: none"> • Base de datos del ministerio de turismo (MINTUR) • Plan de desarrollo y ordenamiento territorial (PDOT) • Cuestionario <p>Equipos</p> <ul style="list-style-type: none"> • Cámara • Computadora portatil 	<p>El perfil del turista de naturaleza que visita la provincia de Chimborazo</p>

Objetivo 2

Elaborar un boletín informativo describiendo el perfil del turista de naturaleza que sirva para los prestadores de servicio.

- Diseñar un boletín digital turístico a través de Adobe Express.
- Diseño de tipografía, contenido, imágenes, estilo y espaciado.
- Generar un Código QR para difundir el boletín turístico

Tipo de investigación

- Investigación documental

Método

- Método descriptivo

Técnica

- Análisis de documentos

Instrumentos

- Adobe InDesign
- Canva
- ME QR
- Registro fotográfico

Equipos

- Computadora Portatil
-

El boletín informativo del perfil del turista de naturaleza que vista la provincia de Chimborazo.

7. Fundamentación científico técnica

7.1. Marco legal

En el Ecuador el turismo es una de las grandes ramas que otorga ingresos económicos al país, por lo cual es preciso que esta actividad posea un regulamiento adecuado ante las diferentes leyes que se encuentran en vigencia, además esta investigación ayuda a fomentar un equilibrio en el ámbito natural, cultural y económico en el que este se encuentra.

7.1.1. Constitución del Ecuador

TITULO I

ELEMENTOS CONSTITUTIVOS DEL ESTADO

Art. 9.- Las personas extranjeras que se encuentren en el territorio ecuatoriano tendrán los mismos derechos y deberes que las ecuatorianas, de acuerdo con la Constitución. (Asamblea Nacional Constituyente de Ecuador, 2008)

7.2. Ley de Turismo

Capítulo I

Acorde al (Congreso Nacional, 2016) **Art. 4.-** La política estatal con relación al sector del turismo, debe cumplir los siguientes objetivos:

- a) Reconocer que la actividad turística corresponde a la iniciativa privada y comunitaria o de autogestión, y al Estado en cuanto debe potencializar las actividades mediante el fomento y promoción de un producto turístico competitivo;
- b) Garantizar el uso racional de los recursos naturales, históricos, culturales y arqueológicos de la Nación;

- c) Proteger al turista y fomentar la conciencia turística;
- d) Propiciar la coordinación de los diferentes estamentos del Gobierno Nacional, y de los gobiernos locales para la consecución de los objetivos turísticos;
- e) Promover la capacitación técnica y profesional de quienes ejercen legalmente la actividad turística;
- f) Promover internacionalmente al país y sus atractivos en conjunto con otros organismos del sector público y con el sector privado; y,
- g) Fomentar e incentivar el turismo interno.

Art. 24.- La operación turística en las áreas naturales del Estado, zonas de reserva acuáticas y terrestres parques nacionales y parques marinos estará reservada para armadores y operadores nacionales, pudiendo extenderse a los extranjeros que obtengan la correspondiente autorización con sujeción a lo dispuesto en el artículo 50 de la Ley de Seguridad Nacional.

7.3. Turismo

El turismo acorde a (Organización Mundial del Turismo, 2008) supone el desplazamiento de personas a países o lugares fuera de su entorno habitual por motivos personales, profesionales o de negocios. Esas personas se denominan viajeros (que pueden ser o bien turistas o excursionistas; residentes o no residentes) y el turismo abarca sus actividades, algunas de las cuales suponen un gasto turístico.

El turismo es uno de las pocas actividades humanas que ha sido abordada desde diversas disciplinas (economía, ecología, psicología, geografía, sociología, historia, estadística, derecho y las ciencias políticas y administrativas) (Morillo Moreno, 2011), y esta también engloba una amplia variedad de servicios y actividades que se ofrecen tanto el destino turístico como durante el viaje en si mismo.

El turismo puede ser definido como las acciones llevadas a cabo por individuos durante sus desplazamientos y estancias en destinos diferentes a su entorno habitual, abarcando un período de tiempo inferior a un año. Dichas acciones pueden tener diversos propósitos, como viajes de negocios, cuidado de la salud, entretenimiento o recreación, entre otros. En la mayoría de los casos, esta actividad genera beneficios económicos que se destinan al mantenimiento de las atracciones turísticas y al sustento de aquellos que han desarrollado productos turísticos específicos.

7.4. Turismo de Naturaleza

El turismo de naturaleza está relacionado directamente con el desarrollo y el turismo sostenible, y prácticamente está referido a los hábitats naturales y su biodiversidad, donde adquieren gran relevancia los parques naturales, las reservas protegidas (Escuela Universitari Mediterranea, 2017)

Según Ballesteros (2014) el turismo de naturaleza ha desencadenado enfoques positivos, entre ellos: acercamiento al medio natural y al conocimiento de ecosistemas, el aumento de la conciencia ambiental entre la población o la creación de nuevos mercados para economías locales y nacionales de modo que las áreas protegidas son ya escenarios turísticos de relevancia

De acuerdo a lo mencionado por los autores, el turismo de naturaleza es una actividad que se asocia a la sostenibilidad de ciertos lugares, cuyo propósito de estas será desarrollar actividades que sean responsables mediante los impactos positivos ya que está crea actividades recreativas en contacto con la naturaleza y las comunidades que se encuentran a sus alrededores.

7.5. Turismo de Naturaleza en el Ecuador

El turismo es considerado como una oportunidad y un motor generador del desarrollo en territorio natural. El Ecuador posee un alto índice de grandes recursos naturales y una infinita biodiversidad tanto de flora como de fauna y cuenta con un 'paisa nativo único por albergar las 4 regiones, costa sierra oriente e insular. Además, es un país donde prevalecen las tradiciones y manifestaciones, así como en los hábitos y costumbres (Valencia M. , 2013)

7.6. Destino Turístico

Es un lugar, región o área geográfica con o sin una delimitación, en el que el turista puede pernoctar, también pueden abarcar una amplia gama de características desde los sitios onde se pueden incorporar a distintos agentes y puede formar un destino de mayor amplitud (OMT). Un destino turístico está compuesto por diversos componentes de tipo económico, social y ambiental interconectados e interrelacionados

7.7. Atractivo Turístico

Son lugares que despiertan el interés en los turistas ya sea por la popularidad que este posea, por sus características tangibles o intangibles ya que esto hace que cada destino turístico sea único y ofrezca experiencias memorables a los visitantes (Michelle, 2020)

Un atractivo turístico es definido como el elemento natural o cultural que pueda generar interés para atraer a los turistas, son identificados como el componente más importante porque son los que determinan la selección del atractivo, por parte del turista.

7.8. Turista

Según (Suau Jiménez, 2012) al hablar del turista este es un viajero independiente que adapta procesos tradicionales de un viaje y utiliza las redes sociales no solo como una fuente de información, sino que también lo utiliza como herramientas para planificar su viaje.

Los turistas son viajeros que buscan sentir y intercambiar experiencias con los habitantes de lugar al que viajan y esto se debe a que están informados ya sea por las redes sociales donde planifican sus viajes y les facilita su compra (López, 2013). El turista es un factor primordial, ya que son ellos quienes se verán interesados en las actividades brindadas durante el viaje y son a quienes se garantizará su plena satisfacción.

7.9. Demanda Turística

La demanda turística corresponde a los posibles consumidores de los productos y servicios turísticos. Mientras que la oferta turística la conforman los diferentes bienes, servicios y organizaciones a través de los cuales se genera la experiencia turística. (Arias Guallo, 2016)

Acorda (Rigol Madrazo, 2009) la demanda turística a los consumidores actuales y potenciales que desean, pueden y están dispuestos a disfrutar el conjunto de facilidades, atractivos, actividades, bienes y (o) servicios turísticos en función del precio y su renta, en lugares distintos al sitio de trabajo y residencia habitual durante un cierto período de tiempo.

7.9.1. Factores que determinan la demanda turística

Según (Organización Mundial del Turismo, 2011), la propia complejidad a la hora de definir la demanda turística como concepto global, hace necesario un previo análisis

de cómo los distintos factores que condicionan la decisión de viajar influyen sobre la propia estructura de la misma. Estos factores pueden agruparse en cinco grandes grupos:

- Económicos.
- Relativos a las unidades demandantes.
- Aleatorios.
- Relativos a los sistemas de comercialización.
- Relativos a la producción.

7.9.2. Tipología de la demanda turística

Se define como demanda al conjunto de consumidores o posibles consumidores de bienes y servicios turísticos que buscan satisfacer sus necesidades de viaje. Sean éstos los turistas, viajeros y visitantes, independientemente de las motivaciones que los animan a viajar y del lugar que visitan o planean visitar. (Socatelli, 2013)

La tipología de la demanda turística según (Puyó, 2021) de acuerdo a la realización del viaje:

- **Demanda efectiva o actual:** Incluye a los individuos que viajan y se mide a través de las estadísticas de visitantes nacionales o internacionales.
- **Demanda no efectiva:** Compuesta por los que no viajan por algún motivo. Esta demanda puede ser:
 - **Potencial:** Aquellos que viajarán en el futuro si tienen, por ejemplo, más tiempo libre o dinero.
 - **Diferida:** Aquellos que no han podido viajar por un problema en el entorno en la oferta.
 - **No demanda:** Los que no desean viajar o no pueden viajar por enfermedad o extrema vejez.

De acuerdo a la estancia:

- **De tránsito:** Escalas en los vuelos.
- **De excursionismo:** Visita en el destino turístico sin pernoctar en él.
- **De permanencia:** Visita en el lugar de destino pernoctando en él.

De acuerdo a su modalidad o motivo de viaje:

- Vacacional
- De negocios
- De estudio
- Deporte
- Salud

7.10. Componentes del Sistema Turístico

7.10.1. Comunidad Receptora

La comunidad receptora es un elemento esencial en el sistema turístico debido a que son los que gestionan adecuadamente el flujo de visitantes y estos están conformando por los habitantes de una comunidad local ya que son prestadores de servicios turísticos de forma directa e indirecta (Acaro D. , 2020).

7.10.2. Equipamiento

Son elementos naturales, culturales, que motivan el desplazamiento de los turistas para satisfacer las necesidades y deseos durante su estancia en un destino, estos equipamientos son fundamentales para garantizar las expectativas en el turista donde se brinda los servicios básicos, alojamiento, transporte, actividades turísticas y alimentación. (Acaro J. , 2020)

7.11. Inventario de atractivos turísticos

El inventario es un instrumento que se utiliza durante el proceso de planificación turística, para realizar un diagnóstico que garantice determinar los recursos turísticos que tiene un destino, cuya utilización permite precisar el estado real en que se encuentra, las posibilidades del aprovechamiento que posee, el valor que tiene al insertarlo dentro de la actividad turística (Lemoine, 2018)

7.12. Perfil turístico

El perfil turístico alude a la caracterización a un destino turístico. La caracterización con frecuencia se basa en variables socioeconómicas y demográficas de los turistas. El perfil permite conocer los gustos, preferencias, expectativas y necesidades de los turistas a efecto mejorar la gestión de las empresas y los destinos turísticos. (Pat Fernández & Calderón Gómez, 2012)

Conocer el comportamiento del visitante es un referente para la toma de decisiones que permite alcanzar una posición fuerte y competitiva en el mercado poniendo en marcha productos para segmentos especializados con el propósito de generar una mayor satisfacción durante la visita. (Salazar et al., 2018)

El perfil turístico se refiere a la descripción detallada y específica de las características y preferencias de un tipo particular de turista. Este análisis aborda aspectos como la edad, el género, los intereses, el nivel socioeconómico, las motivaciones de viaje, las actividades preferidas durante el viaje, la duración de la estancia y otros factores relevantes. (Alabadejo Pina, 2013). Comprender el perfil turístico es crucial para la planificación estratégica en la industria turística, ya que permite a los destinos y a las empresas adaptar sus servicios y ofertas para satisfacer las necesidades y expectativas

específicas de ciertos segmentos de turistas, mejorando así la experiencia del viajero y maximizando el impacto económico.

7.12.1. Objetivo de un perfil del turista:

El objetivo principal del perfil del turista es que las empresas puedan comprender mejor a quien deberían dirigirse con sus productos o servicios que disponen; aquí los turistas poseen significativamente una importancia por diversos motivos siendo los principales los siguientes:

7.11.1.1 Segmentación del Mercado

Según (Hurtado, 2018) el perfil del turista da a conocer diferentes oportunidades a empresas y destinos turísticos de adaptar las ofertas que poseen, mismas que deben de responder a las necesidades de los turistas. Al analizar las características de los servicios que el turista desea tener, estas se podrán adaptar actividades que satisfagan a sus necesidades

7.11.1.2 Impulsar la economía Local

Teniendo en claro el perfil del turista, los diferentes atractivos pueden cambiar su oferta con la finalidad de estimular la economía local, ya que son oportunidades de empleo hasta que se propicie el desarrollo de pequeños y medianos empresas (Hurtado, 2018)

7.11.1.3 Planificación y Promoción Efectiva

Al conocer los diferentes objetivos de presencia y destinos las empresas pueden centrarse en sus estrategias de promoción y marketing de forma efectiva y con mejores resultados. Al abarcar los deseos o motivaciones de los turistas de viajar se puede crear paquetes turísticos que generen ingreso de más personas (Hurtado, 2018).

7.12.2. Características de un perfil de un turista.

Un perfil de un turista incluye información demográfica relacionadas con el viaje de los turistas sus motivaciones, preferencias, sus patrones al momento de realizar un viaje y el gasto que suelen realizar (Li & Huang, 2019). Las características de un perfil del turista es esenciales para que los gestores de la industria turística adapten sus productos y servicios para así satisfacer las necesidades y expectativas del mercado objetivo.

Según Gonzales (2010) un perfil puede ser analizado a partir del análisis de diferente tipo de variables:

7.12.2.1. Variables demográficas

Las variables demográficas del perfil turístico acorde a (Arias Guallo, 2016) son:

- **Edad:** La edad de la demanda turística está estrechamente relacionada con el tipo de gustos y actividades que realizaran los turistas dentro del viaje.
- **Sexo:** Son dos variables: Femenino y masculino.
- **Estadía.** Duración de la permanencia del turista dentro del destino. En lo referente al comportamiento del turista se analiza su conducta frente a un producto o servicio turístico.
- **Procedencia:** Conocer cuál es el lugar de origen del turista.
- **Tipo de alojamiento:** El turista tiene diversas opciones a la hora de escoger el tipo de alojamiento entre: alojamiento hotelero y extra hotelero.
- **Tipo de transporte:** Es el principal medio que utiliza el turista para desplazarse dentro del destino.

- **Medio de información:** Conocer por cual medio conoció de la existencia del destino.
- **Recurrencia:** Determinar el número de visitas que realiza el turista al mismo destino.

7.12.3. Variables socioeconómicas

Según (González, 2023) las variables socioeconómicas indican un estado o situación del consumidor, como el nivel de ingresos, la ocupación y el nivel de estudios. Constituyen criterios objetivos para clasificar o dividir mercados. Suelen combinarse para determinar la clase social. Sirven también para explicar el comportamiento del consumidor.

7.12.4. Variables de motivación

Una teoría de la motivación bastante antigua, aunque recurrente en el turismo, es la del push and pull de (Dann, 1977). Las motivaciones push (presión) son necesidades y deseos internos de los viajeros, que generan la demanda de viajar; y las motivaciones pull (atracción) son fuerzas externas de los destinos o factores atribuidos a los destinos.

7.11.4.1 Motivo de un Viaje

El motivo principal de un viaje turístico se hace referencia en diferentes categorías donde permite identificar los diferentes visitantes y estos varían según la edad, el estado civil, los intereses personales y las circunstancias (OMT).

7.13. Jerarquización de atractivos

La Jerarquías corresponden a un proceso de cualificación con base en la revisión de la metodología para el inventariado de Atractivos Turísticos (MINTUR, 2018) con principios propuestos por la OEA que se han aceptado en el país con base para el levantamiento de atractivos turísticos.

A continuación, se detalló la tabla de jerarquías con su correspondiente descripción.

Tabla 4
Jerarquización de 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 contiguo, una corriente actual o potencial del visitantes nacionales y extranjeros
Jerarquía II	Atractivo con algún rasgo llamativo, capaz de interesar al visitante que hubiese llegado a la zona por otras motivaciones turísticas o motivar corrientes Turísticas nacionales.
Jerarquía I	Atractivos sin ningún 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.
Recursos	Es un elemento natural o cultural que puedan motivar el desplazamiento, pero no se encuentran todavía incorporadas en la dinámica turística, ni cuenta con ningún tipo de infraestructura.

Fuente Adaptado de la (Metodología para Inventarios de Atractivos Turísticos, 2004 - 2014.)

7.14. Boletín informativo.

Un boletín informativo es una publicación distribuida de forma regular, generalmente centrada en un tema principal que es del interés de sus suscriptores. Muchos boletines son publicados por clubes, sociedades, asociaciones y negocios, particularmente compañías, para proporcionar información de interés a sus miembros o empleados. (Valencia L. G., 2006)

El propósito del boletín es proporcionar información especializada para un público determinado. Los boletines constituyen un buen método publicitario para sus productos o servicios, además de otorgar credibilidad y afianzar la imagen de su organización tanto fuera como dentro de ella. (Bastidas, 2018)

7.15. Códigos Qr

Los códigos QR son una evolución del código de barras. Responden a una imagen que al ser leída por un lector electrónico enlaza con la información que tiene asociada. (García Giménez, 2013)

Los Códigos QR tenía como objetivo principal su utilización en la industria de la automoción, hoy por hoy la posibilidad de leer códigos QR desde teléfonos y dispositivos móviles permite el uso de Qr Codes en un sinfín de aplicaciones completamente diferentes de las que originales como pueden ser:

- Publicidad
- Campañas de marketing
- Merchandising
- Diseño Gráfico
- Papelería corporativa (tarjetas de visita, catálogos)
- Internet, Webs, blogs

Los QR Codes o Quick Response Codes pueden ser una herramienta muy poderosa de marketing, ya que son fáciles de crear, fáciles de implementar y también son muy sencillos de escanear (México, 2013)

7.16. Encuesta

De acuerdo con (García Ferrando, 1993), una encuesta es una investigación realizada sobre una muestra de sujetos representativa de un colectivo más amplio, que se lleva a cabo en el contexto de la vida cotidiana, utilizando procedimientos estandarizados de interrogación, con el fin de obtener mediciones cuantitativas de una gran variedad de características objetivas y subjetivas de la población. y de acuerdo (OMT) a la encuesta es una investigación de las características de una población dada mediante la recopilación de datos de una muestra de dicha población.

7.17. Población Infinita

Es infinita ya que incluye un gran conjunto de medidas y observaciones. Suele tener más de 100.000 individuos y suele haber un mayor margen de confianza y error de muestreo al tener que extrapolar los resultados del estudio obtenido a la muestra de la población total. (Sánchez, 2023)

7.18. Indicador estadístico

Es una medida cuantitativa que se la plantea para analizar y comprender las variables específicas referidos a un tiempo, lugar, y otras características y estas se las utiliza en diversas áreas para evaluar su rendimiento y para que los indicadores sean efectivos estos deben de ser relevantes y precisos (OMT)

8. Validación de la pregunta científica.

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

El turista de naturaleza que visita la provincia de Chimborazo se lo caracterizó de acuerdo a las variables, socioeconómicas, demográficas, motivacionales y preferenciales, dando como resultado que la mayoría de turistas son de nacionalidad ecuatoriana que oscilan en un rango de edad de 20 a 40 años. Estos visitantes suelen optar por viajes acompañados por sus familias de preferencia con destinos turísticos populares en donde deciden realizar actividades de senderismo, campamento y observación de aves. En cuanto hospedaje, los hoteles son de su elección preferida cuando deciden su alojamiento. En términos de gastronomía, muestran un interés en degustar la comida típica del lugar que visitan. De igual manera, es relevante destacar que la mayoría de turistas se informan a través de redes sociales de los distintos atractivos que cuenta la Provincia. Por otro lado, los turistas consideran importante que al llegar a su destino elegido este cuente con información detallada sobre la flora y la fauna del sitio. Puesto que cuentan con un alto interés sobre la conservación del medio ambiente durante su visita.

9. Metodología.

9.1. Enfoque de la Investigación

El presente proyecto de investigación se utilizará un enfoque cualitativo con una metodología descriptiva, analizando la provincia de Chimborazo, identificando sus diferentes atractivos, su nivel de jerarquización, los cuales se realizarán en un periodo de tiempo específico, las técnicas que se utilizará es el análisis datos mediante la aplicación de encuestas en los 7 atractivos turísticos seleccionados de la provincia de Chimborazo (Tabla 8), tomando en cuenta cada uno de sus métodos, tipos de investigación, técnicas e instrumentos.

9.2. Tipos de Investigación

9.2.1. Investigación Descriptivo

El objetivo de esta investigación es llegar a una descripción central, obteniendo un indicador distinto al que se estudia, dentro del escenario se busca narrar características fundamentales de las condiciones y características estudiadas. Este modelo investigativo ayuda a describir todos los acontecimientos que constituyen el estudio, sea individual o de varios grupos, esto permite un análisis más comprensible de todos los datos (Hurtado 2000).

Dentro segundo objetivo se trabajó con el método descriptivo de acuerdo a la información de los datos interpretados y recolectados, utilizando estos criterios permitirá establecer una estructura con respecto a lo información obtenida mediante la recopilación de datos de las distintas fuentes obtenidas como de los catastros de GAD Provincial y el MINTUR. Dicha información será utilizada en el objetivo 1 y 2.

9.2.2. Investigación de Campo

La investigación de campo consiste en la recolección de datos directos de la realidad sin manipular o controlar las variables, ya que estudia los fenómenos sociales en su ambiente natural, es una técnica que consiste en obtener datos a partir de la observación directa de su entorno natural y permite obtener información detallada como específica sobre los parámetros que el investigador busca en su estudio, en muchos casos es la única forma de obtener datos relevantes y precisos (Palella Santa, 2017).

Utilizando este tipo de investigación dentro del primer objetivo; se realizó encuestas en los diferentes atractivos de naturaleza seleccionados de la provincia de Chimborazo, donde las encuestas se llevaron a cabo de manera presencial y al momento de realizarlas permitía conocer las características de los atractivos.

9.2.3. Investigación Documental

La investigación documental se encarga de recopilar y seleccionar información a través de la lectura de documentos, artículos, revistas y bibliografías, donde el investigador busca analizar y comprender un tema a profundidad mediante una lectura crítica para obtener información relevante para interpretarla y contextualizarla.

Aplicando este tipo de investigación en el objetivo 2, se efectuó la lectura del perfil del turista (tabla 11) obtenida en la recopilación de datos, se analizó e interpretó dicha información para incorporarla en el diseño del boletín informativo.

9.3. Métodos

9.3.1. Revisión Bibliográfica

La revisión bibliográfica es una evaluación crítica de la literatura relacionada con la investigación en curso. Procura ser sistemática, exhaustiva y reproducible, siendo su

objetivo el poder identificar y sintetizar el conjunto de pruebas existentes que han sido producidas por otros investigadores con el menor sesgo posible, volviendo la información confiable (Codina. 2020)

Este método permitió obtener información de diversas fuentes como revistas y documentos relacionados con la Provincia de Chimborazo, atractivos turísticos y Perfil del turista siendo así su implementación en el objetivo 1.

9.3.2. Método cuantitativo y cualitativo

La metodología cualitativa y cuantitativa son indagaciones de suma importancia ya que toman en cuenta cómo se va desarrollando el tema, sujeto del objeto o variante que se haya proyectado estudiar o analizar. Como se dice la investigación cualitativa se refiere a las cualidades y las características cambiantes del estudio, por otro lado, la investigación cuantitativa, se cimienta en una base de datos o de información que puede ser cuantificable, los cuales pueden ser estudiados de manera estadística (Zita, 2009). Con esta contribución investigativa se establecerá el perfil del turista

9.4. Técnicas

9.4.1. Recolección de Datos

La recolección de datos se refiere en reunir y medir información de diversas fuentes a fin de obtener un panorama completo y preciso de una zona de interés, permitiendo a un individuo a evaluar los resultados y anticipar mejor las probabilidades, la recolección de datos es esencial para garantizar la integridad de un estudio (Zita, 2019). La recolección de datos es una técnica por la cual el investigador recopile y midan información de diversas fuentes, a fin de obtener un panorama completo y evaluar resultados.

9.4.2. Muestreo no Probabilístico

Se define que en muestreo no todos los pobladores pueden ser seleccionados o no tiene la oportunidad de entrar en la selección probabilístico, Esto se diferencia del muestreo probabilístico. Donde el muestreo no probabilístico es el resultado es mediante el proceso de selección aleatorio puesto que los sujetos suelen seleccionarse acorde a su disponibilidad o decisión del investigados (Herrero, 2009).

9.4.3. Análisis de Documentos

El análisis de documento es una operación intelectual que da lugar a un subproducto o documento secundario que actúa como intermedio entre un documento original y el usuario que solicita información (Arias,2006). Esta técnica es un conjunto de operaciones encaminadas a representar un documento con la finalidad posibilitar su recuperación para posteriormente identificarlo donde se debe realizar un proceso de interpretación y análisis de la información.

9.5. Instrumentos

9.5.1. Cuestionario

Los cuestionarios son un instrumento útil para la recolección de datos, para obtener los resultados esperando, es necesario que se realicen cuidadosamente, para la aplicación de encuestas se deberá de optar por un documento simple y llamativo, utilizando instrucciones claras a la hora de su aplicación.

9.5.2. Plataformas de Diseño

Para el diseño del boletín se aplicó la información fundamental del perfil del turista y por medio de las herramientas de CANVA y Adobe InDesign CS6 que se manejo con la finalidad de genera un código QR para la circulación del boletín turístico.

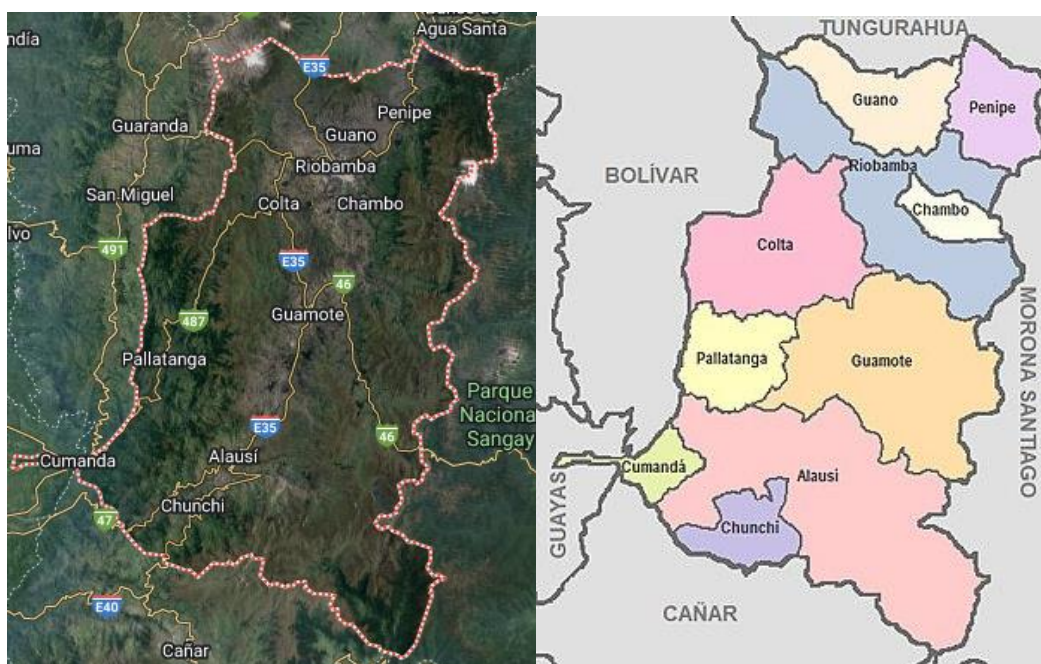
9.1 Descripción del área de estudio

9.1.1 División Política Administrativa

La información que se presentaran en el marco de la división política se las tomo del (Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de la provincia de Chimborazo, 2019-2023) y del instituto Nacional de Estadística y Censo del 2010

- **País:** República del Ecuador
- **Región:** Interandina
- **Provincia:** Chimborazo
- **Extensión:** Es de 6.578,10 km²
- **Población:** 458.581 habitantes.

Imagen 1 División cantonal de la provincia de Chimborazo



Fuente: (Google Maps, 2023)

Ubicación

El estudio se realizó en la provincia de Chimborazo que se encuentra ubicado en el sector centro sur del país Ecuador, Conocida también como la “provincia de las altas cumbres” ya sea por sus elevaciones y tener al volcán Chimborazo con una altura de (6.263 msnm) convirtiéndole en el volcán más alto de los Andes. La provincia de

Chimborazo cuenta con una extensión territorial de 6.578,10 km² con una altura de 6.310 msnm.

9.1.2 Límites

- **Norte:** La Provincia de Tungurahua
- **Sur:** La Provincia de Cañar
- **Este:** La Provincia de Morona Santiago
- **Oeste:** La Provincia de Bolívar, Provincia de Guayas

Cantones: La Provincia de Chimborazo se encuentra dividida en 10 cantones, Alausí, Cumandá, Colta, Chambo, Guamote, Pallatanga, Chunchi, Riobamba, Penipe y Guano.

De las que se derivan 61 parroquias de las que 45 son rurales y 16 urbanas.

Tabla 5

División política de la provincia de Chimborazo

Cantones	Parroquias Urbanas	Parroquias Rurales
Alausí	Alausí	Tixan, Sibambe, Huigra, Pitstishi, Guasuntos, Achupallas, Sevilla, Pumallacta y Multitud
Cumandá	Cumanda	Periferia
Colta	Cajabamba y Cicalpa	Cañi, Columbe, Juan de Velasco y Santiago de Quito
Chambo	Chambo	-
Guamote	Guamote	Cebadas y Palmira
Pallatanga	Pallatanga	-
Chunchi	Chunchi	Capzol, Compud, Gonzol y Llagos
Penipe	Penipe	Bayushig, Bilbao, La Candelaria, El Altar, Matus y Puela
Guano	La Matriz y El Rosario	San Andres, San Isidro, Llapo, San Gerardo, Guanando, San Jose de Chazo, Santa Fe de Galan, La Providencia y Valparaiso
Riobamba	Maldonado, Veloz, Lizarzaburu, Velasco y Yaruquies	San Juan, Licto, Calpi, Quimiag, Cacha, Flores, Punin, Cubijies, San Luis, Pungala y Lican

Fuente: (Censo de población y vivienda, 2010)

9.2 Atractivos turísticos de naturaleza que existe en la provincia de Chimborazo

Para la selección de los atractivos se realizó una revisión bibliográfica en diferentes fuentes, una de ellas fue el Ministerio de Turismo (MINTUR), resultado muy factible, dado que, dentro de este se encontró un registro de 34 atractivos de naturaleza (tabla 6) ubicados en los cantones de la provincia de Chimborazo, donde se seleccionaron 7 atractivos para su posterior análisis y la aplicación de la encuesta.

Para la selección de estos 7 atractivos, se tomó en cuenta el nivel de jerarquía II, III y IV de acuerdo el MINTUR, accesibilidad en las vías para llegar al atractivo y la distancia que tiene a otros atractivos seleccionados, la elección de estos atractivos se fundamentó con la elaboración de la matriz donde consta: atractivo, cantón, tipo, subtipo y jerarquía.

Tabla 6

Atractivos de naturaleza.

Provincia: Chimborazo.			Clasificación del atractivo			
	Atractivo	Cantón	Categoría	Tipo	Subtipo	JR Q
1	Nevado Chimborazo	Guano	Sitios Naturales	Montaña	Glasear	IV
2	Colina de Lluishi	Guano	Sitios Naturales	Montañas	Colinas	II
3	Laguna de Langos o valle Hermoso	Guano	Sitios Naturales	Ambiente Lacustre	Laguna	II
4	Laguna cubillin	Alausí	Sitios Naturales	Ambiente Lacustre	Laguna	III
5	Cascada de Panama	Alausí	Sitios Naturales	Ríos	Cascadas	II
6	Nariz del Diablo	Alausí	Sitios Naturales	Montañas	Cordillera	III
7	Conchas Petrificadas de Chicho Negro	Alausí	Sitios Naturales	Históricas	Fósiles Petrificados	II

8	Páramos de Colta	Colta	Sitios Naturales	Bosques	Páramo	II
9	Laguna de Hierba Buena	Colta	Sitios Naturales	Ambiente Lacustre	Lagos	II
10	Laguna de Colta	Colta	Sitios Naturales	Ambiente Lacustre	Laguna	III
11	Bosque Protector Chilacay	Cumandá	Sitios Naturales	Bosques	Bosque Húmedo Occidental	II
12	Poza de Santa Rosa	Cumandá	Sitios Naturales	Ambiente Lacustre	Poza	II
13	Ríos de Cumandá	Cumandá	Sitios Naturales	Ríos	Rápidos o raudales	II
14	Bosque Primario Leonán de Llucud	Chambo	Sitios Naturales	Bosques	Páramo	II
15	Aguas Termales de Aguallanchi	Chambo	Sitios Naturales	Aguas Subterráneas	Aguas Termales	II
16	Laguna Roncon	Chambo	Sitios Naturales	Ambiente Lacustre	Laguna	II
17	Los Cubillines	Chambo	Sitios Naturales	Montañas	Alta Montaña	II
18	Cerro Puñay	Chunchi	Sitios Naturales	Montañas	Cordillera	II
19	Mirador Ushubug	Guamote	Sitios Naturales	Montañas	Colina	I
20	Páramo de Arena	Guamote	Sitios Naturales	Desiertos	De Interior	III
21	Parque Nacional Sangay	Guamote	Sitios Naturales	Sistema de Áreas Protegidas	Parque Nacional	IV
22	Laguna de Atillo	Gumote	Sitios Naturales	Ambiente Lacustre	Laguna	II
23	Valles Subtropicales	Chunchi	Sitios Naturales	Planicies	Valle	II
24	Valle Picay	Chunchi	Sitios Naturales	Planicies	Valle	II

25	Cascada San Jorge	Pallatanga	Sitios Naturales	Ríos	Cascada	II
26	Cascada de Sillagoto	Pallatanga	Sitios Naturales	Ríos	Cascada	II
27	Río Salsipuedes	Pallatanga	Sitios Naturales	Ríos	Rápidos o raudales	II
28	Miradores de Pallatanga	Pallatanga	Sitios Naturales	Montañas	Colina	II
29	Bosque Primario Balazul	Pallatanga	Sitios Naturales	Bosques	Montano Bajo Occidental	II
30	Nevado El Altar	Penipe	Sitios Naturales	Montañas	Glaciares	III
31	Volcán Tungurahua	Penipe	Sitios Naturales	Montañas	Volcanes	III
32	Aguas Termales de Palictahua	Penipe	Sitios Naturales	Aguas Subterráneas	Aguas Termales	II
33	Ríos de Penipe	Penipe	Sitios Naturales	Ríos	Rápidos o raudales	II
34	Cementerio Paleontológico Punin	Riobamba	Sitios Naturales	Históricas	Fósiles	III

Fuente: (Matriz del inventario de atractivos turísticos, 2004)

9.2.1 Atractivos seleccionados.

Para la selección de los atractivos se tomó en cuenta a partir de los siguientes criterios: nivel de jerarquía IV, III y II, la distancia que tienen los atractivos de la capital de la provincia, la revisión bibliográfica para la identificación de los atractivos y por último se valoró las actividades y características que se presentara en las siguientes tablas (7 y 8).

Tabla 7

Atractivos seleccionados.

Provincia: Chimborazo.		Clasificación del atractivo		
No.	Atractivo	Cantón	Tipo	JRQ
1	Cerro Puñay	Chunchi	Montañas	III
2	Desierto de Palmira	Guamote	Desiertos	III
3	Laguna de Colta	Colta	Ambiente Lacustre	III
4	Volcán Chimborazo	Guano	Montaña	IV
5	Colina de Lluishi	Guano	Montañas	II
6	Cascada Panama	Alausí	Ríos	II
7	Laguna Cubillin	Guamote	Ambiente lacustre	II


Fuente: Atractivos turísticos de naturaleza en los cuales se aplicarán las encuestas.

9.2.2 Descripción de los atractivos.

A través de las salidas de campo se implementó elaborar la siguiente tabla, la cual permite dar a conocer las características de selección de los atractivos de naturaleza en los cuales se empleará el instrumento de recolección de datos, en la presente tabla se encuentra la descripción del atractivo que se encuentran en relación al nivel de jerarquía, actividades, fotografías.

Tabla 8

Descripción de los atractivos.

	Descripción	Actividades	Fotografía
Cerro Puñay	Se encuentra en el valle de Piancay a una altura de 3.245 m.s.n.m y su nombre proviene de dos palabras “Pu” que significa lugar y “ay” que significa nacimiento. Cuenta con una importancia histórica y arqueológica significativa debido a que se ha descubierto una pirámide escalonada de siete pisos y se encontraron restos arqueológicos que podrían ser los más antiguos del país (Mi destino Ecuador, 2024).	Senderismo Observación de la flora y fauna local. Contemplación de los paisajes panorámicos. Camping.	

Desierto de Palmira

El Desierto de Palmira se encuentra aproximadamente entre 3150 y 3400 m.s.n.m. siendo un páramo seco que se encuentra en Guamote a 90 minutos de Riobamba el cual está dividido en 2 zonas las cuales son las dunas bajas de Palmira y las dunas altas de Galte Laime (Living Ecuador Travel, 2024).

Paseos a caballo

Deslizamiento en la arena con una tabla.

Fotografía.

Trekking.

Observación de flora y fauna.

**Laguna de Colta**

Se encuentra a 19 km de la ciudad de Riobamba la cual tiene una extensión de 2.800 metros de largo y 1.000 metros de ancho, el clima en la zona de la laguna es templado, con temperaturas que oscilan entre los 12°C y los 15°C. La altitud de la laguna es de aproximadamente 3.300 metros sobre el nivel del mar (Ecuador Mi Tierra, 2024).

Visitas guiadas.

Paseos en bote.

Conocer la cultura y tradiciones de las comunidades indígenas.

Fotografía.

Observación de flora y fauna.



Volcán Chimborazo

El Volcán Chimborazo posee una altitud de 3.800 hasta los 6.310 m.s.n.m., está rodeado por la Reserva Faunística de Chimborazo al cual se puede acceder por 3 diferentes rutas la cual la principal ruta es la vía Riobamba- Guaranda (Ecuador mi Tierra, 2023).

Escalada al volcán Chimborazo.
Observación de la flora y fauna.
Recorridos por los bosques de polylepis.

**Colina de Lluishi**

Es una Colina rocosa que se encuentra ubicado a 300 metros del Parque Central de Guano a una altura de 2.794 metros sobre el nivel del mar desde el cual se puede apreciar los nevados de la región mediante una vista panorámica, además d ello en la colina se encuentra la casa de Don Marcos Montalvo. Los atractivos que se encuentran son la Gruta de la Virgen de Lourdes y tres monolitos tallados por el artista Luis Felipe Reinoso y por último se encuentra una cruz de madera (Guano Turismo, 2024).

Exploración de monolitos y petroglifos.
Observación de paisajes.
Visita a la Gruta de la Virgen de Lourdes.



Cascada de Panama

Se encuentra ubicada a 35 kilómetros de Alausí, también se la conoce como “Cascada Panama” por su saludable y bondadoso clima. Esta cascada tiene una altura de 10 metros de altura, su ancho va de 5 a 7 metros y su caudal tiene una aproximación de 150 litros por segundo (PDOT Huigra, 2023).

Sendero ecológico.

Fotografía.



**Lagunas de Ozogoché
(Cubillin)**

Se encuentra ubicada a 90 Km de la ciudad de Riobamba tiene como altitud de 3.450 a 3.550 metros sobre el nivel de mar, el clima en la laguna es frío con una temperatura que trasciende lo 10°C, a sus alrededores se puede apreciar una gran variedad de flora y fauna (Riobamba Turismo, 2023).

Senderismo.

Observación de flora y fauna

Fotografía.



Nota: Elaborado a partir de las salidas de campo y revisión bibliográfica.

9.3 Instrumento de recolección de datos

9.3.1 Cuestionario (Encuesta)

El modelo de cuestionario (encuesta) permite almacenar datos cuantitativos extraídos mediante su implementación en los 7 principales atractivos turísticos de la Provincia de Chimborazo obtenidos de (Metodología para Inventarios de atractivos Turísticos, 2004). Su elaboración se trabajó en obtener información de acuerdo a cuatro variables; demográficas, motivaciones, preferencias y socioeconómicas, la encuesta se muestra con el encabezado y un banco de 23 preguntas la cual tienen como opciones de respuesta de opción múltiple que se plantearon por el grupo de investigación de la Universidad Técnica de Cotopaxi.

Con base al instrumento de recolección de datos de la tesis titulada “Perfil del turista de naturaleza que visita la provincia de Cotopaxi” se ha definido modificar el instrumento en diferentes parámetros y ampliar preguntas en la variable motivacional tales como ¿Qué otro atractivo turístico de la provincia le gustaría visitar?, ¿Cómo describiría su nivel de interés en la conservación del medio ambiente durante sus viajes?, ¿Prefiere destinos turísticos populares o lugares menos conocidos al realizar un viaje? y ¿Le gustaría recibir información detallada sobre la flora y fauna de los destinos turísticos naturales que visita?, preguntas que mantengan relación al Turismo de Naturaleza dentro de la provincia de Chimborazo

Tabla 9*Instrumento de recolección de datos*

VARIABLE DE CARACTERIZACIÓN	INDICADOR
DEMOGRÁFICAS	<ol style="list-style-type: none"> 1. Nacionalidad 2. Edad 3. Género <ul style="list-style-type: none"> • Masculino • Femenino • Otro..... 4. Estado civil <ul style="list-style-type: none"> • Soltero • Casado • Divorciado • Viudo • Unión Libre 5. Situación Laboral <ul style="list-style-type: none"> • Estudiante • Empleado Publico • Empleado Privado • Jubilado • Otros...
SOCIOECONÓMICAS	<ol style="list-style-type: none"> 6. ¿Con quién viaja? <ul style="list-style-type: none"> • Solo • Amigos • Pareja • Familia 7. ¿Cuántos mayores de 17 años le acompañan? 8. ¿Cuántos menores de 17 años le acompañan?

MOTIVACIÓN

9. ¿Cuánto estima gastar durante su visita a la provincia?

- De 50 a 100 USD
- De 101 a 200 USD
- De 201 a 300 USD
- Mas de 400

10. ¿A que va destinado sus gastos al viajar?

- Alojamiento
- Alimentación
- Transporte
- Actividades de Recreación

11. ¿A través de que medio se informó sobre los atractivos turísticos de la Provincia de Chimborazo?

- Redes Sociales
- Páginas Web
- Referencias Familiares
- Otros (Especifique)

12. ¿Qué tiempo estimo su visita en la Provincia?

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

13. ¿Cuál fue el motivo de su viaje?

- Religión
- Relajación
- Salud
- Estudios
- Visitas Familiares

14. ¿Que otro atractivo turístico de la Provincia le gustaría Visitar?

- Volcan Chimborazo

- Colina de Iluishi
- Cascada de Huigra
- Laguna de Colta
- Laguna de Atillo
- Ríos de Cumandá
- Cerro Puñay
- Paramo de Arena
- Nevados el Altar
- Todos los Anteriores

15. ¿Como describiría su nivel de interés en la conservación del medio ambiente durante sus viajes?

- Muy interesado
- Poco Interesado
- No Interesado

16. ¿Prefiere destinos turísticos populares o lugares menos conocidos al realizar un viaje?

- Populares
- Menos conocidos

17. ¿Le gustaría recibir información detallada sobre la flora y fauna de los destinos turísticos naturales que visita?

- Si
- No
- Tal vez

PREFERENCIAS

18. ¿Cuál es su tipo de destino Natural favorito?

- Playa
- Montaña
- Bosque
- Selva

19. ¿Qué actividades realiza durante sus viajes naturales?

- Senderismo.
- Observación de aves
- Campamento
- Otros (Especifique).....

20. ¿Cuál es su tipo de turismo favorito?

- Turismo de Naturaleza
- Turismo de Aventura
- Turismo Gastronómico
- Turismo Cultural

21. ¿Qué tipo de hospedaje prefiere al viajar?

- Hotel
- Hostería
- Cabañas
- Otros (Especifique)....

22. ¿Qué tipo de transporte prefiere usar al viajar?

- Vehículo Propio
- Vehículo de Alquiler
- Transporte Publico

23. ¿Qué tipo de alimentación prefiere cuando al visitar?

- Comida Tradicional del lugar
- Comida Gourmet (A la carta)
- Comida Rápida
- Otro (Especifique)...

9.4 Cálculo del tamaño de la muestra

Se realizó la aplicación del instrumento de recolección de datos aplicando la fórmula para la población infinita la misma que permite realizar encuestas con un extracto al azar que permite que los resultados no segmenten solo a un grupo, sino que toma una población válida, además de ello se emplea esta fórmula ya que una de las variables es desconocida siendo que la población no se encuentra actualizada dentro del Plan de Ordenamiento Territorial de la provincia de Chimborazo.

Nivel de Confianza

La primera variable que se debe considerar es z alfa ya que es un parámetro estadístico que dependen del nivel de confianza lo cual quiere decir que entre más alto sea esta variable el nivel de confianza incrementa reduciendo el valor máximo de error permitido y a su vez el nivel de encuestas incrementa lo que genera que se genere una tendencia y correlación de resultados.

Tabla 10
Nivel de confianza

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

Parámetros a considerar

- **n**= Tamaño de muestra que buscamos.
- **Z**= Parámetros estadísticos que depende del nivel de confianza
- **e**= Error máximo Aceptable
- **P**= Probabilidad de ocurrencia de un evento (Éxito)
- **q**= Probabilidad de no ocurrencia de un evento (1-p)

Datos utilizados en la aplicación de la fórmula

Para el presente proyecto de investigación se trabajará con un nivel de confianza del 95% con lo cual la variable Z alfa tendrá un valor de 1.96 permitiéndonos tener un margen de error del 5% el cual abarca un mínimo error al desconocer una de las variables.

Tabla 11

Fórmula y aplicación.

Fórmula:

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

Variables		$n = \frac{1.96^2 \cdot (0.5)(0.5)}{0.05^2}$ $n = \frac{0.9604}{0.0025}$ $n = 384.16$
Z	95%	
Z alfa	1.96	
P	0.5	
Q	0.5	
E	5% = 0.05	

De acuerdo a la fórmula y selección de los atractivos de naturaleza de la provincia de Chimborazo se procedió a la aplicación de las encuestas, segmentación del número de encuestas por atractivo e interpretación de resultados, para caracterizar el perfil del turista de naturaleza que visita la provincia de Chimborazo.

9.5 Cronograma de salidas de campo para la aplicación de la encuesta.

Una vez identificado los atractivos se efectuó en 6 salidas de campo la recolección de datos en las cuales, el principal propósito fue encuestar a 385 personas que ayudaron a determinar el perfil del turista de naturaleza de la provincia de Chimborazo, en unos cuantos atractivos se optó a elaborar más encuestas debido a la gran afluencia de turistas que llegaba al lugar, con lo cual para la recolección de muestras validas se desarrolló el siguiente cronograma.

Tabla 12
Cronograma de salidas de campo

<i>Cronograma de salidas de campo.</i>				
<i>1</i>	<i>Atractivo turístico</i>	<i>Fecha de visita</i>	<i>Actividades</i>	<i>Encuestas programadas</i>
2	Cerro Puñay	20 de enero	Aplicación de encuestas. Fotografías Descripción del atractivo	56 encuestas
3	Desierto de Palmira	21 de enero	Aplicación de encuestas Fotografía Descripción del atractivo	45 encuestas
4	Laguna de Colta	21 de enero	Aplicación de encuestas Fotografía Descripción del Atractivo	120 encuestas
5	Volcán Chimborazo	23 enero	Aplicación de encuestas Fotografía Descripción del tractivo	65 encuestas
6	Colina de Lluishi	24 de enero	Aplicación de encuestas Fotografías Descripción del Atractivo	45 encuestas
7	Cascada de Panama	27 De enero	Aplicación de encuestas. Fotografías Descripción del atractivo	23 encuestas
	Laguna Cubillin	28 De enero	Aplicación de encuestas. Fotografías Descripción del atractivo	31 encuestas

Para la aplicación de las encuestas se realizó las salidas de campo de acuerdo al cronograma planteado a los distintos atractivos turísticos de naturaleza de la provincia de Chimborazo, donde se llegó a cumplir con el tamaño muestral de las 385 encuestas, en las cuales se determinó que los días que cuentan con una mayor afluencia de turistas son los fines de semana, ya que son los días en lo que los visitantes más disponibilidad de tiempo poseen.

La cantidad de turistas que visitan los destinos turísticos son familias a las que se les encuestó en diferentes puntos de mayores afluencias de visitantes, en las cuales la mayoría de visitantes aceptaron destinar su tiempo para llenar las encuestas, pero pocas personas aceptaban tomarse una fotografía para adjuntarlas en evidencias fotográficas

Es necesario definir que los atractivos que se encontraban alejados del centro de la capital de Chimborazo fueron visitados los fines de semana, pues, al ubicarse en espacio de mayor distancia no era seguro su visita entre semana

Consecuentemente, se evidencia que después de acceder a la Laguna de Colta por 6 horas en un día se aplicó la encuesta a 120 turistas, situándole un uno de los lugares más visitados en menor tiempo en comparación a los demás atractivos naturales, debido al encontrarse en la vía E35 la cual cruza la región sierra, esta facilitaba el acceso a los visitantes que transcurrían a diferentes partes de la provincia o del país donde así aprovechando la ocasión para visitar.

Por características similares se visitó la Cascada Panamá en el cantón de Alausí en la cual se aplicó la encuesta a 23 turistas obteniendo un número menor visitantes, porque no se encontraba en un lugar no tan concurrido y el atractivo se encontraban en mal estado y los visitantes que lo frecuentaban era por referencias familiares.

10. Análisis de los resultados.

El presente estudio tiene como finalidad determinar el perfil del turista de naturaleza que visita la provincia de Chimborazo. Para el levantamiento de información, se realizó una la recolección de datos de la Provincia de Chimborazo mediante las diferentes plataformas y catastros GAD Provincial, MINTUR, usando técnicas para la recolección de información: bibliográfico y trabajo de campo.

En el ámbito bibliográfico, se obtuvieron 2 documentos el primero del GAD Provincial de Chimborazo, Correspondiente al inventario con informaciones los atractivos y el inventario MINTUR cuya última actualización fue realizadas en el año 2004 los cuales fueron sistematizadas en la (tabla 5) los atractivos de naturaleza de la provincia de Chimborazo acorde al nivel de jerarquización y a la distancia que estos poseían de un atractivo a otro se seleccionaron 7 atractivos a los se planteó el instrumento de recolección de datos.

Se mejoro el instrumento de recolección de datos modificándolo en diferentes parámetros y ampliando preguntas en la variable motivacional donde dichas preguntas tengan más relación acorde al perfil del turista de naturaleza. Adicionalmente con el ámbito cuantitativo se calculó el tamaño muestral para la determinar en total de encuestas a realizar (Tabla 10).

Consiguientemente se elaboró el cronograma para la visita a los diferentes atractivos planteados, donde quedaron distribuidos en 6 salidas de campo en 2 semanas (tabla 10), seguidamente se realizaron 385 encuestas en los 7 diferentes atractivos turísticos.

Con el método descriptivo se realizó la sistematización de datos recolectados en un gráfico de pasteles. Con esta información se determinó el perfil del turista de

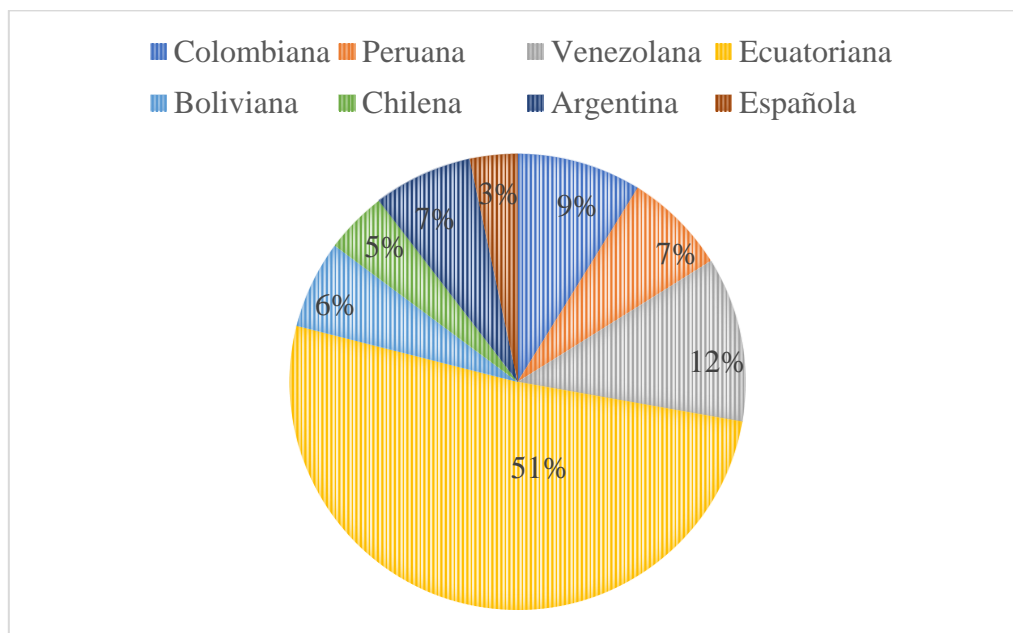
naturaleza que visita la provincia de Chimborazo (Tabla 11), el cual ayudara para la elaboración del del boletín turístico.

10.1 Tabulaciones

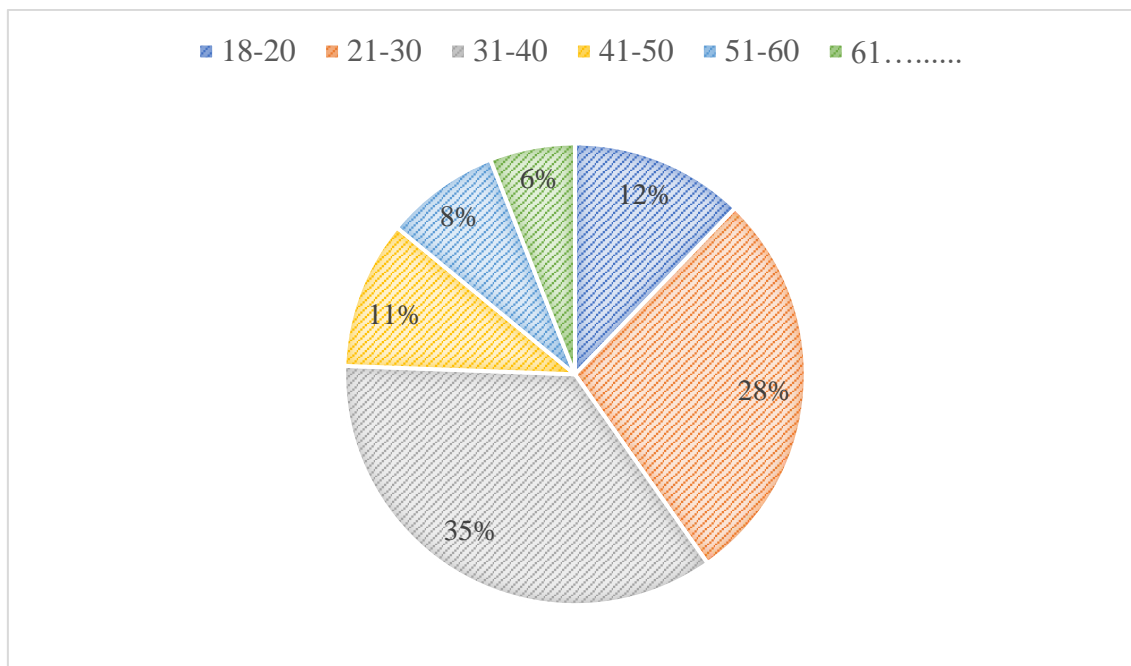
10.1.1 VARIABLES DEMOGRÁFICAS

Figura 1

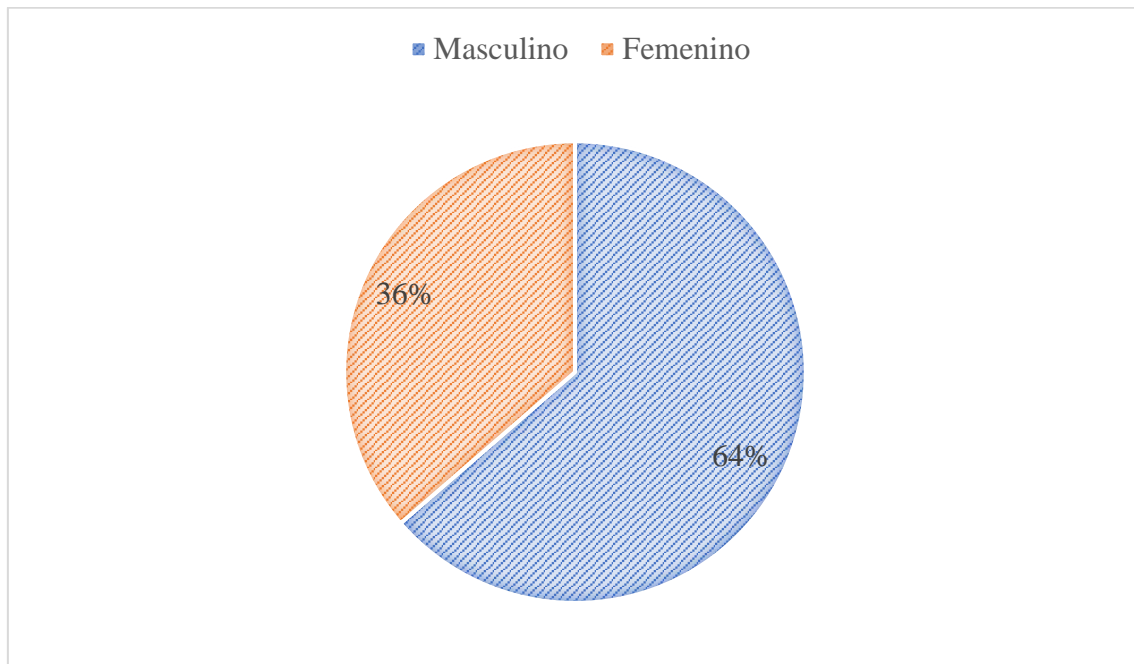
¿Nacionalidad?



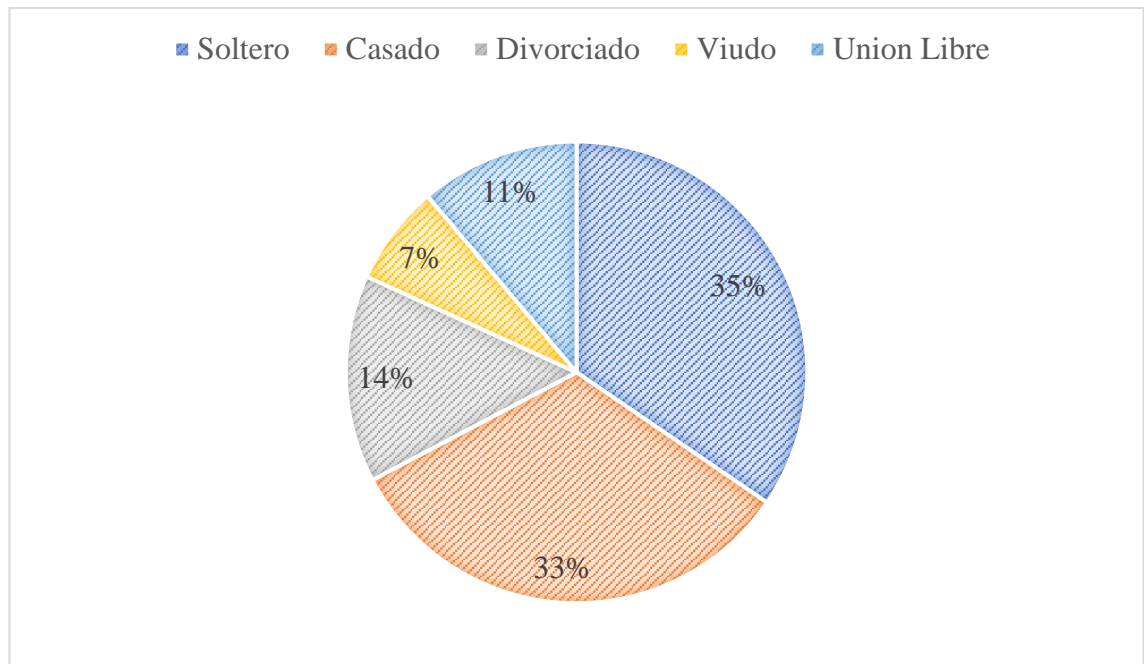
Tomando en cuenta el tamaño muestral de 385 encuestas aplicadas en los diferentes atractivos turísticos de naturaleza de la provincia de Chimborazo los turistas internacionales como nacionales se encuentran equitativos, con el 51% representa a los turistas nacionales que provienen de diferentes partes quienes prefieren visitar la provincia por su cercanía, el 49% representa los turistas internacionales que se encuentran divididos, el 12 % a turistas venezolanos; el 9% corresponde a colombianos, el 7% a turistas peruanos y argentinos, el 6% a turistas bolivianos, el 5% a chilenos y el 3% españoles, los turistas internacionales quienes visitan tanto el país como la provincia por motivo al idioma y a la influencia latinoamericana

Figura 2*¿Edad?*

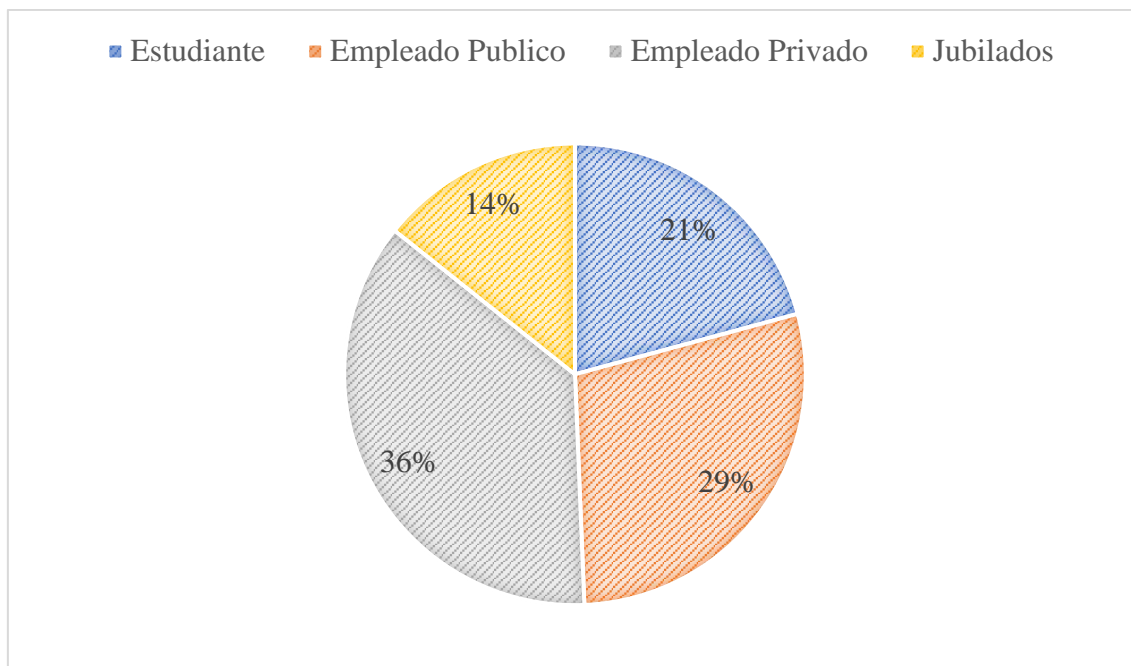
De acuerdo a las encuestas aplicadas, se determinó que la edad promedio de que las personas visitan la provincia de Chimborazo corresponde con un 35% de personas de edades correspondientes entre 31 a 40 años siendo el rango de edad que más visita la provincia , este fenómeno puede ser atribuido a diversos factores, cuenta con ingresos propios y tiene solvencia económica para realizar viajes, el 28 % concuerda a las edades de los 21 a 30 años siendo estos que realizan viajes por motivo de estudios, el 12% encontramos a personas de 41 a 50 años, seguido de ello con el 11% con un rango de edad de 51 a 60 quienes en su mayoría son personas jubiladas , con un 8 % tenemos un rango de edad de 18 a 20 años y por ultimo con un 6% corresponde a personas que tiene más de 61 años los cuales realizan viajes acompañados por sus familia o son motivo de salud

Figura 3*¿Genero?*

En la provincia de Chimborazo de acuerdo con los datos recopilados en los diferentes atractivos indica que el género masculino se encuentra una escala mayor dando como resultado que este género tenga un 64% ya que esta toma la iniciativa de visitar los atractivos, mientras que el 36% corresponde al género femenino, buscan centrarse en las actividades planificadas con antelación

Figura 4*¿Estado Civil?*

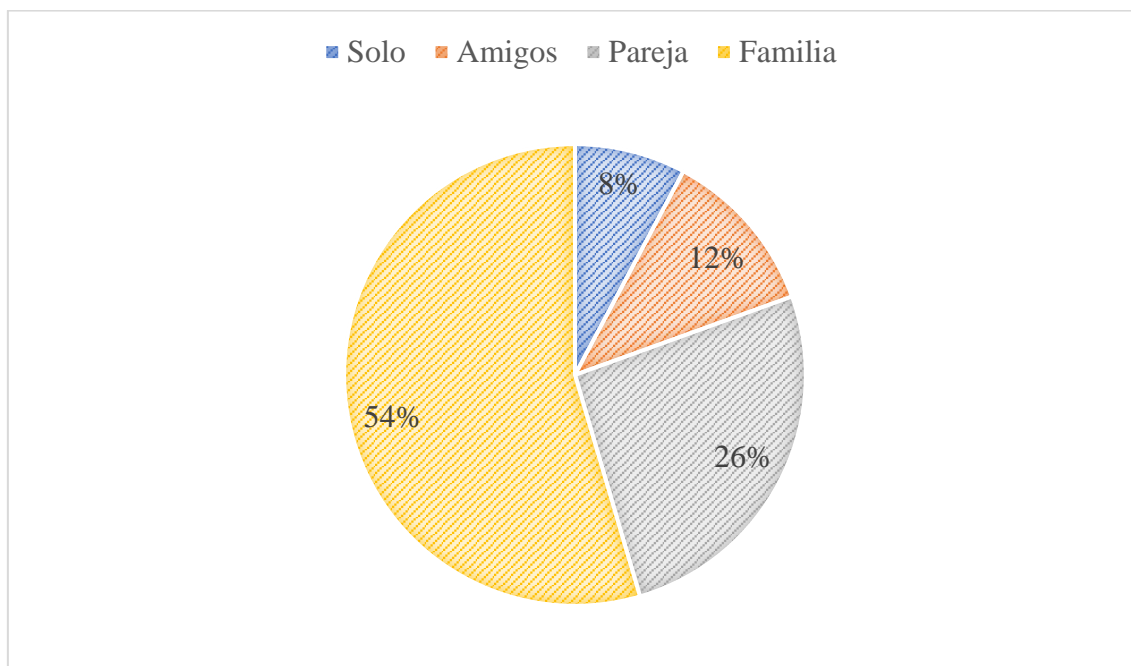
Se puede evidenciar que el estado civil predominante con el 35% al grupo de solteros esto se debe a que estas personas buscan escaparse de la rutina, el 33% de turistas son casados quienes al viajar buscan destinos nuevos a los cuales conocer, con el 14% son personas divorciadas, seguido de ello tenemos 11% personas que se encuentran con una unión libre y por último con un 7% representan a las personas viudas quienes en su mayoría son pertenecientes a la 3ra edad quienes realizan viajes ya sea hijos comunitarios en forma de distraerse de su entorno rutinario.

Figura 5*¿Situación Laborar?*

Tomando en cuenta el 36% de las personas encuestadas corresponde a trabajos privados, quienes tienden a tener emprendimiento o pertenecen a una empresa, el 29 % son turista que tienden a ser empleados públicos, el 21% de visitantes son estudiantes los cuales viajan con sus amigos deciden aventurarse a nuevas experiencias, el 14% son personas jubiladas que en su mayoría son internacionales.

10.1.2 VARIABLE SOCIO-ECONÓMICAS

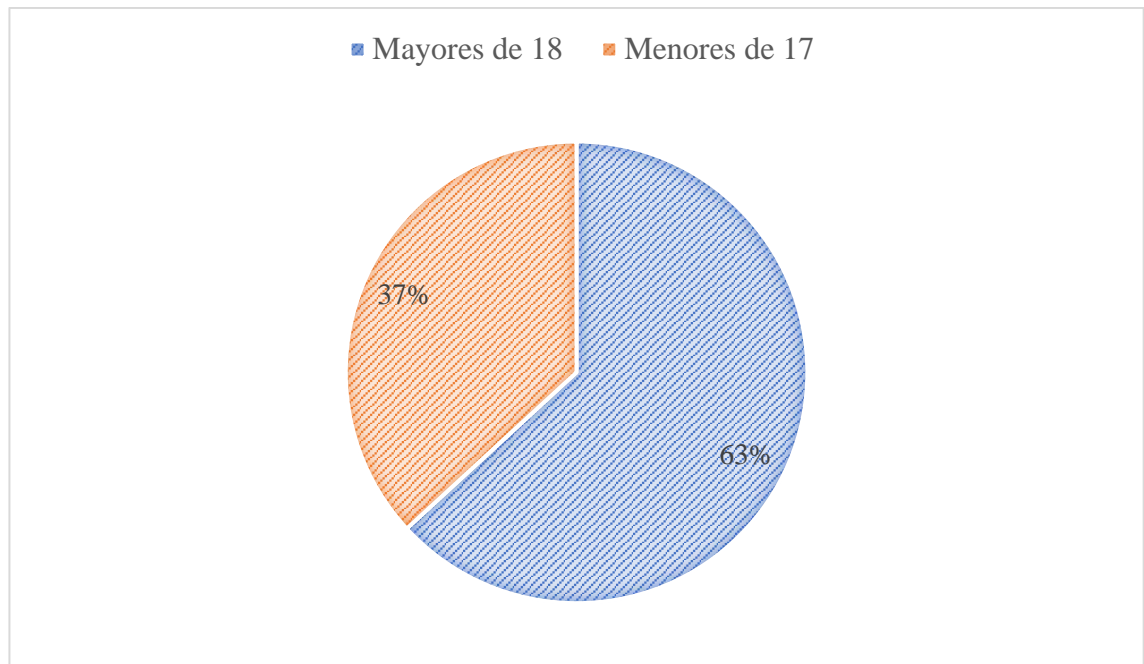
Figura 6
¿Con quién viaja?



De acuerdo a la investigación de campo en la tabla se puede visualizar que el 54% de los visitantes prefiere visitar los destinos atractivo de la provincia con su familia, el 26% de las personas prefiere viajar en parejas quienes se centra más en realizar actividades y regenerar experiencias nuevas en sus viajes, el 12% de los turistas prefiere viajar en amigos porque buscan realizar actividades de las cuales no los pueden realizar por sus familias, el 8% de las personas prefieren viajar solos para así buscar tener un tranquilidad en los destinos de naturaleza.

Figura 7

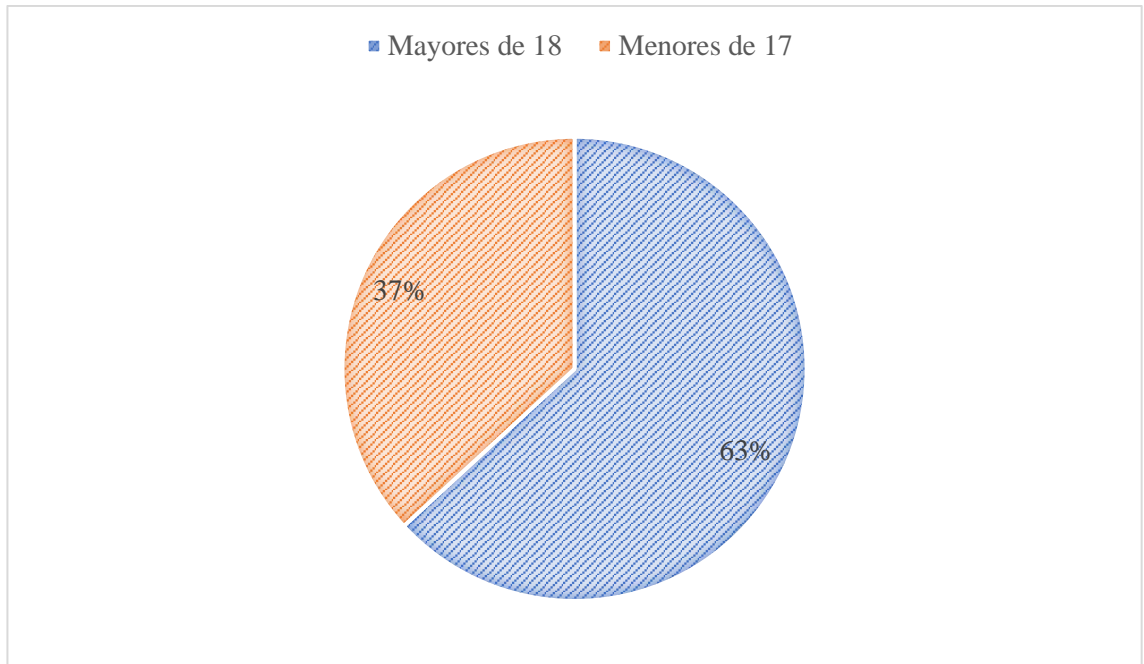
¿Cuántos mayores de 18 años los acompaña?



La investigación da como resultado que el 63% de personas son mayores de 18 años quienes viajan ya sea con la familia, pareja, amigos, y capaces de solventar sus gastos al viajar, y a su vez pueden cuidarse solos, mientras que el 37% de visitantes son menores de 17 años.

Figura 8

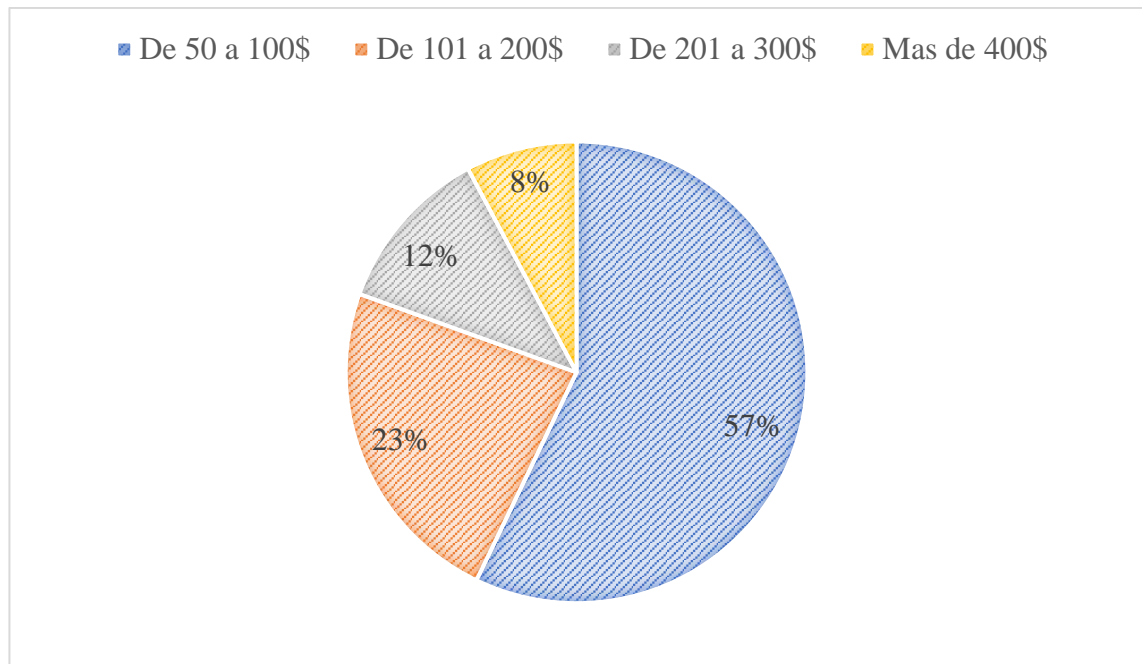
¿Cuántos menores de 17 años los acompaña?



La investigación nos da como resultado que el 37% de personas son menores de 17 años quienes viajan con sus familiares debido a que no se pueden solventar económicamente y son sus padres los principales pilares al tomar una decisión de a donde viajar, mientras el 63% son personas mayores de 18 años.

Figura 9

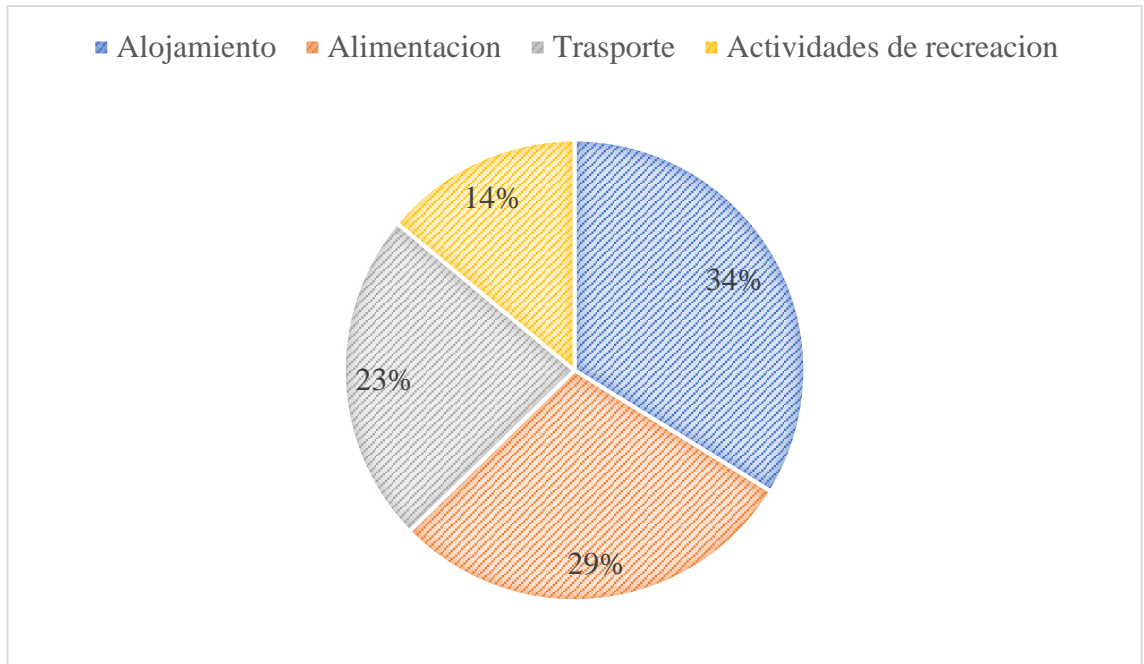
¿Cuánto estima gastar durante su visita a la provincia?



El 57% de las personas estima gastar durante su visita a la provincia de 50 a 100\$ debido a que la mayoría de visitantes son provenientes de la provincia los cuales destinan más su dinero en alojamiento, alimentación, combustible, el 23% de los turistas representa que están dispuestos a gastar de 101 a 200\$ los cuales tienden a quedarse más de 2 días o acompañados por un gran grupo ya sea de amigos o familia, el 12 y el 8% corresponde a turistas internacionales quienes contratan un tour que incluye Alojamiento, transporte y alimentación y gastan más de 301\$.

Figura 10

¿A que va destinada sus gastos al viajar?

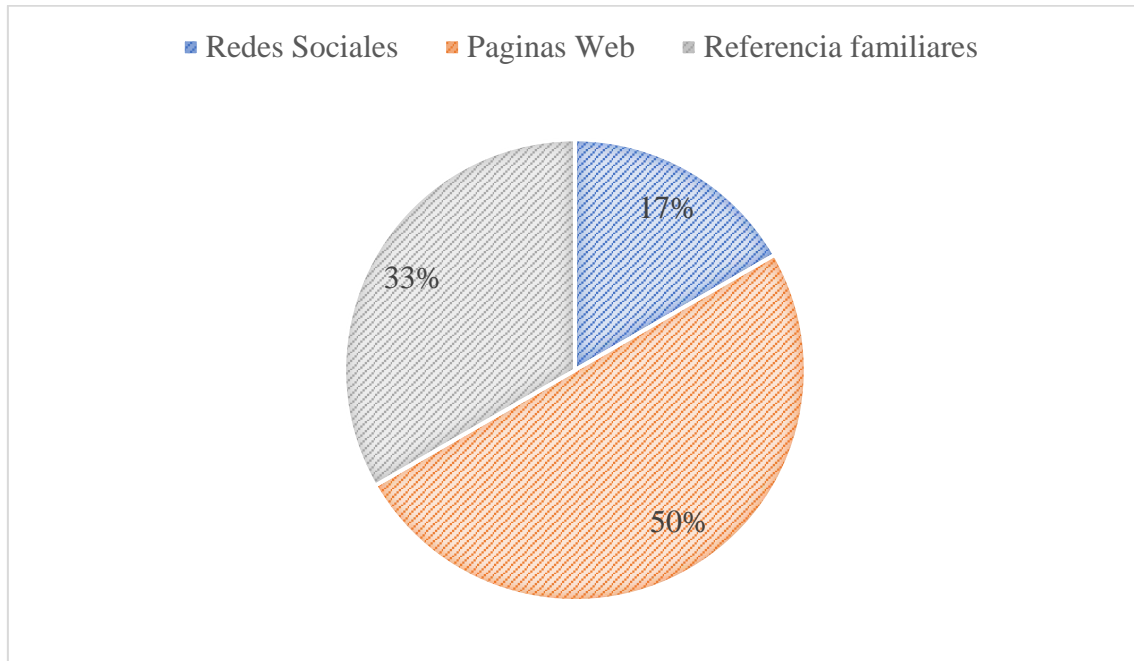


La investigación nos día como resultado que los turistas en que más destinan gastar su dinero durante su viaje son con el 34% en el alojamiento, Con el 29% representa que los visitantes prefieren gasta en alimentación, el 23% representa el transporte ya que esto se va en el combustible. con el 14% se va destinado actividades recreacionales.

10.1.3 VARIABLE MOTIVACIÓN

Figura 11

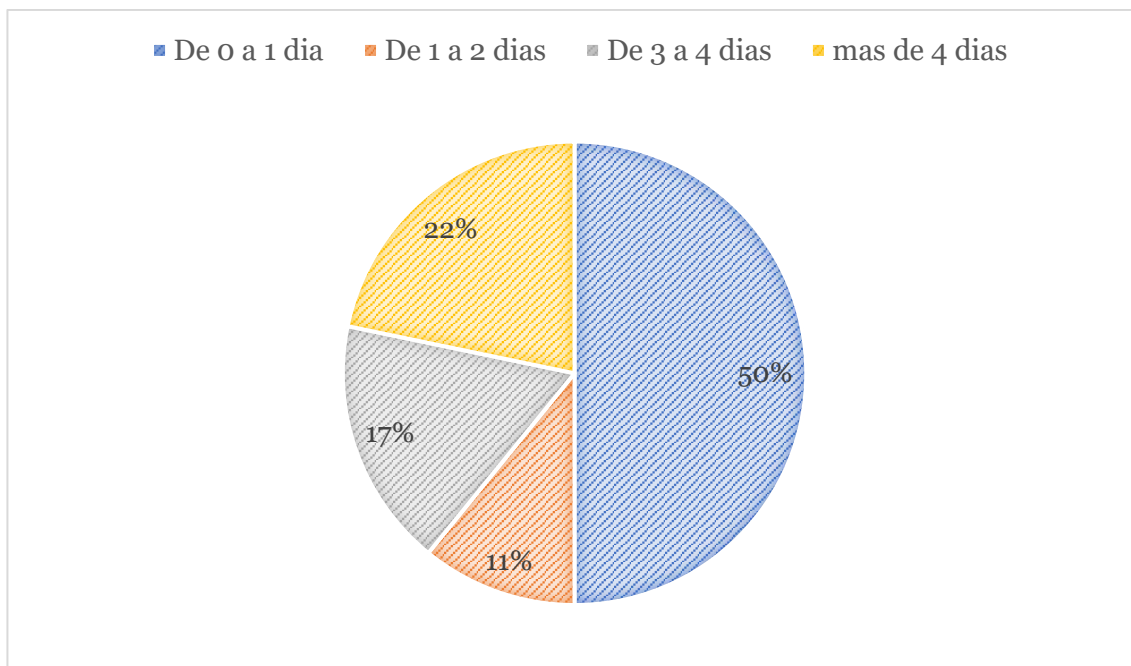
¿A través de que medio se informó sobre los atractivos turísticos de la provincia de Chimborazo?



De acuerdo con la información recopilada el 50% de las personas se ha informado a través de redes sociales como son el Instagram, Facebook y Tik Tok mientras que el 33% se informa a través de Páginas web antes de incursionarse a la visita de la provincia y por último el 17% de los visitantes se informa a través de las referencias familiares y experiencias de otras personas las cuales recomiendan

Figura 12

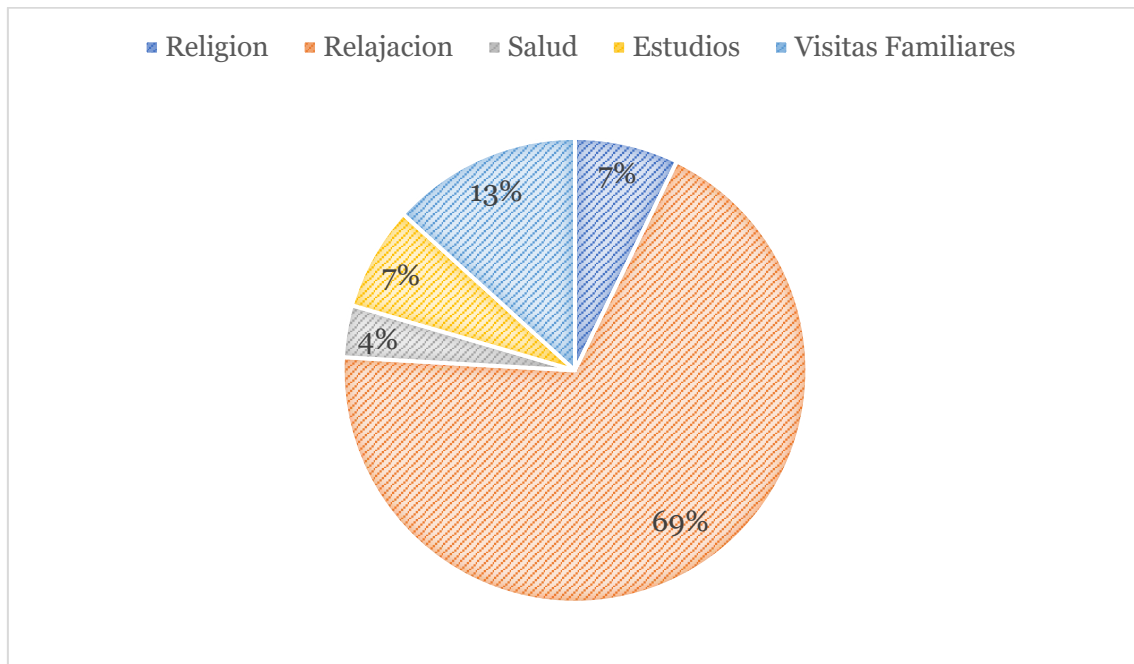
¿Qué tiempo estima su visita en la provincia?



De acuerdo con la recolección de información el porcentaje más alto de 0 a 1 día el cual está representado con un 50 % debido a que las personas deciden recorrer los atractivos más principales en un solo día para así retomar a sus hogares, mientras el 32% a la estancia de 1 a 2 días ya que los visitantes deciden conocer más de la provincia, el 17% son las personas que pretenden quedarse entre 3 a 4 días y como últimos el 17% representa a los turistas que deciden quedarse más de 4 noches ya sea porque tiene familia en la provincia o desea conocer a profundidad la provincia.

Figura 13

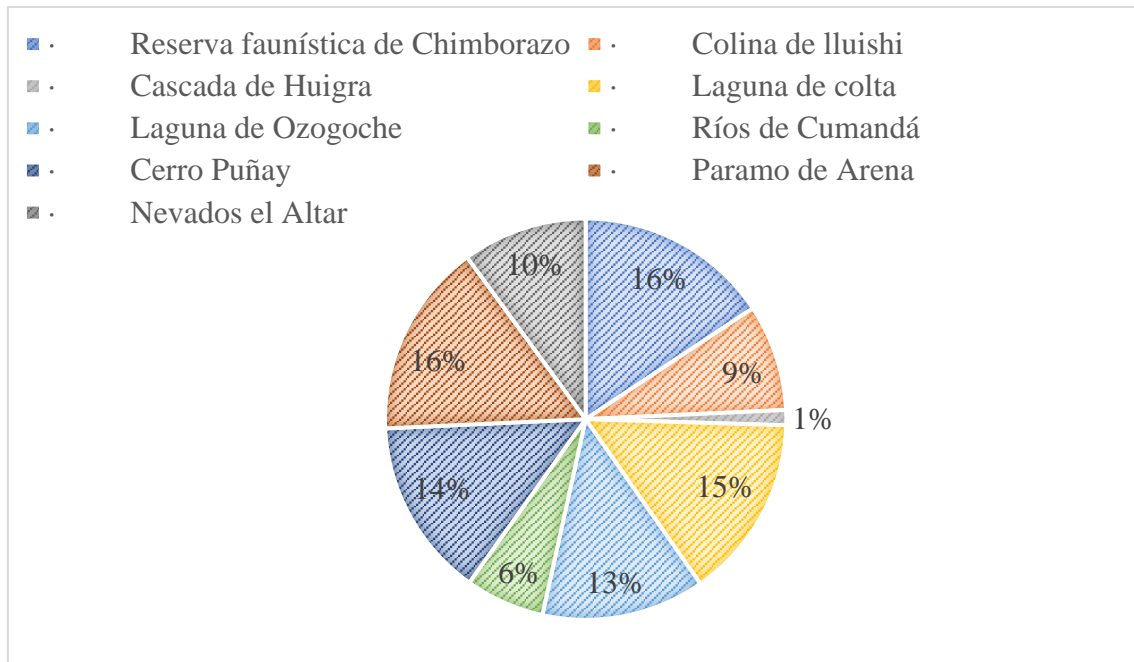
¿Cuál fue el motivo de su viaje?



De acuerdo con los datos recopilados en las encuestas realizadas se puede definir que el 70% de los visitantes su principal motivación para su viaje es de relajación debido a diversas situaciones como el estrés entre otras, el 14% de los turistas su motivo para el viaje son las visitas familiares, el 7% de los visitantes lo realizan por motivos de religión ya sea porque diversos atractivos se encuentran divididos en destinos naturales y culturales, y por penúltimo el otro 7% lo realizan por estudios de otras provincias que se aventuran en visitar la provincia en como último el 4% lo realizan por salud al visitar destinos que tengan aire puro.

Figura 14

¿Qué otros atractivos turísticos de la provincia le gustaría visitar?



De acuerdo con la recolección los atractivos con mayor acogida de los 7 atractivos naturales de la provincia de Chimborazo se los agrupo por niveles en el primer nivel con un 15 y 16% son los son el Reserva Faunística de Chimborazo, Paramos de Arena (Palmira), y en la Laguna de Colta las cuales son quienes recibe una mayor cantidad de turistas y son de fácil acceso, en el segundo grupo son el 13 y 14% en este nivel encontramos los atractivos como el Cerro Puñay y Lagunas de Ozogoché, en el tercer nivel correspondiente al 10 y 9% encontramos el Nevado el Altar y colina shuilli y como último cuarto nivel tenemos el 6% y 1% se encuentran los lugares menos conocidos tales como los Rio de Cumanda y la cascada de Huigra (Cascada Pnama)

Figura 15

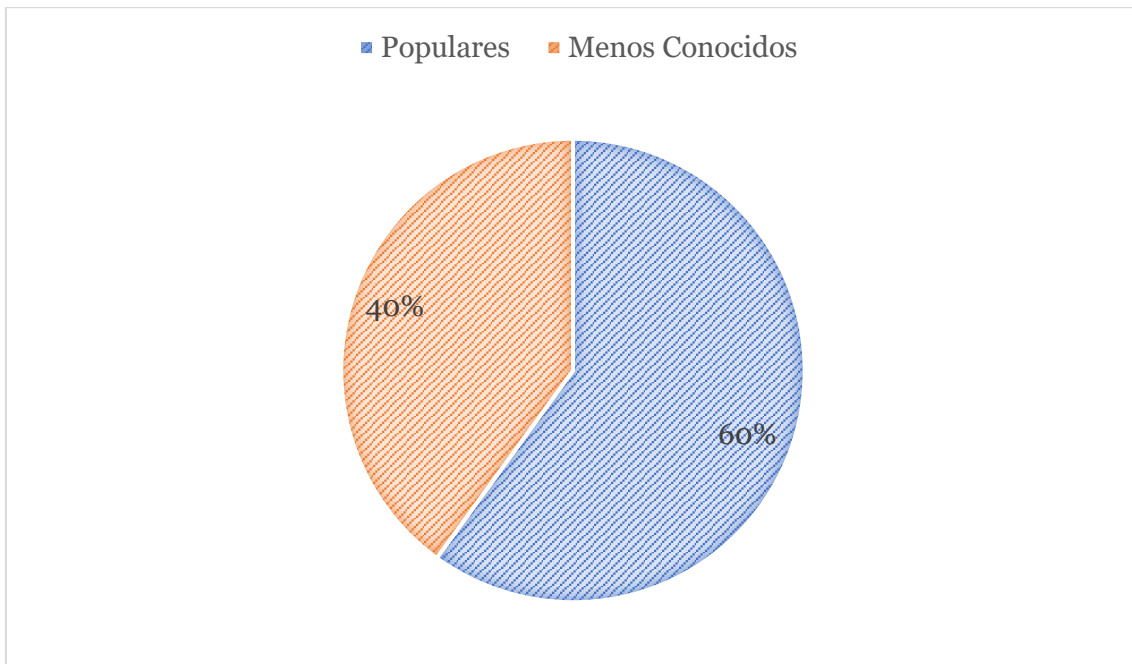
¿Cómo describiría su nivel de interés en la conservación del medio ambiente durante sus viajes?



De acuerdo con los datos obtenidos tras la aplicación de la 385 encuestas dirigida a los turistas se define que el 100% de los visitantes se encuentran con un nivel de interés sumamente muy interesado con la conservación del medio ambiente durante sus viajes

Figura 16

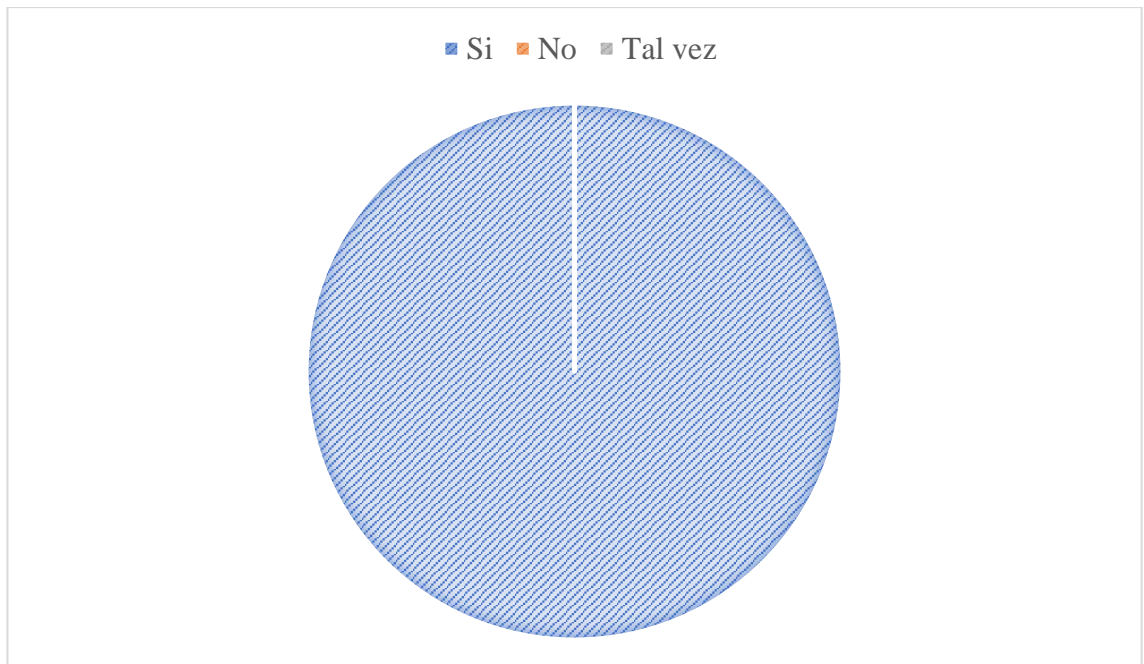
¿Prefiere destinos turísticos populares o lugares menos conocidos al realizar sus viajes?



De acuerdo a la información recopilada el 60% de los visitantes prefieren visitar lugares populares para realizar sus actividades de recreación y el 40% de los turistas prefieren visitar lugares menos conocidos debido a que no les gusta demasiado el aglomeramiento de personas

Figura 17

¿Gustaría recibir información detallada sobre la flora y fauna de los destinos turísticos naturales que visita?

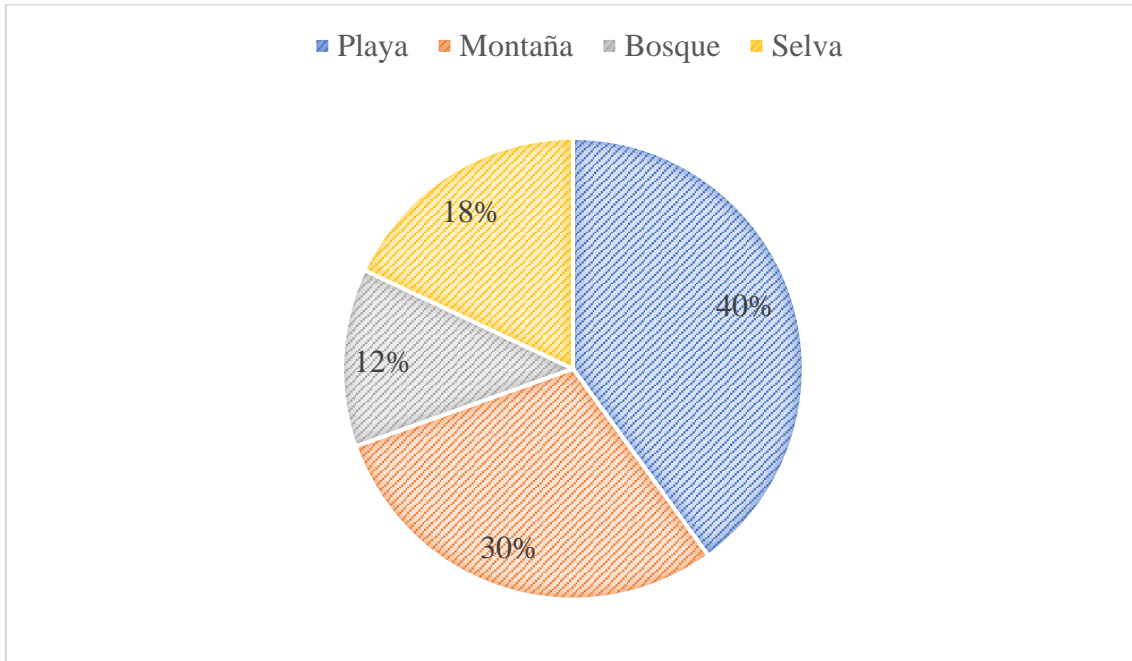


De manera sorprendente en la recopilación de datos el 100% de los visitantes les gustaría recibir información detallada sobre la flora y fauna del destino Turístico para así poder conocer la flora y fauna de lugar.

10.1.4 VARIABLE PREFERENCIALES

Figura 18

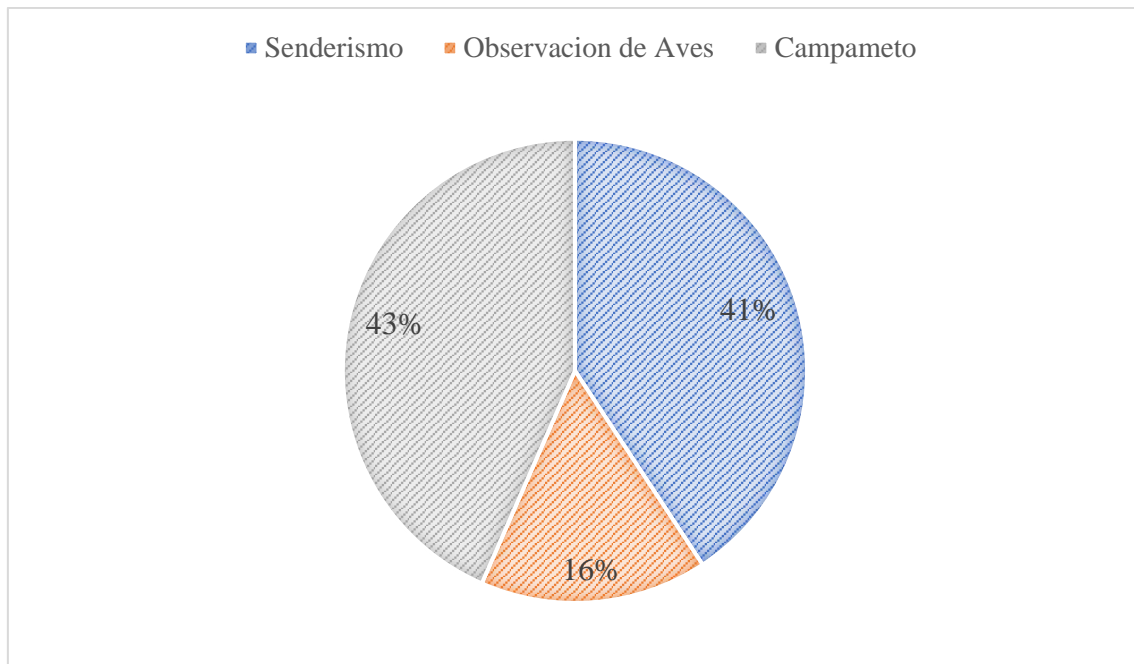
¿Cuál es su tipo de destino natural favorito?



El 40% de los turistas prefieren destinos naturales como la playa siendo este el primer lugar en el que piensan antes de realizar un viaje, consiguientemente el 30% del visitante prefieren destinos de montaña ya sea para realizar senderismo y observación de aves, el 12 y el 18% de los turistas prefieren destinos como el Bosque y la Selva por las diversas actividades que se puede realizar.

Figura 19

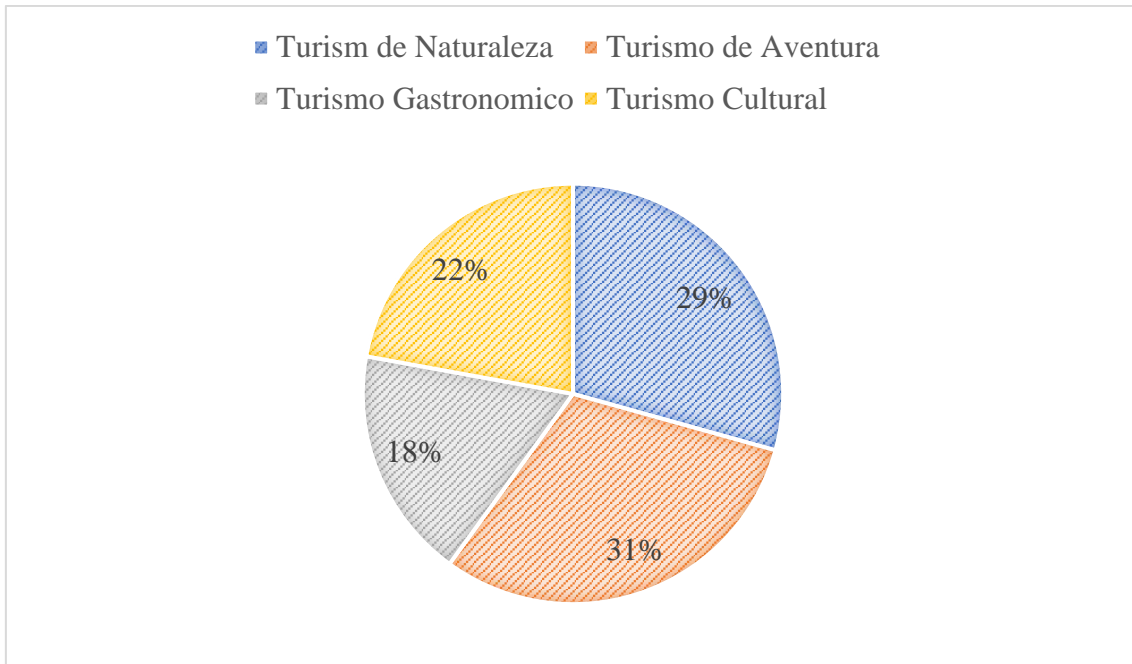
¿Qué actividades realiza durante sus viajes naturales?



De acuerdo con los datos recopilados en la salida de campo el 43% de los visitantes prefieren realizar actividades de senderismo en el destino natural que elijan al viajar, sigüentemente en 41% de turistas prefieren realizar actividades de campamento en el destino que eligen y por último el 16% de visitantes realizan sus viajes por motivos de observación de aves.

Figura 20

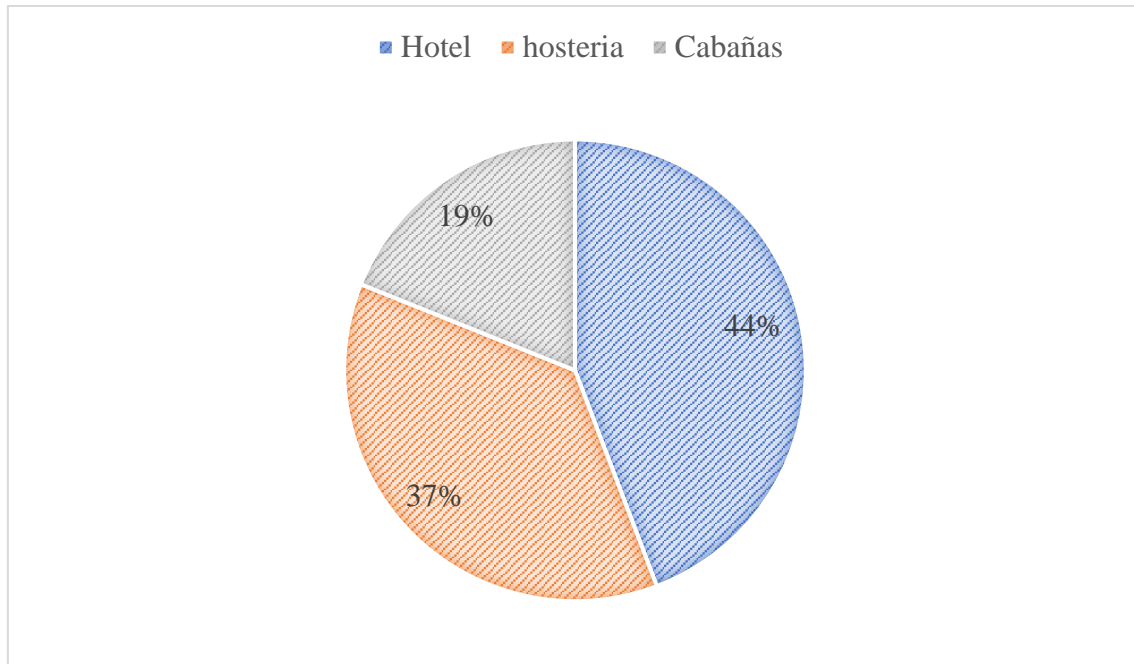
¿Cuál es su tipo de turismo favorito?



La recopilación de datos nos dio como resultado que el 31% de personas prefieren realizar turismo de aventura, el 29% de visitantes prefiere el destino de turismo de naturaleza, con el 22% de personas prefiere el destino turístico cultural a diversas razones una de ellas sería conocer un poco de la historia del lugar, por último, tenemos el destino de turismo gastronómico porque los visitantes prefieren degustar de la comida tradicional del lugar.

Figura 21

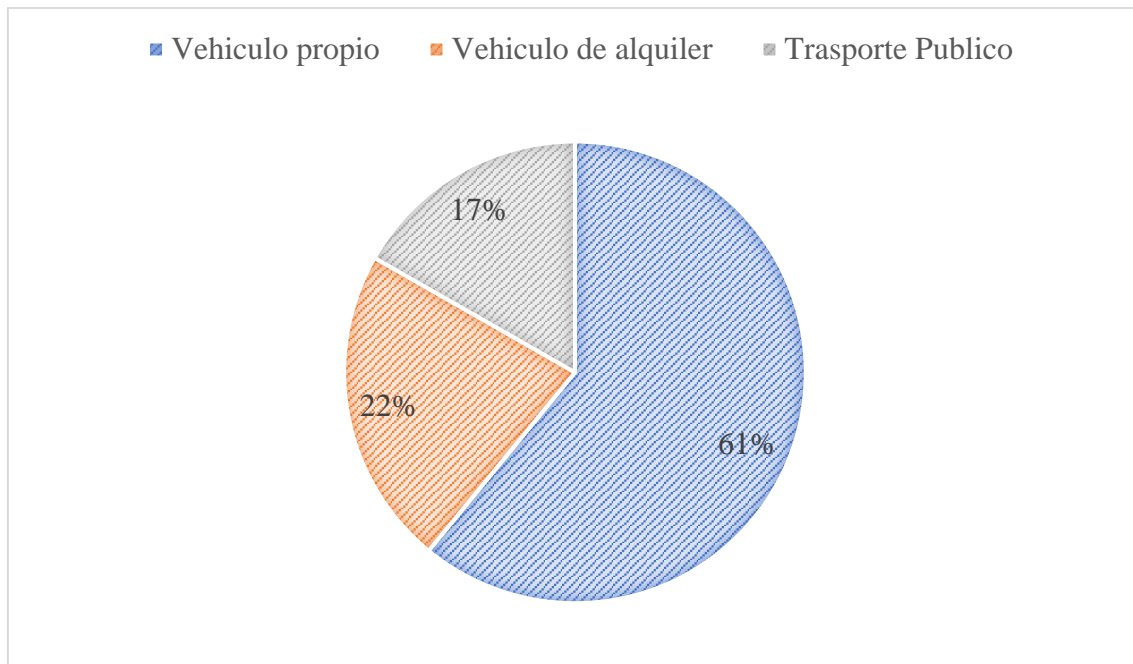
¿Qué tipo de hospedaje prefiere al viajar?



De acuerdo a los datos obtenidos en las encuestas realizadas el 44% de visitantes prefieren hospedarse en Hoteles ya que ofrece mayor privacidad y comodidad, luego con un 37% de turistas destacaron que prefieren alojarse en unas hosterías por lo general prefieren ahorrar su dinero, el 19% de turistas prefieren alojarse en cabañas ya que ofrece estar rodeado de un espacio natural.

Figura 22

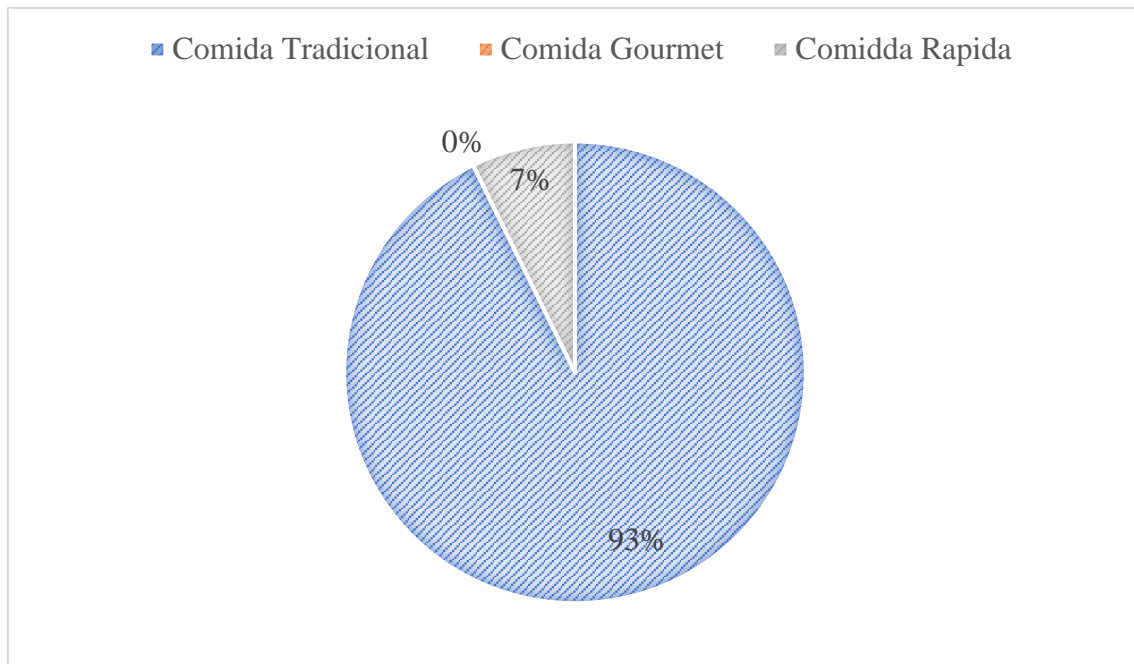
¿Qué tipo de transporte prefiere usar al viajar?



El 61% de turistas al momento de viajar prefieren vehículos propios ya que es más práctico ya que es mucho más cómodo y se puede viajar con una familia más numerosa, seguido de ello se encuentran con un 22% los vehículos de alquiler los cuales son turistas que deciden realizar turismo en base de agencias de viajes, por último, tenemos a el 17% los vehículos de transporte público los cuales lo utilizan personas que van acompañadas de amigos.

Figura 23

¿Qué tipo de alimentación prefiere al momento de viajar?



De acuerdo con los datos obtenidos en las encuestas se estableció que el 93% de los turistas prefieren comida tradicional del lugar al momento de viajar ya que consideran importante conocer la gastronomía del lugar al que visitan, y por último el 7% de las personas prefieren comida rapada debido al momento de viajar con la familia los niños prefieren la comida rápida que es más conocida para ellos.

11. Perfil del turista

Tabla 13

Perfil del turista de naturaleza

<i>Perfil de turista</i>			
<i>Características Demográficas</i>	<i>Características socioeconómicas</i>	<i>Características Motivacionales</i>	<i>Características de Preferencia</i>
<ul style="list-style-type: none"> El 51% de los turistas son nacionales que provienen de diferentes partes del país y el 49% representa los turistas internacionales La edad promedio de los turistas que visitan la provincia de Chimborazo es de 31 y 40 años el cual está representado por el 35% El 64% corresponde al género masculino El estado civil que sobresale son los turistas solteros con 35% y los turistas casados con 33% son solteras El 36% de las personas encuestadas corresponde a trabajos privados, y el 29 % son turista que tienden a ser empleados públicos 	<ul style="list-style-type: none"> El 54% de los visitantes prefiere visitar los atractivos de la provincia con su familia. El 63% de personas son mayores de 18 años quienes viajan con su familia, El 37% de personas son menores de 17 años quienes viajan con sus familiares. El 57% de la persona estima gastar durante su visita a la provincia de 50 a 100\$ Los turistas que gastan entre 50 a 100\$ buscan gastar en alimentación y transporte 	<ul style="list-style-type: none"> El 70% de los visitantes su principal motivación para su viaje es de relajación El 50% de las personas se ha informado a través de redes sociales y el 33% se informa a través de Páginas web. Los 3 principales atractivos que las personas desean visitar son el Volcán Chimborazo, Desierto de Palmira, y en la Laguna de Colta Los visitantes se encuentran con un nivel de interés muy interesado con la conservación del medio ambiente. El 60% de los visitantes prefieren visitar lugares populares Los visitantes les gustaría recibir información detallada sobre la flora y fauna del lugar. 	<ul style="list-style-type: none"> El 30% del visitante prefieren destinos de montaña. el 43% de los visitantes prefieren realizar actividades de senderismo y 41% prefieren realizar actividades de campamento El 31% de personas prefieren realizar turismo de aventura y el 29% de visitantes prefiere el turismo de naturaleza El 44% de visitantes prefieren hospedarse en Hoteles y el 37% de turistas prefieren alojarse en una hostería El 61% al momento de viajar prefieren vehículos propios El 93% de los turistas prefieren comida tradicional

12. Boletín Turístico

El diseño del boletín se lo realizó a base de las herramientas como Adobe InDesign que permitieron crear diseños complejos y personalizados, a causa de que la elaboración del boletín tiene como motivación principal compartir información de los turistas que visitan la provincia de Chimborazo.

Para la realización del boletín, fue de suma importancia tener en consideración los resultados obtenidos en la sistematización de datos en EXCEL de las encuestas realizadas porque son la principal fuente de información a presentar y consecuentemente con la organización de la información, misma que se describirá en el boletín a continuación.

12.1. Aplicaciones para el Diseño del Boletín.

12.1.1. Canva

La aplicación de Canva es una aplicación gratuita que permite diseñar diversos tipos de arte, en esta aplicación se es posible crear tarjetas, curriculums, gráficos, carteles invitaciones, publicaciones en las cuales se emplean una variada gama de colores e imágenes. La aplicación permitió contrastar con la portada y las páginas que contiene la información del perfil del turista

12.1.2. Adobé Inside

Es una aplicación que emplea herramientas de autoedición, la cual permite diseñar, editar y maquear documentos, además de ello se puede crear periódicos, boletines, libros, documentos, revistas, y folletos, a través de esta aplicación permitió realizar la portada y contraportada del boletín turístico.

12.2.Elementos del Boletín Turísticos

12.2.1. Portada

Al momento de presentar el boletín turístico lo primero que se verá es la portada, la cual tendrá como prioridad llamar la atención al lector debido a que es la pieza más fundamental para que las personas se sientan atraídas y que las personas reciban la información con el fin de que comiencen a interesarse por el contenido.

12.2.2. Contraportada

La contraportada de un boletín conforma un pequeño texto en la cual se detalla el contenido y se encuentran con paginas internas las cual suelen ser llamativas, pero generan un interés a los lectores por la información que posee. La contra portada se centra en persuadir a los lectores con un texto llamativo y que invita a hacerse de ella

12.2.3. Imágenes

Las imágenes que se van a colocar en el boletín son relacionas con los atractivos de la provincia que ayuda a captar de mejor manera el mensaje que se quiere dar a las personas, las imágenes son previamente seleccionadas de los atractivos turísticos de naturaleza a los que se les quiere a ver llegar a la audiencia.

12.2.4. Gama de colores

La elección de los colores es de suma importancia ya que transmite conceptos de fuerza dentro del contenido ya que impactan la percepción visual y emocional, al elegir una gama de colores llamativa esta puede captar la atención del público objetivo, pero a adecuarse con las imágenes estas no tendrán que opacar la imagen.

12.2.5. Tipografía

La tipografía establece el tono de cómo quieres transmitir el contenido. ya que, si el texto está demasiado agrupado será difícil de leer, y esto generara un descontento con

el público objetivo por la cual se debe de tomar los datos más relevantes con el fin de sintetizar el contenido que se va a presentar.

12.2.6. Créditos

Los créditos son de importancia ya que estos mantienen en claro de quien elaboro el boletín y tomo las fotografía y a su vez colocando o mencionando los contactos para futuros proyectos de investigación

13. Resultado del boletín informativo

13.1. Portada

Al ser un boletín informativo relaciona con el perfil del turista que visita la provincia de Chimborazo, se ha seleccionado como portada la imagen del atractivo más relevante que tiene la provincia, para el caso se designó “El Volcán Chimborazo” a pesar de que la “Laguna de Colta” es el destino con más afluencia de turistas este descarto ya que los visitantes en este atractivo solo eran de paso y en el Volcán permanecía para realizar diversas actividades.

Imagen 2

Portada de la guía



Fotografías por: Víctor Ismael Remache Iza

13.2. Contraportada

Para la contraportada se empleó la fotografía del atractivo “Cerro Puñay” obtenida en la salida de campo, pues, en aquella imagen se puede apreciar el atardecer u amanecer la cual es característico del atractivo.

Imagen 3

Contraportada del boletín.



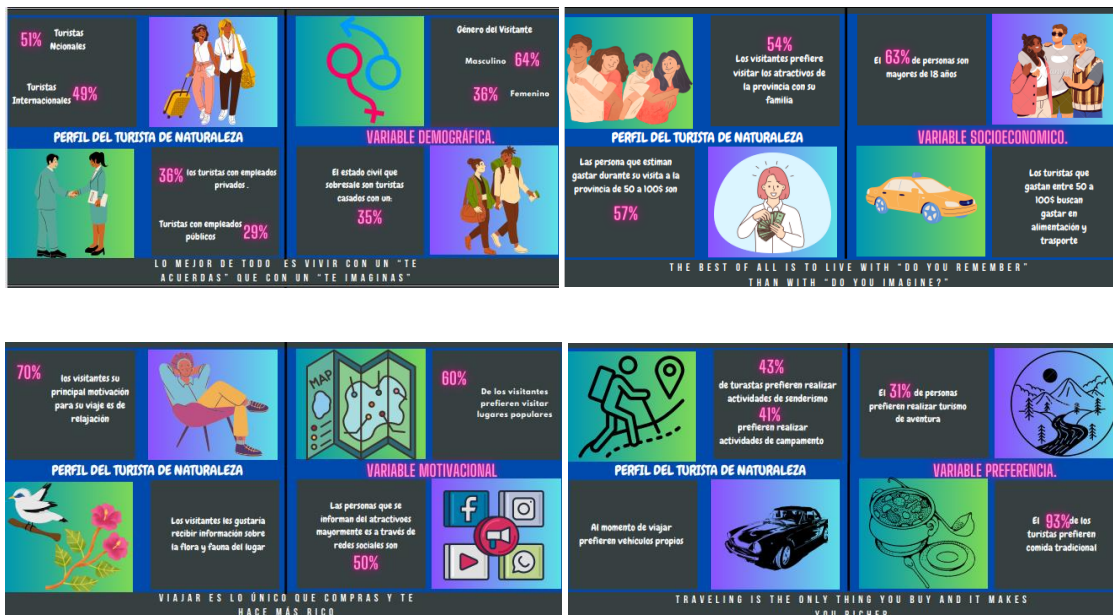
Fotografías por: Víctor Ismael Remache Iza

13.3. Información Dentro del Boletín

El boletín se encuentra dividido en las cuatro variables de caracterización designadas, en la cual se presenta la información recopilada mediante el instrumento de recopilación de datos la cual ayudara a los prestadores de servicio turístico como una herramienta.

Imagen 4

Información dentro del boletín



Elaborado por: Víctor Ismael Remache Iza

13.4. Tipografía

Letra para la portada:

- **Tipo de letra:** Noto Serif Display Extrac
- **Tamaño para título principal:** 200

Letra para los resultados:



- **Tipo de letra:** Chewy
- **Tamaño para título principal:** 130
- **Tamaño de subtítulos:** 100
- **Tamaño de textos:** 86,9

Letra para la contraportada:

- **Tipo de letra:** Ovo
- **Tamaño para título principal:** 239
- **Tamaño de subtítulos:** 128
- **Tamaño de textos:** 70

13.5.Gama de colores

Los colores fueron designados en función a las imágenes puestas el boletín las cuales los principales colores que predominaba son el Azul y el Gris que inclinan a ser colores llamativos al momento que el turista lo lea.

Colores	Representación
Azul 	Se selecciono el color azul ya que suele ser asociado con la paz y la tranquilidad y eso se suele buscar al momento que el lector redacte el boletín.
Gris 	Se eligió el color gris debido a que al momento de realizar las salidas de campo era que el color que más predominaba y el color es asociado con la elegancia y equilibrio

13.6.Código QR

El código QR se lo géneró a través de la aplicación ME QR que permite realizar códigos a través de formato es en pdf o imágenes las cuales se suben dentro de una plataforma y la información se almacena dentro del sistema en una manera fácil de difundir e intercambiar información al escanear el código donde permitir a los prestadores de servicio acceder a la información de manera eficiente y rápido.

Imagen 5

Código QR



14. Impactos

Tabla 14
Impactos

Indicadores	Impactos
Técnico	A través de la creación del boletín informativo ayudará como una herramienta tanto a los profesionales en turismo como los visitantes a tener información actualizada del perfil del turista donde facilitará al planificar y tomar decisiones al momento de que los servidores oferten paquetes turísticos.
Ambientales	Puesto que el boletín turístico se lo encontrara de manera digital se estima reducir la cantidad de residuos de papel, adicionalmente se procura comprometer a los prestadores de servicio como a los turistas al turismo sostenible debido a que las personas suelen arrojar los boletines así contaminando los recursos de la naturaleza.
Económicos	En tanto a los impactos económicos se ve reflejado a que se generan en el desarrollo de nuevas ofertar turísticas sustentadas en el perfil del turista mediante la asignación de presupuesto que favorecía la calidad de los productos y servicios que los establecimientos turísticos estén preparados para ofertar su producto al público objetivo y así lograr reavivar el interés de los turistas de visitar la provincia de Chimborazo con la innovación y personalización de sus servicios

15. Conclusiones y Recomendaciones

Conclusiones

Mediante la elaboración del primer objetivo se llevó a cabo la revisión bibliográfica donde como resultados se encontró que la provincia de Chimborazo se encuentra con diversos atractivos turísticos, de los cuales se tomó en consideración 7 atractivos de naturaleza que varía su jerarquía entre el nivel IV, II y III, del mismo modo se tomó en cuenta los registros de información sobre los atractivos y al mismo tiempo se consideró importante identificar la afluencia de turistas que visitaban el atractivo, para así realizar la aplicación de las encuestas y definir el perfil del turista que visita la provincia de Chimborazo, posteriormente se determinó el tamaño de muestra, donde se logró aplicar 385 encuestas. El modelo de encuesta fue sacada del proyecto de investigación titulado “Perfil del turista de naturaleza que visita la provincia de Cotopaxi” donde se modificó preguntas, pero teniendo en cuenta las cuatro variables, motivacional, socioeconómica, demografía y preferencia, consecutivamente se realizó un cronograma de visita a los atractivos previamente seleccionados, seguidamente después de realizar la encuestas se finalizó con las sistematización de los datos en la cual se obtuvo los siguientes resultados: que el 51% de los turistas son nacionales, la edad promedio de los turistas que visitan la provincia de Chimborazo es de 31 y 40 años, que los turistas que gastan entre 0 a 100\$ buscan gastar mayormente alimentación y transporte, y que los 3 principales atractivos que las personas desean visitar el volcán Chimborazo, Desierto de Palmira, y en la Laguna de Colta

Para la elaboración del boletín se utilizó la aplicación Adobe InDesign Cs6 el cual permitió plasmar con el método descriptivo la información obtenida de los resultados de la caracterización del perfil del turista de Naturaleza dónde la plataforma fusiono como herramienta para desarrollar el boletín; como portada se designó la imagen del atractivo más relevante que tiene la provincia, “El Volcán Chimborazo” por su afluencia de turistas

para realizar diversas actividades, en el interior del boletín se encuentra dividido en las cuatro variables ya designadas, en la cual se presenta la información recopilada mediante el instrumento de recopilación y la contraportada se empleó la fotografía del atractivo “Cerro Puñay” en la cual se puede apreciar el atardecer u amanecer la cual es característico del atractivo

Recomendaciones:

Se recomienda que el perfil del turista se actualicé semestralmente o anualmente, con el objetivo de que los prestadores de servicio se mantengan puestos al día con la información de las características del turista que visitan la provincia y a partir de esto mejorar el producto o servicio dirigidos a los turistas, adiciónamele los prestadores de servicio puedan diseñar estrategias de mejoramiento de un producto enfocándose las variables de caracterización.

Mediante la información presentada en el boletín Turístico se lo emplee como herramienta para la promoción de los atractivos turísticos de Naturaleza de la provincia para que así los prestadores de servicio puedan centrarse en los aspectos socioeconómicos, que de tal modo permitan generar precios accesibles, ya que a la hora de visitar un destino turístico los turistas se basan más en su economía y buscan reducir costos en lo cual los prestadores de servicio deben actualizar o crear nuevos paquetes.

16. Bibliografía

- Acaro, D. (2020). Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE. Obtenido de <http://repositorio.espe.edu.ec/handle/21000/22605>
- Acaro, J. (2020). Turismo patrimonial de Riobamba y su aporte al fortalecimiento turístico de la Provincia de Chimborazo. Obtenido de <http://repositorio.espe.edu.ec/handle/21000/22605>
- Alabadejo Pina, I. y. (2013). Un modelo de elección discreta e la determinacion del perfil del turista rural. Murcia.
- Alonso, D. (2015). Segovia apuesta por el Turismo Deportivo. Instituto municipal deportes Segovia. , Segovia. Obtenido de <https://www.imdsg.es/segovia-apuesta-por-el-turismo-deportivo/>
- Base de Datos-Censo de Población y Vivienda. (2010). Obtenido de <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/base-de-datos-censo-de-poblacion-y-vivienda-2010/>
- Bastidas, K. R. (2018). BOLETIN INFORMATIVO Programa de Derecho. Universidad de la Amazonia. Obtenido de <https://www.uniamazonia.edu.co/documentos/docs/Programas%20Academicos/Derecho/Boletin/2017/BOLETIN%20INFORMATIVO%20I.pdf>
- Catastro nacional de Establecimiento Turisticos y Guias de turismo Continente. (2022). Obtenido de Portal Servicios MINTUR: <https://servicios.turismo.gob.ec/turismo-en-cifras/catastro-servicios-turisticos/>
- Censo de población y vivienda. (2010). Obtenido de <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/base-de-datos-censo-de-poblacion-y-vivienda-2010/>
- Dann, G. M. (1977). Anomie, ego-enhancement and tourism”. *Annals of Tourism Research*.
- Ecuador mi Tierra. (2023). Obtenido de Volcan Chimborazo: <https://ecuadormitierra.com/ecoturismo/volcan-chimborazo/>
- Ecuador Mi Tierra. (2024). Obtenido de <https://ecuadormitierra.com/lagunas-del-ecuador2/laguna-de-colta-en-chimborazo/>
- Elizalde, R. (2010). Resignificación del ocio: aportes para un aprendizaje transformacional. *Revista Latinoamericana*, pág. 9.
- García Ferrando, M. (1993). El análisis de la realidad social. Métodos y técnicas de investigación. Alianza Universidad., Madrid.
- García Giménez, D. (2013). Códigos QR. Ampliación de las bibliotecas públicas hacia espacios virtuales. Barcelona. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/4138994.pdf>

- GeoVitPernoctaciones. (2018). Obtenido de https://public.tableau.com/views/GeoVitPernoctaciones/GeoVit-Destinos?%3Aembed=y&%3AshowVizHome=no&%3Ahost_url=https%3A%2F%2Fpublic.tableau.com%2F&%3Aembed_code_version=3&%3Atabs=yes&%3Atoolbar=yes&%3Aanimate_transition=yes&%3Adisplay_static_image=no&%3Ad
- Gómez Torres, D. G. (2013). Cuidando la salud de los viajeros. Obtenido de <http://rperiplo.uaemex.mx/index.php/elperiplo/article/>
- González, V. P. (2023). Diccionario Jurídico Online. Obtenido de <https://diccionario.leyderecho.org/variables-socioeconomicas/>
- Google Maps. (2023). Obtenido de <https://www.google.com/maps>
- Guano Turismo. (2024). Obtenido de <https://visitaguano.com/es-ec/chimborazo/guano/montanas-cerros/colina-lluishi-atko8wh8a>
- Hurtado, R. (2018). Analizano el perfil del turista con Tourism Intelligence. Obtenido de <https://atribus.com/analizar-el-perfil-del-turista/>
- Instituto Nacional de Estadística y Censos. (2019). Obtenido de <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/institucional/home/>
- Jaitia, J. A. (2017). El perfil del visitante de la parroquia Huambalo Cantón Pelileo Provincia de Tungurahua y su relevancia en el desarrollo de la actividad Turística, Ambato.
- Ley, d. t. (2016). Congreso Nacional. Obtenido de <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2016/03/LEY-DE-TURISMO.pdf>
- Living Ecuador Travel. (2024). Obtenido de <https://livingecuadortravel.com/desierto-de-palmira/>
- López, E. (2013). Investigaciones, métodos y análisis del turismo. En La “web experiencial”: nuevas estrategias online para los destinos (págs. 391-400). Septem Ediciones.
- Matriz del inventario de atractivos turísticos. (2004). Obtenido de <https://servicios.turismo.gob.ec/gestion-y-desarrollo-turistico/>
- McIntosh, R. W. (1986). Tourism: Principles, Practices, Philosophies (5, ilustrada ed.). (1. Wiley, Ed.) Obtenido de https://books.google.com.ec/books/about/Tourism.html?id=gVoXAQAAMAAJ&redir_esc=y
- Metodología para Inventarios de tractivos Turísticos. (2004 - 2014.). Obtenido de <https://amevirtual.gob.ec/wp-content/uploads/2018/06/MANUAL-ATRATIVOS-TURISTICOS-ilovepdf-compressed-1.pdf>
- México, U. A. (2013). Qr Code. Universidad Autonoma de México. Obtenido de http://planeacion.uaemex.mx/InfBasCon/capacitacioninterna/QR/QR_code.pdf

- Mi destino Ecuador. (2024). Obtenido de <https://www.midestinoecuador.com/destinos/cerro-puna>
- Michelle, K. (2020). Turismo patrimonial de Riobamba y su aporte al fortalecimiento turístico de la Provincia de Chimborazo. Obtenido de <http://repositorio.espe.edu.ec/handle/21000/22605>
- Ministerio de Turismo. (2017). Obtenido de <https://www.turismo.gob.ec/estudio-de-perfiles-de-turistas-fortalece-la-planificacion-del-destino-ecuador/>
- Ministerio de Turismo. (2023). Obtenido de <https://www.turismo.gob.ec/>
- MINTUR. (2018). MANUAL DE ATRACTIVOS TURISTICOS. Manual Metodología para Jerarquización de Atractivos y Generación de Espacios Turísticos. Obtenido de <https://amevirtual.gob.ec/wp-content/uploads/2018/06/MANUAL-ATRACTIVOS-TURISTICOS-ilovepdf-compressed-1.pdf>
- Montes, G. M. (2016). Ecoturismo instrumento de desarrollo sostenible. Universidad de Antioqueña, Medellín. Obtenido de <https://bibliotecadigital.udea.edu.co/bitstream/10495/149/1/EcoturismoInstrumentoDesarrolloSostenible.pdf>
- Muños, M. (2021). PERFIL DEL TURISTA: ORIGEN, CARACTERÍSTICAS Y PERCEPCIONES DE LOS VISITANTES EN PEDERNALES, ECUADOR. Obtenido de <https://suplementocica.ulead.edu.ec/index.php/SuplementoCICA/article/view/16/264>
- OMT. (2023). Obtenido de <https://www.unwto.org/es/news/el-turismo-internacional-en-camino-de-cerrar-2023-cerca-del-90-de-los-niveles-prepandemia>
- OMT. (2024). Obtenido de <https://www.unwto.org/es/news/el-turismo-internacional-alcanzara-en-2024-los-niveles-registrados-antes-de-la-pandemia>
- OMT. (s.f.). Desino turístico. Obtenido de <https://www.unwto.org/es/glosario-terminos-turisticos#:~:text=El%20turismo%20es%20un%20fen%C3%B3meno,personales%20C%20profesionales%20o%20de%20negocios.>
- OMT. (s.f.). Encuesta. Obtenido de <https://www.unwto.org/es/glosario-terminos-turisticos#:~:text=El%20turismo%20es%20un%20fen%C3%B3meno,personales%20C%20profesionales%20o%20de%20negocios.>
- OMT. (s.f.). Indicadores Estadísticos. Obtenido de <https://www.unwto.org/es/glosario-terminos-turisticos#:~:text=El%20turismo%20es%20un%20fen%C3%B3meno,personales%20C%20profesionales%20o%20de%20negocios.>
- OMT. (s.f.). Motivo (principal) de un viaje turístico. Obtenido de <https://www.unwto.org/es/glosario-terminos-turisticos#:~:text=El%20turismo%20es%20un%20fen%C3%B3meno,personales%20C%20profesionales%20o%20de%20negocios.>

- Organización Mundial del Turismo [OMT]. (2023). Obtenido de <https://www.unwto.org/es/news/el-turismo-internacional-en-camino-de-cerrar-2023-cerca-del-90-de-los-niveles-prepandemia>
- PDOT Huigra. (2023). Obtenido de https://www.gadhuigra.gob.ec/?page_id=680
- Peralta, J. &. (2017). Definiciones de turismo de la OMT. Agroturismo: una actividad que pone en valor el trabajo de las comunidades rurales. Madrid.
- Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de la provincia de Chimborazo. (2019-2023). Obtenido de <https://chimborazo.gob.ec/principal/wp-content/uploads/2022/06/PDOT.pdf>
- Proaño, P. P. (2018). Perfil del turista en función de las motivaciones para productos turísticos patrimoniales. Obtenido de <https://revistadigital.uce.edu.ec/index.php/SIEMBRA/article/view/1431/4043>
- Riobamba Turismo. (2023). Obtenido de [https://riobamba.com.ec/es-es-chimborazo/alausi/lagunas/lagunas-ozogoche-aaff0jhan](https://riobamba.com.ec/es-es/chimborazo/alausi/lagunas/lagunas-ozogoche-aaff0jhan)
- Roda, M. (2008). EL TURISMO DE NEGOCIOS: UNA ACTIVIDAD EN AUGE. Departamento de Geografía. UNED.
- Rodas, M. (2018). Turismo. Obtenido de CEUPF: <https://www.ceupe.com/blog/turismo-gastronomico.html>
- Rodrigues, E. (Agosto de 2021). Clases y tipos de turismo según actividades desarrolladas. Obtenido de https://vinculando.org/wp-content/uploads/kalins-pdf/singles/clases_de_turismo_sostenible_desarrollo_hotelero.pdf
- Ronquillo, B. (2017). Identificación del perfil del turista como aporte al desarrollo de la comuna San Pedro. Obtenido de <https://repositorio.upse.edu.ec/xmlui/handle/46000/4124>
- Sánchez, A. (2023). Comunicare. Obtenido de Agencia de Marketing Digital: <https://www.comunicare.es/poblacion-finita-vs-infinita-cuales-son-sus-diferencias-2023/>
- Socatelli, M. (2013). Mercadeo Aplicado al Turismo. La Comercialización de Servicios - Productos y Destinos Turísticos Sostenibles. Universidad Estatal a Distancia de Costa Rica. Obtenido de <https://www.ucipfg.com/Repositorio/MGTS/MGTS15/MGTSV15-07/semana4/LS4.1..pdf>
- Suau Jiménez, F. (2012). Revista de Turismo y Patrimonio Cultural. Obtenido de El turista 2.0 como receptor de la promoción turística: <https://goo.gl/bmZPnG>
- Tirado, M. (2017). Perfil del Turista. Obtenido de https://www.promperu.gob.pe/TurismoIN/Uploads/temp/Uploads_perfiles_extra_njeros_39_PTE16_publicacion.pdf
- UNWTO. (2019). Tourism Definitions. Obtenido de <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284420858>

- Valencia, L. G. (2006). BOLETINES INFORMATIVOS. Institución Educativa Colegio Toledo Plata. Obtenido de <https://observatoriocultural.udgvirtual.udg.mx/repositorio/bitstream/handle/123456789/467/6%20Boletin%20de%20prensa.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Valencia, M. (2013). ANÁLISIS DEL TURISMO RURAL Y SU INFLUENCIA EN EL DESARROLLOECONÓMICO, SOCIAL Y CULTURAL DEL CANTÓN CHAMBO EN LA PROVINCIA DE CHIMBORAZO. Obtenido de <https://repositorio.unemi.edu.ec/bitstream/123456789/2560/1/AN%c3%81LISIS%20DEL%20TURISMO%20RURAL%20Y%20SU%20INFLUENCIA%20EN%20EL%20DESARROLLO%20ECON%c3%93MICO%2c%20SOCIAL%20Y%20CULTURAL%20DEL%20CANT%c3%93N%20CHAMBO%20EN%20LA%20PROVINCIA%20DE.pdf>
- Vizcaino, L. (2015). Evolucion del turismo en España. Dailnet, 1(4), 7. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5665969>

17. Anexos

17.1. Anexo 1: Hoja de vida del equipo de trabajo



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI



DATOS INFORMATIVOS PERSONAL DOCENTE

DATOS PERSONALES

APellidos: SAMPEDRO ARRIETA

Nombres: MILTON ALBERTO

Estado Civil: CASADO

Cedula de Ciudadanía: 0602636987

Número de Cargas Familiares: 2

Lugar y Fecha de Nacimiento: RIOBAMBA 09 DE ENERO DEL 1976

Dirección Domiciliaria: RIOBAMBA

Teléfono Convencional: 032393061

Teléfono Celular: 0984509068

Email Institucional: milton.sampedro@utc.edu.ec

Tipo de Discapacidad: N/A

de Carnet Conadis: N/A

ESTUDIOS REALIZADOS Y TÍTULOS OBTENIDOS

NIVEL	TITULO OBTENIDO	FECHA DE REGISTRO	CÓDIGO DEL REGISTRO CONESUP O SENESCYT
TERCER	INGENIERO en EOTURISMO	24-10-2004	1002-04-532659
TERCER	GUÍA PROFESIONAL DE TURISMO	08-08-2011	1002-11-1077036
CUARTO	MAGISTER en EDUCACIÓN Y DESARROLLO SOCIAL	09-09-2013	1032-13-86039100

PUBLICACIONES RECIENTES

Autor/ Coautor de artículo indexado	Nombre del Artículo	Nombre de la revista	Lugar (País-ciudad)	Fecha de la publicación
Autor	"ESTUDIO DE LA INCIDENCIA EN EL DESARROLLO LOCAL DE CORREDORES TURISTICOS. CASO DE ESTUDIO CANTON PALLATANGA, PROVINCIA CHIMBORAZO, ECUADOR"	"TURyDES, Turismo y Desarrollo Local" (ISSN: 1988-5261), LATINDEX, C.I.R.E.T	Málaga a 18 de julio de 2017.	18 de julio de 2017.
Autor	"La exportación de cereal de quinua orgánica al mercado de Hamburgo- Alemania", como parte del libro "FACETAS ACADÉMICAS"	"FACETAS ACADÉMICAS" Libro bajo el ISBN: 978-9942-759-51-1	Guayaquil, 18 de diciembre de 2017	18 de diciembre de 2017
Autor	"LAS RELACIONES DE GÉNERO EN LA FORMACIÓN HUMANISTA EN ECUADOR"	"Revista Caribeña de las Ciencias Sociales", (ISSN: 2254-7630), LATINDEX	Málaga a 9 de mayo de 2016.	9 de mayo de 2016.
Coautor	"La Capacidad de Carga Turística como una herramienta de planificación en turismo"	ESPE	Ecuador-Latacunga	2016
Coautor	Planificación para la conservación de sitios del turismo sostenible, caso bosque de Leonana, provincia de Chimborazo.	UTCiencia	Ecuador - Latacunga	Aprobado para publicación, volumen 4
Coautor	Diagnóstico omitológico en el campus Salache	Libro	Ecuador - Latacunga	Aprobado para publicación digital

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: Octubre 2016

FIRMA

HOJA DE VIDA DEL INVESTIGADOR
UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI
DATOS INFORMATIVOS PERSONAL POSTULANTE

DATOS PERSONALES

APELLIDOS: REMACHE IZA

NOMBRES: VICTOR ISMAEL

ESTADO CIVIL: SOLTERO

CEDULA DE CIUDADANÍA: 0504360843

NÚMERO DE CARGAS FAMILIARES: 0

LUGAR Y FECHA DE NACIMIENTO: LATACUNGA, 13 DE DICIEMBRE DEL 2001

DIRECCIÓN DOMICILIARIA: LATACUNGA - GUAYTACAMA

TELÉFONO CONVENCIONAL: 032690367

TELÉFONO CELULAR: 0979063187

EMAIL INSTITUCIONAL: victor.remache043@utc.edu.ec

TIPO DE DISCAPACIDAD: N/A

TÍTULOS OBTENIDOS



NIVEL	TITULO OBTENIDO
PRIMARIO	UNIDAD EDUCATIVA "GABRIELA MISTRAL"
SECUNDARIO	UNIDAD EDUCATIVA "GABRIELA MISTRAL"
TERCER	UNIVERCIDAD TECNICA DE COTOPAXI

CURSOS:

Inglés B1

FIRMA

17.2. Anexo 2: Aval de traducción

AVAL DE TRADUCCIÓN - PROFESIONAL EXTERNO

Travez Molina Evelin Daliana, con cédula de identidad número: 0550538227, Licenciada en Pedagogía Del Idioma Inglés, con número de registro de la SENESCYT No. 1020-2023-2744840; CERTIFICO haber revisado y aprobado la traducción al idioma Inglés del resumen del trabajo de investigación con el título: **“PERFIL DEL TURISTA DE NATURALEZA QUE VISITA LA PROVINCIA DE CHIMBORAZO”** de: Remache Iza Victor Ismael, de la carrera de Turismo, perteneciente a la Facultad de Ciencias Agropecuarias y Recursos Naturales.

En virtud de lo expuesto y para constancia de lo mismo se registra la firma respectiva.

Latacunga, 20 de febrero del 2024



Lic. Evelin Daliana Travez Molina

C.I: 0550538227

Email: dalitravez17@gmail.com

17.3 Anexo 3: Instrumento de recolección de datos

VARIABLE DE CARACTERIZACIÓN

INDICADOR

VARIABLE DE CARACTERIZACIÓN	INDICADOR
DEMOGRÁFICAS	1. Nacionalidad 2. Edad 3. Genero <ul style="list-style-type: none">• Masculino• Femenino• Otro..... 4. Estado civil <ul style="list-style-type: none">• Soltero• Casado• Divorciado• Viudo• Unión Libre 5. Situación Laboral <ul style="list-style-type: none">• Estudiante• Empleado Publico• Empleado Privado• Jubilado• Otros...
SOCIOECONÓMICAS	6. ¿Con quién viaja? <ul style="list-style-type: none">• Solo• Amigos• Pareja• Familia 7. ¿Cuántos mayores de 17 años le acompañan? 8. ¿Cuántos menores de 17 años le acompañan?

.....

9. ¿Cuánta estima gastar durante su visita a la provincia?

- De 50 a 100 USD
- De 101 a 200 USD
- De 201 a 300 USD
- Mas de 400

10. ¿A que va destinado sus gastos al viajar?

- Alojamiento
- Alimentación
- Transporte
- Actividades de Recreación

MOTIVACIÓN

11. ¿A través de que medio se informó sobre los atractivos turísticos de la Provincia de Chimborazo?

- Redes Sociales
- Páginas Web
- Referencias Familiares
- Otros (Especifique)

12. ¿Qué tiempo estimo su visita en la Provincia?

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

13. ¿Cuál fue el motivo de su viaje?

- Religión
- Relajación
- Salud
- Estudios
- Visitas Familiares

14. ¿Que otro atractivo turístico de la Provincia le gustaría Visita?

- Reserva faunística de Chimborazo
- Colina de Iluishi
- Cascada de Huigra
- Laguna de Colta
- Laguna de Atillo
- Ríos de Cumandá
- Cerro Puñay
- Paramo de Arena
- Nevados el Altar
- Todos los Anteriores

15. ¿Como describiría su nivel de interés en la conservación del medio ambiente durante sus viajes?

- Muy interesado
- Poco interesado
- No interesado

16. ¿Prefiere destinos turísticos populares o lugares menos conocidos al realizar un viaje?

- Populares
- Menos conocidos

17. ¿Gustaría recibir información detallada sobre la flora y fauna de los destinos turísticos naturales que visita?

- Si
- No
- Tal vez

PREFERENCIAS

18. ¿Cuál es su tipo de destino Natural favorito?

- Playa
- Montaña
- Bosque
- Selva

19. ¿Qué actividades realiza durante sus viajes naturales?

- Senderismo.
- Observación de aves
- Campamento
- Otros (Especifique).....

20. ¿Cuál es su tipo de turismo favorito?

- Turismo de Naturaleza
- Turismo de Aventura
- Turismo Gastronómico
- Turismo Cultural

21. ¿Qué tipo de hospedaje prefiere al viajar?

- Hotel
- Hostería
- Cabañas
- Otros (Especifique)....

22. ¿Qué tipo de transporte prefiere usar al viajar?

- Vehículo Propio
- Vehículo de Alquiler
- Transporte Publico

23. ¿Qué tipo de alimentación prefiere cuando al visitar?

- Comida Tradicional del lugar
- Comida Gourmet (A la carta)
- Comida Rápida
- Otro (Especifique)....

17.4 Anexo 4: 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 Chimborazo, con la finalidad de aportar a la reactivación turística del Ecuador, en la cual se podrá elegir 2 o más respuestas:

Encuesta N: _____

Atractivo Turístico: _____

- | | |
|--|--|
| <p>1. Nacionalidad
.....</p> <p>2. Edad
.....</p> <p>3. Genero</p> <ul style="list-style-type: none">• Masculino• Femenino• Otro..... <p>4. Estado civil</p> <ul style="list-style-type: none">• Soltero• Casado• Divorciado• Viudo• Unión Libre <p>5. Situación Laboral</p> <ul style="list-style-type: none">• Estudiante• Empleado Publico• Empleado Privado• Jubilado• Otros.... <p>6. ¿Con quién viaja?</p> <ul style="list-style-type: none">• Solo• Amigos• Pareja• Familia <p>7. ¿Cuántos mayores de 18 años le acompañan?
.....</p> | <p>8. ¿Cuántos menores de 17 años le acompañan?
.....</p> <p>9. ¿Cuánta estima gastar durante su visita a la provincia?</p> <ul style="list-style-type: none">• De 50 a 100 USD• De 101 a 200 USD• De 201 a 300 USD• Mas de 400 <p>10. ¿A que va destinado sus gastos al viajar?</p> <ul style="list-style-type: none">• Alojamiento• Alimentación• Transporte• Actividades de Recreación <p>11. ¿A través de que medio se informó sobre los atractivos turísticos de la Provincia de Chimborazo?</p> <ul style="list-style-type: none">• Redes Sociales• Páginas Web• Referencias Familiares• Otros (Especifique) <p>12. ¿Qué tiempo estimo su visita en la Provincia?</p> <ul style="list-style-type: none">• De 0 a 1 día• De 1 a 2 días• De 3 a 4 días• Mas de 4 días |
|--|--|

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

- Religión
- Relajación
- Salud
- Estudios
- Visitas Familiares

14. **¿Que otro atractivo turístico de la Provincia le gustaría Visitar?**

- Reserva faunística de Chimborazo
- Colina de Iluishi
- Cascada de Huigra
- Laguna de colta
- Laguna de Atillo
- Ríos de Cumandá
- Aguas Termales de Aguallanchi
- Cerro Puñay
- Paramo de Arena
- Nevados el Altar

15. **¿Como describiría su nivel de interés en la conservación del medio ambiente durante sus viajes?**

- Muy interesado
- Poco Interesado
- No Interesado

16. **¿Prefiere destinos turísticos populares o lugares menos conocidos al realizar un viaje?**

- Populares
- Menos conocidos

17. **¿Gustaría recibir información detallada sobre la flora y fauna de los destinos turísticos naturales que visita?**

- Si
- No
- Tal vez

18. **¿Cuál es su tipo de destino Natural favorito?**

- Playa
- Montaña
- Bosque
- Selva

19. **¿Qué actividades realiza durante sus viajes naturales?**

- Senderismo.
- Observación de aves
- Campamento
- Otros (Especifique).....

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

- Turismo de Naturaleza
- Turismo de Aventura
- Turismo Gastronómico
- Turismo Cultural

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

- Hotel
- Hostería
- Cabañas
- Otros (Especifique)....

22. **¿Qué tipo de transporte prefiere usar al viajar?**

- Vehículo Propio
- Vehículo de Alquiler
- Transporte Publico

23. **¿Qué tipo de alimentación prefiere cuando al visitar?**

- Comida Tradicional del lugar
- Comida Gourmet (A la carta)
- Comida Rápida
- Otro (Especifique)....

**¡MUCHAS GRASIAS POR SU VALIOSA
COLABORACION !**

17.5. Anexo 5: Evidencias del trabajo de campo durante la aplicación del instrumento de recolección de Datos

FOTOGRAFIA 1: CERRO PUÑAY

Fecha: 20 de enero del 2024

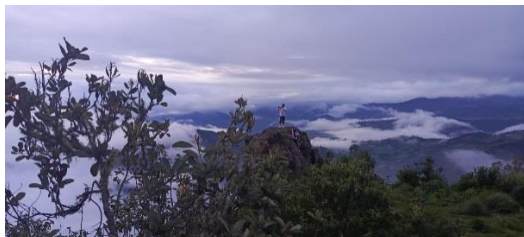
Fotografiado por: Lina Victoria Remache Iza

Descripción: Aplicación de Encuestas



Fotografía por: Víctor Ismael Remache Iza

Descripción: Fotografía para el boletín turístico



FOTOGRAFÍAS DESIERTO DE PALMIRA

Fecha: 21 de enero del 2024

Fotografiado por: Lina Victoria Remache Iza

Descripción: Aplicación de Encuestas



Fotografía por: Víctor Ismael Remache Iza

Descripción: Fotografía para el boletín turístico



FOTOGRAFIAS LAGUNA DE COLTA

Fecha: 21 de enero del 2024

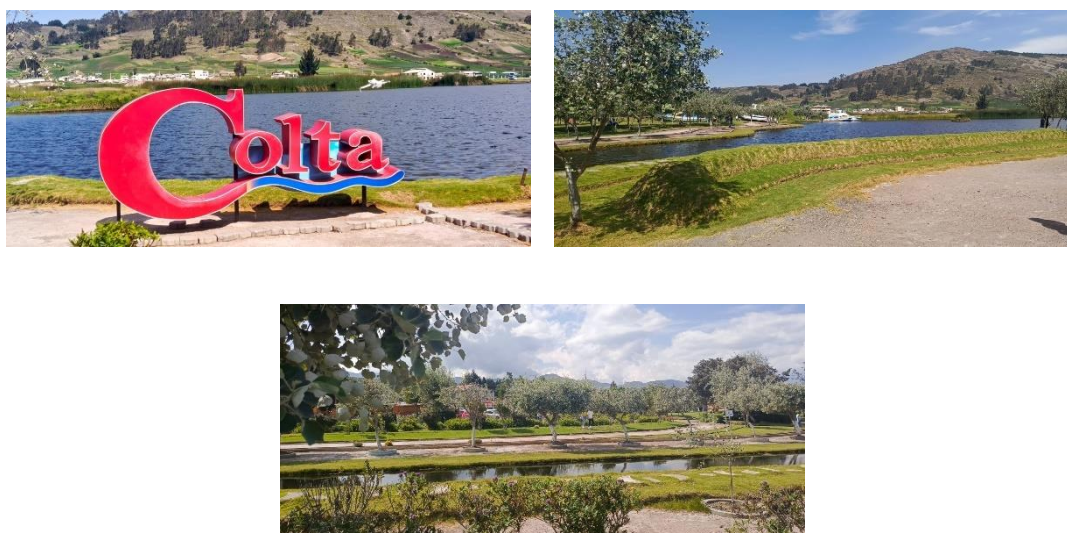
Fotografiado por: Lina Victoria Remache Iza

Descripción: Aplicación de Encuestas



Fotografía por: Víctor Ismael Remache Iza

Descripción: Fotografía para el boletín turístico



FOTOGRAFÍA DE LA RESERVA DE PRODUCCIÓN FAUNÍSTICA DE CHIMBORAZO

Fecha: 23 de enero del 2024

Fotografiado por: Cisne Sarahi Remache Iza

Descripción: Aplicación de Encuestas



Fotografía por: Víctor Ismael Remache Iza

Descripción: Fotografía para el boletín turístico



FOTOGRAFIA COLINA LLUISHI

Fecha: 24 de enero del 2024

Fotografiado por: Víctor Hugo Remache Herrera

Descripción: Aplicación de Encuestas



Fotografía por: Víctor Ismael Remache Iza

Descripción: Fotografía para el boletín turístico



FOTOGRAFIA CASCADA PANAMA

Fecha: 27 de enero del 2024

Fotografiado por: Víctor Hugo Remache Herrera

Descripción: Aplicación de Encuestas



Fotografía por: Víctor Ismael Remache Iza

Descripción: Fotografía para el boletín turístico

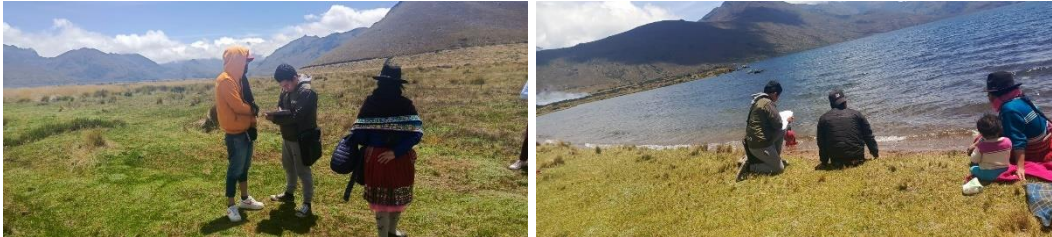


FOTOGRAFIA LAGUNAS DE OZOGOCHE

Fecha: 24 de enero del 2024

Fotografiado por: Víctor Hugo Remache Herrera

Descripción: Aplicación de Encuestas



Fotografía por: Víctor Ismael Remache Iza

Descripción: Fotografía para el boletín turístico



17.6. Anexo 6: evidencias del trabajo en campo, encuestas llenadas

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 Chimborazo, con la finalidad de aportar a la reactivación turística del Ecuador, en la cual se podrá elegir 2 o más respuestas:

Encuesta N: 138 Atractivo Turístico: Logona de Cotto.

<p>1. Nacionalidad <u>Ecuatoriano</u></p> <p>2. Edad <u>43</u></p> <p>3. Genero</p> <ul style="list-style-type: none">• <u>Masculino</u>• Femenino• Otro..... <p>4. Estado civil</p> <ul style="list-style-type: none">• Soltero• Casado• <u>Divorciado</u>• Viudo• Unión Libre <p>5. Situación Laboral</p> <ul style="list-style-type: none">• Estudiante• Empleado Publico• <u>Empleado Privado</u>• Jubilado• Otros.... <p>6. ¿Con quién viaja?</p> <ul style="list-style-type: none">• Solo• Amigos• Pareja• <u>Familia</u> <p>7. ¿Cuántos mayores de 18 años le acompañan? <u>0</u></p>	<p>8. ¿Cuántos menores de 17 años le acompañan? <u>2</u></p> <p>9. ¿Cuánta estima gastar durante su visita a la provincia?</p> <ul style="list-style-type: none">• <u>De 50 a 100 USD</u>• De 101 a 200 USD• De 201 a 300 USD• Mas de 400 <p>10. ¿A que va destinado sus gastos al viajar?</p> <ul style="list-style-type: none">• Alojamiento• <u>Alimentación</u>• <u>Trasporte</u>• <u>Actividades de Recreación</u> <p>11. ¿A través de que medio se informó sobre los atractivos turísticos de la Provincia de Chimborazo?</p> <ul style="list-style-type: none">• <u>Redes Sociales</u>• Páginas Web• Referencias Familiares• Otros (Especifique) <p>12. ¿Qué tiempo estimo su visita en la Provincia?</p> <ul style="list-style-type: none">• <u>De 0 a 1 día</u>• De 1 a 2 días• De 3 a 4 días• Mas de 4 días
---	---

13. ¿Cuál fue el motivo de su viaje?

- Religión
- Relajación
- Salud
- Estudios
- Visitas Familiares

14. ¿Que otro atractivo turístico de la Provincia le gustaría Visitar?

- Reserva faunística de Chimborazo
- Colina de Iluishi
- Cascada de Huigra
- Laguna de Colta
- Laguna de Atillo
- Ríos de Cumandá
- Aguas Termales de Aguallanchi
- Cerro Puñay
- Paramo de Arena
- Nevados el Altar

15. ¿Como describiría su nivel de interés en la conservación del medio ambiente durante sus viajes?

- Muy interesado
- Poco Interesado
- No Interesado

16. ¿Prefiere destinos turísticos populares o lugares menos conocidos al realizar un viaje?

- Populares
- Menos conocidos

17. ¿Gustaría recibir información detallada sobre la flora y fauna de los destinos turísticos naturales que visita?

- Si
- No
- Tal vez

18. ¿Cuál es su tipo de destino Natural favorito?

- Playa
- Montaña
- Bosque
- Selva

19. ¿Qué actividades realiza durante sus viajes naturales?

- Senderismo.
- Observación de aves
- Campamento
- Otros (Especifique): *Excursion*

20. ¿Cuál es su tipo de turismo favorito?

- Turismo de Naturaleza
- Turismo de Aventura
- Turismo Gastronómico
- Turismo Cultural

21. ¿Qué tipo de hospedaje prefiere al viajar?

- Hotel
- Hosteria
- Cabañas
- Otros (Especifique)...

22. ¿Qué tipo de transporte prefiere usar al viajar?

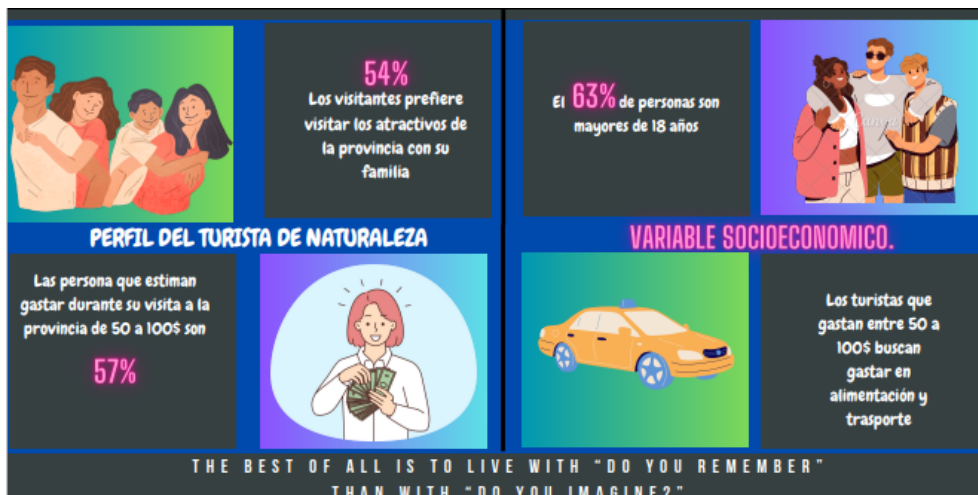
- Vehículo Propio
- Vehículo de Alquiler
- Transporte Público

23. ¿Qué tipo de alimentación prefiere cuando al visitar?





- Comida Tradicional del lugar
- Comida Gourmet (A la carta)
- Comida Rápida
- Otro (Especifique)...

¡MUCHAS GRASIAS POR SU VALIOSA COLABORACION!

17.7. Anexo 7: Boletín Turístico



<p>70% los visitantes su principal motivación para su viaje es de relajación</p>			<p>60% De los visitantes prefieren visitar lugares populares</p>
<p>PERFIL DEL TURISTA DE NATURALEZA</p>		<p>VARIABLE MOTIVACIONAL</p>	
	<p>Los visitantes les gustaria recibir información sobre la flora y fauna del lugar</p>	<p>Las personas que se informan del atractivos mayormente es a través de redes sociales son 50%</p>	
<p>VIAJAR ES LO ÚNICO QUE COMPRAS Y TE HACE MÁS RICO</p>			

	<p>43% de turastas prefieren realizar actividades de senderismo 41% prefieren realizar actividades de campamento</p>	<p>El 31% de personas prefieren realizar turismo de aventura</p>	
<p>PERFIL DEL TURISTA DE NATURALEZA</p>		<p>VARIABLE PREFERENCIA.</p>	
<p>Al momento de viajar prefieren vehiculos propios</p>			<p>El 93% de los turistas prefieren comida tradicional</p>
<p>TRAVELING IS THE ONLY THING YOU BUY AND IT MAKES YOU RICHER</p>			





*cortos, largos,
planeados sin rumbo
lo importante es
viajar*

INSTAGRAM | @ISMAEL_REMACHE
CORREO ELECTRONICO | VICTOR.REMACHE0843@UTC.EDU.EC

28 ENERO 2024